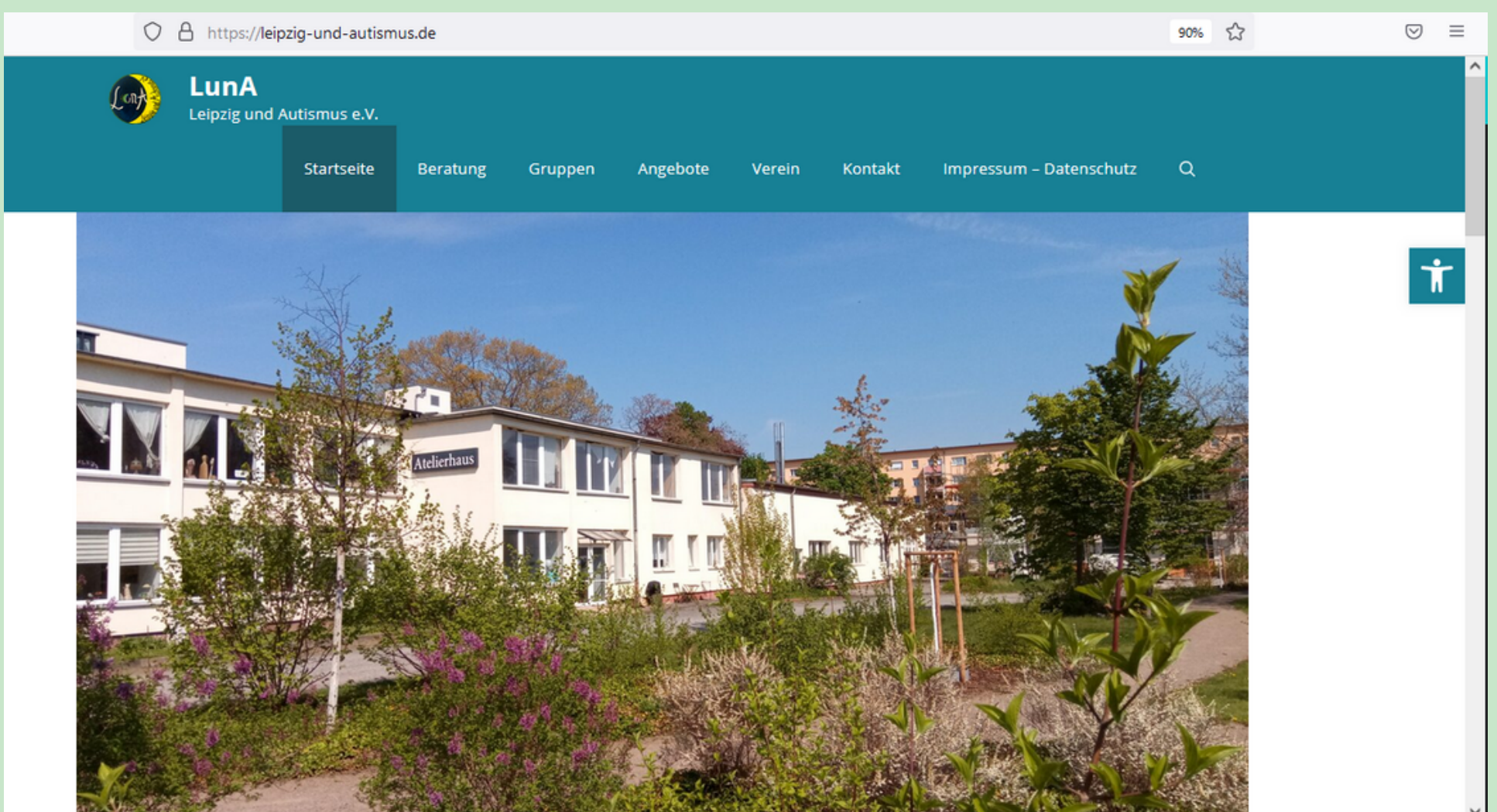




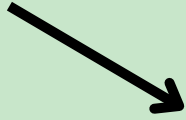
ESEMPIO DI CREAZIONE DI UNA PRESENZA INCLUSIVA SUI SOCIAL MEDIA

Il primo esempio riguarda il "pezzo forte" degli strumenti di PR di ogni organizzazione: il sito web. Vogliamo dare un'occhiata a quello della ONG LunA - Leipzig and Autism e mostrare come può apparire una presenza online sensoriale. Un design di questo tipo è importante per le persone che si lasciano sopraffare facilmente quando si trovano di fronte a molte informazioni in una volta sola, o per le persone che hanno una ricettività cognitiva limitata (ad esempio, le persone affette da demenza). Per loro è fondamentale poter trovare rapidamente le informazioni necessarie. Ma onestamente: chi non apprezza una homepage che permette di trovare rapidamente le informazioni necessarie?



