



Zpráva o přístupnosti

Linden & Loom · <https://lindenloom.example/>

Datum kontroly

12. října 2026

Zkontrolované stránky

3

Nalezené problémy

36

6

Kritické

27

Závažné

3

Střední

0

Drobné

Oproti minulé kontrole je problémů méně o 4.

Co opravit nejdříve

1

KRITICKÉ

Některá tlačítka nemají název

Uživatelé čteček obrazovky a hlasového ovládání nepoznají, které tlačítko vkládá do košíku, otevírá menu nebo odesílá vyhledávání. To jim může nákup úplně znemožnit.

Výskyty: 4; stránky: 2.

2

KRITICKÉ

Pole formuláře nemají popisek

Uživatelé čteček obrazovky uslyší jen „editovatelný text“ a nevědí, zda mají zadat jméno, telefon nebo PSČ. V pokladně to přímo vede k opuštěným objednávkám. Pole jen s placeholderem matou i starší zákazníci, jakmile začnou psát.

Výskyty: 1; stránky: 1.

3

KRITICKÉ

Rozbalovací seznam nemá popisek

Uživatelé čteček obrazovky uslyší jen „pole se seznamem“ a nevědí, zda vybírají velikost, barvu, množství nebo zemi. To jim může zabránit vybrat variantu produktu nebo dokončit objednávku.

Výskyty: 1; stránky: 1.

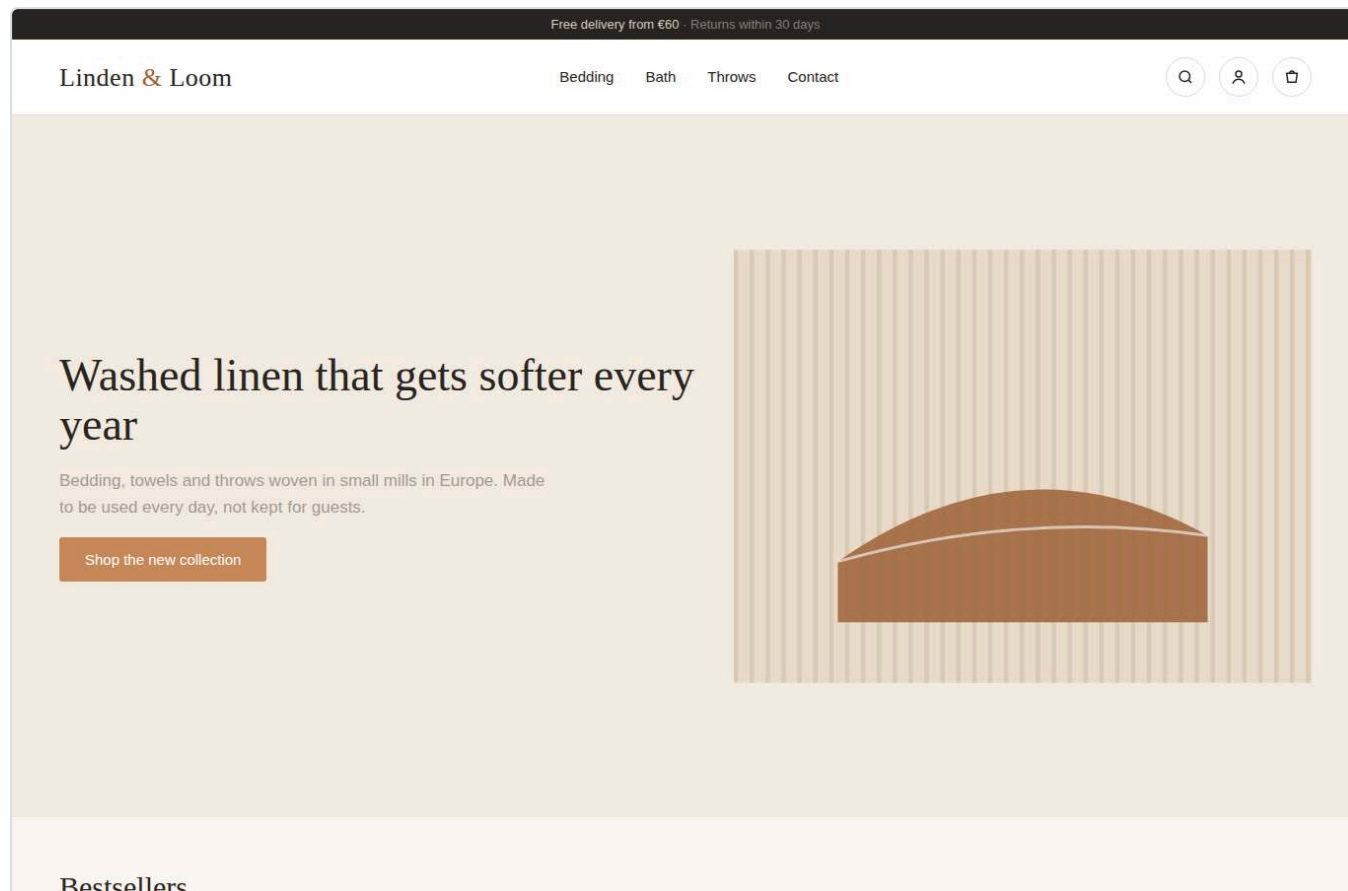
O této zprávě

Zpráva uvádí problémy, které automatické testování dokáže na kontrolovaných stránkách odhalit podle WCAG 2.2 úrovně AA, na níž stojí evropská norma EN 301 549. Automatické nástroje najdou jen část problémů; pro úplný obraz je potřeba kontrola klávesnicí a čtečkou obrazovky.

