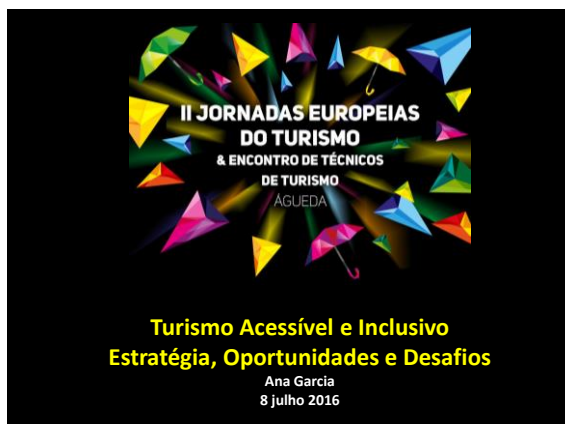




## ENAT – European Network for Accessible Tourism, asbl Rede Europeia de Turismo Acessível

Mais de 200 membros  
Em quase 30 países

- Empresas de turismo (55%)
- Setor público (12%)
- ONGs (33%)

Na Europa, África, Médio Oriente, América do Norte e do Sul, Ásia, Austrália



Com o apoio da Comissão Europeia



## Abordagem Estratégica para a Competitividade dos Destinos Turísticos

- Conceito Turismo Acessível – Turismo para Todos
- Desenho Universal
- Contexto normativo internacional/europeu/nacional
- Dados estatísticos sobre o mercado internacional do Turismo Acessível
- Tendências da procura
- Oportunidades de negócio
- Estado da arte em Portugal

## Conceito de Turismo Acessível Turismo para Todos

## De que falamos quando falamos de Turismo Acessível?

**Turismo:** Atividade com forte influência na Sociedade

### ➤ Artigo 7º Código Ética da Organização Mundial de Turismo (1999)

*“a possibilidade de **aceder, direta e pessoalmente, à descoberta das riquezas do planeta**, é um direito aberto a todos os habitantes do mundo. A participação cada vez mais alargada no turismo nacional e internacional deve ser considerada como uma das melhores expressões possíveis do crescimento contínuo do tempo livre, e **não deve ser obstaculizada.**”*

## De que falamos quando falamos de Turismo Acessível e Inclusivo?

**Sociedade atual** é mais ética, democrática e deseja ser mais responsável e sustentável - social, económica e ambiental.

### Convenção ONU - Direitos das Pessoas com Deficiência Ratificada por Portugal em Julho 2009

**Artigo 30º** - Participação na vida cultural, recreativa, lazer e desporto



## De que falamos quando falamos de Turismo Acessível e Inclusivo?

### Turismo Acessível e Inclusivo é:

- **“Tourism for All”** – preparação da Oferta adequada para a mais ampla gama de clientes, incluindo as pessoas com deficiência, os idosos, as famílias com crianças pequenas, as pessoas com alergias ... e muitos mais

-  Pais com crianças
-  Grávidas em final de gestação
-  Idosos com limitações decorrentes do processo de envelhecimento
-  Indivíduos com limitações temporárias, doença ou obesidade
-  Indivíduos com limitação de ordem motora, visual, auditiva ou intelectual
-  Acompanhantes e familiares de qualquer dos anteriores

## Desenho Universal

### O design universal é

essencial para cerca de 10%,  
muito útil para cerca de 40% e  
confortável para 100% das pessoas.



