

Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

IPER

ICT to promote Cultural Heritage

Report sulla situazione attuale della promozione del patrimonio culturale attraverso strumenti digitali e secondo i principi del turismo accessibile



Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

Index

ANALISI DELLO STATO ATTUALE DELL'UTILIZZO D'ISTRUMENTI DIGITALI PER LA PROMOZIONE DEL PATRIMONIO CULTURALE NEI PAESI COINVOLTI E A LIVELLO EUROPEO	5
Introduzione	5
Body	6
Crowddreaming, supporto del futuro del patrimonio culturale digitale	7
DIGINV (DIGigitalINVasions for the Promotion of Cultural Heritage).....	7
Strategia europea del patrimonio culturale per il 21 ° secolo	10
Raccomandazioni	12
Rendere il patrimonio più accessibile.....	12
Proteggere, ripristinare e migliorare il patrimonio, facendo un maggiore uso delle nuove tecnologie	14
Utilizzare tecniche innovative per presentare il patrimonio culturale al pubblico, preservandone l'integrità	14
Conclusioni	15
PROMOZIONE DEL PATRIMONIO CULTURALE E DELL'ACCESSIBILITÀ IN ITALIA	16
Introduzione	16
Body	18
Background del Turismo Accessibile.....	18
Musei Italiani.....	20
Contesto Legale	22
Esempi di buone prassi italiane	23
Ulteriori importanti esempi di turismo accessibile	26
Conclusioni	27
PROMOZIONE DEL PATRIMONIO CULTURALE IN SPAGNA.....	29
Introduzione	29
Body	31



Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

Patrimonio culturale e programmi di promozione in Spagna.....	31
TIC nella promozione dei beni culturali	37
Conclusioni	41
ANALISI DELLO STATO ATTUALE D'ACCESSIBILITÀ NELLA PROMOZIONE DEL PATRIMONIO CULTURALE A LIVELLO UE E IN SPAGNA	43
Introduzione	43
Body	46
Pagine Web di destinazioni turistiche, musei o beni del patrimonio:.....	46
Social Networks.....	46
Podcast	47
APP Mobile	47
Codici QR.....	49
Realtà virtuale, realtà aumentata e mappatura video.....	49
Audioguide e guide per i segni	49
Guide multimediali	49
PROMOZIONE DEL PATRIMONIO CULTURALE E DELL'ACCESSIBILITÀ IN UNGHERIA	50
Introduzione	50
Body	51
Il ruolo del turismo culturale in Ungheria	51
Sviluppo turistico fino ad oggi.....	51
Attrazioni culturali in Ungheria	52
Organizzazioni turistiche importanti	54
Altre importanti organizzazioni per la conservazione del valore culturale	55
Dati turistici	55
Il principale risultato del turismo interno	55
I principali risultati del turismo in arrivo	56
Promozione del turismo.....	57
Strumenti per la promozione del turismo interno	57
Strumenti per la promozione internazionale del turismo	58
Strategia nazionale di sviluppo turistico 2030.....	59



Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

Turismo accessibile	61
Esperimenti per il turismo accessibile	61
Buone prassi.....	62
Il ruolo degli strumenti digitali nel turismo	63
Conclusioni.....	64
PROMOZIONE DEL PATRIMONIO CULTURALE E DELL'ACCESSIBILITÀ IN PORTOGALLO	65
Introduzione	65
Body	66
Un'ampia prospettiva sull'accessibilità turistica.....	67
Accessibilità nei servizi, PNR e bilancio partecipativo del Portogallo	67
Piano di lettura nazionale.....	67
Bilancio partecipativo del Portogallo	69
Accessibilità nei costi e iniziative correlate	69
Accessibilità per le persone con disabilità	70
Conclusioni	73
Bibliografia	77



Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

ANALISI DELLO STATO ATTUALE DELL'UTILIZZO D'ISTRUMENTI DIGITALI PER LA PROMOZIONE DEL PATRIMONIO CULTURALE NEI PAESI COINVOLTI E A LIVELLO EUROPEO

Introduzione

Il patrimonio culturale può essere una risorsa economica, un'attrazione turistica e un fattore di identità e può anche contribuire alla coesione sociale. Per tutto il 2018, dichiarato Anno europeo del patrimonio culturale (EYCH), tutti gli Stati membri e le istituzioni dell'UE hanno organizzato eventi, conferenze e riunioni e stanziato fondi per preservare e promuovere tutte le forme di patrimonio culturale.

Tra il 2007 e il 2013, la partecipazione culturale ha subito una variazione in tutti i paesi europei, dove il livello "basso" di partecipazione è passato dal 30% al 34%. Il patrimonio culturale rappresenta una straordinaria risorsa per la crescita: sia come coesione ed inclusione sociale, sia come risorsa economica e produttiva.

Lo scopo del presente report è analizzare lo stato attuale dell'uso degli strumenti digitali per promuovere il patrimonio culturale nei paesi coinvolti a livello europeo, secondo un principio accessibile.

Abbiamo basato lo studio sui seguenti siti Web:

- <https://all-digital.org/projects/digital-invasions/>
- <https://all-digital.org/crowddreaming-supporting-the-future-of-digital-cultural-heritage/>
- <http://www.patrimoniocultural.gov.pt/static/data/noticias/strategy21.pdf>
- <https://europa.eu/cultural-heritage/about>

Body

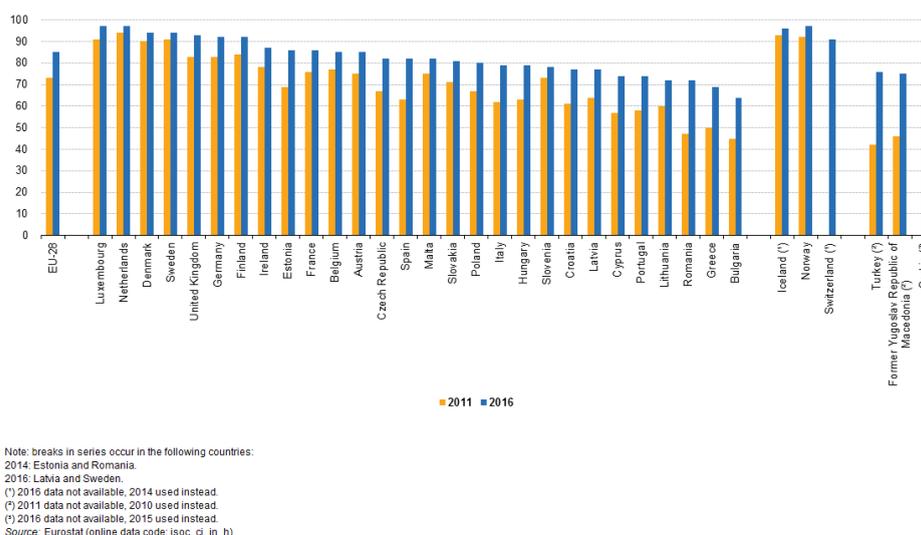
Il patrimonio culturale ha un valore universale per noi come individui, comunità e società. È importante preservarlo e trasmetterlo alle generazioni future. Si può pensare all'eredità come qualcosa che viene "dal passato" ma in realtà esso si evolve attraverso il nostro impegno. Inoltre, la nostra eredità ha un ruolo importante nella costruzione del futuro dell'Europa. Questo è uno dei motivi per cui si vuole raggiungere i giovani, in particolare durante l'Anno europeo.

Il patrimonio culturale si presenta in molte forme e sfumature.

- **tangibile** – ad esempio edifici, monumenti, manufatti, abbigliamento, opere d'arte, libri, macchine, città storiche, siti archeologici.
- **intangibile** – pratiche, rappresentazioni, espressioni, conoscenze, abilità - e strumenti, oggetti e spazi culturali associati - che le persone valorizzano. Ciò include le lingue e le tradizioni orali, le arti dello spettacolo, le pratiche sociali e l'artigianato tradizionale.
- **naturale** – paesaggi, flora e fauna.
- **digitale** – risorse che sono state create in forma digitale (ad esempio arte digitale o animazione) o che sono state digitalizzate per essere preservate (inclusi testo, immagini, video, registrazioni).

Attraverso la cura del nostro patrimonio culturale, possiamo scoprire la nostra diversità ed iniziare una conversazione interculturale su ciò che abbiamo in comune. Quindi, quale modo migliore per arricchire la nostra vita se non interagendo con qualcosa di così centrale nella nostra identità?

Figura 1: Uso delle TIC a fini culturali



I patrimonio culturale non dovrebbe essere lasciato a decadimento, deterioramento o distruzione. Questo è il motivo per cui il 2018 è stato pensato per celebrarlo e preservarlo.



Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

La rete **ALL DIGITAL** sta collaborando ad alcuni progetti relativi al patrimonio culturale digitale, inclusi [“Crowddreaming: Youth co-create digital culture”](#) e [DigInv: Digital Invasions for the promotion of Cultural Heritage](#). È importante che, poiché gli strumenti digitali sono utilizzati per registrare e documentare il nostro patrimonio culturale, la valorizzazione di documenti e monumenti relativi al patrimonio culturale continui a rimanere accessibile a tutti i cittadini.

Il discorso dominante sul patrimonio culturale digitale persegue l'uso della digitalizzazione come strumento per conservare, registrare e documentare il patrimonio culturale. Prende il tangibile e assicura che sia documentato per le generazioni attraverso un mezzo immateriale.

Nel **#DigitalDay2019** – 9 Aprile, 23 paesi europei hanno firmato una [dichiarazione per la Cooperazione sulla promozione della digitalizzazione del Patrimonio Culturale](#). - uno degli ultimi sviluppi nella politica del patrimonio culturale digitale. La dichiarazione è un invito a intensificare l'azione basata su tre pilastri:

1. Un'iniziativa paneuropea per la digitalizzazione in 3D di reperti del patrimonio culturale
2. Riutilizzo di risorse culturali digitalizzate per favorire il coinvolgimento dei cittadini
3. Rafforzare la cooperazione intersettoriale e transfrontaliera e lo sviluppo di capacità nel settore del patrimonio culturale digitalizzato.

Crowddreaming, supporto del futuro del patrimonio culturale digitale

Il progetto [“Crowddreaming: Youth co-create digital culture”](#) non guarda al passato e alla storia collettiva dell'esistenza del patrimonio culturale, ma invita gli utenti nel suo progetto pilota a creare un monumento immateriale, a reinventare e comprendere il patrimonio culturale attraverso sfide combinate di velocità, forma e persistenza. Il crowddreaming invita i giovani a considerare quello che sarà il monumento della loro cultura digitale emergente e dopo a crearlo.

I progetti [Crowddreaming](#) e [Digital Invasions](#) hanno il supporto di molti membri della rete ALL DIGITAL e mostrano che c'è molto da dire sul patrimonio culturale digitale. Il [Primo](#) indirizza i giovani all'importante questione di essere leader nel loro patrimonio culturale digitale. Il [secondo](#) incoraggia gli operatori culturali a guidare gli utenti a interagire con il patrimonio culturale utilizzando strumenti digitali.

DIGINV (DIGigitalINvasions for the Promotion of Cultural Heritage)

L'obiettivo del progetto DIGINV (DIGigitalINvasions for the Promotion of Cultural Heritage) è di valorizzare l'interesse e le pratiche culturali coinvolgendo cittadini, istituzioni culturali e usando la tecnologia come catalizzatore. Come risultato i cittadini coinvolgono e sperimentano la cultura in un modo nuovo.

Il progetto amplia la metodologia di Digital Invasion, sviluppata in Italia. La metodologia migliora le capacità digitali e comunicative degli operatori culturali, aiutandoli a diventare promotori e a coinvolgere i cittadini nella valorizzazione del patrimonio culturale. Funziona anche per migliorare



Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

le competenze digitali dei cittadini coinvolti (dai più giovani agli anziani) utilizzando le nuove tecnologie per promuovere e valorizzare un punto di interesse culturale.

Da un lato, le stesse invasioni digitali consentiranno ai partecipanti di apprendere i concetti fondamentali nel campo della comunicazione digitale, riducendo la mancanza di competenze digitali tra i partecipanti. Le invasioni digitali applicheranno i principi della digitalizzazione dei sistemi di produzione, dello storytelling digitale e del web marketing, per promuovere il patrimonio culturale al fine di renderlo più accessibile e competitivo a livello locale ed internazionale, migliorandolo nella sua componente tangibile ed intangibile in un modo completamente nuovo. Le invasioni digitali sono il detentore delle buone prassi e del know-how strategico e necessario per il suo trasferimento agli operatori e all'estero.

D'altra parte, gli operatori e le organizzazioni partner avranno nuovi strumenti per il coinvolgimento della comunità nella valorizzazione del patrimonio culturale, nonché il consolidamento del dialogo con le autorità locali. Questo dialogo rafforzerà una linea d'azione comune a livello europeo che sarà identificata per il coinvolgimento dei cittadini nella promozione del patrimonio culturale.

Il progetto include diversi risultati finali:

- Video tutorial che raccoglieranno le esperienze di formazione e sperimentazione di invasioni digitali; Saranno resi disponibili a tutte le organizzazioni potenzialmente interessate a sperimentare la metodologia nel loro territorio.
- Report basati su *mobilità miste riguardanti il come applicare le buone prassi sul coinvolgimento della società civile nella promozione e valorizzazione del patrimonio culturale in ciascun paese coinvolto*. I report non saranno puramente descrittivi: al contrario, forniranno approfondimenti sull'attuazione pratica delle attività, al fine di rendere l'esperienza in diversi contesti facilmente accessibile e replicabile.

Il progetto ha due gruppi target principali:

"Operatori culturali "che saranno coinvolti nella formazione e organizzazione delle invasioni digitali:

1. Operatori del sistema turistico (dipendenti del comune e principali luoghi di interesse culturale, guide turistiche, ecc.)
2. Formatori
3. Facilitatori digitali
4. Tutti coloro che svolgono una funzione educativa all'interno di un'azienda e che possono svolgere attività con il pubblico

Nuovi attori / pubblico proattivi nella diffusione del patrimonio culturale

- Giovani e adulti svantaggiati
- Anziani

- Cittadini dei luoghi d'invasione

Figura 2: Uso di Internet a fini culturali, per caratteristiche socioeconomiche, UE-28, 2016

Use of internet for cultural purposes, by socio-economic characteristics, EU-28, 2016
(% of individuals who used internet in the last 3 months)

Socio-economic characteristics		Reading online news sites/newspapers/news magazines	Watching internet streamed TV or videos	Listening to music (e.g. web radio)	Playing or downloading games	Consulting wikis (*)	Creating websites or blogs
All individuals		70	68	50	34	56	6
Age	16 to 24	68	86	80	57	69	9
	25 to 54	72	71	52	34	57	6
	55 to 74	66	48	26	21	47	3
Sex	Men	72	70	53	37	58	7
	Women	68	65	47	32	55	5
Educational attainment level	Low	55	65	49	42	45	4
	Medium	69	65	48	34	53	5
	High	83	75	55	30	69	9
Country of birth	Foreign-born	66	71	53	31	52	6
	Native-born	71	67	50	35	57	6
Income quartile of household	1st quartile	65	64	48	35	51	5
	2nd quartile	68	63	45	33	49	4
	3rd quartile	71	65	48	35	54	5
	4th quartile	78	71	53	35	62	7
Degree of urbanisation (*)	Sparsely populated area	68	63	47	31	49	5
	Intermediate urbanized area	71	70	50	35	58	6
	Densely populated area	71	69	52	36	60	6
Working status	Students	73	87	82	57	76	9
	Employed (*)	73	70	51	32	57	6
	Unemployed	64	70	51	38	50	5
	inactive population (**)	62	50	30	27	44	3

(*) 2015 data.

(*) Sparsely populated area (less than 100 inhabitants/Km²). Intermediate urbanized area (between 100 and 499 inhabitants/Km²). Densely populated area (at least 500 inhabitants/Km²).

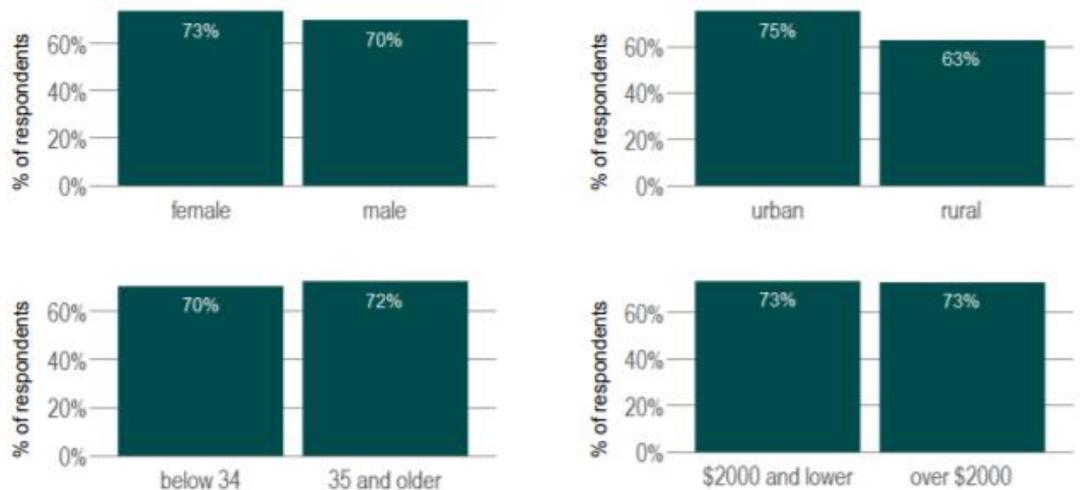
(*) Employees, self-employed, family workers.

(*) Retired and other inactive.

Source: Eurostat (online data code: isoc_ci_ac_i)

eurostat

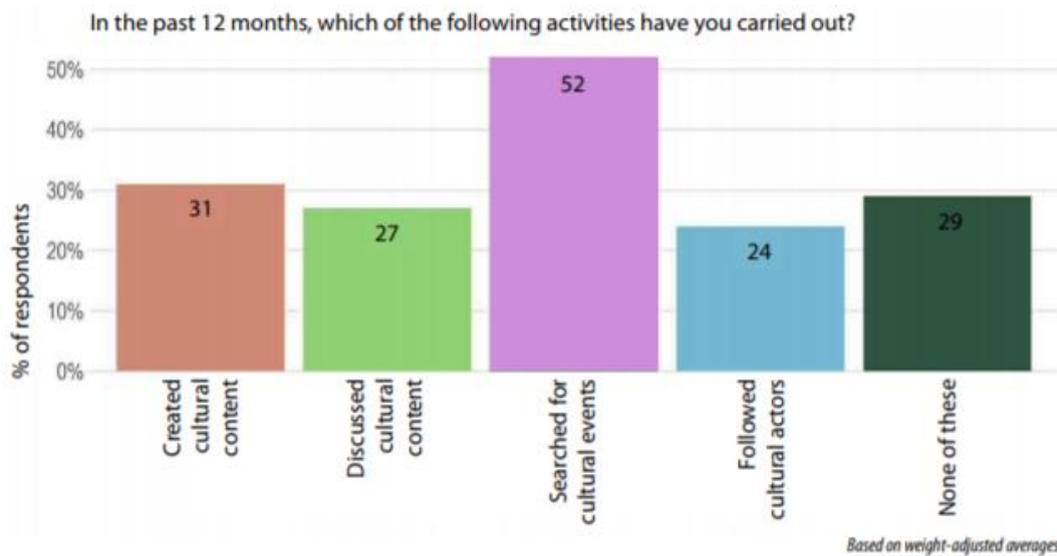
Figura 3: Differenze nell'attività culturale online degli utenti di Internet, 2017, UE-28



Based on weight-adjusted averages

Source: Dalia Research survey

Figura 4: Partecipazione culturale online e creatività degli utenti di Internet, 2017, UE-28



Source: Dalia Research survey

Strategia europea del patrimonio culturale per il 21 ° secolo

“Il Comitato dei Ministri del Consiglio d'Europa, ai sensi dell'articolo 15.b dello Statuto del Consiglio d'Europa;

Considerando che lo scopo del Consiglio d'Europa è di raggiungere una più stretta unità tra i suoi membri e che tale obiettivo può essere perseguito, in particolare, attraverso un'azione congiunta nel settore della cultura e del patrimonio culturale;

Visto il lavoro pionieristico del Consiglio d'Europa nel campo del patrimonio culturale e, in particolare, l'Anno europeo del patrimonio architettonico organizzato nel 1975 e concluso con la Carta europea del patrimonio architettonico (Carta di Amsterdam), che ha portato alla crescita della consapevolezza a livello europeo dell'importanza del patrimonio e dell'adozione di politiche integrate del patrimonio in tutti gli Stati membri;

Figura 5: Creatività online negli Stati membri del Consiglio d'Europa (N = 43)



Source: IFCD v2.0 (www.governancereport.org/ifcd)

Considerando il contributo insostituibile degli esperti del patrimonio che si riflette in molte convenzioni, la cui attuazione e follow-up è di competenza degli Stati membri del Consiglio d'Europa in cooperazione con le parti interessate, in particolare:

- la Convenzione culturale europea (STE n ° 18), firmata a Parigi il 19 dicembre 1954;*
- la Convenzione per la protezione del patrimonio architettonico europeo (STE n ° 121), firmata a Granada il 3 ottobre 1985;*
- la Convenzione europea per la protezione del patrimonio archeologico (riveduta) (STE n ° 143), firmata a La Valletta il 16 gennaio 1992;*
- la Convenzione europea sul paesaggio (STE n ° 176), firmata a Firenze il 20 ottobre 2000;*
- la Convenzione quadro del Consiglio d'Europa sul valore del patrimonio culturale per la società (STCE n. 199), firmata a Faro il 27 ottobre 2005;”*

Una delle caratteristiche principali della strategia è la condivisione di pratiche ed esperienze concrete tra gli Stati membri, consentendo loro di trarre ispirazione gli uni dagli altri al fine di facilitare l'attuazione della strategia,

1. Raccomanda ai governi degli Stati membri di:



Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

- i. abbracciare e attuare la strategia allegata alla presente raccomandazione, ai livelli di governance appropriati, nel rispetto delle disposizioni e prassi giuridiche nazionali applicabili;
- ii. distribuire ampiamente la strategia tra le parti interessate governative e non governative, le autorità regionali e locali, i professionisti, le associazioni locali e la società civile e incoraggiarle a svolgere un ruolo attivo nel promuovere l'effettiva attuazione della strategia e il raggiungimento dei suoi obiettivi;
- iii. attingere, se del caso, agli esempi delle migliori pratiche registrate e aggiornate nel sistema HEREIN;
- iv. assicurare l'approfondimento del processo di valutazione, che è parte integrante della strategia e della sua attuazione;

2. Invita gli Stati parte della Convenzione culturale europea che non sono membri del Consiglio d'Europa a prendere la strategia come documento di riferimento e dargli un seguito, nel rispetto del proprio ordinamento giuridico e prassi;

3. Accoglie con favore l'iniziativa della Commissione europea di rendere l'Anno europeo del patrimonio culturale per il 2018 e incoraggia le sinergie con l'attuazione di questa strategia.

La strategia si basa su tre componenti:

1. La componente "sociale" sfrutta i beni del patrimonio al fine di promuovere la diversità, il potenziamento delle comunità del patrimonio e la governance partecipativa.
2. La componente "sviluppo territoriale ed economico" cerca di rafforzare il contributo del patrimonio allo sviluppo sostenibile, basato su risorse locali, turismo e occupazione.
3. La componente "conoscenza ed educazione" si concentra, attraverso il patrimonio, sull'educazione, la ricerca e la formazione permanente, istituendo centri di conoscenza del patrimonio e centri per la formazione nelle attività e professioni del patrimonio, mediante adeguati programmi di insegnamento, formazione e ricerca. Queste "componenti" interagiscono in quattro aree di convergenza: tra la componente sociale e la componente di sviluppo territoriale ed economico; tra la componente di sviluppo territoriale ed economico e la componente di conoscenza ed educazione, tra la componente di conoscenza ed educazione e la componente sociale e, infine, tra tutte e tre le componenti.