Automatická kontrola, nikoli úplný audit. Nejedná se o právní poradenství.

Některá vysvětlení v této zprávě jsou strojově přeložená a rodilý mluvčí je zatím nezkontroloval.

Všechna zjištění



První obrazovka lindenloom.example, jak ji viděl náš skener.

Některá tlačítka nemají název

KRITICKÉ

Výskyty: 4; stránky: 2. **nové od poslední kontroly: 2**

Některá tlačítka nemají čitelný popis, například tlačítko „do košíku“, vyhledávání nebo menu zobrazené jen jako ikona.

CO TO ZNAMENÁ PRO VAŠE ZÁKAZNÍKY

Uživatelé čteček obrazovky a hlasového ovládání nepoznají, které tlačítko vkládá do košíku, otevírá menu nebo odesílá vyhledávání. To jim může nákup úplně znemožnit.

KOHO SE TO TÝKÁ

nevidomí zákazníci · uživatelé čteček obrazovky · uživatelé hlasového ovládání

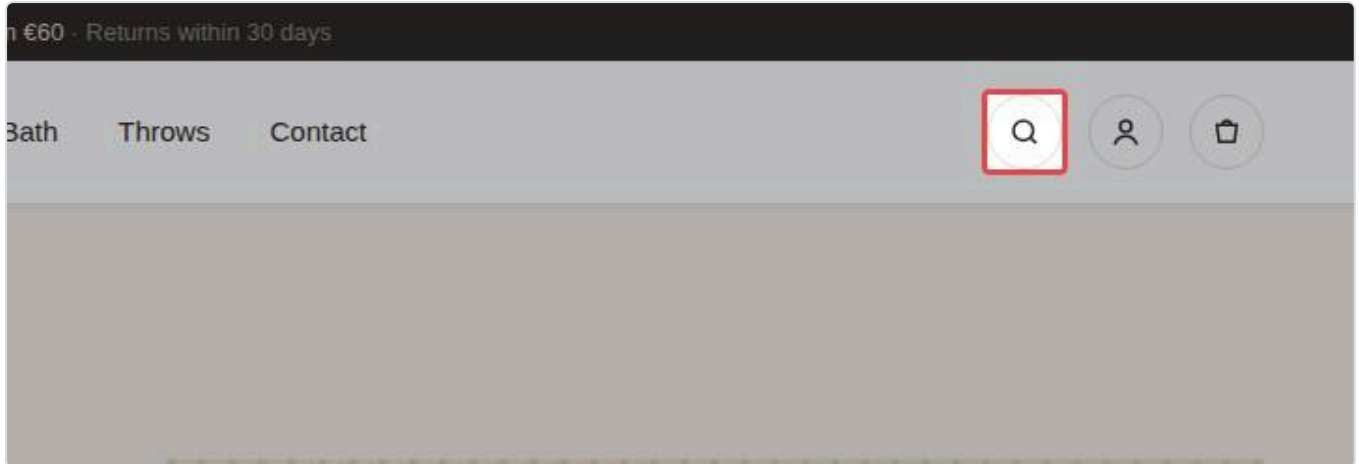
JAK OPRAVIT

Dejte každému tlačítku název: viditelný text, aria-label nebo aria-labelledby odkazující na viditelný text. Tlačítka jen s ikonou potřebují aria-label, například „Přidat do košíku“ nebo „Zavřít“.
Nespoléhejte na atribut title ani na ikony vložené jen přes CSS.

V Woocommerce: Časté v šablonách, page builderech a pluginech pro košík nebo seznam přání.
Doplňte popisky v šablonách podřízené šablony (child theme) nebo v nastavení pluginu;
tlačítka pluginů bez názvu nahlaste autorovi pluginu.

WCAG 2.2 4.1.2 (A) Name, Role, Value · EN 301 549 9.4.1.2

KDE JSME TO NAŠLI



`https://lindenloom.example/ → button[type="button"]:nth-child(1)`



`https://lindenloom.example/product.html → .icons > button:nth-child(1)`

`https://lindenloom.example/ → .cart`

Pole formuláře nemají popisek

KRITICKÉ

Výskyty: 1; stránky: 1. **nové od poslední kontroly: 1**

Některá pole formulářů nemají popisek, který by asistenční technologie dokázaly přečíst, takže není jasné, co do nich vyplnit.

CO TO ZNAMENÁ PRO VAŠE ZÁKAZNÍKY

Uživatelé čteček obrazovky uslyší jen „editovatelný text“ a nevědí, zda mají zadat jméno, telefon nebo PSČ. V pokladně to přímo vede k opuštěným objednávkám. Pole jen s placeholderem matou i starší zákazníci, jakmile začnou psát.

