

WHITE PAPERS

Accessibilità e Design System

*Come rispondere ai requisiti
dell'European Accessibility Act*



Guida pratica all'accessibilità
e inclusività design-to-code

INTRODUZIONE

Dal 28 giugno 2025, ogni sito, app, software o documento digitale dovrà essere accessibile. Non è più un'ipotesi lontana, ma una scadenza concreta, marcata dall'entrata in vigore dell'**European Accessibility Act (EAA)**, la direttiva europea che impone nuovi requisiti a tutti i prodotti e servizi digitali rivolti al pubblico.

L'obiettivo è garantire che ogni persona, con o senza disabilità, possa usare e comprendere contenuti digitali senza ostacoli. Non è solo un aspetto puramente tecnico. È una questione di equità, di reputazione e sempre più spesso di competitività.

I dati sono chiari: in Europa, **una persona su quattro convive con una disabilità***. Eppure, molti dei principali siti italiani non rispettano ancora i requisiti minimi: testi poco leggibili, contrasti insufficienti, immagini senza descrizione sono ancora all'ordine del giorno*.

Errori evitabili, ma ancora diffusissimi.

* Report Accessibilità digitale,
Ergoproject, 2025

Capire come rispondere ai requisiti dell'EAA può sembrare complesso, soprattutto per chi entra per la prima volta in questo territorio, e non basterà certo installare un widget per risolvere la questione. Per questo abbiamo pensato a un **documento che aiuta marketing manager e digital leader a orientarsi**, con esempi concreti, linguaggio semplice e strumenti pratici.

Perché l'accessibilità, prima ancora che un obbligo, è **una scelta strategica**. Non è un costo da giustificare, né un favore da concedere. È un modo per raggiungere più persone e costruire esperienze digitali migliori.



INDICE

- 2** Introduzione
- 5** Accessibile by design: introduzione al design system
- 13** Accessibility Act: di cosa si tratta?
- 16** Perché questa norma?
- 19** L'EAA riguarda anche me?
- 21** Le sanzioni, perché non adeguarsi all'EAA può costare caro
- 27** Widget di Accessibilità: da solo davvero non basta
- 32** Dalla teoria alla pratica: le WCAG spiegate bene
- 42** I criteri WCAG 2.1 AA da conoscere bene
- 61** I tool amici dell'accessibilità
- 68** Accessibilità e design system, un binomio strategico
- 71** E adesso? Come SparkFabrik può aiutarti con l'EAA
- 74** Prendi una decisione prima degli altri



Capitolo 1

Accessibile by design: introduzione al design system



// Quando si parla di conformità all'Accessibility Act, molti pensano solo al codice e quindi a chi si occupa di sviluppo. In realtà, **l'accessibilità inizia molto prima, ovvero nel modo in cui si progetta e si mantiene un'interfaccia**. Ecco perché **il design system è un elemento strategico**. Un design system è un insieme organizzato di linee guida, componenti visivi, modelli e codice riutilizzabile che aiuta a progettare (e mantenere) prodotti digitali in modo coerente, efficiente e scalabile.



H1 AaBb

H2 AaBb

H3 AaBb

H4 AaBb

Poppins

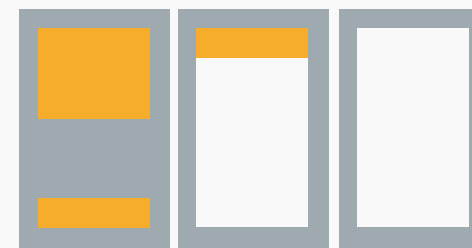
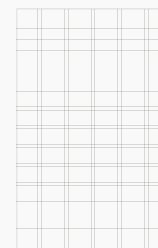
**ABCDEFGHIJKLMN
OPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmn
opqrstuvwxyz
0123456789
!@#\$%&?**



BUY NOW **BUY NOW**

HOW TO USE

Lorem Ipsum is simply dummy text of the printing and typesetting industry. Lorem Ipsum has been the industry's standard dummy text ever since the 1500s, when an unknown printer took a galley of type and scrambled it to make a type specimen book. It has survived not only five centuries, but also the leap into electronic, typesetting, remaining Lorem Ipsum is simply.



È il manuale operativo strategico che i team di prodotto usano per costruire ogni schermata, bottone o interazione. Include linee guida chiare su elementi fondamentali come tipografia, palette colori, spaziature, griglie, iconografia e comportamenti interattivi. Fondamentale, fornisce anche componenti pronti all'uso, come pulsanti, form, modali, card, caroselli, spesso corredati da snippet di codice testato, funzionante (e accessibile).

L'obiettivo ultimo di un design system è creare una **single source of truth** (unica fonte di verità) per lo sviluppo di interfacce coerenti e scalabili all'interno di un'organizzazione, un punto di riferimento centrale e condiviso da tutti i team. In altre parole, è un prodotto pensato per creare altri prodotti. Un sistema di elementi di design, regole e principi che permette di costruire esperienze digitali coerenti, riconoscibili e ben strutturate su tutti i canali e dispositivi.

Un design system ben progettato e, soprattutto, ben implementato non migliora solo l'aspetto visivo di un prodotto. Rende l'esperienza utente più fluida, omogenea ed intuitiva, rafforza e garantisce l'**identità del brand** e aiuta



i team a lavorare e collaborare meglio, portando ordine, riducendo il debito tecnico e tagliando tempi e costi inutili.

// Importante, un design system è strategico tanto in fase di **progettazione** e realizzazione di un prodotto, quanto in fase di **mantenimento** e sviluppo continuativo nel tempo.

// Ma i vantaggi non si fermano a coerenza, efficienza e scalabilità. Oggi più che mai, un design system robusto è il **fondamento imprescindibile** per creare prodotti digitali realmente **accessibili ed inclusivi** per tutti*, rispondendo così anche ai requisiti normativi.

* Identificare problemi di accessibilità che partono dal design,
Accessibility Days 2024



Perché un design system accessibile è cruciale per l'EAA

Il cuore dell'Accessibility Act è semplice: rendere i prodotti digitali **usabili da chiunque, indipendentemente dalle abilità**. Per farlo serve un approccio sistematico, che va ben oltre la semplice installazione di un tool opzionale come un widget di accessibilità. E qui entra in gioco il design system con i suoi principi chiave.

- / **Standardizzazione:** se i componenti (come bottoni, form, modali) sono costruiti già accessibili, il rischio di errore si riduce drasticamente.
- / **Efficienza:** che vuol dire non ripartire da zero ogni volta. Basta aggiornare il componente nel design system per garantire l'accessibilità ovunque venga usato.
- / **Scalabilità:** i requisiti WCAG 2.1 AA obbligatori per legge possono essere codificati nel sistema, e quindi replicati su larga scala.



E come si traduce tutto questo per un designer o un marketing manager?