Raccomandazioni

Rendere il patrimonio più accessibile

L'accessibilità al patrimonio, in remoto o in loco, ha un valore aggiunto e uno scopo per il nostro patrimonio che è un bene comune. Nelle sue varie forme, tangibile e virtuale, fisico e cognitivo, può essere usato per attrarre una serie di percezioni umane. Questa ricerca va di pari passo con il rispetto per la diversità delle persone e le loro interpretazioni delle proposte presentate. Deve

basarsi su una conoscenza approfondita dei potenziali gruppi target e delle loro esigenze e mostrare rigore e creatività al fine di attrarre e ampliare il pubblico e coinvolgerlo attivamente. È disponibile un ampio spettro di metodi e tecniche per sviluppare l'esperienza del patrimonio culturale e meccanismi che coinvolgono sia la partecipazione umana che la realtà aumentata. Strumenti e reti digitali, in particolare Internet, offrono possibilità senza precedenti per nuovi percorsi di accesso che incoraggiano l'interattività. Il patrimonio, che illustra il genio creativo dell'umanità attraverso i secoli, è anche una fonte di creatività. L'apertura del patrimonio rende più facile l'accesso ad esso e l'obiettivo viene raggiunto quando un gruppo di persone sviluppa un rapporto di familiarità con un patrimonio condiviso.

Figure 6 e 7: Uso di Internet a fini culturali, per età, 2016

Use of internet for cultural purposes, by age, 2016 (Part I)
(% of individuals who used internet in the last 3 months)

Use of internet for cultural purposes, by age, 2016 (Part II)
(% of individuals who used internet in the last 3 months)

	Reading online news sites/newspapers/news magazines			Consulting wikis (*)			Creating websites or blogs				Watching internet streamed TV or videos			Listening to music (e.g. w eb radio, music streaming)			Playing or downloading games		
	All	16-24	55-74	All	16-24	55-74	All	16-24	55-74		All	16-24	55-74	All	16-24	55-74	All	16-24	55-74
EU-28	70	68	66	56	69	47	6	9	3	EU-28	88	86	48	50	80	26	34	57	21
Belgium	65	67	61	51	66	36	7	11	3	Belgium	55	73	34	45	67	22	41	62	28
Bulgaria	68	55	73	42	55	31	5	9	2	Bulgaria	46	63	26	41	69	13	33	63	10
Czech Republic	82	83	78	46	70	35	5	10	2	Czech Republic	61	87	40	47	82	20	26	60	11
Denmark	72	68	67	63	85	40	10	14	7	Denmark	85	99	65	62	90	32	47	71	32
Germany	72	67	66	75	85	65	6	8	3	Germany	69	92	45	47	83	21	35	61	19
Estonia	89	94	84	62	83	44	8	15	2	Estonia	75	94	55	64	96	40	27	52	18
Ireland	49	42	43	33	36	24	4	5	1	Ireland	63	82	37	49	79	25	26	53	9
Greece	85	79	88	50	63	41	6	6	3	Greece	64	83	42	47	65	28	32	53	18
Spain	78	81	74	67	84	55	6	11	3	Spain	78	95	59	55	85	32	32	56	17
France	56	59	51	32	55	22	3	6	2	France	61	87	41	48	80	24	36	59	24
Croatia	91	88	90	65	89	49	6	10	2	Croatia	82	98	55	28	37	18	33	52	17
Italy	60	55	61	58	70	50	5	6	3	Italy	72	89	52	49	79	26	31	51	17
Cyprus	73	63	77	62	76	48	6	9	3	Cyprus	81	95	60	46	59	30	42	66	22
Latvia	84	79	84	28	55	12	4	7	2	Latvia	66	80	46	49	82	26	30	49	20
Lithuania	93	88	94	46	65	34	7	10	2	Lithuania	69	89	43	51	83	19	33	60	14
Luxembourg	89	80	87	82	86	79	8	13	7	Luxembourg	85	96	71	58	73	49	35	60	24
Hungary	88	81	90	80	73	46	9	12	4	Hungary	70	89	48	61	84	38	40	68	20
Malta	79	71	77	61	73	48	6	8	5	Malta	82	96	64	65	88	48	38	61	26
Netherlands	75	70	71	61	77	49	8	11	4	Netherlands	84	97	68	41	68	22	45	62	35
Austria	66	78	55	68	80	56	7	10	4	Austria	71	94	48	49	79	24	28	48	16
Poland	79	78	78	44	62	32	3	6	1	Poland	53	74	31	48	80	21	26	52	15
Portugal	78	86	70	80	81	42	6	10	3	Portugal	77	97	54	49	77	26	32	54	21
Romania	63	55	66	31	39	21	6	9	2	Romania	36	46	22	48	72	18	40	66	18
Slovenia	80	83	74	51	76	30	5	12	1	Slovenia	70	82	47	48	69	27	24	41	14
Slovakia	74	73	75	46	57	40	6	12	2	Slovakia	51	73	32	48	82	22	30	48	17
Finland	85	88	76	77	91	56	7	7	3	Finland	87	99	69	68	98	37	34	57	25
Sweden	87	80	82	67	85	48	7	8	4	Sweden	88	93	77	69	88	42	39	57	23
United Kingdom	88	65	80	58	56	53	8	10	5	United Kingdom	69	84	50	56	85	31	37	53	24
Norway	94	97	88	75	83	60	6	3	5	Norway	85	99	87	68	97	37	34	83	12
Former Yugoslav Republic of Macedonia	65	61	65	38	46	33	7	12	3	Former Yugoslav Republic of Macedonia	65	83	49	54	72	31	38	55	17
Turkey	70	64	73	47	54	32	3	4	2	Turkey	77	87	51	64	78	36	41	59	22

(*) 2016 data not available. 2015 used instead.
Source: Eurostat (online data code: isoc_ci_ac_i)

Source: Eurostat (online data code: isoc_ci_ac_i)

eurostat

eurostat

Linee d'azione

- Effettuare miglioramenti per ottimizzare la sicurezza del sito e consentire, per quanto possibile, l'accesso dei visitatori con disabilità fisiche o sensoriali
- Effettuare analisi e, alla luce di ciò, migliorare la segnaletica
- Elaborare una formulazione e metodi di presentazione da una prospettiva etica per rispondere alla diversità del pubblico e alle loro interpretazioni del patrimonio
- Introdurre incentivi per gruppi specifici (giovani, utenti non frequenti, ecc.)
- Realizzare campagne di sensibilizzazione (stampa, stampa per bambini, giochi / competizioni, ecc.)
- Produrre materiale di presentazione e interpretazione multilingue
- Elaborare metodi di presentazione interattivi, divertenti e creativi



Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

- Presentare ai visitatori diversi modi di percepire il patrimonio
- Sviluppare esperienze sul patrimonio combinando diverse forme di espressione culturale (danza, musica, abilità tradizionali o nuove, gastronomia, ecc.) E facendo appello a diversi lati della natura umana (sensi, sentimenti, conoscenza)
- Produrre programmi audiovisivi
- Incoraggiare la scoperta virtuale remota del patrimonio utilizzando le ultime tecnologie e i social network
- Raccogliere e mostrare i resoconti del patrimonio dei cittadini
- Promuovere un approccio interdisciplinare al patrimonio

Proteggere, ripristinare e migliorare il patrimonio, facendo un maggiore uso delle nuove tecnologie

Proteggere, ripristinare e valorizzare il patrimonio significa costantemente dover trovare nuove soluzioni in un contesto in evoluzione, intraprendere ricerche multidisciplinari e interdisciplinari, seguire nuovi modelli e nuovi metodi e promuovere l'uso razionale delle nuove tecnologie.

Linee d'azione

- Informare gli attori del patrimonio, in collaborazione con specialisti, sulle nuove tecnologie, incluso il loro potenziale e i loro limiti
- Effettuare studi di lavoro di pre-restauro utilizzando tecnologie non invasive (digitalizzazione, realtà aumentata, scanner 3D, modellazione, droni, LiDAR, ecc.)
- Utilizzare tecniche di esplorazione non invasive per studiare aree inaccessibili o fragili
- Sviluppare rappresentazioni del patrimonio mediante le nuove tecnologie (modellazione, stampa 3D)

Utilizzare tecniche innovative per presentare il patrimonio culturale al pubblico, preservandone l'integrità

Tecniche e approcci innovativi devono essere utilizzati appieno nelle operazioni di presentazione, ma devono essere utilizzati con giudizio per affrontare la duplice sfida di preservare l'integrità del patrimonio culturale e renderlo accessibile al più vasto pubblico possibile.

Linee d'azione

- Definire l'accesso ottimale o le condizioni di visita e trovare soluzioni per raggiungerli
- Presentare uno spazio o un oggetto che è scomparso, è inaccessibile, vulnerabile o disconnesso dal suo contesto
- Ricostituire o creare artefatti
- Organizzare un tour per visitatori in un'area sensibile
- Coinvolgere le parti interessate locali e i residenti nella creazione di strutture innovative



Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

Conclusioni

Il 2018- l'Anno europeo del patrimonio culturale -ha segnato una svolta per il movimento, sempre crescente, dell'Europa per il patrimonio culturale e ha anche confermato la possibilità di utilizzare quest'ultimo per promuovere un'Europa più pacifica, prospera, inclusiva e sostenibile.

Riconoscendo l'impatto profondo, diffuso e sistemico che il trasferimento digitale ha sui settori culturali e creativi in tutta Europa, l'Unione europea dovrebbe:

- Continuare a dare priorità allo sviluppo di un pubblico e delle sue capacità con particolare attenzione agli approcci innovativi nell'ambito dei programmi di finanziamento dell'UE, nello specifico nell'ambito di Europa creativa e ai finanziamenti offerti alle istituzioni e alle imprese creative e culturali attraverso altri programmi e strumenti di finanziamento.
- Creare linee guida volontarie a livello europeo per la raccolta e il riutilizzo dei dati su prodotti e contenuti culturali e creativi, programmi, servizi digitali e pubblico.
- Aumentare l'accessibilità delle opportunità relative a modelli di finanziamento innovativi per i settori culturali e creativi nell'UE (ad es. Riunendo insieme diverse fonti di informazione).

PROMOZIONE DEL PATRIMONIO CULTURALE E DELL'ACCESSIBILITÀ IN ITALIA

Introduzione

La disponibilità e l'accessibilità del patrimonio culturale sono un fattore importante per arricchire la personalità ed aumentare la conoscenza. In tal senso è interessante notare i dati emersi dal Rapporto ISTAT 2018 sulla Conoscenza; Lo stesso afferma che meno del 30% degli adulti italiani ha visitato almeno una volta un sito di interesse storico e culturale durante l'anno. Questa informazione è estremamente significativa in quanto in Italia esiste circa il 75% del patrimonio artistico esistente nel mondo che, in particolare, comprende quasi 5.000 musei, monumenti e siti archeologici.

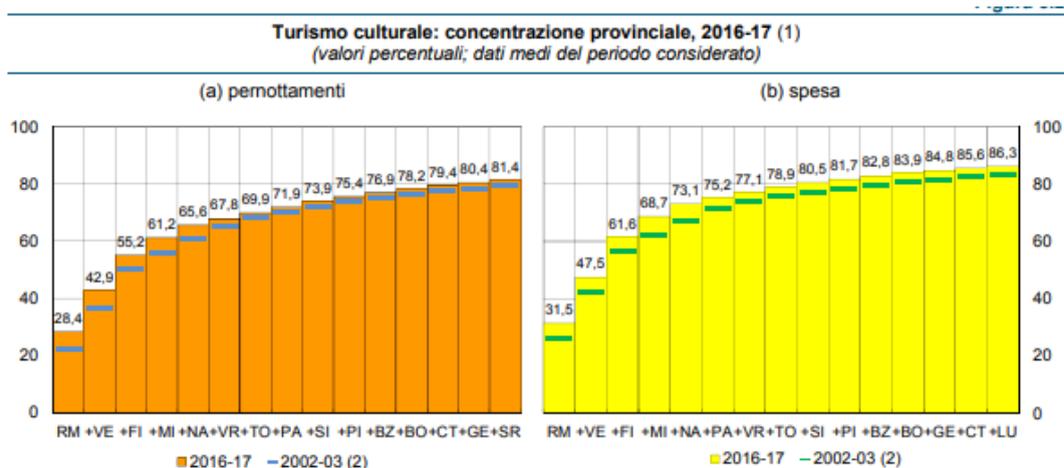


Figura1 Fonte: Artribune Magazine – 2018. Italy Museums in 2017.

Nel 2017 il turismo culturale ha rappresentato il 51,7 per cento degli arrivi, il 52,3 di pernottamenti e il 59,6 della spesa. La destinazione più scelta per questo tipo di vacanza rimane la città di Roma, che riceve in media oltre un quinto del flusso di turisti che visitano l'Italia ogni anno per una vacanza culturale. Anche l'attrattiva di Firenze è cresciuta di recente, il che rappresenta oltre un decimo dei pernottamenti; l'intera area del Centro continua a ricevere quasi la metà dei flussi.

Il Nord Ovest e il Sud Italia, sebbene in crescita (soprattutto le grandi città come Milano, Torino e Palermo), rappresentano ancora le aree con la quota più bassa di flussi per le vacanze culturali.

La distribuzione territoriale delle spese per il turismo culturale è fortemente influenzata dalla posizione delle principali città d'arte. Nel corso del 2016-17 le prime tre province (Roma, Firenze e Venezia) hanno concentrato oltre la metà dei pernottamenti e oltre il 60% della spesa.¹



Fonte: elaborazioni su dati Banca d'Italia.
(1) I grafici riportano la quota cumulata di assorbimento delle prime quindici province italiane in termini di pernottamenti e spesa per turismo culturale. Sull'asse orizzontale si riportano le sigle delle province che di volta in volta si aggiungono al calcolo della cumulata 2016-17. - (2) L'ordinamento delle prime quindici province negli anni 2002-03 potrebbe non coincidere con quello riportato nell'asse orizzontale, che si riferisce solo agli anni 2016-17.

Figura 2 Fonte Banca d'Italia. grafici mostrano il tasso di assorbimento cumulativo delle prime 15 province italiane in termini di pernottamenti e spese per il turismo culturale

¹Rapporto Turismo finale 2018. Banca d'Italia



Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

Body

Background del Turismo Accessibile

Relativamente alla domanda di turismo accessibile in Italia, lo studio principale e più approfondito risale al 1999: il progetto STARe, una ricerca sull'applicazione del turismo accessibile in Italia, a cura di ENEA e ITER. Questa è ancora utilizzata nelle pubblicazioni più recenti come Accessible is Better, il primo libro bianco sul turismo per tutti in Italia risalente al 2013.

Questo studio ha preso in considerazione il maggior numero possibile di dati provenienti da fonti ufficiali nazionali e internazionali, acquisendo molta informazione in base a diversi temi. In particolare, sono stati compiuti sforzi per lavorare su una definizione più ampia della domanda di turismo accessibile.

In effetti, sono stati presi in considerazione non solo i disabili, ma anche tutti coloro che sentivano soggettivamente di avere problemi di accessibilità. È stato inoltre condotto un sondaggio sulla popolazione italiana per ottenere aspetti sia quantitativi che qualitativi relativi alla domanda di turismo accessibile.

La ricerca ha portato a evidenziare che una stima attendibile della percentuale di turisti sulla popolazione italiana era del 54,6% con una spesa pro capite media tra 103 e 114 mila lire al giorno. Di circa 31 milioni e 200 mila persone che viaggiano in Italia (corrispondente al 54,6% sopra citato) è stato stimato che la domanda di turismo accessibile è composta da:

- 889.330 persone che esprimono bisogni speciali (circa il 3% dei turisti italiani).
- 140.785 individui anziani (di età superiore a 64 anni), che rappresentano il 7% della popolazione italiana.
- 488.599 italiani che hanno dichiarato di non viaggiare ma che viaggerebbero se le condizioni di accessibilità migliorassero.

Nel 2010 l'Osservatorio TTG Italia ha condotto una ricerca su 600 tour operator stranieri per capire come l'Italia era considerata dal punto di vista dell'accessibilità. È emerso che nel 77% dei casi è considerata una destinazione accessibile ma allo stesso tempo vengono evidenziate alcune lacune, infatti ad esempio nel caso delle stazioni ferroviarie la percentuale di accessibilità scende al 54%, per gli hotel al 46% e per ristoranti al 38%; aeroporti, musei e porti sono tra i migliori in termini di accessibilità; i centri commerciali e i rifugi di montagna sono i peggiori. Dovrebbe anche essere migliorata l'attività del personale e l'assistenza sanitaria, in particolare quei casi che riguardano l'insufficienza renale, diabete e malattie oncologiche.

Un'altra importante ricerca è stata condotta da Deloitte Touche (una società di servizi di consulenza e revisione contabile, la prima al mondo in termini di ricavi e numero di professionisti, con sede legale a New York). Ha stimato nel suo studio "Tourism for All in Europe" (datato 1993), che il 70% delle persone con disabilità in Europa (89,3 milioni) ha la possibilità economica e fisica di viaggiare; è stato inoltre calcolato un effetto moltiplicatore minimo di 0,5 e massimo di 2 per tenere conto del fatto che molti turisti viaggiano accompagnati, il che significa che ogni persona



Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

con esigenze speciali di accessibilità viaggia con almeno una persona alla volta e al massimo 4. Sulla base di questi dati l'ambito della domanda di turismo accessibile varia da 134 a 267,9 milioni di persone; è stato anche ipotizzato che, considerando un costo medio di 620 euro, il valore di mercato oscilla tra 83 e 166 miliardi di euro.

In tempi più recenti, il 2018 è stato nominato "l'anno europeo del patrimonio culturale" dal Parlamento e dal Consiglio dell'UE; Si tratta di un momento di grande rilevanza, che deriva da un lungo percorso di pace evocato dalla ricorrenza dei cento anni trascorsi dalla fine del primo conflitto mondiale (1918-2018). Scopo dell'iniziativa è, in primo luogo, quello di celebrare la diversità umana, il dialogo interculturale e la coesione sociale, ai fini di una sempre maggiore unità del nostro continente, espressa, innanzitutto, dalla ricchezza del patrimonio culturale comunitario.

Tale ricorrenza intende, altresì, sensibilizzare i cittadini dell'Unione europea all'importanza della storia e dei valori condivisi, per il rafforzamento del senso di identità comune. Al tempo stesso, si vuole richiamare l'attenzione sull'ingente valore che riveste il patrimonio culturale e sulle innumerevoli opportunità da esso offerte a tutti i suoi cittadini e alle generazioni future.

Dal 2008 e secondo questi principi fondanti dell'Unione, l'Italia ha inteso affrontare la questione della valorizzazione del patrimonio culturale e il Ministero per i beni e le attività culturali ha istituito una Commissione ministeriale per definire le Linee guida per il superamento delle barriere architettoniche nei luoghi di interesse culturale. Per integrare i contenuti di queste Linee guida, la Direzione Generale dei Musei ha creato un gruppo di lavoro per la formulazione di misure relative al superamento delle barriere culturali, cognitive e psicosensoriali nei luoghi di cultura sotto la responsabilità del Ministero dei beni e delle attività culturali (Decreto esecutivo del 27 giugno 2017).

Le Linee guida - pubblicate a luglio 2018 - sono indirizzate ai direttori di luoghi di cultura e musei al fine di rendere il Piano per l'eliminazione delle barriere architettoniche (PEBA) uno strumento utile e funzionale per la pianificazione, la progettazione e l'implementazione di migliori condizioni di accessibilità per i diversi tipi di utenti (come: turisti, ricercatori, studiosi o semplicemente coloro che amano la bellezza)..

Il documento fornisce indicazioni, non solo, per le azioni da intraprendere all'interno dello spazio museale ma anche" all'esterno; per questo motivo è essenziale creare sinergie con le amministrazioni comunali e gli organi competenti nelle aree in cui i luoghi si trovano, così come con le stesse comunità locali.

Negli ultimi anni, il MiBACT ha realizzato numerosi progetti che hanno mirato innanzitutto alla rimozione delle barriere architettoniche e quindi anche delle barriere sensoriali e successivamente, nell'era della "società tecno-liquida e digitale", hanno realizzato schemi pilota per una "Accessibilità universale". È stato inoltre avviato il progetto A.D. Arte, con lo scopo di eliminare le barriere derivanti dalla mancanza di informazioni, attraverso la creazione di un programma online, attualmente disponibile sul sito istituzionale della direzione generale dei musei. Il programma mira a fornire informazioni preventive sul livello effettivo di accessibilità dei siti culturali pubblici agli "utenti" del patrimonio culturale, al fine di soddisfare le esigenze e le aspettative di tutti. Ha definito quali informazioni fornire agli utenti con bisogni speciali e, attraverso la formazione per gli operatori



Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

di musei e aree archeologiche, ha reso possibile l'uso di un metodo univoco di raccolta dati sulle condizioni di accessibilità. Le informazioni raccolte sono disponibili sul portale del progetto accedendo al luogo di interesse direttamente dal sito web istituzionale ministeriale. Tutti gli indicatori adottati sono gli stessi per ogni luogo culturale, indipendentemente dalla tipologia, dimensione e caratteristiche del sito. Attualmente A.D. Arte segnala 74 siti culturali accessibili in tutto il territorio. La creazione di un gestore dell'accessibilità per i siti del patrimonio culturale, scelto tra il personale dell'Amministrazione e appositamente formato attraverso un corso di e-learning online (disponibile sul sito web istituzionale), evidenzia l'interesse dell'Amministrazione di soddisfare sistematicamente le esigenze del pubblico del patrimonio culturale.²

Musei Italiani

A partire dal 2014, sono seguite una serie di misure legislative al fine di modificare il sistema gestionale dei musei, garantendo maggiori margini di autonomia ai gestori del sito e dando loro una corrispondente responsabilità sui risultati ottenuti. Tali misure sono poste in un processo di riorganizzazione amministrativa complessiva che ha interessato le strutture ministeriali incaricate della conservazione e valorizzazione del patrimonio artistico e culturale.

All'inizio del 2018 è stato avviato un processo di costruzione di una struttura museale nazionale che comprende tutti i musei e luoghi di cultura - pubblici e privati - presenti sul territorio nazionale. La sua istituzione ha creato un sistema di accreditamento a cui possono accedere tutti i musei che rispettano determinati livelli di qualità uniforme, stabilito con decreto ministeriale. Questi livelli uniformi si articolano attorno a tre assi principali: elementi organizzativi e strutturali, gestione e cura delle collezioni, relazioni con il pubblico e con il territorio. Il processo di riforma ha incluso anche l'accessibilità.

Nel 2018 la Banca d'Italia ha condotto uno studio sulla gestione e valorizzazione del patrimonio artistico e culturale con un campione di 40 musei; Il campione è composto da 20 musei coperti dalla prima fase della riforma e 10 musei che non hanno alcuna autonomia speciale, identificati attraverso procedure di selezione statistica come un gruppo di controllo. Per ottenere un'ulteriore valutazione comparativa delle prestazioni dei musei autonomi, è stato incluso nel campione anche un gruppo di 10 musei che hanno acquisito autonomia nella seconda fase della riforma. Secondo questo studio - nel settore dell'accessibilità - i musei autonomi, rispetto al gruppo di controllo, hanno realizzato un numero maggiore di interventi per riorganizzare il calendario delle visite (orari e / o giorni di apertura) e per introdurre nuove modalità di acquisto di biglietti o servizi ausiliari (principalmente via web); sono anche intervenuti nell'organizzazione del lavoro includendo personale esterno. I musei del gruppo di controllo hanno invece mostrato azioni relativamente più frequenti per migliorare l'accesso diretto alla struttura, ad esempio creando percorsi per i visitatori

²<http://musei.beniculturali.it/wp-content/uploads/2018/06/Il-patrimonio-culturale-per-tutti.-Fruibilita%CC%80-riconoscibilita%CC%80-accessibilita%CC%80.-Quaderni-della-valorizzazione-NS-4.pdf>

con

disabilità.

