



palabra 

# **Siamo tutti solo temporaneamente abili.**

*L'accessibilità delle email:  
perché è importante e come implementarla*



## *Cos'è l'accessibilità nelle email?*

L'accessibilità nelle email si riferisce alla pratica di garantire che tutte le persone, comprese quelle con disabilità, possano interagire e comprendere il contenuto delle campagne email.

Ciò implica rendere i contenuti facilmente navigabili e comprensibili per tutti, anche per le lettrici e i lettori che utilizzano dispositivi speciali.

Per garantire l'accessibilità è necessario (in estrema sintesi):

Utilizzare un codice HTML semantico con una struttura corretta

Aggiungere il testo alternativo (alt text alle immagini)

Assicurarsi che gli elementi interattivi siano utilizzabili da chi fa affidamento su queste tecnologie

## *Perché l'accessibilità nelle email è importante?*

Circa il **15% della popolazione mondiale** — ovvero circa **1 miliardo di persone** — vive con qualche forma di disabilità.

Per questo segmento di persone, le email non accessibili rappresentano una barriera per interagire con i brand e fruirne i contenuti.

Inoltre, l'accessibilità digitale è obbligatoria per legge in molti Paesi: leggi come l'Americans with Disabilities Act (ADA) negli Stati Uniti e l'European Accessibility Act nell'Unione Europea impongono che le comunicazioni digitali siano accessibili a tutte – tutte! – le persone.

Le aziende che non rispettano queste normative rischiano multe, cause legali e danni alla reputazione.

Oltre a essere un obbligo legale, rendere le email accessibili promuove inclusività, aiuta i brand ad abbracciare tutto il loro pubblico, a migliorare l'engagement e a rafforzare la fedeltà dei clienti.



## Statistiche su disabilità e accessibilità

Ecco alcune statistiche chiave che sottolineano l'importanza dell'accessibilità:

- **285 milioni di persone nel mondo** soffrono di disabilità visive, di cui 39 milioni sono cieche e 246 milioni hanno problemi di vista (fonte: <https://www.indiatoday.in/education-today/gk-current-affairs/story/world-sight-day-2017-facts-and-figures-1063009-2017-10-12>)
- **1 uomo su 12 e 1 donna su 200** a livello globale soffrono di daltonismo (fonte: <https://www.color-blindness.com/>)
- negli Stati Uniti, quasi **12 milioni di persone di età superiore ai 40 anni** soffrono di una qualche forma di disabilità visiva
- si stima che circa il 15% della popolazione soffra di dislessia convivendo quindi con problemi nella lettura (fonte: [https://www.dyslexia-reading-well.com/dyslexia-statistics.html#google\\_vignette](https://www.dyslexia-reading-well.com/dyslexia-statistics.html#google_vignette))

Questi numeri dimostrano quanto sia cruciale considerare una vasta gamma di disabilità nella progettazione delle campagne email.

# 285 milioni

di persone nel mondo soffrono di disabilità visive, di cui:

## 39 milioni

sono cieche

## 246 milioni

hanno problemi di vista



## *Condizioni da considerare per l'accessibilità nelle email*

Quando si progetta per l'accessibilità, devono essere prese in considerazione diverse tipologie di disabilità, come:

### **Disabilità visive**

Inclusa la cecità, la visione ridotta e il daltonismo. Le email accessibili devono usare del testo alternativo per le immagini e assicurarsi che il colore non sia l'unico mezzo per trasmettere informazioni importanti.

### **Disabilità uditive**

Per i contenuti multimediali come i video, devono essere forniti sottotitoli o trascrizioni.

### **Disabilità cognitive**

Le persone con disabilità cognitive traggono beneficio da un linguaggio semplice, chiaro e da una struttura logica del contenuto; disabilità cognitive come la dislessia e l'ADHD richiedono contenuti e layout semplificati.

### **Disabilità motorie**

Gli elementi interattivi, come i pulsanti, devono essere grandi e facili da cliccare (o tappare se pensiamo al mobile).

### **Disturbi del linguaggio**

Va prevista la possibilità di entrare in contatto con il brand, ad esempio, "rispondendo a questa mail" perché se l'unico modo è il contatto telefonico con il servizio clienti, le persone mute si troveranno impossibilitate.



## *Lettori di schermo e accessibilità nelle email*

I lettori di schermo, come JAWS e NVDA, convertono il contenuto digitale in audio o Braille, permettendo alle persone non vedenti di navigare nelle email.

**Affinché i lettori di schermo interpretino correttamente, le email devono essere codificate in modo appropriato** onde evitare una scarsa esperienza d'uso.

È inoltre fondamentale fornire testo alternativo descrittivo per le immagini e garantire un flusso logico delle informazioni per chi si affida a queste tecnologie.

