



Turismo accessibile in montagna

Quaderni della Fondazione - 36

CAHIERS de la Fondation - 36



FONDAZIONE  CRT

PUBBLICAZIONI DELLA FONDAZIONE COURMAYEUR
PUBLICATIONS DE LA FONDATION COURMAYEUR

ANNALI

1. ANNALI DELLA FONDAZIONE COURMAYEUR ANNO 1992
2. ANNALI DELLA FONDAZIONE COURMAYEUR ANNO 1993
3. ANNALI DELLA FONDAZIONE COURMAYEUR ANNO 1994
4. ANNALI DELLA FONDAZIONE COURMAYEUR ANNO 1995
5. ANNALI DELLA FONDAZIONE COURMAYEUR ANNO 1996
6. ANNALI DELLA FONDAZIONE COURMAYEUR ANNO 1997
7. ANNALI DELLA FONDAZIONE COURMAYEUR ANNO 1998
8. ANNALI DELLA FONDAZIONE COURMAYEUR ANNO 1999
9. ANNALI DELLA FONDAZIONE COURMAYEUR ANNO 2000
10. ANNALI DELLA FONDAZIONE COURMAYEUR ANNO 2001
11. ANNALI DELLA FONDAZIONE COURMAYEUR ANNO 2002
12. ANNALI DELLA FONDAZIONE COURMAYEUR ANNO 2003
13. ANNALI DELLA FONDAZIONE COURMAYEUR ANNO 2004
14. ANNALI DELLA FONDAZIONE COURMAYEUR ANNO 2005
15. ANNALI DELLA FONDAZIONE COURMAYEUR ANNO 2006
16. ANNALI DELLA FONDAZIONE COURMAYEUR ANNO 2007
17. ANNALI DELLA FONDAZIONE COURMAYEUR ANNO 2008
18. ANNALI DELLA FONDAZIONE COURMAYEUR ANNO 2009
19. ANNALI DELLA FONDAZIONE COURMAYEUR ANNO 2010
20. ANNALI DELLA FONDAZIONE COURMAYEUR ANNO 2011
21. ANNALI DELLA FONDAZIONE COURMAYEUR ANNO 2012

COLLANA “MONTAGNA RISCHIO E RESPONSABILITÀ”

1. UNA RICOGNIZIONE GENERALE DEI PROBLEMI
2. LE INDICAZIONI DELLA LEGISLAZIONE, DELLA GIURISPRUDENZA E DELLA DOTTRINA
3. I LIMITI DELLA RESPONSABILITÀ DEL MAESTRO DI SCI E DELLA GUIDA
4. LA RESPONSABILITÀ DELL'ENTE PUBBLICO
5. LA RESPONSABILITÀ DELL'ALPINISTA, DELLO SCIATORE E DEL SOCCORSO ALPINO
6. LA VIA ASSICURATIVA
7. CODICE DELLA MONTAGNA – LE INDICAZIONI DELLA LEGISLAZIONE, DELLA GIURISPRUDENZA E DELLA DOTTRINA
8. CODE DE LA MONTAGNE – LE INDICAZIONI DELLA LEGISLAZIONE, DELLA GIURISPRUDENZA E DELLA DOTTRINA FRANCESE
9. CODIGO DE LOS PIRINEOS – LE INDICAZIONI DELLA LEGISLAZIONE, DELLA GIURISPRUDENZA E DELLA DOTTRINA SPAGNOLA
10. CODICE DELLA MONTAGNA – 1994–2004 IL PUNTO SULLA LEGISLAZIONE, LA GIURISPRUDENZA, LA DOTTRINA
11. IL PUNTO SULLA LEGISLAZIONE, LA GIURISPRUDENZA E LA DOTTRINA 1994 – 2004 (Atti del Convegno)
12. GIORNATE DELLA PREVENZIONE E DEL SOCCORSO IN MONTAGNA
13. CODICE SVIZZERO DELLA MONTAGNA. LE INDICAZIONI DELLA LEGISLAZIONE, DELLA GIURISPRUDENZA E DELLA DOTTRINA SVIZZERA
14. GIORNATE DELLA PREVENZIONE E DEL SOCCORSO IN MONTAGNA SU “COMUNICAZIONE E MONTAGNA”
15. CODICE AUSTRIACO DELLA MONTAGNA. LE INDICAZIONI DELLA LEGISLAZIONE, DELLA GIURISPRUDENZA E DELLA DOTTRINA AUSTRIACA
16. GIORNATE DELLA PREVENZIONE E DEL SOCCORSO IN MONTAGNA SU “EDUCARE E RIEDUCARE ALLA MONTAGNA”

17. CD – CODICI DELLA MONTAGNA – LE INDICAZIONI DELLA LEGISLAZIONE, DELLA GIURISPRUDENZA E DELLA DOTTRINA ITALIANA, FRANCESE, SPAGNOLA, SVIZZERA E AUSTRIACA
18. GIORNATE DELLA PREVENZIONE E DEL SOCCORSO IN MONTAGNA SU “*DOMAINES SKIABLES* E SCI FUORI PISTA”
19. LA RESPONSABILITÀ DELL’ENTE PUBBLICO E DEGLI AMMINISTRATORI NELLA GESTIONE DEL TERRITORIO E DEI RISCHI NATURALI IN MONTAGNA
20. DU PIOLET À INTERNET. APPLICAZIONI TRANSFRONTALIERE DI TELEMEDICINA IN MONTAGNA
21. DU PIOLET À INTERNET. APPLICATIONS TRANSFRONTALIÈRES DE TÉLÉMÉDICINE EN MONTAGNE
22. RISCHI DERIVANTI DALL’EVOLUZIONE DELL’AMBIENTE DI ALTA MONTAGNA

QUADERNI

1. MINORANZE, CULTURALISMO CULTURA DELLA MONDIALITÀ
2. IL TARGET FAMIGLIA
3. LES ALPAGES: HIER, AUJOURD’HUI, DEMAIN – L’ENTRETIEN DU PAYSAGE MONTAGNARD: UNE APPROCHE TRANSFRONTALIÈRE
4. MEMORIE E IDENTITÀ: PROSPETTIVE NEI PERCORSI DEL MUTAMENTO
5. L’INAFFERRABILE ÉLITE
6. SISTEMA SCOLASTICO: PLURALISMO CULTURALE E PROCESSI DI GLOBALIZZAZIONE ECONOMICA E TECNOLOGICA
7. LE NUOVE TECNOLOGIE DELL’INFORMAZIONE
8. ARCHITETTURA NEL PAESAGGIO RISORSA PER IL TURISMO? – 1°
9. ARCHITETTURA NEL PAESAGGIO RISORSA PER IL TURISMO? – 2°
10. LOCALE E GLOBALE. DIFFERENZE CULTURALI E CONTESTI EDUCATIVI NELLA COMPLESSITÀ DEI MONDI CONTEMPORANEI
11. I GHIACCIAI QUALI EVIDENZIATORI DELLE VARIAZIONI CLIMATICHE
12. DROIT INTERNATIONAL ET PROTECTION DES REGIONS DE MONTAGNE/
INTERNATIONAL LAW AND PROTECTION OF MOUNTAIN AREAS – 1°
13. DEVELOPPEMENT DURABLE DES REGIONS DE MONTAGNE – LES PERSPECTIVES JURIDIQUES À PARTIR DE RIO ET JOHANNESBURG/
SUSTAINABLE DEVELOPMENT OF MOUNTAIN AREAS – LEGAL PERSPECTIVES BEYOND RIO AND JOHANNESBURG – 2°
14. CULTURE E CONFLITTO
15. COSTRUIRE A CERVINIA... E ALTROVE/
CONSTRUIRE À CERVINIA... ET AILLEURS
16. LA RESIDENZA E LE POLITICHE URBANISTICHE IN AREA ALPINA
17. ARCHITETTURA MODERNA ALPINA: I RIFUGI/
ARCHITECTURE MODERNE ALPINE: LES REFUGES – 1°
18. *RICORDANDO LAURENT FERRETTI*
19. ARCHITETTURA MODERNA ALPINA: I CAMPI DI GOLF

20. ARCHITETTURA MODERNA ALPINA: I RIFUGI/*ARCHITECTURE MODERNE ALPINE: LES REFUGES* – 2°
21. I SERVIZI SOCIO-SANITARI NELLE AREE DI MONTAGNA: IL CASO DELLA COMUNITÀ MONTANA VALDIGNE-MONT BLANC – RICERCA SU “SISTEMI REGIONALI E SISTEMI LOCALI DI *WELFARE*: UN’ANALISI DI SCENARIO NELLA COMUNITÀ MONTANA VALDIGNE-MONT BLANC”
22. IL TURISMO DIFFUSO IN MONTAGNA, QUALI PROSPETTIVE?
23. ARCHITETTURA DEI SERVIZI IN MONTAGNA – 1°
24. AGRICOLTURA E TURISMO: QUALI LE POSSIBILI INTEGRAZIONI? RICERCA SU “INTEGRAZIONE TRA AGRICOLTURA E GLI ALTRI SETTORI DELL’ECONOMIA DI MONTAGNA NELLA COMUNITÀ MONTANA VALDIGNE-MONT BLANC”
25. IL TURISMO ACCESSIBILE NELLE LOCALITÀ DI MONTAGNA – 1°
26. LA SPECIFICITÀ DELL’ARCHITETTURA IN MONTAGNA (*in preparazione*)
27. LA SICUREZZA ECONOMICA NELL’ETÀ ANZIANA: STRUMENTI, ATTORI, RISCHI E POSSIBILI GARANZIE
28. L’ARCHITETTURA DEI SERVIZI IN MONTAGNA – 2°
29. UN TURISMO PER TUTTI – 2°
30. ARCHITETTURA E SVILUPPO ALPINO
31. TURISMO ACCESSIBILE IN MONTAGNA – 3°
32. ECONOMIA DI MONTAGNA: COLLABORAZIONE TRA AGRICOLTURA E ALTRI SETTORI / *ÉCONOMIE DE MONTAGNE: COOPÉRATIONS ENTRE AGRICULTURE ET AUTRES SECTEURS*
33. ARCHITETTURA E TURISMO. STRUTTURE RICETTIVE E SERVIZI
34. FORTI E CASTELLI. ARCHITETTURA, PATRIMONIO, CULTURA E SVILUPPO
35. TURISMO ACCESSIBILE IN MONTAGNA – 4
36. TURISMO ACCESSIBILE IN MONTAGNA – 5
37. L’AGRICOLTURA DI MONTAGNA E GLI ONERI BUROCRATICI (*in preparazione*)
38. VIVERE LE ALPI. ARCHITETTURA E AGRICOLTURA (*in preparazione*)

ORGANI DELLA FONDAZIONE
LES ORGANES DE LA FONDATION

CONSIGLIO DI AMMINISTRAZIONE

Giuseppe DE RITA, *presidente*; Camilla BERIA di ARGENTINE, *vice presidente*;
Alex FOUON; Roberto RUFFIER; Alberto VARALLO

COMITATO SCIENTIFICO

Lodovico PASSERIN d'ENTREVES, *presidente*; Enrico FILIPPI, *vice presidente*;
Alberto ALESSANDRI; Marco BALDI; Stefania BARIATTI; Guido BRIGNONE;
Ludovico COLOMBATI; Mario DEAGLIO; Pierluigi DELLA VALLE; Stefano
DISTILLI; Gianluca FERRERO; Waldemaro FLICK; Franzo GRANDE STEVENS;
Andrea LUCA'; Jean-Claude MOCHET; Federico MOLINO; Paolo MONTALENTI;
Giuseppe NEBBIA; Guido NEPPI MODONA; Lukas PLATTNER; Livia POMO-
DORO; Giuseppe ROMA; Ezio ROPPOLO; Giuseppe SENA; Camillo VENESIO;
Adriana VIERIN

COMITATO di REVISIONE

Giuseppe PIAGGIO, *presidente*; Veronica CELESIA, Ludovico COLOMBATI,
Pierluigi DELLA VALLE; Jean-Claude FAVRE, *supplente*

Elise CHAMPVILLAIR, *segretario generale*

Barbara SCARPARI, *assistente del Presidente*



Turismo accessibile in montagna

Atti del Convegno
18 maggio 2012
Salone Manifestazioni Palazzo Regionale
Aosta, Piazza Deffeyes, 1



FONDAZIONE CRT

Cura redazionale di Camilla Beria di Argentine
Si ringrazia per la collaborazione la dott.ssa Elise Champvillair

INDICE

SEDUTA DI APERTURA	
LODOVICO PASSERIN D'ENTRÈVES.....	pag. 9

RELAZIONE INTRODUTTIVA

Il turismo accessibile nell'Anno europeo dell'invecchiamento attivo e della solidarietà tra le generazioni

GIUSEPPE ROMA	pag. 13
LODOVICO PASSERIN D'ENTRÈVES.....	pag. 22

Prima Sessione

TURISMO ACCESSIBILE E NEW MEDIA

Moderatore

ANDREA BORNEY	pag. 25
---------------------	---------

Il ruolo dei *blog* e dei *social network* nel settore del turismo accessibile

ROBERTA MILANO	pag. 27
ANDREA BORNEY	pag. 37
LODOVICO PASSERIN D'ENTRÈVES.....	pag. 37
ALBERT LANIÈCE	pag. 38
AURELIO MARGUERETTAZ	pag. 41
ANDREA BORNEY	pag. 43

Le tourisme adapté et le rôle des new media dans les Départements de Savoie et Haute-Savoie

COME VERMERSCH	pag. 43
----------------------	---------

Seconda Sessione

**TURISMO ACCESSIBILE
ED INVECCHIAMENTO ATTIVO**

**Le iniziative promosse dalla Cooperativa “5 Sensi”
di Bolzano**

DANIELA RIZZI pag. 61

**La mobilità della conoscenza senza limiti di età:
un disegno regionale ed una buona pratica**

GIANNI NUTI..... pag. 67

GRUPPI DI LAVORO TEMATICI - RESOCONTO

Moderatore

ANDREA BORNEY pag. 73

Turismo accessibile ed invecchiamento attivo

ANNA MARIA PIOLETTI pag. 74

Turismo accessibile e *new media*

MAXIMILIANO ULIVIERI pag. 77

CONCLUSIONI

GIUSEPPE ROMA, ANDREA BORNEY pag. 85

L'appuntamento che l'Osservatorio sul sistema montagna "Laurent Ferretti" della Fondazione Courmayeur, il Coordinamento Solidarietà Valle d'Aosta e il Consorzio di Cooperative Sociali Trait d'Union propongono per il 2012 vuole porre l'attenzione su due temi strettamente legati al turismo, alla sua accessibilità e fruibilità.

Trattasi di *new media* e turismo per le persone anziane, due temi che possono sembrare distanti tra loro, ma che in realtà si intrecciano sempre più, stante il crescente interesse che persone anziane dimostrano verso le nuove tecnologie e la loro volontà di fare e vivere turismo.

I nuovi media, principalmente *blog* e *social network*, sono un fenomeno attuale di condivisione e divulgazione di esperienze personali. Si tratta, inoltre, di veicoli promozionali utilizzati da organizzazioni e agenzie per coinvolgere e fidelizzare i frequentatori delle proprie località.

In occasione dell'incontro di studio si esaminerà come i *new media* permettano, a turisti ed a organizzazioni, di poter "parlare" e raccontare i luoghi. Questa modalità, anche se non esclusiva, oggi rappresenta una comunicazione efficace, un "passaparola" d'insieme che può arricchire di elementi non secondari, contribuendo a connotare l'immagine di una località. Tali aspetti supportano il turista nella scelta di una destinazione.

L'altro tema che si intende approfondire è il legame stretto esistente tra l'accessibilità del turismo e l'invecchiamento attivo degli individui. Tale analisi viene svolta non a caso nel 2012, dal momento che è stato proclamato Anno europeo dell'invecchiamento attivo e della solidarietà tra le generazioni.

In questo senso, saranno illustrate le dinamiche attuali della popolazione anziana riferite al turismo e saranno raccontati progetti che coinvolgono persone anziane, sempre più partecipi nell'ambito del turismo e capaci di trasmettere valori esperienziali e di conoscenza.

Il confronto e lo scambio troveranno poi spazio, all'interno dell'incontro di studio, nei gruppi di lavoro tematici che permetteranno di arricchire il dibattito e l'approfondimento dei temi proposti.



Segreterie scientifiche e organizzative

Fondazione Courmayeur

Via dei Bagni, 15 - 11013 Courmayeur, Valle d'Aosta
Tel. +39/0165 846 498 - Fax +39/0165 845 919
E-mail: info@fondazionecourmayeur.it
www.fondazionecourmayeur.it

CSV - Onlus

Coordinamento Solidarietà della Valle d'Aosta

Via Xavier de Maistre, 19 - 11100 Aosta, Valle d'Aosta
Tel. +39/0165 230 685 - Fax +39/0165 368 000
E-mail: info@csvvda.it - www.csvvda.it

Consorzio Trait d'Union

Via Monte Pasubio, 24 - 11100 Aosta, Valle d'Aosta
Tel. e Fax: +39/0165 239 656
E-mail: consorzio@traitdunion.org - www.traitdunion.org

INCONTRO DI STUDIO SU Turismo ACCESSIBILE in montagna



Venerdì, 18 maggio 2012

Salone Manifestazioni Palazzo Regionale
Aosta, Piazza Deyfees, 1



FONDAZIONE CRT

grafica e stampa Topografia Testi&Disegno Sares

P R O G R A M M A

Venerdì, 18 maggio 2012

ore 9.00

Seduta di apertura

- LODOVICO PASSERIN D'ENTREVES, *presidente del Comitato scientifico della Fondazione Courmayeur*
- ALBERT LANÈCE, *assessore alla Sanità, Salute e Politiche sociali della Regione Autonoma Valle d'Aosta*
- AURELIO MARGUERETTAZ, *assessore al Turismo, Sport, Commercio e Trasporti della Regione Autonoma Valle d'Aosta*

ore 9.30

Relazione introduttiva

- **Il turismo accessibile nell'Anno europeo dell'invecchiamento attivo e della solidarietà tra le generazioni**
GIUSEPPE ROMA, *direttore generale del Censis*

ore 10.00

Prima Sessione

TURISMO ACCESSIBILE E NEW MEDIA

Moderatore

ANDREA BORNEY, *presidente CSV - Coordinamento Solidarietà Valle d'Aosta*

- **Il ruolo dei blog e dei social network nel settore del turismo accessibile**
ROBERTA MILANO, *professore di web marketing per il turismo presso l'Università di Genova*
- **Le tourisme adapté et le rôle des new media dans les départements de Savoie et Haute-Savoie**
COMTE VERMERSCH, *directeur Savoie Mont-Blanc Tourisme*
- **ore 10.40**
Seconda Sessione
TURISMO ACCESSIBILE ED INVECCHIAMENTO ATTIVO
Moderatore
ROBERTO PRESCIANI, *presidente Consorzio di Cooperative Sociali Trait d'Union*
- **Le iniziative promosse dalla Cooperativa 5 sensi di Bolzano**
DANIELA RIZZI, *presidente della Cooperativa*
- **La mobilità della conoscenza senza limiti di età: un disegno regionale ed una buona pratica**
GIANNI NUTI, *direttore Politiche sociali, Assessorato Sanità, Salute e Politiche sociali della Regione Autonoma Valle d'Aosta*

ore 11.20

Gruppi di lavoro tematici

- **Turismo accessibile e new media**
Coordina
MAXIMILIANO ULIVIERI, *presidente del sito/blog "Diversamente agibile"*
- **Turismo accessibile ed invecchiamento attivo**
Coordina
ANNA MARIA PIOLETTI, *professore associato di geografia economico-politica presso l'Università della Valle d'Aosta*

ore 12.20

Resoconto Gruppi di lavoro a cura dei coordinatori

ore 12.45

Conclusioni

GIUSEPPE ROMA, *direttore generale del Censis*

L'evento è stato accreditato dall'Università della Valle d'Aosta per i frequentanti il modulo "Geografia generale" del corso di Scienze del Paesaggio

SEDUTA DI APERTURA

LODOVICO PASSERIN D'ENTRÈVES

presidente del Comitato scientifico della Fondazione Courmayeur

Autorità, Signore e Signori,

In attesa degli Assessori, che, come sapete, il venerdì sono in Giunta, incominciamo i nostri lavori.

Prego il dottor Roma di salire sul palco.

Sono lieto di dare il benvenuto, a nome del Consiglio di Amministrazione e del Comitato Scientifico della Fondazione Courmayeur, agli Assessori, ai relatori ed ai partecipanti all'Incontro di studio su *Turismo accessibile in montagna*.

Un grazie alla Regione Autonoma della Valle d'Aosta per ospitarci in questa sede prestigiosa.

