

Essere accessibili adesso: un impegno che premia

L'accessibilità non è più una questione prettamente tecnica ma una vera e propria prerogativa per una comunicazione efficace e di valore: Andrea Borlengo di Lundquist ne ha parlato con Marco Battistello, IR & Corporate Web Manager di Mediobanca.

*Intervista con Marco Battistello
IR & Corporate Web Manager, Mediobanca*

📌 Nell'aprile 2019 il Parlamento Europeo ha approvato la Direttiva sui requisiti di accessibilità per prodotti e servizi, nota come European Accessibility Act. Entro giugno 2025 tutti i siti Web europei dovranno essere accessibili, con particolare riferimento alle Web Content Accessibility Guidelines 2.0 livello AA. Cosa vi ha spinto ad anticipare già al 2021 questo investimento per migliorare l'accessibilità prima di tutto del vostro sito istituzionale, solitamente visto come un canale maggiormente dedicato a professionisti più che al grande pubblico?

MB Tutto nasce già 10 anni fa, quando il sito era quello istituzionale di Mediobanca S.p.a. e dove fornivamo solo le informazioni dedicate a investitori e analisti finanziari. Un primo passo

è stato quello di decidere di “aprirci al mondo”, raccontando la nostra identità e il nostro business. Questo ci ha permesso di trasformare il sito da un semplice repository di numeri a uno strumento di comunicazione capace di raggiungere una platea più ampia di utenti. Un ulteriore passo è stato poi la presa di coscienza, a partire dai vertici stessi, della necessità di dialogare anche con gli utenti meno esperti e la successiva trasformazione del sito da quello di Mediobanca S.p.a. a quello del Gruppo Mediobanca.

Tutto questo ci ha portato a chiederci come fosse possibile farlo evolvere ulteriormente e in questo la recente esperienza di partner del Comitato Italiano Paralimpico (CIP) iniziata nel 2016 è stata un importante fattore, sensibilizzando tutto il team sulle necessità delle persone con disabilità.



Gli anni futuri devono avere come mantra la scelta di soluzioni “nativamente accessibili”.

Siamo partiti da un dato: il 20% della popolazione mondiale è portatore di caratteristiche peculiari che ostacolano o impediscono l'utilizzo efficace del web, in pratica 1 ogni 5 individui.

Questa consapevolezza ci ha spinto ad agire, in anticipo rispetto alla scadenza del 2025, perché ormai l'impegno verso l'accessibilità era diventato chiave

anche per essere coerenti con il tema dell'inclusione sociale che abbiamo messo al centro del nostro impegno di sostenibilità. Abbiamo quindi avviato un'indagine di mercato per individuare la soluzione migliore che potesse aiutarci a colmare il gap di comunicazione ancora esistente, raggiungendo così anche quegli utenti con particolari difficoltà visive e uditive.

Quali sono le principali funzionalità di cui è stato dotato il sito di Mediobanca? Quali sono gli obiettivi che vi siete posti?

MB Parto dagli obiettivi. Quello primario, come accennato prima, era quello di rendere fruibile il sito Mediobanca ad un pubblico sempre più ampio di stakeholder.

Volevamo quindi individuare una soluzione che ci aiutasse a capire dove era necessario intervenire sul sito e, allo stesso tempo, ci permettesse di renderlo conforme e aggiornato in tempo reale alle indicazioni legislative e alle best practice internazionali. Per quanto riguarda invece il prodotto scelto, si compone principalmente di due parti:

1. L'interfaccia che si pone al di sopra del sito e che consente, da un lato, alle persone con disabilità di adeguare le pagine del sito in funzione delle proprie necessità e, dall'altro, permette a chiunque di confezionarsi il sito "come se fosse suo".

Ad esempio, è possibile interrompere le animazioni, far comparire una tastiera virtuale sullo schermo da usare con il mouse, consultare il dizionario e il glossario integrato, regolare i colori scegliendo contrasto e saturazione, enfatizzare il mouse o la messa a fuoco, silenziare i suoni.

