



Raport de accesibilitate

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

Verificat la

12 octombrie 2026

Pagini verificate

3

Probleme găsite

36

6

Critic

27

Grav

3

Moderat

0

Minor

Față de verificarea anterioară: cu 4 probleme mai puține.

Ce trebuie remediat mai întâi

1

CRITIC

Unele butoane nu au nume

Utilizatorii de cititoare de ecran și de control vocal nu își pot da seama care buton adaugă în coș, deschide meniul sau pornește căutarea. Acest lucru îi poate împiedica să cumpere.

Apariții: 4; pagini: 2.

2

CRITIC

Câmpurile din formulare nu au etichetă

Utilizatorii de cititoare de ecran aud doar „câmp de editare” și nu știu dacă trebuie să introducă un nume, un telefon sau un cod poștal. La finalizarea comenzii, acest lucru duce direct la comenzi abandonate. Câmpurile care au doar placeholder îi derutează și pe clienții mai în vârstă după ce încep să tasteze.

Apariții: 1; pagini: 1.

3

CRITIC

O listă derulantă nu are etichetă

Utilizatorii de cititoare de ecran aud doar „casetă combinată” și nu știu dacă alege mărimea, culoarea, cantitatea sau țara. Acest lucru poate bloca alegerea unei variante de produs sau finalizarea comenzii.

Apariții: 1; pagini: 1.

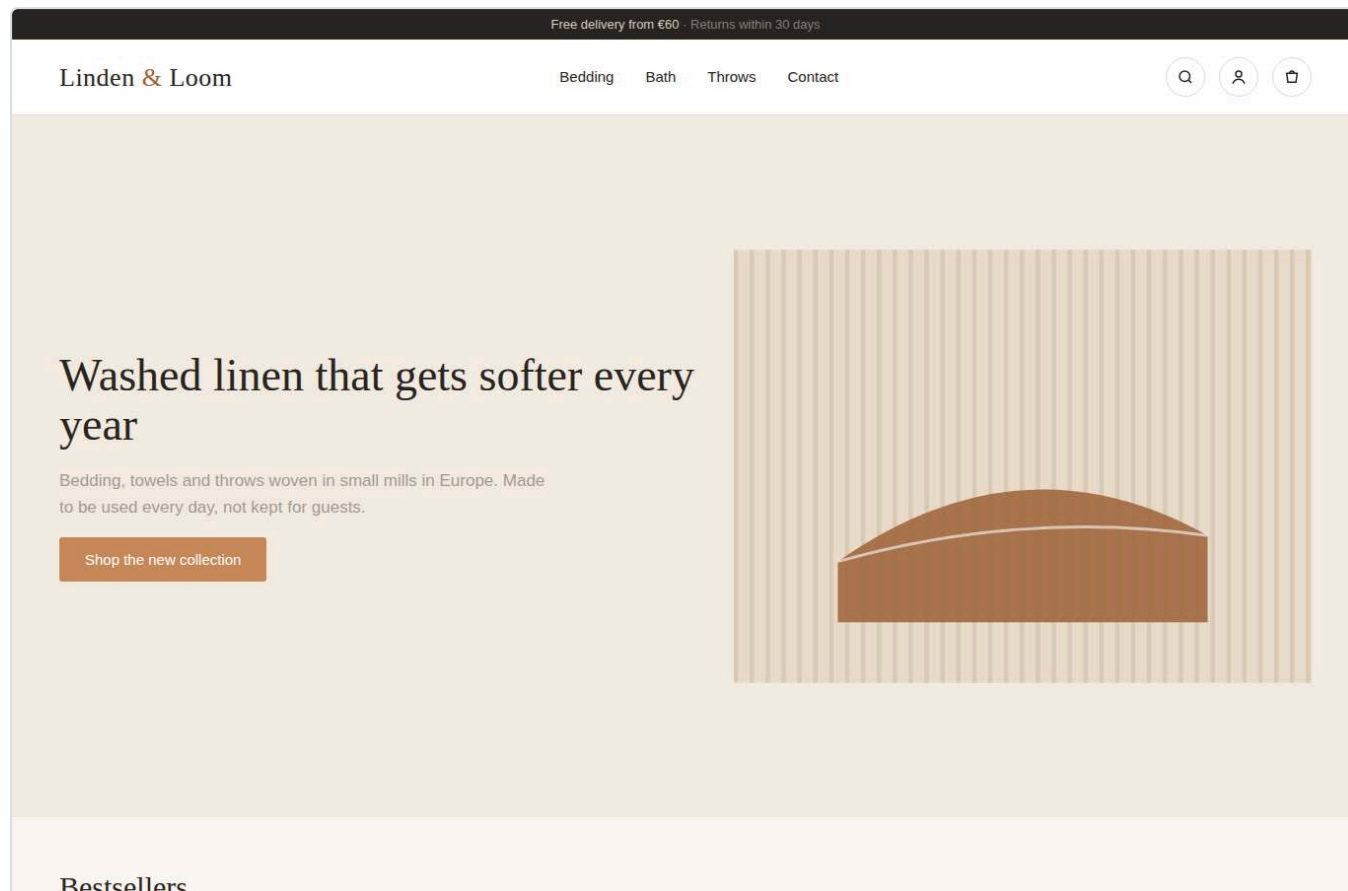
Despre acest raport

Acest raport enumeră problemele pe care testarea automată le poate detecta pe paginile verificate, conform WCAG 2.2 nivel AA, baza standardului european EN 301 549. Instrumentele automate găsesc doar o parte din probleme; pentru o imagine completă este nevoie de o verificare cu tastatura și cu un cititor de ecran.