L'incontro assume particolare valenza per il tema (basta pensare alle proiezioni demografiche per i prossimi decenni) che rientra nell'anno Europeo dell'invecchiamento attivo e solidarietà tra le generazioni, e perché negli anni la Fondazione Courmayeur ha dedicato molte energie per sviluppare una rete di relazioni mirate ad attività comuni tra gli Enti che in Valle a vario titolo si occupano di montagna al fine di realizzare insieme ricerche che consentano conoscenze aggiuntive e momenti di riflessione a chi ha responsabilità decisionali.

Vasta è la rete di relazioni che collega enti ed istituzioni alle attività dell'Osservatorio sul Sistema Montagna. In particolare, oltre al CSV - Coordinamento Solidarietà della Valle d'Aosta, al Consorzio Trait d'Union ed all'Università della Valle d'Aosta, sviluppiamo il programma pluriennale di ricerca *Montagna rischio e responsabilità* in collaborazione con la Fondazione Montagna Sicura; collaboriamo con l'Istituto Agricolo Régional per tematiche relative all'agricoltura di montagna; con l'Ordine degli architetti della Valle d'Aosta, per quanto concerne il programma pluriennale di ricerca *Architettura moderna alpina*, e con il CELVA per tematiche relative ai servizi sociali di montagna. Segnalo, inoltre, che numerose iniziative promosse dalla Fondazione Courmayeur sono accreditate dagli ordini professionali ai fini della formazione professionale continua.

L'incontro odierno, è stato organizzato con il CSV - Coordinamento Solidarietà della Valle d'Aosta ed il Consorzio Trait d'Union, che ringrazio per la preziosa collaborazione e con l'Università della Valle d'Aosta ed è stato, inoltre, accreditato dall'Ateneo.

Vorrei ringraziare la professoressa Anna Maria Pioletti, coordinatrice del Gruppo di lavoro su *Turismo accessibile ed invecchiamento attivo*, per l'interessante attività svolta dagli studenti universitari quale supporto al gruppo di lavoro in programma nel corso della mattinata.

Saluto le due classi dell'Istituto Professionale Regionale Alberghiero di Chatillon, oggi presenti, ed auguro loro che quanto verrà presentato e discusso possa arricchire la loro formazione.

Non possiamo prevedere il futuro ma lo possiamo inventare.

Così l'incontro di oggi si inserisce all'interno di un programma pluriennale di

ricerca in materia di turismo accessibile, questo è il quinto anno consecutivo che l'Osservatorio sul Sistema Montagna della Fondazione collabora con il CSV-Coordinamento Solidarietà Valle d'Aosta Onlus e il Consorzio Cooperative Sociali Trait d'Union per l'approfondimento di tale tematica.

L'Iniziativa odierna vuole porre l'attenzione sui *new media* e sul turismo per le persone anziane; si tratta di due temi che possono sembrare distanti tra loro, tuttavia le relazioni odierne ne mostreranno le notevoli interrelazioni.

Il programma prevede gruppi di lavoro tematici per offrire la possibilità di un confronto anche attraverso modalità di lavoro interattive. Tale analisi viene svolta non a caso nel 2012, *Anno europeo dell'invecchiamento attivo e della solidarietà tra le generazioni*.

Ringraziando tutti coloro che si sono impegnati nell'organizzazione di questo Incontro, in particolare il Presidente dell'Osservatorio sul sistema montagna, l'arch. Beppe Nebbia e lo staff di Fondazione Courmayeur, passo la parola al dottor Roma per la relazione introduttiva.

RELAZIONE INTRODUTTIVA

IL TURISMO ACCESSIBILE NELL' ANNO EUROPEO DELL' INVECCHIAMENTO ATTIVO E DELLA SOLIDARIETÀ TRA LE GENERAZIONI

GIUSEPPE ROMA

direttore generale del CENSIS

Vorrei analizzare due elementi che potrebbero aiutare lo sviluppo dell'offerta turistica, di grande importanza per una regione come la Valle d'Aosta.

Il primo è l'attenzione verso la generazione degli anziani che, in particolare nell'ultimo decennio, ha subito grandi trasformazioni, sia numericamente, che per quanto concerne comportamenti e consumi.

Degli anziani, l'immagine prevalente è sempre stata quella di una generazione fragile, che costituisce un peso per il nostro welfare e per il nostro sistema pensionistico. Il Censis, attraverso diversi studi e per molti anni con un Forum sulla terza età, ha scoperto una realtà completamente diversa.

L'Italia è un Paese longevo, dove la speranza di vita è cresciuta ed è molto alta (solo il Giappone ci eguaglia). Inoltre, l'abbiamo definita "longevità attiva" non solo perché si vive a lungo, ma perché si vive in buona salute. Oggi, gli anziani fra i 65 e i 75 anni sono per la maggior parte in buona forma fisica ed intellettuale. I veri problemi di malattia e di non autosufficienza, in genere, arrivano dopo i 75 anni.

Si crede che il nostro sia un Paese fermo da circa vent'anni a 56 milioni di abitanti. In realtà, fra il 2000 e il 2010, la popolazione italiana, anche a causa di un importante afflusso di immigrati (circa 5 milioni di nuovi arrivati), è passata da 56 a 60 milioni di abitanti. Gli ultra sessantacinquenni fra 2002 e 2010 passano dal 18,7% al 20,2% dei residenti (fig. 1). La crescita demografica, in particolare negli ultimi cinque anni, ha portato anche un aumento degli ultrasessantacinquenni, per oltre 700.000 unità in più. Per i prossimi vent'anni, prevediamo un'ulteriore crescita della popolazione, che passerà da 60 a 63 milioni di abitanti. Questa crescita avverrà con 5 milioni di anziani in più e 2 milioni di giovani in meno. Di conseguenza, nel 2030, un quarto della popolazione italiana avrà più di 65 anni (fig. 2). Già oggi abbiamo 16.000 ultracentenari e 1 milione e 600.000 ultraottantenni: in totale, gli anziani sono intorno ai 12 milioni, 10 milioni dei quali vivono in una situazione di autosufficienza. Inoltre, la situazione nel tempo è migliorata: dal 77% del 2002 si è passati all'85% del 2010 (fig. 3).

Gli ultrasessantacinquenni sono tanti, vivono a lungo e in buona salute, ma qual è il loro sentimento rispetto alla realtà, rispetto al futuro, rispetto all'Italia? Un 20% scarso non se la passa bene: vive la terza o la quarta età negativamente, in parte perché si annoia e si sente solo, in parte per problemi di tipo economico. Più dell'80% degli ultrasessantacinquenni vive la terza e la quarta età in maniera positiva: il 45,5% perché fa le cose che lo gratificano, il 37% dà una valutazione positiva ma vorrebbe fare di più (fig. 4).

Anche dal punto di vista motivazionale, è importante considerare la generazione degli ultrasessantacinquenni come una generazione che pensa positivo, non soltanto riguardo al presente. Abbiamo una generazione di anziani che, per il 63%, ha un progetto di vita, e pensa agli anni futuri come anni in cui realizzare dei progetti (fig. 5). Si rileva una differenza abissale rispetto a trent'anni fa, quando l'immagine che avevamo dell'anziano era di una persona che si sedeva sulla panchina e al massimo andava a spasso con il cane. I giovani, invece, che una volta erano aggressivi e scalpitavano, oggi, con tutte le attenuanti del caso, sembrano non avere un progetto di vita preciso. Alla domanda "Il futuro la preoccupa?", ha risposto di sì il 42% degli anziani, contro quasi il 50% dei giovani (fig. 6).

La generazione degli ultrasessantacinquenni non è una generazione egoista. Le persone che hanno più di 65 anni pensano al futuro dell'Italia. È il 73%, infatti, ad avere a cuore il futuro del Paese (fig. 7).

Il 2012 è l'Anno europeo dell'invecchiamento attivo e della solidarietà tra le generazioni. Finora la generazione degli anziani è stata una risorsa di memoria e di valori che non abbiamo utilizzato bene. Non sappiamo integrarla con le altre generazioni e la escludiamo dalla vita della comunità. Tuttavia, si rileva che il rapporto fra le generazioni è migliore di quanto non sembri: abbiamo genitori che aiutano i figli e figli che aiutano i genitori (fig. 8). Questa solidarietà cresce nel tempo: gli anziani che aiutano i figli sono passati dal 32% al 48%.

Vi sono anziani che hanno una propria vita relazionale, fatta di amicizia, fatta di rapporti con altre persone (fig. 9). Esiste anche una quota di persone che hanno pochi amici o nessuno, e questo è l'aspetto più duro della terza età, perché non avere una rete di relazioni produce un sentimento di isolamento e di solitudine, che può diventare depressione, che può trasformarsi in abuso di farmaci, diventare patologia. Si dice che una parte importante delle patologie che riguardano la terza età derivi da una mancata socializzazione, da una condizione di solitudine, dalla perdita, via via, dei propri amici.

Veniamo ora alla ragione per la quale siamo tra i Paesi più longevi del mondo. Innanzitutto, gli italiani hanno cambiato stile di vita e lo hanno fatto prima e meglio degli altri. Su 13 milioni di anziani, più della metà svolge attività fisica all'aria aperta (fig. 10). Noi che ci occupiamo di un turismo basato sulle lunghe passeggiate, l'attività sportiva e la vita all'aria aperta, dobbiamo considerare queste persone – 6 milioni di anziani – come un potenziale.

Il 30% degli anziani intervistati dice di fare brevi periodi di vacanza: abbiamo quindi un potenziale turistico di 3 milioni e 900.000 persone oltre i 65 anni che fanno brevi periodi di vacanza anche più volte nel corso dell'anno.

La generazione degli anziani è la più ecologista. Un tempo gli ecologisti e gli ambientalisti provenivano dal mondo giovanile, ma nei comportamenti reali – il risparmio energetico, la diminuzione degli sprechi, la raccolta differenziata dei rifiuti, la coltivazione dell'orto – gli anziani si distinguono (fig. 11).

Il mondo della terza età si caratterizza, quindi, per "longevità attiva", progetto di vita, solidarietà, stile di vita moderno e salutista.

La dimensione turistica sostiene la funzione relazionale, l'uscita dall'isolamento, la costruzione di uno spirito di gruppo, la serenità. In passato, il turismo per la terza età era visto come un turismo para-assistenziale: gli alberghi, nei periodi di bassa stagione, concordavano convenzioni con i patronati. Era un turismo fundamentalmente povero, con un'offerta generica di basso costo.

Adesso la situazione sta cambiando ed è destinata a cambiare sempre di più. La domanda turistica non può essere unica e omogenea: bisogna scomporre i potenziali 12 milioni di anziani per farli diventare specifici segmenti di domanda turistica, come si fa con tutte le altre generazioni. Tarando l'offerta sui giovani, per esempio, si distingue tra il giovane sportivo, il giovane che vuole divertirsi, il giovane che ama praticare sport estremi, ecc. Dobbiamo fare un ragionamento del genere anche sugli anziani, dividendoli per tipologie, valutando eventuali possibili *target* di offerta turistica.

Bisogna poi evitare di isolare gli anziani che, in vacanza, non vogliono stare con gli altri anziani, ma vogliono stare con le proprie famiglie, o con persone di diverse età, anche più giovani. Bisogna proporre quindi un'offerta specialistica per segmenti, non un'offerta che isoli le persone anziane anche in vacanza.

Il 21% dei turisti montani che fanno attività sportiva ha più di 60 anni, quindi già l'offerta sportiva, con tutte le cautele e i controlli necessari, è un'offerta possibile. Il *trekking*, per esempio, per gli anziani va ripensato, perché la sola passeggiata in piano non è più un modello: un po' di sfida controllata va calcolata. Se parliamo di accessibilità in montagna, vuol dire attrezzarsi rispetto a possibili eventi negativi e togliere la campana di vetro attorno a una generazione.

C'è anche l'aspetto dello shopping, delle attività culturali e degli eventi. Teniamo conto che la generazione degli anziani non ha un livello altissimo di istruzione e molti vogliono recuperare nella terza età una dimensione culturale. Nelle località turistiche di montagna, quindi, possono essere recuperate oltre alla dimensione naturalistica o sportiva, anche quella dello shopping e degli eventi culturali.

Bisogna lavorare su alcune piste, una delle quali è quella della comunicazione, che faccia capire la vera accessibilità del turismo montano, con tutte le *facilities* previste affinché la persona anziana possa godere di un turismo più ricco, più multi-dimensionale, più sportivo, più coinvolgente, mettendo insieme la logica tradizionale di una vacanza di piccolo svago e di riposo con una vacanza che permetta di fare delle esperienze.

Si è visto che una delle caratteristiche degli anziani è la curiosità. Quindi bisogna pensare alla programmazione di un'offerta che vada dalla ricettività di qualità (per esempio il cibo, che viene molto apprezzato, magari ripensato in una logica più salutista) all'organizzazione complementare (organizzare escursioni, incuriosire con offerte particolari), sempre legate a una dimensione culturale e di eventi. In questo senso si fa già tanto, ma non trascurerei il fatto che, se oggi c'è una generazione economicamente solvibile, questa è la generazione degli anziani. Il cammino che dobbiamo fare è dunque verso il turismo della "longevità attiva".

Fig. 1 - La crescita della componente anziana nell'ultimo decennio

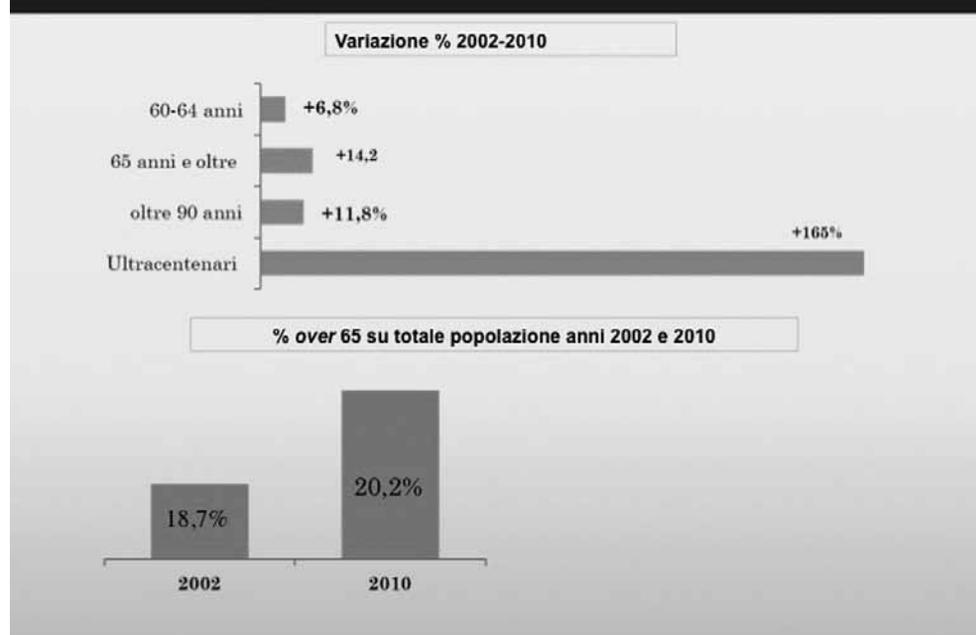


Fig. 2 - L'ulteriore crescita prevista per gli anni a venire

Nel 2030 gli ultrasessantacinquenni sfioreranno i 17,0 milioni (26,6% della popolazione)

Popolazione italiana per classe di età - Anni 2005 e 2010 e previsione 2030 (v.a. e variazione %)

	2005	2010	Var.% 2005-2010	Previsione 2030	Var.% 2010-2030
0-14	8.283.936	8.513.222	2,8	7.980.898	-6,3
15-64	38.875.440	39.811.683	2,4	38.624.854	-3,0
65-84	10.347.779	10.629.308	2,7	14.046.689	32,2
85 e oltre	1.244.556	1.672.229	34,4	2.892.364	73,0
di cui 100 e oltre	10.154	16.145	59,0	66.508	311,9
Totale	58.751.711	60.626.442	3,2	63.544.805	4,8

Fonte: elaborazione Censis su dati Istat

Fig. 3 - Vivere a lungo e in buona salute

Gli anziani in buona salute e autosufficienti oggi sono circa 10,5 milioni

	%	%	%
	Anziani autosufficienti	Anziani parzialmente o non autosufficienti	Totale anziani
2002	76,6	23,4	100,0
2006	82,3	17,7	100,0
2010	85,2	14,8	100,0

Fonte: indagini Censis, 2002, 2006, 2010

Fig. 4 - Prevalente valutazione positiva della vita attuale

Come valuta la sua vita attuale?

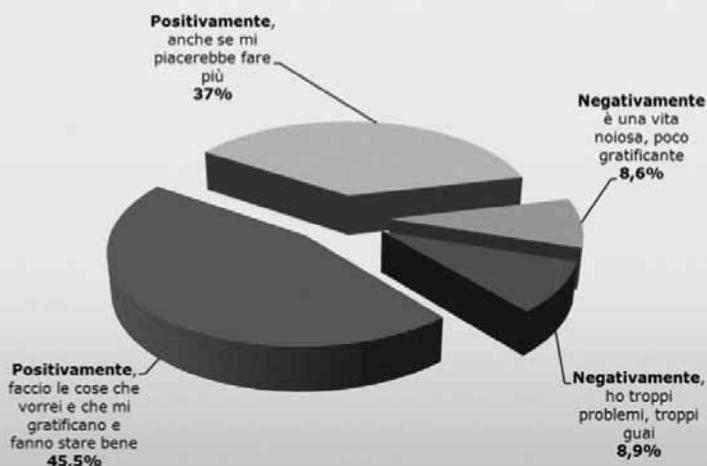


Fig. 5 - Un Progetto di Vita anche nella Terza Età

Gli anziani che immaginano che la propria vita possa ancora evolvere sono il 62,8% del totale

Se pensa alla Sua vita tra dieci anni se la immagina diversa da quella attuale?	18 - 29 anni	30 - 44 anni	45 - 64 anni	65 e oltre	Totale
No, per niente	6,3	26,0	32,4	37,3	28,0
Si, poco	10,9	22,8	25,3	23,8	22,1
Si, abbastanza	49,7	35,7	31,1	20,8	32,5
Si, molto	33,1	15,5	11,3	18,2	17,4
Totale	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Fonte: indagine Censis, 2011

Fig. 6 - Il futuro non è visto solo come fonte di preoccupazione

Gli anziani che non guardano con preoccupazione al proprio futuro sono il 58,4% del totale

Pensare a cosa sarà la Sua vita tra dieci anni...	18 - 29 anni	30 - 44 anni	45 - 64 anni	65 e oltre	Totale
La preoccupa	47,4	44,2	47,4	41,6	45,0
La incuriosisce	22,9	27,5	18,2	14,2	20,5
La carica come di fronte da un sfida	18,9	14,9	10,8	10,2	13,0
La lascia indifferente	5,1	8,5	12,9	20,1	12,3
La rende felice	4,6	2,9	5,0	6,3	4,7
La rassicura	1,1	1,8	4,5	2,3	2,7
Non sa/Altro/Nessuno di questi	-	0,3	1,3	5,3	1,8
Totale	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Fonte: indagine Censis, 2011

Fig. 7 - La persistenza di attenzione verso il futuro del Paese

Gli anziani che dichiarano di riflettere spesso sul futuro dell'Italia sono il 73,3% del totale

Le capita di pensare al futuro del Paese?	18 - 29 anni	30 - 44 anni	45 - 64 anni	65 e oltre	Totale
Si, molto	29,1	29,5	33,7	36,0	32,4
Si, abbastanza	47,4	44,2	42,6	37,3	42,4
Si, poco	16,0	12,6	12,6	12,5	13,1
No, per niente	7,4	13,7	11,1	14,2	12,1
Totale	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Fonte: indagine Censis, 2011

Fig. 8 - La crescita della solidarietà inter-generazionale

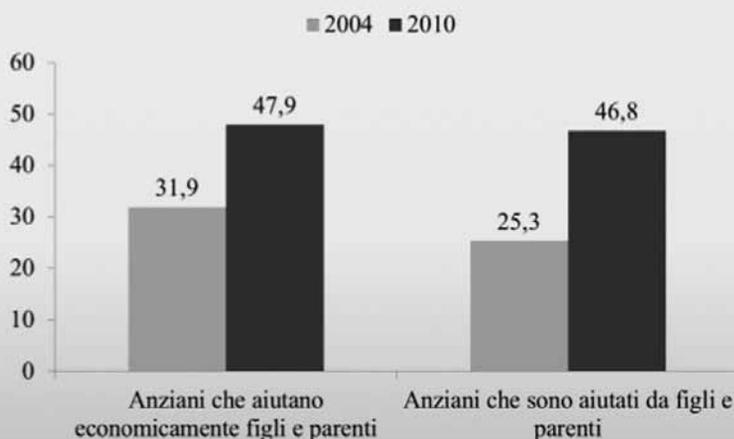


Fig. 9 - Il presidio della dimensione relazionale

Il 40,5% degli anziani dichiara di avere «molti amici». Nel segmento 60-65 anni la quota sale fino al 63,7%

Lei ha amici?	60 - 64 anni	65 - 69 anni	70 - 74 anni	75 - 79 anni	80 anni e oltre	Totale
Si, molti (oltre 6)	63,7	39,3	26,4	37,2	32,6	40,5
Si, abbastanza (da 4 e 6)	21,4	39,3	39,6	33,2	23,1	30,5
Si, pochi (da 1 a 3)	14,3	19,7	33,0	23,8	36,7	25,7
No	0,6	1,7	1,1	5,8	7,6	3,4
Totale	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Fonte: indagine Censis/Salute-la Repubblica, 2010

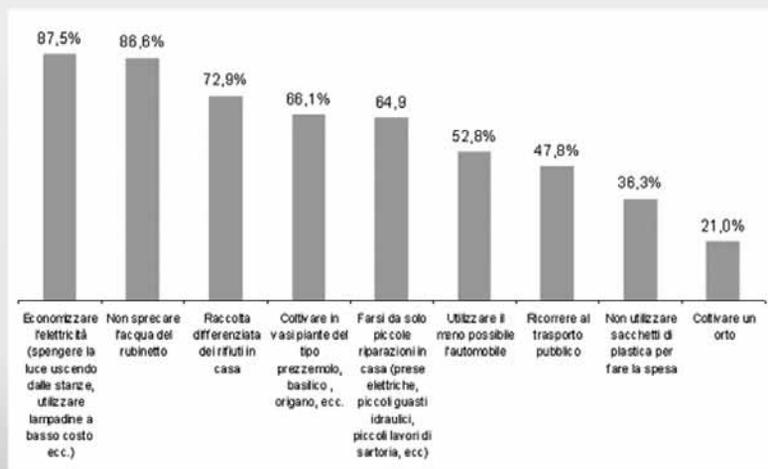
Fig. 10 - L'evoluzione in senso salutista degli stili di vita

Attività praticate dagli anziani per mantenersi in buona salute



Fonte: indagini Censis, 2002, 2010

Fig. 11 - L'Eco life degli anziani



Lodovico PASSERIN d'ENTRÈVES

Ringrazio Giuseppe Roma, direttore generale del Censis, per averci presentato una ricerca che è molto completa, perché tocca sia gli aspetti quantitativi (le proiezioni nei prossimi decenni) sia gli aspetti qualitativi (il progetto di vita che gli anziani hanno), ma anche e soprattutto per il taglio propositivo del suo intervento. Le riflessioni che Roma ci ha sottoposto saranno certamente alla base dei gruppi di lavoro che si costituiranno più avanti.

