



UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI UDINE
Facoltà di Lingue e Letterature Straniere

CORSO DI LAUREA IN RELAZIONI PUBBLICHE

Monitoraggio dei siti non profit 2007

Ottobre - Novembre 2007

Coordinatore del progetto:

Prof. Francesco Pira

Docente di Teoria e Tecniche della Comunicazione Pubblica, Relazioni Pubbliche,
Comunicazione Sociale

con la collaborazione di

Dott.ssa Vania Pistolozzi, Dott. Andrea Altinier

PUBBLICA ASSISTENZA

CARITAS AMBROSIANA

<http://www.caritas.it>

Grafica: @@@1/2

Il sito non ha subito variazioni nel look grafico e si presenta uguale agli anni precedenti. La Home page del sito si presenta molto semplice, lineare. L'intestazione della Home Page è occupata dal simbolo e dal nome dell'associazione, elementi che fungono anche da link per tornare alla Home Page durante la navigazione in pagine interne e da un banner, in cui si susseguono inviti a sostenere la Caritas, brevi presentazioni dei progetti, presentazioni di libri...

Il corpo della Home Page è diviso in tre colonne, tramite delle marcate linee rosse. La prima colonna contiene un menù con le voci "Chi siamo"; "Cosa puoi fare per noi"; "Eventi"; "Caritas e territorio"; "Centri di ascolto"; "Osservatorio"; "Documentazione e ricerca"; "Volontariato e giovani"; "Aree di bisogno"; "Giovani e Servizio Civile"; "Internazionale"; "Europa". Alla fine del menù, in rosso, è stato inserito il motore di ricerca e anche la possibilità di iscriversi alla Caritas Ambrosiana per godere di tutti i servizi. La colonna centrale, più ampia rispetto alle altre, sotto la frase «Benvenuti nel sito di Caritas Ambrosiana», contiene delle brevi anticipazioni rispetto alle pagine di approfondimento interne. Basta cliccare sulle frecce presenti in ogni riquadro o sulla immagine collegata alla notizia per accedere alla pagina completa. La terza colonna è riservata all'editoriale di Don Roberto Davanzo, accompagnato da una sua foto. Sopra l'editoriale è stato inserito un altro banner in cui viene pubblicizzata una carta di credito "equa". Cliccando sul banner si apre una pagina interamente dedicata all'argomento.

A fondo pagina troviamo un menù orizzontale con le seguenti voci: "Ricerca Personale"; "Privacy"; "Indirizzo"; "Contattaci"; "Copyright"; "Disclaimer"; "F.A.Q", poco visibili e perciò poco intuitivi.

Nel complesso la Home Page presenta una impostazione lineare, molto pulita, vivacizzata dalle piccole immagini e dai due banner. Permane la dimensione piccola del carattere che non facilita la lettura.

Usabilità: @@@

La navigazione non presenta grosse difficoltà. Le pagine interne mantengono la stessa impostazione della Home Page, aspetto che conferisce un senso di continuità all'intero sito. Inoltre nelle pagine interne rimangono sempre presenti il simbolo e il nome dell'Associazione, che costituiscono dei link alla pagina iniziale, e i due menù, in modo da agevolare la ricerca. Da sottolineare, inoltre, che durante la navigazione all'interno del sito, si visualizza il percorso seguito, in modo che il visitatore possa sempre sapere in che sezione si trova.

Bisogna però segnalare che il sito non dispone della versione accessibile per i diversamente abili, né di una versione in inglese. Inoltre potrebbe risultare utile inserire una mappa del sito.

Contenuti: @@@@

Il sito si conferma completo nel fornire le informazioni necessarie per delineare il profilo dell'Ente, le sue attività e i suoi obiettivi. Oltre ad informazioni sull'attività della Caritas, il visitatore può reperire informazioni anche su avvenimenti di attualità.

Il menù di sinistra è diviso per aree tematiche, in modo da facilitare l'individuazione degli aggiornamenti di interesse e velocizzare la navigazione, per alcune voci, come per esempio "Internazionale", vengono elencati una serie di link utili, correlati tematicamente, per permettere di approfondire la ricerca anche fuori dal sito della Caritas.

Alla voce “Contattaci”, del menù inferiore, oltre alle classiche informazioni quale telefono, fax, e-mail e indirizzo, è stata inserita anche una descrizione di come raggiungere la sede di Milano tramite tram o autobus, accompagnata da una piantina della zona circostante.

Alla voce F.A.Q. si possono trovare le risposte o le indicazioni per trovare quanto cercato nel sito, in modo da non dover mandare una e-mail.

Comunicazione interattiva: @@@1/2

E' possibile iscriversi alla Newsletter, semplicemente segnalando il proprio indirizzo e-mail. Inoltre, visitando le varie sezioni, è possibile scaricare documenti, relazioni dei convegni, volantini oppure inviare ad altri articoli di interesse via mail. È possibile, inoltre, scaricare dei moduli per la partecipazione a convegni o a progetti di volontariato, ma non sono compilabili direttamente on-line. Un altro aspetto interessante riguarda la possibilità di iscriversi al sito secondo due modalità diverse: Iscrizione Basic e Iscrizione Personal. A seconda del tipo di iscrizione, in ogni caso gratuita, l'utente potrà usufruire di servizi diversi, come ben spiegato nella sezione “Iscrizione”, a cui si accede dalla Home Page. Una novità recente per il portale, che aggiunge un carattere di innovazione e multimedialità importante, è la possibilità di guardare l'editoriale attraverso un video. Una possibilità che rappresenta una certa novità per i portali di associazioni no profit.

All'interno dei vari settori sono indicati indirizzi e-mail di riferimento, in modo da facilitare una comunicazione mirata. Da segnalare la mancanza di un forum. Mentre è stato inserito il servizio RSS.

Giudizio globale: @@@1/2

Il sito conferma la valutazione ottenuta nei precedenti monitoraggi. Dal punto di vista dei contenuti questi sono esaustivi e consentono di conoscere l'associazione e le sue attività. Buona l'interattività con la novità recente per il portale, che aggiunge un carattere di innovazione e multimedialità importante, la possibilità di guardare l'editoriale attraverso un video. Permangono i limiti legati alla grafica, con l'utilizzo di un carattere troppo piccolo e il posizionamento degli strumenti a supporto della navigazione nel footer della pagina e dunque poco visibili.

Un altro aspetto da considerare è la mancanza di una versione accessibile per i disabili e di una versione in inglese, auspicabili vista l'attività svolta dall'associazione.

	Grafica	Usabilità	Contenuti	Com. interattiva	Giudizio globale
2003	@@@@	@@@@	@@@	@@@@	@@@1/2
2005	@@@1/2	@@@	@@@@	@@@1/2	@@@1/2
2006	@@@1/2	@@@	@@@@	@@@1/2	@@@1/2
2007	@@@1/2	@@@	@@@@	@@@1/2	@@@1/2

ANPAS

<http://www.anpas.it>

Grafica: @@1/2

La Home Page presenta ancora un'impostazione molto lineare, con la persistenza di un gran numero di elementi e di link che la rende un po' caotica. Nella parte superiore troviamo l'intestazione con la sigla e il nome esteso dell'Associazione, i recapiti tradizionali e l'indirizzo e-mail. Questi ultimi dati sono riportati in carattere di piccole dimensioni e in corsivo, scelta che rende un po' difficile la lettura.

