



Funded by the  
Erasmus+ Programme  
of the European Union

---

# TAD Modulo 6

Il ruolo dell'Ability Advisor: capacità  
imprenditoriali e spazi di azione

---



# Contenuti

<b>Obiettivi e contenuti del Modulo</b>	<b>3</b>
<b>Introduzione</b>	<b>5</b>
<b>Comprendere il ruolo dell'Ability Advisor</b>	<b>6</b>
Imprenditorialità	6
Consulenza	7
Accessibility Champion	9
L'Ability Advisor: ruolo, responsabilità, sfide e opportunità	10
<b>Creare consapevolezza sul turismo accessibile e inclusivo</b>	<b>13</b>
Preparare e presentare un "pitch"	13
Elaborare uno script	16
<b>Applicazione di strumenti diagnostici</b>	<b>17</b>
Normativa di riferimento	17
Riferimenti Normativi Nazionali per l'Accessibilità	17
Norme nazionali per l'accessibilità delle strutture ricettive	17
Strutture ricettive: gli spazi culturali e sportivi	19
Metodologia diagnostica	20
1 - Utilizzo di Schede di Osservazione	20
2- Analisi in loco	21
3 - Report	22
Esempi di strumenti di valutazione	23
1 - Pantou	23
2 - National Accessible Scheme (NAS)	25
3 - TUR4all	25
<b>Sviluppo di piani d'azione e consulenza ai proprietari e/o gestori di imprese</b>	<b>26</b>
Processo di pianificazione	27
Strumenti per la pianificazione	28
Piano d'azione	30

## Obiettivi e contenuti del Modulo



Questo sesto modulo del corso illustra le modalità attraverso cui la figura dell'Ability Advisor può valorizzare le proprie competenze nell'ambito delle diverse fasi della catena turistica. Il modulo spiega come il consulente può contribuire allo sviluppo di un'attività turistica e al miglioramento della qualità del servizio turistico sia come dipendente, sia come consulente, sia come esperto nominato da un'organizzazione turistica o da un'istituzione locale.

Il modulo presenta inoltre un focus sulla legislazione nazionale nel settore per ogni Paese che partecipa alla fase di sperimentazione del progetto; spiega come gestire le richieste dei turisti con esigenze specifiche di accesso, compresi i turisti con disabilità, e presentare piani strategici di attuazione e miglioramento, in un'ottica di accessibilità, a titolari di aziende, manager e altri stakeholder (portatori di interesse).

### **Al termine del modulo le persone partecipanti saranno in grado di:**

1. Comprendere il ruolo dell'Ability Advisor nel contesto del mercato turistico.
2. Utilizzare strumenti per sensibilizzare gli stakeholder (titolari di aziende, dirigenti, lavoratori, clienti, ecc.) sul tema del turismo accessibile e inclusivo facilitando la comunicazione tra fornitori di servizi e/o prodotti turistici e la domanda (turisti con bisogni specifici di accesso).
3. Comprendere e utilizzare strumenti diagnostici, sviluppare piani d'azione e di

miglioramento.

4. Proporre le proprie competenze al mercato del lavoro nel settore turistico, come dipendenti o come consulenti esterni.

### **Contenuti del Modulo**

1. Ruolo dell'Ability Advisor nella catena del valore del turismo;
2. competenze imprenditoriali e di consulenza;
3. modalità di valorizzazione delle competenze acquisite in contesti diversi nell'ambito della filiera del turismo (HORECA - Hotellerie-Restaurant-Cafè, attività culturali, catena dei trasporti, agenzie di viaggi, attività turistiche in senso lato);
4. legislazione nazionale;
5. definizione del progetto e/o servizio di consulenza attraverso l'elaborazione di:
  - a. strumenti diagnostici
  - b. strumenti di pianificazione e di azione.

# Introduzione

Come anticipato, le conoscenze e le competenze della figura dell'Ability Advisor possono trovare campo di applicazione effettiva ed efficace - anche se non soltanto e non in modo esclusivo - all'interno di piccole e medie imprese nel settore del turismo diventando motore di sviluppo delle loro attività e strumento per una migliorata qualità dei servizi nel contesto del mercato del turismo accessibile e inclusivo.

Come risultato di una specifica preparazione nel settore, l'Ability Advisor deve avere una buona conoscenza dei principi dell'accessibilità e delle condizioni di servizio richieste dai turisti con bisogni di accesso specifici; deve saper riconoscere strumenti e tecnologie assistivi, conoscere e saper comprendere le linee guida del Design for All.

Nel proprio ruolo di consulente esterno o interno a organizzazioni sia private sia pubbliche del settore, l'Ability Advisor deve saper padroneggiare gli strumenti necessari per effettuare valutazioni di accessibilità, ispezioni, consultazioni e audit, e deve essere in grado di informare i manager e i proprietari di PMI del settore su come l'accessibilità possa essere integrata con successo nelle loro attività.

# Comprendere il ruolo dell'Ability Advisor

## Imprenditorialità

Con il termine "imprenditorialità" si intende, in senso lato, la capacità e la volontà di sviluppare, organizzare e gestire un'iniziativa imprenditoriale privata, assumendosene i rischi al fine di realizzare un profitto.

L'esempio più ovvio di imprenditorialità è relativo all'avvio di nuove imprese, ma il termine può ugualmente essere riferito allo sviluppo di attività innovative da parte di imprese consolidate.

Lo spirito imprenditoriale è caratterizzato da stimolo all'innovazione e assunzione di rischi, ed è una parte essenziale della capacità di una sistema Paese di avere successo in un mercato globale in continua evoluzione e sempre più competitivo.

L'imprenditorialità è il processo attraverso il quale un individuo o un gruppo di persone identifica un'opportunità di business, raccoglie e investe le risorse necessarie per il suo sviluppo: la leadership, la capacità di gestione e il team building sono competenze essenziali per fare impresa.

Gli imprenditori e le imprenditrici di maggior successo condividono competenze specifiche, quali:

### **1. Autodisciplina**

L'autodisciplina è una qualità importante nel lavoro, ma anche nella vita privata: richiede padronanza di sé, autocontrollo, capacità di assumersi responsabilità e individuare strade di sviluppo.

### **2. Integrità**

L'integrità morale è probabilmente la competenza di maggior valore, nel tempo, che un imprenditore può avere e sviluppare.

### **3. Tenacia**

La tenacia è una qualità indispensabile che va di pari passo con tutti i grandi successi della vita. Come disse Napoleon Hill, scrittore e saggista statunitense, "La persistenza è per l'uomo ciò che il carbonio è per l'acciaio" (in quanto l'acciaio è una lega fatta da più componenti tra cui il carbonio). È una qualità indispensabile che va di pari passo con tutti i grandi successi della vita.

Uno dei grandi segreti della tenacia e del successo è essere preparati alle battute d'arresto

e alle delusioni che si possono incontrare nel lavoro come nella vita. Obiettivo: non arrendersi, qualunque cosa accada. Il coraggio di affrontare le avversità e le delusioni è l'unica qualità che, più di ogni altra, garantisce il successo.

