

BIITE di Accessibilità

F A K E
C T



PUNTATA 4

I falsi miti dell'accessibilità

COSA ABBIAMO IMPARATO?

L'accessibilità non è un limite, ma una **sfida creativa** che migliora il **digitale per tutti**. Un sito inclusivo può essere bellissimo, avere un **codice pulito** e testi efficaci. Sfatato il mito della nicchia: l'accessibilità può essere situazionale e serve a chiunque.

L'unico vero ostacolo non è il budget, ma il pregiudizio.



 Message



VERO O FALSO?



Ecco un veloce quiz per per smontare i pregiudizi sui tuoi contenuti:

- DESIGN**
Per rispettare le WCAG, un bottone deve necessariamente avere un bordo nero e un fondo bianco ad alto contrasto. VERO FALSO
- DESTINATARI**
L'accessibilità situazionale si applica solo a chi ha deficit sensoriali (vista/udito) temporanei. VERO FALSO
- CONTENUTI**
L'accessibilità situazionale riguarda solo i limiti fisici e non influenza il modo in cui il cervello elabora le informazioni. VERO FALSO
- COPYWRITING**
Scrivere in modo accessibile significa eliminare ogni termine tecnico o specialistico dal testo. VERO FALSO
- SVILUPPO**
Un codice semantico (es. usare `<button>` invece di `<div>`) migliora automaticamente il posizionamento SEO. VERO FALSO
- MANUTENZIONE**
Una volta che un sito è stato reso accessibile e certificato, rimarrà tale indipendentemente dai futuri aggiornamenti dei contenuti. VERO FALSO



Non lasciare che i pregiudizi fermino il tuo valore. **Abbatti le barriere digitali e costruisci una comunicazione che arrivi davvero a tutti.** Scopri le soluzioni del quiz e inizia il tuo processo di miglioramento continuo.



SOLUZIONI



1

DESIGN

Per rispettare le WCAG, un bottone deve necessariamente avere un bordo nero e un fondo bianco ad alto contrasto.

Le WCAG richiedono un rapporto di contrasto specifico (es. 4.5:1), ma non impongono colori fissi. La creatività sta nel trovare palette armoniose che superino i test di leggibilità.



FALSO

2

DESTINATARI

L'accessibilità situazionale si applica solo a chi ha deficit sensoriali (vista/udito) temporanei.

Riguarda anche limitazioni motorie (usare il telefono con una mano sola mentre si regge una borsa) o ambientali (leggere uno schermo sotto la luce diretta del sole).



FALSO

3

CONTENUTI

L'accessibilità situazionale riguarda solo i limiti fisici e non influenza il modo in cui il cervello elabora le informazioni.

Lo stress, la stanchezza o un ambiente con molte distrazioni (es. lavorare in un open space rumoroso) riducono la capacità cognitiva. Un layout pulito e un linguaggio chiaro servono a compensare questi limiti temporanei di attenzione.



FALSO

4

COPYWRITING

Scrivere in modo accessibile significa eliminare ogni termine tecnico o specialistico dal testo.

Significa spiegare i termini complessi, usare frasi brevi e una struttura logica. La precisione tecnica rimane, cambia solo la chiarezza dell'esposizione.



FALSO

5

SVILUPPO

Un codice semantico (es. usare `<button>` invece di `<div>`) migliora automaticamente il posizionamento SEO.

I motori di ricerca sono, tecnicamente, i primi "utenti ciechi": se il codice è semanticamente corretto, gli algoritmi comprendono meglio la gerarchia e il valore dei contenuti.



VERO

6

MANUTENZIONE

Una volta che un sito è stato reso accessibile e certificato, rimarrà tale indipendentemente dai futuri aggiornamenti dei contenuti.

L'accessibilità è un processo continuo. Ogni nuovo caricamento di contenuti o aggiornamento software può introdurre barriere se non vengono seguiti i processi validati, richiedendo monitoraggio costante.



FALSO

VUOI SAPERNE DI PIÙ?

Se vuoi approfondire questi temi o capire come rendere la tua organizzazione più accessibile e inclusiva

SCRIVICI A:

[**accessibility@messagegroup.it**](mailto:accessibility@messagegroup.it)

[**info@messagegroup.it**](mailto:info@messagegroup.it)

CONSULTA IL NOSTRO SITO:

[**www.messagegroup.it**](http://www.messagegroup.it)

© 2026 **Message S.p.A. SB**

All rights reserved. No part of this publication may be reproduced without prior written permission.

 **Message**