Subito sotto troviamo un primo menù, in cui compaiono 10 voci, scritte in blu su sfondo giallo chiaro: “Chi siamo”, “Organigramma”, “Comitati Regionali”, “Pubbliche Assistenze”, “Divisa e livrea”, “Documenti”, “Contratto Nazionale”, “Iniziativa”, “Normativa”, “Progetti”. Sempre da questo menù,

inoltre, si ha la possibilità di accedere alla versione in inglese, spagnolo e bulgaro della presentazione e dello statuto dell'Associazione, semplicemente cliccando sulle bandierine corrispondenti.

Il corpo della Home Page si compone di un riquadro giallo dedicato alle "Notizie in evidenza", come specificato dal titolo della sezione. Permane un elenco molto lungo che contiene le più svariate notizie, aspetto che rende difficile l'individuazione di ciò che può realmente interessare.

Subito sopra questo riquadro sono posizionati altri tre link, all'indice delle campagne, alla newsletter e alla versione on-line della rivista "Vita", dedicata al mondo del no profit.

Ai lati del riquadro centrale troviamo altri link, anche in questo caso fin troppo numerosi. Sulla parte sinistra sono stati inseriti i collegamenti alle sezioni "Servizio Civile Nazionale"; "Obiezione di coscienza"; "Protezione Civile"; "Adozioni internazionali" "I nostri links"; "Convenzioni".

Ancora non risolto le incongruenze delle pagine interne che non presentano la stessa impostazione. La sigla costituisce anche un link all'Home Page.

La grafica nel complesso si rivela disordinata e sovraccarica di elementi.

Usabilità: @@

La navigazione all'interno del sito è abbastanza complicata, l'utente incontra delle difficoltà nella individuazione degli argomenti, a causa di una generale disorganizzazione e mescolanza dei contenuti. Durante la navigazione nelle pagine interne il menù principale continua a scomparire, rendendo necessario il ritorno alla Home Page per cambiare sezione. Per quanto riguarda il ritorno alla pagina iniziale bisogna segnalare la mancanza di una precisa indicazione "Home", l'utente deve quindi intuire che il link è costituito dal nome dell'Associazione presente sull'intestazione. Mancano inoltre sia il motore di ricerca, sia una mappa del sito. Da segnalare anche che il sito non dispone di una versione accessibile per i disabili. Positiva la scelta di inserire la traduzione in inglese, spagnolo e bulgaro, anche se solo per la presentazione generale e lo statuto.

Contenuti: @@@1/2

Il sito è ricco di contenuti, tuttavia manca una organizzazione logica. Le parti di interesse per chi già lavora con l'associazione sono mescolate alle informazioni più generiche, generando confusione. I punti di debolezza si muovono lungo due snodi principali: da un lato l'eccessiva densità di contenuti e dall'altra l'organizzazione di quest'ultimi non permettono la costruzione di una comunicazione efficace. Nonostante qualche difficoltà, il visitatore può comunque recuperare le informazioni fondamentali sulla natura e l'attività della associazione, sia a livello nazionale, che a livello locale. È possibile, inoltre, scaricare documenti, giochi e programmi di attività.

Interessante la presenza di un calendario in cui sono indicate tutte le date corrispondenti ad eventi e incontri.

Dalla sezione "I nostri links", presente nella Home Page, è possibile collegarsi ai siti delle altre associazioni di volontariato, delle istituzioni e delle agenzie di stampa.

Comunicazione interattiva: @@@

Da questo punto di vista il sito si presenta abbastanza interessante. Oltre alla inusuale possibilità di contattare il Webmaster è presente un forum riservato. L'accesso ai forum continua ad essere riservato agli utenti che appartengono ad una Pubblica Assistenza vi possono accedere, tramite iscrizione, ad un'area riservata. Questo certo non aiuta il dialogo con gli utenti, se non si vuole aprire a tutte le discussioni, si potrebbe almeno renderle visibili agli internauti.

Gli utenti iscritti hanno la possibilità di avere una casella di posta elettronica interna al sito, raggiungibile direttamente dalla sezione "Controlla la tua mail" della Home Page.

Sempre dall'Home Page si accede all'area download di giochi, programmi e utilità: è possibile scaricare ACD See, programma per visualizzare le immagini, Acrobat Reader, per visualizzare i documenti in formato .pdf, e WinZip per comprimere e decomprimere file in formato .zip; un gioco con le ambulanze e come utilità il servizio di redirect.

Nell'area dedicata al "Mercatino delle Pubbliche Assistenze" le diverse associazioni ANPAS possono vendere, comprare e donare materiale e mezzi di trasporto utili alla loro attività.

Giudizio globale: @@@

Il sito non presenta miglioramenti rispetto al 2006 evidenziando tutti i limiti già riscontrati nel precedente monitoraggio. Il look grafico del portale ha bisogno di un sostanziale restyling, che si disegni su una comunicazione friendly e leggera in grado di caricare di appeal il sito e facilitare la navigazione.

A livello di contenuti il sito è necessario ripensare a una generale riorganizzazione e che oggi sono mal strutturati e di difficile individuazione. Potrebbe risultare utile dividere maggiormente le aree di interesse di chi già opera nell'associazione dalle parti dedicate a chi si avvicina al sito da esterno. Da migliorare l'uso dei menù e la distribuzione dei materiali. Sarebbe inoltre utile fornire una versione accessibile ai disabili. Standard gli strumenti di interazione fatto salvo per la webmail riservata agli associati.

	Grafica	Usabilità	Contenuti	Com. interattiva	Giudizio Globale
2003	@@@	@@@	@@@@	@@@	@@@
2005	@@@	@@	@@@@	@@@@	@@@
2006	@@@	@@	@@@@	@@@@	@@@
2007	@@1/2	@@	@@@1/2	@@@	@@@

ANT

<http://www.antnet.it>

Grafica: @@1/2

Il sito mantiene la stessa impostazione con una pagina di benvenuto sulla quale appaiono alcune voci che tendono a generare confusione nel navigatore e rendendo poco visibile la voce "Entra nel sito". Una volta cliccato sul link "Entra nel sito" il visitatore si trova ancora davanti ad una Home Page confusa, dove prevalgono i colori bianco (per lo sfondo) e verde (per le cornici e i link) costituita da un menù orizzontale e da una pagina testuale di cui non si vedono i contenuti a meno che non si utilizzi la barra di scorrimento a destra. Il carattere piccolo rende ulteriormente difficile la lettura.

Subito compare un menù orizzontale con 10 voci. Ciascuna voce, poi, costituisce a sua volta un menù a tendina, che si apre semplicemente passando con il cursore sopra il link; Alcune voci dei menù a tendina, poi, si suddividono ulteriormente, sempre passandoci sopra con il cursore.

Le pagine interne del sito mantengono la impostazione della pagina iniziale, ossia la cornice fissa con intestazione e menù e il corpo racchiuso nel riquadro da far scorrere. I colori prevalenti rimangono il bianco e il verde.