Significa **più controllo** sulla qualità del prodotto finale, meno debito tecnico e un modo concreto per rispettare i requisiti dell'EAA, senza improvvisare all'ultimo minuto.

Gli obiettivi di un design system accessibile

Se dovessimo dire cosa deve garantire un design system davvero accessibile, questa sarebbe la nostra lista minima:

- / **contrasto visivo adeguato** tra testo e sfondo;
- / **gerarchie tipografiche leggibili** per dimensioni, spaziatura, font;
- / **stati di focus ben visibili** per chi naviga da tastiera;
- / **etichette chiare e semanticamente corrette**;
- / **layout responsive e adattabile** a ogni dispositivo;
- / **compatibilità** con screen reader e tecnologie assistive.



Un insieme di elementi fondamentali per superare le verifiche tecniche, ma anche per offrire una user experience migliore per tutte le tipologie di utenti.

Un'opportunità, non solo un obbligo

Ma non confondiamo l'accessibilità con una semplice **checklist**.

È un'opportunità per semplificare, ottimizzare e rendere l'esperienza digitale più efficace. Pensare accessibile fin dall'inizio riduce costi di manutenzione e rende il brand più forte e inclusivo. È una leva strategica, non solo una compliance da spuntare.

L'accessibilità è anche una **leva di business**. In un mercato in cui le gare pubbliche premiano la conformità ai criteri WCAG e penalizzano chi non li rispetta, essere già in regola può fare la differenza tra vincere o restare fuori. Le organizzazioni che integrano questi requisiti nel design system non solo si adeguano alla normativa, ma competono meglio nel proprio mercato.



I benefici si toccano con mano: interfacce più intuitive, meno richieste di supporto, più utenti raggiunti e miglior posizionamento sui motori di ricerca, grazie all'allineamento tra accessibilità e best practice SEO.

- /// Infine, c'è una questione di visione.
- /// Allocare risorse all'accessibilità oggi significa evitare costosi interventi correttivi domani. È un investimento strategico, non una spesa in più.
- /// E può diventare un reale vantaggio competitivo, se affrontato con metodo e consapevolezza.



Capitolo 2

Accessibility Act: di cosa si tratta?



Andiamo con ordine e vediamo da vicino cos'è e cosa dice questa nuova legge europea. L'European Accessibility Act è una direttiva europea (2019/882) che impone requisiti di accessibilità per una vasta gamma di prodotti e servizi digitali. È già da diverso tempo che se ne parla in teoria, ma solo adesso è stata fissata una scadenza per mettere queste regole in pratica.

A partire dal 28 giugno 2025, i requisiti saranno obbligatori per le aziende private che operano nel mercato europeo, comprese quelle italiane.

Il riferimento tecnico principale è la norma EN 301 549, che include l'adozione degli standard WCAG 2.1 livello AA (Web Content Accessibility Guidelines).

In pratica, significa che qualsiasi prodotto digitale destinato al pubblico (da un sito e-commerce a un'app mobile) dovrà essere accessibile per utenti con disabilità visive, uditive, motorie o cognitive.

In Italia, l'attenzione all'accessibilità digitale non è nuova: il percorso normativo è iniziato con la "**Legge Stanca**" (Legge n. 4/2004), inizialmente rivolta alla pubblica amministrazione, e poi estesa anche ai soggetti privati attraverso successive modifiche. L'EAA si inserisce quindi in una traiettoria



già avviata, ma segna un punto di svolta perché pone l'accessibilità al centro della progettazione digitale anche nel settore privato.

// L'obiettivo dell'Accessibility Act è proprio colmare il divario ancora esistente tra pubblico e privato e uniformare gli standard di accessibilità nei Paesi UE.

// È una legge che cambia le regole del gioco: i prodotti digitali devono diventare inclusivi già in fase di progettazione.



Capitolo 3

Perché questa norma?



IN EUROPA UNA PERSONA SU QUATTRO VIVE CON UNA DISABILITÀ



100 MILIONI DI PERSONE IN EUROPA

L'Accessibility Act **non nasce solo da una spinta tecnica, ma da una motivazione profondamente sociale**, ovvero rimuovere barriere invisibili che, ancora oggi, impediscono a milioni di persone di accedere in modo equo a contenuti, servizi e prodotti digitali.

/// Come detto, in Europa una persona su quattro vive con una disabilità.
/// **Eppure, la maggior parte dei prodotti digitali non è progettata per**
/// **essere realmente fruibile da tutte le persone.**

Nel mondo fisico, è normale trovare rampe per sedie a rotelle o posti riservati per chi ha esigenze particolari. Eppure, nel mondo digitale, queste attenzioni spesso mancano. Perché il digitale non dovrebbe essere progettato con la stessa cura per garantire un accesso semplice a tutti? Il digitale potrebbe essere un potente strumento di inclusione, ma solo se viene progettato con attenzione fin dall'inizio. Del resto, anche installare un ascensore in un edificio già costruito è molto più complesso e costoso rispetto a inserirlo nel progetto fin dall'inizio.

**IL 5,2% DELLA
POPOLAZIONE
ITALIANA HA
UNA DISABILITÀ**

**3,1 MLN
DI PERSONE
CON DISABILITÀ**



Le disabilità prese in considerazione dall'Accessibility Act sono:

- / **motorie**, difficoltà a usare il mouse o la tastiera;
- / **sensoriali**, problemi visivi o uditivi;
- / **cognitive**, difficoltà nella comprensione, concentrazione o lettura;
- / **temporanee**, come un braccio rotto o uno stato di affaticamento mentale;
- / **situazionali**, come un ambiente rumoroso che rende difficile ascoltare audio o un ambiente con troppa luce che ostacola la visualizzazione del display.

Se vediamo i numeri nel dettaglio, in Italia ci sono **3,1 milioni di persone con disabilità**, pari al **5,2% della popolazione**, mentre a livello europeo si parla di oltre **100 milioni di persone**. Numeri che rendono evidente il bisogno di prodotti digitali realmente inclusivi, non solo per una questione di diritti, ma anche per **raggiungere una fetta di mercato spesso trascurata**.



Capitolo 4

L'EAA riguarda anche me?



Se ti stai facendo questa domanda, sappi che il campo di applicazione dell'Accessibility Act è molto ampio: l'EAA riguarda **tutte le aziende che operano nel mercato europeo e offrono prodotti o servizi digitali al pubblico**. Sono previste **solo due eccezioni**:

MICROIMPRESE

aziende con meno di 10 dipendenti e fatturato o bilancio annuo inferiore a 2 milioni di euro;

CASI DI ONERE SPROPORZIONATO

ovvero quando adeguarsi comporterebbe costi eccessivi rispetto ai benefici, da dimostrare con documentazione tecnica ed economica.