2. L'applicazione di intelligenza artificiale che scansiona il contenuto dell'intero sito web attraverso un processo di "comprensione contestuale" in grado di apprendere lo scopo e la funzione di ogni singolo elemento. Attraverso questa scansione il sistema segnala le modifiche necessarie e interviene a sua volta correggendo i problemi.

L'applicazione di intelligenza artificiale include, per esempio, le regolazioni di navigazione con screen-reader per i non vedenti, la navigazione da tastiera per le persone con difficoltà motorie, il riconoscimento delle immagini IRIS e OCR per fornire automaticamente accurate descrizioni di testo alternativo.

Contemporaneamente abbiamo anche lavorato sull'implementazione del codice e sulla fruibilità dei contenuti eliminando alcuni punti critici come catene di reindirizzamento, broken link, Viewport di dispositivi mobili, ecc.

Quali riscontri avete avuto sulla soluzione che avete adottato?

MB Prima di essere messa online ci siamo chiesti "ma come facciamo ad essere sicuri che l'interfaccia funzioni?" Abbiamo quindi pensato di sfruttare la partnership in atto con il Comitato Italiano Paralimpico e farla testare ad alcuni atleti con disabilità diverse, che ci hanno dato i loro feedback in termini di accessibilità, oltre a suggerimenti su come poterla ulteriormente migliorare.



Abbiamo poi girato alcuni dei commenti ricevuti alla società che ci ha fornito la piattaforma, che è risultata molto felice di avere a disposizione questi riscontri perché frutto di soggetti non direttamente coinvolti nello sviluppo del device e quindi particolarmente utili. Ho inoltre ricevuto anche un feedback da parte di uno studente universitario che ha trovato il sito particolarmente capace di supportarlo nella ricerca di informazioni per lui utili, senza la necessità di farsi aiutare da parte di un collega.

Questa soluzione ci ha anche permesso, nello specifico, di ottenere le certificazioni di aderenza agli standard WCAG 2.1 e W3C, in merito alla qualità tecnica delle pagine web e dei servizi, risultando così compliant al 100% alle richieste legislative già in ottica 2025.

Passando a considerare tutto l'ecosistema di comunicazione digitale di Mediobanca, avete già in programma ulteriori progetti per rendere i vostri canali sempre più accessibili e alla portata di tutti gli utenti?

MB Le stesse funzionalità pensate per il sito corporate saranno implementate anche sui siti di tutte le altre società del Gruppo e anche sulla intranet aziendale.

Questo per dare continuità al percorso intrapreso, anche nell'ottica della promozione di inclusione sociale che, come ho detto, è alla base del nostro impegno di sostenibilità.

Più in generale, se nel 2021 abbiamo reso accessibile il nostro sito web, gli anni futuri devono avere come mantra la scelta di soluzioni "nativamente accessibili".

Business Responsabile

Comunicazione

Lavora con Noi

English

Italiano ▾

ement

Consumer Banking

Corporate & Investment Banking

Principal Investing

ondere



aderisce alla Net-Zero
ance e neutralizza le
ssioni dirette

Essere accessibili oggi è imprescindibile e questo può essere realizzato solo attraverso strumenti che, invece di sfruttare un'interfaccia di supporto, nascono già con tali soluzioni integrate al proprio interno, con un guadagno sia in termini di velocità nel dare le informazioni che di semplicità nel reperirle.

Questo perché solo attraverso dispositivi ausiliari non è possibile raggiungere l'accessibilità al 100%.

Bisogna quindi agire sul codice parallelamente con il miglioramento dei contenuti, cosa per cui ci stiamo attivando con la nostra web agency.

Volendo fare un esempio, parlando di intelligenza artificiale a supporto della lettura delle grafiche, di fronte ad un'immagine che raffigura un oggetto non trova particolari difficoltà a descrivere di quale oggetto si tratti e addirittura a indicarne la marca.

Quando si tratta di un grafico, sarebbe invece necessario già includere nel codice le specifiche di tale raffigurazione affinché lo strumento sia capace di illustrare in modo efficace il grafico e non semplicemente di riportare l'elenco degli elementi presenti.