Verificare automată, nu un audit complet. Nu reprezintă consultanță juridică.

Unele explicații din acest raport sunt traduse automat și nu au fost încă verificate de un vorbitor nativ.

Toate constatările



Primul ecran al lindenloom.example, așa cum l-a văzut scannerul nostru.

Unele butoane nu au nume

CRITIC

Apariții: 4; pagini: 2. **noi față de verificarea anterioară: 2**

Unele butoane nu au o etichetă care poate fi citită, de exemplu un buton doar cu pictogramă pentru „adaugă în coș”, căutare sau meniu.

CE ÎNSEAMNĂ ASTA PENTRU CLIENȚII DVS.

Utilizatorii de cititoare de ecran și de control vocal nu își pot da seama care buton adaugă în coș, deschide meniul sau pornește căutarea. Acest lucru îi poate împiedica să cumpere.

PE CINE AFECTEAZĂ

clienții nevăzători · utilizatorii de cititoare de ecran · utilizatorii de control vocal

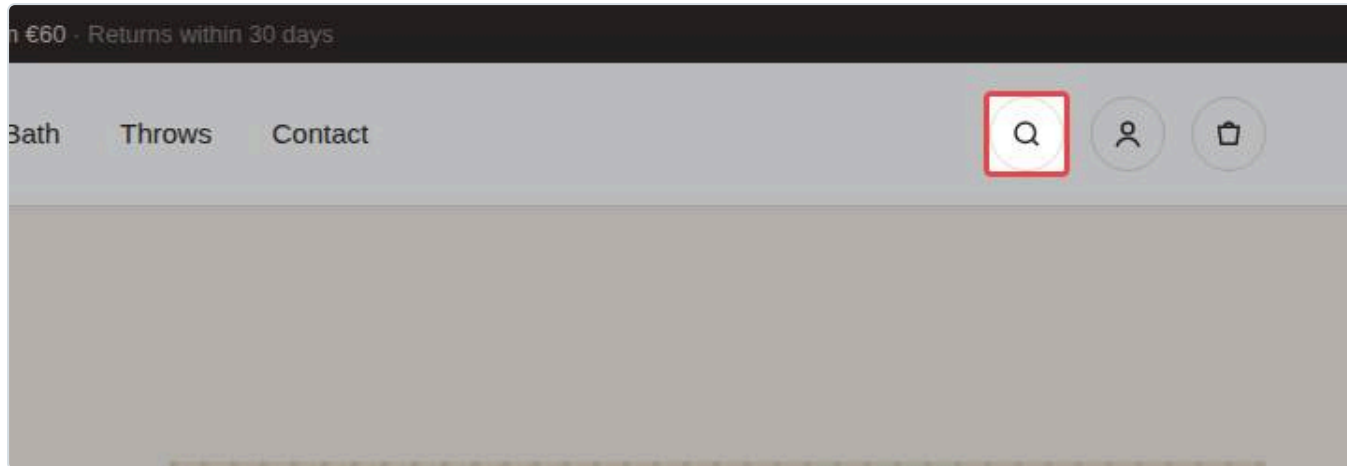
CUM SE REMEDIAZĂ

Dați un nume fiecărui buton: text vizibil, aria-label sau aria-labelledby care indică un text vizibil. Butoanele doar cu pictogramă au nevoie de un aria-label, de exemplu "Adaugă în coș" sau "Închide". Nu vă bazați pe atributul title sau pe pictograme realizate doar din CSS.

În Woocommerce: Frecvent în teme, page buildere și pluginuri de coș sau de wishlist. Adăugați etichete în șabloanele temei copil sau în setările pluginului; raportați butoanele fără nume ale pluginurilor autorului acestora.

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

UNDE AM GĂSIT



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



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

`https://lindenloom.example/ → .cart`

Câmpurile din formulare nu au etichetă

CRITIC

Apariții: 1; pagini: 1. **noi față de verificarea anterioară: 1**

Unele câmpuri din formulare nu au o etichetă pe care tehnologiile asistive să o poată citi, așa că nu este clar ce trebuie completat în ele.

CE ÎNSEAMNĂ ASTA PENTRU CLIENȚII DVS.

Utilizatorii de cititoare de ecran aud doar „câmp de editare” și nu știu dacă trebuie să introducă un nume, un telefon sau un cod poștal. La finalizarea comenzii, acest lucru duce direct la comenzi abandonate. Câmpurile care au doar placeholder îi derutează și pe clienții mai în vârstă după ce încep să tasteze.

PE CINE AFECTEAZĂ

clienții nevăzători · utilizatorii de cititoare de ecran · clienții mai în vârstă · persoanele cu dizabilități cognitive · utilizatorii de control vocal

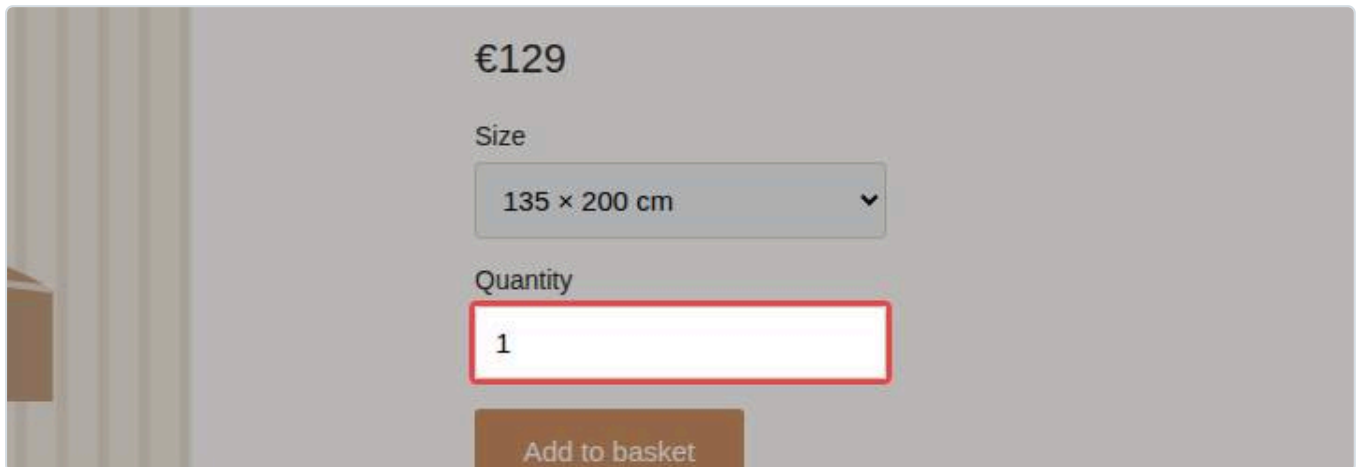
CUM SE REMEDIAZĂ

Asociați fiecărui câmp un <label for> vizibil sau includeți câmpul în interiorul etichetei. Folosiți aria-label doar când o etichetă vizibilă chiar nu este posibilă. Un placeholder nu este o etichetă. Verificați câmpurile de căutare, newsletter, cantitate și checkout.

În WooCommerce: Verificați formularele de checkout, cont și căutare din temă și din orice pluginuri de formulare sau de checkout. Adăugați etichete în șabloanele temei copil sau folosiți opțiuni ale pluginurilor care generează elemente <label> reale.

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

UNDE AM GĂSIT



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

O listă derulantă nu are etichetă

CRITIC

Apariții: 1; pagini: 1. **noi față de verificarea anterioară: 1**

O listă derulantă nu are o etichetă pe care tehnologiile asistive să o poată citi.

CE ÎNSEAMNĂ ASTA PENTRU CLIENȚII DVS.

Utilizatorii de cititoare de ecran aud doar „casetă combinată” și nu știu dacă alege mărimea, culoarea, cantitatea sau țara. Acest lucru poate bloca alegerea unei variante de produs sau finalizarea comenzii.

PE CINE AFECTEAZĂ

clienții nevăzători · utilizatorii de cititoare de ecran · utilizatorii de control vocal · persoanele cu dizabilități cognitive

CUM SE REMEDIAZĂ

Asociați fiecărui <select> un <label for> vizibil sau folosiți aria-labelledby care indică un text vizibil. Folosiți aria-label doar când nu este posibilă o etichetă vizibilă. Verificați selectoarele de variante, de sortare și de țară.

În WooCommerce: De obicei, selectoarele de variații, listele de sortare sau widgeturile pluginurilor. Adăugați etichete în șabloanele temei copil sau folosiți setări ale pluginului care generează etichete corecte.

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

UNDE AM GĂSIT



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

Textul este greu de citit din cauza contrastului scăzut

GRAV

Apariții: 19; pagini: 3. **noi față de verificarea anterioară: 8**

Unele texte sunt prea deschise la culoare față de fundal, de exemplu text gri pe alb sau text alb pe un buton pal.

CE ÎNSEAMNĂ ASTA PENTRU CLIENȚII DVS.

Cumpărătorii cu vedere slabă, clienții mai în vârstă și oricine folosește telefonul afară pot rata prețuri, condiții de livrare sau etichetele butoanelor. Textul greu de citit duce la ezitare și la coșuri abandonate.

PE CINE AFECTEAZĂ

persoanele cu vedere slabă · clienții mai în vârstă · persoanele cu deficiențe de percepție a culorilor · persoanele care folosesc telefonul în lumină puternică

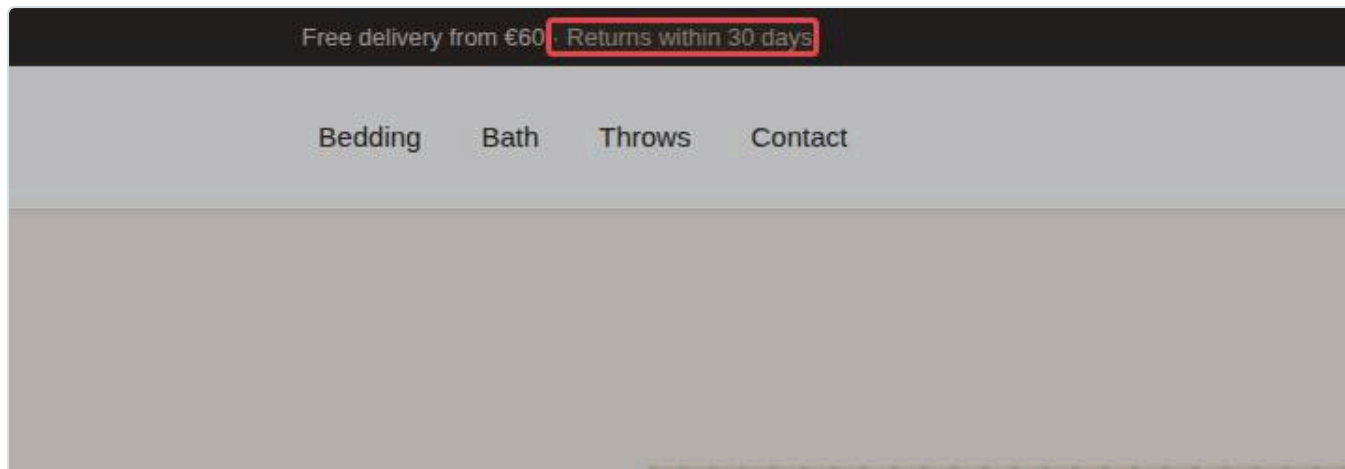
CUM SE REMEDIAZĂ

Asigurați un raport de contrast de cel puțin 4.5:1 pentru textul normal și 3:1 pentru textul mare (24px sau 18.66px bold). Verificați placeholder-ele, stările care par dezactivate, textul pe imagini și etichetele de reducere. Corectați culorile în design tokens sau în CSS, nu element cu element.

În WooCommerce: De obicei, este setat de tema activă sau de page builder. Modificați culorile în customizer-ul temei sau în stilurile globale ori suprascrieți-le în CSS-ul unei teme copil, ca actualizările să nu anuleze corectura.

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

UNDE AM GĂSIT



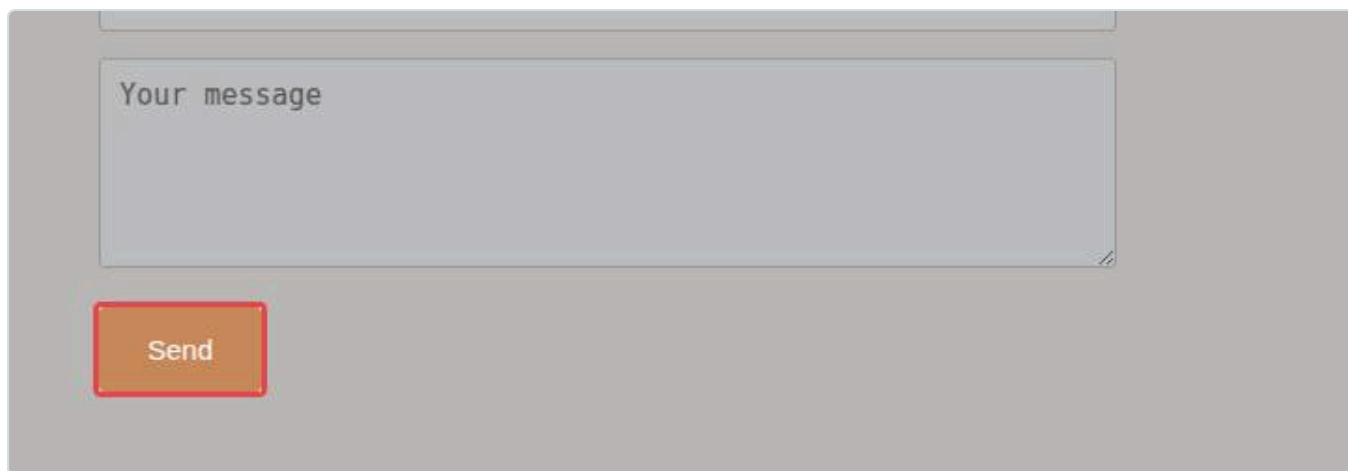
Aa Contrast 3,93 : 1, necesar cel puțin 4,5 : 1 text #8c8178 pe #2b2622

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



Aa Contrast 3,93 : 1, necesar cel puțin 4,5 : 1 text #8c8178 pe #2b2622

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



Aa Contrast 2,88 : 1, necesar cel puțin 4,5 : 1 text #ffffff pe #c98a5b
<https://lindenloom.example/contact.html> → button

Imaginile nu au descriere text

GRAV

Apariții: 5; pagini: 1. **noi față de verificarea anterioară: 3**

Unele imagini nu au text alternativ, așa că persoanele care nu le pot vedea nu primesc nicio informație despre ce arată.

CE ÎNSEAMNĂ ASTA PENTRU CLIENȚII DVS.

Utilizatorii de cititoare de ecran nu aud nimic sau aud un nume de fișier precum „IMG_2041.jpg” în loc de produs, culoare sau ofertă. Pot rata detalii esențiale și pot pleca spre un magazin care își descrie produsele.

PE CINE AFECTEAZĂ

clienții nevăzători · utilizatorii de cititoare de ecran · persoanele cu imaginile dezactivate sau cu conexiune lentă

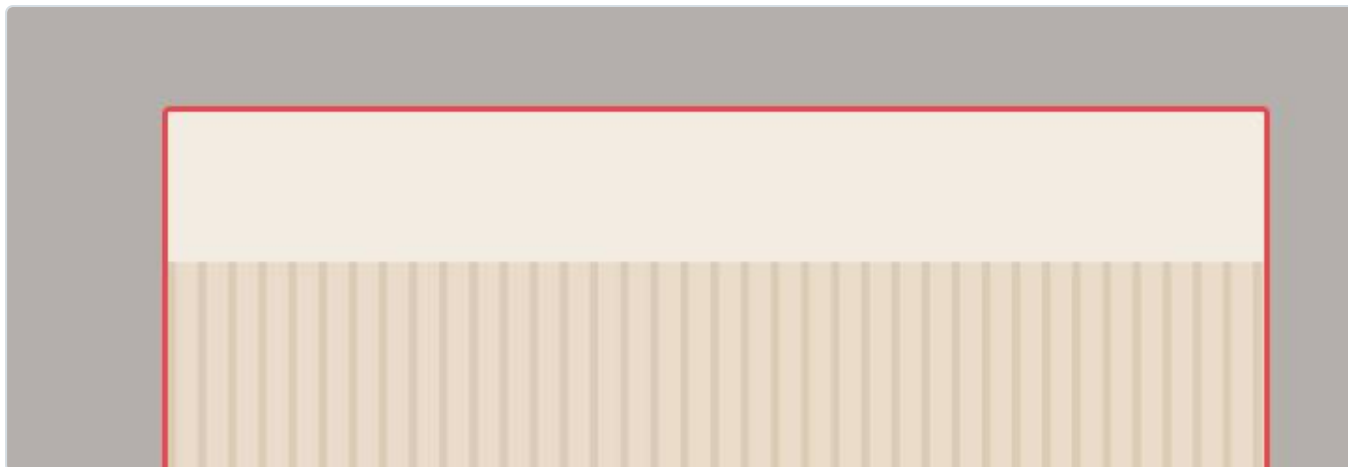
CUM SE REMEDIAZĂ

Adăugați un atribut alt fiecărui . Descrieți într-o frază scurtă ce contează pentru cumpărare (produsul, culoarea, un detaliu cheie). Folosiți alt="" pentru imaginile pur decorative, ca să fie omise. Nu repetați „imagine cu” și nu înghesuiți cuvinte cheie.

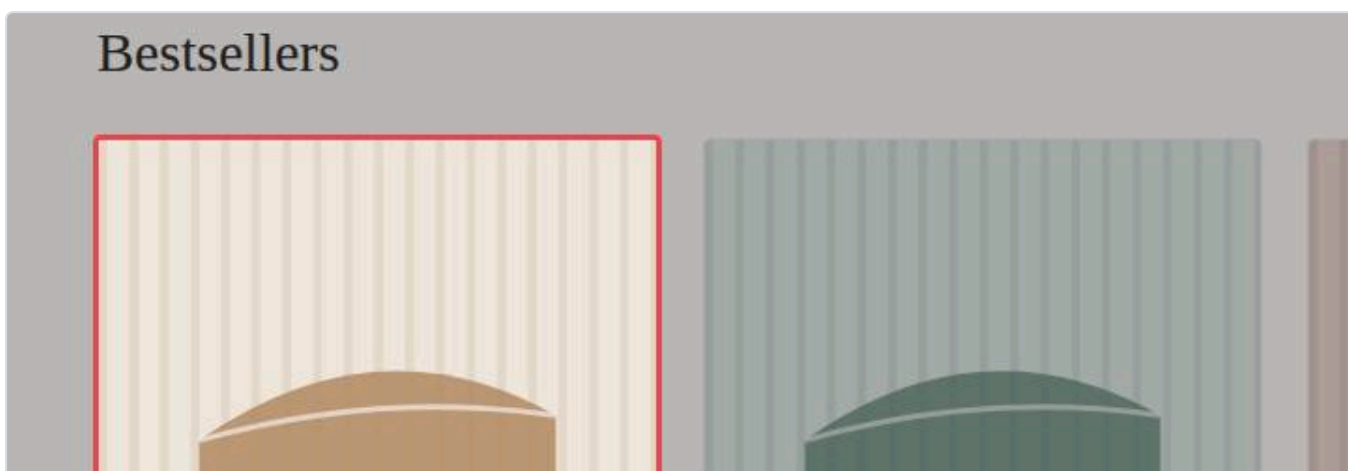
În Woocommerce: Completați câmpul Text alternativ în Biblioteca media din WordPress și verificați ca tema sau page builder-ul să îl afișeze. Imaginile inserate de pluginuri sau de slidere pot avea propriile setări pentru alt.

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

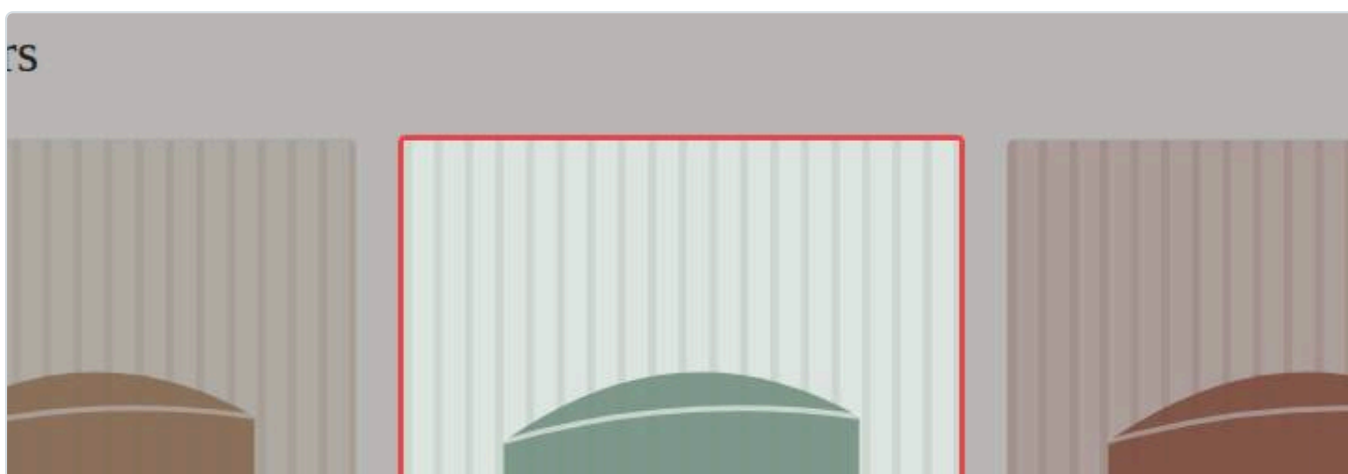
UNDE AM GĂSIT



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



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



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

Unele linkuri nu spun unde duc

GRAV

Apariții: 3; pagini: 1. **noi față de verificarea anterioară: 2**

Unele linkuri nu au text care poate fi citit; adesea sunt pictograme precum un coș, o inimă sau un logo fără etichetă text.

CE ÎNSEAMNĂ ASTA PENTRU CLIENȚII DVS.

Utilizatorii de cititoare de ecran aud doar „link” și nu știu dacă deschide coșul, contul sau Instagramul. Pierd timp sau renunță să mai caute coșul ori pagina de contact.

PE CINE AFECTEAZĂ

clienții nevăzători · utilizatorii de cititoare de ecran · utilizatorii de control vocal

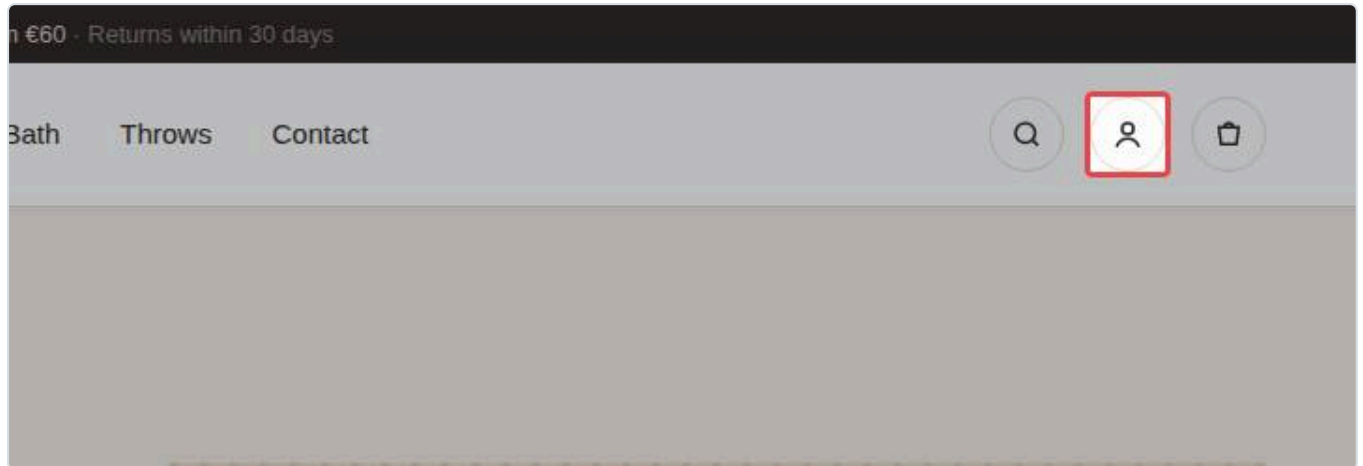
CUM SE REMEDIAZĂ

Dați fiecărui link un nume text: text vizibil, text alternativ pe o imagine din interiorul linkului sau aria-label pe linkurile doar cu pictogramă. Numele trebuie să descrie destinația, de exemplu "Coș, 2 produse". Ascundeți pictogramele decorative cu aria-hidden="true".

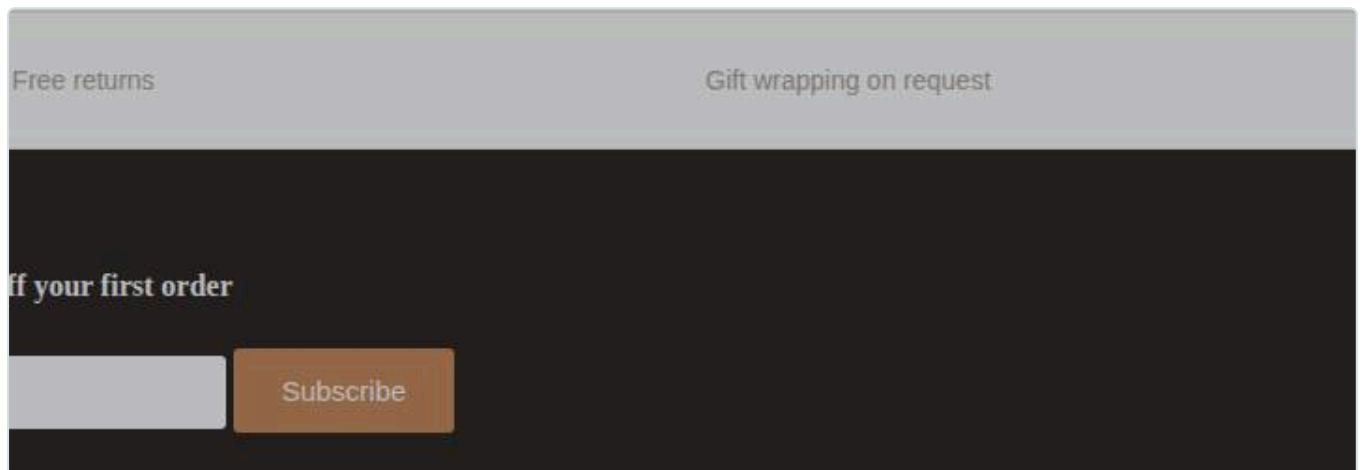
În Woocommerce: Adesea, linkuri cu pictograme din header-ul temei, din mini-coș sau dintr-un plugin de pictograme sociale. Adăugați etichete text în șabloanele temei sau ale temei copil ori alegeți setări ale pluginului care generează etichete accesibile.

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

UNDE AM GĂSIT



`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)`

Câmpurile din formulare nu se completează automat

MODERAT

Apariții: 1; pagini: 1.

Unele câmpuri din formulare folosesc valori autocomplete invalide sau nepotrivite cu câmpul, așa că browserele nu le pot completa.

CE ÎNSEAMNĂ ASTA PENTRU CLIENȚII DVS.

Cumpărătorii trebuie să tasteze manual adrese, numere de telefon și adrese de email. Cei mai afectați sunt oamenii cu dificultăți motorii sau de memorie, iar o finalizare lentă a comenzii înseamnă comenzi pierdute pentru toți.

PE CINE AFECTEAZĂ

persoanele cu dizabilități motorii · persoanele cu dizabilități cognitive · cumpărătorii de pe mobil · toți clienții aflați la finalizarea comenzii

CUM SE REMEDIAZĂ

Folosiți valori autocomplete valide din specificația HTML, potrivite cu câmpul, de exemplu "email", "given-name", "postal-code", "tel". Corectați greșelile de scriere și valorile inventate; folosiți "off" doar acolo unde completarea automată ar fi greșită.

În Woocommerce: Verificați câmpurile de checkout și de cont din temă și din pluginuri, în special din pluginurile pentru câmpuri personalizate de checkout. Corectați valorile în setările pluginului sau în șabloanele temei copil.

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

UNDE AM GĂSIT

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

Linkurile din text arată ca textul obișnuit

MODERAT

Apariții: 1; pagini: 1. **noi față de verificarea anterioară: 1**

Unele linkuri din paragrafe se disting doar prin culoare, fără subliniere sau alt semn vizibil.

CE ÎNSEAMNĂ ASTA PENTRU CLIENȚII DVS.

Persoanele cu deficiențe de percepție a culorilor sau cu vedere slabă pot să nu observe linkurile către condițiile de livrare, ghidul de mărimi sau politica de retur și ratează informații de care au nevoie.

PE CINE AFECTEAZĂ

persoanele cu deficiențe de percepție a culorilor · persoanele cu vedere slabă · clienții mai în vârstă

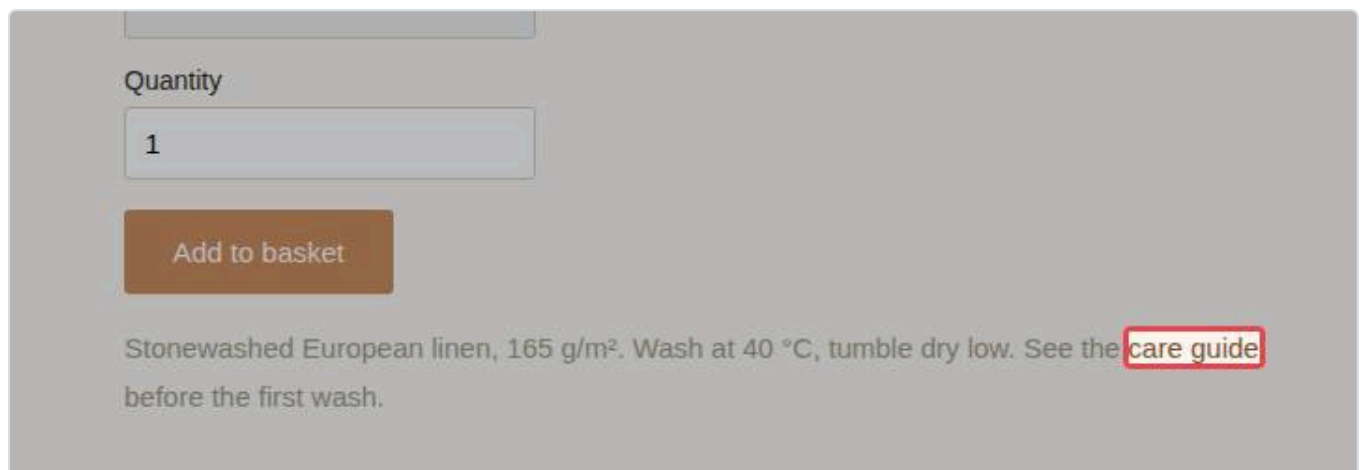
CUM SE REMEDIAZĂ

Subliniați linkurile din textul principal sau oferiți-le un alt indiciu vizual în afară de culoare. Dacă vă bazați doar pe culoare, linkul are nevoie de un contrast de cel puțin 3:1 față de textul din jur, plus o schimbare vizibilă la hover și la focus.

În Woocommerce: De obicei, stilurile temei sau ale editorului de blocuri elimină sublinierea. Reduceți sublinierea pentru linkurile din zonele de conținut prin customizer, stilurile globale sau CSS-ul temei copil.

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

UNDE AM GĂSIT



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

Unele titluri sunt doar text îngroșat sau mare

MODERAT

Apariții: 1; pagini: 1. **noi față de verificarea anterioară: 1**

Unele paragrafe arată ca titluri pentru că sunt îngroșate, cursive sau mai mari, dar în cod sunt text obișnuit, nu titluri reale.

CE ÎNSEAMNĂ ASTA PENTRU CLIENȚII DVS.

Clienții nevăzători sar adesea de la un titlu la altul pentru a găsi secțiuni precum „Descriere”, „Livrare” sau „Recenzii”. Titlurile false sunt invizibile pentru această navigare, așa că trebuie să asculte toată pagina și pot rata informații importante.

PE CINE AFECTEAZĂ

clienți nevăzători · utilizatori de cititoare de ecran · persoane care navighează cu scurtături de tastatură

CUM SE REMEDIAZĂ

Transformați textul care servește drept titlu de secțiune într-un titlu real (<h2>, <h3> etc.) într-o ordine logică și stabiliți aspectul prin CSS. În editoare, alegeți „Titlu 2” sau „Titlu 3” din meniul de formatare în loc să îngroșați sau să măriți textul. Dacă textul nu este un titlu, lăsați-l paragraf: axe marchează această verificare ca experimentală și uneori semnalează propoziții introductive îngroșate.

În Woocommerce: De obicei în descrierile produselor sau în conținutul din page builder. Folosiți blocul „Titlu” din editorul de blocuri sau widgetul de titlu al page builderului în locul unui paragraf îngroșat.

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

UNDE AM GĂSIT



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

Recomandări peste WCAG 2.2 AA

Peste nivelul WCAG 2.2 AA pe care se bazează legile. Nu se numără ca probleme; remedierea lor face site-ul mai ușor de folosit.

Recomandare	Elemente
O parte din conținut se află în afara zonelor principale ale paginii Unele părți ale paginii nu se află în repere (landmarks) precum antetul, navigarea, conținutul principal sau subsolul. Aceasta este o practică recomandată, dincolo de nivelul WCAG 2.2 AA.	2
Textul nu atinge nivelul de contrast ridicat (AAA) (WCAG AAA) Unele texte îndeplinesc nivelul de bază al contrastului, dar nu pe cel mai strict: 7:1 pentru text normal și 4.5:1 pentru text mare. Este o practică recomandată dincolo de WCAG AA, nu o cerință obligatorie.	1

Anexă pentru dezvoltator

Toate elementele semnalate de verificarea automată, pe pagini. Numele regulilor sunt identificatori axe-core.

<https://lindenloom.example/>

Regulă	Element
button-name	button[type="button"]:nth-child(1)
button-name (nou)	.cart
color-contrast	.bar > span
color-contrast (nou)	.lead
color-contrast (nou)	.btn[href\$="product.html"]
color-contrast	.card[href\$="product.html"]:nth-child(1) > .body > .price
color-contrast (nou)	.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 (nou)	img[src\$="duvet.svg"]
image-alt (nou)	img[src\$="towel.svg"]
image-alt (nou)	img[src\$="throw.svg"]
image-alt	img[src\$="pillow.svg"]
link-name	.icons > a[href\$="contact.html"]
link-name (nou)	a[href\$="contact.html"]:nth-child(1)
link-name (nou)	.social > a[href\$="contact.html"]:nth-child(2)

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

Regulă	Element
button-name	.icons > button:nth-child(1)
button-name (nou)	.cart
color-contrast (nou)	.bar > span
color-contrast (nou)	.btn
color-contrast (nou)	.desc
color-contrast	footer > span

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

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

Regulă	Element
autocomplete-valid	input[type="email"]
color-contrast (nou)	button
color-contrast (nou)	span