#### **4. Un chiaro senso della direzione**

A causa delle turbolenze e dei rapidi cambiamenti nel mercato odierno, la maggior parte degli imprenditori è stata ridotta ad operare giorno dopo giorno, in situazione di continua emergenza.

Molti imprenditori sono oggi quasi esclusivamente impegnati nella soluzione di problemi a breve termine, spinti dalla necessità di ottenere vendite e profitti. Pur avendo consapevolezza della necessità di pianificare strategie di medio e lungo periodo, molti di loro sembrano non riuscire a farlo.

Questo atteggiamento non rispecchia una strategia di successo: per ottenere risultati positivi è infatti necessario stabilire obiettivi chiari per se stessi e per il proprio business. La responsabilità forse più importante per un imprenditore è dare a se stesso e ai propri dipendenti un chiaro senso dell'orientamento, una prospettiva per il futuro.

#### **5. Decisione e orientamento all'azione**

La competenza che tutti gli imprenditori devono possedere è la capacità di decidere. Devono saper pensare e prendere decisioni rapidamente; devono saper portare avanti le decisioni che hanno preso; devono saper agire velocemente ottenendo un rapido riscontro dalle loro azioni e devono infine saper riconoscere i propri errori trovando strade alternative.

Fonti:

<http://www.businessdictionary.com/definition/entrepreneurship.html#ixzz3xv9ci0nt>

<https://www.entrepreneur.com/article/282962>

Per approfondire puoi leggere il seguente documento:

<https://www.businessnewsdaily.com/7275-entrepreneurship-defined.html>

## **Consulenza**

Un consulente è un professionista che fornisce un servizio professionale di consulenza in una particolare area (in questo caso: turismo accessibile e inclusivo).

Un consulente o è una persona esperta poiché ha studiato il tema in oggetto in modo approfondito o è un professionista esperto del settore con una vasta conoscenza della materia.



Il ruolo di consulente può rientrare in una delle seguenti categorie generali:

1. Consulente interno: persona che opera all'interno di un'organizzazione ma è disponibile per essere consultato in relazione alla sua conoscenza del settore da altri dipartimenti (interni alla sua stessa organizzazione) o individui (in qualità di clienti).
2. Consulente esterno: persona esterna all'organizzazione la cui consulenza è fornita su base temporanea, di solito a pagamento. Le società di consulenza hanno dimensioni variabili: possono essere aziende individuali composte da un unico consulente (libero professionista), piccole imprese costituite da un piccolo numero di consulenti, grandi studi di consulenza.

Una delle competenze più rilevanti per un consulente è la capacità di lavorare bene con gli altri. Deve essere in grado di ascoltare, coordinare gruppi eterogenei di lavoro e deve avere ottime competenze comunicative.

Oltre ad avere buone capacità di relazione, un consulente deve possedere un'altra qualità altrettanto importante: una personalità orientata al servizio. Deve essere motivato a rispondere a tutte le esigenze dei clienti. Un consulente può essere molto competente in relazione al tema per il quale è stato interpellato, ma se non è in grado di rispondere ai bisogni del cliente, il risultato dell'attività sarà una "collettiva" perdita di tempo.

Anche se il consulente lavora costantemente con altre persone, la capacità di leadership e

la capacità di proporre idee e soluzioni autonomamente e utilizzare il ragionamento logico sono indispensabili. Compito di un consulente è mettere a punto e migliorare un particolare settore di attività di un'azienda o di un'attività di business: farlo portando idee e soluzioni è una condizione.

Un consulente, infine, deve avere ottime competenze di problem-solving in quanto se individuare la risposta a un problema per un consulente può essere facile, l'esecuzione non sempre è altrettanto semplice. Spesso non c'è un'unica risposta a un problema. Nel trattare con diversi tipi di imprese con regole e politiche diverse, un consulente deve essere in grado di pensare a soluzioni alternative.

Fonti:

<https://www.dictionary.com/browse/consultant>

<https://www.experience.com/advice/careers/ideas/consulting-the-skills-you-need-to-succeed/>

## Accessibility Champion

Quello dell' "Accessibility Champion" - letteralmente "campione dell'accessibilità"- è un ruolo essenziale nella filiera turistica poiché è il ruolo svolto da persone che sanno creare il business case per l'accessibilità evidenziandone le opportunità, in un bilancio di rischi e benefici declinata in prospettive temporali di breve, medio e lungo periodo.

Un Accessibility Champion è una persona appassionata dell'argomento, desiderosa di apprendere e collaborativa; agisce come facilitatore e può diventare agente di cambiamento, proattivo e pragmatico. In quest'ottica, il ruolo che l'Accessibility Champion svolge all'interno di aziende e organizzazioni può diventare un elemento di forza e di alleanza per l'Ability Advisor.

La persona che svolge questo ruolo è in genere responsabile dell'inclusione e dell'accessibilità all'interno della propria organizzazione; ha il compito di valutare la qualità delle politiche interne per l'accessibilità, promuovendo l'uguaglianza e la diversità; sa trasferire i principi dell'accessibilità nel piano aziendale, sa intraprendere strade di applicazione per implementare le buone pratiche e incoraggiare gli altri membri del team.

Gli Accessibility Champion sono il driver per lo sviluppo dell'accesso per tutti e dovrebbero assicurarsi, in un ideale sistema di valore del turismo, che tutti gli operatori del settore lavorino per fornire a ogni cliente esperienze inclusive.

Le qualità chiave di un Accessibility champion sono:

- credere nel valore e nel potenziale che il turismo inclusivo ha per il mercato del turismo;
- essere desideroso di apportare miglioramenti ai servizi e alle strutture esistenti al fine di offrire un'esperienza inclusiva per tutti;
- saper guidare il cambiamento e ispirare i colleghi;
- saper promuovere il cambiamento laddove questo fa la vera differenza per i clienti con disabilità e bisogni di accesso specifici;
- agire come un modello di ruolo comunicando, condividendo, guidando e ispirando sia il management sia il personale;
- saper trarre ispirazione dalle buone pratiche esistenti aumentando la comprensione dei desideri e dei bisogni dei clienti con bisogni di accesso specifici e il modo in cui questi potrebbero essere soddisfatti;
- riconoscere e promuovere l'uguaglianza all'interno del luogo di lavoro;
- essere aggiornato sugli sviluppi nel settore e promuoverli, se necessario.

Fonti:

<https://members.businessdisabilityforum.org.uk/resource-category/resource/the-role-of-the-accessibility-champion/>

[https://www.visitbritain.org/sites/default/files/vb-corporate/accessibility\\_champion\\_2\\_508v2.pdf](https://www.visitbritain.org/sites/default/files/vb-corporate/accessibility_champion_2_508v2.pdf)

## L'Ability Advisor: ruolo, responsabilità, sfide e opportunità

Le responsabilità chiave dell'Ability Advisor possono essere suddivise in tre linee di azione prioritarie:

1. sensibilizzazione sul turismo accessibile e inclusivo tra gli operatori turistici (imprenditori, dirigenti, lavoratori, clienti, ecc.) e facilitazione della comunicazione tra offerta (imprese turistiche) e domanda (turisti con bisogni di accesso specifici).
2. Applicazione di strumenti diagnostici per raccogliere informazioni affidabili sull'accessibilità e sulle condizioni di servizio inclusivo di un'entità turistica.
3. Sviluppo di piani d'azione e raccomandazioni per proprietari/gestori delle imprese finalizzati all'introduzione di miglioramenti nella qualità del servizio in un'ottica di turismo

per tutti.