Per tutti quelli che non rientrano in queste due eccezioni, la scadenza è chiara: **entro il 28 giugno 2025**, siti web, app, software e prodotti digitali devono essere conformi agli standard **WCAG 2.1 AA**, come previsto dalla norma **EN 301 549**. E ricorda, l'adeguamento riguarda sia prodotti già sul mercato, sia quelli in fase di sviluppo. Quindi no, rimandare non è più un'opzione.



Capitolo 5

Le sanzioni, perché non adeguarsi all'EAA può costare caro



Come scritto nell'Accessibility Act, per chi non rispetta i requisiti di accessibilità, **sono previste sanzioni "efficaci, proporzionate e dissuasive"**. In Italia, le penali possono andare dai 5.000 euro fino ad arrivare ai **10 milioni di euro**, con l'aggiunta di potenziali **sospensioni del prodotto o del servizio digitale***.

Per le aziende private, il rischio è anche reputazionale: un servizio non accessibile può portare a **segnalazioni da parte degli utenti**, ispezioni da parte delle autorità (AgID o MIMIT) e, in casi gravi, a contenziosi legali.

Cosa fare (e cosa non fare) per essere in linea con l'Accessibility Act

Rendere un prodotto digitale conforme all'EAA richiede conoscenze specifiche, tempo, metodo e le persone giuste al posto giusto. Per questo abbiamo raccolto, ruolo per ruolo, cosa puoi fare subito e cosa è meglio evitare.

* Accessibility guide: obblighi, normative e opportunità, UNGUESS, 2022



Se sei marketing manager

Hai un ruolo chiave. Sei tu che coordini le attività digitali, scegli i partner e approvi i budget. Ecco cosa puoi fare fin da subito:

- / **Informati e forma il tuo team.** Anche se non ti occupi direttamente di sviluppo o UX, devi conoscere i requisiti minimi di accessibilità.
- / **Valuta lo stato attuale del tuo sito o prodotto digitale.** Chiedi un audit di accessibilità a un partner esperto come SparkFabrik che può affiancarti in un percorso di adeguamento*.
- / **Programma una roadmap.** Non tutto va fatto subito, ma ogni cosa va pianificata. Parti dalle criticità maggiori e costruisci un piano di interventi.
- / **Nomina un "Accessibility Champion".** Scegli una persona che possa promuovere la cultura dell'accessibilità all'interno dell'organizzazione. Il suo compito sarà sensibilizzare il team e diventare un punto di riferimento continuo sul tema.

*Accessibility Act Compliance Plan,
SparkFabrik per Caleffi, 2025



Se sei CIO o responsabile IT

L'EAA ricade anche sotto la tua responsabilità tecnica. Ignorarlo o posticiparlo può comportare rischi di non conformità, sanzioni e debito tecnico difficile da risolvere in emergenza. Ecco cosa puoi fare:

- / **Integra l'accessibilità nel piano di sviluppo.** Ogni nuovo rilascio o refactoring dovrebbe includere la revisione dei criteri WCAG.
- / **Investi in formazione** per dev, designer e QA.
Il team deve conoscere strumenti, metodi e riferimenti normativi.
- / **Avvia un audit completo**, meglio se misto (automatico e manuale), con un partner competente. I risultati ti serviranno per costruire una roadmap realistica.
- / **Metti in calendario la dichiarazione di accessibilità**, è obbligatoria dal 2025 e va redatta, pubblicata e aggiornata ogni anno.



Se ti occupi di design o di sviluppo

Per il tuo ruolo, l'**accessibilità fa parte del lavoro di ogni giorno.**

Non è un'aggiunta a cui pensare alla fine, ma un requisito progettuale.

Ecco le pratiche da integrare subito nel tuo flusso:

- / **Applica le WCAG già in fase di design** a partire da contrasto, gerarchia, uso dei colori, focus visibile, etichette corrette.
- / **Testa le interfacce con tastiera e screen reader**, non solo con il mouse o dispositivi touch (esistono tool come NVDA Screen Reader per farlo, ne parliamo sotto).
- / **Semplifica i flussi, evita barriere cognitive.** Ricorda che un design accessibile fa bene a tutti, non solo alle persone con disabilità.
- / **Documenta il tuo processo e condividi buone pratiche** nel tuo team, accessibilità vuol dire anche cultura condivisa in azienda.



3 cose che invece non dovresti fare

(qualsiasi sia il tuo ruolo)

1 Saltare i test con persone reali.

I test automatizzati servono, ma non bastano. Il modo migliore per capire se un'interfaccia è accessibile è coinvolgere persone con disabilità nei test di usabilità.

2 Rimandare tutto all'ultimo minuto.

Adeguarsi all'EAA non è un lavoro da fare a ridosso della scadenza. Serve tempo per analisi, progettazione, sviluppo e validazione.

3 Pensare che basti un widget.

Il widget è un elemento aggiuntivo opzionale che può offrire alcune funzionalità rapidamente, ma non garantisce un sito accessibile né conforme alle normative.



Capitolo 6

Widget di Accessibilità: da solo davvero non basta



Di fronte alla scadenza dell'European Accessibility Act e alla necessità di rendere accessibili i tuoi touchpoint digitali, potresti essere attratto da soluzioni che promettono risultati rapidi con sforzi minimi.

Tra queste, i widget di accessibilità sono spesso presentati come una panacea, veri e propri tool automatici che promettono accessibilità in pochi clic. Ma è davvero così?

La risposta breve è: **no, un widget da solo non è sufficiente per garantire la conformità e, soprattutto, un'esperienza utente realmente accessibile.**

La stessa [AccessiWay \(produttrice di accessiWidget\)](#) chiarisce che la sua soluzione **“non permette di garantire la conformità del sito web alle normative italiane ed europee in materia di accessibilità. È una soluzione che offre un supporto nel processo di ottimizzazione dell'accessibilità e nell'adeguamento dell'esperienza utente dei siti internet.”** Questo sottolinea la sua natura di supporto, non di soluzione completa.

**UN WIDGET
DA SOLO
NON È
SUFFICIENTE
PER
GARANTIRE
LA
CONFORMITÀ**



Più nel dettaglio, i widget hanno tre limiti importanti che gli impediscono di essere la soluzione definitiva.

- 1 Copertura parziale:** I widget agiscono principalmente sull'interfaccia utente "visibile", applicando modifiche temporanee (es. contrasto, dimensione del testo). Non possono correggere problemi strutturali profondi nel codice (HTML semantico, attributi ARIA mancanti o errati, navigazione da tastiera compromessa a livello di codice). Molti criteri WCAG 2.1 AA semplicemente non possono essere soddisfatti da un overlay.
- 2 Dipendenza dal markup esistente:** Un widget, per funzionare al meglio delle sue (limitate) capacità, richiede comunque che il codice sottostante del sito sia già ben strutturato e semanticamente corretto. Se il sito ha problemi di accessibilità radicati nel codice, il widget potrà fare ben poco.
- 3 Non risolve l'accessibilità "by design":** L'accessibilità vera ed efficace nasce nella fase di progettazione e si consolida nello sviluppo. Un widget interviene a valle, come una "pezza", ma non può infondere una cultura dell'accessibilità né garantire che nuove funzionalità o contenuti siano creati in modo accessibile fin dall'origine.