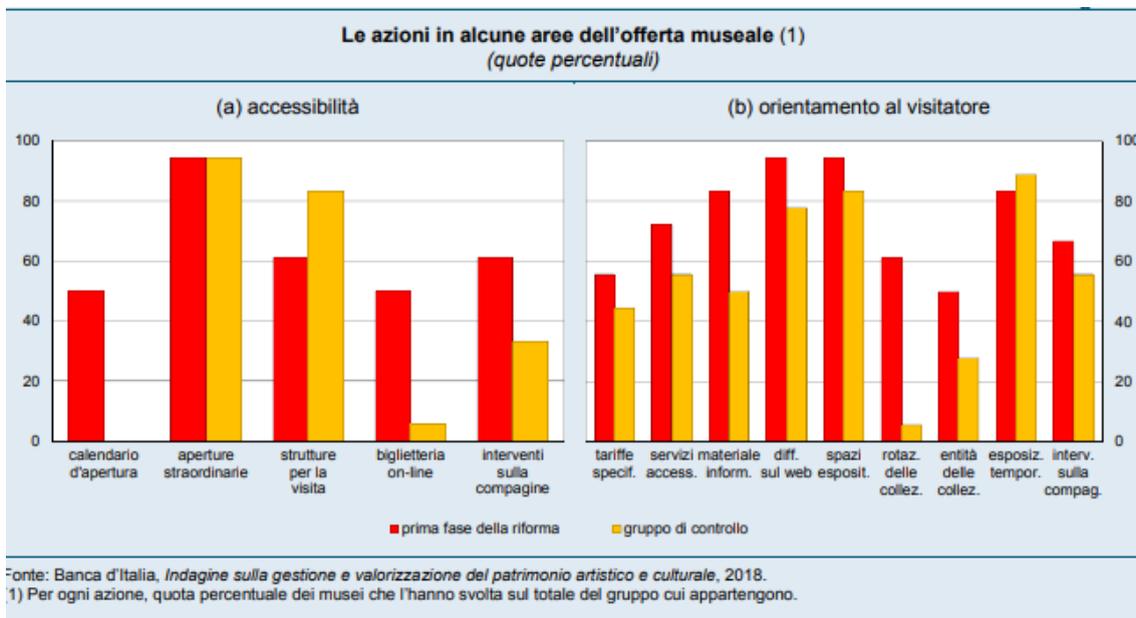
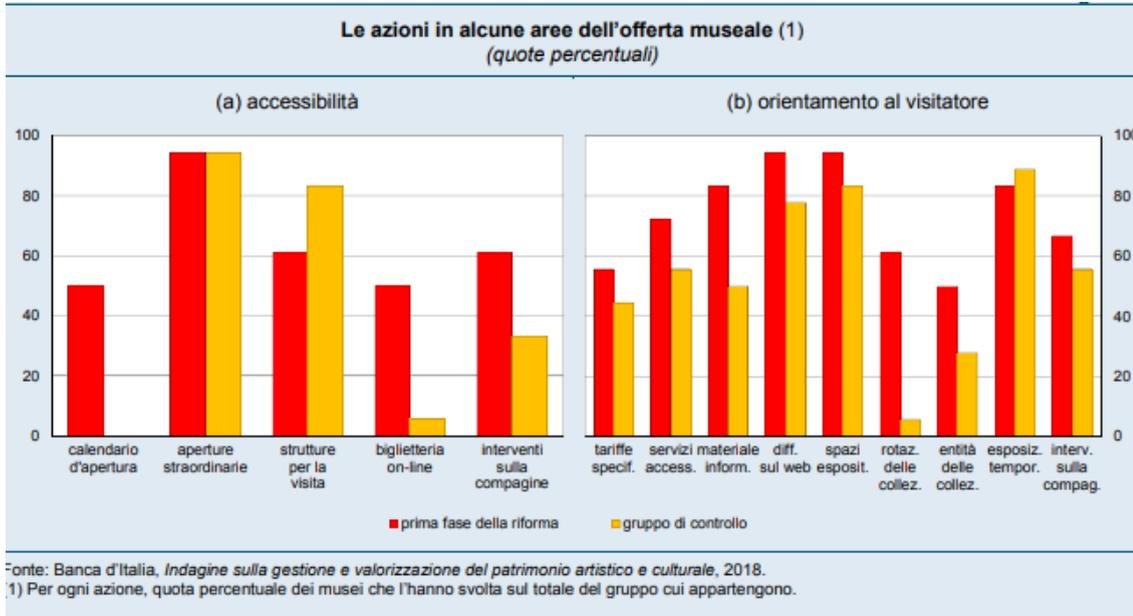


Figura3 Fonte: Banca d'Italia, *Indagine sulla gestione e valorizzazione del patrimonio artistico e culturale*, 2018. For each action, percentage museums that have carried it out on the total of the group to which they belong.



Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

Contesto Legale

Nel 2009 è stata istituita presso il Ministero dei beni e delle attività culturali e del turismo una Direzione Generale³, che ha prestato grande attenzione agli aspetti della fruizione del patrimonio culturale..

Sempre nel 2009 è nata la Commissione per la promozione e il sostegno del turismo accessibile, composta da 17 membri di spicco del panorama turistico italiano accessibile; i suoi obiettivi sono elencati nell'atto costitutivo:

"La commissione per la promozione e il sostegno del turismo accessibile" nasce dalla necessità di mettere ogni persona con i suoi bisogni al centro del sistema turistico. Il turismo accessibile è la massima espressione di questo obiettivo della civiltà e rappresenta anche un'attrazione indubbia - moderno e attuale - per riportare l'immagine del turismo italiano nel mondo. L'accessibilità, ovvero l'assenza di barriere architettoniche, culturali e sensoriali, è la condizione indispensabile per consentire l'uso del patrimonio turistico italiano. In termini di fruibilità turistica questo l'accessibilità deve essere estesa al sistema di trasporto globale, a medio raggio, su ruote, su rotaia, aeromobili e sistemi di trasporto locale. Quando parliamo di una destinazione turistica, pertanto, ci riferiamo al sistema turistico locale, ovvero a tutti i servizi e l'offerta: catering, bagni, cultura, enogastronomia, ecc ... ma anche all'accessibilità urbana e alla disponibilità di informazioni in diversi formati (ad es. tattile, braille, ecc.).⁴

Dal punto di vista dell'impresa turistica, per raggiungere questi obiettivi è sicuramente utile e giusto dare uno sguardo alla principale normativa italiana sull'accessibilità del soggetto e le barriere architettoniche; le leggi di riferimento sono il **D.M del 14 giugno 1989, n. 232525 art. 2 che definisce la definizione di accessibilità e il decreto del Presidente della Repubblica del 24 luglio 1996, n. 503 "Regolamento contenente norme per l'eliminazione delle barriere architettoniche in edifici, spazi pubblici e servizi"**

Molto importante è anche la legge Stanca 4/04 che nell'articolo 1 chiarisce immediatamente quali sono i suoi obiettivi e scopi, in particolare nel paragrafo 1 afferma che **"1. La Repubblica riconosce e protegge il diritto di ogni persona di accedere a tutte le fonti di informazione e i servizi correlati, compresi quelli articolati attraverso gli strumenti informatici e telematici** di cui al paragrafo 2, ricordano che la suddetta legge opera "... in conformità con il principio di uguaglianza ai sensi dell'articolo 3 della Costituzione".

Nell'ambito della stessa legge 4/04 all'articolo 2 " si definiscono i concetti di accessibilità" e "tecnologie assistive" : a) **"accessibilità"**: la capacità dei sistemi informatici, nelle forme e nei limiti consentiti dalle conoscenze tecnologiche, di erogare servizi e fornire informazioni fruibili,

³ Con D.P.R. 2 luglio 2009, n. 91 è stata istituita la Direzione generale per la valorizzazione del patrimonio culturale, con lo scopo di garantire una maggiore conoscibilità e fruibilità dei beni culturali.

⁴Ministero del Turismo, Commissione per la Promozione e Sostegno del Turismo Accessibile, Atto Costitutivo.

senza discriminazioni, anche da parte di coloro che a causa di disabilità necessitano di tecnologie assistive o configurazioni particolari; b) «**tecnologia assistiva**»: gli strumenti e le soluzioni tecniche, hardware e software, che consentono alla persona disabile, superando o riducendo le condizioni svantaggiate, di accedere alle informazioni e ai servizi erogati dai sistemi informatici"

Esempi di buone prassi italiane

Italy

The Travel & Tourism Competitiveness Index

	Rank (out of 141)	Score (1-7)
Travel & Tourism Competitiveness Index	8	4.98
Enabling Environment	55	5.02
Business Environment	127	3.59
Safety and Security	48	5.68
Health and Hygiene	20	6.27
Human Resources and Labour Market	75	4.45
ICT Readiness	35	5.14
T&T Policy and Enabling Conditions	71	4.14
Prioritization of Travel & Tourism	65	4.62
International Openness	24	4.09
Price Competitiveness	133	3.49
Environmental Sustainability	47	4.34
Infrastructure	13	5.19
Air Transport Infrastructure	26	4.26
Ground and Port Infrastructure	32	4.65
Tourist Service Infrastructure	3	6.66
Natural and Cultural Resources	5	5.55
Natural Resources	13	4.60
Cultural Resources and Business Travel	3	6.51



Fonte: World Economic Forum - "Travel & Tourism Competitiveness Report 2015"

Secondo fonti ISTAT, solo in Italia ci sono circa 1.100.000 persone con disabilità fisiche, di cui circa 60.000 sono su sedia a rotelle. Data la coerenza dei numeri è importante che le strutture che soddisfano questo tipo di turisti creino un'offerta in grado di rispondere alle loro esigenze, in particolare è necessario: garantire spazi più ampi dotati di tutte le attrezzature di base per consentire la camminata anche in sedia a rotelle, fornire comunicazioni sempre più rapide e dettagliate delle informazioni, garantire la presenza di dispositivi che garantiscano la sicurezza degli ospiti.

Nel 2014 gli obiettivi dichiarati e perseguiti dalla Commissione per la promozione e il sostegno del turismo accessibile sono stati accorpati nella Direzione generale dei musei ⁵, i cui obiettivi

⁵ Istituita con D.P.C.M. 29 agosto 2014, n. 171, la Direzione generale Musei ha assorbito larga parte delle competenze della ex Direzione generale per la valorizzazione del patrimonio culturale in tema di fruizione e accessibilità al patrimonio storico artistico italiano.



Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

istituzionali sono favorire lo sviluppo della cultura, presentandosi come soggetto attivo nel processo di creazione di servizi, nella capacità di aumentare l'uso del patrimonio a tutti i cittadini, nella possibilità di migliorare i circuiti di fidelizzazione, nel proporre attività e strumenti adatti a raggiungere la soddisfazione dell'utente.

Sulla scorta delle “Linee guida per il superamento delle barriere architettoniche nei luoghi di interesse culturale”- curate dalla “Commissione per l’analisi delle problematiche relative alla disabilità nello specifico settore dei beni e delle attività culturali”, istituita con D.M. 26 febbraio 2007, e adottate con D. M. 28 marzo 2008 - l’attività della Direzione generale mira ad individuare e sperimentare soluzioni operative atte a garantire le esigenze dei possibili fruitori, salvaguardando al contempo i valori di tutela e conservazione dei luoghi fruiti. Al riguardo, relativamente all’accesso fisico, senso-percettivo-cognitivo e digitale, a sostegno di alcune attività promosse dalle Soprintendenze statali, la Direzione generale ha inteso partecipare al finanziamento ed al coordinamento di importanti iniziative, che si sono rivelate progetti-pilota in materia di accessibilità. Tra esse, di rilievo è il progetto “Un ascensore per Michelangelo” curato dalla Soprintendenza per i Beni architettonici, paesaggistici, storici, artistici ed etnoantropologici per le Province di Firenze, Pistoia e Prato, che ha affrontato, attraverso il monitoraggio delle strutture, il tema del superamento delle barriere architettoniche nel Complesso delle Cappelle Medicee di Firenze. Il sacrario della famiglia Medici fu concepito nella basilica di San Lorenzo per ospitare le spoglie mortali dei componenti del ramo granducale, che qui ebbero sepoltura, dapprima nella Sagrestia Vecchia, eseguita dal Brunelleschi, poi in quella Nuova, opera di Michelangelo e quindi nella Cappella dei Principi, ideata da Cosimo I e realizzata, a partire dal 1604, da Ferdinando I.

Il Museo delle Cappelle Medicee si colloca, nel circuito museale fiorentino, dopo gli Uffizi e la Galleria dell’Accademia, al terzo posto per numero di visitatori, registrando oltre trecentomila presenze annue.⁶

Il Complesso monumentale, per le caratteristiche strutturali intrinseche, non era accessibile alle persone con disabilità motorie. è stato pertanto necessario procedere ad una progettazione accurata sul luogo, pervenendo, attraverso interventi di grande rilievo, alla realizzazione di un ascensore che oggi conduce al livello della Cappella dei Principi. Da quel piano, tramite una pedana elevatrice, si può facilmente accedere al livello della Sagrestia Nuova, consentendone l’accessibilità a tutti. Nell’ambito degli obiettivi inerenti la finalità di “favorire la visita” come pure di “migliorare l’accessibilità interna dei luoghi della cultura” si inserisce l’elaborazione e la realizzazione del “Progetto di accessibilità nella Necropoli etrusca di Tarquinia” - sito UNESCO - condotto su richiesta e in accordo con la Soprintendenza per i beni archeologici dell’Etruria meridionale, volto a consentire la fruizione ampliata della celebre area archeologica, attraverso la realizzazione di un percorso facilitato.

Come noto, caratteristica delle tombe etrusche è la difficoltà di accedere alla camera funeraria collegata all’esterno da stretti e scoscesi corridoi (dromoi), che di fatto rendono completamente inaccessibili tali monumenti alle persone con disabilità motoria o con difficoltà di deambulazione. L’attività ha previsto un intervento mirato all’accessibilità della Tomba della Pulcella, una fra le più significative testimonianze della necropoli, datata alla seconda metà del V sec. a.C., tramite un

⁶ Rilevazione 2016 Ufficio di Statistica MiBACT.

circuito agevolato e una postazione multisensoriale con pannello a leggìo che offre informazioni sul monumento, ausili per non udenti con traduzione nella Lingua Italiana dei Segni (LIS) e supporto audio per non vedenti

Per le persone con disabilità del visus è stato inoltre predisposto un percorso integrato da un'adeguata segnaletica di orientamento posta sul corrimano, realizzato da ambo i lati del sentiero come elemento di sostegno, ma anche come mezzo per comunicare informazioni, con brevi testi in braille indicanti la posizione e il percorso da seguire.

L'istituzione della persona responsabile delle questioni dell'accessibilità nei siti culturali statali, come richiesto dalla circolare della direzione generale dei musei 80/2016, conferma l'impegno dell'Amministrazione verso questo obiettivo, ribadito anche nel Piano strategico del turismo (PST) 2017-2022.

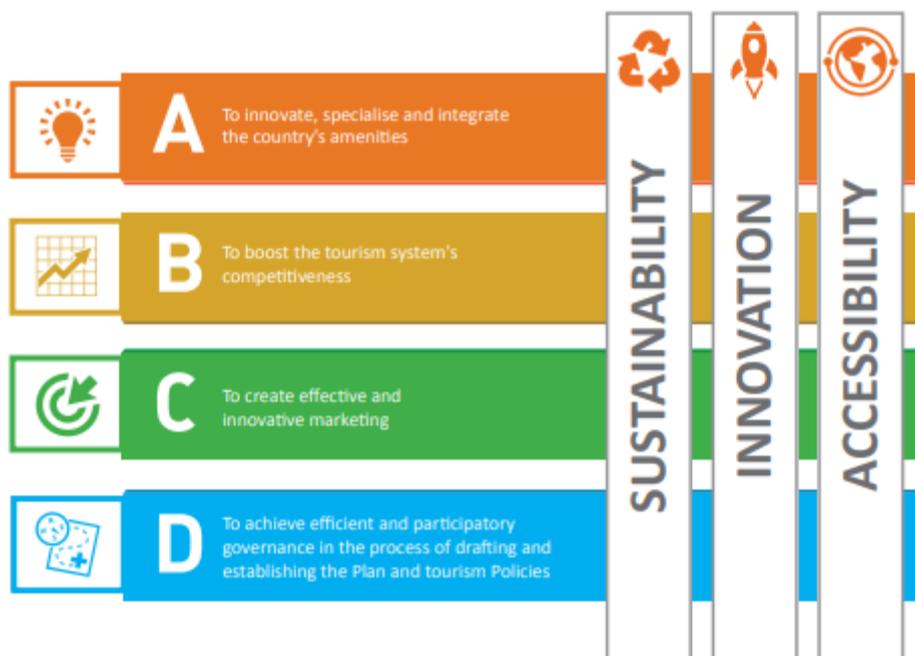


Figura4 Fonte PST 2017-2022

Uno dei principi trasversali utilizzati per l'attuazione del PST 2017-2022 è l'accessibilità/permeabilità fisica e culturale. Infatti il PST promuove: "strategie, interventi e azioni che devono contribuire a rafforzare sistematicamente l'accessibilità fisica e culturale di luoghi e territori aperti allo sviluppo turistico.

Questo termine ha significati diversi, che riguarda l'accessibilità all'uso turistico per tutte le persone senza distinzione di età o di salute; accessibilità di luoghi e territori attraverso sistemi di mobilità



Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

sostenibile; la possibilità data ai visitatori di comprendere e interpretare la storia, la complessità e la varietà del patrimonio visitato (permeabilità culturale).⁷.

Ulteriori importanti esempi di turismo accessibile

Italia VR - La realtà virtuale è la prima app sviluppata dall'ENIT- Ente Nazionale del Turismo che permette di scoprire le bellezze italiane da un punto di vista unico. E' un progetto incentrato sul grande patrimonio dell'UNESCO in Italia

In questa app è possibile trovare arte, storia, territorio, cultura, cibo e vino e un po' di dolce vita, e si ha la possibilità di vivere esperienze autentiche, ovunque ci si trovi.

L'app offre 3 esperienze coinvolgenti, ma verrà continuamente aggiornato con nuovi contenuti e notifiche push.

È possibile scegliere tra due modalità di visualizzazione: 360 ° o VR (la VR richiede l'uso di un visualizzatore di realtà virtuale collegato allo smartphone).

Installare l'app, scegliere un tema e selezionare un'esperienza da vivere.

Nel 2013 la direzione generale del Turismo - allora settore turistico del Ministero dei beni e delle attività culturali e del turismo (DPCM 21.10.2013) - ha aperto un appello per premiare gli operatori, pubblici o privati, che si erano distinti nella realizzazione di esperienze o iniziative di eccellenza volte a facilitare l'accesso ai servizi turistici per le persone con bisogni speciali.

Il premio è stato assegnato a "Palazzo Massimo in Lingua dei Segni", della Soprintendenza speciale per i beni archeologici di Roma, con il progetto realizzato insieme alla Facoltà di Ingegneria dell'Università degli Studi Roma Tre e dello Stato Istituto per i sordi di Roma: **Un'app gratuita dedicata ai visitatori non udenti che garantisce una visita guidata al museo nella LIS (lingua dei segni italiana) e nella ASL (lingua dei segni americana).**

Some experiences promoted by the Ministry of Heritage and Cultural Activities of Tourism

Archivio digitale: il sistema degli archivi nazionali fornisce agli utenti l'archivio digitale, uno strumento che consente di cercare e visualizzare interi archivi o singoli documenti scansati come immagini, testi, video e file audio.

Il portale della canzone italiana: è una piattaforma che consente l'ascolto online di un patrimonio audio inestimabile che caratterizza oltre un secolo di canzone italiana ed è nato con l'obiettivo di diffondere questo importante patrimonio culturale del Paese.

Apps: Il Mibact è da tempo attivo nella progettazione di applicazioni dedicate al patrimonio culturale italiano. Sul sito istituzionale è disponibile un riepilogo delle applicazioni disponibili, utili per la fruizione del patrimonio museale, per attività di lotta contro i crimini contro il patrimonio

⁷The Strategic Plan for Development of Tourism PST 2017-2022- Ministero dei beni e delle attività culturali e del turismo



Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

culturale, per la consultazione online dei cataloghi delle biblioteche e per la gestione di eventuali emergenze nel caso in cui un disastro colpisca il sito di un archivio.

Dal 2015 il progetto **MuD** - Digital Museum è stato lanciato dal Ministero dei Beni Culturali con l'obiettivo di innovare la promozione e l'uso dei musei italiani, confrontando idee e progetti in grado di valorizzare il patrimonio culturale a livello nazionale e internazionale.

Il MuD mira anche a mettere in rete i musei su tutto il territorio nazionale in modo organico.

Conclusioni

L'Italia è estremamente sensibile all'accessibilità nel settore turistico, infatti di recente si sono sviluppate molte iniziative per garantire l'accessibilità e l'inclusione culturale

Il Piano strategico 2017-2020 adottato dal Ministero per i beni e il turismo italiano intende promuovere un nuovo modo di godere del turismo nel patrimonio italiano, basato sul rinnovo e l'espansione dell'offerta turistica di destinazioni strategiche e sul potenziamento di nuove destinazioni e nuovi prodotti, per aumentare il benessere economico, sociale e sostenibile e rivitalizzare così la leadership italiana sul mercato turistico internazionale su una nuova base. Per perseguire questi obiettivi, il Piano agisce su leve fondamentali come l'innovazione tecnologica e organizzativa, la capacità di adattarsi alle trasformazioni del mercato, la valorizzazione del patrimonio territoriale e culturale.

Tuttavia, le istituzioni museali italiane hanno ampi margini di miglioramento: solo il 37,5 per cento dei siti dispone di strutture e assistenza per i disabili e solo il 41,1 per cento dispone di parcheggi. E poi vi è una percentuale sostanziale (il 37 per cento) di siti che non possono essere visitati su base regolare, ma praticano invece aperture stagionali o solo per eventi specifici. Il 15 per cento dei musei ha tenuto chiusi al pubblico alcuni spazi espositivi per almeno tre mesi, a causa di esigenze legate al restauro o alla realizzazione di nuove produzioni, ma spesso anche a causa dell'indisponibilità o della mancanza di personale di sorveglianza. Poco più della metà dei siti ha effettuato aperture serali, anche occasionalmente.

L'uso della tecnologia per facilitare la visita è ancora limitato, sebbene in miglioramento. Il 57,4 per cento dei musei ha un sito Web e il 40,5 per cento di un account sui social media; in alcuni casi,



Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

tuttavia, è disponibile un catalogo online (13,4 percento) oppure è possibile effettuare una visita virtuale (12,5 percento). Questa possibilità non è molto diffusa.⁸

Infine, però, l'Osservatorio per l'innovazione digitale nei beni e nelle attività culturali del Politecnico di Milano evidenzia una crescente consapevolezza dell'importanza della pianificazione digitale per la gestione dei musei e di tutti i cambiamenti implementati dai musei per ampliare l'offerta sul web.⁹

⁸From Rapporto Turismo finale 2018. Banca d'Italia

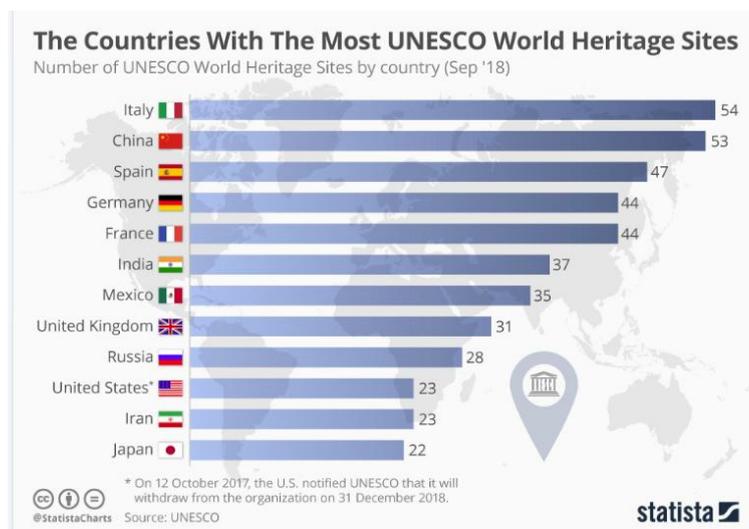
⁹Innovazione Digitale nei Beni e Attività culturali, Beni e attività culturali: la roadmap per l'innovazione digitale Ricerca 2017-2018

PROMOZIONE DEL PATRIMONIO CULTURALE IN SPAGNA

Introduzione

La Spagna è caratterizzata da un patrimonio culturale ricco ed eterogeneo. Di conseguenza, questo mosaico di culture trova espressione in varie forme artistiche: dalla letteratura alla pittura, dalla musica all'architettura, dal teatro alle arti sontuose. La cultura spagnola è estremamente ricca e oggi è ulteriormente migliorata. Ad esempio, il teatro spagnolo è sul punto di diventare un punto di riferimento in Europa, grazie a numerosi eventi e festival. Inoltre, le università spagnole svolgono un ruolo importante nella promozione della cultura nazionale.

Il patrimonio culturale della Spagna non ha prezzo per la sua storia, tradizione, diversità e ricchezza. In effetti, la Spagna è il terzo paese a raccogliere più monumenti inclusi nella lista del patrimonio mondiale dell'UNESCO: 47 siti, tra cui città, monumenti, siti naturali e prodotti culturali, di cui 41 culturali, 4 naturali e 2 misti¹⁰.



11

In Spagna ci sono anche 13 beni appartenenti al patrimonio immateriale, tra cui il flamenco, la dieta mediterranea, i castelli umani e il Festival dei cortili di Cordova. Spagna è caratterizzata da una complessa e ampia rete di entità, sia pubbliche che private, che contribuiscono a gestire il

¹⁰ Data from the UNESCO website <https://whc.unesco.org/en/statesparties/es>

¹¹ Data from the STATISTA website <https://www.statista.com/chart/15643/the-number-of-unesco-world-heritage-sites-by-country/>



Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

patrimonio culturale e a fornire sostegno alla sua conservazione e ricerca a livello locale, regionale e nazionale.