Un Ability Advisor deve essere preparato per lavorare in diversi contesti della filiera del turismo (settore HORECA, attività culturali, catena dei trasporti, agenzie di viaggi, attività turistiche in senso lato) al fine di contribuire al miglioramento dell'accessibilità e delle condizioni di servizio inclusivo nell'ambito dei diversi contesti che costituiscono la catena del valore del turismo.

L'Ability Advisor deve essere inoltre pronto ad affrontare i principali rischi che ostacolano l'affermarsi di una cultura del turismo inclusivo: l'inerzia e la mancanza di interesse da parte dei professionisti del turismo.

In generale, questi ostacoli derivano da fattori personali e culturali.

1. Un primo punto critico riguarda l'idea che il turismo accessibile e inclusivo non è un elemento di interesse dal punto di vista commerciale ed economico: una nicchia di mercato piccola, molto esigente e poco gratificante. Il turismo accessibile viene spesso inteso, in modo semplicistico, come il turismo per le persone su sedia a rotelle e declinato, in modo esclusivo, con un approccio architettonico: una nicchia di mercato molto esigente e poco remunerativa.
2. Un secondo punto critico riguarda l'idea che il turismo accessibile e inclusivo è il turismo per persone "disabili" dove i "disabili" sono erroneamente considerati persone con comportamenti strani, più o meno spiacevoli e che possono anche causare disagio ad altri clienti. Questa è ovviamente un'idea sbagliata, ma è spesso inconsciamente profondamente radicata nella cultura antica; è legata alle nostre difficoltà ancestrali nella comprensione e accettazione di disabilità, limitazioni, debolezze, difetti, sia negli altri che in noi stessi e può portare ad atteggiamenti di

estraneità, indifferenza o rifiuto.

3. Un terzo aspetto critico riguarda l'idea che il turismo accessibile e inclusivo è qualcosa di nuovo, che non rientra nelle "comfort zone" dei professionisti del settore; qualcosa, al di fuori dei loro soliti rapporti di fiducia, al di fuori delle loro aree specifiche di conoscenza e competenza.

La grande opportunità che l'Ability Advisor deve saper sfruttare è che l'industria del turismo inizia a essere consapevole della rilevanza e dell'importanza di questo segmento di mercato emergente. Non si tratta solo di sfruttare un'opportunità commerciale a breve e medio termine, ma anche di un'evoluzione naturale e normale del turismo che ha sempre seguito le tendenze delle popolazioni (domanda) e adeguato i servizi turistici (offerta) alle loro nuove esigenze.

Fonti:

[TAD - A Tour Around](#)

BRENDAIT (Building a Regional Network for the Development of Accessible and Inclusive Tourism") Manual

<http://www.perfil.com.pt/Brendait/documents/D2BRENDAITManual-ENG.pdf>

# Creare consapevolezza sul turismo accessibile e inclusivo

## Preparare e presentare un “pitch”



Pitch, letteralmente significa “lancio”. Il termine può essere considerato come indicativo di un insieme di attività intese a persuadere qualcuno a comprare un prodotto/servizio o a intraprendere una specifica linea d’azione (ad esempio, proporre e sostenere una nuova idea).

Un pitch è in genere progettato per presentare un prodotto o servizio a un pubblico che non lo conosce affatto, o per approfondire la descrizione di un prodotto o servizio per un pubblico che ha già espresso il proprio interesse. Un particolare strumento che ricade entro questa definizione è quello del cosiddetto “elevator pitch”.

L’elevator pitch è una presentazione molto concisa di un’idea di business, che dura circa trenta secondi, durante la quale un aspirante startupper ha la possibilità di esporre la propria idea a un investitore. L’Elevator pitch è infatti il discorso che lo startupper farebbe ad un investitore se si trovasse per caso con lui in ascensore. Lo startupper si troverebbe costretto a descrivere sé e la propria attività sinteticamente, chiaramente ed efficacemente per convincere l’investitore ad investire su di lui, ma nei limiti di tempo imposti dalla corsa dell’ascensore.

Se progettato e presentato bene, l’elevator pitch stimola la curiosità del cliente o investitore e lo incoraggia a porre domande e a richiedere un approfondimento (portando ad esempio alla pianificazione di un incontro face-to-face).

Un altro tipo di pitch è il **live plan pitch**: l'idea generale di questo pitch è quella di produrre una singola pagina (o una presentazione) strutturata logicamente in tutte le sue componenti contenente informazioni rilevanti sul prodotto/servizio che si basa su supporti visivi e verbali.

Per aiutarti con la struttura del tuo pitch, abbiamo raccolto sette semplici passaggi da seguire nel costruire un pitch efficace e “comunicativo”.

### **1. Trova il gancio perfetto**

Se hai intenzione di inviare la tua presentazione via posta elettronica, è assolutamente necessario creare il titolo giusto per l'oggetto della mail. Il titolo dell'oggetto, o frase di apertura, può essere definito come “il gancio” per attirare l'attenzione del tuo potenziale cliente: un titolo adeguato fa la differenza tra un potenziale cliente che legge e uno che semplicemente “respinge la comunicazione al mittente”.Prendendo spunto da quanto fino ad ora detto, il tuo “gancio” deve essere in linea con le esigenze del tuo potenziale cliente e allo stesso tempo deve comunicare la storia della tua attività. Raggiunti questi due obiettivi le probabilità che l'interlocutore legga la tua comunicazione migliorano enormemente.

### **2. Risolvi il problema**

Una volta che hai convinto il tuo potenziale cliente a continuare la lettura, devi mostrargli come puoi aiutarlo ed essergli utile. Se sei a conoscenza di un problema che il tuo potenziale cliente deve affrontare e sai che il tuo prodotto o servizio può risolvere parte dei suoi problemi, nel tuo pitch, affronta direttamente i problemi che si trova ad affrontare il tuo cliente. Concentrati sul come il tuo prodotto o servizio può aiutare il tuo interlocutore a risolvere questi problemi. Affrontando il problema, i tuoi potenziali clienti intuiranno che hai preso in considerazione le loro esigenze e potranno pensare che sei in grado di trovar loro una soluzione. Quale modo migliore per dimostrare che ciò che hai da offrire è interessante?

### **3. Utilizza fatti e dati**

Il tuo pitch deve essere corredato da dati e statistiche a supporto delle tue affermazioni. Quando si tratta di scrivere la tua presentazione, assicurati di includere testimonianze e casi-studio, che contengano anche statistiche e dati per dimostrare le possibilità di successo del prodotto o servizio che proponi. Se affermi di poter risolvere i principali problemi del tuo potenziale cliente, dimostraglielo con il supporto di elementi concreti.