Per rendere questo punto più chiaro, possiamo ricorrere ad un parallelismo con una situazione analoga e familiare: quello con i banner per il consenso dei cookie, all'entrata in vigore del GDPR.

/// Come provider delle cookie solutions (quali iubenda o Cookiebot) offrono strumenti utili per facilitare la gestione del consenso, così i widget di accessibilità possono offrire alcune funzionalità aggiuntive. Tuttavia, così come non basta installare un banner per essere conformi al GDPR (devi comunque assicurarti che i cookie siano gestiti correttamente a livello tecnico, che vi sia blocco preventivo, che le configurazioni dei banner siano corrette per il tuo caso specifico, che siano rispettate tutte le regole di consenso e privacy), allo stesso modo, per l'accessibilità, **il widget è solo un intervento superficiale, non una soluzione completa.**



Affidarsi unicamente ad un widget può quindi creare una **falsa illusione di conformità** ed una pericolosa sensazione di sicurezza, esponendo l'azienda a rischi legali e reputazionali, oltre a non servire realmente gli utenti con disabilità.

 Al contrario, l'accessibilità deve essere integrata nel DNA di un prodotto digitale, attraverso un approccio "design-to-code". Questo significa progettare fin dall'inizio e implementarla correttamente a livello di codice, idealmente attraverso un design system accessibile.

Un widget può quindi essere considerato un **elemento aggiuntivo** che offre alcune personalizzazioni dell'esperienza utente e che supporta l'accessibilità: sotto tale punto di vista è un'ottima aggiunta al proprio sito. Ma la base solida per un sito realmente accessibile e conforme all'EAA risiede in un lavoro strutturato che coinvolge design, sviluppo, una cultura aziendale consapevole e, spesso, la guida di partner esperti capaci di orchestrare un approccio design-to-code completo.



Capitolo 7

Dalla teoria alla pratica: le WCAG spiegate bene



Riprendiamo da un punto fondamentale: l'Accessibility Act impone la conformità ai requisiti e alle linee guida del **WCAG 2.1, livello AA**.

Ma cosa significa davvero e come sono fatte queste regole?

Proviamo a spiegarlo senza perderci in tecnicismi. Come detto nel capitolo precedente, le **WCAG** sono le regole internazionali che aiutano a capire se un sito, un'app o un contenuto digitale è accessibile oppure no. Significa che ogni touch point digitale deve essere **percepibile, utilizzabile, comprensibile e robusto** per tutte le persone, comprese quelle con disabilità. Su cosa significa AA ci arriviamo tra poco.

A noi piace dire che non si tratta tanto di una questione tecnica, quanto di uno sforzo di tutto il team. Per farla breve, **l'accessibilità si costruisce a più livelli:** comincia dalle **scelte visuali in fase di design** e nei componenti del design system e nei flussi di navigazione, **passa per i contenuti e si concretizza nel codice**.



Se già nel mockup mancano elementi fondamentali come un focus visibile o se troviamo un contrasto troppo basso o etichette poco leggibili, **nessuna nuova riga di codice potrà salvarla.**

È per questo che il rispetto delle WCAG non può essere lasciato solo a chi si occupa dello sviluppo. Serve un **approccio collettivo**: designer, dev, content, marketing, sono tutte figure coinvolte e con la propria responsabilità.

E, un'ultima nota importante sul tema, è bene ricordare che sì, il livello minimo richiesto dall'EAA è **WCAG 2.1 AA**, ma esistono anche standard più avanzati - come WCAG 2.2 (già pubblicato) e **WCAG 3.0** (in arrivo). In molti casi, puntare oltre il minimo è la vera chiave per progettare esperienze davvero inclusive.



Come sono fatte le WCAG

Le WCAG sono **un sistema molto strutturato**, pensato per essere utile a figure anche molto diverse tra loro, come designer, sviluppatori e content strategist, ma anche docenti, buyer o project manager. Sono costruite su **quattro livelli di orientamento**: dai principi generali alle tecniche pratiche.

Una nota prima di entrare nel dettaglio: se il tuo ruolo è quello di marketing manager o digital leader, non ti serve conoscere tutto a memoria. Ma ti serve **capire la logica** di questo sistema, soprattutto per avere ben chiaro il processo che porta a un prodotto accessibile.

I principi

Alla base di tutto ci sono **quattro grandi principi**. Sono i pilastri dell'accessibilità digitale e servono a rispondere a una domanda semplice: **una persona con disabilità o difficoltà temporanea può usare questa interfaccia?**



I quattro principi sono:

1 **Percepibile,**

i contenuti devono essere accessibili ai diversi sensi (vista, udito, tatto).

Per esempio, il testo alternativo alle immagini aiuta chi usa screen reader a comprenderle senza vederle.

2 **Utilizzabile,**

l'interfaccia deve poter essere usata anche solo da tastiera o con comandi vocali;

3 **Comprensibile,**

i contenuti e i flussi devono essere chiari e prevedibili;

4 **Robusto,**

il prodotto deve funzionare anche con tecnologie assistive come i lettori di schermo.

Questi principi non si testano direttamente, ma danno la direzione a tutto il resto. Se anche uno solo viene meno, l'accessibilità non c'è.



Le linee guida

Da ogni principio derivano delle linee guida generali: sono 13 in totale. Non sono verificabili in sé, ma indicano gli obiettivi di progetto da seguire. Sono come le regole del buon senso che chi crea contenuti dovrebbe sempre avere in mente.

Per esempio: **“Rendere distinguibili i contenuti visivi”** o **“Fornire modalità di input alternative”**. Non si entra nello specifico di come farlo, ma è chiaro che è necessario farlo.

**REGOLE
DEL BUON
SENSO CHE
CHI CREA
CONTENUTI
DOVREBBE
SEMPRE
AVERE IN
MENTE**



Eccole in estrema sintesi:

Percepibile

1. Fornire testo alternativo per immagini e contenuti non testuali.
2. Offrire sottotitoli e trascrizioni per audio e video.
3. Assicurare che i contenuti siano visibili e leggibili
(es. contrasto e dimensioni).
4. Usare più modi per comunicare le informazioni
(es. testo + colore).

Utilizzabile

5. Garantire che tutte le funzioni siano accessibili tramite tastiera.
6. Dare tempo sufficiente per leggere e interagire con i contenuti.
7. Evitare contenuti che possono causare crisi epilettiche
(lampeggiamenti).
8. Rendere la navigazione chiara e coerente.



Comprensibile

9. Usare un linguaggio semplice e chiaro.
10. Far funzionare le pagine in modo prevedibile e coerente.
11. Aiutare a prevenire e correggere errori con messaggi chiari.