KOHO SE TO TÝKÁ

nevidomí zákazníci · uživatelé čteček obrazovky · starší zákazníci · lidé s kognitivními obtížemi · uživatelé hlasového ovládání

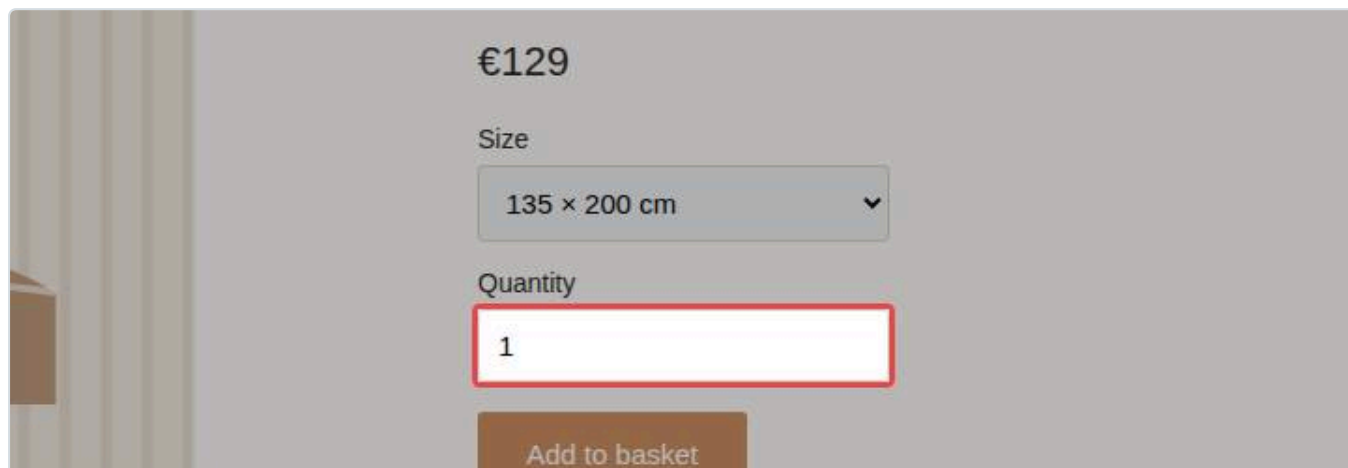
JAK OPRAVIT

Propojte s každým polem viditelný `<label for>`, nebo pole do popisku vnořte. `aria-label` použijte jen tam, kde viditelný popisek opravdu nejde. Placeholder není popisek. Zkontrolujte pole vyhledávání, newsletteru, množství a pokladny.

V WooCommerce: Zkontrolujte formuláře pokladny, účtu a vyhledávání v šabloně i v pluginech pro formuláře a pokladnu. Doplňte popisky v šablonách podřízené šablony (child theme), nebo použijte volby pluginu, které vypisují skutečné prvky `<label>`.

WCAG 2.2 4.1.2 (A) Name, Role, Value · EN 301 549 9.4.1.2

KDE JSME TO NAŠLI



<https://lindenloom.example/product.html> → input

Rozbalovací seznam nemá popisek

KRITICKÉ

Výskyty: 1; stránky: 1. **nové od poslední kontroly: 1**

Rozbalovací seznam nemá popisek, který by asistenční technologie dokázaly přečíst.

CO TO ZNAMENÁ PRO VAŠE ZÁKAZNÍKY

Uživatelé čteček obrazovky uslyší jen „pole se seznamem“ a nevědí, zda vybírají velikost, barvu, množství nebo zemi. To jim může zabránit vybrat variantu produktu nebo dokončit objednávku.

KOHO SE TO TÝKÁ

nevidomí zákazníci · uživatelé čteček obrazovky · uživatelé hlasového ovládání · lidé s kognitivními obtížemi

JAK OPRAVIT

Propojte s každým <select> viditelný <label for>, nebo použijte aria-labelledby odkazující na viditelný text. aria-label použijte jen tam, kde viditelný popisek nejde. Zkontrolujte výběr variant, řazení a výběr země.

V Woocommerce: Obvykle jde o výběr variant, rozbalovací řazení nebo widgety pluginů. Doplňte popisky v šablonách podřízené šablony (child theme), nebo použijte nastavení pluginu, které vypisuje správné popisky.

WCAG 2.2 4.1.2 (A) Name, Role, Value · EN 301 549 9.4.1.2

KDE JSME TO NAŠLI



<https://lindenloom.example/product.html> → select

Text se špatně čte kvůli nízkému kontrastu

ZÁVAŽNÉ

Výskyty: 19; stránky: 3. **nové od poslední kontroly: 8**

Některý text je vůči pozadí příliš světlý, například šedý text na bílé nebo bílý text na bledém tlačítku.

CO TO ZNAMENÁ PRO VAŠE ZÁKAZNÍKY

Zákazníci s horším zrakem, starší lidé a kdokoli s mobilem venku na slunci mohou přehlédnout ceny, dodací podmínky nebo popisky tlačítek. Špatně čitelný text vede k váhání a opuštěným košíkům.

KOHO SE TO TÝKÁ

lidé se slabozrakostí · starší zákazníci · lidé s poruchou barvocitu · lidé na mobilu za jasného světla

JAK OPRAVIT

Zajistěte kontrastní poměr alespoň 4.5:1 u běžného textu a 3:1 u velkého textu (24px, nebo 18.66px tučně). Zkontrolujte placeholdery, prvky, které vypadají jako neaktivní, text na obrázcích a štítky slev. Barvy opravujte v design tokenech nebo v CSS, ne u každého prvku zvlášť.