Pregherei adesso Andrea Borney, presidente del Coordinamento Solidarietà Valle d'Aosta, di assumere il ruolo di moderatore, in modo che i lavori possano procedere secondo il programma.

Prima sessione

TURISMO ACCESSIBILE E NEW MEDIA

Moderata

ANDREA BORNEY

presidente CSV- Coordinamento Solidarietà Valle d'Aosta

Buongiorno a tutti.

Innanzitutto invito i relatori a salire sul palco, e intanto porto i saluti del presidente dell'Associazione Albergatori Silvana Perucca, che oggi non può essere qui con noi, anche se ci teneva molto, e del presidente del Consorzio Trait d'Union, Roberto Presciani, che avrebbe dovuto moderare la seconda sessione, ma anche lui è impossibilitato a venire; quindi modererò io anche la seconda sessione.

Un piccolo cappello: il presidente Lodovico Passerin d'Entrèves ci ha ricordato che siamo nell'*Anno europeo dell'invecchiamento attivo e della solidarietà tra le generazioni*. Ebbene, proprio per il secondo anno consecutivo l'Unione Europea ha posto l'attenzione sul tema del volontariato. Ricorderete che il 2011 è stato l'*Anno europeo del volontariato*, e ora nel 2012 se ne tocca ancora una fetta molto importante. Come invecchia la popolazione, infatti, così invecchia anche il volontariato, e la terza età attiva rappresenta allora una risorsa molto importante del volontariato.

Alcuni anni fa, al Convegno *Montagna e Solidarietà* (che si svolge ormai ogni anno nel mese di giugno al Colle del Gran San Bernardo), voluto da Regione Valle d'Aosta, Segretariato sociale della RAI e al CSV, è stata portata un'esperienza molto bella di un'Associazione di Saluggia, in Piemonte, che si chiama *Vita Tre*, che adesso è fortemente cresciuta e ha raggiunto una dimensione importante. Quest'Associazione si rivolge alla terza età attiva con un obiettivo: rendere l'anziano, risorsa per la comunità per le altre generazioni e per gli altri anziani. Il vantaggio è duplice, perché la persona anziana porta un importante contributo alla popolazione e in più, rendendosi attivo, avendo molto tempo a disposizione, svolgendo attività che lo impegna fisicamente e mentalmente, rallenta anche il proprio invecchiamento, quindi ritarda la propria ospedalizzazione e la necessità di cure. Quest'aspetto rappresenta un ulteriore vantaggio per la comunità. A questo proposito, vi ricordo che il 23 giugno di quest'anno il Convegno *Montagna e Solidarietà* al Colle del Gran San Bernardo si occuperà di un tema analogo, perché si parlerà di montagna, sport e pari opportunità per le persone con disabilità, quindi si toccherà in parte anche l'aspetto del turismo accessibile e del turismo sociale.

Gli anziani, l'abbiamo visto, possono essere non solo beneficiari, ma anche attori delle proposte turistiche, quindi anch'essi possono dare, con il loro bagaglio di esperienza culturale, un importante aiuto, un appoggio al settore del turismo.

Vediamo ora brevemente qual è la situazione attuale in Valle d'Aosta.

Negli ultimi anni c'è stato sicuramente un certo fermento dal punto di vista del turismo accessibile nell'ambito del volontariato, della cooperazione, dell'imprenditoria, ma anche in quello pubblico; ricordiamo, per esempio, lo sforzo che il Comune di Valgrisenche sta facendo in questo settore. In quest'ambito, si sono sviluppate molte iniziative anche di un certo profilo.

Possiamo però individuare almeno due criticità: la prima è la difficoltà di lavorare

in rete, ci sono cioè tante belle proposte, che però poco collaborano tra di loro, anche se in realtà negli ultimi periodi stanno cominciando a nascere delle sinergie e si sta costruendo qualcosa in merito; la seconda, che forse è ancora più grande, riguarda la promozione, nel senso che ci sono tante iniziative molto belle, che però sono poco o male, o talvolta per nulla promosse.

Ecco allora che questa giornata assume un ruolo importante anche sotto l'aspetto didattico per i vari operatori, perché vedremo quali opportunità possono fornire i *new media*, tra l'altro a costo zero o quasi, per promuovere le esperienze di eccellenza presenti sul nostro territorio.

Ci fa quindi molto piacere avere con noi Roberta Milano, docente di *web marketing* per il turismo presso l'Università di Genova. La professoressa Milano ci parlerà proprio del ruolo dei *blog* e dei *social network* nel settore del turismo accessibile.

IL RUOLO DEI BLOG E DEI SOCIAL NETWORK NEL SETTORE DEL TURISMO ACCESSIBILE

ROBERTA MILANO

professore di web marketing per il turismo presso l'Università di Genova

Mi occupo di una materia specialistica che utilizza una terminologia specifica, spesso in inglese. Il mio intento è spiegare che quanto sta accadendo, sul web e grazie al web, è cosa più semplice di quanto si possa immaginare.

Per riuscire nel mio intento ho diviso la presentazione in tre parti:

- 1) Internet, blog e social network: come cambia la comunicazione.
- 2) Turismo: come questi cambiamenti impattano il mercato turistico.
- 3) Specificità del turismo accessibile.

La prima cosa importante da capire è che Internet e la rete non sono qualcosa di virtuale. Agli inizi la rete era approssiata come tale. Oggi si sta finalmente cominciando a comprendere che sul web si riproduce la vita reale. Il passaggio successivo sarà capire che quella vissuta online è vita reale a tutti gli effetti, con le stesse dinamiche, anche se si esprime con grammatiche digitali diverse.

Parliamo di una rete di comunicazione orizzontale che ha spiazzato e disintermediato tutta una serie di settori, *in primis* quello del giornalismo e dell'informazione, e sicuramente ha disintermediato o modificato in maniera pesante la filiera distributiva del turismo.

Gli studiosi hanno provato a rappresentare graficamente la comunicazione in rete.

Ognuno di noi ha una rappresentazione differente, personale, perché diversi sono i nostri contatti. Ma ogni singola persona ha anche rappresentazioni differenti per ogni social network in cui è presente e in cui ha costruito una diversa rete di relazioni: di amicizia, professionali o altro.

Pensiamo al sistema aeroportuale. Gli ecosistemi digitali funzionano più o meno nella stessa maniera: non come una rete stradale, proprio come una rete aerea con scali più o meno importanti e con hub strategici.

Dopo aver capito “come” viaggia la comunicazione, ora cerchiamo di capire “cosa” fanno le persone in rete. Che cosa succede in un minuto su Internet? (slide 1).

Nella slide vediamo una rappresentazione, una infografica, di ciò che succede in un solo minuto: una marea impressionante di cose. Trenta ore di video caricate su Youtube, oltre 2 milioni di ricerche su Google, 6 milioni di pagine viste su Facebook. A scendere, vediamo anche i dati di altri social network (Twitter, Flickr, LinkedIn, ecc.).

Facebook e Twitter, sono i due social network più importanti perché diventano il punto di smistamento di altri contenuti presenti su altri social network molto interessanti anche per il turismo.

E di cosa si parla sui social network?

Da una ricerca GPF di un anno e mezzo fa emerge che i viaggi sono il secondo argomento. Il primo argomento di cui si parla sono *gli amici*. Ci sono poi vari altri argomenti. In pratica facciamo esattamente quello che potremmo fare in un bar o in un altro contesto relazionale off-line.

Mediamente, l'approccio a Internet delle aziende, sia pubbliche che private, consiste nella riproduzione delle dinamiche dei vecchi media, che sono unidirezionali, quindi sono verticali, non sono orizzontali come la rete; di conseguenza, le aziende vedono il proprio sito al centro di questa nuova comunicazione. Non funziona così, bisogna pensare a come le persone vivono Internet. Ad esempio, le persone vivono la rete attraverso i motori di ricerca, che spesso sono la chiave di accesso iniziale alle nostre ricerche, alle nostre consultazioni online.

Ciò che volevo sottolineare è che il modo di vivere Internet da parte delle persone è molto diverso da come lo immaginano le aziende. Anziché pensare di essere noi al centro, oggi, per fare marketing in rete, dobbiamo essere noi pronti a farci trovare nei "luoghi" dove le persone amano stare. Questo comporta un radicale cambiamento di prospettiva.

Che cosa sta succedendo, in estrema sintesi? Vediamo due dati che io ho sintetizzato.

Ci sono due tendenze apparentemente in contrasto: una, la tendenza alla socialità, a condividere quello che fa parte della nostra vita; l'altra, la tendenza a sentirsi al centro, quindi una sorta di deriva egocentrica. Vediamo di approfondire.

La socialità viene identificata da alcune riviste come THE F-FACTOR: fan e friends (su Facebook), follower (su Twitter). Assistiamo al procedere di dinamiche basate su relazioni di amicizia, dove l'amicizia ha assunto un significato molto diverso da quello tradizionalmente inteso, ma è comunque una forma di relazione con cui le aziende si devono rapportare (slide 2).

Quella dell'"io al centro" è una dinamica un po' successiva, ma molto interessante. Con i marker di Google Map ormai ci troviamo al centro di una mappa e questo crea un'abitudine a vedersi al centro, soprattutto grazie ai device mobili, gli smartphone. Ci siamo abituati ad avere le informazioni che seguono noi. Ciò modifica il rapporto con il territorio, il tempo, i luoghi.

Visto che siamo abituati a trovarci al centro, ci sono già aziende che soprattutto in ambito turistico hanno cominciato a sfruttare questa cosa. Esistono dei social network di geolocalizzazione, tra i quali il più famoso è Foursquare, che stanno attivando partnership con Groupon, un sito di social commerce che normalmente fa arrivare via e-mail offerte di vario tipo in un zona di riferimento. Il travel è per loro il settore forse più interessante, quello che cresce di più, per cui adesso sono pronti a far arrivare le offerte non solo via e-mail al mattino, quando siamo davanti al computer, ma quando siamo in un determinato luogo. Ci dicono: bene, tu sei in questa città, vediamo qual è l'offerta, quali alberghi e ristoranti intorno a te stanno facendo un'offerta scontata. Il canale distributivo viene completamente rivoluzionato.

L'età. Visto l'oggetto del convegno di oggi, sono andata a cercare alcuni dati

interessanti. Esiste un Osservatorio Facebook Italia che analizza costantemente cosa succede su Facebook. Non parliamo di un mondo solo per giovani, perché cresce il numero delle persone sopra i 46 anni e anche sopra i 56.

Scendiamo un po' di più in profondità nel nostro discorso e vediamo che cosa sta succedendo nel turismo.

I social network, sia quelli di carattere verticale, cioè che si occupano di un solo argomento, sia quelli generalisti come YouTube o Facebook, riproducono la vita reale con proprie dinamiche. Qualcosa, però, è cambiato. Vediamo che cosa.

Le conversazioni che avvengono online sono sicuramente amplificate; il classico passaparola tra le persone funziona sempre, però le cose scritte su Internet rimangono, i commenti che noi postiamo restano per la consultazione asincrona nel tempo da parte di persone che arriveranno da motori diversi e in un periodo successivo. È poi aumentata la consapevolezza del potere dei consumatori, i quali sanno che possono esigere di più, sia in termini di informazioni, sia in termini di prezzo. Anche questo ha spiazzato e sta spiazzando molto chi si occupa di marketing.

La cosa che interessa di più, anche dal punto di vista sociologico, è come cambiano i comportamenti. Se non capiamo come cambiano i comportamenti, non sappiamo come relazionarci con la comunicazione e con i new media.

Se prima l'obiettivo di marketing era la cosiddetta *brand awareness*, la conoscenza di un brand, oggi occorre creare *brand engagement*, ossia una relazione, un rapporto quasi affettivo con il brand, perché solo questo determina il comportamento d'acquisto. Ossia: non è importante che se ne parli, come si diceva un tempo, è importante che se ne parli bene. In particolare per il turismo. Se scelgo una meta dove non sono mai stata, ho bisogno del racconto di un'esperienza e quindi vado su siti come TripAdvisor a cercare i commenti e le opinioni di persone che io reputo disinteressate e di conseguenza più attendibili. È importante che voi abbiate un buon sito, è importante che mostriate belle foto e che siate sinceri nel tipo di comunicazione. Non create mai delle aspettative errate perché poi questo vi si ritorce contro. L'obiettivo, quindi, è riuscire a far parlare bene di sé.

Nel turismo, entrando nel merito, dobbiamo distinguere tre fasi: la pre-esperienza, l'esperienza turistica e la post-esperienza.

Le persone producono contenuti, cioè video, foto, commenti; una volta li producevano tornati dalle vacanze, oggi li producono contestualmente, sempre grazie all'avvento del mobile. Io quindi consiglio agli operatori turistici, visto che nella maggioranza dei casi i commenti sono positivi, di non precludersi la possibilità di fare marketing in questo nuovo modo. Aprite la Rete il più possibile, rendete disponibile il wi-fi, in modo che ci sia quell'autostrada su cui la comunicazione può esprimersi. Altrimenti, veramente, si perdono tante occasioni.

Oggi si parla di brand engagement e di brand reputation, che però andrebbero valutati sia in termini di destinazione che di singola struttura. La cosa è abbastanza complessa e forse non è opportuno andare oltre. Rilevo solo che un hotel o un servizio turistico, oltre a preoccuparsi della propria *reputazione*, dovrebbe anche valutare che cosa si dice del territorio: se è un territorio accogliente per gli anziani, per deter-

minate tipologie di turismo e in generale per il turismo accessibile. È possibile, anzi doveroso, ascoltare. L'approccio giusto alla rete è quello innanzitutto dell'ascolto. Se uno fa le domande giuste ai motori di ricerca, si ottengono risposte molto mirate. Il problema è che spesso non interroghiamo i motori di ricerca e di conseguenza, soprattutto per quanto riguarda il territorio, non si sa cosa la gente pensa e dice di noi (slide 3).

La cosa "sconvolgente" per il marketing è che, grazie alle modificazioni ormai avvenute, oltre ai tradizionali ambiti del B2B e nel B2C, business to business e business to consumer¹, oggi esiste il nuovo fenomeno del C2C ben rappresentabile con i commenti su TripAdvisor: *consumatori* che lasciano dei contenuti affinché siano utili ad altri *consumatori*. I *consumatori* parlano tra loro e le aziende sono tagliate fuori se non sanno entrare, con la dovuta cautela, con la dovuta grazia, all'interno di queste conversazioni.

Da una ricerca, da me condotta con BTO Educational, risulta che, anche nel turismo, stanno notevolmente aumentando le "visite" ai siti provenienti dai social network (slide 4).

In altre parole i dati stanno dimostrando quanto fosse vera l'intuizione degli autori del Cluetrain Manifesto² che, nel 1999 quando ancora i social network non esistevano, scrissero che *i mercati sono conversazioni*.

Vediamo allora qualche esempio nell'ambito del turismo accessibile.

Quella del turismo accessibile, in fondo, è una nicchia non molto diversa dalle altre, per cui vale quanto ho detto in precedenza: l'ascolto è il primo step che consiglio, l'approccio giusto per capire un territorio, un argomento, le esigenze collegate, il "sentiment". Solo dopo consiglio di iniziare a parlare.

Un approccio, quindi, molto diverso dalla comunicazione attraverso la televisione o la radio. La comunicazione con i new media fa sì che le persone possano soddisfare e nutrire interessi sempre più personali. Si passa da un mercato di massa a una massa di nicchia. In questo senso, il turismo degli anziani o il turismo accessibile non sono altro che una delle tante rappresentazioni. Qui ho portato due esempi.

Il primo esempio è quello del sito della California: nella *homepage*, fra i *tool*, il viaggiatore portatore di disabilità trova subito le informazioni che gli interessano (slide 5).

1 Il marketing può rivolgersi ai consumatori, e in questo caso si parla di *marketing B2C*, (*business to consumer*, "dall'impresa al consumatore"), spesso definito semplicemente marketing; oppure, può rivolgersi al mercato delle imprese, e in questo caso prende il nome di marketing industriale o *marketing B2B*, (*business to business*, "da impresa a impresa").

2 The Cluetrain Manifesto è un insieme di 95 tesi organizzato e presentato come un manifesto, o invito all'azione, per tutte le imprese che operano all'interno di ciò che si propone di essere un nuovo mercato interconnesso.

Il manifesto è stato scritto nel 1999 da RICK LEVINE, CHRISTOPHER LOCKE, DOC SEARLS e DAVID WEINBERGER [Wikipedia].

Il secondo esempio è quello di *Italia.it* dove, invece, non ho trovato facilmente le informazioni che cercavo. Alla fine, almeno per come ho navigato io, l'unico modo per reperire quelle informazioni è stato consultare le domande più frequenti: dalla *homepage* sono passata alle "info utili" e alle FAQ e all'interno delle FAQ ho trovato alcune indicazioni, peraltro sotto forma di domanda e risposta (slide 6).

Su internet, attraverso l'uso di *parole chiave*, si arriva a un facilissimo incontro tra domanda e offerta. L'ho sperimentato personalmente prima del convegno. Sono andata a interrogare i *social network* e ho scoperto tanti *mondi*. Vediamo insieme alcuni esempi.

Diversamente agibile. In base alle chiavi che ho impostato sui motori di ricerca, ho trovato un sito che ha un progetto e che risponde all'esigenza di erogare direttamente informazioni sul turismo accessibile.

Ho scovato altri *blog*. Uno l'ho trovato attraverso Flickr. All'interno di uno dei gruppi di discussione, ho trovato la segnalazione del *blog* che qui ho riportato (slide 7).

C'è poi un'importante pagina Facebook.

Su Twitter, invece, basta scrivere "turismo accessibile" o altre chiavi di ricerca e ugualmente è possibile trovare delle persone che si occupano del tema specifico, incidentalmente o istituzionalmente (slide 8).

Naturalmente bisognerebbe esplorare, se ci interessano da un punto di vista di *marketing*, anche i siti dei mercati esteri nelle lingue di origine. Per esempio, visitando *Disabled Travel* possiamo scoprire che, sempre su Twitter, varie persone stanno parlando di quell'argomento specifico a diverso titolo. Vengono spesso segnalati dei *link* e, per il principio della cosiddetta *serendipity*, scopriamo "cose" che all'inizio nemmeno immaginavamo.

