

---

# **Saavutettavuusraportti -**

## **Briljant verkkosivut**

---

Raportin laatija → **Milica Krivokapic**

 :0451031009

# Sisällysluettelo

<b>Sisällysluettelo</b>	<b>1</b>
<b>1. Johdanto</b>	<b>2</b>
1.2 Korjausehdotukset ja prioriteetit	3
1.3 Korjaus ja jatkotoimet	4
1.4 Auditointimenetelmät	4
<b>2.0 Saavutettavuuspuutteet</b>	<b>5</b>
2.1 Korkea prioriteetti	5
2.1.1 Kontrastiarvojen puutteet tekstissä	5
2.1.1.1 Etusivu	5
2.1.1.2 Yhteystiedot-sivu	7
2.3 Matalan prioriteetin korjausehdotuksia	9
2.3.1 Otsikkohierarkia	9
Suosituksia	11
Formin pieniä huomioita	11

# 1. Johdanto

Tämä saavutettavuusarvointi on laadittu Briljant OSK:in verkkosivustolle ([www.briljant.fi](http://www.briljant.fi)). Arvioinnin suoritti Milica Krivokapic (myöhemmin "laatija") aikavälillä 1.5–20.6.2025. Työ perustuu Verkkosisällön saavutettavuusohjeistuksen (WCAG) versioon 2.2, keskittyen erityisesti A- ja AA-tason kriteerien täyttymiseen. Tarvittaessa raportissa esitetään myös suosituksia, jotka liittyvät AAA-tason vaatimuksiin tai muihin käytettävyytyttä ja saavutettavuutta parantaviin ratkaisuihin.

Arvioinnin tavoitteena on tunnistaa ne ongelmakohdat, jotka voivat estää tai vaikeuttaa sivuston käyttöä tai sisällön hahmottamista. Korjaamalla nämä kohdat voidaan parantaa verkkopalvelun käytettävyytyttä ja saavutettavuutta sekä täyttää digipalvelulain velvoitteet. Saavutettavuus ei ole vain lakisääteinen vaatimus, vaan se tukee yhdenvertaista ja laadukasta verkkopalvelukokemusta.

Yli miljoona suomalaista tarvitsee saavutettavia digipalveluja esimerkiksi aisti-, motoristen tai kognitiivisten rajoitteiden vuoksi. Lisäksi saavutettavuus hyödyttää kaikkia käyttäjiä esimerkiksi tilanteissa, joissa laitteet tai ympäristöt muuttavat käyttäjän toimintakykyä. Hyvin saavutettava verkkopalvelu on usein myös selkeämpi, helpommin ymmärrettävä ja teknisesti toimivampi kokonaisuus.

Tämä raportti on laadittu maksutta harjoitustyönä. Vaikka arvointi on tehty huolellisesti ja parhaaseen osaamiseen nojaten, se ei välttämättä kata kaikkia mahdollisia saavutettavuuspuutteita. Laatija ei vastaa mahdollisista oikeudellisista seuraamuksista, joita

suositusten noudattaminen tai noudattamatta jättäminen saattaa aiheuttaa.

## 1.2 Korjausehdotukset ja prioriteetit

Havaitut saavutettavuuspuutteet on jaoteltu neljään luokkaan vaikutuksen ja korjaustarpeen mukaan: **korkea, keskitaso, matala ja suositus**.

**Korkean prioriteetin ongelmat** estäävät tai vaikeuttavat verkkopalvelun käyttöä merkittävästi esimerkiksi ruudunlukijaa käyttävien tai muiden apuvälineiden varassa toimivien käyttäjien kohdalla. Ne ovat usein selvästi ristiriidassa WCAG-kriteerien ja digipalvelulain vaatimusten kanssa. Näiden ongelmien korjaamista suositellaan ensisijaisesti ja viipymättä.

**Keskitason ongelmat** eivät estää palvelun käyttöä, mutta heikentävät käytettävyyttä tai sisällön ymmärrettävyyttä tietylle käyttäjäryhmälle. Näiden korjaaminen auttaa täytämään saavutettavuusvaatimuksia ja parantaa kokonaisvaltaista käytökokemusta.

