

Abstract

Il presente report contiene una ricerca preliminare sul settore del turismo assistito la quale è stata concepita a supporto di uno studio di fattibilità vero e proprio.

La ricerca, in qualità di studio preliminare, si propone come obiettivo l'identificazione delle offerte affini a quella oggetto del progetto Cura, Cibo e Cultura, nonché l'analisi delle pratiche e strategie adottate dagli operatori del settore.

È stata effettuata un'attenta analisi di mercato, per permettere la comprensione del contesto in cui si potrebbe andare ad operare. In particolare, sono state individuate delle piattaforme di ricognizione delle strutture accessibili, in quanto viste come strumento di pubblicizzazione e come mezzo che permetterebbe di rendere molto più facilmente reperibile le strutture ai target di nostro interesse.

"Nell'analisi sono stati individuati diversi competitor, i quali si sono dimostrati di essere preparati nel contesto dell'accessibilità da un punto di vista della mobilità, ma privi di attenzione nei confronti di altri tipi di disabilità..."

Partnership

La sezione intitolata Partnership contiene la descrizione di due network di accoglienza, Airbnb e Wonderful Italy, considerati due potenziali collaboratori futuri in grado di incrementare sia la visibilità che la qualità dell'offerta della Rete, e di due realtà turistiche, Case Valdesi e Oasy Dynamo, comprendente Dynamo Camp e Oasy Hotel, le quali sono interessanti esempi di accoglienza turistica all'insegna dell'accessibilità, inclusione e sostenibilità ambientale e sociale, da cui Rete UP potrebbe ispirarsi per definire il proprio business model. Tutte le informazioni riportate sono state estratte dai rispettivi siti web.

Airbnb

È un marketplace online per alloggi ed esperienze turistiche non specifico per il turismo accessibile. Sul proprio sito dichiara di avere come obiettivo l'ampiamiento del numero di alloggi accessibili disponibili e in questo potrebbe risiedere un'opportunità per l'offerta turistica della Rete che beneficerebbe della visibilità resa possibile dalla piattaforma; tuttavia, data la natura unica e insolita che caratterizza gli alloggi pubblicati su Airbnb, nonché soprattutto l'elevata numerosità degli annunci, la Rete dovrebbe assicurarsi di offrire strutture altrettanto interessanti dal punto di vista della location o del design per poter competere efficacemente, benché la ridotta dimensione della categoria "accessibile" costituisca decisamente un vantaggio, anche se ancora non sufficientemente messa in evidenza sul sito.

Wonderful Italy

Network italiano di accoglienza che riunisce fornitori di alloggi ed operatori turistici di 8 regioni italiane (al momento non comprendenti la Toscana). Qualora divenisse attivo anche in Toscana, sarebbe senza dubbio vantaggioso poter beneficiare del suo supporto organizzativo e logistico per la gestione, commercializzazione e promozione degli alloggi, e principalmente delle partnership con fornitori di servizi turistici locali incluse nei suoi servizi di destination management, soprattutto considerato l'interesse di Wonderful Italy per la

promozione di un turismo esperienziale, autentico e legato alle realtà territoriali meno frequentate, in linea con gli obiettivi del progetto *Cura, Cibo e Cultura*.

Oasy Dynamo: Dynamo Camp e Oasy Hotel

Dynamo Camp è significativo per la sua offerta di ospitalità accessibile, indirizzata a minori affetti da patologie e alle loro famiglie, la quale comprende attività ricreative pensate sia per gli ospiti minorenni che per i parenti sani, in un contesto protetto, ma motivante, che vuole incoraggiare i bambini e ragazzi malati ad esplorare le proprie potenzialità e offrire ai loro parenti sani occasioni di socializzazione con famiglie con un vissuto simile.

Inoltre, sempre nell'ottica del progetto *Cura, Cibo e Cultura*, anche il progetto Oasy Hotel si presenta come un esempio interessante di ospitalità sostenibile e di lusso, la quale promuove un turismo esperienziale incentrato sul benessere personale, ma anche responsabile nei confronti del territorio e fortemente integrato con esso. All'interno dell'Oasy è infatti possibile soggiornare in eco lodges e campi tendati di lusso, prendere parte ad un ampio ventaglio di attività e sport all'aperto e godere di un'offerta di ristorazione che consta per la maggior parte di alimenti prodotti direttamente dall'azienda agricola dell'Oasy.

Case Valdesi

Le Case Valdesi sono case vacanze, foresterie e ostelli, gestiti dalla Diaconia Valdese, caratterizzate da un'ospitalità a prezzi contenuti e, soprattutto, dalla natura non profit; tutti i ricavi, infatti, vengono utilizzati per finanziare progetti di solidarietà e servizi di assistenzialità.

Le Case Valdesi, di cui tre localizzate in Toscana, fanno parte di Christian Hotels International e dell'Associazione Italiana Turismo Responsabile, in quanto si impegnano a ridurre il proprio impatto ambientale.