Usabilità: @@

L'usabilità del sito è piuttosto scarsa in conseguenza di una struttura ormai superata. Positiva la presenza della presentazione della fondazione in inglese, in francese e in spagnolo, anche se poi nessun'altra pagina presenta questa opzione. Si nota la mancanza di una versione accessibile per i disabili

Contenuti: @@@

Attraverso la navigazione nel sito il visitatore riesce a conoscere l'associazione e le sue attività principali. Al suo interno è possibile individuare e scaricare dei documenti, oltre che trovare dei link a siti di interesse e correlati tematicamente all'attività dell'associazione. E' altresì possibile

visionare filmati. Interessante la presenza di una intranet che evidenzia lo sforzo organizzare in modo più funzionale all'utilizzatore i contenuti del sito.

Molto curato l'aspetto della presenza dell'ANT nel territorio, infatti già dalla Home Page è possibile individuare i contatti (indirizzo, telefono, fax, e-mail) delle sedi presenti nel territorio.

Tra i contenuti compare anche un video, ossia lo spot televisivo realizzato con il contributo di testimonial famosi.

Nel complesso l'insieme dei contenuti si rivela abbastanza tradizionale, essenziale ma comunque esaustivo. È efficace, in particolare, la pagina introduttiva che grazie alla sintesi e alla pulizia dei contenuti risulta estremamente navigabile per l'internauta.

Comunicazione interattiva: @@1/2

La forma di comunicazione interattiva più evidente è costituita dalla possibilità di inviare commenti e suggerimenti, cliccando sulla voce corrispondente a fondo pagina.

Direttamente attraverso il sito è poi possibile effettuare donazioni all'associazione, con la carta di credito. A differenza di quanto rilevato dal precedente monitoraggio, il forum non è più presente, già nell'anno precedente si registrava una scarsa partecipazione e non era possibile accedere dall'home page. Questo, però, rappresenta un passo indietro nel dialogo con gli utenti. Come già evidenziato è stata introdotta una intranet con servizio webmail e contenuti dedicati.

Giudizio globale: @@1/2

Il sito non evidenzia progressi che fanno al contrario emergere molti punti di debolezza. In particolare nell'usabilità a causa di una struttura ormai superata. L'interattività arranca anche perché stato eliminato il forum inserito l'anno precedente. Permangono alcune criticità che riguardano gli aspetti legati alla grafica e all'organizzazione dei contenuti che suggerirebbero un intervento più sistematico di revisione.

	Grafica	Usabilità	Contenuti	Com. interattiva	Giudizio globale
2003	@@@@	@@@@	@@@@@	@@@	@@@@
2005	@@@1/2	@@@	@@@@	@@@1/2	@@@1/2
2006	@@@1/2	@@@	@@@@	@@@1/2	@@@1/2
2007	@@1/2	@@	@@@1/2	@@1/2	@@1/2

VOLONTARIATO

VILLAGGIO VOLINT

<http://www.volint.it>

Grafica: @@@

Il sito mantiene la stessa impostazione.

Nell'intestazione della Home Page compaiono, in verde, il simbolo e il nome dell'associazione e un primo elenco orizzontale, costituito da 5 voci: HOME, VIS, ATTIVITA', EDUCAZIONE, COMUNICAZIONE. Ad ogni singola voce corrisponde un menù a tendina. Sia le voci principali, che le voci dei menù a tendina si evidenziano in rosso al passaggio del cursore.

Il corpo della Home Page è diviso sostanzialmente in tre colonne. Nella parte di sinistra predomina il colore verde, mentre nelle altre due parti il bianco, e sono presenti i seguenti link: "VIS nel mondo", "DONAZIONI", "Bacheca eventi e corsi"; "Opportunità di lavoro". Di seguito troviamo lo spazio per iscriversi e ricevere la newsletter e, in un riquadro grigio, l'indirizzo e il recapito telefonico della sede nazionale di Roma. Al centro sono posizionate le "News" e "In evidenza". A destra troviamo il box dei comunicati stampa e una serie di bottoni che linkano a siti esterni o ad iniziative dei rilievo per l'associazione.

A fondo pagina, nella parte centrale si riporta il recapito della sede di Roma, ma questa volta viene indicato anche l'indirizzo e-mail.

L'impostazione delle pagine interne è simile a quella della Home Page, l'intestazione, con il menù orizzontale, rimane sempre presente, mentre a sinistra compaiono quando utili i link di approfondimento della sezione.

I limiti grafici permangono tutti come la scelta di inserire l'indirizzo e-mail solo a fondo pagina la lunghezza della pagina per evitare di dover scorrere lungo lo schermo.

Usabilità@@1/2

Il sito non migliora sotto il profilo dell'usabilità, mancano il motore di ricerca e la mappa. Non è accessibile, né è possibile la consultazione in inglese.

La navigazione, comunque, è semplice, la presenza dei sottomenù nel menù principale aiuta nell'individuazione dei contenuti e consente una navigazione più veloce.

Contenuti: @@@@

Per quanto riguarda i contenuti il giudizio rimane buono. Il linguaggio utilizzato è semplice e comprensibile. L'aggiornamento è costante. La sezione educazione propone un ampio programma di formazione online con corsi su diversi temi legati alla cooperazione internazionale.

Comunicazione interattiva:@@@

Le forme di interazione restano quelle di base. L'utente può iscriversi alla newsletter direttamente dalla Home Page. Dal link donazioni è possibile accedere ad un modulo attraverso cui dare il proprio contributo all'associazione direttamente via internet. A fondo pagina l'indirizzo e-mail.

LA vera novità resta la formazione on-line in materia di diritti umani e cooperazione allo sviluppo.

Giudizio complessivo: @@@

Il sito non presenta novità di rilievo. Si trovano tutte le informazioni necessarie a chi desidera capire la natura di questa associazione. Di interesse la sezione educazione con la piattaforma di elearning. Permangono i limiti grafici già rilevati oltre ad una scarsa interattività.

	Grafica	Usabilità	Contenuti	Com. interattiva	Giudizio Globale
2003	@@1/2	@@@	@@@@@	@@@@@	@@@@
2005	@@@	@@1/2	@@@@	@@@1/2	@@@
2006	@@@	@@1/2	@@@@@1/2	@@@@	@@@1/2
2007	@@@	@@1/2	@@@@	@@@	@@@

FIVOL

<http://www.fivol.it>

Grafica: @@@

La Home Page non mostra modifiche di rilievo. Nella head troviamo il simbolo, la sigla e il nome esteso della fondazione, quattro simboli che fungono da link: una casetta stilizzata per simboleggiare la Home Page, una chiocciolina per segnalare i contatti; una pila di libri per accedere ad un catalogo on line; una lettera per aprire il modulo per inoltrare richieste alla fondazione. Nella fascia blu è inserito anche un menù orizzontale: Identità; Proposte formative; Banca dati e Studi; Pubblicazioni; Rivista del volontariato; Calendario; Documentazione; Carta dei Valori; Letteratura; Normativa; Altri link evidenziate in arancione.

LA pagina è ancora organizzata in box caratterizzati da una fascia rosa con titolo in blu: Newsletter del volontariato, rapporti sul volontariato regionale, Iv rilevazione della banca dati sul volontariato, nuovo centro di documentazione, ultime pubblicazione fivol, ricerche, dizionario tematico delle leggi, progetto Ave e cd sulla formazione.