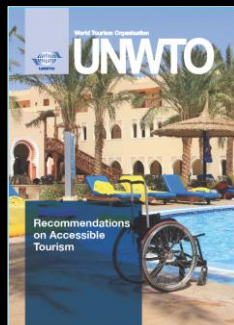
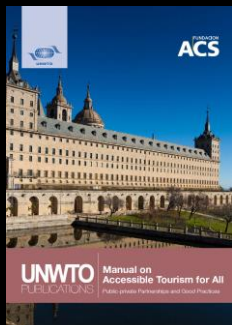
## Contexto Normativo e Enquadramento

Internacional  
Europeu  
Nacional

### Enquadramento Internacional

- Código de Ética para o Turismo (OMT – 1999, artº7º)
- Convenção dos Direitos das Pessoas com Deficiência (ONU- 2006), ratificada por Portugal em 2009 (artº 30)
- Relatório sobre as Pessoas com Deficiência – OMS (2011)
- Recomendações sobre Turismo Acessível para Todos – OMT (2013)
- Norma ISO: 21542 (2011) - Acessibilidade e usabilidade dos espaços construídos e sua envolvente.

## Recomendações da OMT – Turismo Acessível para Todos



## União Europeia e a Acessibilidade



O Parlamento Europeu apresentou, no passado dia 4 de dezembro 2015, uma proposta de Diretiva que **estabelece** requisitos comuns de **acessibilidade** a aplicar a determinados produtos e **serviços essenciais**, a fim de ajudar as pessoas com deficiência na UE a participar plenamente na sociedade.

## União Europeia e a Acessibilidade

Informação acessível

Caixas automáticas (ATM)

Serviços bancários

Computadores pessoais

Transportes

Web acessível

Telefones e equipamentos de televisão

Serviços de telefonia e audiovisuais

Livros eletrónicos

Comércio eletrónico

## Enquadramento Nacional

- **Constituição da República Portuguesa** (1976)
- **DL 163/2006** – Define as condições de acessibilidade a satisfazer no projeto e na construção de espaços públicos, equipamentos coletivos e edifícios públicos e habitacionais
- **Lei 46/2006** – Proíbe e pune a discriminação, em razão da deficiência e da existência de risco agravado de saúde.
- **Decreto-Lei 74/2007**, de 27 de março: Cães de Assistência pessoas com deficiência sensorial, mental, orgânica e motora e reconhece, expressamente, o direito de estes cidadãos acederem a locais, transportes e estabelecimentos públicos acompanhados de cães de assistência.
- **NP Norma Portuguesa 4523/2014**, julho de 2014, Turismo acessível em Estabelecimentos Hoteleiros.

### ASSEMBLEIA DA REPÚBLICA

#### Resolução da Assembleia da República n.º 102/2014

Recomenda ao Governo o cumprimento da legislação sobre acessibilidades e medidas mais eficazes para a eliminação de barreiras arquitetónicas

A Assembleia da República resolve, nos termos do n.º 5 do artigo 166.º da Constituição, recomendar ao Governo o cumprimento do Decreto-Lei n.º 163/2006, de 8 de agosto, que aprova o regime da acessibilidade aos edifícios e estabelecimentos que recebem público, via pública e edifícios habitacionais, bem como do Plano Nacional de Promoção da Acessibilidade, através de uma fiscalização mais eficaz e do reforço de medidas sancionatórias que desincentivem a existência de barreiras arquitetónicas, e promovam a qualidade de vida e os direitos das pessoas com deficiência.

Aprovada em 5 de dezembro de 2014.

A Presidente da Assembleia da República, *Maria da Assunção A. Esteves*.

#### Resolução da Assembleia da República n.º 103/2014

Visa a eliminação das barreiras arquitetónicas pela garantia do direito de todos os cidadãos à mobilidade e à acessibilidade

Plano de Ação Turismo 2020, mais especificamente o projeto "Tornar Portugal um destino acessível para todos", onde é incentivada a inclusão da acessibilidade na oferta turística, enquanto fator diferenciador da qualidade do serviço, no quadro da proposta de valor de Portugal como destino turístico

TURISMO PORTUGAL TURISMO 2020 PLANO DE AÇÃO



## Dados Estatísticos Sobre o Mercado Internacional de Turismo Acessível

## Porquê Turismo Acessível e Inclusivo?

- **Mercado:** O envelhecimento demográfico está a acontecer... **agora!** A Procura está a pedir acesso e inclusão na Oferta Turística!
- **Preço e Qualidade:** Crescimento à escala global da concorrência em termos de preço e qualidade da Oferta Turística.
- **Direitos:** Pessoas com deficiência = uma participação igualitária na sociedade devem ser respeitados pelos prestadores de serviços turísticos.