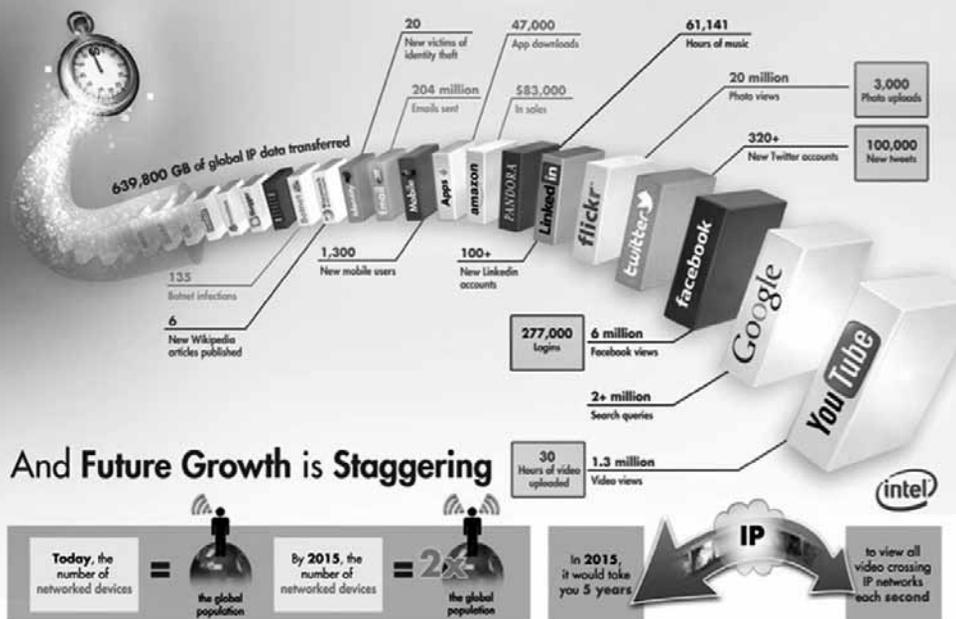
Sempre su Flickr ho trovato una serie di album di una persona australiana che testa gli hotel e, in ogni *set* fotografico, inserisce una serie di foto che monitorano i bagni, le stanze, ecc. Foto anche di bassa qualità ma molto utili, raggruppate secondo i nomi dei vari hotel.

Pinterest, invece, è un nuovo *social network* basato sulle immagini che nel giro di pochi mesi è diventato il terzo *social network* al mondo dopo Facebook e Twitter: consiglio di tenerlo d'occhio.

Possiamo dire, quindi, che quello che vi ho brevemente descritto è un mondo solo apparentemente disordinato. In realtà ci si ritrova facilmente per affinità. Allora io ho voluto concludere con una foto del convegno Buy Tourism Online. In questa foto, che è di due o tre anni fa, c'è Max (Massimiliano Ulivieri, lo conoscerete dopo tra i relatori) (slide 9).

Quello che voglio dire è che chi si interessa di argomenti comuni si incontra prima *online* e poi, spesso, anche *off-line*. Nella foto ci sono anch'io e c'è Max. Quindi non pensate che la rete sia un ambiente davvero virtuale o freddo, è un ambiente molto caldo: basta saperlo interrogare e saperci stare con la giusta delicatezza.

What Happens in an Internet Minute?



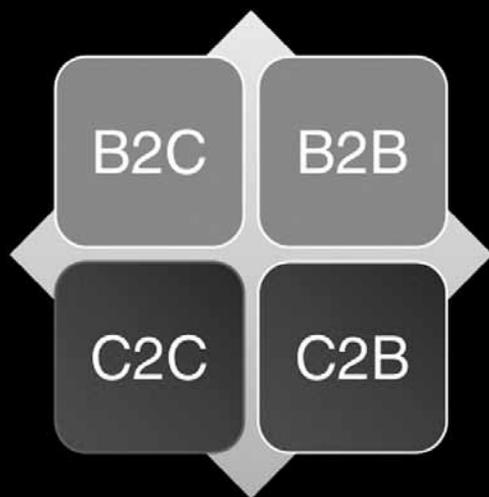
Economia dell'IO



"Essere al centro cambia tutto. Cambia la vostra percezione dello spazio, del tempo e dei luoghi. ... E cambia il vostro ruolo nelle transazioni. Ora siete il punto di partenza. Ora il mondo digitale segue voi, non il contrario."

Nick Bilton "Io vivo nel futuro"

Internet impone al Marketing,
nuovi scenari e nuovi modelli

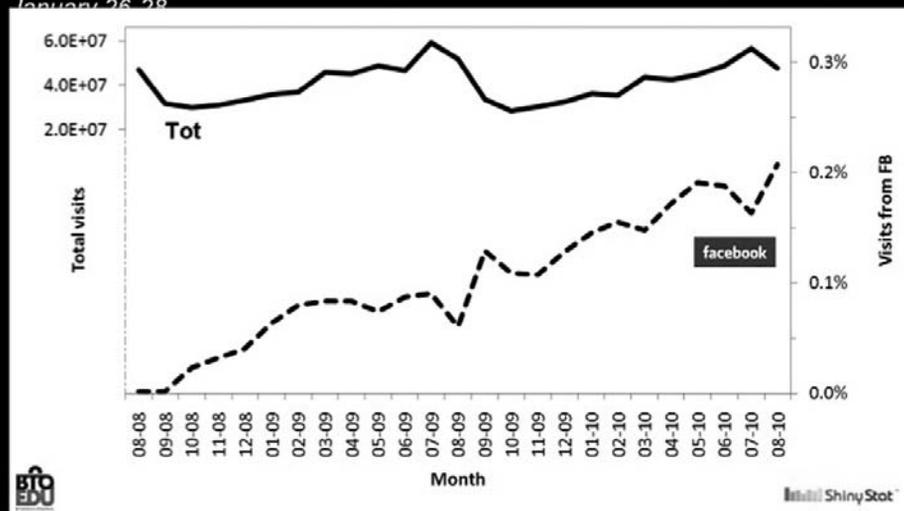


Milano, R., Baggio, R., & Piattelli, R. (2011).

The effects of online social media on tourism websites.

Proceedings of the Enter 2011 International Conference, Innsbruck, Austria, January 26-28

ENTER¹¹
@ Innsbruck



Le visite ai siti turistici provenienti da Facebook sono
in costante e progressivo aumento

Visibilità e attenzione diverse

Amgen Stage 5 - Bakersfield. Plan your tour.

California
Find yourself here

Sign In | Sign Up United States ▾

My Trip Visitor's Guide

Life In California Destinations Things To Do **Travel Tools** Deals

Downloadable Maps
Interactive Maps
Getting Around
Places To Stay
Reservations & Tickets
California Welcome Centers

Visitor's Guide
General Information
Travelers with Disabilities
State Size & Drive Times
Weather

Rob Lowe
OFFICIAL "UNOFFICIAL"
CALIFORNIA TOUR GUIDE

Northern California
San Francisco & Beyond

Central California
Santa Barbara & Beyond

Southern California
Los Angeles, San Diego & Beyond

Visibilità e attenzione diverse

ITALIA
Sito ufficiale del turismo in Italia

EN DE FR ES ZH CERCA

Scopri l'Italia Idee di viaggio Focus Notizie Media Info utili e FAQ

Home > Info utili e FAQ > FAQ > Turismo accessibile

Turismo accessibile

Sono un ragazzo disabile, sto organizzando un giro turistico dell'Italia e vorrei spostarmi in treno. Che tipo di assistenza è prevista per i viaggiatori con disabilità?

Alle persone con disabilità Trenitalia offre un servizio di assistenza garantito 24 ore su 24, organizzato attraverso le cosiddette Sale Blu, presenti in 14 stazioni principali. Per usufruire del servizio è necessario contattare la Sala Blu e presentarsi in stazione 30 minuti prima della partenza del treno. Attraverso le Sale Blu è possibile usufruire dei seguenti servizi: informazioni e prenotazione posti; eventuale messa a disposizione della sedia a rotelle; guida in stazione e accompagnamento al treno; guida fino all'uscita di stazione o ad altro treno coincidente; salita e discesa con carrelli elevatori per i clienti su sedia a rotelle; eventuale servizio gratuito, su richiesta, di portabagagli a mano (1 collo); distribuzione di materiale informativo. Trenitalia mette a disposizione il call center a pagamento 199 89 20 21 e il numero unico nazionale a pagamento 199 30 30 60 per l'assistenza ai clienti disabili.

Trenitalia

Sono una turista non vedente e viaggio con il mio cane guida. Ci sono strutture alberghiere in grado di accogliere me e il mio cane senza problemi?

Siamo una famiglia con un bimbo disabile e vorremmo trascorrere le vacanze al

FAQ

- > Cultura e spettacolo
- > Emergenza e numeri utili
- > Meteo e clima
- > Mobilità
- > Musei e monumenti
- > Ricettività alberghiera ed extra-alberghiera
- > Ristorazione
- > Salute
- > Sicurezza
- > Trasporti
- > **Turismo accessibile**
 - > Tutela dei diritti del turista
 - > Visti, permessi e autorizzazioni

Rolling Rains - Travel with a Disability

Pool del gruppo Discussione 346 Membri Carina Iscriviti a questo gruppo

Pool del gruppo 1.535 elementi | Solo i membri possono aggiungere elementi al pool. Vuoi iscriverti?



Ricerca il pool di questo gruppo

► Altre foto



srains (administratore di un gruppo) dice:

08 mar '07 - Travel With a Disability members - You are each encouraged to introduce yourself in the folder "Welcome - Introduce Yourself Here"

Discussione 32 posts | Solo i membri possono pubblicare post. Vuoi iscriverti?

Titolo	Autore	Risposte	Post più recente
Gili in Tasmania	gillias	0	2 mesi fa
Welcome - Introduce Yourself Here!	srains	76	2 mesi fa
Photographers with Disabilities	Chris300456	0	5 mesi fa
2011 Human Rights Photo competition (Australa)	AusHumanRights	0	7 mesi fa
Help us create a nationwide virtual celebration for the 20th anniversary of the ADA!	radio real time	1	21 mesi fa
Disabled Explorers	jctrandon	1	27 mesi fa



Tweet

Persone



Tendenze Italia - Modifica

- #schoolmemories
- 11 Top Celebs to Follow
- #NoOrnofobia
- 22 Million For Justin
- #OneDirectionItalyNow
- Giornata Internazionale
- Knowledge Graph
- Marocco
- Bin Laden
- Francoforte

twitter

© 2012 Twitter Chi siamo Aiuto
Termini di servizio Privacy Blog Stato
Applicazioni Risorse Lavora con noi
Inserzionisti Business Media Sviluppatori

Risultati per **disability travel**



Tweet Top / Tutto

- 
Viator.com @ViatorTravel 15 Mag
 #DreamTravelJob Team Europe made it to #Munich! RT @duzer:
 Marienplatz awesomeness in Munich tout.com/mp81uvd
 Sponsorizzato da Viator.com
 Espandi
- 
Karen Braitmayer @kbrtmyr 14m
 #AIA2012 Real-life adventures in **disability travel**: Rental scooter
 out of juice, parked outside of YAF lounge. Come say hi!
 Espandi
- 
Ireland Meta Guide @ie_meta_guide 6h
 #Rasheedavqr: How to **Travel** to and in Britain & Northern Ireland: A
 Guidebook for Visitors with a **Disability**. HOW TO **TRAVEL** in.....
 Espandi
- 
Graeme Innes @Graemeinnes 15 Mag
 Human Rights Coms and orgs of people with **disability** can **travel**
 the path together- we are building partnerships.
 Espandi
- 
Aquarius Zodiac @Raquarius13 14 Mag
 Universal Design and the ICF - Rolling Rains Report: Precipitating
 Dialogue on **Travel, Disability**, and Universal... bit.ly/LKvC4t
 Espandi



ANDREA BORNEY

Ringraziamo la dottoressa Milano, che ci ha dato sicuramente delle sollecitazioni molto importanti.

A questo punto, chiamo di nuovo sul palco il dottor Lodovico Passerin d'Entrèves e gli assessori Albert Lanièce e Aurelio Marguerettaz.

LODOVICO PASSERIN D' ENTRÈVES

Ringrazio la professoressa Milano per l'interessante intervento, che sviluppa bene il quadro disegnato dal dottor Giuseppe Roma.

Prego gli assessori Lanièce e Marguerettaz di prendere la parola, ricordando che il tema è veramente importante e valido non solo per le proiezioni demografiche e gli aspetti qualitativi che ci ha indicato il dottor Roma, ma anche perché rientra nell'*Anno europeo dell'invecchiamento attivo e della solidarietà tra le generazioni*.

La Fondazione Courmayeur ha cercato di dedicare molte energie allo sviluppo di una rete di relazioni mirata ad attività comuni tra gli enti che in Valle, a vario titolo, si occupano di montagna e di turismo, al fine di realizzare insieme ricerche che consentano proprio conoscenze aggiuntive e momenti di riflessione come quello di oggi a chi ha responsabilità decisionali.

La parola, quindi, all'assessore Albert Lanièce, assessore alla Sanità, Salute e Politiche sociali della Regione Autonoma Valle d'Aosta.

ALBERT LANIÈCE

*assessore alla Sanità, Salute e Politiche sociali
della Regione Autonoma Valle d'Aosta*

Buongiorno a tutti. Scusate il ritardo, ma eravamo impegnati nella seduta di Giunta del venerdì.

Ringrazio ancora sinceramente il professor Lodovico Passerin d'Entrèves, presidente della Fondazione, che ha organizzato questo evento annuale, che ormai è diventato un appuntamento importante, dove illustriamo i nostri progetti, sui quali puntualmente, l'anno successivo, relazioniamo su quanto si è potuto attuare.

Io credo che nel settore del turismo accessibile l'Amministrazione regionale in senso trasversale (lo ricordavamo prima anche con il collega dell'Agricoltura, le cui strutture sono impegnate, per esempio, a istituire percorsi sul territorio accessibili ai disabili) ha a cuore tutto il settore delicato della disabilità, della presa in carico dei disabili e delle loro famiglie. È chiaro che anche questa nicchia particolare, come è stata definita prima, del turismo accessibile, è presa in considerazione; nicchia che credo si stia incrementando sempre più rispetto al passato. In questo senso, vorrei collegarmi al discorso dell'invecchiamento attivo che saggiamente è stato inserito oggi insieme all'altro argomento; invecchiamento attivo da una parte, ma dall'altra, con l'invecchiamento della popolazione, non autosufficienza in notevole aumento.

Questa nicchia del turismo accessibile, quindi, diventa sempre più importante ed è giusto tenerla in considerazione perché rivolta ad una quantità di persone che giustamente (questo l'abbiamo richiamato quando il Consiglio regionale ha ratificato la Convenzione dell'ONU) hanno dignità pari agli altri, quindi devono avere l'opportunità e la possibilità di frequentare come tutti le località turistiche.

Riguardo a quanto l'Amministrazione sta facendo, la struttura dell'Assessorato è impegnata a fornire un'importante funzione di consulenza, per gli enti e i privati, relativamente all'abbattimento delle barriere architettoniche, nel caso specifico nelle strutture di ricezione, e rispetto all'erogazione di contributi che permettano con l'eliminazione delle barriere architettoniche di arrivare alla fruizione, la migliore possibile, delle strutture di ricezione. Da questo punto di vista, c'è tutta un'attività ordinaria che va avanti, ordinaria ma importantissima, perché è quella che ci permette poi, se ben funzionante, di adeguare tutte le nostre strutture ricettive e di realizzare veramente un turismo accessibile.

Stiamo poi realizzando, grazie anche ai fondi europei, dei progetti interessanti. Ne cito uno che è stato depositato a fine febbraio di quest'anno: il Progetto transfrontaliero ALCOTRA Italia-Francia "*Integration et bien-être dans les Alpes*". Questo progetto che coinvolge in modo trasversale gli Assessorati all'Agricoltura e all'Ambiente porterà alla creazione di servizi e percorsi accessibili e innovativi sui territori montani, proprio per permettere la fruizione anche al disabile delle nostre meravigliose montagne. Questo è un esempio di progetto che va ad integrare le attività che stiamo realizzando con tanti *partner*, con il volontariato, in modo sistematico. Naturalmente non vogliamo perdere le importanti occasioni che ci vengono date sempre più attraverso l'utilizzo dei fondi europei.

Per quanto riguarda aspetti particolari di nicchia e altri, voglio ricordare che fra circa due mesi si aprirà a Saint-Vincent un Centro dialisi per vacanzieri, ma non solo per loro, in quanto sarà sicuramente inserito nella programmazione e nell'organizzazione della nostra Azienda USL per le sedute di dialisi. Il tema, però, è importante, perché sappiamo benissimo come il dializzato sia un paziente disabile con rilevanti problemi e quindi il tema è sicuramente da sviluppare in futuro. In Italia non esiste ancora un'offerta in questo senso, quindi come Regione Valle d'Aosta, l'intento è di sviluppare ulteriormente questo servizio. Tra l'altro, ho appena ricevuto come Assessore una lettera del presidente nazionale dell'Associazione Dializzati, il quale raccomanda a tutte le Regioni di mettere a disposizione... E noi possiamo permetterci quest'anno di offrire un servizio che, al momento, è unico sul territorio nazionale. Quindi, da questo punto di vista, le nostre proposte si stanno concretizzando.

Naturalmente voglio ricordare la sinergia con il mondo del volontariato e delle fondazioni private. Vedo la rappresentante della Fondazione comunitaria, che è molto attiva e vivace e permette di portare avanti dei progetti che si integrano con le attività istituzionali, quindi permette veramente di avvicinare sempre di più i cosiddetti normodotati a chi ha problemi di disabilità. Questo, in generale, è possibile anche attraverso progetti speciali che la legge regionale sulla disabilità ci consente di attuare, anche progetti pilota o comunque progetti che poi speriamo si incardinino sempre di più.

Quest'anno abbiamo potuto sviluppare anche delle attività nel comune di Valgrisenche con l'organizzazione degli Special Olympics che cercheremo di riportare il prossimo anno, giochi invernali per disabili che richiamano un buon numero di persone e di famiglie da altre regioni. Quest'anno c'è stata anche la rappresentanza di una regione francese. Tutto questo va ulteriormente ad arricchire la nostra offerta e le nostre proposte.

Per quanto riguarda *l'Anno europeo dell'invecchiamento attivo e della solidarietà nelle generazioni*, che si va strettamente a integrare con quanto ho detto prima, si affronterà anche il discorso del turismo accessibile. L'Assessorato si sta impegnando anche in questa direzione. Il direttore delle Politiche sociali Gianni Nuti, che interverrà dopo, vi parlerà di tutta una serie di iniziative promozionali legate proprio al tema dell'invecchiamento attivo che l'Assessorato vuole attivare. Questo in considerazione del lancio dell'*Anno europeo dell'invecchiamento attivo e della solidarietà tra generazioni*, non solo per sottolineare che, se gli anziani non autosufficienti aumentano sempre di più, fortunatamente aumentano anche gli anziani attivi, gli anziani come risorsa attiva e positiva della società, ma anche come risorsa in alcuni servizi sociali.

Noi quindi ci stiamo impegnando con alcuni progetti già in atto e con delle proposte legislative. Questo proprio per prendere atto che la società sta cambiando, che gli anziani sono una risorsa e non sono solo un peso per le famiglie.

Io mi fermerei qui, anche se ci sarebbero tante cose da dire. Gli aspetti più turistici li svilupperà il collega Marguerettaz.

LODOVICO PASSERIN D'ENTRÈVES

Grazie, assessore Lanièce.

La parola ad Aurelio Marguerettaz, assessore al Turismo, Sport, Commercio e Trasporti della Regione Autonoma Valle d'Aosta.

AURELIO MARGUERETTAZ
*assessore al Turismo, Sport, Commercio e Trasporti
della Regione Autonoma Valle d'Aosta*

Grazie, presidente. Buongiorno a tutti.

Anch'io mi scuso per il ritardo, anche se, egoisticamente, questo ritardo mi ha consentito di ascoltare la relazione della professoressa Milano, che mi permette di fare con voi una considerazione.

Rispetto all'attività dell'Amministrazione regionale, credo che l'intervento del collega Lanièce sia stato decisamente esaustivo. Ora, anche nella presentazione abbiamo sentito diverse volte parlare di "turismo di nicchia". Io allora amerei che con i potenti mezzi della Fondazione Courmayeur si potesse approfondire questo tema. Cioè, che cos'è la nicchia? Oggi come oggi, credo che le tante evoluzioni in atto rischino di mettere in discussione le nostre certezze. La domanda allora è: che cos'è la nicchia? Dal punto di vista della comunicazione, ognuno di noi navigando in Internet (avete visto come ha agito la professoressa Milano) cerca esattamente il dettaglio, l'informazione puntuale rispetto al proprio interesse. Se uno è interessato alla bicicletta sa che ci sono diverse declinazioni di bicicletta: Granfondo, Downhill, *mountain bike*... Così qualcuno pensa di avere delle informazioni, poi trova un interlocutore che ha un grado di approfondimento decisamente più elevato rispetto al suo. Ecco allora che cambia completamente il nostro approccio.

