

ALLEGATO**SCHEDA****CAMPAGNA DI COMUNICAZIONE**

| | |
|---|---|
| TITOLO | L'accessibilità digitale crea valore diffuso. |
| INQUADRAMENTO DELLA CAMPAGNA | La tecnologia deve unire, non escludere. L'accessibilità digitale significa garantire a tutte le persone – indipendentemente da abilità, età o strumenti utilizzati – la possibilità di navigare, informarsi, lavorare e partecipare pienamente alla vita online. Rendere i contenuti e i servizi digitali inclusivi non è solo un obbligo normativo, ma un atto di responsabilità sociale e di innovazione. Questa campagna nasce per sensibilizzare, formare e incoraggiare aziende, istituzioni e cittadini a costruire un web davvero aperto a tutti. |
| OBIETTIVI | <ul style="list-style-type: none">- Sensibilizzare l'opinione pubblica sul fatto che l'accessibilità digitale è un diritto fondamentale e riguarda tutti.- Valorizzare la diversità mostrando come le tecnologie accessibili favoriscano l'inclusione sociale, lavorativa e culturale.- Promuovere un cambiamento culturale: passare dalla percezione dell'accessibilità come obbligo tecnico a quella di opportunità di innovazione e di equità sociale, oltre che economica |
| TARGET | <ul style="list-style-type: none">- Cittadini: per aumentare la consapevolezza e la richiesta di servizi digitali accessibili.- Aziende private: soprattutto quelle che offrono servizi digitali (banche, e-commerce, media, utilities), affinché comprendano il valore competitivo e sociale dell'accessibilità, anche alla luce dell'entrata in vigore dell'European Accessibility Act. |
| CONTENUTI | L'accessibilità digitale permette ad ogni persona di agire in autonomia e partecipare alla vita digitale. AgID agevola e promuove l'accessibilità digitale in forza dei compiti che le sono attribuiti dalla Legge 4/2004; è inoltre designata come Autorità di vigilanza sull'accessibilità dei servizi digitali di cui al D. Lgs. 82/2022, che recepisce la direttiva europea nota come European Accessibility Act (Direttiva UE 2019/882). |
| DIFFUSIONE | Televisione (canali RAI) Radio (canali RAI) |
| MONITORAGGIO E VALUTAZIONE | Per il monitoraggio e la valutazione della campagna saranno raccolti i dati di audience radio-televisiva per valutare la copertura e la frequenza con cui lo spot è stato visto/ascoltato. Verranno analizzate le interazioni generate sui canali digitali collegati alla campagna (sito web, social media), così da comprendere il livello di attenzione e di partecipazione del pubblico. |
| PERIODO DI DIFFUSIONE | Aprile-giugno 2026 |
| RISORSE FINANZIARIE | Nessun budget disponibile per acquisto spazi su mezzi a pagamento. Materiali (spot) già disponibili, con possibilità di modifiche a carico dell'Agenzia. |
| TEMI TRASVERSALI DI COMPETENZA DI PIU' AMMINISTRAZIONI | Ministro per le disabilità. |