A fondo pagina troviamo la data dell'ultimo aggiornamento, l'indirizzo e-mail per la richiesta di informazioni, il numero di visitatori dal 1999 e il simbolo AAA Bobby APPROVED. Quasi tutte le pagine interne mantengono l'impostazione con il testo esploso e il titolo della pagina in una fascia celeste.

La grafica mostra un impianto semplice ma con una concezione ormai sorpassata e poco intuitiva.

Usabilità: @@@

La navigazione, anche grazie alla linearità della grafica, risulta molto semplice. Il carattere è piccolo e nonostante il sito mostri il marchio AAA Bobby APPROVED, dobbiamo sottolineare che con le recenti evoluzioni in materia di accessibilità il sito a nostro parere non risponde ai nuovi criteri. Mancano ancora tra l'altro un motore di ricerca, la mappa del sito anche se dobbiamo dire che il sito ha una struttura molto semplice e povera di contenuti che vede ridondante l'inserimento dei due strumenti.

Contenuti: @@@

Il sito, come sopra detto è molto semplice e propone dei contenuti base le uniche sezioni più interessanti sono quelle relative alla banca dati sulle leggi e la banca dati easy web per la ricarica bibliografica peraltro del tutto sfornito di una presentazione.

Comunicazione interattiva: @@

Per quanto riguarda la comunicazione interattiva è del tutto insufficiente. Fatta eccezione per la possibilità di inviare una richiesta attraverso un form e indirizzi email dei diversi settori e la newsletter non esistono altri strumenti di interazione.

Giudizio globale: @@@

Il sito mostra una serie di limiti. Pochi contenuti fatta eccezione per le due banche dati. Una struttura che risponde a logiche di navigazione superate e una certificazione di accessibilità che a nostro parere andrebbe aggiornata.

	Grafica	Usabilità	Contenuti	Com. interattiva	Giudizio Globale
2003	@@@@@	@@@@	@@@@	@@	@@@1/2
2005	@@@@	@@@@	@@@@	@@	@@@1/2
2006	@@@@	@@@@	@@@@1/2	@@@	@@@1/2
2007	@@@	@@@	@@@	@@	@@@

TUTELA DELL'AMBIENTE

FAREVERDE

<http://www.fareverde.it>

Grafica: @@@@

Il sito non presenta grosse novità dal punto di vista grafico, visto anche il restyling realizzato l'anno scorso. I punti di forza è l'equilibrio cromatico, il portale è dominato dal bianco e da motivi verdi e arancione, che facilitano la lettura, non deviano l'attenzione del fruitore che percepisce una sensazione di ordine e cura, e rinforzano il concetto di vicinanza alla natura con l'uso del verde. Buona anche la capacità di bilanciare gli elementi di testo con quelli visivo, in modo da non appesantire la navigazione dell'internauta. La brevità del sito permette all'utente di visionare in maniera veloce e dinamica tutti i diversi contenuti del portale.

L'organizzazione grafica vede si articola attraverso un menu che si estende orizzontalmente sul fronte della pagina iniziale accoglie il visitatore, illustrandogli tutte le sezioni del sito, dandogli una visione generale di quello che viene offerto e spingendolo subito a partecipare con le sezioni infomati, agisci, aiutaci e contatti, oltre al classico chi siamo. La pagina poi è divisa idealmente in due sezioni verticali: i banner a sinistra e le notizie e la possibilità di iscriversi per ricevere notizie via mail, il motore di ricerca interno e esterno e la funzione link diretti. In questo contesto di semplicità l'occhio viene naturalmente attirato dai banner posizionati ordinatamente sul lato sinistro della pagina: sono banner sia statici che in movimento, attirano l'attenzione e cromaticamente non disturbano il fruitore, anzi sembra che il filo conduttore del colore verde e arancione continui anche qui.

Nella colonna di destra troviamo le ultime notizie, i dossier. Fra questi due spicca l'invito, in un banner arancione, a iscriversi alla newsletter del sito, e un motore di ricerca sia interno che esterno. Inoltre si ripropone il menù principale in versione verticale a discesa, sotto la dicitura "vai direttamente a:".

Le pagine interne hanno una struttura semplice, si aprono le sottosezioni di riferimento e nella head appare un payoff dedicato. I testi sono organizzati in modo chiaro e sintetico, ma dal punto di vista redazionale il testo è piatto, si potrebbe guidare l'utente con la formattazione per sottolineare alcuni concetti o i termini chiave. Sulla destra è sempre presente il bottone per registrarsi al sito, il motore di ricerca e il simbolo dell'accessibilità.

Usabilità: @@@@

Il sito, prevede una sezione denominata "accessibile", con un bottone in homepage da dove i contenuti essere visualizzati in differenti versioni cromatiche per facilitare la navigazione ad utenti ipovedenti. A nostro avviso sarebbe meglio posizionare il link nella head piuttosto che in fondo alla pagina sotto i banner per renderlo più visibile anche se rappresenta un elemento di novità molto importante che inserisce nel percorso indicato dalla Legge Stanca il sito. Grazie alla divisione attenta in aree del menù risulta molto facile reperire le informazioni. E' sempre visibile il link alla home, il menù organizzato su due livelli consente di avere sempre la visione dei contenuti e del percorso effettuato. Interessante la funzione di ricerca presente in tutte la pagine a destra con la possibilità di focalizzare la ricerca nelle sezioni iniziative, notizie e comunicati stampa.

Contenuti: @@@@1/2

L'organizzazione dei contenuti nel sito è funzionale e molto ricca. Il menù orizzontale apre in una fascia sottostante in verde le voci della sezione.

Le informazioni sono organizzate in: Informati, Agisci, Aiutaci, Chi Siamo, Bottega, Attivisti, Contatti. Questo organizza logicamente i contenuti, che sono ben sviluppati e congruenti al titolo della sezione.

Nella sezione informati è organizzata in ultime notizie, comunicati stampa con la possibilità di accedere agli archivi e iscriversi alla mailing. Buona la visualizzazione per autore, argomento e data di pubblicazione presente per archivio articoli, interviste e dossier..

Particolarmente ricca di contenuti la sezione Agisci, con un approfondimento per ciascuna iniziativa in corso, un archivio delle precedenti, un opuscolo sull'educazione ambientale, alcuni materiale esterni quali protocolli su svariati argomenti e una serie di iniziative da proporre alla propria città. Infine in questa sezione si propongono le informazioni per iscriversi come socio a fareverde. In tutto il sito è offerta ripetutamente la possibilità di registrarsi come utente: in tutte le pagine che si aprono, sulla destra, appare l'invito alla registrazione.

Comunicazione interattiva: @@@1/2

Il sito è completo da questo punto di vista. Si reperiscono facilmente, raggruppati nell'area Contatti, tutti i modi per contattare l'associazione. Dalla sezione contatti si compila un form con i propri dati e richieste. Il servizio è munito della funzione di risposta automatica di ricezione della mail. Il servizio di newsletter è riservato agli iscritti al sito.