**Matalan prioriteetin** puutteet ovat vaikutukseltaan lieviä. Ne eivät yleensä ole suoraan WCAG-vaatimusten vastaisia, mutta voivat yksittäisinä tai kasaantuneina heikentää palvelun käytettävyyttä.

**Suositukset** liittyvät tilanteisiin, joissa käytettävyyttä tai selkeyttä voisi parantaa, vaikka varsinaista teknistä virhettä ei ole. Näiden huomioiminen tukee saavutettavuuden jatkuvaan kehittämistä ja laadukasta palvelukokemusta.

## **1.3 Korjaus ja jatkotoimet**

Erityisesti korkean ja keskitason ongelmien korjaamista suositellaan, jotta sivusto täyttää digipalvelulain vaatimukset ja on saavutettava eri käyttäjäryhmille. Kaikkien puutteiden korjaaminen tukee myös hyvää käyttökokemusta ja vahvistaa palvelun laatua.

Kun korjauksia tehdään, niiden vaikutus saavutettavuuteen kannattaa tarkistaa uudelleentestauksella. Mikäli puutteita jää korjaamatta, ne tulee dokumentoida saavutettavuusselosteessa. Olenaiset puutteet tulee ilmoittaa oma-aloitteisesti valvontaviranomaiselle.

## **1.4 Auditointimenetelmät**

Arviointi perustuu WCAG 2.2 -kriteeristöön A- ja AA-tasojen osalta. Työssä on otettu huomioon myös Suomen ja EU:n saavutettavuuslainsääädäntö sekä 28. kesäkuuta 2025 voimaan astuvat digipalvelulain muutokset, jotka tuovat uusia vaatimuksia esimerkiksi verkkokaupoille.

Kognitiivista saavutettavuutta arvioitiin Selkeästi meille -hankkeen kehittämän kriteeriston pohjalta.

Auditointi yhdistää automaattisia ja manuaalisia menetelmiä. Automaattisessa tarkastelussa käytettiin WAVE-lisäosaa ja Google Chromen Lighthouse-työkalua. Manuaalinen testaus suoritettiin näppäimistönavigoinnilla sekä ruudunlukijoilla: NVDA (Windows), TalkBack (Android) ja VoiceOver (iOS).

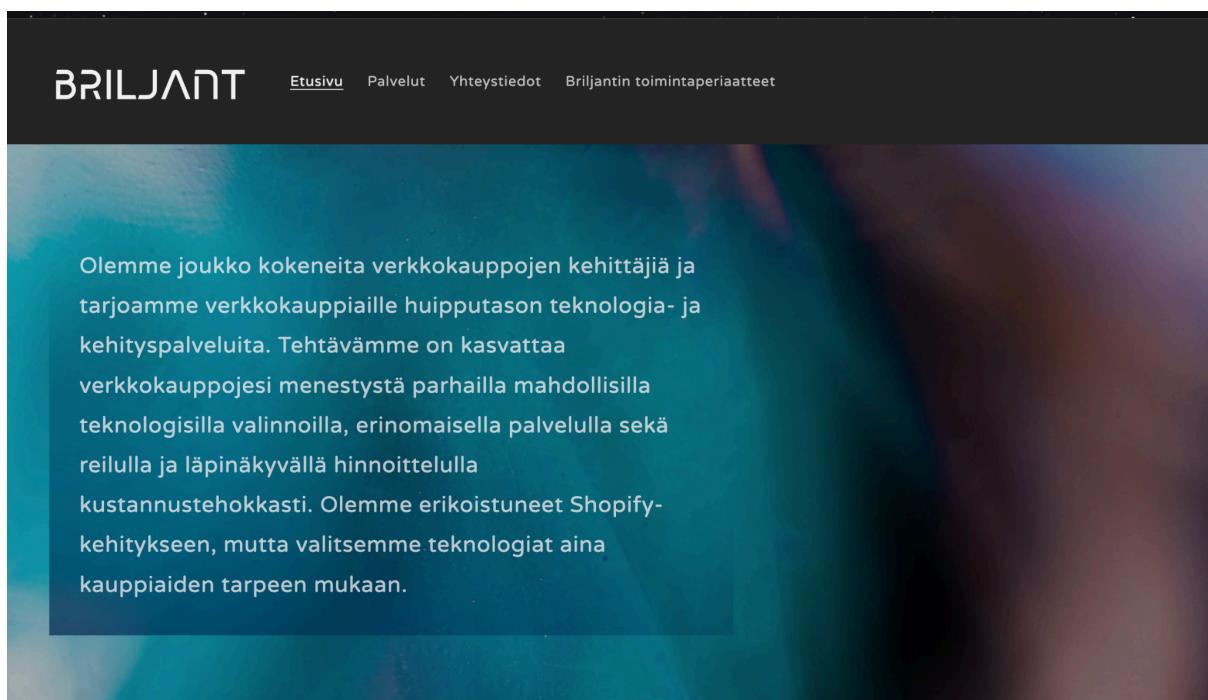
Mobiilikäyttöä arvioitiin selaimen kehittäjätyökalujen lisäksi fyysisillä laitteilla: iPhone 12 mini ja MacBook Pro (M1). Sivuston responsiivisuus ja käytettävyys testattiin käytännössä.