### **4. Call to action**

A questo punto hai un documento costruito in relazione ai bisogni del tuo potenziale cliente: un testo che dimostra le tue competenze e porta il tuo interlocutore a intuire la tua capacità di risolvere i suoi problemi e migliorare il suo business, i suoi servizi o la sua

attività. Il passo successivo è coinvolgere il tuo potenziale cliente in modo attivo: puoi farlo attraverso la cosiddetta “call to action”.

La call to action (o CTA) è un'espressione inglese che significa “invito all'azione”: è uno strumento molto utilizzato nel web marketing e ha l'obiettivo di coinvolgere i destinatari nella comunicazione in modo attivo, spingendoli a una reazione proattiva. Sono call to action l'invito a un contatto telefonico, la richiesta di compilazione di un modulo per informazioni e approfondimento, l'iscrizione a una newsletter. Qualunque sia l'azione richiesta utilizza una call to action ben scritta.

## **5. La giusta lunghezza**

La lunghezza del tuo messaggio è molto importante. Un testo troppo lungo ha scarse possibilità di essere letto: l'essenzialità e la chiarezza del messaggio sono elementi chiave. Non è possibile definire, se non in modo approssimativo, una lunghezza ideale, ma nell'elaborare un testo di questo tipo ti suggeriamo di immaginare un lettore vagamente distratto che può dedicarti poco tempo. Calibra con attenzione il numero delle parole, evita la ripetizione delle informazioni formulando frasi brevi in grado di attirare l'attenzione del tuo potenziale cliente.

## **6. Verifica la correttezza del testo**

Infine, una volta scritto il contenuto del tuo messaggio, non dimenticare di controllare l'ortografia e la grammatica. Non c'è niente di peggio di essere penalizzati a causa di errori che potrebbero essere corretti, facilmente, prima di fare clic sul testo “Invia”. Una volta controllato il testo, è il momento di inviarlo al tuo potenziale cliente, cercando di personalizzarlo quanto più possibile.

## **7. Non dimenticare il follow-up**

Uno recente studio di Yesware, piattaforma di Customer Management Relationship, ha rilevato che il 70% delle e-mail di vendita non ottiene risposta. Tuttavia, vi è una probabilità del 21% di ottenere una risposta alla seconda email, nel caso in cui la prima non abbia avuto risposta. Queste statistiche dimostrano ulteriormente l'importanza di un'e-mail di follow-up successiva al primo tentativo.

Fonti:

<http://www.investorwords.com/3706/pitch.html>

<http://www.businessdictionary.com/definition/elevator-pitch.html>

<https://study.com/academy/lesson/business-pitch-definition-types-importance.html>

<https://www.superoffice.com/blog/sales-pitch/>

## Elaborare uno script

Per preparare una presentazione efficace sul tema del Turismo accessibile e inclusivo è necessario padroneggiare i contenuti dei precedenti moduli, in particolare ti suggeriamo di lavorare sulle seguenti domande:

- Che cos'è il turismo accessibile e inclusivo?
- Quali sono i turisti con bisogni specifici di accesso?
- Quali sono i principali tipi di bisogno?
- Quali sono i requisiti del turismo accessibile e inclusivo?
- Quali sono i vantaggi nel fornire servizi turistici accessibili e inclusivi?

## Applicazione di strumenti diagnostici

Nel prendere in considerazione l'utilizzo di strumenti diagnostici per effettuare valutazioni di accessibilità, ispezioni, consultazioni e verifiche, l'Ability Advisor non può prescindere dalla conoscenza della legislazione nazionale e/o regionale sull'argomento e deve sviluppare la propria metodologia per l'applicazione degli strumenti diagnostici.

### Normativa di riferimento

#### Riferimenti Normativi Nazionali per l'Accessibilità

I riferimenti normativi nazionali per l'accessibilità sono:

- il Decreto Ministeriale n.236 del 1989 e il Decreto del Presidente della Repubblica n. 503 del 1996 - che forniscono le stesse indicazioni - sono confluiti in un unico testo: il cosiddetto D.P.R n. 380 del 6 giugno 2001 che raggruppa il D.M n.236 del 1989, il D.P.R n.503 del 1996 e l'articolo n. 24 della legge 104 del 1992.
- Il Decreto Ministeriale del 28 marzo 2008 "Linee guida per il superamento delle barriere architettoniche nei luoghi di interesse culturale".

#### Norme nazionali per l'accessibilità delle strutture ricettive

Le strutture ricettive, ristorative e di somministrazione al pubblico di generi di conforto e servizi (esempio bar, caffetterie etc.) sono presi in considerazione nelle disposizioni normative che regolano il superamento delle barriere architettoniche e l'accessibilità poiché identificati come "edifici privati aperti al pubblico".

#### Nozione di Edificio privato aperto al pubblico

La corte di Cassazione (Sez. I Penale – Sentenza 15 luglio 2009, n. 28853) ha fissato il principio di diritto secondo il quale si intende aperto al pubblico il luogo cui ciascuno può accedere in determinati momenti ovvero il luogo al quale può accedere una categoria di persone che abbia determinati requisiti. Pertanto, con la dizione edificio privato aperto al pubblico si intende quel luogo che pur non essendo definibile come pubblico in senso proprio perché estraneo alla disponibilità o al godimento di una pubblica istituzione contempla lo svolgimento di funzioni interessanti la generalità dei soggetti o parte di essa. L'edificio privato aperto al pubblico è quello in cui è permesso a chiunque di entrare nei momenti stabiliti (esempio: negli orari di apertura di una struttura ricettiva o ristorativa, nelle ore di spettacolo) e soddisfacendo a determinate condizioni (esempio: pagando una tariffa, dimostrando il possesso di un requisito etc.).

Il titolare dell'edificio privato aperto al pubblico non può decidere a suo piacere se

consentire o meno l'accesso. Tuttavia può rifiutare l'accesso solo quando ricorrono condizioni oggettive generali (a titolo esemplificativo si ricorda che a saturazione della capienza massima consentita si vieta l'accesso per motivi di sicurezza e fruibilità).

### **Superamento delle barriere architettoniche e accessibilità in relazione in edifici e spazi privati aperti al pubblico**

La normativa nazionale prevede una serie di disposizioni di rango primario nel settore del superamento delle barriere architettoniche e del conseguimento dell'accessibilità negli edifici e spazi pubblici, negli edifici e spazi privati e negli edifici e spazi privati aperti al pubblico. Riguardo alle disposizioni di rango primario vige il cosiddetto testo unico dell'edilizia ovvero il DPR 6 giugno 2001, n. 380 (e s.m.i.) Testo unico delle disposizioni legislative e regolamentari in materia edilizia (G.U. n. 245 del 20 ottobre 2001), che tratta di superamento delle barriere architettoniche e di accessibilità negli articoli da 77 a 82 della "Parte II – Normativa tecnica per l'edilizia". In particolare nella Sezione II - Eliminazione o superamento delle barriere architettoniche negli edifici pubblici e privati aperti al pubblico l'art. 82 tratta di Eliminazione o superamento delle barriere architettoniche negli edifici pubblici e privati aperti al pubblico.