Marketing

La sezione di Marketing invece si è dedicata ad una disamina pratica dei vari temi del Marketing che possono interessare il progetto *Cura, Cibo e Cultura*. Il fine è stato quello di predicare una serie di "corretti comportamenti" attuabili per Rete UP che si consiglia di tenere a mente nello sviluppo del progetto, un misto di misure strategiche ed operative. Dopo una breve introduzione sulle avvertenze e modalità d'uso del Marketing (per inquadrare il framework di strumenti e leggi), si è passato all'analisi dei due target (per iniziare la conoscenza con i futuri clienti) e poi dei singoli tour operator come spunto per Rete Umana Persone.

Al fine di perfezionare la ricerca, verificare alcune ipotesi fatte in fase di analisi desk e porre solide basi agli sbocchi futuri del progetto *Cura, Cibo e Cultura*, si è ritenuto necessario approfondire il tema del turismo accessibile con una serie di interviste individuali brevi. L'obiettivo di questa fase è stato quello di "parlare con chi lo sta vivendo" in modo da riuscire a comprendere meglio, sia dal lato Domanda sia dal lato Offerta, quali siano le logiche che sottintendono questo settore peculiare.

Una volta processate le interviste, seguendo il metodo lettura orizzontale, e lette le comunanze di pensiero riguardo ai temi trattati, si sono presentati e illustrati i principali insights emersi su temi quali: inclusione, positività, personalizzazione, rapporto con l'anzianità e con la disabilità ed esperienze passate con il turismo accessibile. In particolare, si ritiene che bisogni cercare di proporre un'offerta che, oltre ad essere accessibile, cerchi di valorizzare il territorio e la cultura della regione Toscana; cercando di far rivivere le

tradizioni conosciute e meno conosciute, ma con il massimo delle comodità e cercando di offrire una proposta sostenibile. Questi due accorgimenti aiuterebbero non solo sul fronte finanziamenti, ma anche a creare un'offerta più solida capace di creare maggiore interesse e un valore differenziale rispetto alla concorrenza.

Infine, riprendendo lo schema tipico delle 7P del Marketing (Product, Price, Place, Promotion, People, Process, Physical Evidence) si sono illustrati, brevemente, dei consigli pratici sulla base di quanto osservato in fase di ricognizione e di ricerca qualitativa. In particolare, per ottimizzare la strategia è tendenzialmente consigliabile utilizzare un buon mix di strumenti a pagamento insieme a quelli gratuiti in modo da aumentare l'efficienza e l'efficacia della propria strategia di Marketing.

Finanziamenti

Nella ricognizione dei potenziali finanziamenti, si sono presentate diverse opportunità, sia nel contesto privato che nel pubblico. Per spiegare le possibilità che si avrebbero a disposizione, se si implementasse il progetto, è stato stilato un catalogo, che descrive in modo sistematico, i vari tipi di finanziamenti ottenibili, spiegando i fondi stanziati, i dettagli dei progetti compatibili, le finalità e le modalità di attribuzione di punteggio.

Per quanto concerne i finanziamenti erogati da un ente privato, si sono individuati i seguenti:

-La Fondazione Pio Istituto dei Sordi, che ogni anno stabilisce un budget per supportare un progetto che presenti le persone con disabilità uditiva, direttamente o indirettamente, tra i suoi principali destinatari.

-I fondi otto per mille delle Chiese Valdesi, questi finanziano progetti di assistenza sociale e sanitaria, che apportino benefici ad una collettività e siano privi di finalità lucrative.

-Il finanziamento UniCredit, invece, è indirizzato a tutte le imprese e attività economiche che focalizzano la propria azione al conseguimento di risultati basati su criteri ESG (Environmental, Social e Governance), può essere utilizzato per l'acquisto, costruzione, ristrutturazione, ampliamento di immobili e l'acquisto di impianti, macchinari e attrezzature.

Per quanto riguarda la sezione 'spunti', il primo fondo che è stato nominato è il Fondo per l'inclusione delle persone con disabilità che sarà dedicato a interventi sul turismo accessibile, i dettagli di esso non sono ancora stati definiti, quindi i bandi non sono disponibili.

Interessante occasione potrebbe essere anche il fondo emesso per la rimozione di barriere architettoniche in musei, biblioteche e archivi e investimenti per l'accessibilità. Questo fa Parte del PNRR, Recovery Art, l'annualità riguarda quindi il periodo 2021-2027.

Infine, il Fondo europeo di sviluppo regionale, consentirà investimenti per far sì che l'Europa e le sue regioni siano più sociali, sostenendo l'occupazione, l'istruzione, le competenze, l'inclusione sociale e la parità di accesso all'assistenza sanitaria efficaci e inclusivi, oltre a rafforzare il ruolo della cultura e del turismo sostenibile, il fondo è stato stanziato ma il bando non ancora emesso.

I restanti esempi riguardano fondi stanziati negli anni passati, esposti a titolo esplicativo e per dimostrare come, il tema dell'accessibilità sia particolarmente sensibile alle Istituzioni nominate.