Ecco una lista dei dispositivi più popolari:

- **NVDA:** il download dello screen reader NVDA (Nonvisual Desktop Access) è gratuito. Secondo un sondaggio WebAIM è anche uno dei più utilizzati
- **JAWS:** un'altra opzione popolare è JAWS (Job Access With Speech), che è uno screen reader di Freedom Scientific. Può anche fornire output Braille
- **VoiceOver:** (da Apple): per gli abbonati che utilizzano un Mac o un iPhone, questo lettore di schermo proprietario sarà probabilmente la loro scelta. È integrato nei dispositivi che eseguono iOS
- **Talkback:** (per Android): questo screen reader di Google fa parte della sua più ampia suite di accessibilità Android. Ha più di 2,7 milioni di download
- **Narratore:** questo è l'utilità per la lettura dello schermo predefinita in Windows. Assistiv Labs (lo sviluppatore del software) afferma che il suo utilizzo è in crescita. Dal 2017 c'è stato un aumento del 150%



## *Perché si dovrebbero creare email accessibili?*

Creare email accessibili non è solo un obbligo legale e morale, ma anche un modo per aumentare l'engagement.

Studi dimostrano che **le email accessibili generano tassi di apertura, click-through e conversione più alti.**

Queste email offrono un'esperienza inclusiva, facilitando l'interazione con il contenuto per tutti i destinatari, indipendentemente dalle loro abilità.

Ciò **aiuta a costruire fiducia e fedeltà nei confronti dei clienti**, che apprezzano un brand attento all'inclusività.

E inoltre favorisce la distinzione dai competitor che, molto probabilmente, in questo momento non stanno abbracciando l'accessibilità.

## *Come l'accessibilità nelle email supporta le attività di marketing*

L'accessibilità nelle email non beneficia solo le persone con disabilità, ma tutti i destinatari.

Implementando le migliori pratiche di accessibilità, i marketer possono migliorare l'esperienza complessiva di lettura delle email e ottenere risultati migliori, perché un design accessibile genera:

- **maggiore leggibilità** per tutti, migliorando l'engagement su tutte le categorie demografiche
- **tassi di conversione più alti:** email chiare e facilmente navigabili tendono a generare più conversioni

Integrare l'accessibilità nella tua strategia di email marketing automation garantisce che il contenuto sia fruibile da un pubblico più ampio, migliorando sia la portata che l'efficacia delle campagne.

E cosa stanno facendo ad oggi le aziende in termini di accessibilità applicata all'email marketing?

Ecco un estratto dal report (datato 2017) realizzato da Email on Acid.



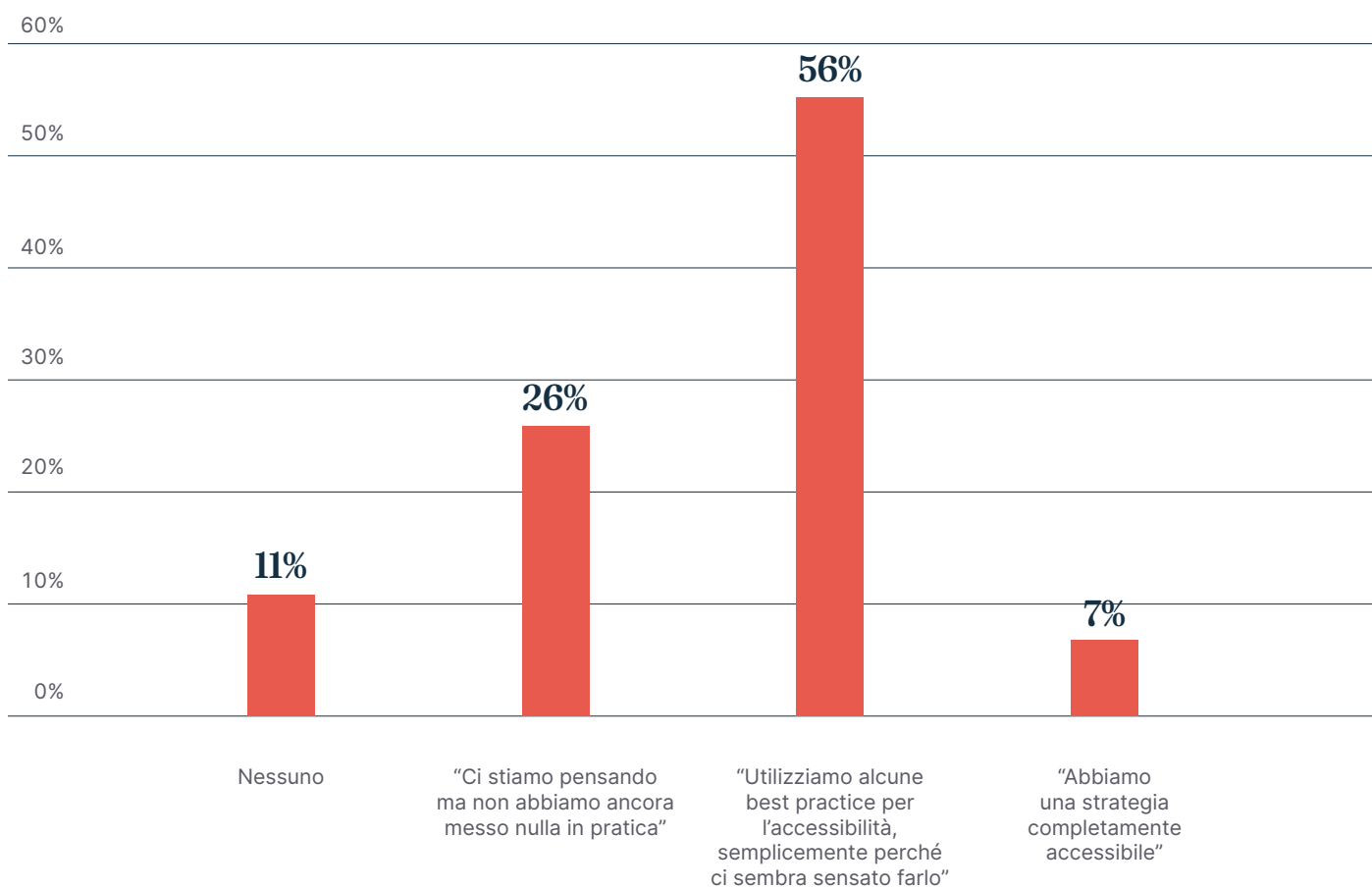
## Che cosa stai facendo attualmente per rendere le tue email accessibili?