# **2.0 Saavutettavuuspuutteet**

## **2.1 Korkea prioriteetti**

### **2.1.1 Kontrastiarvojen puutteet tekstillä**

#### **2.1.1.1 Etusivu**



**Ota yhteyttä!**



## Miksi valita Briljant kumppaniksi

Hyvän teknologiateknologian löytäminen on tunnetusti yksi suurimpia kasvun esteitä verkkokauppiaille. Tyyppisiä haasteita ovat:

- Kehitystoimien epäselvyys ja vaikeaselkoisuus
- Luotettavaa ja pitkäjänteistä palvelua on hankala saada
- Korkeat ja vaikeasti hallittavat kustannukset

Me lupaamme:

Selkeyttää, sujuvuutta ja säästöjä – palvelua, joka tukee liiketoimintaasi aidosti.

## Briljantin toimintaperiaatteet

Reilu ja edullinen hinnoittelu – aina mahdollisimman lähelle palvelun tuottamisen todellisia kustannuksia

- Täysi läpinäkyvyys ja osallistava toimintamalli - teemme teknologian asiakkaillemme helpoksi
- Modernit teknologiat ja tehokkaat työtavat
- Kauppassi pitkäikäisyys ja toimivuus keskiössä

Rakennamme verkkokauppoja, jotka eivät ainoastaan käynnisty – ne kestävät ja tuottavat.



## Selkeää ja sujuvaa yhteistyötä

- Selkeät työmääriä- ja aikatauluarviot
- Säännölliset tapaamiset ja oma nimetty tiimi joka on tavoitettavissa kun tarvitset
- Dokumentoitu, selkeä ja läpinäkyvä kehitysprosessi ja raportointi
- Joustavat mallit jatkuvaan kehitykseen ja projekteihin - rääätälöimme aina palvelumme sinun tarpeesi mukaan

Ei mustaa laatikkoa – tiedät aina missä mennään ja miksi.

### 2.1.1.2 Yhteystiedot-sivu

## Yhteystiedot

Jaakko Hyvönen

050 490 6400

jaakko.hyvonen@briljant.fi



Thomas Riska

050 482 7871

thomas.riska@briljant.fi



Lähetä

Vastuualue	Kehittäjä
Kuvaus puutteesta	Tekstin ja taustan välinen kontrasti on liian pieni
Sijainti	<b>Etusivu</b> -> Navigaatio, menu banner, "Ota yhteyttä!"-nappi, Image with text-sectioneiden tekstiosiot <b>Yhteystiedot</b> -> puhelinnumero ja sähköposti, "lähetä"-nappi Footer*
Laitteet/ohjelmisto	Kaikki
WCAG 2.2	<a href="#">tekstin kontrasti</a>
Korjausehdotus	Nostetaan vaalean tekstin opacity täyteen (1.0) tai käytätään taustalla vielä tummempaa sävyä. Turkooseissa napeissa kannattaa olla ehkä hieman tummempi taustansävy.