Robusto

12. Garantire la compatibilità con tecnologie assistive.
13. Usare un codice standard e ben strutturato per assicurare la futura accessibilità.

Criteri di successo

Qui entriamo davvero nel pratico. Per ogni linea guida, ci sono dei **criteri di successo verificabili**: sono quelli che si usano per fare audit, checklist, test di conformità, e - cosa fondamentale - sono quelli che l'Accessibility Act **impone per legge**.



Ogni criterio ha un livello di conformità:

Livello A, il minimo indispensabile.

Livello AA, lo standard "medio" richiesto dalla normativa.

Livello AAA, il massimo livello di accessibilità, consigliato in casi specifici.

Va detto che anche un sito conforme al livello AAA non è automaticamente accessibile a tutte le persone, soprattutto in caso di disabilità cognitive o combinazioni complesse. Ma è un segnale chiaro di attenzione e un passo importante verso esperienze più inclusive.



Tecniche e consigli

Per ogni criterio esistono una serie di tecniche, ovvero delle informative di due categorie, quelle sufficienti e quelle consigliate. Sono esempi pratici, snippet di codice, casi d'uso, errori comuni o strumenti da usare.

- / **Le tecniche sufficienti** permettono di soddisfare il criterio.
- / **Le tecniche consigliate** vanno oltre e aiutano a migliorare anche dove la legge non arriva.

Questo livello è particolarmente utile per chi lavora all'implementazione concreta: designer, content, sviluppatori, QA e chiunque abbia il compito di trasformare le regole in interfacce reali. È qui che si trovano le soluzioni pratiche e i "come si fa" per rendere accessibile un prodotto. Per orientarti in modo sicuro tra tutte queste regole, puoi consultare [la traduzione ufficiale delle WCAG 2.1 in italiano](#), dove tutti i criteri sono elencati individualmente e accompagnati dal loro livello di conformità.

**RENDERE
ACCESSIBILI
UN
PRODOTTO
IN MODO
SICURO**



Capitolo 8

I criteri WCAG 2.1 AA da conoscere bene



Ora che abbiamo capito com'è strutturato il sistema WCAG, entriamo nel concreto. Qui di seguito trovi una selezione dei criteri più rilevanti per chi lavora a stretto contatto con prodotti digitali. Abbiamo scelto quelli che ricorrono più spesso negli audit, che fanno davvero la differenza per le persone e che si possono **riconoscere anche a occhio nudo**.

1. Percepibile

L'utente riesce a vedere, leggere, sentire i contenuti?

CRITERIO 1.4.1 – USO DEL COLORE

Il colore non deve essere l'unico modo per comunicare un'informazione.

PERCHÉ È IMPORTANTE

Una scritta in colore rosso non dice nulla a chi è daltonico o non distingue bene i colori.

SCARICA L'EBOOK

SCARICA L'EBOOK

SCARICA L'EBOOK

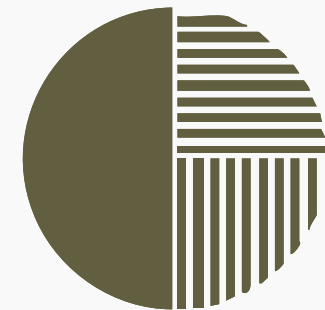
SCARICA L'EBOOK

Visualizzazione dei colori
nei daltonici



BEST PRACTICE

- ✓ Usa etichette testuali, icone o simboli per accompagnare il colore.
- ✓ Oltre al colore o ai simboli usa una dicitura esplicita, come "campo obbligatorio".
- ✓ Usa pattern, texture o bordi nei grafici per distinguere gli elementi.
- ✗ Non affidarti solo al colore per trasmettere messaggi, errori o stati.
- ✗ Non usare colori troppo simili per elementi diversi (es. verde chiaro e giallo chiaro).
- ✗ Non dare per scontato che tutti vedano i colori nello stesso modo.



Una tecnica è usare le texture al posto del colore



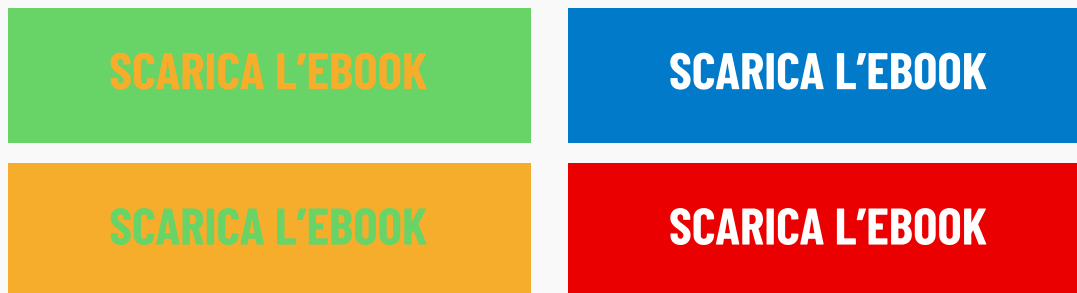
CRITERIO 1.4.3 – CONTRASTO MINIMO

Il testo deve avere contrasto sufficiente rispetto allo sfondo:

4.5:1 per i testi normali, 3:1 per testi grandi.

PERCHÉ È IMPORTANTE

Testi con poco contrasto rispetto allo sfondo sono difficili da leggere, non solo per chi ha disabilità visive, ma anche per chi, ad esempio, sta leggendo sotto la luce diretta del sole.



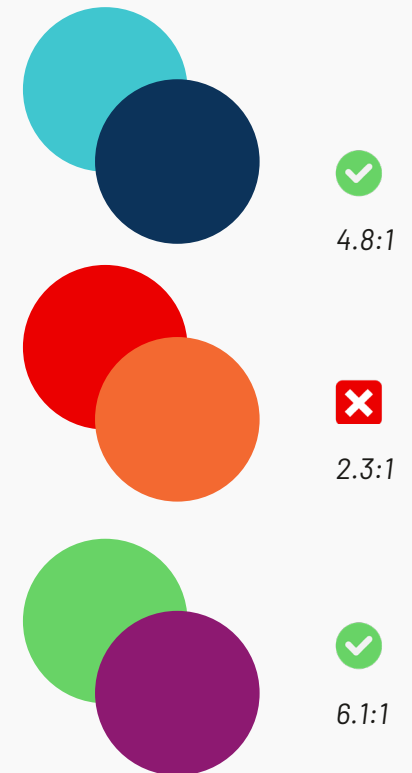
Mantenere un buon contrasto
tra gli elementi



BEST PRACTICE

- ✓ Verifica il contrasto con strumenti come Colour Contrast Checker.
- ✓ Progetta pensando a chi ha forme comuni di daltonismo: rosso/verde o blu/giallo possono sembrare identici.
- ✓ Controlla hover, focus, attivo, disattivo: il contrasto deve restare sufficiente anche negli stati interattivi.