È da notare lo sforzo di coinvolgere il fruitore dal momento che, in qualsiasi pagina si apra, questa presenta sull'angolo destro l'invito a registrarsi come utente del sito, cosa che risulta piuttosto facile dal momento che il modulo da compilare è molto intuitivo e non richiede la compilazione di campi con dati particolari. Come già evidenziato è stata introdotta la possibilità di fare acquisti online nella bottega "verde". Il punto debole, però, riguarda la partecipazione attiva attraverso blog e forum. Il sito non offre spazi di discussione all'internauta e nemmeno qualche strumento di feedback, ad esempio qualche sondaggio per misurare il "polso" su alcune tematiche ambientali in primo piano.

Giudizio globale: @@@@

Il sito è molto buono e mantiene nel complesso i giudizi dell'anno scorso, anche perché passato un solo anno dal restyling e il portale aveva bisogno di stabilità per non stravolgere la propria identità visiva e fidelizzare l'utente. La semplicità della grafica si accompagna alla ricchezza di contenuti, e l'usabilità è assicurata dalla strutturazione del sito: l'utente non si sente mai disorientato grazie all'ordine che caratterizza l'ambiente. La comunicazione con l'ente è facile, sia nel reperimento delle informazioni, sia nella modalità elettronica di registrazione al sito e nella spedizione di messaggi tramite un form predefinito. Il punto debole è rappresentato dall'interattività che non è ancora un livello sufficiente e non permette di attivare l'internauta magari interessato a discutere su determinate tematiche.

	Grafica	Usabilità	Contenuti	Com. interattiva	Giudizio globale
2003	@@@@	@@@	@@@@	@@@	@@@@
2005	@@@1/2	@@@@	@@@@	@@@1/2	@@@1/2
2006	@@@@	@@@@	@@@@@	@@@@	@@@@
2007	@@@@	@@@@1/2	@@@@@	@@@1/2	@@@@

GREENPEACE

<http://www.greenpeace.it>

Grafica: @@@@

Il sito mantiene le stesse caratteristiche del 2006. La head mostra il logo accompagnato da una foto. La home è organizzata in tre colonne: a sinistra la colonna con il menù principale suddiviso in aree e sottoaree; al centro la colonna più grande con immagini sulle campagne in atto e le notizie più importanti, nella colonna di destra la presenza di greenpeace nel mondo e nelle regioni italiane. È notevole l'enfasi data alla grafica, tutto è arricchito da immagini, colori, banner e reiterazioni di inviti a collaborare e ad impegnarsi attivamente; essi rendono la pagina sicuramente con un forte carico di appeal. Anche perché è forte ed efficace l'identità visiva comunicata con la presenza del verde in sfumature diverse, ma che domina dal punto di vista cromatico il sito.

Tre bottoni invitano a entrare in tre sezioni: Sostieni, Partecipa, Entra in azione. Subito sotto si trovano un'icona per ciascuna delle campagne proposte, coprendo bene quindi questo settore d'interesse (sia nel menù principale che nel banner). Ciascuno dei tre link si apre e propone rispettivamente il modulo per fare una donazione; un elenco di come partecipare attivamente a greenpeace; un modulo per diventare cyberattivista. Quando si entra nella sezione di apre il menù corrispondente nella colonna a sinistra.

Infine per quanto riguarda la grafica delle sottoaree del menù principale si ritrovano i motivi cromatici della home page e anche alcuni dei banner e delle foto già presenti. Solo per i link che aprono delle pagine particolari si trova una grafica differente, come nel caso ovviamente della sottoarea Gli altri nostri siti o nel caso dell'apertura del banner "Defending our oceans".

Usabilità: @@@@

Il sito purtroppo non ha posto rimedio ai limiti già evidenziati nello scorso monitoraggio. Mancata accessibilità ai diversamente abili e la dimensione del carattere troppo piccolo utilizzato. Ciascuna sottoarea del menù principale è ulteriormente suddivisa in sottosezioni. E' presenta la mappa del sito, dalla quale si accede direttamente all'area in questione, così il percorso di navigazione. Restano altresì da risolvere le incongruenze della sezione Newsletter, con un archivio in un formato poco chiaro e assolutamente difficoltoso da leggere e consultare, così come si è costretti a scorrere la pagina per trovare il modulo di iscrizione. Nelle pagine interne in alto a destra sono disponibili le funzioni stampa e invia, mentre nella colonna di sinistra si apre il menù corrispondente.

Contenuti: @@@@1/2

Questo resta il punto di forza del sito. I contenuti del sito sono approfonditi. Le aree più sviluppate sono quelle relative alle campagne in atto, con informazioni, approfondimenti, link interni, animazioni e quant'altro. È interessante la presenza di materiali come video, che sono facilmente visionabili.

La presenza dell'area Gli altri nostri siti nel menù principale indica l'espansione dei contenuti presenti nel sito stesso.

Comunicazione interattiva: @@@@1/2

Le modalità d'interazione sono molteplici e organizzate nelle sezioni: Sostieni, Partecipa e Entra in azione.

L'iscrizione alla Newsletter è presente in tutte le pagine, ma rimane ambiguità nella registrazione. Interessante e positivo è il servizio per trovare dei contatti più vicini all'utente: è presente, sulla colonna di destra o nel menù principale alla voce Gruppi Locali, una piantina dell'Italia dove sono segnate le sezioni regionali e provinciali di Greenpeace.

Infine è notevole il tentativo di essere in contatto diretto con l'utente attraverso il suo coinvolgimento concreto: è sull'azione e il sostegno che punta la comunicazione di greenpeace. Questo è evidente nelle sezioni del menù principale Sostieni Greenpeace, Partecipa, Entra in azione, Lavora con noi. Qui troviamo i moduli per fare donazioni anche via internet con carta di credito e moduli per lavorare attivamente in greenpeace. Senza dubbio in questo ambito la comunicazione è molto intensa da parte dell'organizzazione, reiterando gli inviti in tutte le pagine del sito. E' attivo il servizio RSS. Greenpeace su You tube.

Giudizio globale: @@@@

Il sito si mantiene su livelli di eccellenza sotto tutti i punti di vista. La grafica, la ricchezza di contenuti e la migliore organizzazione. Inoltre è da sottolineare l'interesse di Greenpeace all'informazione ma anche all'intrattenimento dell'utente, con una gamma di servizi che va dai dossier ai giochi. Pesa la non accessibilità, che era un punto debole con l'anno scorso e che abbassa il giudizio che grazie al potenziamento dell'interattività sarebbe sicuramente cresciuto. Promossi a pieni voti i contenuti attraverso youtube, che iscrivono il portale nelle innovazioni verso il mondo del web 2.0.

	Grafica	Usabilità	Contenuti	Com. interattiva	Giudizio globale
2003	@@@	@@@	@@@@	@@@1/2	@@@1/2
2005	@@@1/2	@@@	@@@@	@@@1/2	@@@1/2
2006	@@@@	@@@1/2	@@@@1/2	@@@@	@@@@
2007	@@@@	@@@	@@@@1/2	@@@@1/2	@@@@

LEGAMBIENTE

<http://www.legambiente.eu>

Grafica: @@@1/2

L'homepage risulta eccessivamente sbilanciata nel rapporto testo – immagini. La parte scritta è eccessiva e appesantisce la pagina. La grafica risulta così non molto accattivante anche se si rallegra con il menù principale, che si estende orizzontalmente all'inizio della pagina: una striscia gialla con scritte nere evidenziate con colori vivaci. Quando si aprono le aree indicate dal menù principale esse sono dominate dal bianco, l'indicazione dell'area data dallo stesso colore con cui è presentata nella home page, qui la struttura si semplifica, sono infatti presenti due colonne: una più stretta con l'indicazione delle sottoaree consultabili, una che occupa quasi tutta la pagina per la lettura dei contributi appunto. Rimane sempre la striscia gialla con il menù principale.