## Dimensão do Mercado Potencial

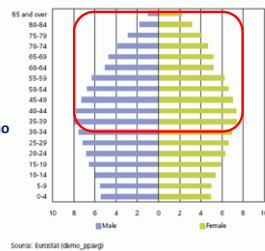
- **OMS (2011) 15% DA POPULAÇÃO MUNDIAL** com algum tipo de deficiência física, mental ou sensorial (mil milhões de pessoas), + 5% do que em 1970 e tendência para aumentar em razão do envelhecimento.
- **Efeito dos acompanhantes (2,2)** - a pessoa com deficiência é o fator de decisão.
- **Entre 2000 e 2050:**
  - O número de pessoas com mais de 60 anos **aumente de 605 milhões para 2 mil milhões** (passando de 11% para 22%)
  - O número de pessoas com mais de 80 anos **quadruplique (chegando perto dos 400 milhões)**

(Fonte: OMS 2012)

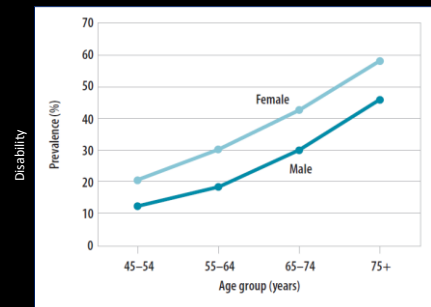


## Potencial de crescimento

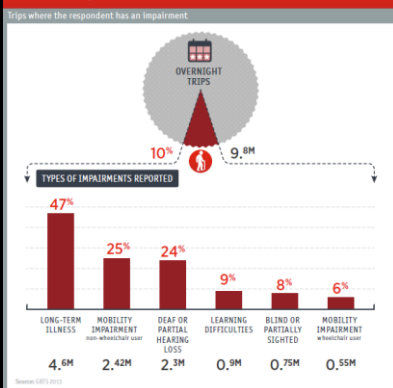
- Potencial de crescimento nos consumidores seniores do futuro
- Novos Produtos e Serviços
- Ambientes e ofertas inclusivas e acessíveis
- **Exemplo:** em 2030, 40% da população italiana terá mais de 60 anos (*fonte: Eurostat*)
- A incidência das incapacidades e problemas de saúde a longo prazo, aumentam exponencialmente com a idade



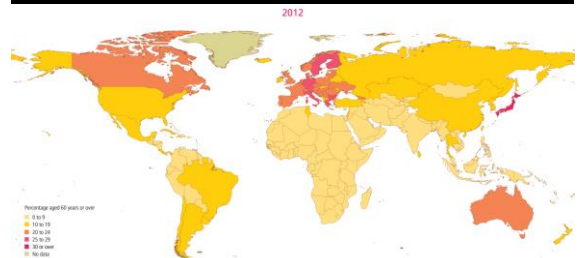
## Relação direta entre Envelhecimento e Deficiência



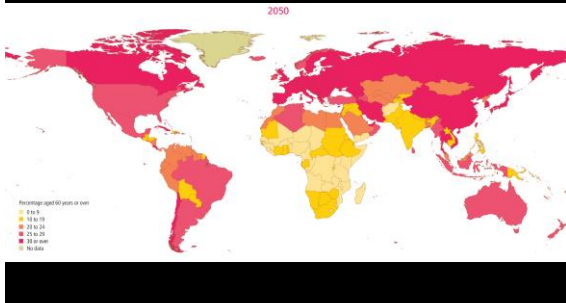
## Traveller impairment breakdown



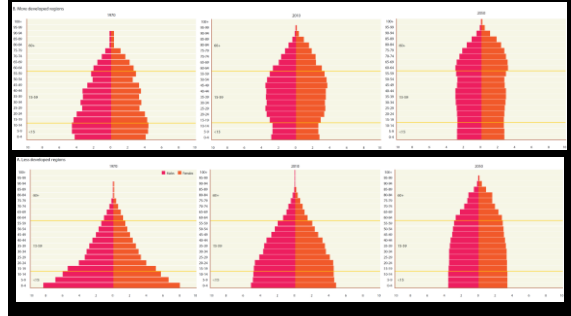
## População com mais de 60 anos (%), (± 810 M.; 1/9 do total)