V Woocommerce: Obvykle je nastavuje aktivní šablona nebo page builder. Změňte barvy v customizeru šablony nebo v globálních stylech, případně je přepište v CSS podřízené šablony (child theme), aby oprava nezmizela při aktualizaci.

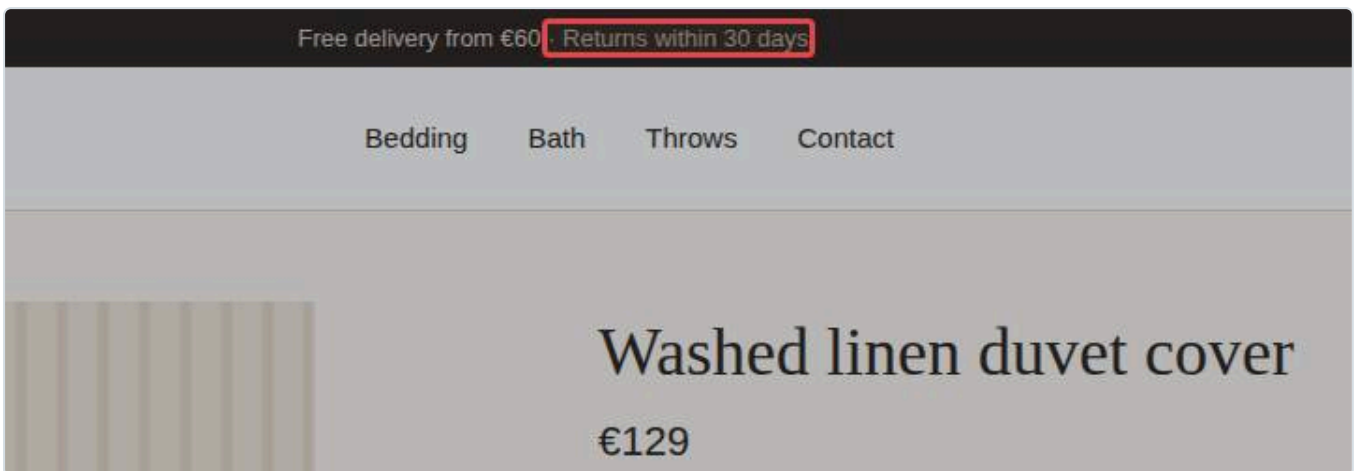
WCAG 2.2 1.4.3 (AA) Contrast (Minimum) · EN 301 549 9.1.4.3

KDE JSME TO NAŠLI



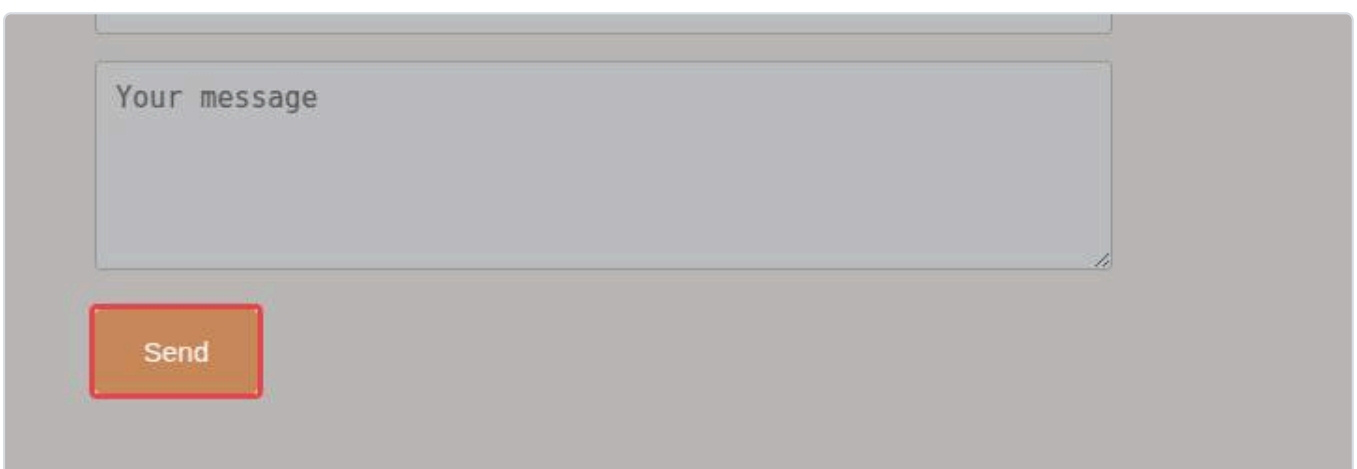
Aa Kontrast 3,93 : 1, je potřeba alespoň 4,5 : 1 text #8c8178 na #2b2622

<https://lindenloom.example/> → .bar > span



Aa Kontrast 3,93 : 1, je potřeba alespoň 4,5 : 1 text #8c8178 na #2b2622

<https://lindenloom.example/product.html> → .bar > span



Aa Kontrast 2,88 : 1, je potřeba alespoň 4,5 : 1 text #ffffff na #c98a5b

<https://lindenloom.example/contact.html> → button

Obrázky nemají textový popis

ZÁVAŽNÉ

Výskyty: 5; stránky: 1. **nové od poslední kontroly: 3**

Některé obrázky nemají alternativní text, takže lidé, kteří je nevidí, se nedozví, co zobrazují.