Di seguito invece le risposte al sondaggio, svolto dallo strumento di validazione email Validity, alla domanda:

## Qual è il ruolo dell'accessibilità nel tuo attuale programma di email marketing?



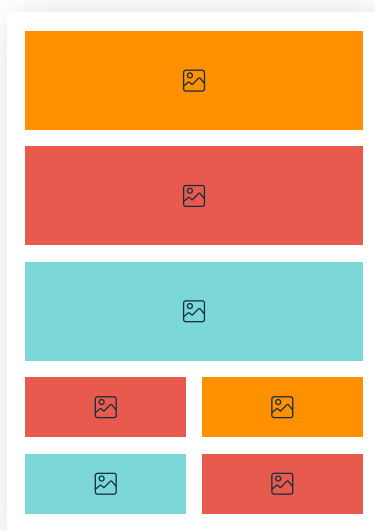




## Come rendere quindi le tue email accessibili?

Per rendere le tue email accessibili, è necessario adottare diverse pratiche chiave:

### 1. Evita di inviare email fatte solo di immagini



 Email basate su immagini



 Email basate su testi e immagini

### 2. Codice HTML

Usa il markup semantico, ad esempio:

- Garantisci una struttura logica dei contenuti per i lettori di schermo, ad esempio `<h1>This is a heading</h1>` e non `<p><class style: bold, font-size:16>This is a heading</p>`
- **Mantieni la gerarchia dell'informazione** utilizzando gli header `<h1>`, `<h2>`, `<h3>`, `<h4>`, `<h5>`, `<h6>` e per il corpo del messaggio il tag `<p>`
- Usa i tag `<strong>` o `<em>` per enfatizzare certe parole all'interno del testo
- Specifica la lingua del contenuto tramite il tag `<html lang="xx">`
- Utilizza l'attributo `role="presentation"` in tutti gli elementi di tipo "Table"



### 3. Fornisci descrizioni significative (alt text) per le immagini

Per aiutare le lettrici e i lettori con dispositivi ad hoc a interpretarle correttamente

### 4. Non scordare il contrasto cromatico

E garantisci un rapporto di contrasto minimo di 4.5:1 tra il testo e lo sfondo; puoi usare uno di questi due strumenti: [Coolors](#) e [contrast ratio](#)