### População com mais de 60 anos (%), (± 2.000 M.; 1/5 do total)



### Seniores: segmento turístico em crescimento na Europa e no mundo



### Seniores: segmento turístico em crescimento nos BRIC's

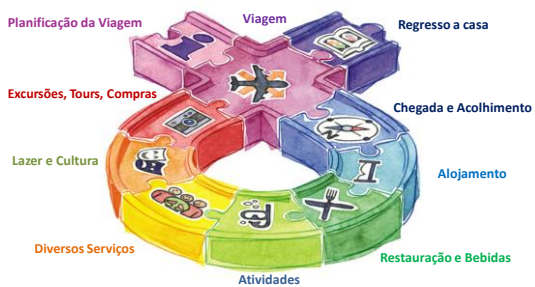
Nos BRIC's  
60 anos e + (entre 2012 e 2050)

Brasil: 11% para 29%  
Índia: 8% para 19%  
Rússia: 19% para 31%  
China: 13% para 34%

de 330 milhões de pessoas para mais de 866 milhões...

### Tendências da Procura

### Cadeia Turística – uma abordagem sistémica



### Cadeia Turística

Desde a chegada ao Destino até à partida, o turista deve ter a garantia da continuidade de condições de acessibilidade ao longo de toda a sua experiência turística



## Cadeia Turística

Basta um elo da cadeia ser quebrado por inacessibilidade para que toda a experiência turística fique comprometida!



A necessidade é o motor da inovação



Gozar férias ou viajar em trabalho, como qualquer outra pessoa



Viajar com uma oferta diversificada, em termos de destino, preço, experiência, etc.



Não quer ser limitado, na sua escolha e gostos, pela falta de acessibilidade

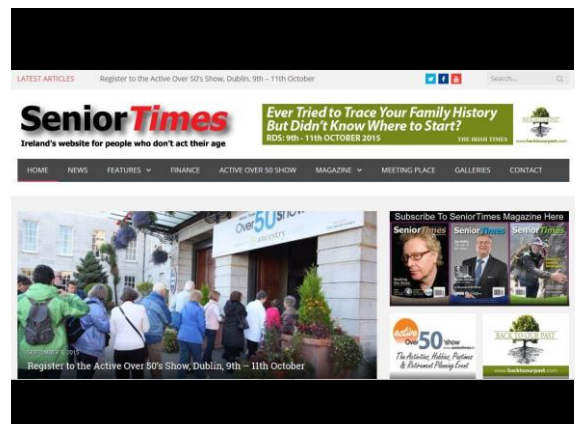


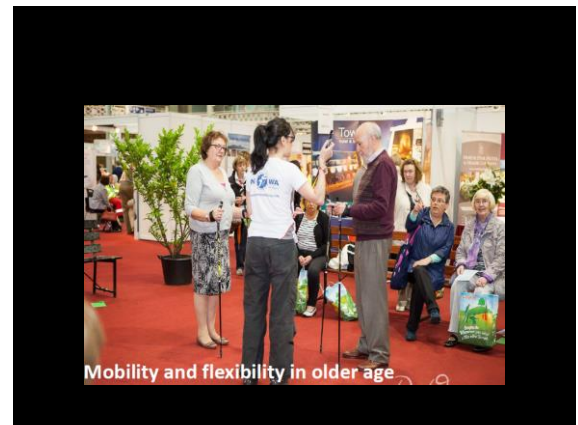
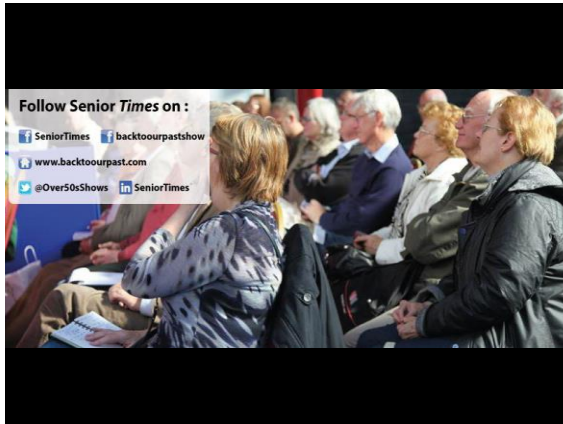
Não existe um "tipo" específico de turista com deficiência