📌 Si può quindi dire che oggi l'accessibilità non è più solamente una questione tecnica e di user experience quanto un vero e proprio tema di comunicazione che le aziende non possono più rimandare?

MB Sono assolutamente d'accordo. L'IT può venire sicuramente in aiuto, ma la necessità è prima di tutto quella di comunicare a un pubblico più ampio. In particolare, l'epidemia da Covid-19 ha mostrato ancor di più l'importanza

dell'accessibilità per il mondo delle aziende, una necessità resa ancora più evidente con il boom dello smart working e della didattica a distanza. Il concetto di accessibilità si può quindi ulteriormente ampliare a un impegno sia verso l'esterno, in termini di comunicazione, sia al proprio interno, in favore dei propri dipendenti.

Le aziende già da adesso, ma sempre di più in futuro, sono chiamate a investire al fine di rendere più accessibile il proprio patrimonio informativo web e supportare le proprie persone fornendo gli strumenti adatti per lavorare in modo semplice e sicuro.

Va in questa direzione, per esempio, il piano di Microsoft di promuovere l'accessibilità nella tecnologia, nella formazione e nel lavoro, con il nuovo fondo nell'ambito AI for Accessibility e, soprattutto, con gli aggiornamenti delle sue piattaforme principali, da Teams a Word. Sempre in quest'ottica, Instagram ha introdotto nuove funzionalità nelle Storie, il suo format più popolare.

Sotto al riquadro arriveranno i sottotitoli automatici, così da permettere anche a chi ha problemi di udito di comprendere il significato di un parlato.

Facebook ha annunciato il miglioramento della tecnologia di Testo Alternativo Automatico, che usa l'intelligenza artificiale per creare descrizioni delle foto per le persone non vedenti e ipovedenti.

Si tratta solo di tre esempi recenti tra tanti che mettono in luce come le grandi aziende di comunicazione già da tempo si stanno muovendo in questa direzione. La questione legislativa risulta quindi superata, in quanto si tratta di rispondere prontamente alle necessità delle persone con cui ci si interfaccia ogni giorno, non solo quelle con particolari disabilità.



📌 Prima di concludere, volendo riassumere quanto detto finora, vi sentite di dare tre consigli pratici alle aziende che devono ancora intraprendere o hanno appena iniziato il proprio percorso verso l'accessibilità e guardando a Mediobanca come un possibile esempio da seguire?

1. Trattandosi comunque di problematiche funzionali e di user experience, la strada ideale da intraprendere è quella di coinvolgere, durante l'intero ciclo di sviluppo e anche successivamente al rilascio, utenti con disabilità eterogenee nel verificare la reale accessibilità del servizio, così da valutare l'intuitività dell'applicazione e se risulta effettivamente capace di soddisfare i bisogni reali.

2. Considerare l'accessibilità come un elemento cruciale nelle scelte tecnologiche, in quanto si tratta di una importante forma di inclusione sociale dato che il digitale ha assunto una rilevanza non indifferente nella vita di tutti noi.

3. Imparare e migliorare grazie ai dati, attraverso il supporto di strumenti capaci di monitorare e scansionare

il sito, mettendo in evidenza tutte le criticità e i gap da colmare. Se a un primo impatto può sembrare particolarmente impegnativo leggere e comprendere queste informazioni, si tratta in realtà di elementi chiave per andare a impattare laddove effettivamente c'è bisogno.



MARCO BATTISTELLO

*IR & Corporate Web Manager,
Mediobanca*

Marco Battistello lavora in Investor Relations per Mediobanca come Corporate Web Manager. È responsabile della strategia online e dello sviluppo del sito web del Gruppo sia dal punto di vista tecnologico che dei contenuti editoriali.

Prima di entrare in Mediobanca ha lavorato come manager nella divisione Finance di Accenture. Ha conseguito una Laurea in Corporate Management e un Executive MBA presso la SDA Bocconi.