Quando parliamo di accessibilità, parliamo di un tema assolutamente a tutto tondo, perché non c'è solo un'accessibilità fisica, c'è un'accessibilità in senso lato che noi dobbiamo approfondire. In questo senso, la Fondazione Courmayeur sta facendo un ottimo lavoro, perché parte dal generale, non ghettizzando, non facendo un ragionamento quasi di cura nei confronti di una parte della popolazione, ma inserendo questo ragionamento all'interno della nostra offerta turistica. Come ho avuto già modo di dire, il disabile non ha delle esigenze diverse rispetto al normodotato, ma ha delle particolarità che dobbiamo soddisfare. Non possiamo immaginare di attrarre delle persone con disabilità nella nostra regione e non offrire loro nulla, o meglio, offrire loro solo un albergo accessibile o solo una strada accessibile. Questa, per dirla in termini matematici, è una condizione necessaria ma non sufficiente, perché poi si deve agire.

Allora anche nell'attività della pubblica amministrazione certe "rivoluzioni" non sono indifferenti, non sono senza conseguenze. Per esempio, per dare un'informazione coerente sui nuovi media, gli orari dei nostri uffici pubblici sono adeguati? Non è possibile far un salto su Twitter o su Facebook il sabato o la domenica e ottenere risposte dopo due giorni: ci sono delle tempistiche, delle realtà che anche nella pubblica amministrazione impongono delle potenti riflessioni. Non è solo una questione tecnologica: cambiano le abitudini, cambia il modo di pensare.

Peraltro, come abbiamo già avuto modo di dire, l'esperienza può anche essere negativa. E la pubblica amministrazione come reagisce, di fronte a un'esperienza negativa? Oggi come oggi, siamo quasi all'indifferenza, non c'è una reazione. In

America, se fai delle critiche, generalmente ti ringraziano per aver partecipato, per aver postato un tuo commento, poi ti daranno delle risposte; oppure ti dicono: hai ragione, abbiamo sbagliato, correggeremo questa nostra debolezza.

Il modo di agire sia della pubblica amministrazione sia, nel settore del turismo, degli albergatori e degli operatori, deve cambiare radicalmente. Questa è la sfida che dobbiamo raccogliere. L'inerzia, purtroppo, è un male che affligge non solo il pubblico ma anche il privato e quindi, se noi non cogliamo questa sfida, rischiamo di essere espulsi.

È chiaro che dentro il *web 2.0* troviamo una serie di insidie. Nella nostra piccola realtà, noi avvertiamo il rischio di avere ancora una visione distorta, perché i piccoli numeri a volte fanno prevalere solo i malpencisti, che accedono al *web* per inondarlo di critiche, di discorsi decisamente negativi, ma non negativi per migliorare, negativi punto e basta. In realtà, il futuro sarà diverso. Su TripAdvisor, per esempio, si fa una selezione, nel senso che non è che tutti indistintamente, protetti dall'anonimato, possono dire tutto; chi vuole fare dei commenti deve qualificarsi, deve far sapere chi è o comunque deve dare delle garanzie. Questo sia in bene che in male, perché poi c'è anche il commento positivo che magari è anche un commento mercenario (se ho un albergo posso chiedere a uno di scrivere una recensione positiva). Quindi ci sono tutta una serie di precauzioni che comunque bisogna adottare.

Come pubblica amministrazione, poi, abbiamo la necessità di creare una condizione a tutti i livelli sulle molteplici potenzialità dei nuovi strumenti di comunicazione che fino ad oggi abbiamo avuto delle difficoltà a far emergere. Immaginatevi come dei nostri funzionari o dipendenti, anche molto bravi, che hanno già superato la cinquantina, potranno confrontarsi con i *new media*. Una situazione che richiede grandi investimenti e grandi ragionamenti.

Concludo queste poche suggestioni dicendo che l'attività della Fondazione, così come quella del CSV e della Cooperativa Trait d'Union, è decisamente positiva.

Il titolo di questo Convegno è "*Turismo accessibile in montagna*". In senso lato, in questo titolo c'è tutto. Dopo di che, nella logica della specificità di cui abbiamo parlato prima, ci sarà una declinazione puntuale su punti particolari, ma il ragionamento, comunque, va bene per qualsiasi tipo di proposta che siamo nella condizione di poter effettuare.

LODOVICO PASSERIN D'ENTRÈVES

Ringrazio gli assessori Lanièce e Marguerettaz per il loro contributo, che, come sempre, è un contributo non solo formale ma sostanziale, che certamente aiuta a migliorare la qualità dei nostri lavori.

Lascio di nuovo la presidenza ad Andrea Borney per la prosecuzione dei lavori.

ANDREA BORNEY

Bien, alors, on reprend maintenant avec la première séance ; je demande à Monsieur Come Vermersch de nous rejoindre ici. On est très heureux d'avoir avec nous le directeur de Savoie-Mont Blanc Tourisme. Avec lui, maintenant on va donner un regard à ce que nos voisins savoyards sont en train de développer dans le cadre du tourisme adapté et des nouveaux médias. Je lui laisse la parole.

LE TOURISME ADAPTÉ ET LE ROLE DES NEW MEDIA DANS LES DÉPARTEMENTS DE SAVOIE ET HAUTE-SAVOIE

COME VERMERSCH

directeur Savoie Mont - Blanc Tourisme

Je m'appelle Come Vermersch, je suis le directeur général de Savoie-Mont Blanc Tourisme. Savoie-Mont Blanc Tourisme, c'est l'organisme en charge de la promotion touristique des deux départements de l'autre côté du tunnel du Mont Blanc, à savoir la Savoie et la Haute Savoie (figg. 1-2).

Savoie Mont Blanc est une destination touristique qui représente aujourd'hui un volume de fréquentation très important. C'est notamment vrai pour le ski, où Savoie Mont Blanc a une fréquentation équivalente à celle d'un pays (fig. 3).

Avec 66 millions de nuitées Savoie Mont Blanc est une destination qui fonctionne toute l'année, à la fois en hiver et en été. L'hiver est, bien entendu, la part prédominante de notre fréquentation touristique, puisqu'elle représente plus de 62% de la fréquentation touristique à l'année (fig. 4).

Environ un quart de nos clients sont étrangers, notamment Européens, et avec une forte proportion de clientèle d'Europe du Nord (fig. 5).

L'activité touristique dans nos deux départements représente entre 50% et 30% du produit intérieur brut de nos territoires, et pratiquement 50.000 emplois (fig. 6).

Avec 1 300 000 lits touristiques, la capacité d'accueil est particulièrement importante. 80% de cet hébergement qui est concentré sur les stations de montagne (fig. 7).

Nous disposons également de grands espaces naturels, des grands lacs, des parcs naturels et d'un point culminant, que nous partageons : le Mont Blanc (fig. 8).

Savoie Mont Blanc c'est enfin 110 stations de sports d'hiver, 55% du domaine skiable français, la moitié du parc des remontées mécaniques, 60% du nombre total de moniteurs dans les écoles de ski français

Voilà... voilà quelques éléments, points de repère sur cette destination, Savoie-Mont Blanc, composée comme je vous le disais tout à l'heure des départements de la Savoie et de la Haute Savoie (fig. 9).

A présent, quelques mots sur la politique globale d'accessibilité qui a été mise en place (fig. 10).

C'est, vous en doutez, une priorité depuis plusieurs années, non seulement de pouvoir accueillir un très grand nombre de touristes mais, parmi ceux-ci, un grand nombre de visiteurs ayant des besoins spécifiques. Au fil des ans il est devenu nécessaire d'adapter notre offre pour qu'ils puissent passer un séjour agréable. C'est une vraie culture de fond qui existe dans nos territoires depuis longtemps, de s'ouvrir et d'adapter notre offre.

Nous souhaitons depuis longtemps que la montagne ne soit pas un milieu réservé à quelques pratiquants, mais que ce soit un espace partagé et qui puisse être vécu par le plus grand nombre (fig. 11).

Ce sont les Jeux Paralympiques de Tignes qui ont été le déclencheur des efforts faits pour favoriser l'accessibilité de nos territoires. C'était en 1992, et c'est vraiment à ce moment là, quand il a fallu effectivement accueillir ces jeux, que toute la montagne s'est mobilisée pour pouvoir être à la hauteur de l'enjeu de cet événement international exceptionnel.

Dans un deuxième temps nous avons beaucoup travaillé sur l'adaptation d'une offre globale ; cela a été évoqué tout à l'heure par d'autres intervenants. Il ne s'agit pas uniquement d'avoir quelques points, quelques équipements accessibles, nous voulions vraiment avoir une politique globale d'accessibilité qui permette de pouvoir offrir un séjour complet à nos visiteurs.

Enfin il y a une autre particularité sur laquelle nous avons travaillé. Nous avons élargi la notion d'accessibilité, en ne ciblant pas uniquement aux personnes handicapées, mais plus des clients ayant des besoins spécifiques en termes de facilité de circulation, de mobilité, et de confort (fig. 12).

Notre premier travail a été de convaincre les professionnels du tourisme qu'il fallait s'engager dans ces actions. Pour cela nous n'avons pas voulu rester uniquement sur une approche de labellisation, mais mettre en place une vraie politique d'accompagnement et d'ouverture à des clientèles plus nombreuses. Lorsque que l'on prend cette politique d'accessibilité dans son sens le plus large, on considère qu'elle concerne pratiquement un tiers de nos visiteurs.

Nous incluons dans notre offre globale de tourisme adapté les familles avec des enfants en bas âge, et notamment des enfants dans des poussettes. Cela part du principe que découvrir la montagne, emprunter de chemins de randonnée, accéder sites de montagne, c'est également difficile pour des publics avec des enfants en bas âge ou pour des personnes âgées (fig. 13-14).

Le deuxième axe de travail, a été de raisonner sur l'ensemble de l'offre de services et pas uniquement sur un seul aspect (fig. 15).

La priorité a été de rendre l'offre de ski accessible. De gros efforts ont été faits, et aujourd'hui nous avons une offre qui est bien structurée, qui est réelle, qui nous permet d'accueillir de nombreux visiteurs chaque année.

A travers la formation des moniteurs de ski, l'adaptation globale de certaines stations de ski, des moyens financiers importants consacrés par les collectivités locales,

et puis bien entendu aussi l'accessibilité grandissante aux remontées mécaniques (fig.17).

Nous avons 110 stations de ski sur notre territoire ; aujourd'hui 32 ont répondu à un cahier des charges et proposent réellement une offre adaptée (fig.18).

Depuis quelques mois, certaines stations ont également mis en place des prestations dont vous voyez la photo sur la présentation: c'est ce qu'on appelle du taxi-ski, c'est un moniteur de l'école de ski qui accompagne des personnes âgées ou handicapées (fig. 19).

Voilà globalement les différentes formes de tourisme adapté qui ont été mises en place sur nos destinations.

Depuis de nombreuses années nous nous sommes beaucoup concentrés sur les aménagements, sur les investissements. Nous avons beaucoup travaillé sur les labellisations, sur l'accompagnement, sur la mise en place d'une offre globale, sur la sensibilisation des professionnels du tourisme.

Je pense malgré cela, que deux aspects méritent d'être mieux traités.

Le premier aspect, c'est que nous appréhendons l'information que nous souhaitons donner à nos clients, en nous intéressant uniquement à notre propre produit.

Beaucoup d'hôteliers par exemple ont fait des efforts d'aménagement, mais quand vous consultez leur site Internet ou leur plaquette, ils s'adressent à leur clientèle en parlant uniquement de leur produit. Et ça ne correspond qu'en partie à ce que recherchent les clients à qui ils s'adressent.

Il faut que l'on puisse mieux se mettre à la place du client, et que l'on évoque également ce qu'il est possible de faire dans l'ensemble de la destination. C'est impératif parce que cette clientèle a réellement besoin d'avoir une offre globale et pas uniquement une chambre d'hôtel.

Dans la majorité des cas, nous en parlons mal, car nous restons trop centrés sur les efforts que nous avons faits, sur les produits que nous avons mis en place, mais nous n'avons pas un discours global comme le perçoit le client ; ça, c'est le premier problème.

Le deuxième problème c'est que les professionnels du tourisme ne savent pas se mettre réellement à la place du client, vivre son expérience. C'est très compliqué parce que globalement nous ne connaissons pas réellement les besoins des personnes handicapées.

Je regardais avant de venir quelques sites internet d'hôtels ou de stations ; il y a de bons exemples, notamment des hôtels ou des restaurants qui vont vraiment dans le détail, qui n'hésitent pas à illustrer par des photos le cheminement que les gens auront à faire pour pouvoir entrer dans l'hôtel, pour pouvoir accéder à leur chambre, pour pouvoir aller dans la salle du petit déjeuner, pour pouvoir rejoindre la place du village, rentrer dans l'école de ski.

Cela fonctionne quand on se met à la place du client, quand on illustre pas à pas l'ensemble du cheminement. Il faut vraiment descendre à ce niveau d'information parce que nos clients ont besoin qu'on tienne compte de leurs attentes concrètes et qu'on les rassure à chaque étape.

Dernier aspect : nous avons mis en place dans les 32 stations labellisées un référent pour cette clientèle, soit une personne de l'office du tourisme, soit un professionnel privé, un hébergeur, un restaurateur ou quelqu'un de la mairie, mais quelqu'un avec un nom, avec un numéro de téléphone, avec un adresse e-mail. Chaque station a un référent pour cette clientèle, parce que les gens ont besoin d'avoir nécessairement des informations ou répondre à des questions concrètes spécifiques. Partir faire du ski à la montagne cela peut être compliqué. Il faut donc vraiment qu'on comprenne leurs besoins et qu'on se mette véritablement à leur service pour pouvoir bien préparer avec eux leur séjour. Ce n'est pas très compliqué, donc on a mis en place ces personnes référents.

Je terminerai en évoquant une dernière difficulté.

Je pense que vous constatez tous les jours que nous sommes noyés, submergés par les informations qui nous arrivent ; nous avons trop d'informations, et cette situation nous complique la vie.

Nous sommes soumis à trop d'éléments qui rendent difficile notre choix.

Parce que comme nous avons trop d'information, nous souhaitons ne plus avoir à choisir, ne plus avoir à trier toutes les masses d'informations, nous souhaitons ne plus avoir à visiter 14 sites touristiques avant de faire une réservation... et encore, 14 sites touristiques c'est quand on a de la chance, parce que quelquefois vous pouvez passer l'après-midi à essayer de savoir où vous allez partir en vacances ; à la fin de la journée vous avez tellement désorienté que vous décidez de rester chez vous.

Donc, il faut à la fois qu'on puisse éviter aux gens d'avoir trop à choisir, parce qu'ils sont perdus, et en même temps il faut qu'on puisse répondre spécifiquement à leurs besoins, sans qu'ils aient eu d'ailleurs le moyen de nous l'expliquer ; c'est un vrai paradoxe. C'est pour ça que les réseaux sociaux sont importants car ils permettent de nouer des relations de confiance durable avec les marques et les destinations touristique.

Le choix d'une destination touristique est souvent le résultat d'un long procès ; on ne choisit pas une destination touristique au hasard, elle est déjà dans notre tête, et c'est quand nous décidons de partir en vacances, qu'elle remonte et que nous décidons d'aller là.

C'est ce long travail qu'il faut faire, et c'est pour ça que, s'agissant de la clientèle en générale, ou de la clientèle ayant des besoins spécifiques, c'est une relation de confiance qu'il faut entretenir progressivement.

Notre grand défi en termes de tourisme adapté ce n'est plus uniquement d'investir dans des équipements, c'est de savoir communiquer, nous adresser, parler à cette clientèle et développer avec elle une relation de confiance durable.

Je vous remercie de votre attention.



Tourisme adapté en Savoie Mont Blanc 18 mai 2012

Côme VERMERSCH
Directeur Général Savoie Mont Blanc Tourisme

La destination Savoie Mont Blanc



Fréquentation de la destination

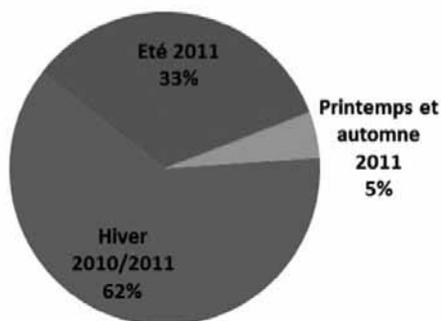
66,8 millions de nuitées
(fréquentation annuelle globale 2011)

- Une des premières destinations mondiales pour la montagne en hiver (2^{ème} rang après les USA pour la pratique du ski), et la première destination européenne
- Régulièrement dans le top 10 des destinations françaises les plus fréquentées pour l'été
- Une double saisonnalité, et une destination hivernale incontournable

Savoie Mont Blanc
TOURISME

Fréquentation de la destination

Répartition des nuitées en Savoie Mont Blanc



Source : BET François Marchand - Observatoire SMBT

Savoie Mont Blanc
TOURISME

Fréquentation de la destination

Les clientèles étrangères

(enquête hôtellerie, campings et gîtes ruraux)

- 25 % des nuitées totales
- Origines
 - Grande Bretagne 27 %
 - Pays-Bas 17 %
 - Belgique 11 %
 - Allemagne 7 %
 - Suisse 6 %

Savoie Mont Blanc
TOURISME

Poids de la destination

Un secteur créateur d'emplois

- 50 % du P.I.B en Savoie
- 30 % du P.I.B en Haute-Savoie
- 47 701 emplois touristiques salariés,
soit 15 % de l'emploi salarié
pour Savoie Mont Blanc

Savoie Mont Blanc
TOURISME

Capacités d'accueil

Capacité d'accueil importante, avec une forte proportion des lits non-marchands

- 1 310 000 lits touristiques
- 79 % des lits en montagne
- 50 % des lits en Haute-Savoie, 50 % en Savoie

Savoie  Blanc
TOURISME

L'offre touristique

Espaces naturels

- 4 grands lacs
 - Lac Léman 234 km²
 - Lac du Bourget 27 km²
 - Lac d'Annecy 27 km²
 - Lac d'Aiguebelette 5 km²
- Parcs naturels et réserves
 - 1 Parc Naturel National : Vanoise
 - 2 Parcs Naturels Régionaux : Bauges et Chartreuse
 - 14 réserves naturelles
- Point culminant : le Mont Blanc, 4810 m

Savoie  Blanc
TOURISME

110 stations de sports d'hiver

- Domaine skiable 566 km²,
soit 55 % du domaine français
- 1 623 remontées mécaniques,
soit 44 % du parc français
- 79 domaines skiabiles équipés de neige de culture
- 95 ESF avec 8 982 moniteurs,
soit 59 % du total France
- 38 sites nordiques fédérés par deux associations départementales



Une politique
globale
d'accessibilité

Une politique globale d'accessibilité

- L'amélioration de l'accessibilité pour tous aux sites, aux équipements et aux loisirs est une priorité pour nos deux départements savoyards depuis plusieurs années, grâce à l'engagement collectif et volontaire de l'ensemble des acteurs du tourisme local.
- C'est une vraie culture de fonds adaptée aux activités de montagne qui nécessitent des aménagements particuliers pour accueillir nos clientèles.

Savoie  Blanc
TOURISME

Une politique globale d'accessibilité

- Le déclencheur vient en partie de l'approche des professionnels de la montagne et notamment des stations lors des **Jeux Paralympiques de Tignes**, en 1992. A cette occasion, les médias ont popularisé les activités de ski adapté, et nos actions ont pu gagner en ampleur.
- Un second acte fort a été la structuration d'une offre globale adaptée pour un séjour en station dès 1997.
- 2005 a également constitué une année clé dans notre politique d'accessibilité avec la mise en place de la notion de confort d'usagers publics.

Savoie  Blanc
TOURISME



**Une offre pour
tous**

Un tiers des
visiteurs
concernés

Savoie Mont Blanc
TOURISME

Une offre pour tous

Un tiers des visiteurs concernés

- Pas moins de 35 % de la population tire les bénéfices de telles mesures.
- Notre engagement propose une nouvelle définition des « situations de handicap » sans focaliser sur une accessibilité culturellement dédiée et attribuée aux seules personnes dites handicapées.
- Elle implique donc, aussi et très directement, les seniors et les parents avec enfants et poussette. On part ici du principe qu'un environnement plus adapté profite très largement à tous, notamment aux populations locales.

Savoie Mont Blanc
TOURISME

Un tiers des visiteurs concernés

- Le nouveau label « **Destination pour tous** », expérimenté en France sur quelques sites pilotes depuis janvier 2011, confirme les orientations menées depuis une quinzaine d'années en Savoie-Mont-Blanc en termes de structuration d'une offre globale adaptée.
A quoi bon, en effet, proposer des hébergements accessibles si aucune activité et service alentour ne le sont ?
- Ce label s'inspire donc des actions mises en place depuis des années sur la destination. Une grille d'évaluation permet ainsi de faire localement le tri des offres accessibles sur les territoires.
- En parallèle, le label « **Tourisme et handicap** » progresse et se trouve ainsi valorisé.