All'interno dell'articolo 82 sono citati i seguenti articoli:

- Legge 30 marzo 1971, n. 118, e s.m.i;
- D.P.R. 24 luglio 1996, n. 503, recante norme per l'eliminazione delle barriere architettoniche;
- Decreto del Ministro dei lavori pubblici 14 giugno 1989, n.236;
- Decreto legislativo 29 ottobre 1999, n.490 (ora d.lgs. n. 42 del 2004 - n.d.r.) dall'articolo 7 del D.P.R. 7 gennaio 1956, n. 164 (ora il riferimento è agli articoli 122 e seguenti del d.lgs. n. 81 del 2008 - n.d.r.);
- Legge 5 Febbraio 1992, n.104.

Si ricorda che per quanto riguarda le caratteristiche tecniche progettuali nazionali (art. 5 del DM 236/1989) le strutture ricettive devono rispettare il requisito della visitabilità: ciò significa, come già detto, che non tutta la struttura ricettiva deve essere accessibile, ma deve essere solo parzialmente accessibile. La visitabilità rappresenta un livello di accessibilità limitato ad una parte più o meno estesa dell'edificio che consente comunque ogni tipo di relazione fondamentale anche alla persona con ridotta o impedita capacità motoria o sensoriale.

#### **Articolo 5.3 del D.P.R n.236 del 1989**

Ogni struttura ricettiva (alberghi, pensioni, villaggi turistici, campeggi, etc.) deve avere tutte le parti e servizi comuni ed un determinato numero di stanze accessibili anche a persone con ridotta o impedita capacità motoria. Tali stanze devono avere arredi, servizi, percorsi e spazi di manovra che consentano l'uso agevole anche da parte di persone su sedia a ruote. Qualora le stanze non dispongano dei servizi igienici, deve essere accessibile sullo

stesso piano, nelle vicinanze della stanza, almeno un servizio igienico.

Il numero di stanze accessibili in ogni struttura ricettiva deve essere di almeno due fino a 40 o frazione di 40, aumentato di altre due ogni 40 stanze o frazione di 40 in più.

In tutte le stanze è opportuno prevedere un apparecchio per la segnalazione, sonora e luminosa, di allarme.

La ubicazione delle stanze accessibili deve essere preferibilmente nei piani bassi dell'immobile e comunque nelle vicinanze di un "luogo sicuro statico" o di una via di esodo accessibile.

Per i villaggi turistici e campeggi, oltre ai servizi ed alle attrezzature comuni, devono essere accessibili almeno il 5% delle superfici destinate alle unità di soggiorno temporaneo con un minimo assoluto di due unità.

**N.B.** Per le specifiche funzionali e dimensionali si rimanda alla lettura degli articoli 8 e 4.1.6 e 8.1.6. del DM 236/1989.

Rispetto alle indicazioni fornite risulta legittimo proporre soluzioni dimensionali differenti da quelle del DM 236/1989, ricorrendo a quanto previsto nell'art.7 del DM 236/1989 (in sede di progetto possono essere proposte soluzioni alternative alle specificazioni e alle soluzioni tecniche, purché rispondano alle esigenze sottintese dai criteri di progettazione) al comma 5 dell'art. 19 "Deroghe e soluzioni alternative", in quanto le soluzioni proposte corrispondono maggiormente alle reali esigenze.

### **Strutture ricettive: gli spazi culturali e sportivi**

Spazi culturali (ad esempio per esposizioni, mostre o altri eventi culturali ) e spazi sportivi possono essere presenti all'interno di strutture ricettive.

Si ricorda che in presenza di tali spazi (e di qualsiasi altro spazio destinato ad "attività sociali" ovvero scolastiche, sanitarie, assistenziali, culturali, sportive) occorre applicare la normativa per l'accessibilità, che , per gli spazi destinati ad "attività sociali" prevede la totale accessibilità di:

- spazi esterni;
- parti comuni e tutti gli ambienti;
- almeno un servizio igienico accessibile per ogni livello utile.

## Metodologia diagnostica



Il ruolo dell'Ability Advisor, in qualità di consulente, è quello di analizzare strutture e servizi nell'ambito dell'offerta turistica in diversi settori e verificarne il livello di accessibilità in linea con la normativa nazionale.

Questi gli elementi di base che ti suggeriamo per l'applicazione di una metodologia diagnostica:

### 1 - Utilizzo di Schede di Osservazione

Le Schede di Osservazione sono strumenti per l'analisi, la registrazione e la valutazione dell'accessibilità e dei requisiti di servizio inclusivi necessari per la fornitura di servizi turistici a persone con bisogni di accesso specifici.

Questi documenti consentono la raccolta delle informazioni necessarie all'adeguamento tra i bisogni della "domanda" (clienti con bisogni di accesso specifici) e il livello specifico della "fornitura" (servizi turistici accessibili e inclusivi) in due dimensioni.

#### 1. Dimensione macro.

Dimensione standardizzata: confronto tra le condizioni di accessibilità e servizio di una specifica entità turistica e i corrispondenti standard predefiniti (organizzati per

tipo di servizi turistici e per tipo di esigenze).

## 2. Dimensione micro

Dimensione individualizzata, che indica le condizioni di accessibilità e servizio inclusivo della particolare entità turistica, in modo dettagliato, comprese le condizioni non ancora conformi agli standard, per fornire a ciascun cliente le informazioni necessarie per valutare quando e se le condizioni specifiche di accessibilità e servizio dell'entità turistica corrispondono alle sue esigenze.

Ogni cliente, valutate le informazioni, potrà decidere se usufruire o meno dei servizi in relazione ai propri bisogni specifici, alla propria attitudine e personalità.

Per operare in questa direzione, l'Ability Advisor deve preparare Schede di Osservazione che consentano di delineare il livello di accessibilità e le condizioni di servizio inclusive dell'azienda o dell'organizzazione in relazione alle diverse tipologie di utenza (persone con limitazioni motorie, visive, uditive o intellettive) al fine di permettere all'azienda o all'organizzazione di posizionarsi sul mercato del turismo accessibile e inclusivo in una logica di graduale ampliamento della propria offerta a diversi sottosegmenti della domanda.

L'Ability Advisor deve elaborare Schede di Osservazione per ogni settore o area di attività turistica, attraverso due tipi di documenti complementari:

- lo standard di riferimento dei requisiti di accessibilità e servizio, che fornisce una descrizione dettagliata dei requisiti di riferimento (comprese informazioni sulla legislazione, standard di qualità, buone pratiche e l'uso di disegni e foto per facilitarne la comprensione).
- Le liste di controllo che vengono elaborate facendo riferimento ai corrispondenti requisiti standard.

In ogni settore o area di servizi turistici, i requisiti sono identificati e organizzati seguendo la sequenza del processo di lavoro inerente alla fornitura di servizi al cliente comune, in modo che le specifiche esigenze di accessibilità e servizio possano essere sistematicamente percepite come complementari all'offerta di base.