- ✗ Non ridurre il contrasto nei placeholder o nei microcopy per motivi estetici.
- ✗ Non usare colori simili tra testo e sfondo (es. grigio chiaro su bianco o azzurro su verde acqua).



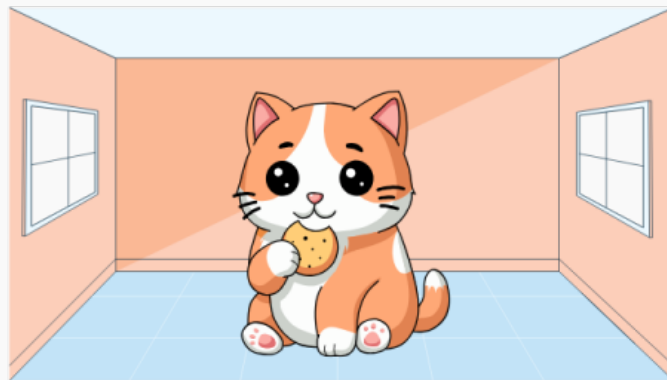
Verifica il contrasto con strumenti come Colour Contrast Checker

CRITERIO 1.1.1 – ALTERNATIVE TESTUALI (ALT TEXT)

Ogni immagine rilevante deve avere una descrizione testuale.

PERCHÉ È IMPORTANTE

Chi usa un lettore di schermo sente solo il testo. Le immagini senza alt text diventano invisibili.



```

```

ALT TEXT

Usare l'Alt Text è fondamentale
per chi usa un lettore di schermo.



BEST PRACTICE

- ✓ Scrivi alt text descrittivi e concisi che spieghino lo scopo o il contenuto dell'immagine.
- ✓ Usa alt="" solo per immagini puramente decorative così gli screen reader le salteranno.
- ✓ Se l'immagine contiene testo rilevante, riporta il testo nell'alt.
- ✓ Per grafici complessi, usa una descrizione lunga anche in forma testuale sotto l'immagine.

- ✗ Non lasciare alt text generici come "immagine", "foto", "grafico".
- ✗ Non sovraccaricare l'alt text con descrizioni troppo dettagliate o soggettive.
- ✗ Se c'è già una didascalia visibile accanto all'immagine, non ripeterla nell'alt.
- ✗ Non scrivere "Immagine di..." nell'alt text: lo screen reader annuncia già che si tratta di un'immagine, non serve ripeterlo.



2. Utilizzabile

L'utente riesce a usare l'interfaccia?

2.1.1 – NAVIGAZIONE DA TASTIERA

Tutte le funzioni devono essere accessibili anche da tastiera.

PERCHÉ È IMPORTANTE

Chi ha difficoltà motorie, ma anche chi usa tecnologie assistive, naviga con Tab, frecce e Invio.

Se un menù funziona solo con il mouse, è inaccessibile.



Tutte le funzioni devono essere accessibili anche da tastiera.

BEST PRACTICE

- ✓ Testa il sito solo con la tastiera: riesci ad accedere a tutto?
- ✓ Assicurati che elementi interattivi come modali, slider, menu a tendina siano controllabili senza mouse.

- ✗ Non associare funzioni solo agli eventi del mouse
(es. **onclick** o **mouseover**):devono essere attivabili anche da tastiera.
- ✗ Non dimenticare gli stati intermedi, come l'apertura o la chiusura di una modale:
assicurati che possano essere gestiti anche con **Esc** o spostandosi con **Tab**.



2.4.7 – FOCUS VISIBILE

L'elemento attivo deve essere evidenziato chiaramente.

PERCHÉ È IMPORTANTE

Forse non sai che si può navigare un sito solo con la tastiera (Tab, Shift+Tab, spazio). Per farlo bene, serve che l'elemento con il "focus" sia chiaramente visibile. Senza questa indicazione, chi usa la tastiera non sa dove si trova e rischia di perdersi.

:FOCUS

:FOCUS-VISIBLE

L'elemento attivo deve essere evidenziato chiaramente.



BEST PRACTICE

- ✓ Mantieni lo stile :focus nei CSS per evidenziare l'elemento attivo, ad esempio con un bordo colorato o una sottolineatura.
- ✓ Verifica che il focus sia ben visibile in ogni stato: normale, hover, attivo.
- ✗ Non rimuovere lo stile del focus solo perché non si addice allo stile del design: puoi personalizzarlo, ma deve restare percepibile.
- ✗ Non lasciare più elementi focalizzati visivamente contemporaneamente: si crea confusione nell'interazione da tastiera.

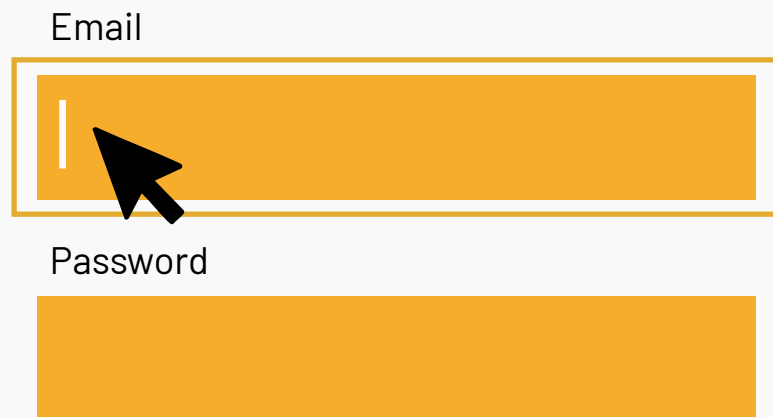


2.4.3 – ORDINE DEL FOCUS

L'ordine di navigazione con Tab deve seguire la logica visiva.

PERCHÉ È IMPORTANTE

Se il focus salta da destra a sinistra o in fondo alla pagina in modalità casuale, la navigazione diventa confusa.



L'ordine di navigazione con Tab deve seguire la logica visiva.



BEST PRACTICE

- ✓ Segui una progressione naturale del focus:
dall'alto verso il basso, da sinistra a destra, secondo il layout visivo.
- ✓ Testa il flusso su componenti dinamici come modali, menu, slider: devono integrarsi nel percorso senza spezzarlo.
- ✗ Non inserire elementi "invisibili" nel flusso (es. link nascosti o campi vuoti):
confondono la navigazione.
- ✗ Non creare loop infiniti nei componenti interattivi: dai sempre un'uscita logica all'utente.



3. Comprensibile

L'utente riesce a capire cosa sta succedendo?

3.3.1 – MESSAGGI DI ERRORE CHIARI

Gli errori nei form devono essere comprensibili e risolvibili.

PERCHÉ È IMPORTANTE

Ritrovarsi davanti a un "Errore generico" è frustrante.

Se invece scriviamo "Inserisci un indirizzo email valido"

l'utente può individuare e quindi risolvere subito il problema.

Email

XXXXXXXX@GMAIL.COM

Conferma Email

@GMAIL.COM

! Inserisci un indirizzo email valido



Gli errori nei form devono essere comprensibili e risolvibili.



BEST PRACTICE

- ✓ Metti il messaggio vicino al campo, aiuta l'utente a capire subito cosa è andato storto e dove deve agire.
- ✓ Specifica non solo qual è l'errore ma anche come risolverlo.
- ✓ Usa un tono umano che spiega e accompagna senza colpevolizzare.

- ✗ Non usare frasi vaghe come "Si è verificato un errore".
- ✗ Non usare un linguaggio tecnico o codici di errore che non sono comprensibili per la maggior parte delle persone, come "400 Bad Request".



3.3.2 – ETICHETTE SEMPRE VISIBILI

I campi devono avere una label chiara e stabile.

PERCHÉ È IMPORTANTE

Se usiamo solo placeholder che spariscono quando si inizia a scrivere chi ha problemi di memoria o attenzione può perdersi.

The diagram illustrates two scenarios for an input field. On the left, a rectangular box contains the placeholder text "Email o numero di telefono". Below it is an orange button with the text "CONTINUA". On the right, a similar box contains the same placeholder text followed by the email address "robertorossi@gmail.com". A black arrow points to the email address. Below this box is another orange button with the text "CONTINUA".

I campi devono avere una label chiara e stabile.



BEST PRACTICE

- ✓ Usa etichette esterne dal campo di scrittura.
- ✓ Il placeholder è un suggerimento, non sostituisce la label.
- ✓ Limitare il numero dei campi a solo quelli essenziali nel form.
- ✓ Suddividere il numero dei campi in gruppi più piccoli.

- ✗ Non cambiare posizione o visibilità delle etichette durante la compilazione:
crea disorientamento.
- ✗ Non nascondere le label con interazioni complicate o effetti hover.



4. Robusto

Il sito funziona con lettori di schermo e tecnologie assistive?

4.1.2 – STRUTTURA SEMANTICA E COMPATIBILITÀ

Gli elementi devono usare tag HTML semantici come.

`<button>`, `<label>`, `<nav>`.

PERCHÉ È IMPORTANTE

Le tecnologie assistive come i lettori di schermo si basano sulla struttura del codice, non sull'aspetto visivo.



Text Html



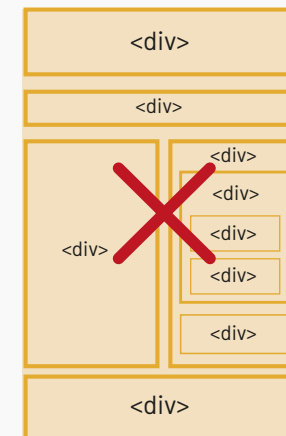
L'HTML semantico non riguarda solo i motori di ricerca. Beneficia anche gli utenti di lettori di schermo.



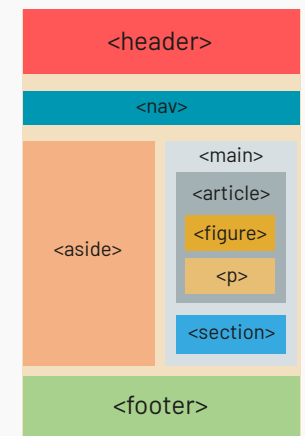
BEST PRACTICE

- ✔ Usa tag HTML semantici per definire il ruolo degli elementi, come `<header>` o `<main>`.
- ✔ Verifica che ogni label sia associata al campo giusto (for e id).
- ✔ Testa la compatibilità con screen reader e altri strumenti assistivi.
- ✘ Non simulare componenti interattivi con `<div>` o ``.
- ✘ Non dimenticare di associare le etichette ai rispettivi input.
- ✘ Non usare HTML obsoleto o fuori standard che confonde le tecnologie assistive.

HTML NON-SEMANTICO



HTML SEMANTICO



Struttura Semantica e compatibile



Capitolo 9

I tool amici dell'accessibilità



Fin qui abbiamo visto cosa rende un'esperienza digitale davvero accessibile e dove si annidano gli errori più comuni. Ora probabilmente ti starai facendo una nuova domanda: come faccio a capire se un sito o un'app sono davvero accessibili? La buona notizia è che ci sono tantissimi strumenti, gratuiti o a pagamento, che ti possono aiutare. Ecco la nostra selezione dei migliori strumenti, divisi in tre categorie a seconda della loro specializzazione: Audit, Design, Test.



Audit

COMPENDIO EUROPEAN ACCESSIBILITY ACT (SPARKFABRIK)

- / Cos'è:**
guida operativa gratuita e accessibile sull'EAA con checklist WCAG 2.1 AA.
- / Cosa fa:**
raccoglie info su EAA, requisiti, scadenze, soggetti e checklist per conformità.
- / Per chi è utile:**
team digitali, compliance, sviluppatori.

Link:

<https://eaa.sparkfabrik.com/>

WAVE – WEB ACCESSIBILITY EVALUATION TOOL

- / Cos'è:**
estensione browser che evidenzia problemi di accessibilità sulla pagina.
- / Cosa fa:**
controlla contrasto, alt text, heading, link, ARIA, errori strutturali.
- / Per chi è utile:**
marketing manager, designer, sviluppatori, QA.

Link:

<https://wave.webaim.org>



AXE DEVTOOLS

- / Cos'è:**
strumento tecnico integrabile in Chrome DevTools.
- / Cosa fa:**
analizza DOM e segnala errori secondo WCAG.
- / Per chi è utile:**
sviluppatori, QA, accessibility specialist.

Link:

<https://www.deque.com/axe/>

AXE-CORE (DEQUE LABS)

- / Cos'è:**
libreria open source JS per test automatici di accessibilità.
- / Cosa fa:**
analizza DOM e segnala violazioni WCAG con dettagli e suggerimenti.
- / Per chi è utile:**
sviluppatori, QA, accessibility specialist.

Link:

<https://github.com/dequelabs/axe-core/tree/develop>



LIGHTHOUSE (GOOGLE CHROME DEVTOLS)

- / Cos'è:**
strumento integrato in Chrome per audit automatici su pagine web.
- / Cosa fa:**
valuta performance, SEO, best practices, accessibilità; individua problemi tecnici base.
- / Per chi è utile:**
sviluppatori, QA, team digitali.

Link:

<https://developer.chrome.com/docs/lighthouse/>

MAUVE (CNR)

- / Cos'è:**
uno strumento di valutazione automatica dell'accessibilità web sviluppato dal CNR.
- / Cosa fa:**
analizza pagine web e fornisce un report dettagliato sul livello di conformità agli standard WCAG, con segnalazioni di problemi e suggerimenti per la risoluzione.
- / Per chi è utile:**
sviluppatori, accessibility specialist, team QA, enti pubblici e privati che devono garantire la conformità normativa.