CO TO ZNAMENÁ PRO VAŠE ZÁKAZNÍKY

Uživatelé čteček obrazovky neuslyší nic, nebo jen název souboru jako „IMG_2041.jpg“ místo produktu, barvy či nabídky. Mohou přijít o důležité detaily a odejít do obchodu, který své produkty popisuje.

KOHO SE TO TÝKÁ

nevidomí zákazníci · uživatelé čteček obrazovky · lidé s vypnutými obrázky nebo pomalým připojením

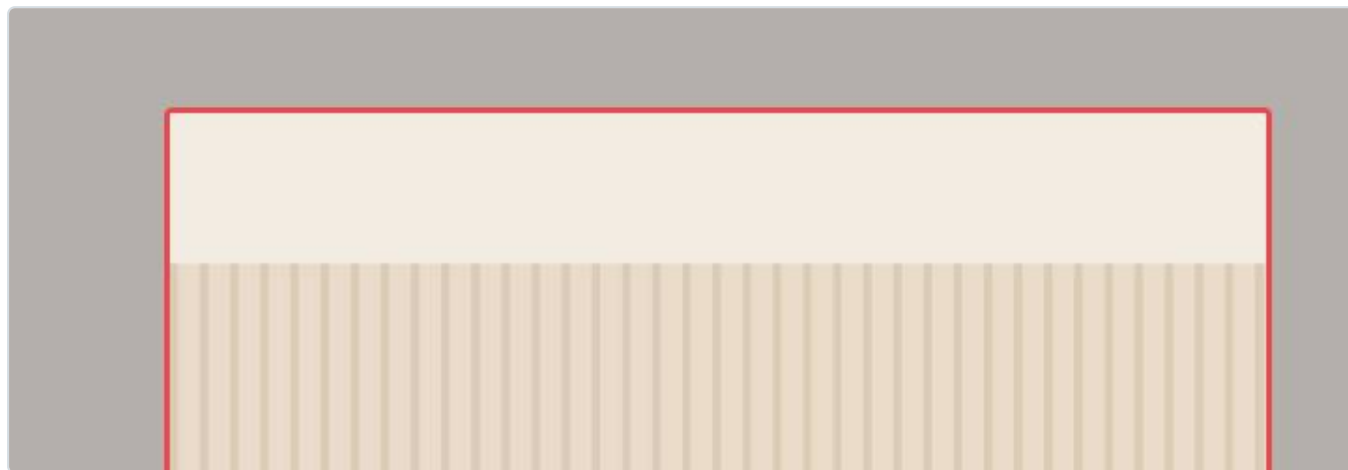
JAK OPRAVIT

Přidejte ke každému atribut alt. Krátce popište, co je pro nákup důležité (produkt, barva, klíčový detail). U čistě dekorativních obrázků použijte alt="", aby je čtečka přeskočila. Nepište „obrázek...“ a nekládejte do popisu klíčová slova.

V Woocommerce: Vyplňte pole Alternativní text v knihovně médií WordPressu a ověřte, že ho šablona nebo page builder vypisuje. Obrázky vložené pluginy nebo slidery mohou mít vlastní nastavení alt.

WCAG 2.2 1.1.1 (A) Non-text Content · EN 301 549 9.1.1.1

KDE JSME TO NAŠLI



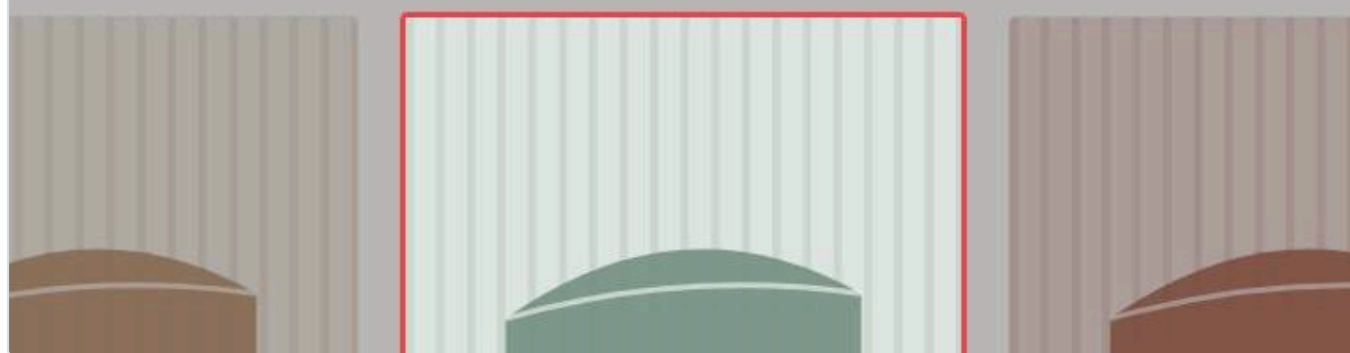
`https://lindenloom.example/ → img[src$="hero.svg"]`

Bestsellers



`https://lindenloom.example/ → img[src$="duvet.svg"]`

TS



`https://lindenloom.example/ → img[src$="towel.svg"]`

Některé odkazy neříkají, kam vedou

ZÁVAŽNÉ

Výskyty: 3; stránky: 1. **nové od poslední kontroly: 2**

Některé odkazy nemají čitelný text, často jde o ikony jako košík, srdíčko nebo logo bez textového popisku.