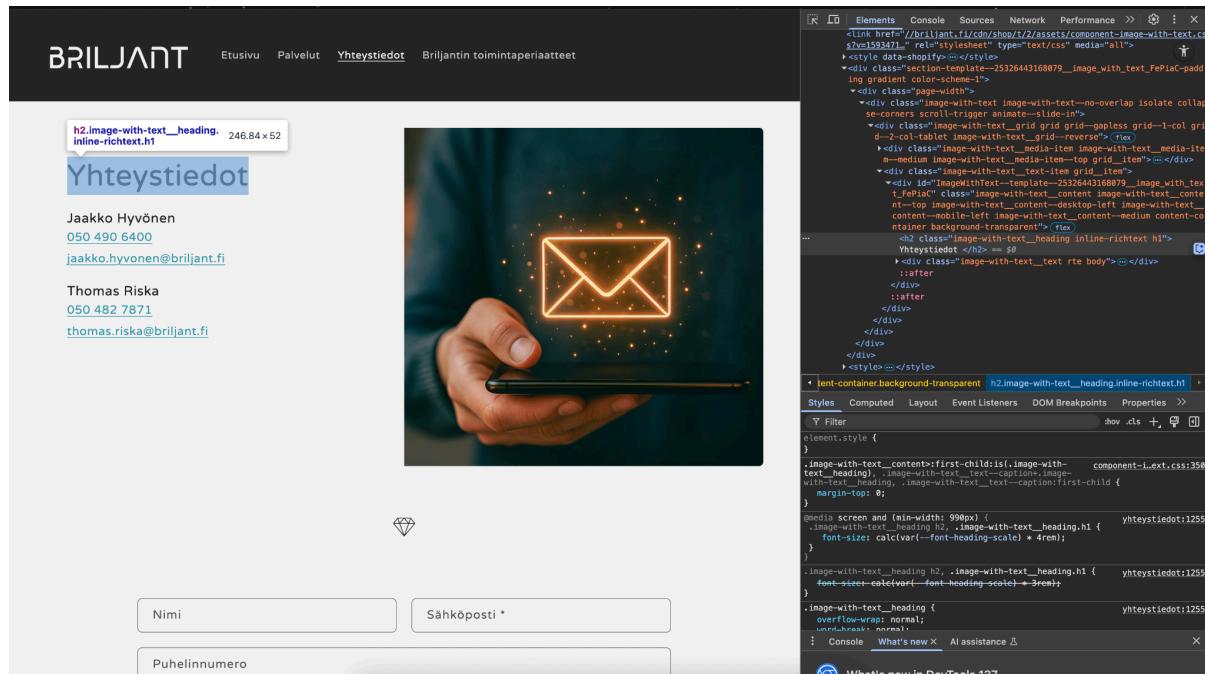
\*Lisätietoja liittyen Footeriin:

Tekstin kontrasti tumman taustan päällä on hyvin lähellä WCAG 2.2 AA -rajaa normaalikokoisella tekstillä (laskennallinen arvo noin 4.49:1). Firefoxin saavutettavuustarkistin tunnistaa yhdistelmän riittäväksi, mutta konservatiivisemmat kontrastityökalut (esim. WebAIM) ilmoittavat sen hieman alle vaaditun. Mikäli halutaan varmistaa vaatimuksen täyttymisen kaikissa olosuhteissa, suositellaan

vaaleamman tekstivärin käyttöä myös Footerissa. Tämä ei kuitenkaan ole välttämätöntä.

## 2.3 Matalan prioriteetin korjausehdotuksia

### 2.3.1 Otsikkohierarkia



The screenshot shows the 'Yhteystiedot' (Contact) page of the Briljant website. The page has a dark header with the brand name 'BRILJANT'. Below the header, there's a large image of a hand holding a smartphone, with an envelope icon glowing on the screen. To the left of the image, there's contact information for two people: Jaakko Hyvönen (phone 050 490 6400, email jaakko.hyvonen@briljant.fi) and Thomas Riska (phone 050 482 7871, email thomas.riska@briljant.fi). At the bottom, there are input fields for 'Nimi' (Name), 'Sähköposti \*' (Email \*), and 'Puhelinnumero' (Phone number). On the right side of the screenshot, the browser's developer tools (DevTools) are open, specifically the Elements tab. It shows the HTML structure of the page, including the heading element `<h2>` and its corresponding CSS styles defined in the file `component-image-with-text.css`.