La pagina eccessivamente statica è resa più dinamica dal banner presente in alto a destra, che in dissolvenza mostra all'internauta gli slogan delle campagne più importanti con l'invito a partecipare. Questo espediente grafico di movimento prova a caricare d'appeal il portale e a rendere un po' friendly la comunicazione on line.

Usabilità: @@@1/2

La navigazione resta facile grazie all'ordine del menù principale, che per ciascuna delle dieci aree, una volta cliccate, elenca ordinatamente su una colonna apposita tutte le sottoaree. Manca il link alla home e per recuperarla si deve cliccare sul logo.

Purtroppo non esiste un motore di ricerca, né interno né esterno, questo comporta la totale responsabilità del navigatore nel cercare le informazioni che gli servono, e ciò potrebbe scoraggiare i navigatori meno esperti. Sarebbe necessario inserire anche una mappa del sito per visionare complessivamente la struttura del sito, il percorso di navigazione e il link alla home.

Contenuti: @@@@

I contenuti sono ricchissimi, ordinati e approfonditi.. Le informazioni sono aggiornate, e per la sezione comunicati stampa è attivo il servizio RSS. E' presente anche il servizio di newsletter. Sulla colonna di sinistra della home page si trovano tutte le informazioni per chi volesse aderire all'associazione e il link Documenti, che fa entrare direttamente nella sezione Scienza: qui si apre una pagina con un altro link interno ben visibile che ci riconduce ad una ricca lista di dossier, svolti dal 1994 ad oggi.

Comunicazione interattiva: @@@@

È molto semplice contattare Legambiente. Nella home page sono indicate le varie opzioni: Dove siamo; Rete dei circoli; Scrivici. Tutti e tre i link appartengono all'area Associazione del menù principale. Nel Bazar è possibile acquistare i prodotti del merchandising dell'associazione, sostenere lega ambiente con donazioni, iscrizione e attivarsi con diversi strumenti e opzioni. Si può inoltre iscriversi a campi di volontariato che vengono organizzati durante tutto l'anno. Come già detto è anche attivo il servizio RSS..

Giudizio globale: @@@@

Il giudizio complessivo resta invariato, è necessario sottolineare il migliorato approccio alla comunicazione interattiva, e il fatto che l'utente ha a disposizione molti modi per comunicare con l'organizzazione. Inoltre si è decisamente evoluta l'usabilità del sito, ma allo stesso tempo vanno migliorate la grafica, rendendola più accattivante magari con l'uso di nuovi supporti quali il video, e la facilità di navigazione con l'aggiunta di una mappa del sito.

	Grafica	Usabilità	Contenuti	Com. interattiva	Giudizio globale
2003	@@@1/2	@@@	@@@@	@@@@	@@@1/2
2005	@@@	@@1/2	@@@@	@@@@	@@@1/2
2006	@@@1/2	@@@1/2	@@@@	@@@@	@@@@
2007	@@@1/2	@@@1/2	@@@@	@@@@	@@@@

WWF

<http://www.wwf.it>

Grafica: @@@@1/2

Il è stato sottoposto ad un restyling. La home si apre con una head con foto e logo del WWF in alto a sinistra nella barra orizzontale di colore rosso sono posizionate le voci principali del menù: la natura, il WWF, cosa puoi fare con noi, news, dossier. Subito sotto quattro box che mettono in evidenza le iniziative di rilievo del momento. Quindi In primo piano con: adotta una specie, panda shop, sostieni un progetto, natale aziende. Multimedia e Ultime news. Nel footer filo diretto, accessibilità, forum, contattaci, sala stampa, mappa, dall'a alla z, quindi RSS. Nella colonna di destra il motore di ricerca, i comandi per modificare la visualizzazione del carattere, e versione stampabile. L'area registrazione utenti per l'iscrizione alla newsletter. Sostieni WWF, WWF & aziende, WWF regional. Area dedicata con i bottoni a Panda tree, passport, I programmi WWF per la scuola, Le vacanze WWF, Media Partner con il link a TV e RADIO.

Le pagine interne aprono con il titolo in colore arancione che caratterizza anche i titoli delle sezioni in home page. I comandi stampa e invia posti in alto a destra. Mentre sopra è visualizzabile il percorso di navigazione. A sinistra nel si aprono dei box. Il primo contiene i link della sezione

sostieni il WWF, il secondo più in basso mostra gli argomenti correlati o i supporti disponibili come quelli multimediali. Il menù di sezione apre invece nella colonna di destra su fondo arancione. La grafica nel complesso è piacevole dobbiamo però segnalare che ci pare poco efficace il posizionamento delle voci relative alle utilities nel footer perché poco visibili.

Usabilità: @@@@

Il sito fa un significativo salto di qualità grazie al lavoro di ristrutturazione che con l'utilizzo dei criteri di accessibilità ha migliorato molto la navigazione e l'usabilità del sito. Ora si trovano tutti gli strumenti di supporto, motore di ricerca, mappa del sito, navigazione facilitata con la sezione dall'a alla z, percorso di navigazione oltre a possibilità di gestire la dimensione del carattere. Il sito infatti mostra le 2 AA del WAI.

Contenuti: @@@@

I contenuti restano un punto di forza del sito ricchi articolati ben organizzati offrono spunti di approfondimento e di coinvolgimento dell'utente. Con mini siti dedicati ai bambini e molte risorse disponibili per il download. Piacevole anche la parte di contenuti multimediali con spot e video di diversa natura.

Comunicazione interattiva: @@@@

La sezione contatti è esaustiva con mail per i diversi uffici e responsabili dell'organizzazione. Dalla home ora è possibile accedere alla sezione registrati che consente di accedere alla newsletter, partecipare al filo diretto con gli esperti, partecipare a convegni, aderire a petizioni, partecipare ai concorsi online, entrare nella community WWF..

La registrazione è possibile come utente singolo, come scuola o come azienda/ente.

Interessante la funzione di ricerca avanzata presente negli archivi che consente di ricercare per tipo di oggetto, per ambito tematico per data. A corredo il servizio RSS.

Giudizio globale: @@@@1/2

Cresce la valutazione del sito grazie al lavoro di ristrutturazione che ha visto l'introduzione di criteri di accessibilità che ne hanno migliorato l'usabilità . La grafica curata mostra alcuni aspetti da migliorare soprattutto per quanto riguarda il posizionamento di importanti comandi nel footer. Molto buoni i contenuti e si mantiene su standard elevati anche l'interattività con la registrazione alla community che dà accesso a numerosi servizi come: newsletter, partecipare al filo diretto con gli esperti, partecipare a convegni, aderire a petizioni, partecipare ai concorsi online, entrare nella community WWF.