## 2- Analisi in loco

Prima di pianificare la visita in loco per condurre la diagnosi, l'Ability Advisor deve fare un piano di diagnosi individuando obiettivi, azioni e risorse necessarie.

L'Ability Advisor deve cercare di coinvolgere l'imprenditore/manager (o alcuni membri del personale) nel processo di diagnosi in quanto ciò migliora sia la qualità della diagnosi sia la qualità del rapporto finale (in termini di chiarezza e livello di accettazione).

Nel caso di audit di una piccola azienda/organizzazione, è necessario stabilire il piano generale di diagnosi tenendo conto, in primo luogo, del contesto di riferimento: in questi casi, il piano di analisi e verifica non dovrebbe essere eccessivamente complesso o dispendioso, anche in termini di tempo, in quanto dovrebbe essere proporzionato alle dimensioni e alla complessità dell'organizzazione stessa.

Una volta completato il processo di pianificazione, si passa alla realizzazione del piano. Questi gli step da seguire:

- Pianificazione efficiente (ottimizzazione dell'uso delle risorse disponibili, in particolare il tempo).
- Attenzione ai dettagli (precisione e accuratezza nella realizzazione dei compiti e nell'osservazione).
- Comunicazione (è fondamentale comunicare i benefici che possono derivare dalla diagnosi e sottolineare che l'obiettivo è lavorare insieme per identificare i problemi e definire soluzioni)
- Azione correttiva (identificazione dei principali problemi e delle possibili azioni in loco e individuazione di soluzioni a breve, medio o lungo termine).

Ricorda che una pianificazione adeguata aiuta a identificare e risolvere i problemi in modo tempestivo, in modo che la diagnosi possa essere eseguita in modo efficace ed efficiente.

### **3 - Report**

Una buona diagnosi è completa solo con lo sviluppo e la presentazione di un buon report finale.

Il livello di dettaglio del report dipende dalle circostanze della diagnosi, ma dovrebbe sempre includere:

- Sintesi della proposta
- Introduzione (sezione introduttiva nella quale vengono definiti il contesto e la struttura dei contenuti)
- Corpo (sezione descrittiva e strutturata dei contenuti)
- Conclusione (sezione nella quale i vari elementi del rapporto si collegano in modo chiaro e conciso).

Ricorda che il rapporto deve evidenziare il livello di adeguamento tra le esigenze della "domanda" (clienti con bisogni di accesso specifici) e le condizioni della "fornitura" (servizi turistici accessibili e inclusivi).

È fondamentale mostrare quali sono le condizioni esistenti di accessibilità che già raggiungono gli standard predefiniti corrispondenti (per ciascun target) e quali elementi

possono essere migliorati per fornire con successo servizi turistici a persone con bisogni specifici di accesso. Si consiglia vivamente di utilizzare foto, immagini e diagrammi per illustrare in dettaglio le condizioni esistenti e i miglioramenti necessari.

In questo modo la relazione diventa uno strumento chiave per sostenere lo sviluppo di piani d'azione mirati al miglioramento dell'accessibilità e delle condizioni di servizio inclusive di una specifica attività turistica.

Fonti:

BRENDAIT (Building a Regional Network for the Development of Accessible and Inclusive Tourism”) Manual:

<http://www.perfil.com.pt/Brendait/documents/D2BRENDAITManual-ENG.pdf>

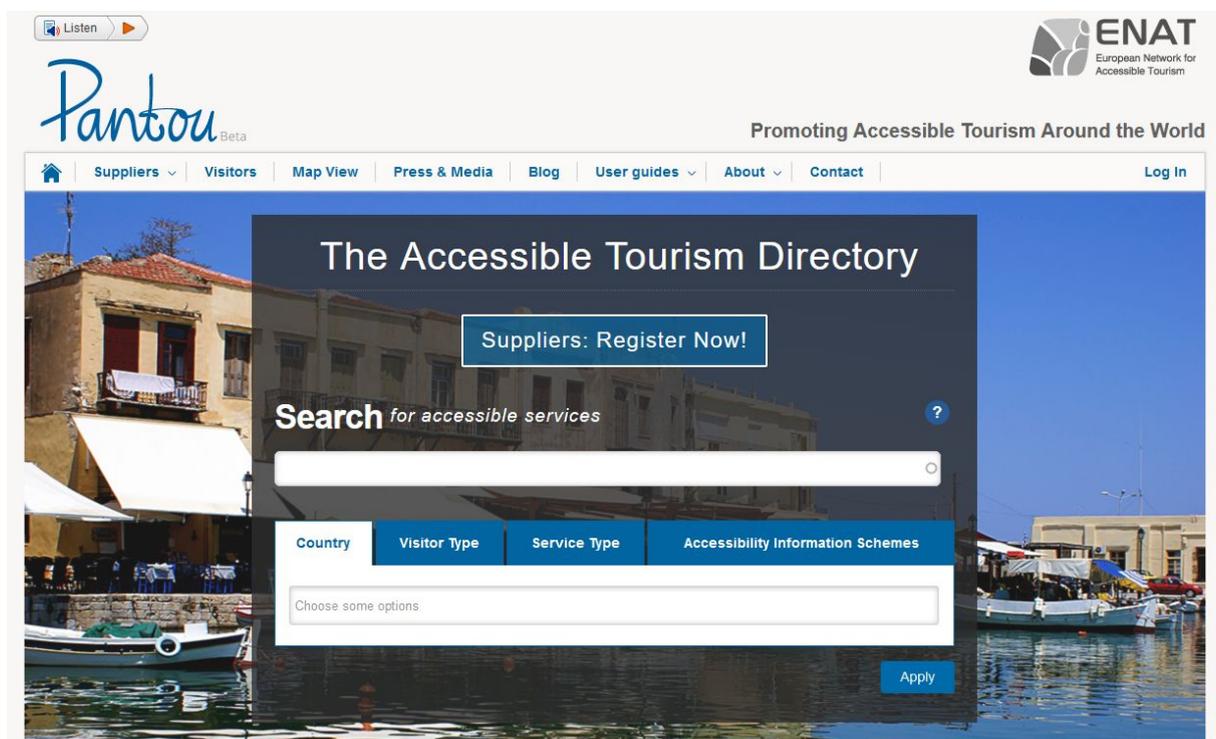
<https://www.visitenglandassessmentsservices.com/about/advisory-visits/>

<https://www.brightwork.com/blog/7-steps-effective-report-writing>

## Esempi di strumenti di valutazione

### 1 - Pantou

[Pantou](#) (il termine in greco moderno significa “ovunque”) è una piattaforma di registrazione per fornitori di servizi e/o prodotti di turismo per tutti.



Le principali funzioni della piattaforma sono:

- rendere più facile per i turisti con qualsiasi tipo di bisogno specifico di accesso trovare ciò che cercano durante la pianificazione di una visita;
- promuovere i fornitori di turismo accessibile, mostrando luoghi dove andare e cose da fare, in sicurezza e con comodità;
- favorire la creazione di reti di servizi accessibili a beneficio dei visitatori, delle imprese e delle comunità locali.