Se si visita il sito web di LunA, si viene accolti da un'immagine dell'edificio e da un menu per navigare tra tutte le informazioni. Anche il design è molto semplice e adatto a disabilità sensoriali. Ci sono sfumature blu su uno sfondo bianco. Vediamo cosa succede se clicchiamo su "Angebote" ("i nostri servizi"):

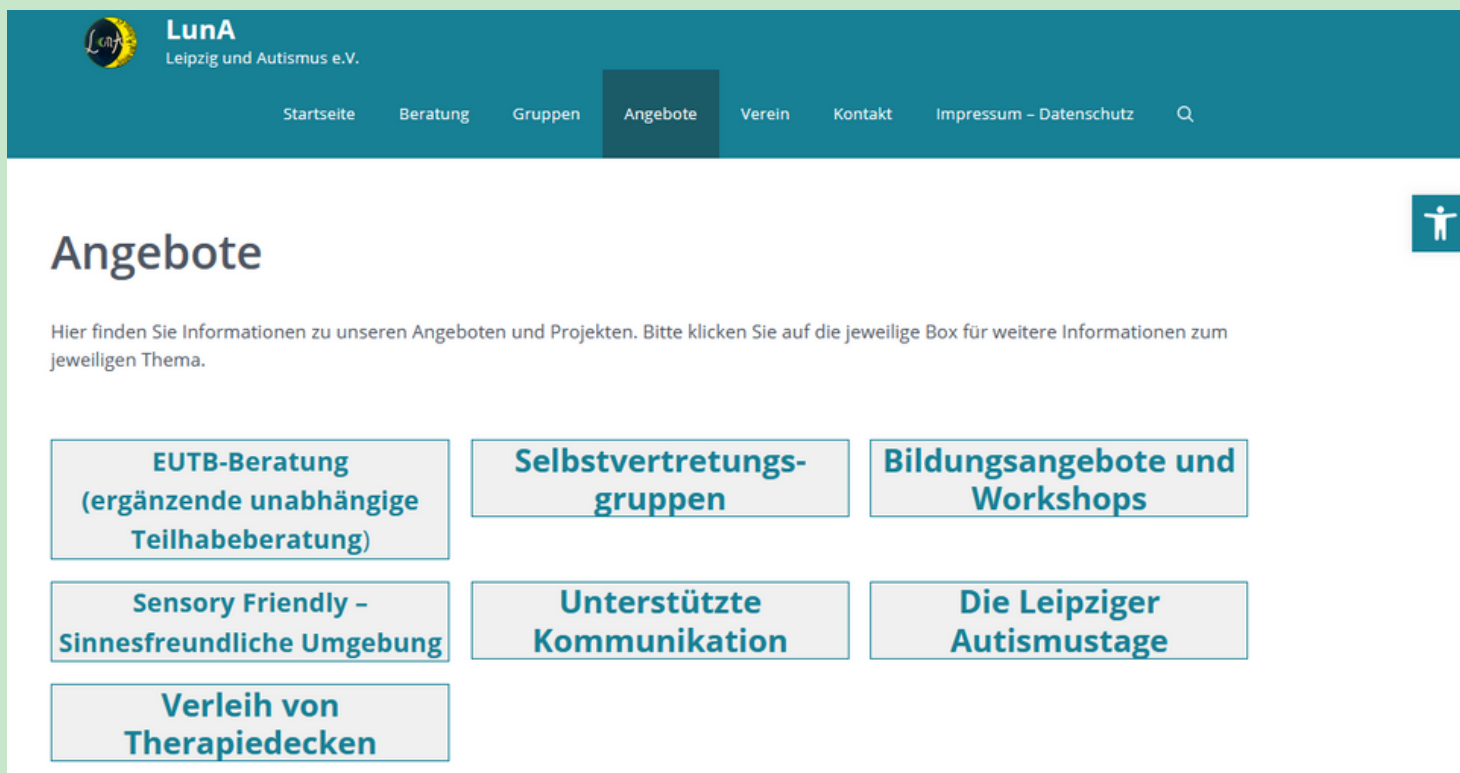
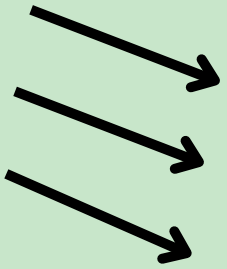
1



2



3



1

Il design, il tema cromatico e la configurazione non cambiano.

2

L'opzione "Accessibilità" è presente in ogni pagina. Se fosse "nascosta" da molte immagini o testo, le persone ipovedenti potrebbero non essere in grado di trovarla e utilizzarla.

3

Tutti i servizi offerti sono presentati in modo chiaro. Facendo clic su uno di essi, vengono visualizzate ulteriori informazioni (ma sempre brevi e concise) in una nuova scheda del browser. L'aspetto è questo: il design è coerente e le informazioni precise: di che cosa tratta l'offerta (nel nostro caso, un ambiente a basso impatto sensoriale)? Chi si può contattare?