CO TO ZNAMENÁ PRO VAŠE ZÁKAZNÍKY

Uživatelé čteček obrazovky uslyší jen „odkaz“ a nepoznají, zda otevírá košík, účet nebo Instagram. Ztrácejí čas, nebo hledání košíku či kontaktu vzdají.

KOHO SE TO TÝKÁ

nevidomí zákazníci · uživatelé čteček obrazovky · uživatelé hlasového ovládání

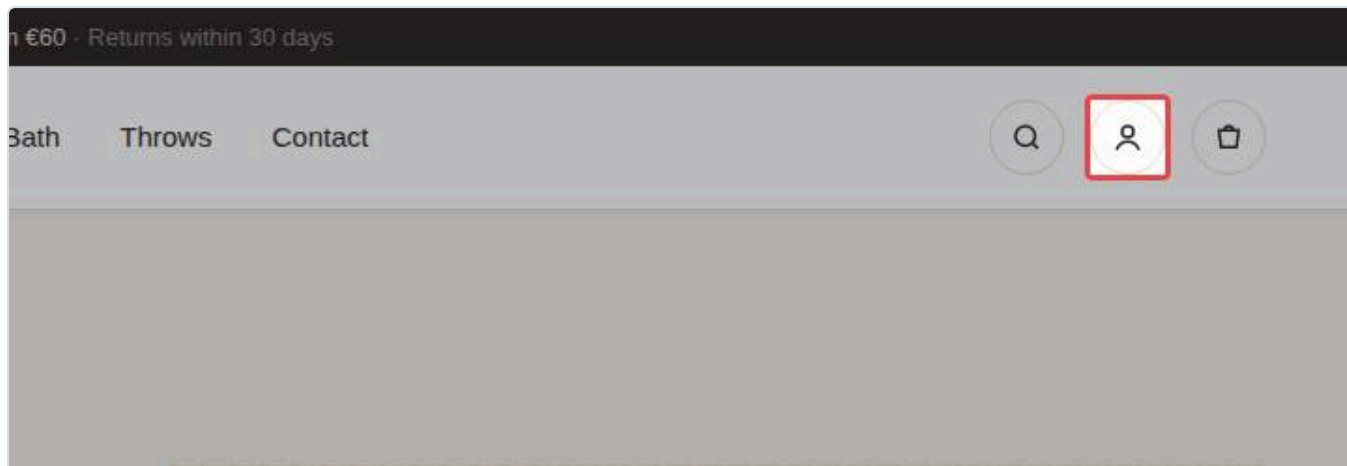
JAK OPRAVIT

Dejte každému odkazu textový název: viditelný text, alt u obrázku uvnitř odkazu, nebo aria-label u odkazů jen s ikonou. Název má popisovat cíl, například „Košík, 2 položky“. Dekorativní ikony skryjte pomocí `aria-hidden="true"`.

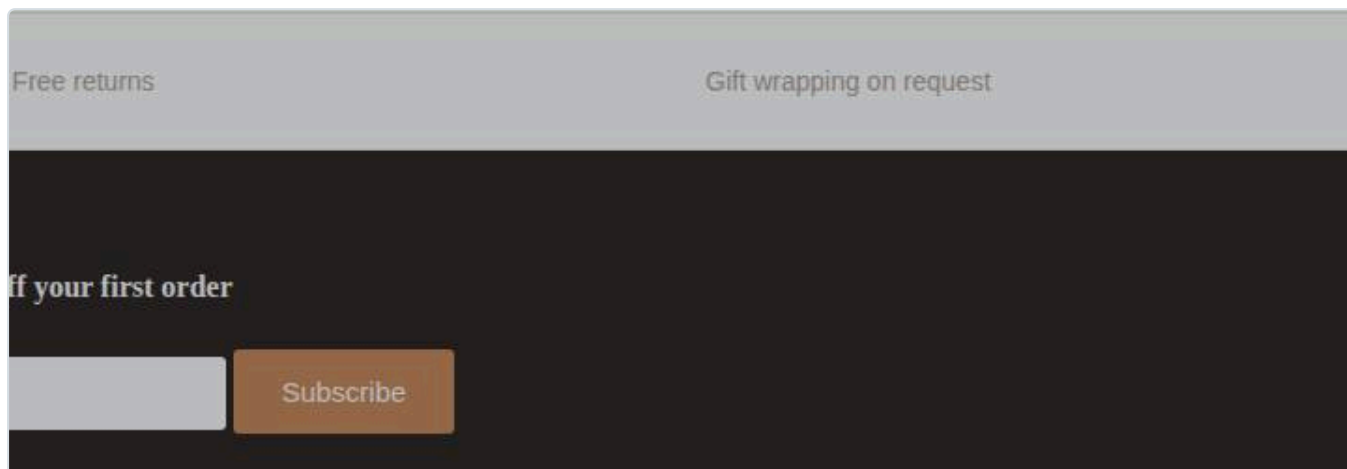
V Woocommerce: Často jde o ikonové odkazy v hlavičce šablony, mini košíku nebo pluginu pro sociální sítě. Doplňte textové popisky v šabloně nebo v podřízené šabloně (child theme), nebo zvolte nastavení pluginu, které vypisuje přístupné popisky.