Quando si pensa alla Spagna e alla sua organizzazione governativa, è impossibile non prendere in considerazione la sua complessità a causa della frammentazione delle responsabilità politiche legate ai governi regionali autonomi della Spagna corrispondenti alle diverse regioni.

A livello nazionale, il Ministero della Cultura è responsabile del patrimonio culturale nazionale e ha due sottodirezioni impegnate nella conservazione del patrimonio culturale: la sottodirezione generale per la protezione storica, responsabile per l'applicazione del regolamento sulla protezione del patrimonio storico e una sottodirezione generale per il patrimonio culturale in Spagna, responsabile della creazione di strategie di conservazione. A livello regionale, a causa della sua complessità e frammentazione, molti Istituti del Patrimonio, alcuni dei quali sono entità autonome, come fondazioni private, musei, chiese o altri enti, gestiscono il patrimonio culturale. Le comunità autonome in Spagna hanno un controllo totale sui beni culturali, artistici, monumentali e scientifici, i musei e le biblioteche e hanno una propria legislazione sulla protezione del patrimonio culturale.

La gestione e la conservazione richiedono fondi da entità nazionali e regionali, come ministeri nazionali, governi regionali, istituti nazionali e regionali per il patrimonio, città ed enti privati (chiese, banche, fondazioni). Sebbene in passato la Spagna aveva dato la priorità ai finanziamenti per i programmi di ricerca sui beni culturali attraverso il Ministero della Scienza, oggi manca un programma nazionale per la ricerca sui beni culturali. Tuttavia, è stato stimato che il bilancio totale speso dal settore pubblico in Spagna per la conservazione del patrimonio culturale è di circa 1526,01 milioni di euro, oltre al bilancio speso da enti privati (221,17 milioni di euro)¹². Grazie a progetti europei, sono sorte molte iniziative per la conservazione, la promozione e la diffusione del patrimonio culturale. La parte dei fondi strutturali investiti nella cultura, nel periodo 2007/2013, corrisponde a 346.605.430 € e l'importo per il patrimonio culturale è di 270.919.833 €, che rappresenta il 78,16% dei fondi per la cultura e lo 0,78% del totale dei fondi strutturali della Spagna¹³.

¹² Data from Heritage Portal Research, Connect, Discover <http://www.heritageportal.eu/Resources/EU-Countries/Spain.html>

¹³ *Culture and the Structural Funds in Spain*, EENC, European Expert Network on Culture, Jordi Pascual, June 2012 <https://www.interarts.net/descargas/interarts2553.pdf>

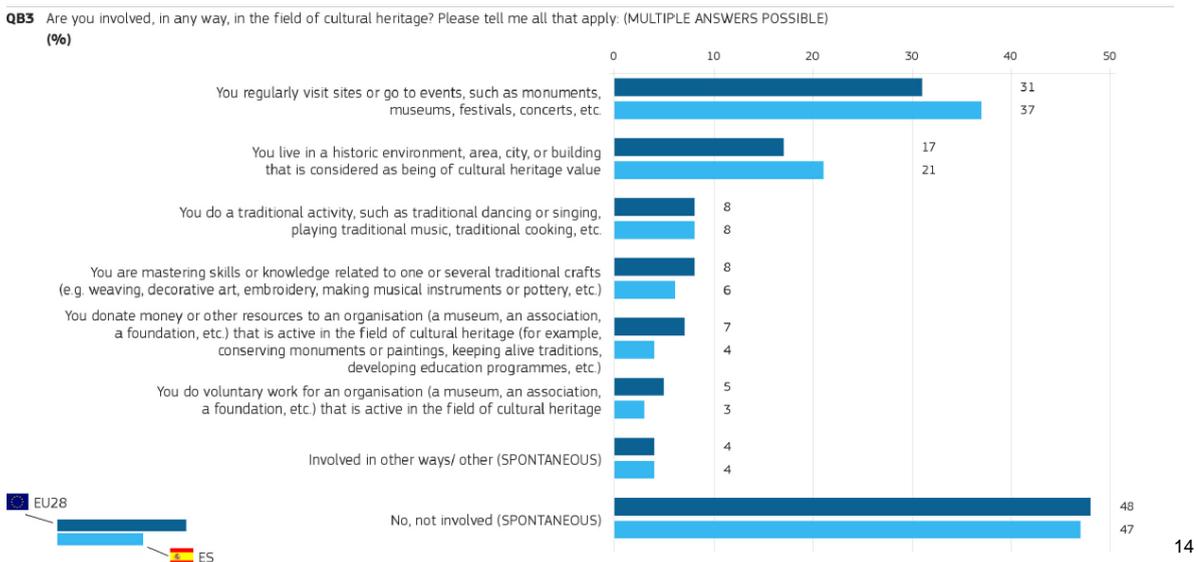
Body

Patrimonio culturale e programmi di promozione in Spagna

Il patrimonio culturale rappresenta la storia e l'identità di un paese, nonché un ponte tra passato e futuro. Mantiene l'eredità di un paese e rende una comunità responsabile della sua conservazione e promozione. Il patrimonio culturale deve essere rispettato, protetto e promosso e, per raggiungere questi scopi, una comunità deve imparare come proteggerlo e gestirlo. La gestione del patrimonio culturale richiede non solo decisioni per la sua conservazione e restauro, ma anche la gestione delle risorse, quindi deve essere affrontata come una vera impresa e richiede una pianificazione di risorse, costi e benefici.

L'importanza del patrimonio culturale è strettamente legata al ruolo svolto dai cittadini, in termini di comprensione, partecipazione e coinvolgimento in attività e iniziative legate al patrimonio.

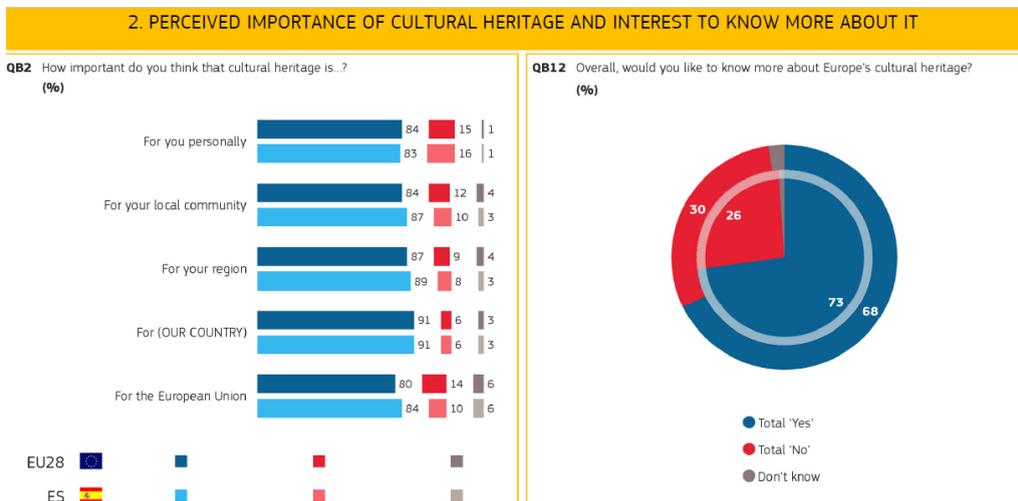
A tale proposito, in occasione dell'Anno europeo del patrimonio culturale (2018), l'Europa ha pubblicato un "Eurobarometro speciale per gli europei e il patrimonio culturale", un sondaggio che valuta gli atteggiamenti e le opinioni delle persone nell'Unione europea nei confronti del patrimonio culturale. Secondo questa indagine, è interessante notare il grado di coinvolgimento nel campo del patrimonio culturale:



Come mostrato nel grafico, un'alta percentuale di europei e anche di spagnoli afferma di non essere coinvolti nel campo dei beni culturali.

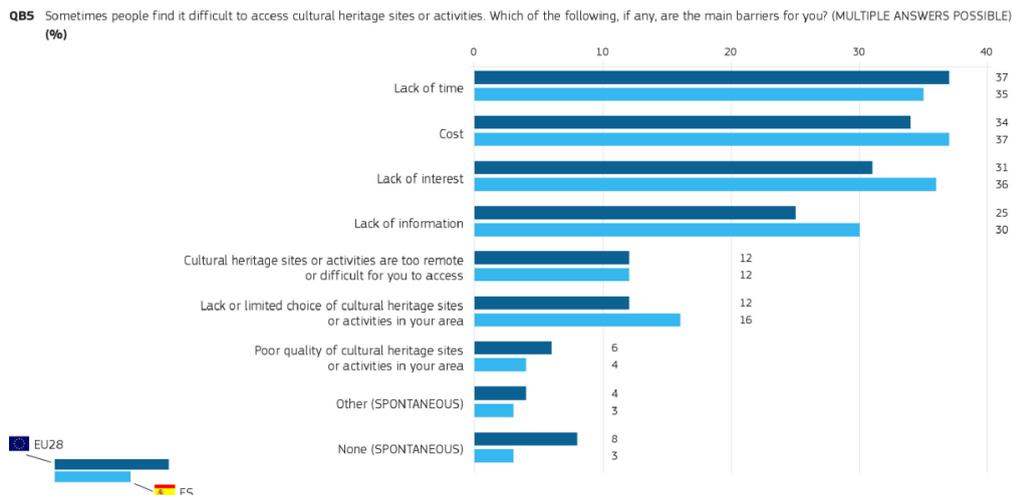
¹⁴From the *Special Eurobarometer on Europeans and cultural heritage*, https://europa.eu/cultural-heritage/toolkits/special-eurobarometer-europeans-and-cultural-heritage_en

Ovviamente, parlare di coinvolgimento significa anche comprendere come viene percepito il patrimonio culturale, al fine di comprendere meglio i punti di forza e di debolezza del campo e imparare a gestirli. L'Eurobarometro dimostra che le persone in Europa e, soprattutto, in Spagna, sono consapevoli dell'importanza del patrimonio culturale, anche se emerge la necessità di saperne di più al riguardo:



15

Inoltre, uno dei problemi principali legati al patrimonio culturale e al coinvolgimento delle persone è il suo grado di accessibilità. Dalla sezione Eurobarometro emergono dati interessanti riguardanti gli ostacoli ai siti o alle attività del patrimonio culturale:



16

¹⁵From the *Special Eurobarometer on Europeans and cultural heritage*, https://europa.eu/cultural-heritage/toolkits/special-eurobarometer-europeans-and-cultural-heritage_en



Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

Per quanto riguarda la Spagna, tra le principali difficoltà incontrate dalle persone nell'accesso ai siti e alle iniziative relative al patrimonio culturale, alcune meritano un'attenzione specifica, in particolare quelle relative ai costi, alla mancanza di interesse e alla mancanza di informazioni. Tutte queste difficoltà hanno anche a che fare con la gestione e potrebbero essere affrontate e risolte trattandole in iniziative più appropriate e orientate agli obiettivi, al fine di facilitare un approccio più attento al campo.

Inoltre, non dovremmo dimenticare le difficoltà incontrate dai disabili, che devono costantemente affrontare problemi nell'accesso ai siti culturali. A questo proposito, un'eccezione è fatta dal Museo per i non vedenti di Madrid, fondato dall'Organizzazione nazionale spagnola per i non vedenti. Questo museo è stato creato per offrire ai non vedenti l'opportunità di godersi l'esperienza di visitare un museo senza barriere dovute a deficit visivi. Lo scopo principale di questo museo è quello di creare un luogo dove i visitatori possano vedere ma anche, e soprattutto, toccare le opere d'arte, un fatto che arricchisce l'esperienza e la rende decisamente più inclusiva.

D'altro canto, pensare alla gestione del patrimonio culturale, nonché ai possibili modi per migliorarlo, sta diventando decisamente cruciale. Di conseguenza, è evidente la necessità di attuare una gestione imprenditoriale del patrimonio culturale che richieda una formazione adeguata dei professionisti di questo settore, al fine di acquisire nuove competenze ed essere in grado di applicare nuovi strumenti di gestione, come gli strumenti tecnologici.

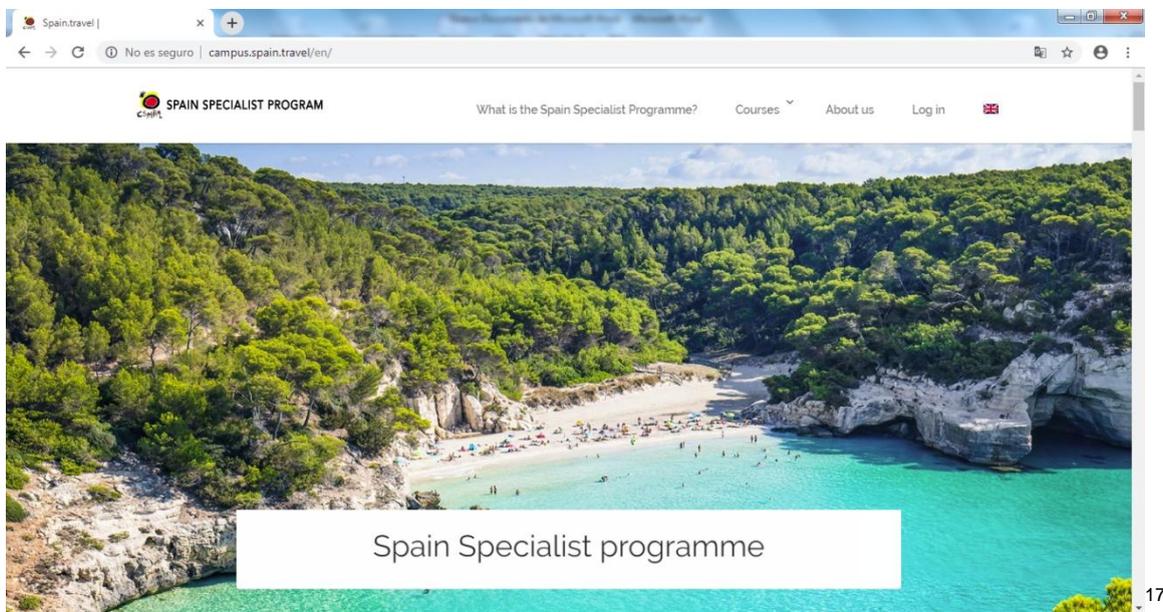
Per quanto riguarda la formazione, in Spagna ci sono due diversi percorsi per la formazione ufficiale in conservazione: un diploma triennale in conservazione in una scuola ufficiale di restauro e un Master quinquennale in Belle Arti, incentrato su restauro e conservazione. Molte università stanno introducendo corsi e programmi di conservazione e stanno iniziando a promuovere studi post-laurea sui beni culturali. Secondo la Confederazione europea delle organizzazioni dei restauratori, il ruolo del conservatore è la conservazione dell'eredità del patrimonio culturale ed è fondamentale per la sua comprensione e promozione. Questo ruolo è stato riconosciuto da tutti i Paesi europei nella Dichiarazione di Berlino (2015) e ratificato con la Dichiarazione di Najera (2017), ma non è ancora regolato da leggi e piani comuni e non ha ancora un riconoscimento sociale. A tal fine è stato recentemente creato un "Manifesto dei beni culturali" (maggio 2018).

L'Associazione dei Restauratori della Spagna è stata fondata nel 2011 e ha recentemente pubblicato una tesi volta a identificare tutte le carriere legate al patrimonio culturale e alla sua promozione, affrontando anche le sue sfide e l'impatto culturale ed economico. L'Associazione ha sviluppato un piano per la promozione del patrimonio culturale, che comprende campagne di sensibilizzazione, in collaborazione con altri enti e associazioni. Quando si tratta di formazione, occorre tener conto anche della formazione sugli strumenti tecnologici a sostegno della diffusione e della promozione del patrimonio culturale. Per questo motivo, molte associazioni che promuovono il patrimonio culturale spagnolo stanno implementando piani di formazione per gestori e operatori del patrimonio culturale. Una delle strategie utilizzate per diffondere la conoscenza del patrimonio culturale è anche quella di realizzare campagne di informazione per attirare le persone

¹⁶Ibidem.

e fornire agli enti pubblici una formazione sul patrimonio culturale, al fine di prevenire ed evitare le minacce.

Il Programma Spain Specialist, ad esempio, è un corso online sponsorizzato da Turespaña per diffondere la conoscenza del patrimonio culturale spagnolo tra gli operatori turistici.



Turespaña è un'agenzia turistica governativa impegnata in azioni di marketing per promuovere il turismo spagnolo, coordinando attori pubblici e privati e che mira a realizzare una strategia di promozione turistica internazionale. Per quanto riguarda la promozione del patrimonio culturale, in Spagna ci sono alcune associazioni impegnate a proteggere e promuovere il patrimonio culturale. Nel 1985, è stato creato l'Istituto di Patrimonio Culturale della Spagna, dedicato alla:

- creazione e attuazione di piani di conservazione per il patrimonio storico;
- promozione di programmi di ricerca;
- cooperazione con enti pubblici e privati per lo sviluppo e l'attuazione di programmi di conservazione;
- analisi delle strategie e dei programmi di conservazione e restauro;
- formazione sulla conservazione e il rinnovamento del patrimonio culturale.

Hispania Nostra è un'organizzazione senza scopo di lucro fondata nel 1996 per proteggere e promuovere la promozione del patrimonio culturale in Spagna, attraverso programmi di

¹⁷From <http://campus.spain.travel/en/>.



Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

formazione, progetti di sensibilizzazione e progetti culturali. Nel 1997 è stata anche creata l'Associazione spagnola per la gestione del patrimonio, AEGPC, una società indipendente e organizzazione senza scopo di lucro, che mira a contribuire alla conservazione e alla promozione del patrimonio culturale. AEGPC si focalizza sulle seguenti attività:

- promozione della gestione professionale delle risorse del patrimonio culturale;
- attuazione di accordi con università ed enti privati per attività di conservazione e restauro;
- formazione dei gestori e degli operatori del patrimonio culturale.

A causa della diffusione di nuovi strumenti per la gestione del patrimonio culturale, dal 1998 l'Associazione ha lavorato sulla promozione di programmi di formazione per fornire ai manager culturali nuove competenze come l'imprenditorialità, competenze tecnologiche, marketing culturale, progettazione e il finanziamento del patrimonio culturale.

Un'altra associazione impegnata nella promozione del patrimonio culturale spagnolo è l'ACE (Acción Cultural Española), un'agenzia che sostiene la promozione della cultura spagnola e promuove l'internazionalizzazione del settore culturale. L'agenzia collabora con molte istituzioni pubbliche ed enti privati (associazioni, fondazioni, imprese). Le attività svolte da ACE sono:

- gestione delle commemorazioni culturali volte a rafforzare l'influenza della Spagna con altri paesi e regioni;
- realizzazione di esposizioni, fiere, festival ed eventi internazionali in vari settori dell'arte;
- attività culturali, spettacoli, pubblicazioni, concerti e altre attività.

Nel 2018 è stata creata un'Associazione chiamata ADIPROPE che svolge le seguenti attività:

- diffusione e promozione del patrimonio culturale spagnolo;
- formazione per la gestione di manager culturali;
- finanziamento di progetti per la conservazione del patrimonio culturale;

Un'altra associazione focalizzata sulla promozione del patrimonio spagnolo è la Spagna globale, una rete di associazioni, fondazioni, professionisti, aziende e altri enti che promuove l'immagine della Spagna in tutto il mondo, implementando, promuovendo e coordinando azioni e piani per migliorare il patrimonio spagnolo.

Al fine di garantire la protezione e la conservazione del patrimonio culturale, nel 1993 è stato istituito il gruppo spagnolo di siti del patrimonio mondiale, con l'obiettivo di mantenere e promuovere il patrimonio storico e culturale spagnolo, attuare progetti e proposte, a livello nazionale e internazionale. Il gruppo è composto dalle seguenti città: Alcalá de Henares, Ávila, Baeza, Cáceres, Córdoba, Cuenca, Ibiza, Mérida, Salamanca, San Cristóbal de la Laguna, Santiago de Compostela, Segovia, Tarragona, Toledo e Úbeda. Da questo gruppo è stato recentemente sviluppata un'app gratuita per smartphone e tablet chiamata "Ciudades Patrimonio de España" volta a promuovere il patrimonio naturale e culturale delle città. Questa app è disponibile anche in inglese per promuovere una conoscenza internazionale del patrimonio culturale spagnolo e può essere utilizzata da persone con disabilità particolari, come i non udenti e i non vedenti. Il Gruppo ha creato una raccolta di 15 mappe guida che riflettono la ricchezza e la diversità del patrimonio delle città. Nel 2018 il Gruppo ha indetto un concorso per giovani (16-30

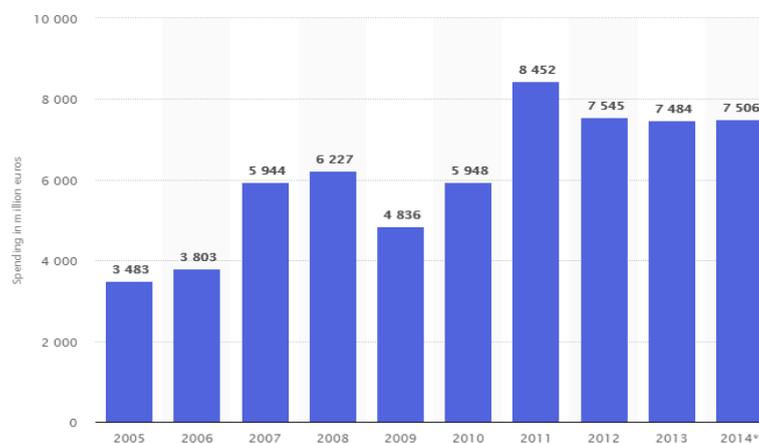


anni) volto a promuovere una migliore conoscenza e consapevolezza delle 15 città, utilizzando le TIC e gli strumenti tecnologici. Il gruppo spagnolo di città patrimonio dell'umanità è stato anche promosso sul mercato tedesco alla fiera del turismo di Amburgo (febbraio 2018).

ICOMOS, Consiglio internazionale dei monumenti e dei siti, è un'organizzazione governativa internazionale associata all'UNESCO e focalizzata sulla promozione, conservazione e sviluppo del patrimonio. ICOMOS è una rete di archeologi, architetti, storici e altri professionisti che contribuisce alla conservazione del patrimonio culturale spagnolo ed è l'unica organizzazione internazionale e governativa dedicata alla promozione, conservazione e restauro del patrimonio culturale, attraverso strumenti tecnologici.

A causa della complessità e della diversità del patrimonio culturale e considerando la necessità di una sua corretta gestione, anche a livello europeo è stata recentemente implementata una serie di azioni e piani di coordinamento. Nel 2018 è stato celebrato l'anno del patrimonio culturale, volto a valorizzare l'appartenenza a uno spazio culturale comune. Il patrimonio culturale dovrebbe fungere da motore dello sviluppo e del turismo sostenibile e dovrebbe essere integrato nelle pratiche di sviluppo, al fine di promuovere uno sviluppo sostenibile in grado di generare occupazione. Oggi la cultura è un catalizzatore del turismo e c'è un forte legame tra patrimonio culturale e turismo; il turismo culturale rappresenta il 37% del settore turistico e molti turisti sono incoraggiati a viaggiare e visitare luoghi culturali.

In effetti, il grafico seguente mostra la crescita progressiva, anche se non completamente stabile, in termini di viaggiatori stranieri che hanno deciso di visitare la Spagna principalmente per motivi culturali negli anni 2005-2014:



18

L'Istituto dei beni culturali della Spagna ha un piano nazionale di conservazione che include il tema del turismo culturale come strumento di coesione sociale. Lo studio *Youth Report*, condotto in

¹⁸Data from the STATISTA website <https://www.statista.com/statistics/771755/spending-on-cultural-trips-by-international-tourists-in-spain/>



Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

Spagna nel 2016, riferisce che una delle attività preferite dai giovani è viaggiare e, naturalmente, il rapporto tra gioventù e patrimonio culturale rappresenta un'opportunità che il governo spagnolo ha colto dagli anni '80 quando il progetto "Escuela Taller" fu fondato. Escuela Taller è un progetto volto a insegnare alle persone tra i 16 ei 25 anni, a sviluppare progetti in collaborazione con istituzioni legate al patrimonio culturale spagnolo¹⁹.

