

Partendo **dalla fonte ufficiale**

(<https://eur-lex.europa.eu/legal-content/IT/TXT/HTML/?uri=CELEX:32019L0882>) della direttiva europea 2019/882 (European Accessibility Act), vediamo in modo chiaro **quali tipologie di attività devono adeguare il proprio e-commerce**.

1. Riferimento normativo

La direttiva all'articolo 2 e nell'**allegato I** definisce ambito di applicazione e servizi coperti. Il punto chiave per l'e-commerce è:

Art. 2, punto 2, lettera f:

“servizi di commercio elettronico ai sensi dell'articolo 2, lettera a), della direttiva 2000/31/CE”

In altre parole: **tutti i servizi che permettono la conclusione di contratti online**, come comprare un prodotto o prenotare un servizio.

2. Quali attività devono adeguare il proprio e-commerce?

Sono **obbligate** ad adeguarsi:

A. Tutte le attività che:

- **offrono un sito web o app mobile che consente transazioni commerciali** (es. acquisto diretto, prenotazione, pagamento),
- **sono rivolte ai consumatori** (non solo B2B),
- **non rientrano tra le microimprese** (vedi sotto),
- **sono attive nell'Unione Europea o vendono in UE**, anche se hanno sede fuori UE.

Esempi concreti:

- Negozi online di moda, elettronica, libri, arredamento, ecc.
- Marketplace (propri o di terzi) che consentono l'acquisto diretto.
- Attività con e-commerce integrato in un'app mobile.
- Aziende che vendono corsi o servizi via pagamento online (se rientrano nella definizione di “servizio”).

✘ 3. Chi è escluso?

Sono **esenti** dall'obbligo:

- **Microimprese**: meno di 10 dipendenti e fatturato/attivo annuo sotto i 2 milioni di euro (Art. 4, punto 5).
- Attività che **non offrono servizi online di commercio elettronico**, ma solo cataloghi, vetrine o contenuti informativi (senza possibilità di concludere un contratto online).
- Servizi e-commerce **B2B**, solo se non offrono nulla ai consumatori finali.
- Siti esterni all'UE **che non vendono a cittadini UE**.

4. Scadenza

Gli obblighi entrano in vigore **dal 28 giugno 2025**. Dopo questa data, gli e-commerce non accessibili potranno essere soggetti a sanzioni nei singoli Stati Membri.

Allegato 1, Art 2, indica: *Fatto salvo l'articolo 32, la presente direttiva si applica ai servizi seguenti forniti ai consumatori dopo il 28 giugno 2025.*

Allegato 1, Art 32, specifica: *Fatto salvo il paragrafo 2 del presente articolo, gli Stati membri prevedono un periodo transitorio che termina il 28 giugno 2030 durante il quale i fornitori di servizi possono continuare a prestare i loro servizi utilizzando prodotti che utilizzavano in modo legittimo prima di tale data per fornire servizi analoghi.*

I contratti di servizi conclusi prima del 28 giugno 2025 possono essere mantenuti invariati fino alla loro scadenza, ma per non più di cinque anni da tale data.

2. *Gli Stati membri possono disporre che i terminali self-service utilizzati in modo legittimo dai fornitori di servizi per la fornitura di servizi prima del 28 giugno 2025 possano continuare a essere utilizzati per la fornitura di servizi analoghi fino alla fine della loro vita economica utile, ma per non più di venti anni dalla loro messa in funzione.*

Nel principio generale della direttiva: *si applica solo ai prodotti e servizi offerti dopo il 28 giugno 2025 o modificati successivamente*

Cosa implica?

- Se un sito e-commerce era già attivo prima del 28 giugno 2025,

- E continua a offrire lo stesso tipo di servizio (es. vendita online di biciclette),
- E non cambia tecnologia o funzionalità in modo sostanziale,

➔ può continuare a operare anche se non conforme, fino a quando non cambia nulla di sostanziale.

Interpretazione tecnica e giuridica

La Commissione Europea, nelle sue **FAQ tecniche** e in vari documenti di recepimento, chiarisce che:

“The Directive does not apply retroactively to services already provided before the application date, unless they undergo substantial modifications.”

Cioè:

“La direttiva non si applica retroattivamente ai servizi già forniti prima della data di applicazione, a meno che non subiscano modifiche sostanziali.”

Fonte: Commissione Europea, Guida tecnica all'applicazione della direttiva 2019/882 (non normativa, ma interpretativa).

Sintesi operativa

Sei un'attività che vende online a privati in UE?

Sì

Sì

No (es. solo catalogo o contenuti)

Hai più di 10 dipendenti o oltre 2M € fatturato?

Sì

No (sei una microimpresa)

? Non rilevante

Devi rendere il tuo e-commerce accessibile entro il 28 giugno 2025

Obbligatorio

Al momento sei esente

Non sei soggetto

Segue una **checklist semplificata** basata sulle **WCAG 2.1 AA** (Web Content Accessibility Guidelines), che rappresentano lo standard richiesto per essere conformi all'**European Accessibility Act**.

Checklist WCAG 2.1 AA

1. Percezione (Principio 1: perceivable)

- **Testi alternativi (alt text)** per tutte le immagini rilevanti (es. immagini prodotto, icone funzionali).
- **Contrasto sufficiente** tra testo e sfondo (minimo 4.5:1 per testo normale, 3:1 per testo grande).
- **Layout adattabile** a zoom fino al 200% senza perdita di contenuti o funzionalità.
- Tutti i **contenuti audio e video** hanno **trascrizioni o sottotitoli** (se presenti).
- **Etichette chiare** per tutti i form (es. nome, email, checkout).
- Nessuna informazione veicolata **solo con colore** (es. messaggi d'errore in rosso *senza testo esplicito*).

2. Operabilità (Principio 2: operable)

- Il sito è **navigabile completamente da tastiera** (Tab, Enter, Esc).
 - Ogni elemento interattivo ha uno **stato di focus visibile** (es. bordo evidenziato quando selezionato).
 - I **menù, caroselli, slider e filtri** sono utilizzabili anche da tastiera e screen reader.
 - Non ci sono **timer bloccanti** o timeout automatici senza possibilità di estensione.
 - Evita **scroll automatici** o **movimenti non controllabili** dall'utente.
-

3. Comprensibilità (Principio 3: understandable)

- Il linguaggio è **semplice e chiaro** (soprattutto nelle CTA e nelle istruzioni di checkout).
 - Il sito **dichiara la lingua** (es. `<html lang="it">`).
 - Gli **errori nei form** sono segnalati chiaramente, con suggerimenti su come correggerli.
 - Il percorso di checkout è **logico e lineare**, con step numerati se multipagina.
-

4. Robustezza (Principio 4: robust)

- Il codice HTML è **semantico** (usa tag come `<button>`, `<nav>`, `<main>`, ecc.).
 - Tutti gli elementi interattivi sono **compatibili con screen reader** (es. ARIA labels dove necessario).
 - I form usano **etichette collegate correttamente** (`<label for="id">`) per ogni campo.
-

Extra consigliati per e-commerce:

- Test con **screen reader** (es. NVDA su Windows, VoiceOver su Mac).
- Verifica con tool come **Lighthouse**, **axe DevTools** o **WAVE**.
- Implementazione di **skip link** (“salta al contenuto principale”) per aiutare chi usa tastiera.