WCAG 2.2 2.4.4 (A) Link Purpose (In Context) · WCAG 2.2 4.1.2 (A) Name, Role, Value · EN 301 549 9.2.4.4, 9.4.1.2

KDE JSME TO NAŠLI



`https://lindenloom.example/ → .icons > a[href$="contact.html"]`



`https://lindenloom.example/ → a[href$="contact.html"]:nth-child(1)`

`https://lindenloom.example/ → .social > a[href$="contact.html"]:nth-child(2)`

Pole v pokladně se nevyplňují automaticky

STŘEDNÍ

Výskyty: 1; stránky: 1.

Některá pole formulářů mají neplatné hodnoty autocomplete nebo hodnoty, které k poli nepasují, takže je prohlížeč nedokáže vyplnit.

CO TO ZNAMENÁ PRO VAŠE ZÁKAZNÍKY

Zákazníci musí adresu, telefon a e-mail psát ručně. Nejvíce to ztěžuje nákup lidem s pohybovými nebo paměťovými obtížemi, a pomalá pokladna stojí objednávky u všech.

KOHO SE TO TÝKÁ

lidé s pohybovým postižením · lidé s kognitivními obtížemi · zákazníci nakupující na mobilu · všichni zákazníci v pokladně

JAK OPRAVIT

Používejte platné tokeny autocomplete ze specifikace HTML, které odpovídají poli, například "email", "given-name", "postal-code", "tel". Opravte překlepy a vymyšlené hodnoty; "off" používejte jen tam, kde by automatické vyplnění bylo chybné.

V WooCommerce: Zkontrolujte pole pokladny a účtu v šabloně a v pluginech, zejména v pluginech pro vlastní pole pokladny. Hodnoty opravte v nastavení pluginu nebo v šablonách podřízené šablony (child theme).

WCAG 2.2 1.3.5 (AA) Identify Input Purpose · EN 301 549 9.1.3.5

KDE JSME TO NAŠLI

<https://lindenloom.example/contact.html> → `input[type="email"]`

Odkazy v textu vypadají jako běžný text

STŘEDNÍ

Výskyty: 1; stránky: 1. **nové od poslední kontroly: 1**

Některé odkazy v odstavcích se odlišují jen barvou, bez podtržení nebo jiného viditelného označení.

CO TO ZNAMENÁ PRO VAŠE ZÁKAZNÍKY

Lidé s poruchou barvocitu nebo se slabozrakostí si nemusí všimnout odkazů na dodací podmínky, tabulku velikostí nebo vrácení zboží a přijdou o potřebné informace.

KOHO SE TO TÝKÁ

lidé s poruchou barvocitu · lidé se slabozrakostí · starší zákazníci

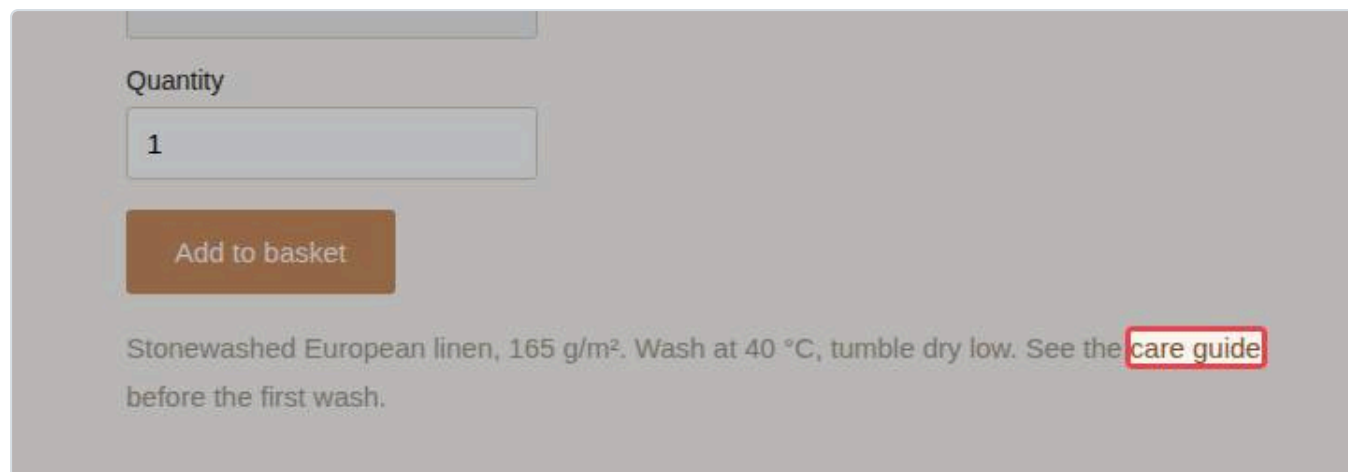
JAK OPRAVIT

Odkazy v textu podtrhněte nebo jim dejte jiné označení než barvu. Pokud spoléháte jen na barvu, musí mít odkaz vůči okolnímu textu kontrast alespoň 3:1 a viditelně se měnit při najetí myši a při fokusu.