Vastuualue	Kehittäjä
Kuvaus puutteesta	Briljantin etusivulla logo toimii hyvin <code>&lt;h1&gt;</code> -tunnisteenä, mutta muilla sivuilla kuten "Yhteystiedot" ja "Briljantin toimintaperiaatteet"

	-sivun pääotsikko ei ole esitetty <b>&lt;h1&gt;</b> -elementtinä. Tämän seurauksena sivulta puuttuu ensimmäisen tason otsikko, mikä heikentää rakenteen selkeyttä erityisesti ruudunlukijoiden näkökulmasta ja voi vaikuttaa myös mahdollisesti SEO:oon.
Sijainti	Seuraavat sivut: Palvelut, Yhteystiedot, Briljantin toimintaperiaatteet
Laitteet/ohjelmisto	Kaikki
WCAG 2.2	Tämä ei määritelmällisesti ole WCAG:ia rikkova ongelma, mutta on hyvän tavan mukaista lisätä h1-tason otsiko, ja näin käyttää otsikkohierarkioita loogisesti oikein: <a href="#"><u>Heading structure format</u></a>
Korjausehdotus	Lisää jokaisen muun paitsi etusivun alkuun <b>&lt;h1&gt;</b> -otsikko, joka kuvaa sivun aihetta (esimerkiksi <b>&lt;h1&gt;Yhteystiedot&lt;/h1&gt;</b> ).

## Suosituksia

### Formin pieniä huomioita

① Tarkistathan seuraavat:

- [Sähköposti on tyhjä tai virheellinen](#)

Nimi

Sähköposti \*

! Sähköposti on tyhjä tai virheellinen

Puhelinnumero

Kerro meille tarpeesi niin otamme sinuun yhteyttä!

Lähetä

Kun lomakkeeseen unohti laittaa sähköpostiosoitteen ja lähetti lomakkeen, koko lomake tyhjentyi painaessa “lähetä”, jolloin kaikki kenttiin piti kirjoittaa samat asiat uudestaan.

A screenshot of a web form. At the top, there is a text input field containing "Puhelinnumero testing". Below it, a button labeled "Testaus!" is visible. A tooltip-like message box appears over the input field, containing an exclamation mark icon and the text "Please match the format requested.".

Kentässä “puhelinnumero” ilmoitus vääränlaisesta kentän sisällöstä tulee englanniksi, kun sähköpostikentässä se taas tulee suomeksi ja eri kohtaan, mikä voi olla hieman sekavaa, mutta en usko että se on iso ongelma käyttäjille.

A screenshot of a web form with several fields and validation messages:

- A text input field labeled "Nimi" with a placeholder "Kerro meille tarpeesi niin otamme sinuun yhteyttä!"
- A text input field labeled "Sähköposti \*". To its right, a red error message says "Sähköposti on tyhjä tai virheellinen".
- A text input field labeled "Puhelinnumero".
- A large text area labeled "Kerro meille tarpeesi niin otamme sinuun yhteyttä!".
- A blue button labeled "Lähetä" at the bottom.

Kun kenttä on aktiivinen niin kentän label menee pieneksi. On todella hyvä, että label on yhä nähtävillä, tämä ratkaisu on paljon parempi käytettävyyden kannalta kuin se että label katoaisi kokonaan. Toisaalta pienentynyt teksti ei välttämättä kaikki nää. Samoin “Sähköposti on tyhjä tai virheellinen”-teksti on aika pienellä

kirjasimella. Tämä ei kuitenkaan välttämättä ole mikään ongelma johon pitäisi puuttua, kaikkea ei voi tehdä 100% saavutettavaksi. Ruudunlukija lukee kuitenkin tuon varoitustekstin.