Lorem ipsum

Lorem ipsum

Lorem ipsum

Lorem ipsum

Lorem ipsum

Lorem ipsum

Lorem ipsum

Lorem ipsum

Lorem ipsum

Lorem ipsum

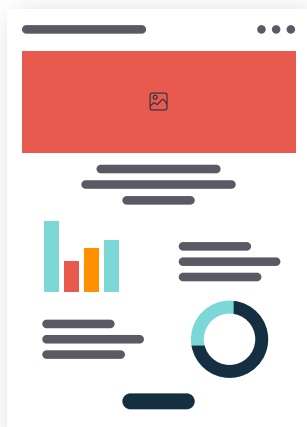
Lorem ipsum

Lorem ipsum

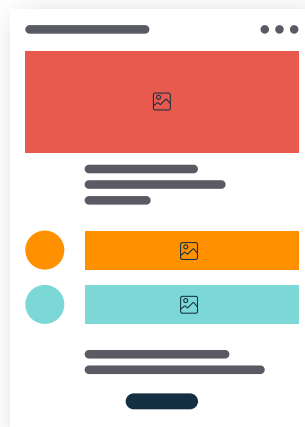
### 5. Template accessibili

- Tutti gli elementi interattivi devono essere accessibili tramite tastiera
- **Evita gli elementi lampeggianti** per prevenire il rischio di crisi epilettiche in persone con epilessia fotosensibile; e se proprio non puoi fare a meno delle GIF, impostane una durata
- **Favorisci** layout semplici, ad esempio a 1 colonna

p ←

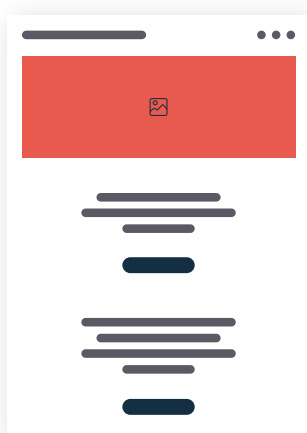


✘ Layout multi-colonna

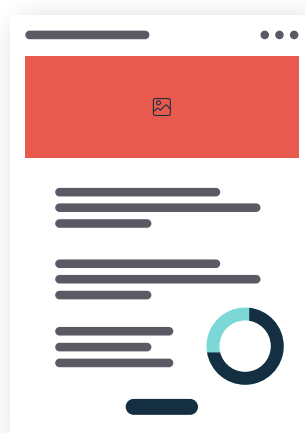


✔ Layout a colonna singola

- **Evita di usare le immagini per trasmettere del testo**
- **Evita il tutto maiuscolo:** per chi soffre di dislessia, è più difficile da decodificare
- **Evita i muri di testo** e usa i grassetti in maniera intelligente
- Usa attributi ARIA ([un'iniziativa per un web più accessibile](#)) per il supporto ai contenuti dinamici
- **Consenti di ridimensionare il testo** senza rompere il layout (prevedi di poter fare uno zoom almeno fino al 200%)
- **Limita l'uso di tabelle** che possono confondere i lettori di schermo
- Fornisci versioni di testo semplice per le email in formato HTML
- Usa per il corpo del testo un carattere di dimensione minima 14px, meglio se Sans-Serif; mentre per titoli e titoletti opta per 18px e 16px. E allinea il copy a sinistra



✘ Testo allineato al centro



✔ Testo allineato a sinistra



- Considera **sufficiente spazio bianco** per garantire che il contenuto sia facilmente individuabile e leggibile
- Assicurati che il testo non si sovrapponga a sfondi complessi o immagini, riducendone così la leggibilità
- **Chiedi feedback alle persone con disabilità** per migliorare le tue campagne e mantieniti aggiornato sugli standard e sugli strumenti in evoluzione
- **Rendi i link distinguibili** dagli altri elementi del messaggio e non usare cta del tipo “clicca qui” bensì del micro-copy che anticipi quello che succederà dopo il clic. Mantieni i link sottolineati e non utilizzare solo il colore per renderli riconoscibili.
- Ottimizza il layout e la resa grafica per il dark mode
- Favorisci i sinonimi con il numero minore di sillabe (“ma” anziché “tuttavia”, “parte” anziché “componente”, “se” anziché “a condizione che”, ...)

## 6. Valuta di utilizzare il test di flesch-kincaid

Lo trovi all'interno di microsoft word e ha una scala da 0 a 100:

- Un punteggio da 90 a 100 dice che il testo può essere compreso da studenti di 11 anni
- Un punteggio da 60-70 dice che la comprensione riguarda ragazzi dai 13 ai 15 anni
- Un punteggio da 30 a 50 significa che ti stai riferendo a studenti dell'università
- Invece un punteggio da 0 a 30 significa che i tuoi interlocutori sono i laureati

## 7. Utilizza questo strumento per una verifica generale prima di inviare

Il progetto [accessible-email.org](https://accessible-email.org) ha creato uno strumento per analizzare le email e verificare il loro livello di accessibilità: puoi usarlo sia per controllare l'HTML di una campagna che deve ancora partire, sia per una verifica a posteriori di una campagna già inviata. [Trovi lo strumento di verifica a questo link.](#)



# Vuoi migliorare il tuo email marketing?

*Se pensi che possiamo aiutarti,  
scrivici a [ciao@palabra.email](mailto:ciao@palabra.email)*