Quando si pensa al turismo culturale, si deve tener conto anche del tema del turismo accessibile e di tutte le iniziative promosse per avvicinare le persone con disabilità alla comprensione del patrimonio culturale spagnolo. Percorsi e strutture adattati, servizi specializzati e guide accessibili e altre azioni per promuovere il patrimonio culturale. La promozione del patrimonio culturale è stata promossa anche con inviti pubblici a presentare proposte. Youth Institute of Spain, ad esempio, ha indetto un concorso con i seguenti obiettivi:

- promuovere la modernizzazione del settore culturale utilizzando nuovi strumenti tecnologici;
- promuovere piani e azioni di formazione per manager e operatori culturali;
- rafforzare l'internazionalizzazione della cultura spagnola, fomentare la cooperazione tra le comunità autonome e promuovere la partecipazione della comunità spagnola al processo culturale, al fine di promuovere l'immagine della Spagna tra gli altri paesi.

La promozione del patrimonio culturale viene svolta anche in numerosi eventi sponsorizzati dal settore pubblico e privato. In Spagna, dal 1994, ogni settembre ha avuto luogo un evento sponsorizzato dal Consiglio europeo e coordinato dall'Istituto per i beni culturali della Spagna, chiamato "*European days of heritage*" o "*Arte y Ocio*". Durante questo evento sono previste visite guidate gratuite in musei, monumenti, siti storici e archeologici.

Un'altra iniziativa organizzata durante le Giornate europee del patrimonio è la "Settimana europea dei produttori di beni culturali 2019". Questo evento è rivolto ai giovani dai 12 ai 18 anni, interessati ad esplorare, osservare e contribuire allo sviluppo del patrimonio delle loro città.

Nel 2018 ha avuto luogo anche la prima edizione di "Heritage Night", un evento simultaneo dedicato alla promozione del patrimonio culturale spagnolo e composto da tre parti: una dedicata alle arti, una dedicata agli spazi culturali e una dedicata ai piani di promozione.

Durante la celebrazione della Fiera Internazionale del Turismo (gennaio 2019), è stata celebrata una campagna chiamata "La rotta delle città del patrimonio mondiale". L'obiettivo della campagna è promuovere le 15 città appartenenti alla rotta tra il pubblico della fiera e la promozione consiste in tre diversi premi che il vincitore può ottenere: un buono con 3 pernottamenti che possono essere utilizzati tutto l'anno nei ristoranti e negli hotel delle città del patrimonio, regali, biglietti d'ingresso ai monumenti e visite guidate nelle 15 città e anche una visita speciale personalizzata alla mostra permanente del Museo Nazionale Thyssen-Bornemisza, a Madrid.

TIC nella promozione dei beni culturali

Oltre a tutte le Associazioni sopra menzionate, ci sono molte piattaforme e siti Web impegnati nella promozione del patrimonio culturale. Internet e le tecnologie moderne hanno completamente

¹⁹From the Spanish Government website

http://www.mitramiss.gob.es/es/Guia/texto/guia_4/contenidos/guia_4_10_6.htm



Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

cambiato la promozione del patrimonio culturale e grazie alle TIC è più facile e semplice raggiungere tutta la comunità e permettere la sua partecipazione al processo di conservazione del patrimonio. Gli strumenti più comuni utilizzati per comprendere, promuovere e comunicare il patrimonio culturale sono la tecnologia, i social network, i siti Web, nonché la realtà virtuale e aumentata. Grazie alle TIC tutto il patrimonio culturale e l'identità della Spagna sono stati preservati e grazie a tutti questi strumenti tecnologici, il patrimonio culturale è diventato più accessibile e comprensibile per tutta la comunità, indipendentemente dalla distanza e dal livello culturale; le tecnologie consentono una migliore integrazione del turista e un sito e facilitano il processo di co-creazione.

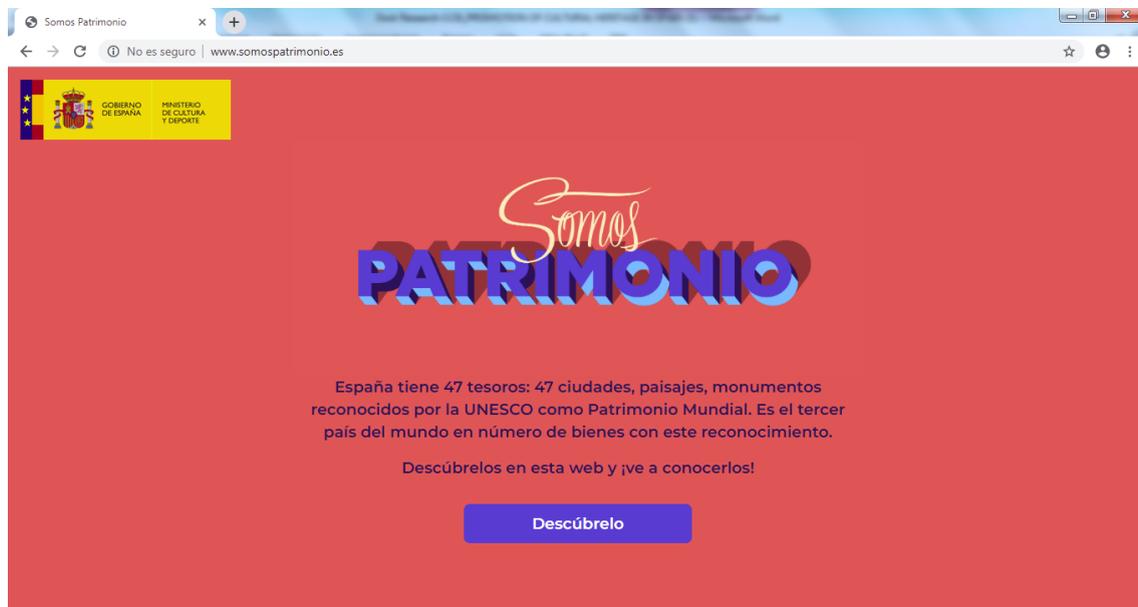
Le tecnologie dell'informazione e comunicazione sono oggi fondamentali nella protezione e nella promozione del patrimonio naturale e culturale e consentono di avvicinare le persone al patrimonio culturale, facilitando le visite a monumenti, musei o altri siti, in particolare per le persone con disabilità. Gli strumenti tecnologici possono rompere le barriere comunicative e garantire un accesso equo alla cultura, rendendo la conoscenza e la promozione del patrimonio culturale un'esperienza impagabile e ricca.

Un vantaggio acquisito grazie alla tecnologia è la completa conoscenza del patrimonio materiale e immateriale e la consapevolezza del suo stato di conservazione. La classificazione del patrimonio culturale mediante strumenti tecnologici richiede un'analisi approfondita di tale status e dà un'idea dei siti in degrado e in pericolo. Al fine di conoscere l'attuale situazione del patrimonio culturale spagnolo e al fine di costruire azioni e piani per preservarlo, nel 2007 l'organizzazione Hispania Nostra ha creato una lista rossa di siti in pericolo o a rischio di scomparsa. Da questo elenco è emerso che quasi 750 siti sono a rischio di scomparsa. Lo scopo dell'elenco non è solo la creazione di un archivio dei siti esposti al pericolo, ma un invito all'azione per le persone, al fine di far loro conoscere tutti i siti in pericolo e sensibilizzarli, in modo che sia possibile creare azioni e piani per salvaguardare il patrimonio culturale, contribuendo alla sua promozione. Grazie a questo elenco, è stato stimato che il 14% di questi siti è stato consolidato. Altri strumenti che possono essere utilizzati per sensibilizzare le persone e dar loro consapevolezza di ciò che sta accadendo nei loro paesi sono i social network; inoltre, i progetti di crowdfunding sono un mezzo utile per la conservazione e la promozione del patrimonio culturale.

Il Ministero della Cultura ha recentemente creato una pagina web chiamata "*Somos Patrimonio*" per migliorare la promozione del patrimonio culturale spagnolo, dove è possibile trovare tutti i 47 siti UNESCO, dai monumenti alle città e tutte le forme di espressione artistica, classificate per immagine con una breve descrizione.



Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union



20

La società SEGITTUR, collegata al Ministero dell'Industria, dell'Energia e del Turismo e riferita al Dipartimento Nazionale del Turismo, ha sviluppato un progetto incentrato sull'attuazione di progetti di digitalizzazione e focalizzato sul rafforzamento dei contenuti digitali nei musei. SEGITTUR ha anche creato la pagina web www.españescultura.es con l'obiettivo di promuovere e diffondere la conoscenza del patrimonio culturale spagnolo, dove è possibile trovare tutti i prodotti e gli eventi culturali. In questa piattaforma è possibile avere accesso al patrimonio culturale spagnolo attraverso tre diversi percorsi

- geografico (ricerca per comunità);
- temporale (ricerca per stili artistici);
- tematica (ricerca per prodotto o servizio come monumenti, patrimonio naturale, musei, monumenti, artisti, percorsi culturali, fiere).

Una delle ultime tecnologie sviluppate è rappresentata dal beacon, un piccolo dispositivo che funziona con smartphone e tablet, progettato per attirare l'attenzione su una posizione specifica. I beacon consentono di modificare e migliorare l'esperienza di un turista che può avere accesso a una vasta gamma di informazioni in breve tempo.

Considerando il continuo sviluppo del mercato, le TIC svolgono un ruolo chiave nella comprensione e nella diffusione del patrimonio culturale, contribuendo alla sua conservazione e promozione. "Patrimonio Paso a Paso" è stato creato con questo obiettivo, ovvero costruire una piattaforma che supporti la diffusione e la promozione delle città del patrimonio culturale spagnolo attraverso le TIC, migliorando l'accesso alle informazioni turistiche per coloro che sono interessati al patrimonio culturale spagnolo e promuovendo lo sviluppo di un turismo moderno e competitivo. *Patrimonio Paso a Paso* offre un tour virtuale di tutti i siti del patrimonio culturale, classificati per città. Un altro sito Web e un'app simile per smartphone e tablet è *Senditur*, che offre una visione totale di tutto il patrimonio naturale e culturale spagnolo e dove è possibile effettuare una ricerca

²⁰From <http://www.somospatrimonio.es/>.



Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

per città o per tipo di sito. Tramite Senditur è possibile avere accesso a informazioni quali una breve descrizione, foto e video, livello di difficoltà e durata (per siti naturali) e alcune informazioni sui servizi turistici circostanti.

Nel dicembre 2018, un accordo tra il gruppo delle città e il canale di trasmissione spagnolo ha permesso di produrre e registrare una serie TV dedicata al gruppo spagnolo di siti del patrimonio mondiale. Attraverso la serie, si può avere una visione generale del patrimonio culturale e storico delle 15 città.

Una panoramica generale dell'intero patrimonio culturale spagnolo è fornita anche dal sito web *spain.info*, un sito che offre una visione globale di tutti i siti e prodotti appartenenti al patrimonio culturale spagnolo. Su questa piattaforma, il patrimonio culturale spagnolo è suddiviso in categorie (sport, siti culturali, gastronomia, percorsi culturali, ecc.), Un fatto che consente di cercare per città, per tipo di turista (famiglie, giovani, adulti, disabili) e dove è possibile scaricare brochure e guide digitali classificate per categoria.

APPSIDE è un progetto finanziato da GVAM - Mobile Guides for All e Orange Foundation, che mira a sviluppare applicazioni mobili gratuite per facilitare l'accesso al patrimonio culturale spagnolo e avvicinare le persone alla sua comprensione e promozione, in modo autonomo e personale. *APPSIDE* può essere considerato un progetto inclusivo che tiene conto della priorità delle persone con disabilità. Questo progetto fa parte di un'iniziativa del 2007 denominata "Monumenti accessibili", volta ad avvicinare e comprendere la storia della cultura e dell'arte spagnola per le persone con disabilità, facilitando le visite ai monumenti e ai siti spagnoli attraverso strumenti tecnologici. GVAM è un team nato nel 2008, composto da molti professionisti di diversi settori per migliorare le visite autonome a musei e monumenti. La missione di GVAM sta lavorando per un settore educativo, culturale e turistico che è più innovativo, più partecipativo e più sociale.

A settembre 2019, Ávila ospiterà il secondo congresso internazionale dedicato alla conservazione del patrimonio culturale che il Consiglio internazionale per i monumenti e i siti (ICOMOS) celebra in collaborazione con il comitato di fotogrammetria architettonica (CIPA), che è un'organizzazione internazionale responsabile per la conservazione, l'educazione e diffusione del patrimonio culturale da un punto di vista tecnologico.

Nell'ottobre 2019 si svolgerà a Granada una conferenza per il turismo culturale in Europa nell'ambito del progetto europeo *CHRISTA* (Cultura e patrimonio per azioni responsabili di turismo innovativo e sostenibile). La conferenza mira a esaminare tutti i rischi, le opportunità e le sfide connesse al turismo sostenibile e responsabile e mira a promuovere azioni e piani comuni per lo sviluppo e la promozione di prodotti del turismo culturale.



Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

Conclusioni

È ampiamente riconosciuto che gli strumenti tecnologici apportano molti benefici, anche considerando che con le TIC persino le persone con disabilità possono visitare un luogo tramite il loro smartphone o tablet e non è necessario affrontare un viaggio per vedere un monumento, un museo o un prodotto culturale. Tuttavia, quando si tratta di patrimonio culturale, una questione importante è la presenza e la possibilità di vedere di persona un sito o un prodotto naturale o culturale. La velocità di accesso alle informazioni e la possibilità di una rapida interazione e comunicazione sono totalmente allineate con la velocità della vita nelle società moderne. Tutte le persone in una comunità sono spinte a far parte di un processo di cambiamento e comprensione del patrimonio culturale ed è loro dovere promuovere azioni per proteggere e promuovere il patrimonio culturale in Spagna e tra gli altri paesi.

D'altra parte, connessioni veloci, comunicazioni e interazioni attraverso strumenti tecnologici hanno portato via quella magia e quel senso di magnificenza che è possibile sperimentare di persona. A causa della rapida diffusione delle TIC nella promozione del patrimonio culturale, dobbiamo tenere conto della mancanza di quell'emozione che comporta visitare personalmente un sito culturale.

Tuttavia, al giorno d'oggi le associazioni e le organizzazioni coinvolte nella conservazione e nella promozione del patrimonio culturale stanno crescendo più rapidamente e ci sono molti eventi dedicati a sensibilizzare le persone su questo argomento. Le università stanno promuovendo programmi di formazione per manager e operatori culturali; varie entità ed enti pubblici e privati stanno potenziando piani e azioni comuni per promuovere la Spagna in tutto il mondo. Inoltre, grazie ai progetti europei, la promozione del patrimonio culturale sta acquisendo maggiore importanza e la Spagna sta migliorando la sua immagine in tutto il mondo.

Uno dei problemi che il patrimonio culturale spagnolo sta affrontando ora è lo sfruttamento e la mercificazione, quindi è chiaro che deve essere richiesta una conoscenza precisa della diversità e della complessità del patrimonio culturale e una formazione specifica per la sua gestione e promozione.

In conclusione, quando si pensa alla promozione del patrimonio culturale in Spagna, molti attori e fattori potrebbero essere interessati ad esso, come ad esempio:

- Università, enti pubblici e privati per la promozione di programmi di formazione per manager e operatori culturali;
- Organizzazioni, fondazioni e altre associazioni per lo sviluppo di eventi o progetti legati alla conservazione, conservazione e promozione del patrimonio culturale;
- Enti pubblici e privati per l'attuazione di programmi di finanziamento per il restauro e la promozione del patrimonio culturale e per lo sviluppo di azioni in collaborazione con aziende o organizzazioni nazionali e internazionali;
- ICT per la diffusione di informazioni e facilitare la comunicazione e l'interazione con il patrimonio culturale.



Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

Tuttavia, l'intera comunità di un Paese, che rappresenta il primo utente e promotore della sua storia e identità, deve essere formata e sensibilizzata per svolgere un ruolo chiave nel supporto e nella valorizzazione del patrimonio culturale.



Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

ANALISI DELLO STATO ATTUALE D'ACCESSIBILITÀ NELLA PROMOZIONE DEL PATRIMONIO CULTURALE A LIVELLO UE E IN SPAGNA

Introduzione

La Convenzione delle Nazioni Unite sui diritti delle persone con disabilità è stata ratificata da 27 Stati membri e dall'Unione europea. L'obiettivo della Convenzione è garantire che le persone con disabilità possano godere dei loro diritti in termini di uguaglianza rispetto a tutti gli altri cittadini ed è il primo trattato globale sui diritti umani ratificato dall'intera Unione Europea. Nel suo articolo 30 esorta gli Stati ad adottare le misure necessarie per garantire che le persone con disabilità possano partecipare alla vita culturale.

Rendere l'Europa un luogo più accessibile per le persone con disabilità è un elemento chiave della strategia europea sulla disabilità 2010-2020. Questa strategia fornisce il quadro generale a livello dell'UE per le azioni nel campo della disabilità e dell'accessibilità, al fine di completare e sostenere le azioni degli Stati membri. La legislazione dell'UE contiene disposizioni specifiche sull'accessibilità nei settori della comunicazione. L'8 novembre 2018, il Parlamento europeo e il Consiglio hanno raggiunto un accordo interinale sulla proposta della Commissione di un atto europeo sull'accessibilità, che renderà accessibili a persone con disabilità molti prodotti e servizi di uso quotidiano.

Anche il Parlamento europeo e il Consiglio dell'Unione europea hanno approvato il 17 maggio 2017 la decisione che istituisce la dichiarazione dell'Anno europeo del patrimonio culturale 2018 allo scopo di promuovere lo scambio e l'apprezzamento del patrimonio culturale europeo come risorsa condivisa, sensibilizzare sulla storia e sui valori comuni e rafforzare il sentimento di appartenenza a uno spazio europeo comune. Inoltre, gli obiettivi generali dell'Anno europeo sono incoraggiare e sostenere il lavoro svolto dall'Unione, dagli Stati membri e dalle autorità regionali e locali, in collaborazione con il settore dei beni culturali e con la società civile in senso lato, per proteggere, salvaguardare e promuovere il patrimonio culturale europeo.

L'Unione europea utilizza vari strumenti per rendere l'Europa più accessibile alle persone con disabilità e agli anziani. Al di là della legislazione e delle politiche, la ricerca e la standardizzazione servono a ottimizzare, tra le altre cose, l'accessibilità dell'ambiente costruito, le TIC e i trasporti.

Secondo il politico Manuel Barreiro, se qualcosa differenzia il settore del patrimonio del 21 ° secolo da quello delle epoche precedenti, è stata la presenza sempre più evidente delle tecnologie digitali come strumenti che consentono la diffusione e il miglioramento degli ambienti del patrimonio.

Ci sono due questioni che possiamo considerare come i pilastri su cui si basa questo nuovo tempo in cui viviamo: in primo luogo, l'accessibilità totale all'universo digitale, in qualsiasi momento e luogo e da qualsiasi tipo di dispositivo. E in secondo luogo, la creazione di spazi digitali per la conversazione, lo scambio e l'interazione tra utenti e istituzioni culturali.



Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

L'Europa è immersa in una trasformazione digitale di centri di gestione del patrimonio, musei, archivi, biblioteche, ecc .; trarre vantaggio dai costanti miglioramenti della tecnologia e dalla sua ampia introduzione nel campo del patrimonio culturale a fini di conservazione, diffusione e conservazione significa che le tecnologie sono incorporate come strumenti per arricchire e migliorare le esperienze degli utenti.

Finora l'UE ha utilizzato strumenti non vincolanti (risoluzioni del Consiglio e dichiarazioni ministeriali) per promuovere obiettivi di accessibilità. Sebbene siano stati compiuti alcuni progressi, il livello di accessibilità delle TIC è ancora tutt'altro che soddisfacente, come riconosciuto dalla comunicazione sull'inclusione digitale, pubblicata nel novembre 2007. Tuttavia, l'UE non ha ancora adottato una direttiva vincolante sull'accessibilità delle TIC in generale e l'accessibilità del web in particolare, nonostante ciò sia stato ripetutamente richiesto dall'European Disability Forum.

In Spagna la situazione è simile; l'irruzione di Internet e la digitalizzazione hanno definito un modello di nuova promozione culturale in cui la creazione, l'elaborazione e la distribuzione di informazioni sono una parte essenziale dell'attività. Questo contesto, non solo culturale ma socioculturale, richiede forme di organizzazione più proattive, flessibili e interconnesse orientate al funzionamento della rete (Castells, 2009).

Queste forme di organizzazione che in Spagna, così come in Europa, vengono create in modo estremamente rapido richiedono la loro riflessione sull'accessibilità di esse. A tale proposito, l'approvazione del decreto legislativo 1/2013 approva il testo consolidato della legge generale sui diritti delle persone con disabilità e la loro inclusione sociale.

Entro due anni dall'entrata in vigore del testo consolidato, ovvero il 4 dicembre 2015, il Governo avrebbe dovuto approvare le condizioni di base di accessibilità e non discriminazione, come previsto dall'articolo 29 del suddetto testo legale consolidato, per l'accesso e l'uso di beni e servizi disponibili al pubblico da parte di persone con disabilità. In questo sviluppo normativo, dovrebbero essere presi in considerazione gli aspetti relativi all'accessibilità alla cultura attraverso le TIC. Nel settore spagnolo della legislazione audiovisiva, delle telecomunicazioni e delle TIC troviamo le seguenti leggi che devono essere osservate in ciò che influenza la garanzia del diritto effettivo di accesso a questi servizi per le persone con disabilità:

- Legge 34/2002, dell'11 luglio, sui servizi della società dell'informazione e del commercio elettronico.
- Legge 56/2007, del 28 dicembre, sulle misure per promuovere la società dell'informazione.
- Legge 17/2006, del 5 giugno, sulla radio e la televisione statali.
- Legge 7/2010, del 31 marzo, Generale della comunicazione audiovisiva.
- Legge 3/2013, del 4 giugno, sulla creazione della Commissione nazionale dei mercati e della concorrenza.
- Legge 9/2014, del 9 maggio, sulle telecomunicazioni.

Di questo insieme di legislazione, che è trasversale in termini di disabilità e accessibilità ai servizi, come nel caso del settore dei servizi audiovisivi, delle telecomunicazioni e delle TIC, si osserva



Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

una serie di lacune e carenze in termini di accessibilità che comportano un riduzione del diritto delle persone con disabilità, sia sensoriali, intellettuali o di qualsiasi altro tipo, ad accedervi.

Il Comitato spagnolo per la rappresentazione delle persone con disabilità (CERMI) ha ricevuto numerosi reclami dagli utenti con disabilità a causa della mancanza di accessibilità dei canali digitali utilizzati per la promozione del patrimonio:

I principali social network non sono programmati secondo criteri di progettazione per tutte le persone, causando esclusioni e barriere nell'accesso e nell'uso normalizzato di questi canali. Il problema più comune è la mancanza di separazione tra la presentazione e il contenuto, che impedisce all'utente di essere in grado di modificare le dimensioni del testo, mantenendo le pagine quando il foglio di stile viene disattivato o sostituito da un foglio di stile dell'utente. Anche la mancanza di accessibilità degli elementi multimediali è diffusa (assenza di sottotitoli e contenuti nella lingua dei segni, audio descritto, interfaccia dell'oggetto multimediale non accessibile).

Altre notevoli violazioni sono l'identificazione inadeguata dei collegamenti, l'assenza o la mancanza di significato dei titoli delle pagine, la mancanza di preavviso nell'apertura di nuove finestre, la non etichettatura dei controlli dei moduli, la mancanza di alternative testuali alle immagini o la loro inadeguatezza, la mancanza di intestazioni, la mancanza di contrasto nelle immagini e nel testo, la marcatura inadeguata delle tabelle e la perdita di funzionalità quando gli script sono disattivati. Queste violazioni, che riguardano utenti con vari profili di disabilità (e anche, in molti casi, utenti senza disabilità) sono abbastanza importanti, quando si verificano con una certa frequenza, da rendere difficile e persino impossibile accedere alle informazioni contenute nella pagina o nei canali di trasmissione.

Gran parte del pubblico interessato al patrimonio culturale europeo inizia ad appartenere a generazioni che non usano altre forme di comunicazione diverse dalle TIC e ciò implica nuovi modi di avvicinarsi alla cultura. È un pubblico molto esigente con aspettative diverse basate su nuove esperienze e accesso illimitato a tutti i tipi di informazioni. Questo tipo di consumatore crea nuove sfide e nuove opportunità per generare discorsi che catturano l'attenzione del pubblico.

A seconda del tipo di strumento, l'aspettativa e la sfida saranno diverse.



Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

Body

Pagine Web di destinazioni turistiche, musei o beni del patrimonio:

L'orientamento delle pagine Web è variato dal semplice mettere in conoscenza la diffusione, la commercializzazione e la creazione del discorso. Sono stati avviati contenuti complementari con l'intenzione di rendere più accessibili le conoscenze altamente specializzate. Esistono diverse categorie in base agli obiettivi comunicativi e di diffusione (Teather, Willhem, 1999):

- Opuscoli elettronici contenenti informazioni e dettagli per la visita e la conoscenza dei siti del patrimonio. È molto comune che queste pagine Web non siano accessibili perché in molti casi rispondono alle immagini senza descrizione che gli screen reader non possono leggere.
- Musei nel mondo virtuale: questi tipi di pagine sono molto utili per le persone con disabilità che hanno limitazioni di viaggio tra coloro che sono altamente dipendenti. Come esempio in Spagna possiamo citare il Museo Nazionale di Antropologia²¹.
- Pagine web interattive: la sua funzione è quella di facilitare l'accesso al museo o alla destinazione del patrimonio. Gli utenti possono creare il proprio itinerario in base ai propri interessi in modo interattivo e accessibile²².

Social Networks

Questi tipi di strumenti iniziano a superare le pagine Web in numero di utenti (Monge, 2017). Ciò può essere dovuto al fatto che i social network offrono una copertura universale e istantanea che consente l'interazione con utenti e visitatori in tempo reale mentre si forma una struttura sociale in cui gli attori coinvolti si riferiscono a un interesse per i contenuti e i valori culturali proposti dall'entità di gestione. Sebbene questo tipo di relazione possa essere diretta verso un obiettivo puramente propagandistico, può anche essere piattaforme di mediazione (Rusillo, 2014) da cui si può dedurre il potenziale che ciò rappresenta per le persone con disabilità e con esigenze di accessibilità.

²¹ Virtual Museum – Museo Nacional de Antropología.

<http://www.mcu.es/visitavirtualmuseos/museo-de-antropologia>

²² Virtual museum – Museo del Prado

<https://www.museodelprado.es/visita-el-museo>

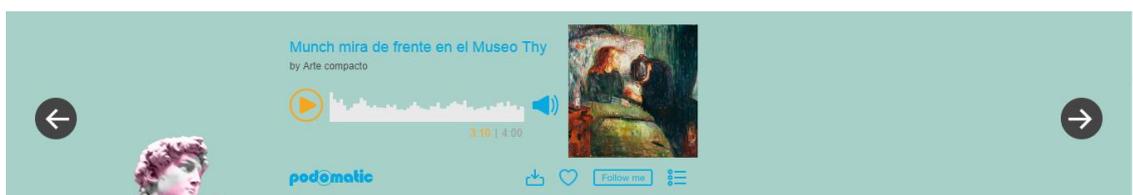


²³ Account

Twitter del Museo Reina Sofia di Madrid, dove l'interazione con il pubblico è mostrata nel numero di risposte (2), "Retweet" (41) e "Mi piace" (106).

Podcast

Il podcasting è uno dei primi strumenti tecnologici utilizzati dai musei. Consiste nel download di file audio scaricati dal sito Web e che possono essere ascoltati in qualsiasi momento. L'uso dei podcast sta rallentando la sua presenza a beneficio di altri sistemi audiovisivi che i musei usano e per fornire accessibilità alla guida, come guide o descrizioni audio. Come esempio di podcast possiamo trovare nel Museo Thyssen²⁴.



APP Mobile

Questa tecnologia è cresciuta fino a limiti difficili da sospettare. L'universalizzazione degli smartphone unita all'alta connettività esistente in Spagna hanno reso i dispositivi mobili uno strumento fondamentale ed essenziale nel quotidiano della popolazione. Pertanto, a causa

²³<https://twitter.com/museoreinasofia>

²⁴<http://www.artecompecto.com/munch-mira-de-frente-en-el-museo-thyssen/>

dell'accessibilità che i produttori hanno già implementato, stiamo affrontando una grande opportunità per divulgare il patrimonio culturale in modo accessibile.

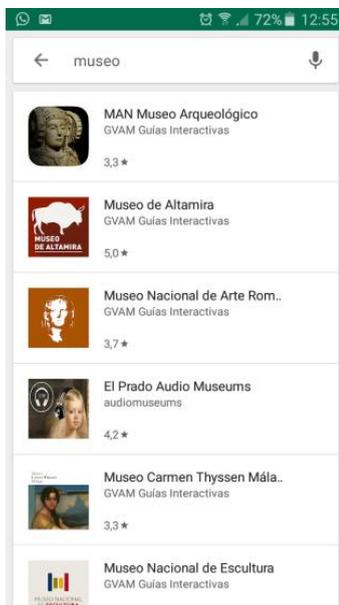


Immagine da Google Play

Inoltre, questi dispositivi offrono un'altra serie di funzionalità che possono essere utilizzate da persone con esigenze di accessibilità come geolocalizzazione, notifiche o aggiornamenti dei contenuti in tempo reale.



²⁵ Immagine dell'app accessibile del Museo

Altamira

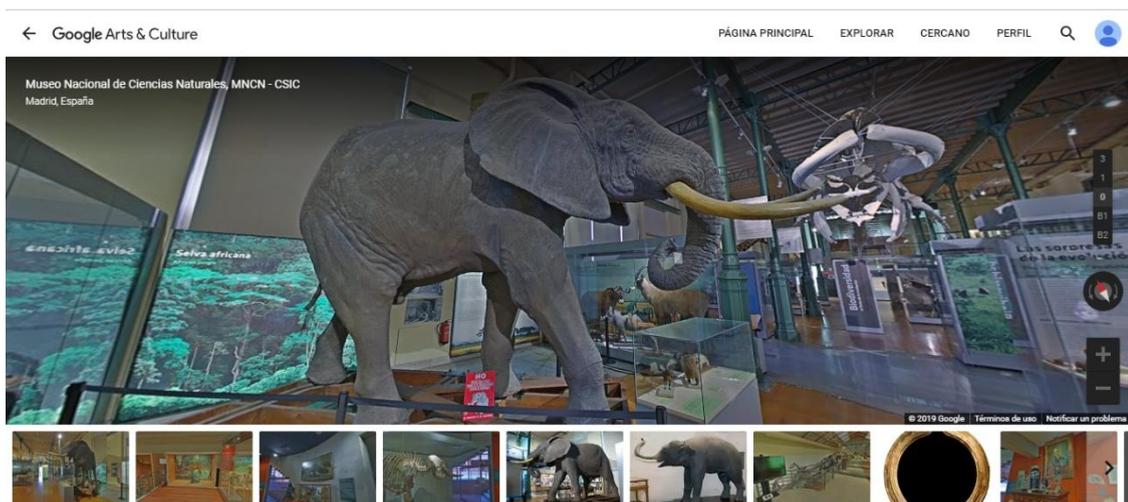
²⁵ <http://www.culturaydeporte.gob.es/mnaltamira/home.html>

Codici QR

È un'immagine bidimensionale che quando viene scansionata con uno smartphone, permette l'accesso a contenuti precedentemente memorizzati. Le applicazioni per la diffusione del patrimonio culturale sono molte in quanto risultano in una semplice interazione con i visitatori e facilitano l'integrazione accanto ad elementi patrimoniali a causa delle loro dimensioni ridotte. In Spagna sono ampiamente utilizzati dai non vedenti.

Realtà virtuale, realtà aumentata e mappatura video

Queste tre tecnologie consentono la rappresentazione visiva degli ambienti, in alcuni casi reali ma in altri anche fittizi, creando la sensazione di essere presenti. Queste TIC rappresentano anche un grande potenziale per la diffusione del patrimonio culturale poiché possono configurare ambienti che non sono realmente accessibili e quindi avvicinarli alle persone con mobilità ridotta.



del progetto Google Arts & Culture al Museo di Scienze Naturali di Madrid

²⁶Immagine

Audioguide e guide per i segni

L'uso della descrizione audio e dei segni guida sono uno dei metodi più efficaci con cui una persona non vedente o ipovedente e una persona con problemi di udito possono accedere alle informazioni trasmesse da un'immagine o da una frase che avviene in un ambiente culturale. Ci sono numerosi musei, uffici turistici e altre risorse culturali in Spagna che offrono questa possibilità in modo che le persone con disabilità sensoriali possano godere di visite guidate a parità di condizioni.

Guide multimediali

Sono l'evoluzione delle audioguide che grazie alla tecnologia offrono un alto livello di interattività per l'utente (Mateos, 2010).

²⁶<https://artsandculture.google.com/partner/museo-nacional-de-ciencias-naturales-mncn-csic>



Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

PROMOZIONE DEL PATRIMONIO CULTURALE E DELL'ACCESSIBILITÀ IN UNGHERIA

Introduzione

L'obiettivo di questo report è la realizzazione di un'analisi turistica completa considerando i patrimoni culturali e il turismo accessibile.

Nella prima parte del documento si parla delle attrazioni turistiche dell'Ungheria, seguite dalle opportunità di sviluppo turistico e dal turismo senza barriere come nuovo prodotto turistico. L'Ungheria ha alcuni importanti monumenti culturali e naturali, che sono la base del settore turistico. Il turismo è ormai un fattore determinante per l'economia nazionale. Secondo il Consiglio mondiale dei viaggi e del turismo il contributo del PIL è pari al 2,4%, ma considerando l'effetto moltiplicatore è superiore all'8%.

La crescita del turnover turistico è costante, nel 2018 ha raggiunto un anno record per quanto riguarda il numero di visitatori e ospiti.



Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

Body

Il ruolo del turismo culturale in Ungheria

Sviluppo turistico fino ad oggi

Il turismo ungherese non era significativo all'inizio del 1900. A quel tempo la gente visitava specialmente a Budapest e il ruolo del turismo rurale era ancora marginale.

Negli anni successivi alla prima guerra mondiale, il turismo del paese è diminuito in modo significativo. Nel 1920, la capitale fu visitata da soli 15.000 stranieri, rispetto ai 55.000 del 1913. Dalla seconda metà degli anni '20, riconoscendo il potenziale economico del turismo, è iniziato uno sviluppo consapevole in questo settore. Si è avviata la costruzione di infrastrutture turistiche e sovrastrutture: sono stati istituiti anche trasporti, alloggi, servizi ed è nato il Consiglio nazionale del turismo. Nella seconda metà degli anni '30, la promozione del turismo interno (turismo rurale e Balaton) ricevette una crescente attenzione. Tra le due guerre mondiali nel 1937 il turismo ungherese raggiunse il culmine. In quel anno il numero di stranieri che arrivarono nel paese fu di 380.000 (principalmente tedeschi e austriaci) e circa 1 milione di cittadini ungheresi parteciparono al turismo interno.

Dopo la seconda guerra mondiale, il turismo internazionale in Ungheria si ridusse al minimo. Fino ai primi anni '60, il turismo internazionale in senso classico era limitato ai viaggi ufficiali e ai parenti in visita. Il turismo interno, tuttavia, iniziò a svilupparsi rapidamente durante questo periodo, principalmente grazie al turismo sociale. Sempre più masse viaggiavano per fare escursioni.

Lo sviluppo del turismo ungherese fu sostanzialmente esteso fino alla fine degli anni '80, ma e lo è ancora oggi. Tuttavia, il numero di stranieri che visitano l'Ungheria è aumentato rapidamente, ma la capacità, la quantità e la qualità dei servizi sono caratterizzate da carenze.

All'inizio degli anni '90, in Europa, l'Ungheria divenne uno dei principali paesi ospitanti i turisti. Nel 2000 sono state create nove regioni turistiche per lo sviluppo del turismo. (Észak-Magyarország, Budapest Közép-Dunavidék, Észak-Alföld, Dél-Alföld, Közép-Dunántúl, Dél-Dunántúl, Nyugat-Dunántúl, Balaton, lago Tisza). Lo scopo è quello di svolgere azioni locali e regionali legate al turismo, allo stimolo di fonti locali, al rafforzamento e alla cooperazione coordinata. (www.ksh.hu, www.mek.oszk.hu)



Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

Attrazioni culturali in Ungheria

Siti del patrimonio mondiale:

- Hollókő Old Village e dintorni: le 67 case fiabesche protette di Ófalu sono state dichiarate patrimonio dall'UNESCO nel 1987 ed è stato il primo villaggio al mondo ad ottenere questo titolo.
- Le rive del Danubio, il quartiere Castello di Buda (1987)
- Grotte di Aggtelek Karst e Slovak Karst(1995)
- Abbazia benedettina millenaria di Pannonhalma e il suo ambiente naturale (1996)
- Parco nazionale di Hortobágy (1999)
- Necropoli paleocristiana di Pécs (2000)
- Paesaggio culturale di Fertő (2001)
- Regione vinicola di Tokaj, paesaggio culturale storico (2002)
- Viale Andrásy e il suo ambiente storico (2002)



1.kép: **Hollókő, the living village**

Source:www.holloko.hu

Parchi Nazionali:

- Parco nazionale Aggtelek(1985)
- Parco nazionale Balaton Uplands (1997)
- Parco nazionale Bükk(1976)
- Parco nazionale Duna–Ipoly(1997)
- Parco nazionale Duna–Dráva (1994)
- Parco nazionale Fertő–Hanság(1991)
- Parco nazionale Hortobágy(1973)
- Parco nazionale Kiskunság(1975)
- Parco nazionale Körös–Maros (1997)
- Parco nazionale Órség(2002)

Regioni del vitivinicole:

La cultura della vite e del vino in Ungheria ha una storia millenaria. L'Ungheria, con i suoi vari tipi di terreno e le favorevoli condizioni climatiche, è sempre stata uno dei paesi europei produttori di vino tradizionale.



Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

Oggi il paese vanta 22 regioni vinicole, tra cui Eger (Eger bikavér) e Tokaj (Aszú), anch'esse riconosciute a livello internazionale. (www.ksh.hu)

Castelli e monumenti

I diversi stili di castelli in Ungheria sono destinazioni turistiche molto popolari. Secondo il sondaggio dell'Ufficio nazionale per la protezione dei monumenti, ci sono attualmente 1.500-2.000 in Ungheria, tra cui 718 castelli protetti. I quasi 11.000 monumenti del paese riflettono fedelmente il suo passato storico.



Spa

La specialità turistica del paese è la sua

risorsa di acqua termale famosa a livello mondiale (dopo l'Islanda, l'Ungheria ha il più grande approvvigionamento di acqua superficiale al mondo). Le fonti di acqua termale si trovano in tutte le regioni del paese e forniscono numerosi centri benessere. Budapest è l'unica capitale del mondo con spa..

Negli ultimi 10 anni sono stati costruiti centri benessere e spa e parchi acquatici.

(<https://wikitravel.org/>)

Luoghi sacri

Famosa principalmente per il culto di Maria (Terra di Maria), l'Ungheria ha molti luoghi di pellegrinaggio della Madonna. Tra l'altro la via del pellegrinaggio di Maria, la via di pellegrinaggio più grande dell'Europa centrale, attraversa il paese.

Festival come attrazione turistica

La popolarità dei festival negli ultimi decenni è stata riconosciuta come uno dei maggiori megatrend del turismo culturale in Europa e in Ungheria.

Secondo il sondaggio Eurobarometro 2016 della Commissione europea, nel 2015 il 9% dei viaggiatori europei ha indicato i festival e altri eventi come principale motivazione di viaggio. I più importanti festival ungheresi sono il SZIGET, Balaton sound, Efott e il Volt Festival.



Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

Percorsi turistici tematici e attivi

Percorso di Palóc: percorso tematico che coinvolge due contee dell'Ungheria (Nógrád, Heves) e 30 insediamenti. Camminando sulla Palóc Route, la tradizione, l'architettura, l'artigianato, la gastronomia, la musica folk e la danza popolare prendono vita. (www.turabazis.hu)

Strade del vino:

- a) Strade del vino classiche: il loro ruolo è limitato alla sola degustazione di vini. Villányi-Siklósi, Etyeki,
 - b) Somlói, Szekszárdi Percorsi enologici tematici: luoghi per la degustazione di vini integrati con un programma speciale, culturale e naturale o gastronomico. (Mohács-Bóly)
 - c) "Percorsi enologici aperti: rete di luoghi di degustazione di vini, inclusi alloggio e ristorazione in una regione turistica.
- Percorso Sissi: percorso tematico internazionale che prende il nome dalla regina Elisabetta. La sua stazione ungherese: Budapest, Gödöllő, Domonyvölgy e Herend.
 - Rotta Maria: pellegrinaggio dell'Europa centrale, i suoi 840 km di grande sezione ungherese attraversano Esztergom, Máriacell, Máriapócs e Sümeg.
 - Pellegrinaggio ungherese: comprende i luoghi sacri nazionali da Esztergom a Mariagyúd.
 - EuroVelo: nome della rete stradale ciclabile internazionale. Pista ciclabile in Ungheria: EV6 (lungo il Danubio) EV11 (lungo il fiume Tisza), EV 13 (percorso della cortina di ferro)
 - Blue Tour: sentiero europeo lungo la parte settentrionale dell'Ungheria, da Írottkő verso Hollóháza. (www.leonardoprogram.hu)

Organizzazioni turistiche importanti

Commissione sportiva e turistica del Parlamento: Agenzia turistica ungherese (organo legislativo): coordina la promozione del turismo, definisce la strategia turistica. Inoltre coordina il marketing turistico a livello nazionale, comprese le azioni relative allo sviluppo di un sistema di marchi turistici in Ungheria e alle attività di marketing e comunicazione nazionali e internazionali.

- TDM (Tourism Destination Management): tenendo conto del principio di sussidiarietà, il suo compito è, tra le altre cose, portare una data destinazione turistica in un mercato competitivo e costruire l'immagine di destinazione. Oggi 65 TDM organizzazioni sono in funzione in Ungheria. (www.tdmszovetseg.eu)
- Tour in forma: il suo ruolo principalmente è focalizzato sulla fornitura di informazioni, attuazione pratica del marketing turistico locale e regionale
- FATOSZ: rappresenta le organizzazioni coinvolte nel turismo rurale e agricolo e coordina i loro compiti
- MUISZ: Associazione delle agenzie di viaggio ungheresi.



Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

Altre importanti organizzazioni per la conservazione del valore culturale

- ICOMOS - Comitato nazionale ungherese: i suoi membri sono i principalmente esperti nella protezione dei monumenti ungheresi. Architetti, archeologi, storici dell'arte, giardinieri, restauratori, storici, chimici, geologi, statici; sono comprese tutte discipline coinvolte nella protezione dei monumenti. I membri di ICOMOSH N Care partecipano costantemente nelle azioni della commissione internazionale ICOMOS.
- Comitato nazionale ungherese dell'UNESCO: la Commissione intende aiutare il lavoro dell'UNESCO in materia di istruzione, scienza, cultura, informazione e comunicazione con altri comitati nazionali nel mondo, organizzazioni governative e non governative, società civile, istituzioni e scuole e promuovere l'ungherese scienza e cultura attraverso l'UNESCO.

Dati turistici

Dal 2010, le prestazioni del turismo sono incrementate anno dopo anno in Ungheria e il 2018 è stato il miglior anno: il numero di ospiti che utilizzavano alloggi commerciali è stato di 12,5 milioni e il numero di pernottamenti è stato pari ad un milione.

Il principale risultato del turismo interno

Nel 2018, il numero di ospiti interni è stato 6,6 milioni e il numero di notti trascorse nel paese è stato di 15,6 milioni. Grazie alla crescita costante registrata dal 2009, il numero di pernottamenti per gli ospiti interni nel 2018 è stato del 57,0% superiore rispetto al 2010.

I principali risultati del turismo in arrivo

Nel 2018, il numero di ospiti stranieri in alloggi commerciali è stato pari a 5,9 milioni e il numero di degli ospiti che hanno dormito nel paese è stato 15,3 milioni. Dal 2010, la crescita dei visitatori stranieri è stata costante.



1. diagramma: la quota degli ospiti stranieri che hanno dormito nella regione turistica nel 2018

fonte: www.napi.hu



2. diagramma: la quota degli ospiti interni che hanno dormito nella regione turistica nel 2018

fonte: www.napi.hu

Esaminando i due grafici, si nota che la destinazione preferita dagli stranieri in Ungheria è ancora Budapest. Al secondo posto c'è la regione turistica di Balaton, ma anche la regione turistica del Transdanubio occidentale è eccezionale. Nel caso dei residenti, il Lago Balaton è il più turistico, seguito da Budapest al secondo posto e dall'Ungheria settentrionale al terzo.



Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

Ad eccezione del lago Tisza, le percentuali turistiche sono quasi insignificanti. L'ordine dei mercati di invio di turisti varia di anno in anno, ma quello più importante continua ad essere la Germania con oltre due milioni di pernottamenti.

Tra i più importanti dei paesi di invio vi sono la Repubblica ceca e gli Stati Uniti che hanno registrato un aumento significativo del numero di ospiti negli stabilimenti nel 2018 rispetto al 2017. (www.mtu.gov.hu)

Promozione del turismo

La crisi economica globale del 2008-2009 ha colpito anche il mercato turistico ungherese, quindi è stato necessario trovare una soluzione al problema.

Strumenti per la promozione del turismo interno

SZÉP-Card

Nel 2011 è stata introdotta la Széchenyi Recreation Card, un buono elettronico universale paragonabile alle carte di credito, con il quale è possibile pagare pasti caldi, festività nazionali, sport, servizi di benessere e fitness, biglietti per musei e per il teatro.

Gli obiettivi dell'introduzione della carta includono l'incentivo del turismo e dell'economia nazionale, l'incoraggiamento della popolazione ungherese al viaggio e il mantenimento nel Paese delle entrate generate da questo settore. A seguito dell'introduzione della carta SZÉP, il traffico nazionale degli ospiti è aumentato di quattro volte nel 2014. Nel 2017 gli ospiti negli hotel ungheresi hanno pagato oltre 17 miliardi di HUF con una carta SZÉP, che rappresentava quasi il 20% del reddito delle pensioni nazionali delle pensioni e alberghi. Inoltre, è importante evidenziare l'effetto dello sviluppo economico che la carta ha portato nella campagna, poiché oltre l'80% della spesa si è verificata lì, riducendo così la disuguaglianza del turismo nella capitale e nelle aree rurali. (www.turizmusonline.hu)

Anni tematici

Al fine di sensibilizzare e concentrare le risorse, l'Ungherese Tourism Ltd. ha presentato le offerte turistiche dell'Ungheria ai turisti nel quadro degli anni tematici dal 2006. L'anno 2009 è stato un anno di turismo culturale. (www.mtu.gov.hu)



Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

Campagna turistica

Con le campagne dell'Agenzia del Turismo ungherese, i viaggiatori vogliono riconsiderare le loro vacanze nazionali e cercare luoghi poco conosciuti, provare nuovi programmi, poiché l'Ungheria ha molto più potenziale di quanto si pensi. I partner della campagna creeranno, venderanno e promuoveranno offerte speciali attraverso i propri canali. L'Agenzia ha raccolto, pubblicato e promosso i partner sul sito web della campagna 2018: *Hello summer*. Oltre 300 partner hanno aderito all'Associazione degli hotel e ristoranti ungheresi in tutto il paese, con offerte speciali e sconti chiamati "Hello summer!" 2019: nuova campagna nella *meravigliosa estate Ungherese* (www.turizmusonline.hu, www.hellomagyarorszag.hu/)

Strumenti per la promozione internazionale del turismo

Film immagini

Gli spettacolari videofilm non sono più solo documentari ma molto di più. Basati su nuove tendenze turistiche, si focalizzano sull'esperienza e sul visivo. L'obiettivo è attirare l'attenzione di potenziali turisti stranieri grazie alle emozioni suscitate, in modo che l'individuo possa identificarsi con il paese. Negli ultimi anni, diversi film di immagini ungheresi hanno ricevuto riconoscimenti internazionali. Nel 2013. *Pensa all'Ungheria - più del previsto*, e *WOW Ungheria 2018*, che ha vinto il premio per il miglior film turistico a Shanghai.

The European of Capitals of Culture.

L'iniziativa, avviata nel 1985, mira a far conoscere meglio ai cittadini europei la cultura dell'altro, ammirare i ricordi della nostra storia comune, sperimentare la ricchezza dei valori europei e provare un senso di unità europea.

Nel 2010 Pécs era The European of Capitals of Culture: a seguito del programma, il numero di ospiti in città è aumentato del 25–27% e il numero di visitatori della città è stato tre volte superiore a quasi 900.000 turisti nel 2010.

Nel 2023 Veszprém sarà The European of Capitals of Culture.
(www.turizmusonline.huwww.portfolio.hu)



Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

Esposizioni di viaggio

La più importante fiera internazionale del settore turistico. Il loro ruolo viene sempre più spinto in secondo piano dalla diffusione di Internet e dei social media.