	Grafica	Usabilità	Contenuti	Com. interattiva	Giudizio globale
2003	@@@@1/2	@@@@	@@@@	@@@@1/2	@@@@
2005	@@@@1/2	@@@@	@@@@	@@@@	@@@@
2006	@@@@1/2	@@@@	@@@@@	@@@@	@@@@
2007	@@@@1/2	@@@@@	@@@@@	@@@@	@@@@1/2

PROTEZIONE ANIMALI

ENPA

<http://www.enpa.it>

Grafica: @@1/2

Il sito mostra la stessa home page con una schermata blu con un lupo che ulula alla luna, sopra campeggia il simbolo di enpa, blu e bianco; il risultato cromatico è piuttosto cupo. La scelta è duplice: assistere ad un'animazione, oppure entrare direttamente nella home page del sito. t.

Si entra nella home page, dominata dal bianco e dall'azzurro, la parte delle notizie e dei progetti enpa è suddivisa in quadrati azzurri, con titolo bianco su striscia azzurra, che vanno a formare inizialmente tre colonne, poi due. A sinistra troviamo, in una colonna azzurra con caratteri bianchi, il menù principale scritto in un carattere minuscolo

Lastessa struttura è povera e il richiamo costante all'azzurro lo si trova in tutte le pagine interne al sito. L'unica pagina che si distingue è quella del Cercatrova, dove si entra effettivamente in una nuova pagina, cosa che potrebbe non giovare ai navigatori senza esperienza.

Nella parte superiore della home page scorre una striscia di notizie, l'occhio ne è catturato ma le scritte scorrono senza sosta e troppo velocemente, l'occhio si sforza nel seguirle.

Usabilità: @@1/2

Non ci sono significative novità, il sito non è ancora accessibile ai diversamente abili.

A dispetto della struttura grafica semplice la navigazione non è intuitiva, inoltre il menù principale, suddiviso in 20 sezioni non è esaustivo e alcuni link che sono presenti in home si trovano con difficoltà nelle sezioni. I

Le pagine scarse, risultano poco leggibili con carattere molto piccolo. Permane il difetto del motore di ricerca interno che si trova solo nella home page.

Alla fine della home page si trova un riquadro, Enpanet, riservato alle sedi enpa dove solo i soci possono accedere, al navigatore occasionale però non è data la possibilità d'iscrizione elettronica, e nemmeno è possibile, cliccando nel riquadro, avere informazioni a riguardo.

Contenuti: @@@

Come già scritto nel 2006 purtroppo le notizie non sono collegate tra loro mediante link interni per permettere approfondimenti, se non in qualche raro caso. Manca una sezione dedicata ai dossier e un loro archivio. Non sempre i contenuti sono aggiornati.

Il sito possiede un archivio dei comunicati stampa e delle notizie abbastanza fornito.

Comunicazione interattiva: @@

L'interattività è davvero bassa. I contatti sono posizionati a fondo pagina, esiste la possibilità di iscriversi alla newsletter e un enpa shop.

Giudizio globale: @@1/2

Il sito dell'enpa non raggiunge la sufficienza, molti aspetti continuano a necessitare di interventi migliorativi in primis l'usabilità. Alcuni link sono presenti solo nella home compreso il motore di ricerca. Inoltre non vi sono passi avanti per quanto riguarda l'accessibilità.. La newsletter è poco visibile in home e sparisce nelle sezioni interne. Scarsa l'interattività.

	Grafica	Usabilità	Contenuti	Com. interattiva	Giudizio globale
2003	@@@	@@	@@@@	@@@	@@@
2005	@@@	@@@	@@@@	@@@1/2	@@@
2006	@@@	@@@	@@@@	@@@1/2	@@@
2007	@@1/2	@@1/2	@@@	@@1/2	@@1/2

LEGA ANTIVIVISEZIONE (LAV)

<http://www.infolav.org>

Grafica: @@1/2

La grafica è invariata. La colonna del menù principale si trova a sinistra, sottostante al logo della Lav: due scimmiette e un rettangolo arancione con la scritta Lav. La pagina è organizzata con riquadri contenenti notizie, che si approfondiscono cliccandovi sopra. C'è poi un ultimo riquadro, diverso per la linea arancione che lo delimita, dal titolo News: la notizia al suo interno, nonostante il cursore del mouse si modifichi a contatto con questa zona calda, non si apre per nessun approfondimento, nessuna lettura completa della notizia.

Nella parte superiore della home page si trovano due banner: uno più grande per l'iscrizione all'associazione; l'altro dedicato alle campagne in atto.

Le pagine interne sono uniformi con il menù di navigazione a sinistra mentre al centro al posto del banner appare nello spazio il titolo della sezione con gli stessi cromatismi.

Usabilità: @@1/2

Il giudizio continua a non migliorare, non esistono motore di ricerca interno e mappa del sito. Il menù principale rimane sempre presente in modo tale da permettere una navigazione per argomenti facilitata.

Contenuti: @@@@

Anche in questo caso la valutazione non cambia, i contenuti del sito sono suddivisi coerentemente, molto spesso le informazioni possono essere approfondite grazie a link interni già predisposti e ad una serie di link esterni consigliati dalla Lav presenti nel menù principale alle voci Link e Con chi collaboriamo. La sezione Link è interessante per la suddivisione per argomenti dei siti esterni. Oltre ai link durante la lettura, leggendo una notizia si trova alla fine della pagina il link dove è possibile trovare ulteriori informazioni, oppure è disponibile la lettura di proposte di legge e regolamenti. Le notizie sono aggiornate e alla sezione ufficio stampa si trova un archivio dei comunicati stampa. Per quanto riguarda gli aggiornamenti la sezione Shop, presente nel menù principale, continua a non essere attiva, situazione che si protrae dal 2003.

Comunicazione interattiva: @@@

Nel menù principale due sezioni sono basate sulla collaborazione con l'utente: Petizioni e Come sostenerci. Nella sezione Come sostenerci è presente il modulo di associazione on line, immediatamente reperibile usando il sottomenù della sezione. Per le petizioni è ancora più semplice: basta compilare un form con i propri dati e cliccare invia.

Un servizio di mailing list, si trova sul menù principale e il form da compilare. Infine il menù principale si conclude con una chiocciolina arancione che apre un link ad outlook express impostato per spedire una e-mail al centro informazioni della Lav.

Del tutto ingiustificabile il permanere del link allo shop online sempre non funzionante.

Giudizio globale: @@@

Il giudizio globale sul sito mantiene la stessa valutazione del 2006.
 La grafica e l'usabilità non presentano miglioramenti, la strutturazione del sito andrebbe rivista dal punto di vista dello spazio, molto spesso troppo esiguo graficamente.

	Grafica	Usabilità	Contenuti	Com. interattiva	Giudizio globale
2003	@@@@	@@@@	@@@	@@@@	@@@
2005	@@@	@@1/2	@@@@	@@1/2	@@@
2006	@@1/2	@@1/2	@@@@	@@@1/2	@@@
2007	@@1/2	@@1/2	@@@@	@@@	@@@

DONAZIONE DEL SANGUE

AVIS

<http://www.avis.it>

Grafica: @@@

La grafica del sito non evidenzia particolari novità. La Head si caratterizza per una fascia azzurra nella quale si trova posizionato il logo dell'associazione e lo slogan "il sangue è vita". Subito sotto in una banda orizzontale blu si trovano: iscrizione alla newsletter, motore di ricerca, funzione di ricerca delle sedi sul territorio, la intranet. Quindi il banner della campagna quest'anno dedicata agli ottanta anni di vita dell'associazione. La head è attraversata da una colonna verticale dove sono inserite le voci del menu di navigazione: avis, la donazione, area giovani, avis 24 ore, sedi avis, area stampa, eventi anniversario. La colonna si chiude con il numero verde.