**Especial atenção ao segmento turístico que mais rapidamente vai crescer...**



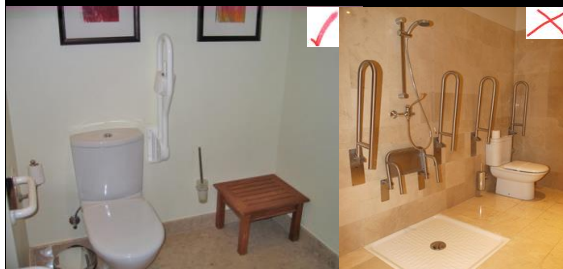


**Não existe "um tipo" de cliente sénior...  
mas há características comuns que o setor do  
Turismo tem que estar preparado para responder...**

- Necessidade de uma correspondência produto e mercado
- Produtos e serviços baseados no desenho universal: uma "cultura de acessibilidade" ... e numa abordagem que considere a idade do cliente;
- Ambientes amigáveis da mobilidade reduzida própria da idade e limitações relacionadas com a idade e deficiência;
- Um ambiente amigável às limitações sensoriais e cognitivas do idoso (sinalização, iluminação, segurança, comunicação, pessoal) ...



### Soluções adequadas e exageradas



Soluções adequadas e agradáveis para Todos



### Unidades de Alojamento

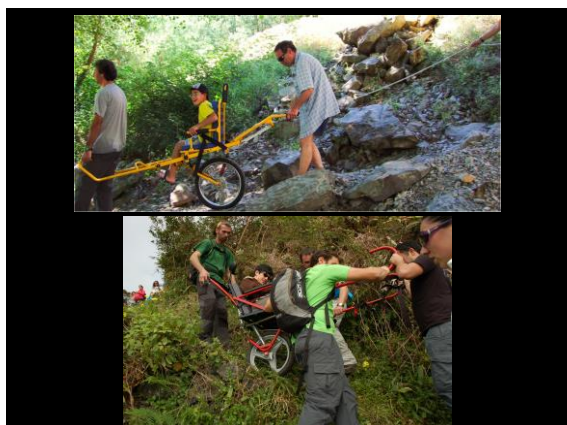


### Turismo de Natureza e Aventura para clientes com necessidades específicas

- **As atividades de aventura têm hoje cada vez mais adeptos.** A preocupação com a segurança é primordial, tendo que ser conjugada com a importância da experiência.
- **A maioria dos praticantes de atividades de natureza e aventura** é cada vez mais formada por todos: jovens, adultos, crianças e idosos.



Animação "aventura"





Adaptações  
Produtos de Apoio  
"Soluções simples"