Handiski | La priorité

Handiski : la priorité

- Le ski a été l'un des premiers sports pour les personnes handicapées à se structurer dans les années 50.
- Dans les deux départements de Savoie et de Haute-Savoie, les initiatives permettant d'accueillir les personnes en situation de handicap sont nombreuses :
 - la formation des moniteurs de ski
 - des stations accessibles et engagées
 - des subventions d'hébergements adaptés
 - la création de places réservées à proximité du domaine skiable
 - l'aménagement de cabinets médicaux
 - l'accessibilité grandissante sur les télésièges



Savoie **MontBlanc**
TOURISME

Handiski : la priorité



- Sur 110 stations de Savoie et de Haute-Savoie, 32 ont répondu au cahier des charges et proposent une offre adaptée
- Elles ont été sélectionnées sur l'accessibilité du site et de ses hébergements (tous visités) pour les personnes à mobilité réduite, mais aussi sur la capacité de leur école de ski à proposer la pratique du handiski (matériel et moniteurs) :
 - Certaines écoles de ski ont pris le parti d'intégrer les jeunes skieurs handicapés dans leurs cours collectifs.



Savoie **MontBlanc**
TOURISME

Handiski : la priorité

- Le ski alpin est également tout à fait adaptable aux personnes déficientes visuelles. Un guide communique oralement l'ensemble des informations nécessaires à la progression sur la piste.
- Diverses stations ont également mis en place une prestation du taxi-ski (sorte de luge menée par un moniteur qui reprend le concept de la « ramasse » en vogue au début du XXème siècle), qui rend le ski accessible à l'ensemble des non skieurs (seniors, blessés...).



Savoie **Mont+Blanc**
TOURISME

Savoie **Mont+Blanc**
TOURISME



Merci pour votre attention !

Côme VERMERSCH
Directeur Général Savoie Mont Blanc Tourisme

ANDREA BORNEY

Merci M. Vermersch, c'est très important ce que vous avez raconté. Il est aussi intéressant de voir comme, par exemple, dans le cadre d'un projet Alcotra du PIT de l'Espace Mont Blanc, qui s'appelle « Autour du Mont Blanc » dans l'action « Montagne pour tous », on est en train de chercher de répondre à deux problèmes qu'il a souligné; le premier c'est celui de l'exigence d'un référent pour chaque station, qui puisse conseiller et donner des informations précises aux personnes avec des besoins spéciaux, et pour ça il a été ouvert un numéro vert auquel répond du personnel spécialisé qui connaît bien le handicap et ses exigences, qui donne les infos personnalisées. L'autre problème est celui des professionnels du secteur qui parlent seulement d'eux-mêmes; je disais au début de la journée comme les professionnels, ils ne travaillent pas en réseau entre eux. Une autre activité de ce projet, par exemple, c'est de réaliser un topo-guide qui donne des informations générales sur les opportunités que les personnes handicapées qui veulent arriver en vacances en Vallée d'Aoste y peuvent trouver. Alors, encore merci Monsieur Vermersch.

Et maintenant on part avec la deuxième séance ... *iniziamo ora con la seconda sessione mattutina.*

Seconda sessione

**TURISMO ACCESSIBILE
ED INVECCHIAMENTO ATTIVO**

ANDREA BORNEY

Iniziamo con la seconda sessione.

Il dottor Roberto Presciani non può essere con noi oggi, ma siccome sono anch'io membro del Consorzio Trait d'Union poiché presiedo una Cooperativa sociale, lo sostituisco volentieri, come Presciani mi ha chiesto.

Il tema della seconda sessione è: turismo accessibile e invecchiamento attivo.

Chiamo sul palco Daniela Rizzi, presidente della Cooperativa Cinque Sensi di Bolzano.

LE INIZIATIVE PROMOSSE DALLA COOPERATIVA "5 SENSI" DI BOLZANO

DANIELA RIZZI

presidente della Cooperativa "5 Sensi" di Bolzano

Buongiorno. Sono Daniela Rizzi e sono presidente della Cooperativa "5 Sensi".

Da vent'anni lavoro nel settore sociale e sono collaboratrice nell'ambito dell'integrazione di ogni ordine e grado scolastico, quindi seguo il percorso di vita delle persone in difficoltà e mi occupo anche del loro inserimento lavorativo.

Sulla base di una tale esperienza, mi sono a un certo punto chiesta come potessi reinvestire le mie competenze e dopo tante gite scolastiche in tutta Europa, mi sono resa conto delle difficoltà che si incontrano durante i viaggi: in particolare con la carrozzina.

La mia esperienza mi ha portato a riflettere e sono giunta alla decisione di frequentare un corso come guida e accompagnatore turistico dell'Alto Adige.

Durante il corso, ho avuto modo di conoscere direttamente i veri professionisti del turismo – in particolare le guide turistiche - e proprio con loro ho iniziato ad avere dei primi contatti.

Così è nata l'idea di una collaborazione nella programmazione e progettazione di alcuni servizi, con l'obiettivo di supportare le persone in difficoltà durante il loro tempo libero, attraverso lo strumento della cooperazione.

La nostra cooperativa "5 Sensi" risponde, dunque, dove è possibile, alle richieste delle persone in difficoltà e cerca di mettere al centro la persona, rispettandone la massima autonomia.

I professionisti con i quali lavoro, sono professionisti del turismo, mentre la mia provenienza è dal settore sociale; così, l'unione dei due ambiti, ha permesso l'avvio di un tavolo di lavoro multidisciplinare.

Forniamo servizi di guida, accompagnamento, assistenza e formazione proprio con l'obiettivo di favorire la creazione di una figura professionale capace di mediare

tra le esigenze particolari e l'effettiva realizzazione del desiderio di *leisure* durante il tempo libero del cliente.

La qualità nel tempo libero resta una priorità “per tutti”, vogliamo che le persone abbiano più OPPORTUNITÀ di scelta attraverso supporti e strumenti che rendano *paritarie tutte le tipologie di persone*.

Qual'è lo strumento che differenzia il solito percorso standard turistico e che ci permette di allargare l'ottica verso le persone che hanno difficoltà?

È lo strumento della Lentezza.

Lo strumento SLOW – che per noi si declina come vero e proprio elogio alla lentezza.

Una passeggiata LENTA - SLOW ...rappresenta *una garanzia di qualità per i turisti ad alta autonomia* nel rispetto dei ritmi e dei tempi di TUTTI!

Senza l'affanno del tempo, avremo modo di scoprire le bellezze e le tipicità che caratterizzano il nostro territorio. Quale modo migliore per conoscere da vicino e con la dovuta calma i luoghi più suggestivi all'insegna della migliore accoglienza per tutti?

Abbiamo individuato nella passeggiata classica *slow*, un cambiamento rispetto allo standard conosciuto.

Per esempio, la guida turistica di norma ha tempi e modi di lavoro precisi, deve mostrare in un'ora e mezza un certo numero di monumenti storici e seguire percorsi e itinerari prefissati; quindi, un gruppo turistico di diverse persone, in cui ci siano anche persone con difficoltà (per esempio, anziani col bastone o col deambulatore), fa fatica a seguire un intero percorso in tempi rigidi e stretti.

Quindi, l'idea di base è di rallentare i ritmi.

Nulla toglie questa scelta rispetto all'opportunità di offrire comunque un servizio di qualità; ma andiamo più piano, cerchiamo di trovare dei percorsi e degli itinerari che diano la possibilità alle persone in difficoltà di partecipare. Non è così rilevante se poi le persone riescono a seguire tutto il percorso, l'importante è che partecipino, anche se solo parzialmente. Oggigiorno, in città, succede spesso che i ritmi siano così veloci e stressanti e che le persone con difficoltà motorie rinuncino alla partecipazione agli eventi e alle occasioni “turistiche” offerte.

Chi è l'assistente per il tempo libero delle persone con esigenze speciali?

È una persona come me, che, avendo seguito corsi per accompagnatore e guida turistica, ma con una sensibilità derivante da esperienze di contiguità con l'offerta più “sociale”, riesce ad avere quello sguardo particolare, che permette di rivisitare un itinerario turistico standard mettendo al centro la persona ed i suoi bisogni particolari.

Questo che cosa vuol dire? Che l'assistente partecipa alla realizzazione tecnica e pratica del percorso prescelto e permette l'attuazione di un'idea di movimento attraverso l'abbattimento dei limiti e delle barriere – non solo fisiche e materiali – che si interpongono tra l'utente e le sue aspirazioni.

Se è vero che la guida turistica segue il proprio itinerario standard, è vero anche che insieme riusciamo a programmare quali siano i momenti di pausa, i momenti

di riposo e i luoghi maggiormente accessibili, in modo tale che nella passeggiata possa essere inserito un progetto attento anche al *target* di riferimento della fascia più debole.

Chi è la guida per il turismo accessibile?

La persona con la quale collaboro non deve più operare nell'ottica dell'orario fisso, della rigida comunicazione o del rigido percorso.

La parola d'ordine deve essere "flessibilità"; quindi la persona che già opera nel turismo ed è disposta ad accogliere gruppi di "inclusionione" (che noi intendiamo come integrazione), deve essere anche disposta a "mettersi in gioco".

La guida per il turismo accessibile:

- ha la capacità di collaborare insieme ad altri professionisti di altri settori, di controllare i propri percorsi rivisitandoli in un'ottica più innovativa;
- sa esprimersi con linguaggio piano e comprensibile, perché sappiamo che spesso le persone anziane hanno problemi di udito o di ipovisione; di conseguenza anche nel suo modo di affrontare la narrazione e i riferimenti culturali deve adottare degli accorgimenti; ad esempio, deve parlare non di spalle, ma stando di fronte alle persone e deve essere sempre chiara e intellegibile nell'esposizione;
- segue ritmi e tempi più lenti, in modo da consentire alle persone in difficoltà momenti di pausa e di riposo.

La nostra passeggiata *slow* deve avere una struttura capace di far sentire tutti "accolti"; agevola gli spostamenti nel rispetto delle soste che abbiamo previsto durante la progettazione.

Al momento, le passeggiate *slow* che abbiamo progettato e sperimentato si svolgono prevalentemente in città.

Stiamo però anche studiando e dotandoci dei più adeguati strumenti di progettazione anche per le passeggiate *slow* nella natura, nei boschi, al mare, ecc..

Le nostre passeggiate *slow* sono avvenute, ad esempio, durante i Mercatini di Natale a Bolzano, nonostante il grande caos; cionondimeno, siamo riusciti a individuare dei percorsi al di fuori dell'itinerario classico standard, ma sempre comunque culturalmente appetibili e fruibili dalle persone con difficoltà.

Abbiamo organizzato però anche occasioni conviviali e passeggiate *slow* alla scoperta dei quartieri, in cui fossero attori protagonisti gli anziani.

Quindi, non ci rivolgiamo soltanto al turista, ma anche ai residenti, agli ospiti delle case di riposo, alle associazioni che ospitano persone in difficoltà, offrendo passeggiate culturali e strutturate in modo tale per cui tutti possano partecipare.

La passeggiata *slow* è un ottimo strumento anche per coinvolgere, far conoscere e mettere in rete l'attività delle diverse associazioni e cooperative attive sul territorio.

Abbiamo anche affrontato temi specifici, come una visita guidata "emozionale" al Centro Ciechi.

Questo permette di far opera di "sensibilizzazione" da parte delle persone residenti e non residenti nei confronti di realtà "altre" rispetto al consueto.

Abbiamo però anche organizzato passeggiate *slow* a tema; per esempio, partendo dal tema dell'oro, abbiamo ripercorso luoghi e contesti in cui storicamente il metallo

prezioso è stato protagonista nell'attività economica e commerciale della città, per concludere poi l'itinerario con una visita guidata all'interno del laboratorio di un artigiano orafo. Oppure affrontato il tema del legno, siamo passati dall'incontro con la materia prima "viva" sino ad un contesto di artigianato tradizionale di pregio... e così via!

Anche nell'area della formazione abbiamo lavorato moltissimo, in questi anni. Siamo bravi ma numericamente insufficienti!

Abbiamo bisogno nel nostro Paese di persone capaci di collaborare e progettare dentro a questa nuova visione dell'offerta turistica, in cui la formazione continua è fondamentale.

Abbiamo immaginato come si possano formare figure professionali nuove in ambito turistico che sappiano ben integrarsi con gli operatori tradizionali, quali:

- assistenti turistici specializzati, quelli che noi chiamiamo OSA e OSS;
- operatori socio-assistenziali e operatori socio-sanitari;
- fisioterapisti, infermieri, badanti, etc.

Queste nuove figure di assistenti turistici potranno avere le competenze necessarie per mediare tra la parte sociale e la parte turistica; competenze che possono essere trasversali, perché abbiamo veramente bisogno delle più svariate figure professionali.

Gli stessi operatori turistici, d'altro canto, potrebbero percepire la necessità di poter rispondere alle richieste delle persone in difficoltà.

La formazione specifica e continua in questo ambito potrebbe offrire nuove opportunità in tal senso: chi come noi ha anche competenza in ambito sociale potrà sostenere nell'adeguata preparazione di alcuni operatori turistici ad affrontare questo tipo di richieste.

Gli autisti, i trasportatori, i manovratori di funivie, il personale ferroviario e aeroportuale: quanti di questi ricevono quotidiane richieste di salita sul bus o sullo skilift da parte di persone con difficoltà motorie?

È chiaro, la pratica ed il tempo li aiuta; ma perché non far seguire anche a loro un corso di formazione di base sul tema?

Concretamente, dopo tante riflessioni, nel 2008/2009 abbiamo pensato a un percorso formativo per guide e accompagnatori per il turismo accessibile, che è stato proprio messo in atto con il contributo dell'FSE per gli over 50.

Persone che avevano concluso la vita lavorativa e avevano voglia di reinvestire le loro competenze hanno frequentato questo corso con successo e tante di loro oggi sono guide turistiche per *senior* o persone in difficoltà.

Abbiamo, inoltre, formato all'accoglienza di passeggeri a ridotta mobilità tutto il personale aeroportuale a Bolzano, un piccolo scalo ma con le migliori certificazioni Enac e in piena fase di espansione.

È vero che non è sempre facile coinvolgere talvolta gli operatori, se non con misure premiali e in qualche misura con carattere di "obbligatorietà"; da ciò consegue che sia centrale la consapevole sensibilità del datore di lavoro.

Cionondimeno i nostri corsi continuano ad essere replicati, anche con piccoli

pacchetti di quaranta ore, il giusto per chi voglia avere un minimo di conoscenza di base, suscitando l'interesse poi di ciascuno ad approfondimenti più specifici per i diversi indirizzi professionali.

Altra iniziativa interessante, promossa dalla nostra cooperativa "5 Sensi": durante alcuni eventi, abbiamo collaborato con le cooperative di "nonni vigili", con il patrocinio dell'Assessorato alle Politiche sociali di Bolzano, per offrire postazioni anche informative e di supporto per le esigenze più specifiche dei visitatori.

Come correttamente affermato anche dal collega francese, manca sovente un chiaro riferimento sul territorio di chi dia le informazioni giuste, manca un referente per quel tipo di attività.

Noi abbiamo offerto, dunque, uno *slow point*, un punto di incontro, di informazione sui servizi territoriali e, fin tanto, di noleggio di ausili, laddove richiesti, ad es. in prossimità di stazioni ferroviarie e scali aeroportuali.

La mobilità sostenibile in generale, che noi amiamo definire "dolce mobilità", va organizzata, supportata e accompagnata dalla progettazione in partenza sino alla piena fruizione di ogni ausilio necessario all'arrivo a destinazione, sapendo peraltro rispondere anche alle emergenze, come nel caso della richiesta di un ausilio per un turista vittima di un piccolo incidente, che potrebbe compromettere definitivamente il programma della vacanza, se non adeguatamente e prontamente supportato.

Tutto questo a noi è capitato, abbiamo saputo dare le risposte adeguate e ne abbiamo tratto soddisfazione e conferma circa la sensatezza del percorso sin qui intrapreso.

D'altro canto, nel miglior spirito di "cooperazione tra operatori", in questo servizio sperimentale di "accoglienza per tutti" chi meglio della cooperativa di "nonni vigili" poteva essere coinvolta?

I "nonni vigili" – adeguatamente formati dalla nostra cooperativa con un breve modulo formativo *ad hoc* in aula – si sono, quindi, trasformati lì per lì in "nonni civici".

Infine, nella nostra progettazione di ITINERARI CULTURALI FRUIBILI *SLOW* il nocciolo duro degli obiettivi che ci prefiggiamo consiste in:

- presentare alla persona l'ambiente ospitante come habitat accogliente e fruibile ed indicare percorsi che favoriscano il benessere psico-fisico;
- favorire la "dolce mobilità", suggerendo la formula della PASSEGGIATA con ritmi lenti (*SLOW*) adeguati anche per coloro che hanno ridotta mobilità;
- suggerire tale offerta in misura crescente agli Enti Locali quale strumento anche di valorizzazione del proprio patrimonio naturale e identitario;
- fornire suggerimenti per la "messa in scena" del territorio, seguendo la filosofia del turismo responsabile e sostenibile ed invitando all'uso dei mezzi di trasporto "integrato".

Abbiamo, in tal senso, sin qui lavorato su itinerari culturali e abbiamo cominciato a rivisitare gli itinerari classici standard come, ad esempio, il giro del lago di Caldaro.

Li abbiamo rivisitati dal punto di vista dell'attenzione alla persona (ospite e ospitante): invece di essere il territorio a presentarsi in maniera asettica, a mostrarsi

(“guarda come sono bello, guarda cosa vedi e cosa non vedi”), abbiamo considerato il territorio come “SERVIZIO ALLA PERSONA” e abbiamo elaborato un itinerario, (senza tralasciare le parti turisticamente e culturalmente appetibili) sottolineando le zone di sole e d’ombra, i livelli di difficoltà del percorso, lasciando alla persona la possibilità di avere una visione globale dell’intero percorso, anche attraverso maggiori opportunità di incontro con la comunità ospitante.

Abbiamo evidenziato i punti di sosta, le panchine che si trovano lungo il percorso, il punto di rifornimento dell’acqua, il parcheggio, il bagno accessibile e via discorrendo. Tutto viene, dunque, mappato in maniera dettagliata.

Non ultima, abbiamo aggiunto una parte riguardante le persone che soffrono di allergie, asma o altre patologie analoghe.

Chiaramente si tratta fondamentalmente di fornire dei consigli; se sappiamo che durante la primavera quella determinata zona è ricca di polline, mettiamo il simbolo “attenzione” per le persone che hanno difficoltà respiratorie.

La descrizione dell’itinerario prende le mosse *in primis* dalle necessità e opportunità legate alle persone, rovesciando la logica consueta dell’illustrazione delle bellezze del luogo.

Molto, dunque, abbiamo sin qui sperimentato e molto si potrà ancora, in sinergia anche con esigenze e sollecitazioni derivanti dall’offerta turistica tipica di altri contesti territoriali, con cui desideriamo interagire per il futuro in misura crescente, tanto nell’offerta formativa per professionisti del settore, quanto anche nella consulenza progettuale di itinerari *slow* che auspichiamo per il futuro possano divenire un’offerta consueta, e non più solo di nicchia.

ANDREA BORNEY

Grazie ancora al presidente della Cooperativa “5 Sensi”.

Il dottor Nuti chiude la seconda sessione, cui seguiranno i gruppi di lavoro.

LA MOBILITÀ DELLA CONOSCENZA SENZA LIMITI DI ETÀ: UN DISEGNO REGIONALE ED UNA BUONA PRATICA

GIANNI NUTI

*direttore Politiche sociali, Assessorato Sanità, Salute e Politiche sociali
della Regione Autonoma della Valle d'Aosta*

Buongiorno a tutti. È molto tardi, quindi cercherò di essere conciso.

Esordisco dicendo che per situare il mio intervento devo necessariamente estendere i concetti di turismo e di accessibilità. Lo faccio perché parleremo di un progetto che non ha stretta attinenza con la dimensione turistica e che rispetto al tema dell'accessibilità si interfaccia con il mondo dell'informatica in modo un po' diverso da come è stato esposto questa mattina.

Il quadro che il professor Roma ha fatto può essere ancora arricchito da un paio di dati che mi preme offrirvi.

Nel 2065 saranno circa 20 milioni gli ultrasessantacinquenni e 5 milioni i ragazzi tra 0 e 9 anni. Questo è il risultato, da una parte, del *baby-boom* degli anni '60, al quale appartengo anch'io, dall'altra del fatto che ci sarà un invecchiamento da importazione, cioè un invecchiamento di persone che non sono nate in Italia, ma in altri paesi del mondo.