Hungarikum, come potenziali attrazioni

Hungarikum: Hungarikum è un termine collettivo che indica un valore degno di distinzione all'interno di un sistema unificato di qualificazione, classificazione e registro e che rappresenta le elevate prestazioni del popolo ungherese grazie al suo attributo, unicità, specialità e qualità tipicamente ungheresi. (ad esempio Zsolnay Cultral Quarter, zuppa di gulasch ungherese)

Il valore culturale di Hungarikums e la loro importanza nello sviluppo dell'attrazione turistica è inestimabile. (www.hungarikumok.hu)

Strategia nazionale di sviluppo turistico 2030

Nel 2017 il governo ha adottato il quadro strategico nazionale per lo sviluppo del turismo 2030 elaborato dall'agenzia ungherese per il turismo, che è la pietra angolare di tutti gli attori del settore.

L'obiettivo della strategia è aumentare il contributo diretto e indiretto del turismo al PIL (dall'attuale 10 al 16 per cento), la valorizzazione del ruolo dell'Ungheria nel turismo mondiale e il raddoppio del numero di pernottamenti negli hotel commerciali.

Invece di attrazioni uniche, le aree turistiche (destinazioni) batteranno il centro dello sviluppo. Come offerta turistica, appaiono destinazioni con marchio unico.

Priorità di sviluppo:

- Turismo della salute: il turismo medico e il turismo del benessere svolgono un ruolo significativo nel turismo del paese, la maggior parte dei pernottamenti nel 2017 e nel 2018 sono stati registrate in hotel di questa categoria
- Turismo culturale: la rilevanza internazionale del turismo culturale in Ungheria comprende principalmente Budapest e la visita della città. La maggior parte dei turisti stranieri arriva dall'Europa; la capitale ungherese è una delle destinazioni del tour dell'Europa centrale per i turisti stranieri nel mercato del turismo culturale.



Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

In futuro, le complesse e correlate attrazioni delle aree prioritarie di sviluppo turistico saranno in grado di attrarre la domanda internazionale.

- Turismo attivo: nuovi sviluppi attivi ed ecoturistici
- Turismo gastronomico: uno dei pilastri del turismo culturale, che è già diventato motivo di viaggio (turismo del vino, festival)
- Turismo accessibile: comparsa di un nuovo gruppo target nel turismo, turisti con bisogni speciali. Punta a rendere le attrazioni in modo che siano accessibili a tutti
- Turismo a misura di famiglia: l'implementazione del turismo a misura di famiglia comprende la progettazione di infrastrutture appropriate, strumenti e servizi disponibili
- Turismo professionale (turismo MICE)

Il programma di sviluppo turistico di Kiszfaludy

L'ambizione del programma è quella di incoraggiare l'integrazione dei singoli elementi dell'esperienza turistica nelle destinazioni prioritarie (hotel con attrazioni, attrazioni) che conducono a un soggiorno più lungo e ad una maggiore spesa degli ospiti nelle aree di sviluppo prioritario.

Nuova strategia di marketing

Cambiare le motivazioni dei viaggi richiede un nuovo approccio. Oltre all'esperienza sempre più centrata sull'autenticità, la sicurezza e l'approccio "tutto immediatamente" nelle decisioni di viaggio (www.kormany.hu).



Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

Turismo accessibile

Secondo il rapporto dell'UNWTO -importante previsione per gli esperti turistici- gruppi diversi della popolazione mondiale sono sempre più colpiti dal fenomeno della disabilità di quanto pensassero in precedenza i ricercatori e gli esperti che trattano l'argomento. Il 15% della popolazione totale può essere in qualche modo associato a un fenomeno di disabilità, il che significa che 1 miliardo di persone può certamente essere limitato in qualche modo dall'accessibilità.

In Ungheria, i fornitori di servizi non hanno ancora riconosciuto le opportunità turistiche per le persone con disabilità, anche se secondo i dati dell'Ufficio centrale di statistica oggi quasi un milione e mezzo di ungheresi sono limitati dai loro problemi di salute nelle loro attività quotidiane.

(<http://www.ksh.hu/>)

Esperimenti per il turismo accessibile

- Il Programma di cooperazione al marketing per l'innovazione turistica (TIMEA), coordinato dall'Agenzia del turismo ungherese, si concentra sulla promozione dell'offerta turistica del paese in termini di turismo medico, senior e senza barriere e sulla facilitazione dell'accesso al mercato per le imprese. In Ungheria, l'Associazione degli hotel e ristoranti ungheresi ha anche preparato una complessa raccomandazione sull'accessibilità.
- L'Associazione delle agenzie di viaggio ungheresi e l'Associazione nazionale delle persone con disabilità lavoreranno insieme in futuro per rendere accessibili i servizi turistici e le attrazioni.
- Nella nuova strategia di sviluppo del turismo ungherese, anche gli sviluppi del turismo accessibile sono una priorità
- Interpretazione: lo scopo è collegare il trasferimento d'informazione con l'impatto emotivo. Questo significa che le attrazioni debbono toccare emotivamente i turisti; dovrebbero provocare tristezza, gioia, rabbia. Raggiungere il turista e provocare una reazione emotiva può essere realizzato con una serie di mezzi non verbali: con luci, colori, bagliori di immagini dall'aspetto forte, effetti sonori. Con questi, si possono creare spazi di esperienza complessi in cui le reazioni emotive inconsce coinvolgono il visitatore nel processo di comunicazione. (<https://turizmus.com/>)



Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

Buone prassi

- Giornata del turismo accessibile a Orfű: lo scopo dell'evento è attirare l'attenzione sull'importanza di eliminare il divario tra persone disabili e persone sane, motivando l'accettazione reciproca. All'evento, molte opportunità turistiche e sportive sono disponibili per le persone che non hanno mai avuto l'opportunità di farlo. Offre esperienze per le persone con disabilità, come le andare in bicicletta, auto, barca, vela, quad, guidare un'auto per non vedenti, kayak, canoa, equitazione e pesca. (<http://hetedhethatar.hu/hethatar/>)
- Route4u: Web e app intelligenti con tecnologia automatizzata per creare mappe per disabili da Budapest. (<https://route4u.org/>)
- Matra resort: Il comune di Parádsasvár e gli hotel fornitori di GuestHouse si presentano come una vacanza unica nel paese sotto il nome di Matra Resort. È programmato che non solo la sistemazione ma anche le varie attrazioni saranno accessibili a chiunque senza difficoltà. I percorsi saranno costruiti per le persone con disabilità che avranno a disposizione anche il trasporto con percorsi di autobus accessibili. (<https://www.heol.hu/>)



Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

Il ruolo degli strumenti digitali nel turismo

Quasi tutte le mostre rinnovabili vivono con moderni strumenti IT durante il rinnovamento delle attrazioni del patrimonio culturale. (Nel caso di progetti UE, almeno il 10% del costo totale dovrebbe essere speso per sviluppi interattivi e adatti ai visitatori, comprese le tecnologie di comunicazione delle informazioni).

La soluzione più comune è quella di utilizzare una varietà di sistemi touchscreen dal più semplice monitor di consegna delle informazioni ai giochi interattivi multi-player. La maggior parte degli ultimi sviluppi utilizza varie soluzioni mobili dai codici QR più semplici per fornire informazioni per le applicazioni mobili. Meno comunemente, ad esempio, vengono utilizzati strumenti AR (realtà aumentata) e VR (realtà virtuale). per visualizzare stili architettonici di un edificio o per presentare un evento storico o un luogo in occhiali VR virtuali. Ci sono anche progetti pilota che mettono in mostra il patrimonio culturale con l'aiuto di proiezioni pseudo-olografiche nello spazio, che è una soluzione AR che non è ostacolata dalle dimensioni del display del telefono e del tablet ed è parte integrante dello spazio storico.

Oltre all'uso turistico, i musei digitalizzano le più grandi collezioni e le rendono disponibili.



Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

Conclusioni

Nel complesso, si può affermare che il turismo è uno dei fattori economici decisivi considerando le capacità e l'attrattiva dell'Ungheria.

Le attrazioni turistiche culturali come siti del Patrimonio Mondiale, festival, percorsi tematici sono le principali motivazioni di viaggio per i turisti stranieri. Si presta particolare attenzione alle strategie e agli sviluppi.

Negli ultimi anni, le persone con disabilità sono emerse come nuovo segmento di mercato. Con la diffusione del turismo orientato all'esperienza, anche la questione del turismo accessibile è diventata sempre più centrale. Sfortunatamente, ci sono ancora poche destinazioni e attrazioni in Ungheria prive di barriere. Tenendo conto del principio della parità di trattamento, l'obiettivo dei professionisti del turismo è quindi quello di sviluppare attrazioni o trasformare quelle esistenti per aiutare le persone con disabilità a trovare informazioni, viaggiare e acquisire esperienza nel settore del turismo. Una delle priorità della strategia nazionale di sviluppo turistico 2030 sarà anche il turismo accessibile.

La relazione tra turismo culturale e turismo accessibile può essere rappresentata da dispositivi digitali, applicazioni scaricabili sul telefono, touch screen e dispositivi che utilizzano le tecniche fornite dalle esperienze turistiche per tutti.



Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

PROMOZIONE DEL PATRIMONIO CULTURALE E DELL'ACCESSIBILITÀ IN PORTOGALLO

Introduzione

Il turismo è un'attività strategica per il Portogallo e la sua principale attività economica è l'esportazione, che rappresenta il 15,3% delle esportazioni di beni e servizi. È anche un fattore di sviluppo regionale, poiché una molteplicità di aree e agenti intervengono in modo trasversale per lavorare in rete.

Col passare del tempo, le cose cambiano e si adattano alle esigenze di una comunità, seguendo le innovazioni.

Negli ultimi anni, il turismo in Portogallo ha avuto un enorme aumento. Ciò ha implicato il rinnovo e l'ammodernamento di standard e servizi. Uno degli obiettivi principali è rendere le strutture e i servizi turistici il più accessibili possibile a tutti, promuovendo i contenuti digitali per il turismo e il patrimonio culturale della città. I visitatori hanno esigenze di qualsiasi tipo ed è obbligatorio essere pronti e preparati a fornire loro supporto.

Il successo delle attività turistiche dipende sempre più dai processi di innovazione, creatività e capacità di generare iniziative a valore aggiunto che attraggono i turisti. In questo contesto, le tecnologie dell'informazione e della comunicazione (TIC) possono svolgere un ruolo importante nel generare tali sviluppi. L'uso delle TIC nella politica comunale per la promozione del turismo ha segnato i tentativi delle autorità locali di promuovere il turismo culturale.



Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

Body

Innovazione ICT per il turismo

Le TIC forniscono potenti strumenti in grado di promuovere vantaggi competitivi in termini di promozione turistica, rafforzamento delle strategie e delle operazioni del settore e promozione dell'accessibilità a infrastrutture, attrezzature e servizi turistici.

Le TIC hanno la funzione di sviluppare esperienze interattive stimolanti, con l'obiettivo di aumentare la soddisfazione e l'apprezzamento dei visitatori, che potrebbero potenzialmente tornare.

È fondamentale che gli attori economici del settore turistico sviluppino prodotti e servizi accessibili a tutti: *“La soddisfazione del cliente dipende in gran parte dall'accuratezza e dalla completezza delle informazioni specifiche sull'accessibilità, le strutture, le attrazioni e le attività delle destinazioni” (Buhalis, 1998).*

Uno strumento molto utile e semplice è il codice QR. Una delle prime iniziative che ha adottato questo strumento è stata un progetto del comune di Tomar. Lo staff IT ha sviluppato codici QR per i principali monumenti della città; gli stessi forniscono collegamenti alla storia, all'orario, all'orario settimanale e ad altre informazioni rilevanti relative al rispettivo monumento. Sono state inoltre sviluppate audioguide, promosse sul sito web della città e distribuite su piattaforme audioguide online.

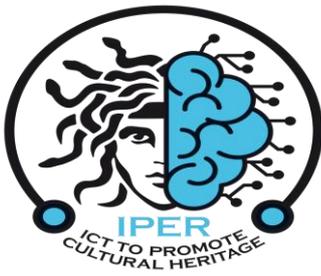
Il QR codifica un codice bidimensionale sviluppato nel 1994, che possiede una capacità sostanzialmente superiore ai codici a barre convenzionali. Può essere utilizzato da qualsiasi tipo di dispositivo ed esteso a una varietà di settori, incluso il turismo.

Innanzitutto, i codici QR sono stati creati in portoghese per le principali attrazioni della città. Quindi, l'idea era di estenderlo ad altre tecnologie e linguaggi, nonché allo sviluppo di una piattaforma elettronica che faciliti la gestione dei dati elettronici per le camere municipali e la produzione di un video promozionale. Tutto ciò sarebbe stato trasmesso su piattaforme di social media. Di conseguenza, l'accessibilità turistica è cresciuta, consentendo a tutti di avere accesso alle informazioni, indipendentemente da limitazioni o conoscenze ed eliminando molte barriere, come quelle linguistiche.

Oggi queste tecnologie sono una realtà per il turismo, costituendo strumenti importanti per aumentare la soddisfazione e promuovere l'accessibilità alle informazioni. Ciò consente alle persone di sentirsi più indipendenti durante le vacanze.

Il turismo, come altri settori economici strategici, dovrebbe cercare di sfruttare al massimo lo sviluppo tecnologico poiché i dispositivi elettronici sono un vicolo costante e fedele durante i viaggi di qualsiasi persona.

È un dato di fatto, possono essere utilizzati per diversi scopi: ottenere indicazioni stradali, scattare fotografie, ottenere informazioni di qualsiasi tipo, trovare attrazioni, eventi, negozi, ristoranti e bar, controllare gli orari, acquistare i biglietti, effettuare prenotazioni o traduzioni.



Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

L'importanza dei contenuti digitali per i telefoni cellulari, che soddisfano le esigenze turistiche e aumentano la loro soddisfazione e promuovono il turismo accessibile, hanno rafforzato le tecnologie e la realtà virtuale.

Queste tecnologie permettono la raccolta di informazioni su visitatori e luoghi visitati, consentendo al Comune di incrociare i dati con altre fonti di dati (rispettando la privacy dei dati), ottenendo così informazioni strategiche che indirizzeranno convenientemente le strategie di marketing. Allo stesso tempo, questa iniziativa può servire come impulso alla creazione di progetti simili in termini di ristoranti, industrie dell'ospitalità, commercio locale, ecc., promuovendo l'economia locale e l'imprenditorialità.

Un'ampia prospettiva sull'accessibilità turistica

Accessibilità nei servizi, PNR e bilancio partecipativo del Portogallo

L'accessibilità deve essere compresa in termini di servizio, strutture e promozione ed è un prerequisito per poter partecipare e svolgere un ruolo attivo nella società

Turisti e visitatori potrebbero soffrire di alcune malattie o avere limitazioni fisiche.

L'accessibilità agli spazi e la promozione di contenuti in formati accessibili a tutti i cittadini dovrebbe essere una priorità comunale, cercando di adattare il prodotto turistico ai vari cittadini.

L'amministrazione locale svolge un ruolo chiave nel prendere provvedimenti per la promozione del territorio, in particolare per quanto riguarda la promozione e la conservazione del patrimonio locale a livello regionale, come strategia di sviluppo basata sul decentramento di risorse e programmi o investimenti in una logica di prossimità.

In questa dimensione, i comuni sviluppano una serie di iniziative e programmi di diffusione e promozione delle attività culturali rivolte alla popolazione giovane, principalmente attraverso i servizi municipali sotto la supervisione dei consigli comunali nel campo della gioventù e / o della cultura.

La rivitalizzazione culturale a livello locale si basa su una serie di reti semplificate dal potere centrale che è responsabile della promozione e del sostegno nello sviluppo di varie iniziative di promozione culturale, molte delle quali mirano ad attrarre e formare i giovani come strategia per coinvolgere un nuovo pubblico:

Questa linea di azione ha scopi diversi, tra cui incoraggiare la conoscenza del patrimonio culturale e artistico come processo di affermazione della cittadinanza e mezzo di sviluppo di alfabetizzazione culturale.

Piano di lettura nazionale

In questo quadro di impegno politico trasversale, intraprendendo azioni per la promozione della lettura, l'accesso plurale alla conoscenza e l'arricchimento culturale come asse del governo e priorità politica, la risoluzione governativa (marzo 2017) di reinvestire nel Piano nazionale di lettura (PNL) è esemplare, con il lancio di una nuova fase in un orizzonte decennale 2017-2027 (PNL)



Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

2027). In questa nuova tappa, attraverso una commissione interministeriale, le autorità locali della cultura, scienza, tecnologia e istruzione superiore sono responsabili dello sviluppo di una politica integrata per la promozione della lettura e della scrittura in più settori, come cultura, scienza e digitale.

Il Piano nazionale di lettura 2027 è un intervento strategico per lo sviluppo di diverse alfabetizzazioni in vari settori della popolazione. È stato lanciato nel 2006 ed è attualmente in vigore per il decennio 2017-2027. Più organizzata, questa edizione intende investire maggiormente nel supporto ai programmi per favorire l'inclusione sociale attraverso letture e formazione di diversi segmenti della popolazione, ma anche agevolare l'accesso alla conoscenza e alla cultura.

Il PNR segue alcune linee guida, come elencato di seguito:

- Creare un ampio impegno sociale intorno alla promozione della lettura come priorità politica, con l'obiettivo di sviluppare l'alfabetizzazione e il rafforzamento delle abitudini di lettura della popolazione;
- Avvio di programmi rivolti a bambini, giovani e adulti che mirano a promuovere lo sviluppo di molteplici alfabetizzazioni, in particolare lettura e scrittura, informazioni digitali e visive, scientifiche e tecnologiche, al fine di preparare la popolazione portoghese alle esigenze della società del XXI secolo;
- Rafforzare e diversificare l'intervento finalizzato allo sviluppo delle competenze di bambini e giovani nel contesto scolastico e della popolazione adulta che persegue la qualifica;
- Incoraggiare un nuovo tipo di intervento incentrato sul giovane adulto e sulla popolazione adulta, in particolare per i settori della popolazione che hanno acquisito scarse capacità di lettura o che, per vari motivi, non ne hanno acquisito affatto nel corso della vita;
- Attuare una serie di azioni per rafforzare le capacità di lettura e scrittura per l'inclusione delle persone con bisogni speciali;
- Promuovere le relazioni tra lettura, letteratura, arte, scienze e tecnologia e promuovere la cultura scientifica, tecnologica e artistica, in collaborazione con le istituzioni di scienza e cultura;
- Incoraggiare la produzione e la diffusione di contenuti accademici e studi sulla lettura e la scrittura;
- Promuovere progetti di formazione per insegnanti, mediatori della lettura, agenti culturali e altri attori;
- Rafforzare la connessione con la società e le comunità locali, in particolare attraverso la mobilitazione di circoli letterari e scientifici e dei media alla partecipazione a progetti di promozione per la lettura e la scrittura;
- Promuovere la creazione di nuovi partenariati e l'attuazione di azioni concertate, con il sostegno di entità nazionali e internazionali, pubbliche e private;
- Promuovere contenuti inclusivi, interculturali e privi di stereotipi che stimolino il pensiero critico e una cittadinanza attiva;
- Rafforzare il coordinamento tra la Rete nazionale delle biblioteche pubbliche, la Rete delle biblioteche scolastiche e le biblioteche degli istituti di istruzione superiore.



Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

Bilancio partecipativo del Portogallo

Un'altra iniziativa interessante da menzionare è il bilancio partecipativo del Portogallo, che ha avuto luogo per la prima volta nel 2017. Il governo lo ha promosso, attraverso una presentazione di proposte da parte dei cittadini in diverse aree governative, un incoraggiamento della partecipazione alla vita politica e sociale, per rivitalizzare i progetti nazionali e regionali.

A livello più nazionale, uno dei progetti vincitori è stato Culture for All, basato sul principio della cultura come "pilastro fondamentale dell'educazione, del sentimento di appartenenza e dell'integrazione dell'individuo nella società". Una delle misure di questo progetto è ÉS.CULTURA'18 che garantisce la disponibilità di libero accesso a diversi spazi e iniziative culturali per un anno ai giovani nati nel 2000 (da aprile 2018 ad aprile 2019).

Organismi del Ministero della Cultura, entità private e autarchie hanno aderito a questa misura, portando centinaia di offerte culturali ai giovani che hanno 18 anni nel 2018.

Accessibilità nei costi e iniziative correlate

L'accessibilità turistica può essere interpretata anche in termini di costi. In questo caso la [Direzione generale per i beni culturali](#) ha un ruolo rilevante. Offre, come complemento ai singoli biglietti, una vasta gamma di biglietti speciali, combinando circuiti museologici con criteri geografici o tematici. L'obiettivo di questa [misura](#) è promuovere l'accesso universale alla cultura, garantendo condizioni di libero accesso o condizioni speciali per le persone con difficoltà a causa di motivi economici. Inoltre, in base alle condizioni individuali e al contesto, sono previsti sconti specifici dedicati. Le informazioni sulle opportunità e le strutture di accesso alle attrezzature culturali sono rese disponibili e promosse dalle varie entità responsabili.

Nel corso degli anni, sono stati sviluppati numerosi eventi/iniziative comuni nel campo dell'educazione ai beni culturali. Per stabilirlo nel 2013, è stato celebrato il programma di educazione estetica e artistica e un protocollo di collaborazione tra la direzione generale dell'Istruzione (DGE) e la direzione generale dei beni culturali (DGPC). La DGPC, nell'ambito dei suoi ambiti strategici di azione, semplifica ancora le attività di sensibilizzazione del pubblico per l'importanza del patrimonio culturale promuovendo una serie di progetti rivolti ai giovani per stimolare una maggiore conoscenza e interesse verso la storia e il patrimonio culturale. Di seguito sono descritti un paio di progetti parte del programma.

Database- kit di raccolta del patrimonio immateriale. È una risorsa educativa disponibile dal 2011 per sensibilizzare i giovani alla necessità di salvaguardare il patrimonio culturale immateriale. Il database è liberamente disponibile e il suo utilizzo è stato principalmente indirizzato ad un contesto scolastico o a attività formative ed educative promosse da altre entità, in particolare i Servizi educativi dei musei. Inoltre, il database è stato creato tenendo conto delle linee guida della Convenzione per la salvaguardia del patrimonio culturale immateriale (UNESCO, 2003) che sottolinea l'importanza dei programmi educativi per la consapevolezza dei giovani.



Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

- **In un momento ... l'eredità! (Numinstante... o Património!).** Questi progetti che propongono la creazione artistica fotografica, si svolgono ogni anno dal 2008. È il risultato di una collaborazione tra DGPC e GAZES (OLHARES). È integrato nel progetto International Monuments Photographic Experience (EFIM), del Consiglio d'Europa. È pensato per i giovani di età compresa tra 14 e 21 anni e, attraverso la documentazione fotografica di un elemento del patrimonio, mira a risvegliare i giovani all'interazione con la ricchezza della storia e del paesaggio culturale, con il passato e il presente. L'aspetto interessante è vedere come i partecipanti comunicano una nuova interpretazione del patrimonio

È coerente mettere in evidenza ciò che viene promosso annualmente dal DGCP nel quadro delle celebrazioni delle Giornate europee del patrimonio - un'iniziativa annuale del Consiglio d'Europa e dell'Unione europea.

L'obiettivo è sensibilizzare i cittadini all'importanza di salvaguardare il patrimonio come testimone del passato. Nel 2016, il tema Comunità e culture intendeva coinvolgere i molteplici tipi di comunità: locali, scuola, vicinato, club, associazioni, organizzazioni non governative, siano esse culturali, religiose, filosofiche, scientifiche, ricreative o sportive, per il promozione, protezione e sviluppo di attività artistiche e culturali.

Nell'ambito delle attività della direzione generale per i libri, archivi e biblioteche, alcuni archivi distrettuali organizzano seminari tematici e visite ad archivi destinati ai giovani, con l'obiettivo di promuovere la conoscenza e l'esplorazione di vari settori.

Un'altra importante iniziativa è la Biennale iberica dei beni culturali che ha come obiettivo principale la promozione, valorizzazione e visibilità del settore dei beni culturali, cercando anche di dimostrare come il patrimonio possa essere una fonte inesauribile di ispirazione per il gioco e le questioni pedagogiche. Questo si palesa nella fusione della Biennale di Restauro e della Gestione del Patrimonio AR & PA, che si svolge a Valladolid dal 1998, con la Fiera del Patrimonio, un evento creato nel 2013 in Portogallo. Quest'anno si svolgerà dall'11 al 13 ottobre.