Per poter essere iscritti alla piattaforma, i fornitori di servizi turistici devono indicare il tipo di servizio/i offerto e i gruppi target specifici.

Al momento della registrazione, i fornitori devono inoltre indicare la loro appartenenza a un "Accessibility Information Scheme" (AIS) nazionale, regionale o locale che verifica l'accessibilità dei servizi offerti. È possibile trovare la tabella di riferimento nella directory di Pantou al seguente indirizzo: <https://pantou.org/accessibility-info>

Ad esempio riportiamo i soggetti segnalati per l'Italia

- Like Home: [http://www.likehome.it/ita/home\\_ita.html](http://www.likehome.it/ita/home_ita.html)
- Südtirol für alle: <http://www.suedtirolfueralle.it/>
- Turismabile: <http://www.turismabile.it>
- Village for All: <http://www.villageforall.net/en/cerca-struttura/>

Se il fornitore non è membro di un AIS verificato da Pantou, è tenuto a fornire informazioni accurate e affidabili compilando e inviando un modulo di autodichiarazione denominato "**Pantou Access Statement**": un documento compilato direttamente dal fornitore di servizi o da un agente incaricato che descrive le caratteristiche di accessibilità di un servizio e / o struttura turistica, nel modo più oggettivo e fattuale possibile.

Pantou mette a disposizione degli utenti un modello di dichiarazione: il modello contiene tre sezioni principali e tutti le domande necessarie per generare una dichiarazione di accesso completa. Le domande sono a scelta multipla ed è possibile aggiungere brevi descrizioni, se e quando necessario.

Pantou fornisce inoltre una guida su come realizzare fotografie e misurazioni in modo adeguato.

A questo indirizzo puoi trovare il modello e la guida: <https://pantou.org/access-statement>.

## 2 - National Accessible Scheme (NAS)

Un altro esempio interessante è quello del National Accessible Scheme (NAS). Visit Britain offre alle aziende turistiche operanti nel settore una serie dettagliata di documenti (inclusi documenti per la formazione, per la promozione dell'accessibilità, per la creazione di una propria guida all'accessibilità) e un servizio di consulenza a pagamento per la definizione del livello di accessibilità della struttura o del servizio offerto sulla base di nove parametri di misura catalogati in relazione a tre gruppi di potenziale utenza:

- persone con mobilità ridotta e persone anziane
- persone ipovedenti e cieche
- persone sorde o ipoudenti.

I link che ti segnaliamo riportano a due documenti di riferimento per un'auto-analisi da parte delle strutture e dei fornitori di servizio:

[Download an information pack](#) for Serviced, Self-catering, Hostel and Campus Accommodation

[Download an information pack](#) for Holiday Parks

## 3 - TUR4all



TUR4all website

TUR4all è una piattaforma dinamica il cui scopo è quello di divulgare l'offerta turistica accessibile. I servizi sono al momento disponibili per Spagna e Portogallo, ma dovrebbero a breve essere estesi anche ad altri Paesi. L'obiettivo è quello di fornire informazioni attendibili e aggiornate riguardo le condizioni di accessibilità di hotel, ristoranti, musei e

monumenti, mezzi di trasporto “for all”.

Fino al 2016, tutte le risorse turistiche pubblicate su TUR4all sono state esaminate da esperti di accessibilità. A partire dal 2017, gli utenti possono interagire sulla piattaforma aggiungendo nuove risorse attraverso un sondaggio sulla valutazione dell'accessibilità. Attraverso questo servizio, TUR4all è diventato una piattaforma collaborativa attraverso cui sia utenti sia esperti possono valutare, assegnare un punteggio e aggiungere commenti sull'accessibilità di servizi e prodotti turistici.

La piattaforma funge inoltre da canale promozionale. Attraverso alleanze strategiche, come quella firmata con Accessible Portugal nel 2017, TUR4all mira a diventare una piattaforma internazionale di riferimento sulla quale i turisti con bisogni specifici di accesso possono trovare informazioni attendibili, facili da leggere e disponibili in undici lingue, nella pianificazione dei loro viaggi.

Fonti:

<https://pantou.org/about-pantou>

<https://www.visitenglandassessmentsservices.com/our-schemes/national-accessiblescheme/>

<http://www.perfil.com.pt/Brendait/documentos.htm>

<https://www.tur4all.pt/>

<https://www.tur4all.pt/news/manual-de-utilizador-tur4all>

## Sviluppo di piani d'azione e consulenza ai proprietari e/o gestori di imprese



### Processo di pianificazione

Lo sviluppo di piani d'azione fa parte del processo di pianificazione.

[Il ciclo di Deming](#) (o ciclo di PDCA, acronimo dall'inglese Plan-Do-Check-Act, in italiano "Pianificare - Fare - Verificare - Agire") è un metodo di gestione iterativo utilizzato per il controllo e il miglioramento continuo dei processi e dei prodotti.

Il modello è diviso in quattro fasi che formano un processo ciclico. Questa la sequenza logica dei quattro punti:

1. Plan: in questa fase si identificano e analizzano il problema o l'opportunità; si sviluppano ipotesi su quali potrebbero essere i problemi e si decide quale testare;
2. Do: in questa fase si testa la potenziale soluzione, idealmente su piccola scala, e si misurano i risultati;
3. Check: in questa fase si studiano i risultati misurati e raccolti nella fase del "Do" confrontandoli con i risultati attesi, obiettivi del "Plan", per verificarne le eventuali differenze; si cercano le deviazioni nell'attuazione del piano e ci si deve focalizzare sulla sua adeguatezza e completezza per consentirne l'esecuzione.
4. Act: se la soluzione ha avuto esito positivo, in questa fase la si applica.

Quando ci si concentra sull'identificazione e l'analisi di un problema o di una situazione, lo

strumento che consigliamo è l'analisi SWOT.

“[L'analisi SWOT](#) è uno strumento di pianificazione strategica semplice ed efficace che serve ad evidenziare le caratteristiche di un progetto, di un programma, di un'organizzazione e le conseguenti relazioni con l'ambiente operativo nel quale si colloca, offrendo un quadro di riferimento per la definizione di orientamenti strategici finalizzati al raggiungimento di un obiettivo.

L'analisi SWOT consente di ragionare rispetto all'obiettivo che si vuole raggiungere tenendo simultaneamente conto delle variabili sia interne che esterne. Le variabili interne sono quelle che fanno parte del sistema e sulle quali è possibile intervenire; quelle esterne invece, non dipendendo dall'organizzazione, possono solo essere tenute sotto controllo, in modo di sfruttare i fattori positivi e limitare i fattori che invece rischiano di compromettere il raggiungimento degli obiettivi prefissati.

La SWOT Analysis si costruisce tramite una matrice divisa in quattro campi nei quali si hanno:

- i punti di forza (Strengths)
- i punti di debolezza (Weaknesses)
- le opportunità (Opportunities)
- le minacce (Threats)

**Nota:** il testo è tratto dal sito Pubblica amministrazione di qualità, curato dal Dipartimento della Funzione pubblica. All'indirizzo segnalato trovi un approfondimento sul tema.