Vediamo la tipologia dell'anziano del futuro. L'anziano del futuro, soprattutto quello tra i 65 e i 74 anni, sarà molto più colto e istruito rispetto all'anziano di oggi e ci sarà una comunità in cui, su 1.000 nati in Italia, 1.400 saranno nati fuori d'Italia, per cui la dimensione della multietnicità sarà decisamente dominante e in qualche modo qualificante. Staranno tutti meglio, perché la situazione di salute degli anziani tra i 65 e i 74 anni nel 2050 sarà pari a quella che avevano le persone di 35, 49 anni negli anni '70.

La forbice della salute si estende notevolmente quindi e di questo dobbiamo tenere conto. Infatti, i dati che vedete sono quelli recentemente diffusi dal Ministero della Famiglia: li cito perché su questo scenario è opportuno riflettere per pianificare interventi a favore della vita anziana nell'immediato futuro.

Gli obiettivi regionali delle politiche sociali rispetto agli anziani sono:

- a. sostenere la non autosufficienza;
- b. promuovere azioni di inclusione sociale e prevenire i fenomeni di esclusione (sono due prospettive differenti e complementari, non confondibili);
- c. permettere l'accesso ai saperi lungo tutto l'arco della vita, cioè rafforzare la dimensione del *lifelong learning*;
- d. favorire l'integrazione fra differenze di età, culture, etnie, in coerenza con il quadro che vi ho offerto.

Con quali strumenti?

Occorre fare uno sforzo di creatività per conciliare qualità e sostenibilità del sistema dei servizi per non autosufficienti, in Valle d'Aosta tra i più evoluti del mondo:

rafforzare le relazioni informali intra - e interfamiliari anche attraverso forme di assistenza domiciliare leggera, incentivi economici e benefit a chi si presta per relazioni di aiuto durature nel tempo. Per il primo caso ricordiamo il servizio sperimentale di *Assistant de hameau*, per il secondo non si possono citare in dettaglio le numerose esperienze di volontariato presenti sul territorio che affiancano la famiglia colmando i vuoti di assistenza e di rete sociale che il pubblico necessariamente lascia senza presidio.

A questo recentemente si aggiunge la misura dell'assegno di cura che incentiva forme di sussidiarietà dinamica orizzontali.

In generale, occorrerà dare voce al territorio, diventare dei facilitatori di iniziative concepite e sostenute dal territorio, sarà indispensabile integrare i servizi pubblici con il privato sociale e il volontariato, cercando di far dialogare dei mondi che, anche se non si oppongono l'uno all'altro, non sempre convivono e operano armoniosamente.

Avvicinare le generazioni sul fare e sul sapere.

Aiutare ad abitare il mondo che cambia significa anche favorire la mobilità riducendo il *digital gap*. Il progetto "*Sostegno alle persone anziane vulnerabili mediante l'adozione di soluzioni innovative*" si iscrive lungo questa linea di indirizzo. Questo progetto Italia-Svizzera inserito nel *Programma di cooperazione transfrontaliera Italia-Svizzera* è stato concepito insieme al Laboratorio di Ingegneria dello Sviluppo Schurch del Canton Ticino, ha un *budget* a disposizione di 379.000 euro complessivi di cui 365.000 riservati alla Regione Valle d'Aosta, è destinato a 120 persone ultrasessantacinquenni, però con due diverse tipologie di caratteristiche: anziani attivi (30 in Valle d'Aosta, 5 in Svizzera) e anziani non attivi. Rischio isolamento sociale (15 in Svizzera, 70 in Valle d'Aosta). Per non attivi, in questo caso, si intende parziale o totale non autosufficienza fisica, difficoltà di movimento, isolamento, solitudine. Questa formula mira a diffondere la cultura dell'informazione digitale attraverso il mutuo aiuto, salvando le relazioni reali senza sostituirle con quelle virtuali.

Tra l'estate e i primi mesi dell'autunno, formeremo gli anziani attivi che nei mesi di luglio/agosto selezioneremo. Questi anziani che hanno voglia di imparare utilizzeranno due strumenti secondo il loro livello di competenze informatiche in ingresso. Il primo è uno strumento *ad hoc* messo a punto dall'Università di Milano Bicocca, si chiama D-Touch, ha uno schermo 21 pollici e utilizza un *software* brevettato, il secondo un semplice tablet con un applicativo *open source*.

Parlavamo prima di esuberanza di informazione: l'esigenza è quella di semplificare, non banalizzando, ma cercando di veicolare, di indirizzare i bisogni della persona anziana subito verso l'obiettivo, quindi l'interfaccia accattivante e facile sarà tutta *touchscreen*, sia per il progetto A con D-Touch, sia per il progetto B con Eldy, un *software shareware*, quindi disponibile gratuitamente *online*, che ha un grado di complessità leggermente superiore.

Selezioneremo le persone in modo da assegnare alle une e alle altre l'*hardware* più consono, questi sarà acquistato e lasciato in comodato d'uso come unico *benefit*. Per il resto, l'impegno che gli anziani attivi dovranno produrre sul territorio sarà a

titolo volontaristico. Perché? Perché, una volta terminata la formazione (e parallelamente si farà una ricognizione sul territorio), si individueranno possibilmente 70 anziani (qui parliamo di montagna per una delle sue caratteristiche, cioè il rischio di isolamento, proprio l'isolamento fisico, territoriale) che si trovino in situazioni di isolamento geografico e che siano disponibili e abbiano voglia di avere un contatto con il mondo dell'informatica mediato da un loro coetaneo. Il coetaneo "esperto" andrà presso i domicili delle persone non autosufficienti e coniugherà due obiettivi che noi abbiamo ben presenti: l'aumento delle competenze informatiche, ma anche la salvaguardia delle relazioni personali e interpersonali. Cioè, a noi interessa fare in modo che ci sia comunque un contatto diretto, che possa nascere una comunità di apprendimento e di pratiche, che possa esserci una forma di mediazione anche fra due culture: la cultura dei nativi digitali e la cultura dei nativi non digitali. Questo per poi aprire la strada a scambi intergenerazionali che abbiamo in mente di sviluppare in un immediato futuro.

L'obiettivo ultimo, ovviamente, è quello di migliorare la qualità della vita delle persone.

Dal punto di vista turistico, nei moduli che saranno disponibili per accedere alla rete da parte degli anziani ci sarà anche la possibilità di navigare in Internet in modo che gli anziani potranno orientarsi verso il turismo accessibile con l'aiuto delle persone che andranno a formarli. Coniugheremo anche aspetti minimi di domotica, disponibili attraverso lo specifico *hardware*, per migliorare il più possibile la vita domestica con strumenti informatizzati o comunque elettronici, per garantire la possibilità di collegamenti con il pronto-soccorso sanitario e il pronto-soccorso sociale, che stiamo allestendo in parallelo con il modello di segretariato sociale.

L'obiettivo del progetto, che si sviluppa su due anni, è quello di far viaggiare le persone che non possono viaggiare, oppure di preparare il viaggio nel modo migliore possibile affinché le persone trovino le soluzioni migliori per la loro non autosufficienza.

Vorremmo anche cercare di capire quali sono le forme e le modalità di apprendimento delle persone anziane, attraverso una formazione diretta e attraverso una formazione mediata da coetanei, quindi una specie di *peer education* della tarda età. Affiancheremo anche un piccolo progetto di ricerca per capire quali saranno gli elementi qualificanti e come muoverci in futuro nel modo più appropriato possibile, stante il fatto che l'agenzia di formazione alla quale ci affideremo è un'agenzia specializzata per la formazione in età adulta e in particolare per la formazione degli anziani, degli anziani attivi, naturalmente.

Tutto ciò si inserisce in una serie di attività che noi vorremmo in qualche modo armonizzare in un'azione di sistema. Questa è la ragione per cui vi anticipo che il 31 maggio incontreremo molti attori del territorio ai quali abbiamo fatto appello, nel settore del turismo, della cultura, del volontariato, del lavoro, dello sport e della formazione, perché l'*Anno europeo dell'invecchiamento attivo* diventi l'occasione in cui tutti si muovono per lanciare un'idea qualificante nel proprio settore, perché diventi occasione e germe per creare delle relazioni di rete e anche una buona pratica

da sistematizzare nel futuro affinché sia salvaguardato un principio a cui noi crediamo (e con questo chiudo): quando si parla di cura, la cura deve essere molto situata, cioè io devo rispondere a un bisogno sanitario in modo assolutamente puntuale, chirurgico, direi mercuriale; quando si parla di benessere e di prevenzione, bisogna invece lavorare per e nella trasversalità. Non per niente all'inizio ho parlato di mondo multietnico. Mi riferisco agli scambi intergenerazionali. Quando si interviene per la persona, bisogna intervenire sempre di più non perché quella persona con quel problema, con quelle caratteristiche, abbia una risposta riservata, ma perché questa risposta sia inserita in una serie di risposte che fanno il benessere della comunità, in cui l'eterogeneità sia un valore e le persone differenti per età, per razza, per sensibilità, ecc., vivano della ricchezza che viene data dallo scambio. Quindi l'obiettivo vorrebbe essere quello non tanto di fare molte cose a favore dell'anziano attivo, quanto quello di fare tante cose per la persona, per il cittadino che vive in Valle d'Aosta, dove tutti i cittadini devono il più possibile integrarsi e vivere indipendentemente dall'età e non soltanto dall'età. Lo spunto, quindi, partirà dal germe dell'anziano attivo perché noi si possa dire: queste iniziative potranno essere diffuse anche ad altri *target* e soprattutto le realizziamo per tutti, incluso l'anziano attivo. Non categorizziamo più perché non è più tempo di divisioni.

Per finire con una metafora: in montagna i giovani vanno veloci, i vecchi conoscono le scorciatoie. C'è bisogno di entrambi i valori, di entrambe le modalità: chi va lento vede delle cose della natura, chi va veloce respira altre forme di contatto fisico con l'ambiente; chi si sente molto vivo è perché ha vissuto tutto questo e perché accanto a sé qualcuno sta vivendo delle cose differenti.

ANDREA BORNEY

Grazie per questa bella testimonianza.

GRUPPI DI LAVORO TEMATICI
RESOCONTO

Moderatore

ANDREA BORNEY

presidente del CSV

Siamo veramente molto in ritardo con i tempi, per cui facciamo partire i gruppi di lavoro. Chiedo ai due coordinatori, se ce la fanno, a restare nei trenta, quaranta minuti, altrimenti sforiamo veramente troppo.

Il primo gruppo (*Turismo accessibile e new media*), coordinato da Maximiliano Ulivieri, presidente del sito/blog *Diversamente agibile*, si riunirà nella sala in fondo sulla mia sinistra.

Il secondo gruppo (*Turismo accessibile e invecchiamento attivo*), coordinato da Anna Maria Pioletti, professore associato di geografia economico-politica presso l'Università della Valle d'Aosta, si riunisce in questa sala.

Chiedo quindi a chi è interessato al primo gruppo di spostarsi nell'altra sala.

TURISMO ACCESSIBILE ED INVECCHIAMENTO ATTIVO

Coordina

ANNA MARIA PIOLETTI

professore associato di geografia economico-politica

presso l'Università della Valle d'Aosta

L'aumento della durata della vita media ha favorito la crescita della fascia di popolazione oltre i 65 anni passata dal 18,7% del 2002 al 20,2% del 2010 (Censis). Le previsioni fanno supporre che nel 2030 la popolazione sarà costituita per il 26,6% da ultrasessantacinquenni pari a 17 milioni di persone.

La fotografia attuale mostra una larga fetta di popolazione anziana in buona salute e con una percezione positiva del proprio presente e futuro, in un rapporto di crescita della solidarietà intergenerazionale. Una esigenza sentita dagli anziani è quella della socializzazione con possibilità di svolgere attività all'aria aperta come passeggiate e praticare sport ma soprattutto un forte interesse per le iniziative e gli eventi culturali. In tal senso, è basilare l'accessibilità dei luoghi da parte di tutti i possibili fruitori, specificità che riguarda bambini e anziani per un diverso approccio all'offerta turistica. È in aumento il numero degli utenti che accedono all'informazione attraverso internet e mediante cellulare.

Il tema dell'invecchiamento attivo di cui ci occupiamo prende spunto da un'attività che è parte integrante di un convenzione tra l'Ateneo valdostano e il Comune di Aosta per progetti di ricerca di interesse congiunto. Il tema del progetto finanziato dal Comune mediante un assegno di ricerca annuale riguarda *Transizione demografica, cambiamenti culturali e coesione sociale*.

Per avvicinare il tema siamo partiti da un video che raccoglie interviste realizzate sul territorio dagli studenti del mio corso di Scienze del Paesaggio modulo di Geografia generale tenutosi presso il Corso di Studi in Scienze dell'Educazione. Gli studenti si sono improvvisati intervistatori cercando di cogliere attraverso interviste a residenti e non residenti i desiderata rispetto all'offerta, non solo culturale, presente sul territorio. I filmati sono stati successivamente montati grazie alla collaborazione della signora Sofia Sanchez.

Ad una serie di testimoni over 60 e 65 sono state rivolte alcune domande sulle proprie aspettative culturali in relazione alla città di Aosta ed al territorio valdostano. Ci è sembrato interessante sentire la voce di questo folto gruppo di persone, che rappresentano un bacino di importanti fruitori di iniziative non solo di carattere prettamente turistico, ma anche legate all'ambito culturale permettendo di avere un quadro delle aspettative della fascia di popolazione considerata.

Molti anziani hanno hobby che vanno dalla realizzazione di fotografie alla costruzione di auto modelli ma anche interessi culturali rivolti alla musica. L'offerta viene ritenuta in generale appetibile sia per residenti sia per turisti in quanto si tratta di un'offerta molto diversificata. Internet è uno strumento di informazione che permette

di avere un panorama dell'offerta unito al tradizionale catalogo cartaceo pubblicato annualmente. Tuttavia, come emerge dalle dichiarazioni degli intervistati, molti anziani sono poco propensi all'uso del computer e preferiscono la comunicazione mediante la carta stampata o il telegiornale regionale.

I turisti sono interessati alle attività di carattere sportivo o di *loisir* ma apprezzano il patrimonio culturale tenuto in buon stato di conservazione e la possibilità di effettuare visite libere o guidate. In un confronto tra altre realtà geografiche spicca la tipologia dell'offerta e la sua ricchezza in termini di numero e qualità degli spettacoli.

La figura di over 60 e over 65 che emerge è dinamica, propositiva, interessata all'offerta culturale, disponibile ad attività di volontariato. Le persone che rientrano in questa fascia di età hanno una visione molto positiva della propria vita, presente e futura, conservando la voglia di imparare.

Gli interventi da parte del pubblico presente al gruppo di lavoro mettono in evidenza la soddisfazione nei confronti dell'offerta ma evidenziano alcune deficienze. Fondamentale è il servizio diurno e notturno dell'autobus a chiamata (Allobus e Allonuit) ma mancano servizi di sostegno come caffè aperti e ristoranti. La città dovrebbe offrire, accanto all'ottima offerta della *Saison Culturelle*, e di bellissimi eventi estivi, interessanti spazi per incontrarsi e scambiarsi idee.

Il questionario distribuito in occasione di eventi culturali presenti nella Città di Aosta e nei comuni della Plaine risponde a questa richiesta. Il progetto e il relativo questionario che da alcuni mesi viene somministrato in occasione di tutte le manifestazioni culturali, dalla *Saison*, ad altre iniziative presenti sul territorio di Aosta contiene alcune richieste specifiche in tal senso: alcune domande mirano a comprendere le attività svolte dai fruitori delle iniziative prima e dopo l'evento culturale e le loro aspettative.

L'accessibilità legata non solo alla disabilità ma a tutti coloro che hanno difficoltà di movimento dovute a sovrappeso o famiglie con bambini molto piccoli rappresenta un problema in ambiti di carattere alpinistico. È necessario creare una serie di strutture integrate fra loro con dotazione di personale professionalmente preparato pronto a rispondere alle richieste come avviene nella vicina Savoia. In tale contesto il ruolo dei nuovi media è centrale nel mettere in contatto le persone e costruire una rete favorendo anche lo sviluppo di mercati di nicchia.

Nel corso degli anni, lo vedremo con le generazioni del *baby-boom*, c'è sempre di più un invecchiamento posticipato nel tempo con un aumento dei bisogni culturali. Sono proprio gli over 60 che rappresentano lo zoccolo duro di tutte le iniziative, quelli più attivi da un punto di vista culturale, ma anche bisognosi di sempre nuovi stimoli.

Le politiche volte all'invecchiamento attivo non sono materia di oggi coinvolgendo a livello europeo diversi attori pubblici e privati. Gli adulti volontari, in particolare i senior rappresentano uno zoccolo duro. Ciò è evidente anche se guardiamo le statistiche e alcuni importanti progetti internazionali che sono stati fatti nell'ambito dell'Unione Europea per monitorare la partecipazione degli adulti al volontariato.

Ma una delle questioni fondamentali è il "tenere le persone nelle strade" ciò per-

ché la vivacità delle strade ha molti significati e significa impatto sul senso di sicurezza e sull'utilizzabilità dello spazio pubblico e un impatto economico positivo su tutti quegli esercizi che possono avere un beneficio dal fatto che le strade siano vitali.

Se c'è un impatto economico positivo dell'invecchiamento della popolazione, questo è sicuramente a scala della città; per le regioni e i paesi che devono sostenere le spese sanitarie e pensionistiche, l'impatto è completamente negativo. Su scala locale, invece, è possibile avere ricadute positive derivanti da una popolazione adulta attiva.

Il problema rimane come avvicinare i *senior* all'uso del computer. Un'iniziativa proposta dalla Città di Pisa prevede un corso di informatica denominato "NON-NOWEB l'informatica per cittadini della terza età. Dall'abbicci all'uso di Internet. Quindici lezioni da due ore ciascuna". Una possibile risposta al bisogno di conoscenze e competenze informatiche.

In conclusione, emergono alcune criticità. Innanzitutto, emerge la necessità di capire che cosa si può fare dopo un evento culturale, cioè non avere nell'immediato la necessità di rientrare a casa, esigenza manifestata soprattutto da parte di persone over 65, la necessità di tornare a casa, ma avere opportunità legate a iniziative che mantengano le persone nelle strade.

Un secondo elemento di criticità è la difficoltà a fare rete. Ci sono grandi professionalità, che però non trovano corrispondenza in ambito pubblico e privato. Talvolta le persone non riescono a trovare qualcuno di pari competenza che sappia rapportarsi con loro, soprattutto per quanto riguarda l'accessibilità ad alcuni servizi.

Un'ultima riflessione sull'importanza dei nuovi media. I nuovi media certamente permettono di creare una rete di persone e soprattutto è molto utile tutto ciò che riguarda le applicazioni sui cellulari e sui *tablet*, che possono essere utilizzati anche dagli *older*. Sicuramente c'è un interesse da parte degli *older* e c'è anche una disponibilità da parte di alcuni Comuni e di alcune associazioni a promuovere corsi di alfabetizzazione che vanno in questa direzione.

Ciò che può migliorare, sostengono gli intervistati e i partecipanti al gruppo di lavoro, è l'offerta degli spazi destinati ad attività teatrali o culturali. Alcuni spazi ci sono però manca un teatro vero e proprio che possa soddisfare le esigenze di tutti i potenziali fruitori e amanti del teatro.

L'interesse quindi da parte degli *older* e dei futuri *older* a invecchiare bene è sicuramente una delle priorità per il futuro.

TURISMO ACCESSIBILE E NEW MEDIA

Coordina

MAXIMILIANO ULIVIERI

presidente del sito /blog "Diversamente agibile"

Abbiamo sentito fino a questo momento come sia importante in generale il *web* per il turismo accessibile.

Vorrei evidenziare empiricamente quanto il *web* sia importante per una persona disabile.

Nella mia vita Internet è stato il contrario di quello che molte persone pensano erroneamente e superficialmente, quando affermano: il *web* t'isola dal mondo, ti rinchioda nella tua stanzetta, ti rende una sorta di licantropo che vive in una realtà inventata e inesistente. Non metto in dubbio che per molti possa essere così, ma, come ben si sa, ciò che conta non è il mezzo ma come il mezzo viene utilizzato. Io posso prendere un coltello ed essere un bravo affettatore e sicuramente faccio l'uso migliore di questo coltello, però posso anche utilizzare questo coltello in malo modo, magari per staccare un dito a qualcuno.

Nel mio caso, sicuramente il *web* non mi ha portato assolutamente fuori dal mondo, anzi, mi ha catapultato nel mondo. Potrei aprire una lunga parentesi per dirvi come sia cambiata la mia vita relazionale, sentimentale, da quando il mio primo modem a 56 K è entrato in casa mia. Chi magari è un po' più grande ricorderà quel "fischio" del *modem* che si collegava a Internet, per cui tu stavi lì e c'erano questi minuti di attesa spasmodica. Era anche affascinante perché aspettavi e all'improvviso uscivi dalla tua stanzetta ed entravi in un mondo fino a quel momento sconosciuto.