Accessibilità per le persone con disabilità

Come già detto, l'accessibilità turistica si occupa anche delle disabilità fisiche di un essere umano. Oggi ci sono alcune aziende o associazioni che hanno basato la loro missione nel dare a chiunque la possibilità di godersi al meglio le proprie vacanze e il meglio del nostro patrimonio naturale e culturale. Uno di questi è il Adapted & Senior Tours Portugal, creato con l'obiettivo di potenziare coloro che affrontano le sfide della mobilità. Aiutano le persone con mobilità ridotta, fornendo assistenza a loro e alle loro rispettive famiglie e amici. Di solito il bersaglio viene identificato nelle persone con disabilità fisiche. L'azienda fornisce loro veicoli adattati e specializzati con tutti i comfort e gli oggetti necessari. Il team inoltre progetta e sceglie, per e con il cliente, tour o viaggi verso destinazioni accessibili ai disabili.

Pagando un costo aggiuntivo la compagnia offre ai suoi clienti la possibilità di avere la supervisione di un infermiere durante i tour.



Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

Su richiesta, c'è anche la possibilità di beneficiare di trasferimenti privati, in questo modo i collaboratori preleveranno i clienti dall'aeroporto, hotel o residenza.

Adapted & Senior Tours Portugal è a disposizione dei clienti quando, durante una crociera, si fermano a Lisbona, quindi saranno incaricati di accompagnare le persone bisognose nei tour, aiutandoli a sfruttare al meglio il loro viaggio, con itinerari speciali pensati per coloro che hanno problemi di mobilità e utenti su sedia a rotelle.

Un'altra associazione simile con sede in Portogallo è Tourism 4all, anch'essa finanziata dal Turismo do Portugal.

La "Strategia per il turismo 2027 - Pensare al futuro, agire nel presente" prevede la costruzione di un quadro strategico per i prossimi 10 anni, tenendo conto di numerosi cambiamenti e prospettive, nonché di opportunità e sfide che ne derivano.

Questi fattori, uniti a Opportunità identificate come la crescita sostenibile per il turismo fino al 2030, la "Destinazione del Portogallo" e la crescente domanda di abitudini e prodotti benefici per la salute e il benessere, porteranno a questo progetto ACCESSIBLE PORTUGAL pertinenza e opportunità.

È in questo quadro che ACCESSIBLE PORTUGAL intende sviluppare una piattaforma e un'App per applicazioni mobili (Android e iOS), di informazione e diffusione dell'offerta turistica accessibile in Portogallo, che contribuirà a catturare nuovi segmenti di domanda e migliorare l'esperienza turistica di persone con bisogni speciali, oltre a competere per il design del Portogallo come destinazione turistica. È uno strumento informativo (non valutativo), con tutta l'obiettività risultante. Al fine di rafforzare un'interazione con la domanda è utile potenziare il modello di social network, che ora è molto accessibile per un turista.

La piattaforma online è stata basata su una già esistente del bus Tur4All Spagna che è stata migliorata e che conta sull'esperienza di oltre 20 anni del suo promotore PREDIF - Piattaforma rappresentativa delle persone con disabilità.

La partnership stabilita con PREDIF consente al ACCESSIBLE PORTUGAL di beneficiare di un'infrastruttura e metodologia testata, in continuo miglioramento, su scala internazionale, nonché di un sistema di produzione di contenuti e traduzione in 7 lingue diverse, creando sinergie, riduzione dei costi e maggiore rapidità sviluppo e implementazione.

PREDIF, la piattaforma di rappresentanza statale per le persone con disabilità fisiche, è un'entità statale senza scopo di lucro, dichiarata di pubblica utilità nel 2003, che rappresenta e promuove azioni a favore di quasi 100.000 persone con disabilità fisiche. PREDIF è stato dichiarato di pubblica utilità.

Oggi PREDIF rappresenta un punto di riferimento nel settore del turismo accessibile, presiede il Comitato per il turismo e il tempo libero inclusivo del CERMI e i suoi protocolli e criteri nel campo dell'accessibilità sono quelli concordati da tutto il settore della disabilità.

Degno di menzione è il progetto CREATOUR, incubatore / dimostrazione e iniziativa di ricerca multidisciplinare, che supporta i processi di ricerca collaborativa che coinvolgono cinque centri di ricerca che lavorano con una serie di organizzazioni culturali o creative e altre parti interessate



Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

situate in piccole città nel Norte, Centro, e nelle regioni di Alentejo e Algarve. Nasce dalla collaborazione del Programa Operacional Regional de Lisboa, Fondazione portoghese per la scienza e la tecnologia e Programa Operacional Regional do Algarve. L'obiettivo generale di CREATOUR è sviluppare e pilotare un approccio integrato e un programma di ricerca per il turismo creativo nelle piccole città e aree rurali del Portogallo, sviluppando forti legami all'interno e tra le regioni. Il progetto è caratterizzato da approcci teorici e metodologici di sviluppo del settore culturale / creativo, turismo e sviluppo regionale. Utilizza le dimensioni chiave del supporto per accrescere il valore dello sviluppo del settore creativo come struttura: costruire conoscenza e capacità, supportare lo sviluppo di contenuti e collegare la creatività al posto e rafforzare la formazione di reti e cluster.



Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

Conclusioni

I Villaggi storici del Portogallo sono in vari modi un esempio del cambiamento socioeconomico che le aree rurali del Portogallo hanno subito negli ultimi sessant'anni. Fino alla metà del XX secolo, l'occupazione principale qui era l'agricoltura. Successivamente, il declino dell'agricoltura ha innescato l'emigrazione rurale. I censimenti della popolazione mostrano che il numero di residenti è aumentato tra la metà del XIX e la metà del XX secolo, diminuendo in seguito. Nel 2011, il numero più basso di abitanti dalla metà del diciannovesimo secolo è stato registrato nella maggior parte dei villaggi e la maggioranza aveva meno di 200 abitanti, la maggior parte dei quali anziani e con bassi livelli di istruzione e formazione.

Le misure per combattere il declino dell'attività economica iniziarono ad essere prese nell'ultimo quarto del ventesimo secolo. Alcuni individui indipendenti, governi locali e municipali e l'Istituto nazionale per l'uso vantaggioso del tempo libero dei lavoratori (INATEL) iniziarono a guadagnare denaro ricevendo un numero crescente di turisti in cerca di esperienze di turismo culturale. I primi villaggi ad avere strutture turistiche furono Almeida e Sortelha. Ad Almeida, la prima struttura di questo tipo, l'alloggio in forma di Pousada de Portugal, apparve nel 1985 come iniziativa guidata dallo Stato.

Sfortunatamente, l'idea generale è che la maggior parte delle politiche pubbliche nazionali siano inadeguate rispetto alle realtà e ai bisogni della popolazione e delle comunità rurali: "le preoccupazioni e aspettative delle comunità rurali non sono molto" prese in considerazione o "non sono affatto considerate" nella definizione delle politiche nazionali. La complessità dei problemi identificati dalle comunità rurali richiede un'ampia prospettiva di sviluppo rurale.

Nonostante tutto, il Portogallo è oggi uno dei principali paesi realmente impegnati nella missione di ottenere un turismo accessibile al 100% e dare il via alle aree rurali, coinvolgendo qualsiasi gruppo di popolazione.



Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

Conclusioni finali

I risultati ottenuti con questo lavoro provengono da un sondaggio condotto da tutti i partner del progetto IPER nei paesi coinvolti a livello dell'UE.

Il metodo SWOT è stato utilizzato per l'analisi dei dati totali della ricerca; ha permesso di evidenziare fattori interni che determinano rispettivamente un vantaggio competitivo (punti di forza) o un limite (debolezza) alla promozione del patrimonio culturale europeo attraverso strumenti digitali e secondo il principio del turismo accessibile; allo stesso tempo ha definito variabili esterne che possono condizionare positivamente o negativamente il sistema affermandosi come un'opportunità (Opportunità) quando presentati vantaggi o minacce (Minacce) quando si rivelano fattori ambientali sfavorevoli.

Punti di Forza:

- Il patrimonio culturale svolge un ruolo cruciale a livello dell'UE, rappresentando una risorsa preziosa per tutti i suoi cittadini e allo stesso tempo costituisce una potenziale fonte su cui investire sia dal punto di vista sociale che economico. A livello europeo, tutte le istituzioni dell'UE si impegnano a promuovere e proteggere il patrimonio culturale. La Commissione europea, il Parlamento europeo e il Consiglio dell'Unione europea, nonché il Comitato delle regioni e il Comitato economico e sociale europeo hanno organizzato eventi per celebrare attività incentrate sul patrimonio culturale.
- Gli investimenti nel patrimonio culturale generano molteplici vantaggi: culturali, sociali, ambientali ed economici. Questi benefici contribuiscono allo sviluppo sostenibile e al rafforzamento della coesione sociale a livello locale, regionale e nazionale.
- Attraverso le TIC, le persone con disabilità possono visitare un luogo tramite smartphone o tablet e non è necessario affrontare un viaggio per vedere un monumento, un museo o un prodotto culturale. La velocità di accesso alle informazioni e la possibilità di rendere l'Europa un luogo più accessibile per le persone con disabilità è un elemento chiave della strategia europea sulla disabilità 2010-2020. Questa fornisce il quadro generale a livello dell'UE per le azioni nel campo della disabilità e dell'accessibilità, al fine di completare e sostenere le azioni degli Stati membri.
- La digitalizzazione del patrimonio culturale e il sostegno al suo sfruttamento economico sono attività promosse dall'Agenda digitale europea. La stessa richiede un migliore accesso ai contenuti culturali anche in aree remote, implementando tecnologie intelligenti e un'integrazione più efficiente dei cittadini.
- L'Unione europea utilizza vari strumenti per rendere l'Europa più accessibile alle persone con disabilità e agli anziani. Al di là della legislazione e delle politiche, la ricerca e la standardizzazione servono a ottimizzare, tra le altre cose, l'accessibilità dell'ambiente costruito, le TIC e i trasporti.



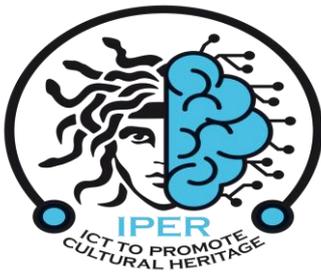
Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

Limiti:

- Fino ad ora, l'UE ha utilizzato strumenti non vincolanti (risoluzioni del Consiglio e dichiarazioni ministeriali) per promuovere obiettivi di accessibilità. Sebbene siano stati compiuti alcuni progressi, il livello di accessibilità delle TIC è ancora tutt'altro che soddisfacente, come riconosciuto dalla comunicazione sull'inclusione digitale, pubblicata nel novembre 2007. L'UE non ha ancora adottato una direttiva vincolante sull'accessibilità delle TIC in generale e l'accessibilità del web in particolare, nonostante ciò sia stato ripetutamente richiesto dall'European Disability Forum.
- Necessità di costruire la base di conoscenze e migliorare la capacità delle autorità e delle istituzioni pubbliche di sviluppare e attuare strategie di digitalizzazione per i beni culturali ereditati sulla base di standard e approcci comuni.
- Mancanza di corsi di formazione professionale relativi al turismo accessibile nonché un'offerta di istruzione inadeguata finalizzata alla formazione di esperti per la promozione del patrimonio culturale in tutte le sue componenti.
- Alcuni settori culturali lavorano su informazioni e dati difficili da raccogliere e archiviare e poco comparabili. Ciò solleva la necessità di progettare e condividere politiche efficaci sia a livello nazionale che europeo.
- L'impatto massiccio della digitalizzazione su come la cultura viene percepita, accessibile, creata, comunicata e diffusa.
- Le competenze digitali dei professionisti dei musei al fine di consentire ai musei di diventare più accessibili e interessanti anche in un contesto transfrontaliero ed europeo non sono diffuse ed ottimali
- È necessario rafforzare le competenze digitali dei professionisti del patrimonio culturale.

Opportunità:

- L'UE ha finanziato progetti a sostegno del patrimonio culturale. Nell'ambito del programma Europa creativa è stato lanciato un invito dedicato a progetti di cooperazione relativi all'anno 2019. Numerose altre opportunità saranno disponibili nell'ambito di Erasmus +, Europa per i cittadini, Orizzonte 2020 e altri programmi dell'UE.
- Oggi le associazioni e le organizzazioni coinvolte nella conservazione e promozione del patrimonio culturale stanno crescendo più rapidamente e ci sono molti eventi dedicati a sensibilizzare le persone su questo argomento.
- L'Europa è immersa in una trasformazione digitale da parte di centri di gestione del patrimonio, musei, archivi, biblioteche, ecc ...; che trae vantaggio dai costanti miglioramenti della tecnologia e dalla sua ampia introduzione nel campo del patrimonio culturale a fini di conservazione, diffusione e conservazione significa che le tecnologie sono incorporate come strumenti per arricchire e migliorare le esperienze degli utenti.
- Gli strumenti digitali rendono il patrimonio culturale accessibile a tutti. Riducono la distanza tra le sfere culturali e sociali.
- Nulla sostituisce l'esperienza personale di toccare, sentire e sperimentare i siti del patrimonio per davvero. Ma almeno possiamo essere rassicurati sul fatto che grazie alle TIC, il nostro prezioso patrimonio viene preservato e rimarrà accessibile per le generazioni a venire.



Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

Minacce:

- Difficoltà nell'accesso ai fondi necessari per sostenere le attività culturali, mantenere e aumentare la competitività e internazionalizzare le attività. Ciò è significativamente più difficile in alcuni settori culturali a causa della natura immateriale di molti dei loro beni o rischi da affrontare per crescere o innovare.
- La diffusione delle TIC potrebbe generare accessibilità al divario digitale ad alcuni servizi tra gruppi di popolazione e territori, le tecnologie digitali evolvono nel tempo. Ad esempio, un'applicazione mobile creata cinque anni fa per un sito culturale non può più essere supportata con gli attuali sistemi operativi mobili. I mediatori culturali devono quindi aggiornare le loro soluzioni digitali nel tempo.
- Strumenti e reti digitali, in particolare Internet, offrono possibilità senza precedenti per nuovi percorsi di accesso che incoraggiano l'interattività. Se non utilizzati correttamente, gli strumenti digitali potrebbero mettere in pericolo la mediazione culturale in un sito. Ecco perché è molto importante cercare l'assistenza di professionisti del patrimonio che sono in grado di mantenere l'equilibrio tra nuove tecnologie e patrimonio



Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

Bibliografia

PORTOGALLO

BTS:

<https://all-digital.org/projects/digital-invasions/>

<https://all-digital.org/crowddreaming-supporting-the-future-of-digital-cultural-heritage/>

<http://www.patrimoniocultural.gov.pt/static/data/noticias/strategy21.pdf>

<https://europa.eu/cultural-heritage/about>

http://kultur.creative-europe.desk.de/fileadmin/2_Publikationen/Final_Draft_digitalisation.pdf

CCIP:

-[Accessible Portugal](http://accessibleportugal.com/) <http://accessibleportugal.com/>

-Case study in the Municipality of Tomar, 2015, <http://www.jotr.eu/index.php/volume17/177-promotion-of-accessible-tourism-through-digital-content-a-case-study-in-the-municipality-of-tomar>

-CREATOUR - Creative Tourism Destination Development in Small Cities and Rural Areas, 2016 <https://ces.uc.pt/en/investigacao/projetos-de-investigacao/projetos-financiados/creatour>

-DGPC - DIREÇÃO-GERAL DO PATRIMÓNIO CULTURAL - <http://picportugal.com/en/maps/item/dgpc.html>

-EACEA National Policies Platform - Developing cultural and creative competences, 2018 <https://eacea.ec.europa.eu/national-policies/en/content/youthwiki/85-developing-cultural-and-creative-competences-portugal>

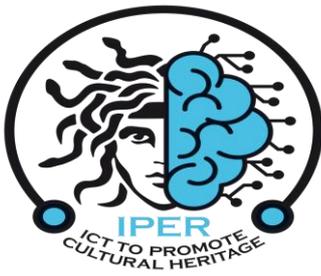
-EACEA National Policies Platform - National strategy on creativity and culture for young people, 2018

-<https://eacea.ec.europa.eu/national-policies/en/content/youthwiki/83-national-strategy-creativity-and-culture-young-people-portugal>

-EACEA National Policies Platform - Promoting culture and cultural participation 2018, <https://eacea.ec.europa.eu/national-policies/en/content/youthwiki/84-promoting-culture-and-cultural-participation-portugal>

-European Heritage Days – Council of Europe Portal <https://www.coe.int/en/web/culture-and-heritage/european-heritage-days>

-Iberian Biennial of Cultural Heritage <https://www.visitportugal.com/en/node/404317>



Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

-NATIONAL READING PLAN STRATEGIC FRAMEWORK 2027,
2017 <http://pnl2027.gov.pt/np4EN/file/8/NRPframework.pdf>

-Portugal Participatory Budget <https://opp.gov.pt/english>

-Predif Portal <http://www.predif.org/>

-“Rural Areas In Portugal And Leader /Communityled Local Development”, Chaves Luís, 2018.
http://www.rederural.gov.pt/images/LEADER CLLD_PT_Luis_Chaves_20171003.pdf

-Tur4all Portugal portal <https://www.tur4all.pt/pt/o-que-fazemos/accessible-portugal-e-o-turismo-acessivel>

-Turismo de Portugal portal <http://www.turismodeportugal.pt/pt/Paginas/homepage.aspx>

ITALIA

-The Strategic Plan for Development of Tourism PST 2017-2022- Ministero dei beni e delle attività culturali e del turismo

- Artribune Magazine – 2018. Italy Museums in 2017.

- Decision (Eu) 2017/864 of The European Parliament and of The Council of 17 May 2017 on a European Year of Cultural Heritage (2018)

- Il Patrimonio Culturale per tutti: Fruibilità, Riconoscibilità, Accessibilità- Quaderni della Valorizzazione – NS4. MiCBAT.

- <http://www.beniculturali.it/mibac/export/MiBAC/index.html>

- <https://www.disabili.com/>

- <http://www.ontit.it/ont/>

- <http://www.labcd.unipi.it/wp-content/uploads/2018/05/Emanuela-Tridente-Nuove-tecnologie-per-la-Valorizzazione-e-Fruizione-del-Patrimonio-Culturale.pdf>

- <http://www.infoaccessibilita.it/documenti/turismo-accessibile-commissione.pdf>

- <http://www.turismoaccessibile.eu/siteon/index.php/progetto/storia-turismo-accessibile?showall=1&limitstart=>

- <http://dspace.unive.it/bitstream/handle/10579/6041/840364-1173547.pdf?sequence=2>

- <http://www.italia.it/it/info-utili-e-faq/italia-vr.html>

- <https://projectforall.net/>



Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

[-https://www.bancaditalia.it/pubblicazioni/collana-seminari-convegna/2018-0023/rapporto_turismo_finale_convegno.pdf](https://www.bancaditalia.it/pubblicazioni/collana-seminari-convegna/2018-0023/rapporto_turismo_finale_convegno.pdf)

SPAGNA

CCIS:

- <https://www.accioncultural.es/>
- http://www.aept.org/archivos/documentos/informe_patrimonio_ostelea18.pdf
- <https://asociacion-acre.org/acciones/manifiesto/>
- <http://www.ciudadespatrimonio.org/presentaciondelgrupo/index.php>
- <https://espanaglobal.gob.es/en>
- https://europa.eu/cultural-heritage/toolkits/special-eurobarometer-europeans-and-cultural-heritage_en
- <http://www.gestioncultural.org/>
- <http://www.heritageportal.eu/Resources/EU-Countries/Spain.html>
- <https://www.hispanianostra.org/>
- http://www.mitramiss.gob.es/es/Guia/texto/guia_4/contenidos/guia_4_10_6.htm
- <https://www.segittur.es/es/inicio/index.html>
- <http://www.somospatrimonio.es/>
- <http://www.spainheritagecities.com/>
- https://www.spain.info/en/informacion-practica/sobre-espana/cultura/riqueza_cultural.html
- <https://www.statista.com/>
- <https://www.tourspain.es/es-es>
- <https://es.unesco.org/>
- <http://www.xn--espaescultura-tnb.es/>
- <http://museo.once.es>

PREDIF:

- Convención de las Naciones Unidas sobre los derechos de las personas con discapacidad

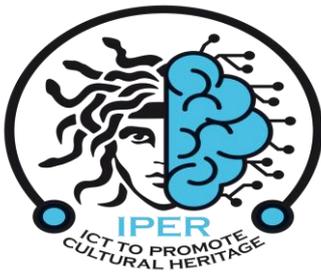


Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

- Manuel Barreiro: Las TIC´s aplicadas al patrimonio cultural en el Ayuntamiento de Lugo. Experiencias y proyectos de valorización patrimonial.
- Manuel Castells: Internet y la sociedad red
- Real Decreto Legislativo 1/2013 por el que se aprueba el Texto Refundido de la Ley General de derechos de las personas con discapacidad y de su inclusión social.
- Comité Español de Representación de las Personas con Discapacidad (CERMI) www.cermi.es
- José Ramón Monge Hernández: Herramientas de difusión del Patrimonio Cultural en España
- Museo virtual – Museo Nacional de Antropología. <http://www.mcu.es/visitavirtualmuseos/museo-de-antropologia>
- Museo virtual – Museo del Prado. <https://www.museodelprado.es/visita-el-museo>
- Museo Reina Sofía. <https://twitter.com/museoreinasofia>
- MuseoThyssen. <http://www.artecompecto.com/munch-mira-de-frente-en-el-museo-thyssen/>
- Ministerio Español de Cultura y Deporte.
<http://www.culturaydeporte.gob.es/mnaltamira/home.html>
- Innovación en la comunicación global del patrimonio cultural: TIC SM Mateos-Rusillo. Patrimonio cultural de España 4, 115-127
- Comunicar con los visitantes: una 'nueva' faceta profesional para los conservadores-restauradores. SM Mateos-Rusillo. Ge-conservación. Revista del Grupo Español de Conservación del International.
- Reconstrucción y activación del patrimonio artístico con tecnología audiovisual. Experiencia de Taüll 1123. SM Mateos-Rusillo, A GifreuCastells. El Profesional de la Información 23 (5), 527-533

UNGHERIA

- <http://www.ksh.hu/docs/hun/xftp/idoszaki/regiok/pecsturisztreg.pdf>
- (<http://mek.oszk.hu/02100/02185/html/96.html>)
- www.ksh.huhttp://www.ksh.hu/docs/hun/xftp/idoszaki/pdf/moborvid_14.pdf
- https://wikitravel.org/hu/Magyarorsz%C3%A1g_gy%C3%B3gy%C3%BCrd%C5%91i
- https://www.turabazis.hu/turamozgalom_ismerteto_152
- <http://www.leonardoprogram.hu/hirek/borutak-magyarorszagon/>
- (http://www.tdmszovetseg.eu/files/_tdmsz/images/TDMSZ_Alapszabaly_2015_05_27_.pdf)



Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

https://www.tankonyvtar.hu/hu/tartalom/tamop425/0051_Turisztikai_termektervezes_es_fejlesztes/ch05s06.html

-<https://mtu.gov.hu/cikkek/a-turizmus-eredmenyei-magyarorszagon>

-http://turizmusonline.hu/belfold/cikk/indul_az_mtu_uj_belfoldi_kampanya)

(<https://kampany.hellomagyarorszag.hu/kampanyjelentkezes>)

-<https://www.portfolio.hu/gazdasag/itt-a-nagy-hir-veszprem-lesz-2023-ban-europa-kulturalis-fovarosa-magyarorszagon.307937.html>

-http://turizmusonline.hu/cikk/nem_banta_meg_pecs_idegenforgalma_az_ekf_et)

-<http://www.hungarikum.hu/hu/content/mik-azok-hungarikumok-0>)

-https://www.ksh.hu/docs/hun/xftp/idoszaki/mikrocenzus2016/mikrocenzus_2016_8.pdf

-<https://turizmus.com/desztinaciok/akadalymentesitheto-e-a-kulturalis-turizmus-1157968>

-<https://turizmus.com/utazas-kozlekedes/a-meosz-es-a-muisz-az-akadalymentes-turizmusert-1152707>

-<https://hetedhethatar.hu/hethatar/?p=51781>

-https://route4u.org/index_hu.html#intro

-(https://www.kormany.hu/download/8/19/31000/mtu_kiadvany_EPUB_297x210mm%20-%20preview.pdf)

https://www.ksh.hu/docs/hun/xftp/idoszaki/mikrocenzus2016/mikrocenzus_2016_8.pdf

The European Commission support for the production of this publication does not constitute an endorsement of the contents which reflects the views only of the authors, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein.