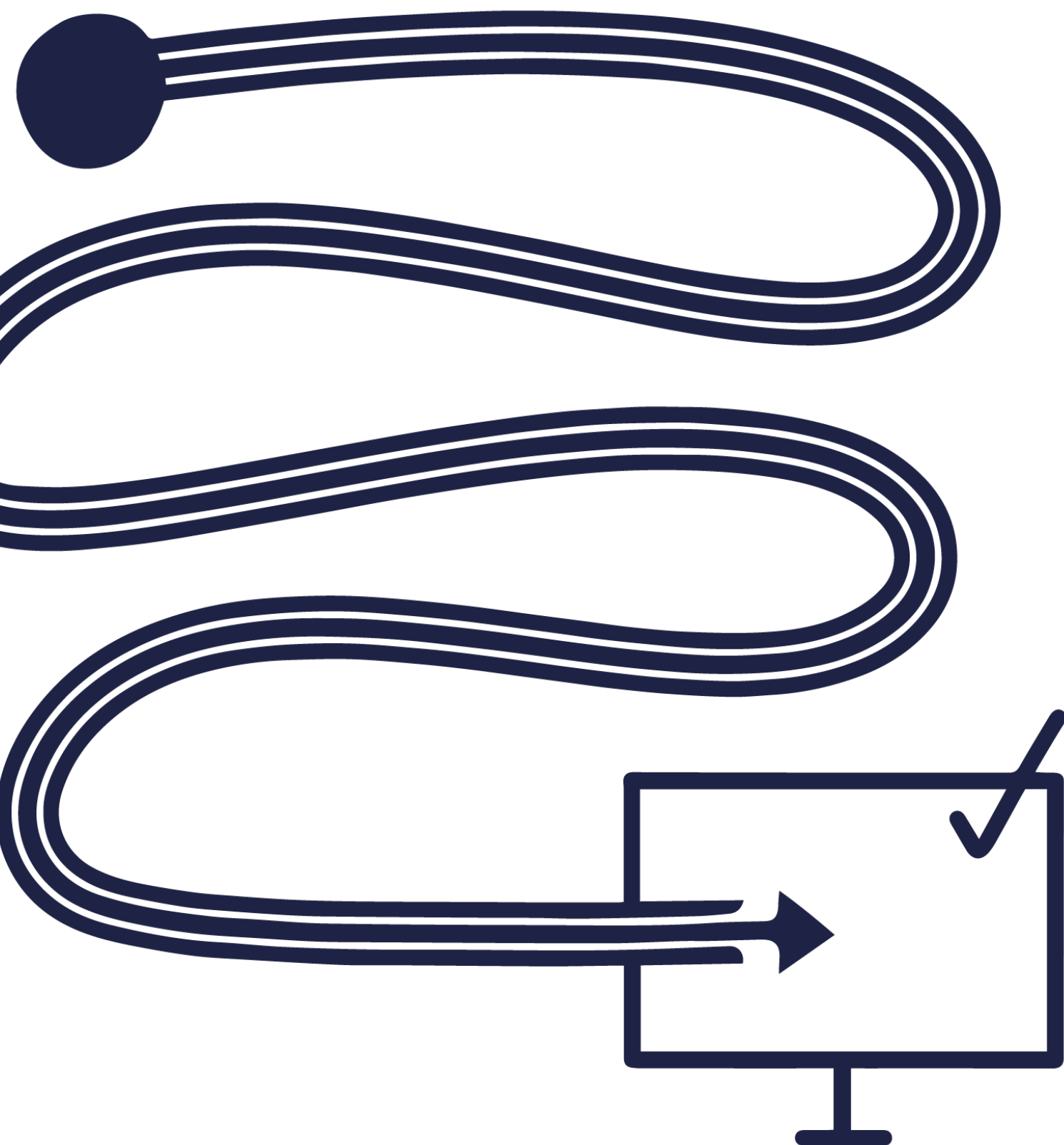
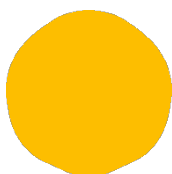




PIANO PLURIENNALE DI ACCESSIBILITÀ DIGITALE

2025-2028





INTRODUZIONE

OBBLIGHI DI PUBBLICAZIONE REGOLAMENTARI

L'articolo 47 della "Legge n. 2005-102 dell'11 febbraio 2005 sui pari diritti e opportunità, la partecipazione e la cittadinanza delle persone con disabilità", integrata nel 2016, rende obbligatorio che tutti i servizi di comunicazione online siano accessibili a tutti.

Ai sensi del paragrafo III del suddetto articolo 47, il piano pluriennale, della durata massima di tre anni, definisce la politica dell'ente interessato in materia di accessibilità digitale.

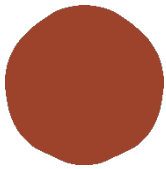
Pertanto, contiene informazioni sulla governance, sull'organizzazione interna predisposta, sulle azioni di formazione, sui processi di progetto, sui rapporti con i subappaltatori e sulle politiche di collaudo e audit.

UN APPROCCIO DI CO-COSTRUZIONE

Per rendere questo progetto coerente e unificante, in linea con la cultura organizzativa collettiva e coinvolgendo tutti gli stakeholder interni, Club Med ha adottato un approccio di intelligenza collettiva per sviluppare il suo piano pluriennale di accessibilità digitale.

I workshop condotti hanno permesso di individuare le azioni e le risorse da mobilitare, nonché di definire i fondamenti del progetto per realizzare, quanto prima, il suo impegno verso una politica proattiva di accessibilità digitale, in continuità con le politiche sociali in materia di disabilità, inclusione e diversità.





LA POLITICA DI ACCESSIBILITÀ DEL CLUB MED

LA POLITICA DI CLUB MED IN MATERIA DI DISABILITÀ E ACCESSIBILITÀ DIGITALE

Club Med sta implementando una politica proattiva di accessibilità digitale. Questa strategia viene attuata in linea con i suoi valori fondamentali, in particolare quello dell'inclusione. La non discriminazione e l'inclusione sociale sono al centro del progetto e, più in generale, della politica di responsabilità sociale del gruppo, al fine di garantire l'accesso universale ai suoi servizi a tutti gli utenti, senza eccezioni.

Un impegno già integrato nella strategia del gruppo

I vari accordi aziendali relativi all'impiego di persone con disabilità, l'ultimo dei quali è in corso (2024-2026), confermano la strategia di *employer branding* basata sui valori di diversità e inclusione. In concreto, ciò si traduce in una particolare attenzione dedicata, durante le fasi di reclutamento e di percorso professionale, ai dipendenti interessati, nonché alla non discriminazione nei loro confronti.

I registri sull'accessibilità danno forma concreta agli impegni quotidiani del gruppo in ciascuno dei suoi servizi ed enti.

LE SFIDE DELL'ACCESSIBILITÀ DIGITALE AL CLUB MED

Oltre ad allineare il progetto ai valori e alla missione aziendale di Club Med, l'accessibilità digitale affronta diverse sfide concrete, sia sociali che tecniche.

Employer branding e politiche di reclutamento e formazione:

I clienti e i dipendenti del gruppo sono sempre più sensibili e attenti ai valori delle entità e delle aziende; l'*employer branding* e il posizionamento aziendale assumono un'importanza sempre maggiore.



Questo posizionamento influenza in particolare la politica di reclutamento per i nuovi dipendenti, al fine di soddisfare appieno le aspettative dei candidati; il sito web del gruppo dedicato alle carriere (clubmedjobs.com) ne è un esempio significativo.

La politica di formazione è quindi una sfida fondamentale per fidelizzare i dipendenti e mantenere le competenze a lungo termine.

All'inizio del progetto, Club Med non disponeva di una formazione specifica sull'accessibilità digitale. Pertanto, una delle principali sfide è stata quella di supportare lo sviluppo delle competenze dei dipendenti in questo specifico ambito dell'inclusione.

Accogliere le persone con disabilità:

Da diversi anni, Club Med porta avanti un programma specifico per accogliere persone con disabilità in vari resort in tutto il mondo.

Al fine di fornire ai propri clienti informazioni chiare, l'accessibilità dei resort Club Med viene valutata in base a 4 tipologie di disabilità (visiva, uditiva, cognitiva e motoria); le informazioni vengono poi rese disponibili sui siti commerciali in lingua francese. Questa valutazione è stata effettuata sul 100% dei resort in Francia e su un elenco di altri resort in tutto il mondo.

Questa politica di accoglienza fisica dovrebbe essere ampliata integrando strumenti digitali che possano facilitare l'accoglienza e la permanenza dei clienti, estendendo così l'esperienza del cliente a 360 gradi in termini di accessibilità.

Sfide nella gestione delle politiche digitali:

La struttura organizzativa di Club Med e la sua presenza specifica in diversi continenti rendono la supervisione dei progetti digitali una sfida significativa, soprattutto in un'ottica di gestione decentralizzata degli stessi.

La mappatura esaustiva del progetto e la sua completezza assumono un'importanza sempre maggiore nell'ambito di una strategia volta a rendere conformi tutti gli oggetti, i prodotti e i servizi digitali.

Questa problematica assume un'importanza ancora maggiore in quanto il continuo rinnovamento dei team nei diversi Paesi rende più difficile mantenere lo stesso livello di qualità per ciascuno dei prodotti e servizi digitali.

La dimensione gruppo/paese:

Questa presenza geografica multipla solleva la questione dell'adozione di una politica di accessibilità in ciascuno dei paesi in cui il gruppo è presente e, di conseguenza, della conformità alle politiche nazionali di ciascuno dei paesi in cui è stabilito.

Pertanto, appare essenziale considerare una struttura che consenta una strategia a livello di gruppo, adattabile al contesto di ciascun paese in cui i servizi e i prodotti vengono distribuiti.

Subappalto e acquisti:

A causa del ricorso a subappalti ed editori esterni per l'acquisizione e lo sviluppo di alcuni dei suoi prodotti e servizi digitali, l'evoluzione della politica di acquisto rappresenta un'importante sfida per garantire la coerenza di una strategia di accessibilità digitale. Garantire rapporti contrattuali solidi e tenere conto di questi criteri nelle gare d'appalto è fondamentale per la strategia commerciale del gruppo.

Complementarietà con l'approccio dell'ecodesign

L'accessibilità digitale non dovrebbe essere considerata un progetto isolato. Deve essere pienamente integrata con l'approccio di ecodesign digitale in corso, al fine di adottare una strategia digitale responsabile per il gruppo negli anni a venire.

INIZIATIVE E AZIONI INTRAPRESE IN CORSO

I temi della disabilità, dell'inclusione e della diversità non sono nuovi per Club Med. Sono già state intraprese diverse iniziative per promuovere una maggiore accessibilità, anche nell'ambito dell'accessibilità digitale.

Gestire l'accessibilità fisica nelle varie sedi del gruppo

Da diversi anni è in corso il processo di accessibilità delle strutture Club Med aperte al pubblico in Francia e nelle Antille, e le informazioni sul livello di accessibilità fisica per

clienti e utenti sono disponibili nei registri di accessibilità.

Soluzioni per adattare le condizioni di lavoro e le postazioni di lavoro ai dipendenti

Nell'ambito della stessa strategia, sono già state implementate diverse soluzioni per agevolare le condizioni di lavoro dei dipendenti, in particolare adattando la postazione di lavoro o favorendo il telelavoro (schermi di grandi dimensioni, software specifici...). L'utilizzo di fornitori esterni specializzati per la scelta delle attrezzature è una delle azioni già intraprese nell'ambito dell'accessibilità fisica.

Azioni concrete e primi risultati nell'affrontare le disabilità digitali

A partire da gennaio 2024, sono iniziati i lavori per adeguare il sito web della Club Med Corporate Foundation (amisfondationclubmed.com) alle normative vigenti, con l'esecuzione di un audit e l'implementazione delle prime misure correttive. Questo progetto ha inoltre permesso di avviare le prime azioni di sensibilizzazione e formazione per i dipendenti, in particolare per i profili di UX e UI designer.

È stato inoltre avviato un audit sui siti web clubmed.fr e clubmedjobs.com.

IL PUBBLICO DI RIFERIMENTO DELLA POLITICA DI ACCESSIBILITÀ DIGITALE

Pubblico interno:

1. Gli attori della governance: Quentin Briard, CEO di Marketing, Digital & Technologies e membro del Comitato Esecutivo, svolge un ruolo chiave nella "sponsorizzazione strategica" e nel monitoraggio dell'implementazione delle politiche di accessibilità.
2. Il personale interno, in particolare le persone con disabilità, beneficia direttamente dei miglioramenti apportati agli strumenti digitali e all'organizzazione del lavoro.
3. I vari dipartimenti e divisioni di Club Med, tra cui acquisti, risorse umane, sistemi informativi e unità aziendali commerciali, sono coinvolti nell'implementazione della politica di accessibilità digitale.

Il pubblico esterno interessato:

1. Utenti e clienti: tutti i clienti Club Med che utilizzano servizi e prodotti digitali per organizzare i propri soggiorni.
2. Tutti i fornitori di servizi esterni: data l'elevata esternalizzazione dei progetti digitali, è fondamentale che i fornitori di servizi rispettino gli standard di accessibilità e partecipino all'attuazione di azioni correttive, se necessario.
 - Fornitori ed editori di software
 - Fornitori di servizi digitali di intellettualizzazione e sviluppo
 - Agenzie di comunicazione
 - Lavoratori autonomi e collaboratori specifici
 - Siti partner che offrono soluzioni di vendita online
 - ...

I PRODOTTI DIGITALI INTERESSATI

Siti web e applicazioni:

- Sito web Club Med B2C: Belgio / Canada / Svizzera / Cile / Cina / Indonesia / Israele / Asia / Giappone / Corea del Sud / Nuova Zelanda / Thailandia / Regno Unito / Sudafrica / Argentina / Australia / Brasile / Repubblica Dominicana / Hong Kong / Messico / Malesia / Perù / Singapore / Turchia / Taiwan / Germania / Danimarca / Spagna / Francia / Irlanda / Italia / America Latina / Paesi Bassi / Norvegia / Portogallo / Russia / Svezia / Ucraina / Stati Uniti / Uruguay
- Sviluppo sito web: clubmeddevelopment.com
- Sito annesso statunitense: ideatravel.com/d/150512_23952.htm
- Sito web per l'*employer branding*: clubmedjobs.com
- Sito web degli artisti: clubmedlive.fr
- Sito web della fondazione: amisfondationclubmed.com
- Sito web dei fornitori: suppliers.clubmed.com
- Sito web aziendale: corporate.club.med
- La app My Club Med (applicazione mobile)

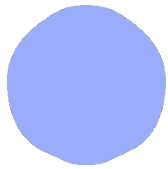
Applicazioni interne e B2B:

- Agente di viaggi Club Med (sistema di prenotazione dell'agenzia partner)
- Informazioni su Club Med (strumento di informazioni sui prodotti)
- Salesforce (motore di prenotazione B2B)
- Applicazioni HR
- Applicazione di Contabilità e Finanza

AMBITO NORMATIVO APPLICABILE AI PRODOTTI E SERVIZI DI CLUB MED

L'analisi dell'inventario di prodotti e servizi digitali di Club Med consente di individuare i due quadri normativi in materia di accessibilità digitale a cui Club Med appartiene.

1. In quanto società con un fatturato superiore a 250 milioni, Club Med è soggetta agli obblighi di cui all'articolo 47 in merito alla pubblicazione delle seguenti informazioni:
 - a. Indicazione del livello di conformità sulla homepage dei siti web e degli oggetti digitali sotto la sua responsabilità editoriale.
 - b. Pubblicazione di una pagina con la dichiarazione di accessibilità su ciascuno dei siti web e degli oggetti digitali.
 - c. Pubblicazione del piano di accessibilità dell'ente
 - d. Pubblicazione del piano annuale dell'ente, aggiornato in occasione del triennio di attuazione della strategia di accessibilità digitale.
2. In quanto fornitore di servizi online soggetti alla legge del 7 marzo 2023 di recepimento della normativa europea in materia di servizi telefonici, audiovisivi, di commercio elettronico, bancari e di trasporto, Club Med è tenuto a garantire un livello di accessibilità del 100% per tali servizi.



LA GOVERNANCE DELL'ACCESSIBILITÀ DIGITALE DI CLUB MED

L'ORGANIZZAZIONE DELLA PRODUZIONE DIGITALE

L'attuale organizzazione della produzione digitale all'interno di Club Med si basa su un modello altamente decentralizzato. Ciascuna entità funzionale – che si tratti di un servizio aziendale o di una regione geografica – è autonoma nella conduzione dei propri progetti digitali, sia interni che esterni. Questo approccio distribuito consente agilità e adattamento a livello locale, ma limita il coordinamento globale su questioni trasversali come l'accessibilità digitale.

Gli scambi informali e alcune prassi condivise (in termini di GDPR, sicurezza o acquisti) consentono una certa omogeneizzazione, ma attualmente non esiste una gestione centralizzata che garantisca che l'accessibilità venga sistematicamente presa in considerazione in tutti i progetti digitali.

ORGANIZZAZIONE DELLE POLITICHE IN MATERIA DI DISABILITÀ E INCLUSIONE

Ad oggi, la politica in materia di disabilità è gestita dal dipartimento CSR e sponsorizzazioni, che definisce e coordina le azioni dei servizi, principalmente a favore dell'integrazione e del supporto dei dipendenti con disabilità in tutto il territorio francese. Si occupa inoltre delle attività di reporting annuali. Tuttavia, ad oggi, l'accessibilità digitale non rientra nel suo ambito di intervento.

Questa dissociazione tra produzione digitale e inclusione digitale ha portato a una riflessione sulla governance, al fine di garantire una considerazione coerente, efficace e trasversale delle problematiche relative all'accessibilità digitale in tutta l'organizzazione.

PROPOSTA DI GOVERNANCE: UN MODELLO A MATRICE COORDINATA

Di fronte ai limiti dei modelli "organici" basati esclusivamente sulla gestione digitale o sulla responsabilità sociale d'impresa (CSR), la governance scelta si basa su un modello

a matrice. L'obiettivo è quello di coniugare l'autonomia delle entità con un coordinamento strategico condiviso.

1. Un supporto strategico di alto livello

L'accessibilità digitale è patrocinata da un membro del Comitato Esecutivo, il che ne garantisce la visibilità nei comitati di revisione e ne rafforza la legittimità strategica.

2. Un'entità di riferimento interfunzionale

La Segreteria Generale/Ufficio Legale è designata come ente di riferimento per la gestione complessiva. Garantisce:

- Il monitoraggio del piano pluriennale e del relativo piano d'azione annuale,
- Il coordinamento dei comitati

3. Referenti operativi aziendali

All'interno dei servizi aziendali sono designati dei referenti per l'accessibilità digitale. Il loro ruolo è quello di:

- Dare priorità ai progetti,
- Assicurarci che i progetti siano conformi (audit, correzione, monitoraggio),
- Fungere da referente operativo per l'ente di riferimento.

4. Relè locali delle BU ("angeli")

In ogni Business Unit, i coordinatori locali (o "angeli") garantiscono l'applicazione delle norme di accessibilità digitale a livello locale. Partecipano alla mappatura di progetti digitali e segnalano eventuali esigenze o difficoltà riscontrate.

5. Un organo decisionale: il Comitato per l'accessibilità digitale

Questo comitato interfunzionale è il fulcro della governance operativa:

- Si riunisce due volte l'anno, inclusa una riunione un mese prima del comitato di revisione.
- Comprende: l'ente capofila, gli esperti aziendali e i responsabili dei vari flussi di progetto.
- Si occupa del monitoraggio del piano d'azione, della messa in conformità, della

definizione delle priorità annuali e dell'individuazione delle azioni correttive.

6. Una rete comunitaria e una comunicazione strutturata

Una rete interna dedicata all'"Accessibilità Digitale" supporterà questa governance attraverso la condivisione di strumenti, buone pratiche e risorse.

Verrà elaborata una politica di comunicazione interna per:

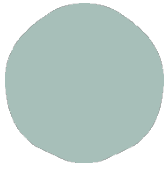
- Aumentare la consapevolezza tra i team in merito all'accessibilità digitale,
- Promuovere le azioni intraprese,
- Sostenere lo sviluppo delle competenze dei contatti designati.

MEZZI DI COMUNICAZIONE E ASSISTENZA

Nell'interesse della trasparenza e di uno stretto contatto sia con gli utenti che con il personale, è stato predisposto un indirizzo email specifico per segnalare eventuali problemi o carenze relative all'accessibilità digitale:

 accessibilite@clubmed.com

Questo indirizzo funge da punto di accesso unico per raccogliere feedback, richieste di assistenza o suggerimenti di miglioramento. Contribuirà inoltre a sostenere la strategia di monitoraggio e miglioramento continuo del piano pluriennale.



L'ORGANIZZAZIONE DELLA PRESA IN CARICO DELL'ACCESSIBILITÀ DIGITALE ALL'INTERNO DI CLUB MED

Il lavoro collettivo interdipartimentale ha permesso di individuare cinque progetti, oltre a quello di governance, che consentiranno a Club Med di consolidare in modo sostenibile la propria politica di accessibilità digitale e di sistematizzarla per soddisfare le esigenze degli utenti interni ed esterni.

LA NUOVA ORGANIZZAZIONE DEI PROGETTI DIGITALI

P2. La creazione di repository di progetto e l'implementazione di processi basati su strumenti come evoluzione dei processi di produzione digitale

La produzione di servizi digitali si basa sia sui processi di sviluppo di prodotti digitali, sia sull'organizzazione di test e verifiche per poter misurare i progressi e raggiungere gli obiettivi.

Al fine di garantire la produzione di prodotti digitali che soddisfino il livello di accessibilità richiesto dallagovernance, il progetto di evoluzione dei processi di produzione digitale mira a integrare l'accessibilità in ogni fase della produzione. Tale integrazione sarà realizzata attraverso lo sviluppo di una solida politica di quadri di riferimento per i team aziendali, avvalendosi di competenze esterne per garantire il trasferimento di competenze e l'autonomia dei team stessi.

Nuovi progetti, correzioni e modifiche ai piani di produzione digitale, presa in carico dell'accessibilità

L'organizzazione dei processi di produzione digitale di Club Med consente di integrare l'accessibilità nei nuovi progetti o nelle correzioni senza dover ripensare le fasi di tali processi.

Migliorare e tenere conto dell'accessibilità richiede, prima di tutto, l'implementazione progressiva di framework e strumenti a disposizione dei diversi team per fornire standard di produzione comuni in un'organizzazione decentralizzata.

Diverse azioni supportano questa nuova strategia:

- Implementazione di "kit di strumenti" con prerequisiti in materia di accessibilità digitale durante le riunioni di progetto (supporto da parte di un ente esterno per un progetto digitale);
- Implementazione delle linee guida UX;
- Generalizzazione della carta grafica comune e rafforzamento del sistema di progettazione interno quale quadro tecnico per lo sviluppo del progetto;
- Definizione delle regole di convalida dell'"accessibilità digitale" per ogni sviluppo;
- ...

Queste proposte si basano sul consolidamento o sulla generalizzazione di pratiche già in atto che integrano l'accessibilità per determinate produzioni. È essenziale garantirne la generalizzazione e la presa in carico da parte di tutti i team in tutti i paesi in cui vengono implementate.

Ciò implica un forte coordinamento tra i team nella produzione digitale.

P3. Controlli di convalida: gestione coordinata delle politiche di conformità, audit e test inclusivi con gli utenti.

Al fine di garantire la qualità di tutti i suoi prodotti e servizi digitali, Club Med si affida a una strategia di gestione e monitoraggio della messa in conformità attraverso una politica coordinata di audit e test inclusivi.

Più nello specifico, per attuare questa nuova direzione si stanno prendendo in considerazione quattro azioni:

- L'impiego di strumenti di controllo comuni che consentano a ciascuna professione

- di "autocontrollare" le proprie produzioni e i propri sviluppi;
- L'istituzione di processi di controllo nelle fasi chiave dei processi digitali, mediante l'introduzione di specifiche regole di controllo in materia di accessibilità;
 - La creazione di una politica di audit periodici per verificare la conformità continua di prodotti e servizi;
 - L'implementazione di test inclusivi per l'utilizzo in condizioni reali che integrino le verifiche tecniche e normative degli audit, garantendo una valutazione a 360° delle esigenze degli utenti in termini di accessibilità.

Queste diverse azioni richiedono il rafforzamento dell'attuale dimensione organizzativa di coerenza nei processi di creazione e sviluppo di prodotti e servizi digitali.

Come tenere conto del feedback degli utenti

L'attuale organizzazione del feedback degli utenti consente già di elaborare e prendere in considerazione richieste specifiche.

Inoltre, la politica di test A/B sullo sviluppo di prodotti e servizi esistenti fornisce anche un quadro operativo per integrare i criteri di accessibilità digitale nella scelta finale degli sviluppi e delle correzioni.

L'utilizzo di competenze esterne per la creazione di un "centro di esperti in accessibilità digitale"

Per garantire l'implementazione della sua nuova politica digitale, i team di Club Med si avvalgono già del supporto di esperti esterni in materia di accessibilità.

Questa competenza ci permette di intervenire in tutte le fasi chiave dei progetti:

- Inquadramento e progettazione;
- Sviluppo;
- Test e ricette.

L'obiettivo dichiarato è quello di investire nel trasferimento di competenze al fine di rendere i team autonomi e di impiegare le competenze interne in materia di accessibilità

digitale per lo sviluppo di futuri prodotti e servizi.

La prospettiva di un "centro di competenza sull'accessibilità" è tanto più realizzabile in quanto il centro UX opera già come polo di competenza interfunzionale per tutti i team digitali, estendendosi oltre i prodotti "B2C". Può quindi legittimamente diventare il centro di riferimento interno per l'accessibilità digitale.

PROGETTI A SOSTEGNO DEL PROGRAMMA DI ACCESSIBILITÀ DIGITALE

L'importanza dei cambiamenti, sia in termini di evoluzione delle competenze dei dipendenti sia per quanto riguarda il ricorso a fornitori esterni per lo sviluppo dei prodotti e servizi digitali di Club Med, implica diverse azioni a supporto del programma di accessibilità per garantirne la sostenibilità e la coerenza.

P4. Formazione e sensibilizzazione: un piano di formazione mirato

Riquilibrare i dipendenti responsabili dell'implementazione dell'accessibilità e integrare queste competenze nei nuovi processi di reclutamento sono sfide fondamentali. Ciò renderà l'accessibilità digitale una politica sostenibile e garantirà la qualità dei team responsabili dello sviluppo di prodotti digitali.

I tre aspetti di questa politica possono essere suddivisi in diverse tipologie di azioni:

P5. Politica di comunicazione e sensibilizzazione attraverso lo sviluppo di una comunità interna

Rendere visibile la politica di accessibilità digitale del gruppo, sia internamente che esternamente, è un altro aspetto importante e un'azione che deriva dal lavoro dei team incaricati dell'implementazione.

Presentare il gruppo come impegnato in una politica di accessibilità digitale dovrebbe contribuire a integrare la materia nella quotidianità dei team. Ciò contribuirà anche ad affrontare la sfida del posizionamento in un settore in cui altri attori stanno compiendo progressi nell'integrare l'accessibilità digitale nelle proprie politiche digitali.

Questa mobilitazione prevede anche azioni specifiche per sensibilizzare tutti i dipendenti.

Sarà importante coinvolgere il più possibile i dipendenti con disabilità per creare una rete di ambasciatori interni.

Nel corso del periodo di attuazione del piano pluriennale per l'accessibilità digitale, è quindi possibile individuare alcune categorie di azioni da realizzare:

- Lo sviluppo di una rete interna o di una comunità per l'accessibilità digitale
- L'inclusione dei dipendenti con disabilità (su base volontaria) nell'attuazione e nella valutazione dei progressi in materia di accessibilità digitale
- Campagne di sensibilizzazione ricorrenti
- Una politica di comunicazione interna, in particolare per quanto riguarda i progressi e gli sviluppi relativi all'adeguamento dei vari prodotti e servizi alle normative vigenti.

P6. Politica di acquisto e rapporti contrattuali

Garantire che la politica di accessibilità venga presa in considerazione dai fornitori di servizi esterni assicurerà l'applicazione dei criteri di conformità per i prodotti e i servizi sviluppati in caso di subappalto.

Ciò richiede una serie di azioni "tecniche" e legali per integrare la questione dell'accessibilità digitale nelle politiche contrattuali delle diverse entità di Club Med. Queste azioni spaziano dalla ricerca e qualificazione dei fornitori di servizi alla garanzia e verifica della conformità ai criteri di accessibilità nei prodotti forniti dai fornitori stessi. Due condizioni sono alla base dell'evoluzione di questa politica contrattuale:

- Formazione degli acquirenti
- L'evoluzione delle specifiche e delle clausole contrattuali del quadro generale delle condizioni di compravendita.

È pertanto necessario includere clausole contrattuali specifiche, rendendo ad esempio obbligatorio il rispetto delle norme di accessibilità.

A monte, meccanismi come griglie o questionari di conformità possono aiutare a identificare i subappaltatori in grado di soddisfare le aspettative in materia di accessibilità.