Tornando al tema di questo convegno, il *web* può entrare in maniera anche molto positiva nella vita di un disabile, ad esempio nell'ambito del lavoro. Internet non sta lì a guardare se cammini, se non cammini, se sei bianco, giallo, verde o di qualsiasi tipo, se hai la schiena curva o dritta, a lui (io lo chiamo "lui" perché comunque Internet è composto da persone e quindi per me è un'entità vivente) interessa la tua creatività, la tua caparbia, la tua costanza, magari con quel tocco di spregiudicatezza che non guasta mai. Un pizzico di follia, diciamo. Tu hai una pagina davanti, bianca, dove puoi disegnare tutto quello che vuoi senza dover aspettare nessuno, senza dover chiedere a nessuno, senza dover elemosinare nulla.

Ho iniziato in un modo un po' particolare, lavorando in una *video-chat* molto conosciuta, molto frequentata; all'inizio ero il moderatore e poi sono diventato parte dello staff. Il mio compito era quello di tenere a bada, tipo il buttafuori di una discoteca, migliaia di ragazzi che vedevano delle ragazze e magari esageravano un po', per cui io avevo il compito di buttarli fuori, dato che in quel caso non avevo bisogno di muscoli ma soltanto di un dito per spostare il *mouse*, quindi lo potevo fare. Ho iniziato un po' così.

Ho poi voluto aprire un *blog* personale perché sentivo il bisogno di tirare fuori

tutte quelle cose che magari agli amici è difficile dire, ma soprattutto è difficile dire ai genitori. Mi sono detto: magari parlare con degli sconosciuti è più facile. Quindi ho aperto un *blog* e ho iniziato a scrivere di me, ho scritto veramente tutto di me. Il mio *blog* si chiama “*occhiodellanima.it*” (chi vuole curiosare, quindi, può sapere qualsiasi cosa della mia vita).

Ho avuto veramente un grandissimo successo, fino al punto in cui ho cominciato a utilizzare AdSense, che è un modo in cui puoi guadagnare pubblicando annunci pubblicitari di Google, se il tuo *blog* è molto frequentato. Qualcosa, quindi, mi arrivava. Ricordo ancora il primo assegno di Google che mi è arrivato. Pensate, un assegno con l'intestazione di Google. Questa azienda così enorme che ti paga... Ovviamente non facevo grossissimi guadagni, perché per fare grossi guadagni con Google AdSense devi avere una mole di visitatori enorme che poi clicca sulle pubblicità. Ora, io sarò anche una persona interessante, però non così tanto da avere milioni di visitatori, quindi mi dovevo inventare anche qualcos'altro per poter guadagnare di più.

Ora faccio un salto di anni enorme, perché dovrei raccontare tante cose, ma siccome il tempo è quello che è e poi l'argomento è un altro, arrivo al momento del mio matrimonio.

Una volta deciso di sposarci, io e mia moglie abbiamo dovuto decidere anche dove andare in viaggio di nozze. Apriti cielo! Perché? Che cosa fanno tutte le persone? Qual è il problema? Scegliere il posto più bello da vedere. Questo mi sembra logico. Per noi, però, si aggiunge un'altra cosa: l'accessibilità. Questo riduce di molto i posti dove noi possiamo andare e crea già di per sé una grande discriminazione.

Io ho iniziato a cercare un po' d'informazioni utili per questo mio viaggio e le informazioni migliori le ho trovate attraverso dei forum dove delle persone raccontavano dei loro viaggi, persone anche loro in carrozzina. Allora mi sono detto: se una persona con quattro ruote è andata in quel luogo e non ha avuto difficoltà, io ne ho altre quattro e quindi vado a colpo sicuro. Infatti io e mia moglie abbiamo scelto Barcellona e ci siamo trovati benissimo, perché Barcellona è una città molto accessibile, è una delle migliori e quindi non abbiamo avuto problemi. Quando sono tornato, mi sono detto: perché non fare un sito che raccolga le storie di persone che hanno le stesse difficoltà e che raccontano dei loro viaggi, in modo tale che chi ha gli stessi problemi possa andare a colpo sicuro? Ecco l'idea del sito “*diversamenteagibile.it*”, dove “diversamente agibile” è la struttura, non la persona. Che cosa ho fatto? Ho realizzato una specie di “Turisti per caso”, che penso conosciate un po' tutti, solo che io l'ho fatto inerente alle persone in carrozzina. Cioè, le persone raccontano tutte le loro storie, ma non solo, mettono anche delle foto. Qui altri hanno parlato di questo problema, nel senso che, purtroppo, dire a un disabile che quella struttura è accessibile significa non dire quasi nulla, perché quello che va bene a te magari non va bene a me, magari non va bene a lui; io magari ho bisogno di un wc un po' più alto, tu hai bisogno di un wc un po' più basso. Ci sono molte persone che odiano il foro supplementare davanti al wc... Anch'io lo odio, perché, se la gamba mi va lì, rischio di finire giù nelle fogne.

Quindi il termine “accessibile” non vuol dire niente. Allora come si risolve, questa cosa? Tu metti le foto ed io, se guardo le foto, capisco se quel bagno va bene per me oppure no. Ovviamente il massimo sarebbe avere almeno le dimensioni della porta e l’altezza del wc. Non è che siano tantissime le informazioni da avere per poter andare quasi a colpo sicuro. Io ho fatto in questo modo: ho raccolto tutte le storie... Che sono veramente tantissime. In quattro anni in Google ho raggiunto un PR5. Roberta Milano prima ha detto velocemente che, cercando su Internet, ogni volta usciva il mio sito. Questo vuol dire avere un PR molto alto, perché vuol dire che all’interno del mio sito c’è una quantità variegata di articoli che contengono una quantità variegata di termini (di *key*, di chiavi) che sono molto utili nella ricerca. Quindi, qualsiasi cosa tu cerchi all’interno del termine “accessibilità”, vengo fuori io. Questo perché molti ragazzi hanno capito l’importanza del mio sito, hanno condiviso l’idea e continuano a raccontare le loro storie.

Il problema, però, dov’è? Qui si parla di strumenti, ma il vero problema è la cultura. In una nazione dove mia moglie è considerata dalla maggior parte delle persone che ci incrocia la mia badante, c’è qualcosa che non va. Se vedete due persone che vanno sempre in giro insieme, se vedete due persone che fanno la spesa insieme, se le vedete insieme ovunque, voi che cosa pensate, se sono un ragazzo e una ragazza? Che sono fidanzati. È normale, pensate tutti questo. Se però una di queste persone è disabile, è in carrozzina, la prima cosa che vi viene in mente è che l’altra è la sua badante. Allora possiamo fare delle lotte, possiamo inventare delle cose meravigliose a livello tecnologico, che sicuramente sono molto utili... Perché io comunque ho iniziato con il mio *blog* e poi tanti mi sono venuti dietro e adesso tutti hanno un sito per il turismo accessibile... Per carità! Va benissimo, perché comunque, più ce ne sono, meglio è. Però, se non si parte da un cambiamento della mentalità, si va poco lontano.

Poi, altra cosa, non vi fa un po’ ridere il fatto che in una nazione l’accessibilità sia applicata per legge? Cioè, un locale deve essere accessibile per legge, un hotel deve essere accessibile per legge, una spiaggia deve essere accessibile per legge. In Puglia hanno fatto una legge affinché le spiagge abbiano, appunto per legge, la sedia JOB, cioè una sedia particolare che ti permette di andare sulla spiaggia e dentro l’acqua. Io non l’ho ancora provata perché ho un po’ paura dell’acqua, però mia moglie l’ha provata. È stata fatta una legge per cui le spiagge devono essere dotate di questa sedia. Da una parte, il disabile, che è l’utente finale, potrebbe dire: chi se ne frega? Per legge o non per legge, l’importante è che questa benedetta sedia ci sia. E va bene che sia così. Però, finché l’accessibilità è vista come un qualcosa che deve essere applicata per legge, significa che ancora con la cultura non ci siamo, perché qualsiasi struttura dovrebbe essere accessibile in maniera del tutto naturale.

Un disabile che va in vacanza, secondo voi, che cos’è? È un turista, non è una cosa strana, astratta. Se tu vai in vacanza, sei un turista. Se io, disabile, vado in vacanza, sono un turista. Essendo io un turista, devo essere trattato come tutti gli altri turisti. Questo lo dico perché uno degli assessori, mi pare, ha parlato del termine “nicchia”. Certo, se li paragoniamo ai giapponesi, i disabili sono molti di meno,

come turisti (per fortuna, perché non vorrei che ci fossero tanti disabili quanti sono i giapponesi), ma qui si parla di un milione di persone disabili, quindi di un numero non influente. Soprattutto ricordiamoci due cose: intanto che il disabile quasi mai viaggia da solo, può avere un accompagnatore o più accompagnatori, se i disabili sono più di uno; secondo, l'accessibilità di una struttura non è utile soltanto alle persone disabili, è utile anche ad altre tipologie di persone, per esempio le mamme con i passeggini. Se ci fate caso, ogni negozio per bambini ha il suo bello scivolo. Io credo di non avere mai visto un negozio per bambini senza lo scivolo. Questo è considerato normale. Tra parentesi, penso a questa cosa: il negozio per bambini è normale che abbia lo scivolo, altrimenti le mamme come farebbero a comprare i vestitini e i completini alla moda per i propri figli? Allora perché non è altrettanto naturale che ogni negozio sia accessibile a tutti, anche ad altre tipologie di carrozzelle? Anche la mia è una carrozzella. Poi ci sono gli anziani, che sicuramente apprezzano molto di più uno scivolo o un ascensore, piuttosto che degli scalini. Ma non finisce qui (ora mi potete anche toccare, se volete, nel senso che non vorrei portare sfiga a nessuno), perché ci sono anche i disabili temporanei. Se ti rompi un piede o un ginocchio, in quel momento tu sei un disabile, non c'è niente da fare, magari nessuno ti chiamerà disabile, però tu sei un disabile, anche se temporaneo, quindi hai le stampelle, oppure hai la tua carrozzina... E lì sono cavoli amari, perché ti rendi conto di che cosa vuol dire accessibilità.

A questo punto, considerate tutte le categorie interessate e fate una somma di quanta gente, accompagnatori, disabili, mamme coi passeggini, anziani, gente sfigata che si fa male... Non mi sembra che stiamo parlando di un mercato di nicchia. Ecco perché io ho creato il mio *blog*.

Qui mi piace aprire una parentesi, visto che sono in un posto dove si fa turismo in montagna. Cioè, uno dei primi racconti che mi è arrivato è di un dottore, Franco, il quale per la moglie completamente paralizzata ha realizzato una carrozzina speciale, l'ha realizzata proprio lui in due anni e mezzo. Franco voleva portare la moglie a scalare le montagne. Se vi capita, andate nel mio sito... Lui l'ha chiamato "carrismo estremo", perché, in effetti, forse neanche un gipponese andrebbe da quelle parti, ma lui ci ha portato la moglie. Certo, qui c'è anche l'amore, non c'è soltanto il desiderio di rendere accessibile la montagna. Comunque questa è una delle storie più piacevoli che ho ricevuto.

Il problema di molti disabili è che quando vai in viaggio non puoi essere da solo. Ciò che manca ai disabili è proprio la possibilità di dire "mamma, io mi levo dalle scatole e me ne vado da solo in giro per il mondo". Ma come fai? O hai un sacco di soldi e quindi hai l'autista, l'aereo privato, l'elicottero, tutti i mezzi accessibili che vuoi e poi anche delle persone che ti fanno fare qualsiasi cosa... Perché, purtroppo, senza accompagnatore non ti puoi muovere. Ma l'accompagnatore lo devi pagare. Questo vuol dire che alla fine un viaggio ti costa il doppio. Molte persone me l'hanno chiesto. Molti ragazzi mi scrivono e io non so come rispondere. Anzi, se magari voi avete un'idea... Perché molti mi scrivono che vogliono fare un viaggio ma non si vogliono portare la mamma e il papà (non vorrei offendere nessuna mamma e nessun

papà), che ti stanno sempre appiccicati addosso, perché sono la mamma e il papà, ovviamente, come lo è stata mia madre. Questi ragazzi vorrebbero provare a vivere la loro indipendenza, almeno per due settimane. Ma qual è la soluzione? Perché, o hai i soldi, oppure chi ti paga l'accompagnatore? Nessuno. Io ho in mente una piccola idea, cioè: ogni agenzia di viaggi o associazione dovrebbe trovare delle persone disponibili, nella *location* dove la persona arriva, magari dei volontari, e nel momento in cui il disabile arriva questi volontari se ne prendono cura. Questa potrebbe essere in parte una soluzione. Però anche per il viaggio hai bisogno dell'accompagnatore, perché, se vuoi andare in aereo... Chi c'è stato lo sa, da solo è impossibile.

Ovviamente io mi ero preparato un discorso molto più ampio, però i tempi sono quelli che sono, quindi credo di dover andare verso la conclusione.

Di problemi ce ne sono anche altri, non c'è soltanto il problema della struttura accessibile, perché io in quella struttura ci devo anche arrivare. Quindi, tu operatore mi mandi una brochure o una e-mail in cui mi mostri che la tua struttura è completamente accessibile e io sono felice di questo, cioè che tu abbia creato questa cosa, però poi mi devi dire come cavolo ci arrivo e soprattutto cosa faccio dopo. Per esempio, c'è una struttura alle Cinque Terre. Voi conoscete un po' la morfologia del territorio delle Cinque Terre? È un territorio impraticabile. Però mi ha commosso il direttore, che ha creato una struttura che è fantastica come accessibilità, perché non solo è accessibile il bagno, ma ci sono dei veri e propri appartamenti all'interno che sono anch'essi completamente accessibili, anche la cucina. Ha fatto un lavoro grandioso e non mi è sembrato carino dirgli "sì, va bene, ho capito, ma se io vengo lì, anche se ce la faccio ad arrivare, poi dove cavolo vado, visto che quello è un territorio impossibile?". Mi sono detto "va beh, vado lì, vado sulla terrazza e mi vedo il meraviglioso golfo ligure e questo è già un godimento". Questo per dirvi che magari si azionano delle cose dimenticando tutto il resto. Per esempio, mia moglie è siciliana e sa benissimo che l'accessibilità di quella meravigliosa terra purtroppo non è un granché ed è un peccato. La Sicilia è una terra fantastica, però gli spostamenti sono quasi impossibili, perché se poi vai a vedere i treni, Mafalda, se quelli qui ti sembrano vecchi, quando vai laggiù sono veramente da preistoria. Perché qui i treni vengono rinnovati. Adesso c'è Italo (e poi vado alla conclusione), che è un treno ultramoderno. Ma qual è l'accessibilità di questo treno? Io sono andato a vedere senza aspettarmi chissà che cosa. Allora, l'accessibilità di questo treno consiste in due posti in un vagone più il bagno accessibile. Madonna! Che innovazione! Praticamente tutti i treni sono così, quelli accessibili: due posti in un vagone più il bagno accessibile. Allora mi sono detto: c'è la sala cinema! Ma la sala cinema non è accessibile ai disabili. Ah, ma c'è il ristorante! Ma il ristorante non è accessibile. Ma c'è il vagone business! Ma il vagone business non è accessibile. Ma c'è il vagone dove tu puoi goderti il silenzio perché nessuno può telefonare! Ma non è accessibile. Praticamente, tutto il treno è inaccessibile, tranne quel vagone. Io però il biglietto lo pago intero e devo prendere per forza quello, non posso andare in un altro vagone, o in quel vagone o nulla. Mi sono detto: va beh, ma per entrare in questo treno ci saranno dei meccanismi fantastici, delle cose spaziali. No, arriva il solito carretto che io chiamo il carretto dei muli...

Io non so se l'avete mai visto, perché veramente lì bisognerebbe prendere i sindaci o anche quello di Trenitalia, metterlo sulla carrozzina e poi montarlo su questo carretto per fargli vedere che cosa si prova in mezzo a tutta la gente ad essere portato in giro come un mulo. Su Italo si sale come su tutti gli altri treni, non c'è nulla di nuovo.

Concludo con una battuta sull'argomento.

Una ragazza di "*Diversamente agibile*" che ha girato la Finlandia in carrozzina mi ha raccontato che a un certo punto aveva bisogno del treno: chiama la stazione e dice "Io avrei bisogno di un treno accessibile" e quello gli fa "Cioè, vuole il treno tutto per sé?", "No no, avrei bisogno di prenotare per entrare nel treno", "Mi scusi, ma in che senso lei deve prenotare?"

Lei viene qui ed entra nel treno", "Ma come? Non c'è un sollevatore?", "No, signora, qui i treni sono tutti accessibili perché il marciapiede è alto".

Il marciapiede è alto! Che grande tecnologia! Il marciapiede è alto e quindi tu entri tranquillamente nel treno. Dei geni! Una cosa complicatissima!

ANDREA BORNEY

Grazie.

Lascio la parola al dottor Roma per le conclusioni della giornata.

CONCLUSIONI

GIUSEPPE ROMA
direttore generale del CENSIS

Al fine di facilitare la fruizione dei servizi turistici da parte di chi ha qualche problema di disabilità o anche, semplicemente, per una maggiore sicurezza nell'accedere ai luoghi e alle informazioni, l'accessibilità va considerata come parametro indispensabile a un'offerta turistica d'eccellenza. La massima accessibilità è innanzitutto fondamentale per rendere fruibile a tutti il patrimonio naturale e culturale, certo a fini di svago e turistici, ma non solo. Un tale principio è molto apprezzato sul piano della socialità ed interessa anche l'organizzazione del turismo nel suo insieme.

L'accessibilità non riguarda solo barriere e vincoli, ma riguarda l'incontro con una domanda che pone sempre nuove esigenze, che è sempre più complessa, che ha bisogno di essere capita e quindi necessita di ulteriori strumenti. L'offerta generica non funziona più.

Bisogna sempre tenere a mente le problematiche specifiche, cioè tutti quegli interventi e quelle piccole iniziative che rendono possibile la fruizione della montagna, della neve, dello sci. Si pensa sempre ai megasistemi, invece sono possibili interventi più semplici, che consentono a tanti di fruire la montagna, da chi non sa sciare, a chi ha delle difficoltà di vario tipo.

Più in generale, bisogna considerare l'accessibilità come un tema che richiede una maggiore sensibilità da parte delle istituzioni e degli operatori, di fronte all'evoluzione di una domanda turistica che trova nel mondo degli anziani, per esempio, una componente fondamentale, crescente, quella di una popolazione che è a lungo in salute, che ha molto tempo libero, che ha una certa disponibilità di reddito, che quindi costituisce un *target* fondamentale.

Accessibilità fisica ma anche informativa.

Da qui, il tema della comunicazione in rete, nell'era del *web 2.0*, cioè di Internet come strumento di socializzazione di massa.

Voglio ricordare che l'accesso degli italiani alla rete ha ormai origini lontane nel tempo. Gli utenti di Internet in Italia, nel 1996, erano 350.000; nel 2011, cioè quindici anni dopo, la maggioranza degli italiani (il 52%) si collega a Internet, e a farlo è anche un quarto degli ultrasessantacinquenni.

Il problema è il grande affollamento informativo. È vero che Internet ci consente di personalizzare e mirare meglio l'offerta turistica, ma è anche vero che l'eccesso di informazione incomincia a diventare una barriera all'utilizzo diffuso dei siti *web*.

Abbiamo dunque più strumenti, ma anche la necessità di integrarli. Se si opera per togliere delle barriere negli spazi pubblici di un comune, ma gli alberghi non si adeguano, si crea una discontinuità. È necessario rendere l'accessibilità fluida e integrare le risorse, tenendo conto che, se non ci sono delle professionalità a presidio delle varie funzioni, è tutto inutile.

Spesso si generalizza e si dice che l'accessibilità è un problema che vale per tutti, ma non bisogna dimenticare il tema dell'accessibilità specifica. Il problema dell'ac-

cessibilità dovrebbe portare concretamente a degli interventi, a degli investimenti, a delle realizzazioni e ad un'offerta non virtuale ma reale, che è la più utile per tutti.

ANDREA BORNEY

Grazie, dottor Roma.

Questo è il momento dei ringraziamenti.

Sicuramente ringrazio i relatori e tutti coloro i quali hanno organizzato questo evento, in particolare gli staff della Fondazione e del CSV; ringrazio poi tutti voi per avere avuto la pazienza di restare fino ad ora.

L'appuntamento è per il prossimo anno, che promette tante altre nuove iniziative. Magari qualcuna nascerà proprio dagli stimoli venuti da questa giornata.

Al prossimo anno.

Finito di stampare
nel mese di gennaio 2013
presso Musumeci S.p.A.
Quart (Valle d'Aosta)