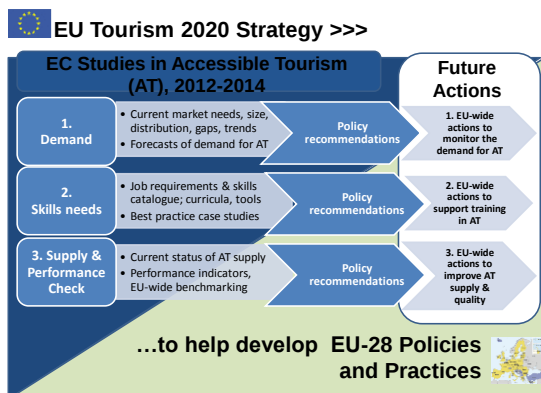
### Acessibilidade versus Patrimônio

- A **Acessibilidade para Todos** torna o **Patrimônio vivo** (usado, vivenciado);
- A **herança histórica** é transmitida e mantém-se viva e interessante se for usada e vivida;
- É **necessário incrementar o acesso e a inclusão**.
- Deve recorrer-se a profissionais para implementar **soluções inovadoras e adequadas**;
- Em termos imateriais, **os avanços tecnológicos** oferecem formas alternativas de acesso.



### Coerência com o "Bem Total"

- No **Patrimônio edificado**, houve ao longo dos séculos muitas reconstruções, sendo que por vezes **o existente já não é o original**;
- Todas as **intervenções devem ser feitas com o consenso da História** e do Patrimônio;
- Podem **fazer-se novamente alterações**, para melhorar a acessibilidade, **contudo** há que fazer investigação, **reunir grupos de trabalho** com opiniões pluridisciplinares;
- É necessário **aferrar o que é intocável** do que já foi alterado;
- **Gerar consensos, usar bom senso**;
- Utilização dos 7 Princípios do **Desenho Universal**.



### Principais conclusões destes estudos

**Os destinos acessíveis de sucesso** estão focados na qualidade do serviço em geral, incluindo a acessibilidade, o conforto e os serviços no seu branding.

Nos casos de sucesso existe sempre uma **cooperação/colaboração entre os prestadores de serviços**

A **formação dos funcionários** assume uma importância fundamental.

O valor do investimento varia bastante, dependendo do tipo de serviços prestados e se **a acessibilidade foi incluída desde o início**.

**Planejar as ações** e antecipar os resultados constituem elementos-chave do sucesso.

## Barreiras na fruição turística

Na fase pré-viagem: A falta de ou pouca informação sobre os serviços acessíveis;

Na fase de transito/viagem: problemas com as instalações sanitárias;

Barreiras no setor dos transportes no local de destino;

Para as pessoas com limitações sensoriais ou de comunicação deparam-se com problemas no setor de alimentação e bebidas, mais frequentemente do que no setor do alojamento;

As barreiras comportamentais são mais frequentes do que as barreiras físicas;

O Turismo Acessível é considerado uma oportunidade de negócio, mas regista-se uma falta de coordenação, particularmente entre o setor público e privado.



## Benefícios da Acessibilidade em termos sociais e económicos



## Atuações necessárias a todos os níveis



## “Estado da Arte” em Portugal

**Museu Concelhio da Batalha**

**MCCB**  
MUSEU DA COMUNITARIEDADE  
CONCELHIA DA BATALHA  
O MUSEU DE TODOS

**MCCB Melhor Museu 2012**

**MCCB prémio Kenneth Hudson 2013**

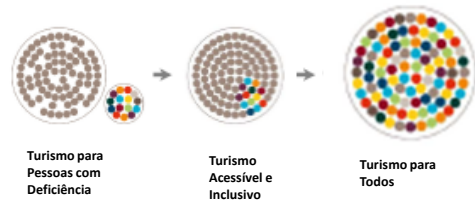
**MUNICÍPIO DA BATALHA**

**MCCB**  
MUSEU DA COMUNITARIEDADE  
CONCELHIA DA BATALHA  
www.museudabatalha.com  
O MUSEU DE TODOS



## Conclusão

## Evolução da sociedade e do mercado



Turismo Acessível representa um caminho... e é uma poderosa “ferramenta” para a Inclusão



- Trata-se de um **caminho de aprendizagem coletivo** deve ser simples, pratico, mas que exige muita **persistência, convicção e determinação** de todos os agentes.
- É fundamental **criar pontes e redes de partilha** de informação e conhecimento entre os diferentes atores que compõem o setor do Turismo.