V WooCommerce: Obvykle jde o styly šablony nebo blokového editoru, které podtržení odstraňují. Obnovte podtržení odkazů v obsahu přes customizer, globální styly nebo CSS podřízené šablony (child theme).

WCAG 2.2 1.4.1 (A) Use of Color · EN 301 549 9.1.4.1

KDE JSME TO NAŠLI



`https://lindenloom.example/product.html → .desc > a[href$="contact.html"]`

Některé nadpisy jsou jen tučný nebo velký text

STŘEDNÍ

Výskyty: 1; stránky: 1. **nové od poslední kontroly: 1**

Některé odstavce vypadají jako nadpisy, protože jsou tučné, kurzívou nebo větší, ale v kódu jde o běžný text, ne o skutečné nadpisy.

CO TO ZNAMENÁ PRO VAŠE ZÁKAZNÍKY

Nevidomí zákazníci často přeskakují z nadpisu na nadpis, aby našli sekce jako „Popis“, „Doprava“ nebo „Recenze“. Falešné nadpisy jsou pro takovou navigaci neviditelné, takže musí poslouchat celou stránku a mohou přehlédnout důležité informace.

KOHO SE TO TÝKÁ

nevidomí zákazníci · uživatelé čteček obrazovky · lidé, kteří se pohybují pomocí klávesových zkratk

JAK OPRAVIT

Text, který slouží jako název sekce, změňte na skutečný nadpis (<h2>, <h3> atd.) v logickém pořadí a vzhled nastavte v CSS. V editorech vybírejte v nabídce formátu „Nadpis 2“ nebo „Nadpis 3“ místo zvýraznění tučně nebo zvětšení. Pokud text nadpisem není, nechte ho jako odstavec: axe označuje tuto kontrolu jako experimentální a někdy upozorní i na tučné úvodní věty.

V WooCommerce: Obvykle v popisech produktů nebo obsahu z page builderu. Použijte blok „Nadpis“ v blokovém editoru nebo widget nadpisu ve vašem page builderu místo tučného odstavce.

WCAG 2.2 1.3.1 (A) Info and Relationships · EN 301 549 9.1.3.1



`https://lindenloom.example/product.html → .price`

Doporučení nad rámec WCAG 2.2 AA

Nad rámec úrovně WCAG 2.2 AA, o kterou se opírají zákony. Nepočítají se jako problémy; jejich oprava usnadní používání webu.

Doporučení	Prvky
Část obsahu leží mimo hlavní oblasti stránky Některé části stránky nejsou uvnitř orientačních bodů (landmarks), jako je záhlaví, navigace, hlavní obsah nebo zápatí. Jde o doporučený postup nad rámec úrovně WCAG 2.2 AA.	2
Text nedosahuje zvýšeného kontrastu (AAA) (WCAG AAA) Část textu splňuje základní úroveň kontrastu, ale ne přísnější: 7:1 pro běžný text a 4.5:1 pro velký. Jde o doporučený postup nad rámec WCAG AA, nikoli o povinný požadavek.	1

Příloha pro vývojáře

Všechny prvky, které automatická kontrola označila, podle stránek. Názvy pravidel jsou identifikátory axe-core.

<https://lindenloom.example/>

Pravidlo	Prvek
button-name	button[type="button"]:nth-child(1)
button-name (nové)	.cart
color-contrast	.bar > span
color-contrast (nové)	.lead
color-contrast (nové)	.btn[href\$="product.html"]
color-contrast	.card[href\$="product.html"]:nth-child(1) > .body > .price
color-contrast (nové)	.card[href\$="product.html"]:nth-child(2) > .body > .price
color-contrast	.card[href\$="product.html"]:nth-child(3) > .body > .price
color-contrast	.sale
color-contrast	.card[href\$="product.html"]:nth-child(4) > .body > .price
color-contrast	.usp > span:nth-child(1)
color-contrast	.usp > span:nth-child(2)
color-contrast	span:nth-child(3)
color-contrast	button[type="submit"]
color-contrast	footer > span:nth-child(1)
image-alt	img[src\$="hero.svg"]
image-alt (nové)	img[src\$="duvet.svg"]
image-alt (nové)	img[src\$="towel.svg"]
image-alt (nové)	img[src\$="throw.svg"]
image-alt	img[src\$="pillow.svg"]
link-name	.icons > a[href\$="contact.html"]
link-name (nové)	a[href\$="contact.html"]:nth-child(1)
link-name (nové)	.social > a[href\$="contact.html"]:nth-child(2)

<https://lindenloom.example/product.html>

Pravidlo	Prvek
button-name	.icons > button:nth-child(1)
button-name (nové)	.cart
color-contrast (nové)	.bar > span
color-contrast (nové)	.btn
color-contrast (nové)	.desc
color-contrast	footer > span

Pravidlo	Prvek
label (nové)	input
link-in-text-block (nové)	.desc > a[href\$="contact.html"]
p-as-heading (nové)	.price
select-name (nové)	select

`https://lindenloom.example/contact.html`

Pravidlo	Prvek
autocomplete-valid	input[type="email"]
color-contrast (nové)	button
color-contrast (nové)	span