

COME PORTARE SUL MERCATO E PROMUOVERE UN PRODOTTO ACCESSIBILE



ACCESS IT

1. DI COSA TRATTA QUESTA LINEA GUIDA?

Questa linea guida riassume le pratiche per rendere i materiali di marketing facilmente accessibili a tutti, comprese le persone con disabilità. Questo può aiutare le aziende ad espandere il loro raggio d'azione e migliorare le comunicazioni, aumentando così il bacino di potenziali visitatori e la fedeltà al marchio dei clienti esistenti.

2. CHI PUÒ BENEFICIARE DI QUESTA LINEA GUIDA?

Questa linea guida è stata creata per i dipendenti dei servizi turistici, sia nel campo del marketing e della comunicazione, che per i creatori/designer di siti web o per altro personale.

3. COME PROMUOVERE LA PROPRIA ATTIVITÀ IN MODO ACCESSIBILE?

Al fine di garantire l'accessibilità per tutti, le imprese dovrebbero promuovere le loro strutture e servizi attraverso materiali di marketing che siano accessibili e inclusivi.

3.1. PIATTAFORME

Condividere il sito web della tua azienda e le informazioni sull'accesso su piattaforme, come siti di recensioni e forum per persone con esigenze di accesso speciali, può essere molto utile per far conoscere le tue strutture accessibili. Alcuni ottimi esempi sono: [TripAdvisor \(Travelling with Disabilities Forum\)](#), [ENAT Accessible Tourism Group on Facebook](#), [Euan's guide](#), [Pantou](#), [Lonely Planet Forum](#), ecc.

3.2. SITI WEB

Il tuo sito web è un'importante porta d'accesso alle informazioni, specialmente per le persone con esigenze di accesso speciali per valutare se la tua attività è adatta a loro. Fornire informazioni affidabili sull'accesso è fondamentale per attirare e convincere i potenziali clienti a visitarlo.

Idealmente, le tue informazioni sull'accesso dovrebbero:

- essere dettagliate, accurate, aggiornate e facili da trovare
- Includere foto delle strutture accessibili e una dichiarazione ufficiale sull'accesso
- I file PDF con le informazioni utili possono essere scaricati dal sito web
- Offrire itinerari e opzioni di trasporto adattate
- Mostrare foto con una varietà di visitatori e testimonianze di visitatori precedenti

Assicurati anche che il tuo sito web:

- sia disponibile in diversi formati e sia funzionale su diversi dispositivi
- sia organizzato e formattato per una corretta interpretazione da parte dei lettori di schermo



- offra la possibilità di regolare la visualizzazione, il carattere e la dimensione dei caratteri
- sia stato testato manualmente per garantire l'usabilità da parte di persone con disabilità

3.3. SOCIAL MEDIA - CONTENUTO

Coinvolgi e interagisci con il tuo pubblico creando contenuti inclusivi e accessibili sui social media:

Testo accessibile

- Usa un linguaggio semplice, mantieni le frasi brevi
- Esprimi gli acronimi e le abbreviazioni
- Evita di usare emoji e GIF, caratteri speciali e font
- gli hashtag e le menzioni @ possono essere fastidiosi per i lettori di schermo
- Assicura un alto rapporto di contrasto tra testo e sfondo

Immagini accessibili

- Includere didascalie descrittive e testo alternativo
- Assicurare un elevato contrasto dei colori
- Evitare di posizionare il testo sopra l'immagine

Video accessibili

- includere didascalie o sottotitoli chiusi, così come una trascrizione scritta del video

3.4. SOCIAL MEDIA - CANALI

I fornitori di servizi turistici che vogliono promuovere i loro servizi accessibili potrebbero voler raggiungere alcuni blogger e chiedere loro di pubblicare articoli di recensione sulle loro strutture sui social media come Facebook, blog e canali YouTube. Ecco alcuni ottimi esempi da controllare:

- **Blogs:** [Martin Sibley](#), [Curb free with Cory Lee](#), [The Bimblers](#), ecc.
- **Canale Youtube:** [Wheels no Heels](#).
- **Gruppi attivi su facebook:** [Accessible Travel Club](#) e [Accessible Tourism](#).

3.5. EMAIL

Le e-mail accessibili non sono solo preziose per le persone con disabilità, ma migliorano l'usabilità in generale garantendo un contenuto più logico e leggibile.

- Le e-mail dovrebbero essere visualizzate nell'ordine corretto, indipendentemente dal dispositivo utilizzato
- La riga dell'oggetto dovrebbe essere breve ma descrittiva e significativa
- Considera il contrasto dei colori e la dimensione dei caratteri
- fornisci alternative di testo per le immagini
- Quando condividi i link, includi una descrizione significativa del link
- Usa gli elementi di intestazione HTML nel tuo codice

3.6. EVENTI DAL VIVO

Considera la possibilità di partecipare a fiere e altri eventi per promuovere la tua attività come fiere internazionali, fiere locali, fiere specializzate nel turismo accessibile.

Impegnati con i gruppi e i club della comunità locale e considera la possibilità di ospitare una giornata a porte aperte per mostrare le tue strutture e i tuoi servizi accessibili.