Link:

<https://mauve.isti.cnr.it/>



Design

COLOR CONTRAST CHECKER (WEBAIM)

- / Cos'è:**
strumento per calcolare il contrasto tra due colori.
- / Cosa fa:**
verifica il rispetto dei requisiti WCAG 2.1.
- / Per chi è utile:**
designer, content strategist,
dev front-end.

Link:

<https://webaim.org/resources/contrastchecker/>

CONTRAST GRID (EIGHTSHAPES)

- / Cos'è:**
comparatore visuale per testare combinazioni testo/sfondo.
- / Cosa fa:**
mostra a colpo d'occhio quali combinazioni rispettano il contrasto minimo.
- / Per chi è utile:**
UI designer.

Link:

<https://contrast-grid.eightshapes.com>



TABA11Y

/ Cos'è:

plugin Chrome sviluppato da Salesforce.

Cosa fa:

- /** mostra il percorso del focus quando navighi con Tab.

Per chi è utile:

- /** UX designer, dev front-end, QA.

Link:

<https://github.com/SalesforceLabs/Tab11y>



Test

NVDA SCREEN READER (WINDOWS)

/ Cos'è:

screen reader gratuito per Windows, sviluppato da NV Access.

/ Cosa fa:

legge ad alta voce i contenuti e descrive la struttura della pagina.

Per chi è utile:

dev front-end, QA, accessibility specialist, UX writer.

Link:

<https://www.nvaccess.org/>

ACCESSWIDGET (BY ACCESSIWAY)

/ Cos'è:

widget di accessibilità da integrare nel sito tramite codice.

/ Cosa fa:

applica automaticamente, grazie all'intelligenza artificiale, correzioni di accessibilità (es. contrasto, lettura assistita, navigazione da tastiera) e offre una toolbar personalizzabile per l'utente.

/ Per chi è utile:

marketing manager, team digitali o IT che cercano una soluzione automatizzata e conforme alle normative europee.

Link:

<https://www.accessiway.com/accesswidget>



Capitolo 9

Accessibilità e design system, un binomio strategico



Un design system accessibile non è solo un lavoro ben fatto. È una cassetta degli attrezzi che permette ai team di progettare interfacce inclusive fin dall'inizio, senza dover rincorrere problemi durante o dopo lo sviluppo.

Durante gli Accessibility Days è emerso chiaramente: tanti errori nascono già nelle prime definizioni del design. Se un componente in Figma non rispetta i criteri WCAG, è un errore che verrà replicato a cascata ovunque, nel codice e nell'esperienza utente.

Per evitare tutto questo e rendere davvero accessibile il tuo design system, ci sono alcuni passaggi da non sottovalutare:

/ Coinvolgi chi si occupa di contenuti.

Anche il testo è un'interfaccia. Etichette, messaggi, alt text, microcopy: tutto dev'essere progettato con attenzione. Per questo è importante avere nel team content designer e UX writer.



✓ **Fai entrare sviluppatori e QA fin dal design.**

Se chi scrive il codice e chi testa l'interfaccia partecipa alla progettazione, eviti sorprese dopo. I dev possono evidenziare limiti tecnici, i QA validare l'accessibilità in anticipo.

✓ **Porta le regole WCAG dentro Figma.**

Usa plugin, checklist e componenti approvati: aiutano tutti a tenere d'occhio i requisiti fin dalle prime bozze*.

✓ **Non fidarti solo dei test automatici.**

Naviga con la tastiera, prova con uno screen reader, testa su device diversi: solo così capisci davvero se un componente funziona per tutti.

✓ **Prendi ispirazione dai migliori.**

Polaris (Shopify), Carbon (IBM), Specturum (Adobe) e Lightning (Salesforce) mostrano come documentare bene l'accessibilità dei componenti e renderla chiara anche a team non tecnici.

E ricorda: un buon design system non è solo un buon modo per scalare, serve a **non replicare gli stessi errori.**

* The future of design system is accessible, Figma blog, 2023



Capitolo 9

E adesso? Come SparkFabrik può aiutarti con l'EAA



Per molte organizzazioni, il tema dell'accessibilità è una novità.

Conformarsi allo standard WCAG 2.1 AA può sembrare un'impresa complessa e piena di tecnicismi. Costruire un processo sostenibile che coinvolge design, sviluppo, contenuti e governance non è immediato, ma **con il giusto partner al tuo fianco** è tutto più semplice. Ed è proprio su questo che **SparkFabrik** può affiancarti.

Lavoriamo con team digitali per progettare o adeguare i touchpoint digitali in modo accessibile, scalabile e conforme alla normativa europea. Non offriamo soluzioni preconfezionate: ogni intervento è cucito su misura, in base alla maturità digitale e alle priorità dell'azienda.

// Conosciamo le linee guida
// WCAG a fondo – tanto
// che abbiamo creato un
// [compendio gratuito](#) e
// completamente accessibile
// per aiutare le aziende a
// orientarsi.



Abbiamo esperienza concreta nella progettazione di design system accessibili per realtà strutturate e complesse, e sappiamo come integrare l'accessibilità nel processo di sviluppo in modo fluido, sostenibile e coerente con l'identità del brand.

Lavorare oggi con un partner esperto non solo ti consente di raggiungere la conformità in modo efficiente, ma ti prepara anche a rispondere ai futuri aggiornamenti normativi. Lo standard attuale (WCAG 2.1 AA) potrebbe infatti cambiare nei prossimi anni: investire ora in un approccio strutturato significa costruire basi robuste per scalare nel futuro. Il nostro approccio combina:

- Audit di accessibilità.
- Revisione o progettazione dei componenti.
- Scelta e integrazione di strumenti avanzati.
- Supporto ai team interni (dev, content, QA, governance) per rendere l'accessibilità parte del processo e della cultura.
- Redazione della dichiarazione di accessibilità, obbligatoria

// In breve, non ci limitiamo
// a risolvere il problema ora.
//
// **Ti aiutiamo a progettare**
// **con un approccio che**
// **integra accessibilità,**
// **performance e valore**
// **di lungo periodo.**



Prendi una decisione prima degli altri

Il **Report Accessibilità Digitale 2025** parla chiaro: a pochi mesi dall'entrata in vigore dell'Accessibility Act, **gran parte dei siti italiani presenta ancora criticità di base**. Questo vuol dire che la strada è lunga, ma anche che chi si muove adesso è in vantaggio.

Se c'è un punto su cui è importante mettere l'accento, è il design system. È lì che si può mettere ordine, costruire buone pratiche, prevenire errori e rendere l'accessibilità una parte naturale del processo.

Adeguarsi non è solo un obbligo normativo o un dovere etico. È una scelta che parla di come l'azienda si comporta nel mondo: chi include di più, raggiunge più persone. E soprattutto **costruisce prodotti digitali migliori, per tutti**.