Altre fonti:

[https://www.mindtools.com/pages/article/newPPM\\_89.htm](https://www.mindtools.com/pages/article/newPPM_89.htm)

[https://www.mindtools.com/pages/article/newTMC\\_05.htm](https://www.mindtools.com/pages/article/newTMC_05.htm)

## Strumenti per la pianificazione

L'Ability Advisor, in qualità di consulente, deve saper utilizzare diversi tipi di strumenti di pianificazione: schemi, diagrammi, grafici, software specifici che migliorano la comprensione del processo in quanto focalizzano l'attenzione sui singoli elementi e ne mostrano le interconnessioni. Tutti questi strumenti sono utili supporti di lavoro sia nella progettazione di nuovi processi sia nel miglioramento dei processi esistenti. In entrambi i casi questi strumenti forniscono una visione rapida e visivamente chiara del lavoro nel suo insieme.

**Gli strumenti di gestione delle attività** sono disponibili in molte forme, come semplici fogli di calcolo di base o applicazioni complesse per la gestione condivisa di progetti online

ma hanno in comune alcuni obiettivi di base.

Questi strumenti aiutano le persone a:

- lavorare in modo efficiente riducendo i tempi e ottimizzando le risorse;
- organizzare le attività;
- lavorare in team;
- rispettare le scadenze.

●

Gli strumenti di gestione delle attività rispondono all'esigenza di organizzare il lavoro, individuare le priorità, tenere sotto controllo il flusso di attività, analizzare le attività svolte.

Attraverso l'analisi, impari come fare le cose in modo più efficace.

- Organizzazione - Al suo livello più elementare, uno strumento di gestione delle attività viene utilizzato per supportare individui, team o aziende nell'organizzare le attività: definire le priorità, visualizzare lo stato di avanzamento delle attività, stilare analisi o rapporti per attività e flussi di lavoro futuri.
- Assegnazione delle priorità - Una scheda-attività consente di organizzare le attività in base alla priorità, in modo da garantire che le cose più importanti vengano completate per prime. Detto questo, gli strumenti di gestione delle attività sono facili da aggiornare. Dando la priorità ai compiti, sarai in grado di concentrarti su come il lavoro deve essere affrontato, piuttosto che saltare da un'attività all'altra senza alcuna direzione.
- Visualizzazione - La visualizzazione delle attività non solo ti aiuta a ricordare ciò che devi fare, ma ti aiuta a capire meglio un progetto nel suo insieme. Ciò significa che gli strumenti di gestione delle attività sono facilmente accessibili a tutti. Quando ogni elemento è presentato in un modo facile da comprendere, i compiti diventano chiari e la collaborazione è naturale.
- Analisi - Gli strumenti di gestione delle attività producono dati concreti che possono essere esaminati e assimilati in modo che gli utenti finali possano facilmente comprendere che cosa stanno facendo, che cosa hanno fatto e come le cose possono essere fatte meglio. Gli strumenti di gestione delle attività forniscono sempre una qualche forma di analisi, indipendentemente dal fatto che si tratti di una formula creata dall'utente o di elementi incorporati nello strumento. Questa è una parte essenziale per migliorare il modo in cui le cose vengono fatte.

Gli strumenti di lavoro collaborativi aiutano le persone a collaborare. Lo scopo di questi strumenti è supportare un gruppo di due o più individui nel raggiungere un obiettivo comune. Possono essere di natura non tecnologica come carta, lavagna a fogli mobili, post-it notes, lavagne o possono includere strumenti software e applicazioni.

Gli strumenti di gestione del tempo ti aiuteranno a gestire le tue giornate. Si tratta di pianificare e organizzare quanto tempo dedichi a svolgere determinate attività, siano esse professionali o personali.

Una gestione efficace del tempo consente di pianificare ed eseguire attività quotidiane entro scadenze stabilite. In questo modo, le attività non si accumulano e possono essere sviluppate con maggiore dedizione.

Esistono innumerevoli strumenti e tecniche di gestione del tempo per aiutarti a comprendere i meccanismi della tua routine lavorativa e a sviluppare metodologie utilizzabili per ottimizzare ogni minuto della giornata.

Fonti:

[https://www.mindtools.com/pages/article/newHTE\\_04.htm](https://www.mindtools.com/pages/article/newHTE_04.htm)

<https://asq.org/quality-resources/new-management-planning-tools>

<https://leankit.com/learn/project-management/task-management-tool/>

[https://www.mindtools.com/pages/main/newMN\\_HTE.htm](https://www.mindtools.com/pages/main/newMN_HTE.htm)

## Piano d'azione

Da Mindtool.com

Un piano d'azione è un documento che elenca le azioni da intraprendere per raggiungere un obiettivo strategico. Lo scopo di un piano d'azione è:

1. definire quali attività devono essere svolte per raggiungere l'obiettivo e definire gli incarichi (chi fa cosa)
2. definire la sequenza temporale delle attività
3. determinare le risorse necessarie.

### Step 1: Identificazione dei compiti

Inizia con il fare l'elenco di tutti i compiti che devi completare per raggiungere il tuo obiettivo. È utile avviare questo processo nelle primissime fasi di attività ed è facilitante farlo rispondendo alle seguenti domande:

- Qual è la prima azione che devi intraprendere?
- Una volta completata l'attività, che cosa verrà dopo?

- Ci sono passaggi che devono essere prioritizzati per rispettare scadenze specifiche, o a causa di limiti nella disponibilità di persone coinvolte nel processo?

## **Step 2: Analisi e delega dei compiti**

Dopo aver definito il percorso nel suo insieme, è necessario esaminare in dettaglio ogni singola attività. Anche in questo caso è utile provare a rispondere a una serie di domande:

- Ci sono dei passaggi che potresti tralasciare, senza che questo danneggi il progetto?
- Quali compiti potresti delegare a qualcuno esterno al tuo team o a un libero professionista?
- Ci sono scadenze definite per specifiche attività?
- Le risorse che hai sono sufficienti o hai bisogno di risorse aggiuntive?

## **Step 3: Controllo con il metodo SCHEMES**

Potrebbe non essere necessario pensare a tutti questi aspetti per portare a termine il tuo progetto, ma per un controllo finale sulla completezza del tuo piano puoi utilizzare l'acronimo mnemonico SCHEMES dove SCHEMES sta per:

- Space (spazio)
- Cash (risorse economiche disponibili)
- Helpers/People (risorse umane disponibili)
- Equipment (attrezzature)
- Materials (materiali)
- Expertise (competenze)
- Systems (sistemi)

Una volta definito il piano, non dimenticare di definire, in modo molto chiaro, la dimensione temporale delle singole attività (scadenze).

Inoltre, ricordati di includere un elenco con tutte le risorse necessarie per ogni attività.

Una volta completato il piano, utilizzalo come punto di riferimento nello svolgimento della tua attività e aggiornalo ogni qualvolta si presentano nuovi elementi”.

Fonti:

<http://www.businessdictionary.com/definition/action-plan.html>

[https://www.mindtools.com/pages/article/newHTE\\_04.htm](https://www.mindtools.com/pages/article/newHTE_04.htm)