

Roberto Scano: aziende, l'accessibilità digitale non è un obbligo ma un valore per tutti



Sabato 28 giugno 2025 sarà una data importante per la tecnologia solidale in Italia. Perché? Perché da quel giorno in poi tutte le aziende, tranne le microimprese (che avranno comunque obblighi simili), dovranno rendere accessibile la

loro presenza digitale, i loro prodotti e i servizi online. Quel giorno entrerà definitivamente in vigore operativa la direttiva Ue 2019/882, che disciplina i requisiti di accessibilità dei prodotti digitali.

Accessibilità digitale, una norma in vigore dal 2005

Sabato 28 giugno 2025 sarà una data importante per la tecnologia solidale in Italia. Perché? Perché da quel giorno in poi tutte le aziende, tranne le microimprese (che avranno comunque obblighi simili), dovranno rendere accessibile la loro presenza digitale, i loro prodotti e i servizi online. Quel giorno entrerà definitivamente in vigore operativa la direttiva Ue 2019/882, che disciplina i requisiti di accessibilità dei prodotti digitali.

“Perché dal 2005 la norma è in vigore per le pubbliche amministrazioni e dal 2022 per le imprese con fatturato medio superiore a 500 milioni di euro nell’ultimo triennio”

Quindi stiamo ricordando che realtà come banche, GDO, grandi gruppi che erogano servizi devono già essere accessibili...

“Esattamente. In poche parole i principali soggetti con cui interagiamo quotidianamente devono già essere accessibili. Tra poco più di un anno, ma in realtà è come se fosse domani, tocca a tutte le altre, siano esse imprese pubbliche o private.”

Per la tua esperienza, come possono organizzarsi le imprese? Credo che il primo passo sia essere consapevoli della scadenza e il secondo non far finta di niente...

“Guarda è davvero così. Questo è il presupposto per fare poi il conseguente scatto di mentalità...”

Vale a dire?

“...vale a dire capire che l’accessibilità oggi è un principio di qualità, un aspetto essenziale della progettazione di un prodotto o di un servizio digitale e che deve essere parte integrante di ogni iniziativa, dalla progettazione alla realizzazione finale e di continua manutenzione in caso di aggiornamenti. E capire che in questo percorso bisogna dialogare con il proprio pubblico, per migliorare continuamente i prodotti digitali.”

Accessibilità digitale, la situazione nelle aziende

Questo è un aspetto molto importante dell’accessibilità. Purtroppo i dati pubblicati il 1 febbraio della ricerca [“Dichiarazioni di accessibilità dei privati: qual è la situazione?”](#), condotta da [Ergoproject](#) e da altri partner sulle aziende che già hanno l’obbligo dell’accessibilità dicono che ancora le aziende faticano...

“Abbiamo analizzato la “Dichiarazione di accessibilità”, documento che le aziende devono compilare una volta l’anno, entro il 23 settembre, per rendere pubblico come applicano l’accessibilità e che deve contenere la descrizione del meccanismo di feedback. La ricerca ha riguardato 74 aziende con un fatturato superiore ai 500 milioni e 293 touchpoint.”

Cosa sono i touchpoint?

“Sono i punti di connessione tra azienda e cliente. I dati emersi non sono confortanti. Il 32% dei touchpoint presi in considerazione non possiede una dichiarazione di accessibilità, il che significa che gli uffici compliance delle grandi aziende o non hanno percepito questo adempimento oppure l’hanno sottovalutato, visto che la dichiarazione di accessibilità è la fine di un percorso di analisi e l’inizio di un percorso di miglioramento continuo dell’accessibilità.

Nel 49% dei casi la dichiarazione è disponibile in HTML e il 51% in PDF, in entrambi i casi, per lo più non accessibile: ad esempio, delle dichiarazioni in PDF solo il 29% era accessibile.”

E il rapporto con le persone che usano questi strumenti di contatto com'è?

