

INDICATORI | Allegato F | DESTINAZIONE

SEZIONE	AMBITO	CRITERIO	N. INDICATORE	INDICATORE	RISPOSTA
A - Gestione Accessibilità	A.3 - Monitoraggio e reporting	A.3.1 - Rilevazione, attraverso la compilazione di questionari da parte di tutta la filiera turistica, e raccolta di informazioni rilevate da altri sistemi in uso dalla Destinazione, di informazioni sull'accessibilità; conseguente immissione dei risultati in una Data Platform. Tale documentazione deve essere resa pubblica	A.3.1.34	Quante sono le strutture museali presenti nella Destinazione	numero
			A.3.1.35	Quante di queste si dichiarano accessibili	numero (%)
			A.3.1.36	Quante di quelle che si dichiarano accessibili hanno un marchio di accessibilità	numero (%)
			A.3.1.37	Quante collaborano con aziende/consulenti specializzati in accessibilità	numero
			A.3.1.38	Quante collaborano con associazioni per testare l'accessibilità delle proprie strutture/servizi	numero
			A.3.1.39	Quante strutture accolgono animali	numero (%)
	A.6 - Partecipazione e feedback dei turisti	A.6.1 - Realizzazione di sondaggi periodici ai visitatori sul tema della qualità e dell'accessibilità (customer satisfaction)	A.6.1.7	Quante strutture utilizzano una customer satisfaction per la soddisfazione del visitatore	numero
			A.6.1.8	Di queste quante nella customer satisfaction hanno domande inerenti la soddisfazione del visitatore sulla accessibilità della struttura e dei servizi offerti	numero (%)
B - Accessibilità Socioeconomica	B.1 - Valutazione del contributo economico del turismo accessibile	B.1.1 - Andamento delle richieste, pernottamenti, durata del soggiorno e del fatturato totale in relazione all'anno solare	B.1.1.13	Numero di visitatori totali durante l'apertura della struttura	numero
			B.1.1.14	Numero di visitatori con esigenze di accessibilità (nel computo vanno inseriti anche i componenti del nucleo familiare o del gruppo, ove possibile)	numero (%)
		B.1.2 - Investimento in comunicazione rivolta ai turisti con esigenze di accessibilità	B.1.2.4	Quale percentuale di investimento promozionale pubblicitario rispetto al fatturato complessivo	numero (%)
			B.1.2.5	Quale percentuale di investimento promozionale pubblicitario dedicato all'ospitalità accessibile rispetto all'investimento pubblicitario complessivo	numero (%)
	B.2 - Qualità del lavoro e adeguate misure di qualificazione	B.2.2 - Formazione continua dei dipendenti sui temi della qualità turistica, compreso l'ospitalità accessibile	B.2.2.5	Quante strutture formano il proprio personale in materia di Turismo accessibile	numero (%)
			B.2.3.4	Quante strutture hanno personale con disabilità assunto a tempo determinato o indeterminato, obblighi previsti dalla legge 68/1999	numero (%)

	B.3 - Sicurezza e tutela	B.3.2 - Raccomandazione che nei piani della sicurezza delle diverse imprese della filiera turistica sulle specifiche, sia presente una specifica sezione dedicate alla presa in carico da parte dei responsabili della sicurezza, delle persone con disabilità in caso di pericolo. Inoltre è necessario che sia disponibile per gli ospiti materiale informativo multimodale e multicanale sulle disposizioni di sicurezza.	B.3.2.6	Quante strutture dispongono di documentazione relativa alle azioni da intraprendere dal personale in caso di pericolo e presenza di persone con disabilità	numero (%)	
			B.3.2.7	Quante strutture mettono a disposizione materiale sulla sicurezza in formati accessibili e multimodali, così che possano essere consultate da tutti	numero (%)	
C - Accessibilità degli spazi e informazioni	C.1 Qualità delle informazioni	C.1.1 - La Destinazione, gli uffici turistici e le strutture della filiera turistica hanno il sito internet rispondente alla normativa WCAG 2.1 - W3C - European Disability Act	C.1.1.5	Quante strutture hanno il sito internet rispondente alla normativa WCAG 2.1 - W3C - European Disability Act	numero (%)	
			C.1.2 - La struttura/attrazione turistica è in grado di condividere con i visitatori informazioni oggettive sull'accessibilità e sulle modalità per richiedere servizi o assistenza legati all'accessibilità, sia prima della visita sia all'arrivo	C.1.2.3	Quante strutture offrono agli ospiti informazioni dettagliate (sul sito o via email) in merito alla propria capacità di offrire servizi ai clienti con esigenze di accessibilità	numero (%)
			C.1.3 - La Destinazione, gli uffici turistici e le strutture della filiera turistica devono promuoversi attraverso materiali in formati accessibili e multimodali, così che possano essere consultati da tutti	C.1.3.6	Quante strutture dispongono di materiale in Braille o tattile (riproduzioni 3D, fogli con stampanti Minolta, ecc) per i visitatori con esigenze di accessibilità visive	numero (%)
				C.1.3.7	Quante strutture dispongono di un servizio di traduzione LIS, anche online	numero (%)
				C.1.3.8	Quante strutture dispongono di materiale informativo in CAA (Comunicazione Aumentativa Alternativa)	numero (%)