“Per quanto riguarda il meccanismo di feedback, ossia la modalità obbligatoria di contatto tra utenti ed aziende da inserire nella dichiarazione, la situazione è meno critica: solo il 5% delle aziende interpellate non lo usa o non lo ha inserito nella dichiarazione: per il resto l'80% lo fa via email e il 15% via form digitale.”

Accessibility overlay, un tampone che non garantisce l'accessibilità

Infine, nella ricerca parlavate degli accessibility overlay. Che cosa sono? Funzionano?

“L'accessibility overlay inserisce porzioni di codice correttivo “esterno”. Però è un “tampone” che non solo non garantisce l'accessibilità, ma spesso crea ulteriori problemi, come segnalato dalla [Commissione Europea a fine 2023](#), [AgID](#) nonché da una lettera congiunta di [European Disability Forum and International Association of Accessibility Professionals](#).

Perché questa soluzione non funziona?

“Si tratta di soluzioni “rapide”, una sorta di cerotto sopra una frattura. Il fatto che il 22% dei touchpoint analizzati presenti l'uso di questi strumenti sta a significare che si è cercata una soluzione tampone invece di intervenire sul funzionamento effettivo. La mia speranza è che questa sia visto come un rimedio per prendere il tempo utile per lavorare e migliorare i servizi e non sia visto come la risoluzione

della questione. In altri paesi, come gli USA, i siti che utilizzano tali strategie sono bersaglio di contenziosi legali da parte di associazioni e persone con disabilità.”

Insomma, come ci siamo detti il 9 gennaio nel corso del [convegno](#) che IWA e [Fondazione Pensiero Solido](#) hanno organizzato per i vent'anni della Legge Stanca sull'accessibilità digitale, abbiamo ancora molta strada da percorrere...

“Sì, anche se le cose migliorano, non alla velocità che ci piacerebbe, ma migliorano. Serve più informazione per creare più consapevolezza su quanto prevede la legge, per fare in modo che i servizi digitali siano di qualità e che il mondo digitale non sia veicolo di discriminazione.”

Il giubileo dell'accessibilità verso la scadenza del giugno 2025

Per questo sempre il 9 gennaio abbiamo lanciato il “giubileo dell'accessibilità” – rigorosamente con la g minuscola per non confonderlo con quello vero, che ci sarà nel 2025 a Roma – un insieme di appuntamenti pubblici in vista dell'obbligo che scatterà per tutte le aziende il 28 giugno del prossimo anno...

“Dobbiamo far capire a quante più persone possibile che sviluppare un prodotto o un servizio digitale a scopo di vendita o di divulgazione di informazioni ed escludere dalla fruizione una parte di potenziali clienti è sbagliato moralmente e anche praticamente: perdi clienti e rischi che coloro che si sentono esclusi rendano nota pubblicamente questa discriminazione, con il relativo danno reputazionale.”

La sfida è dunque quella di adeguare tempestivamente i prodotti esistenti...

“Invece di accettarla, in molti casi in troppi fanno orecchie da mercante e stanno attendendo passivamente la scadenza del

2025. Tra l'altro non pensano al fatto che un utente discriminato già oggi può fare causa, ai sensi della legge 67/2006, norma che già nel titolo dice tutto: "Misure per la tutela giudiziaria delle persone con disabilità vittime di discriminazioni", e similmente può fare un dipendente che si ritrova discriminato perché la sua postazione di lavoro e l'interazione lavorativa non è accessibile: in questo caso non solo la legge Stanca (art. 4 comma 4) ma anche il Dlgs. 216/2003 consentono di tutelare il dipendente, anche in sede giudiziaria, per rimuovere le discriminazioni."

Noi però continuiamo a operare perché si capisca che la data del 28 giugno 2025 non è solo una scadenza, un obbligo, ma un'opportunità...

"Assolutamente. L'opportunità di fare meglio, sotto ogni punto di vista, il proprio business e la propria attività. Con soddisfazione per tutti i clienti, che in questo caso possono pure incrementare, e per le imprese."

Come sempre nella vita, il bene è conveniente. Di conseguenza l'accessibilità è cosa buona, giusta, utile. Per tutti.