Il resto della home è organizzato in quattro colonne. Da sinistra ultim'ora, in evidenza, comunicati, news e eventi, a destra i partner con il bottone a Vita e il bottone animato per il dvd della campagna, e le agende 2008.

Le pagine interne sono organizzate secondo una struttura uniforme, la head si riposiziona con il logo che evidenzia iscrizione alla newsletter e numero verde, mentre le voci del menu sono collocate in una fascia rossa orizzontale. Ogni sezione propone un menù interno che si apre sulla sinistra.

Usabilità: @@@

Il sito presenta una struttura semplice, che garantisce una buona navigabilità e usabilità. Il motore di ricerca, presente in tutte le pagine, permette un semplice accesso alle sezioni di interesse del sito. Manca la mappa del sito che continua a non essere accessibile .

Contenuti: @@@1/2

I contenuti mantengono un giudizio positivo. Dalle informazioni di base sulla donazione all'ampia area stampa munita di motore di ricerca dedicato per la navigazione negli archivi alla sezione Avis 24 con news banca dati immagini, loghi e documenti, il sito offre una panoramica esaustiva sul mondo della donazione avis. Vorremmo però evidenziare che l'home page appare un pò istituzionale e mancano per esempio sin dall'home page richiami diretti a diventare donatori di sangue con link alle pagine dedicate. Allo stesso modo le pagine dei giovani, che pure sono tra le più apprezzate tra coloro che hanno risposto al sondaggio lanciato dal sito, sono strutturate in modo sin troppo simile a quelle degli organi direttivi mancando spazi e contenuti che meglio descrivano azioni e impegno.

Comunicazione interattiva: @@@

Anche sotto il profilo dell'interattività non si riscontrano significative novità. Permangono gli strumenti di base, newsletter, email, archivi ma il sito non rappresenta ad oggi un punto di riferimento per la discussione tra associati e non solo.

Giudizio globale: @@@

Il sito dell'Avis conferma il giudizio del 2006. La navigazione effettuata non evidenzia elementi nuovi e il sito si mantiene sugli stessi standard. Sotto il profilo dei contenuti l'home page appare un pò istituzionale e mancano per esempio sin da subito richiami diretti a diventare donatori di sangue con link alle pagine dedicate. Allo stesso modo le pagine dei giovani, che pure sono tra le più apprezzate tra coloro che hanno risposto al sondaggio lanciato dal sito, sono strutturate in modo

sin troppo simile a quelle degli organi direttivi mancando spazi e contenuti che meglio descrivano azioni e impegno.

	Grafica	Usabilità	Contenuti	Com.interattiva	Giudizio globale
2003	@@1/2	@@@@	@@@@	@@@	@@@
2005	@@@	@@@	@@@1/2	@@@	@@@
2006	@@@	@@@	@@@1/2	@@@	@@@
2007	@@@	@@@	@@@1/2	@@@	@@@

FRATRES

<http://www.fratres.org>

Grafica: @@1/2

Il sito presenta una grafica nuova. La pagina visualizza al centro i contenuti lasciando due colonne vuote laterali di colore celeste. L'home page apre con una pagina strutturata su tre colonne. La head vede a sinistra il logo dell'associazione mentre il resto è occupato da un'immagine con la denominazione estesa dell'associazione. Nella colonna di sinistra in colore rosso il menu di navigazione con: noi della Fratres, le nostre sedi, donare il sangue, diventare donatore, notizie, legislazione, la promozione Fratres, il sito dei giovani, i vostri messaggi, contatti. Subito sotto un bottone invita a iscriversi ad un gruppo Fratres che apre una pagina di contatti con il titolo voglio diventare un donatore. Un altro bottone invita a partecipare ad un test dal titolo "sei il tipo giusto". In questo caso si apre la pagina all'interno del sito dei giovani, realizzato con un grafica totalmente diversa e molto accattivante. Il resto della colonna ospita i messaggi degli utenti e link utili. La parte centrale vede in alto in orizzontale racchiusi da una fascia di colore verde i login per l'area riservata. Subito sotto le notizie flash a scorrere.

La parte centrale è occupata dall'immagine della campagna di comunicazione che vede protagonista Fiona May, quindi sono inserite le notizie caratterizzate dal titolo in una fascia azzurra con foto e sommario con link al testo completo. La colonna di destra si caratterizza per la presenza di tre funzioni di ricerca distinte: cerca nei contenuti, fra le leggi e le sedi con l'ulteriore ausilio di poter cercare per nome, per città per indirizzo. Ancora sotto il link a VITA e in posizione poco visibile il box Ultime notizie. La grafica risulta migliorata rispetto all'impianto precedente anche se dobbiamo notare che la struttura utilizzata è abbastanza standard e ha il grave difetto di utilizzare un carattere molto piccolo. La struttura delle pagine interne è uniforme in alto in una fascia rossa appare il titolo della sezione, mentre i contenuti sono sempre organizzate con titolo azzurro e testo nero su fondo bianco. Il menù di navigazione a sinistra espone rendendo visibili le voci delle sottosezioni che sono in colore rosso, francamente poco evidenti con un effetto rosso su rosso.

Usabilità: @@@

L'usabilità è leggermente migliorata la nuova interfaccia grafica consente una navigazione più intuitiva e immediata ma viene penalizzata dall'utilizzo di un carattere troppo piccolo e da una scelta cromatica poco efficiente nel menù di navigazione che rende più difficile la visione delle voci del menù a causa dell'effetto sopra ricordato. Interessante la collocazione delle funzioni di ricerca sempre visibili nella colonna di destra.

Contenuti: @@1/2

La scelta di unificare il menù di navigazione ha migliorato la visione dei contenuti e consente di avere una panoramica più esaustiva dell'attività dell'associazione. L'aspetto che ancora deve essere potenziato è la qualità e ampiezza dei contenuti che in alcuni casi sono un pò sintetici mentre in altri, come nel caso della sezione "la donazione" risultano tecnici e poco accattivanti con

un linguaggio troppo medico e poco colloquiale. Per quanto riguarda la sezione promozione questa andrebbe strutturata con un vero archivio dove gli oggetti sono catalogati in modo uniforme, con tipo, dimensione ecc. Per consentire una rapida selezione di ciò di cui si necessita. Poco attraente anche la pagina di pop up che raccoglie i manifesti delle campagne. Il sito dei giovani tradisce in buona parte le promesse. Aldilà di una grafica piacevole replica in quasi tutte le sezioni i contenuti del sito madre. Solo il test rappresenta un contenuto originale anche se è presente il link sin dall'home di Fratres.org.

Comunicazione interattiva: @@

L'interattività migliora anche se ancora lacunosa. E' stata migliorata la funzione contatti con un form da compilare con l'indicazione del motivo. E' oggi possibile inviare messaggi che a discrezione della redazione saranno pubblicati sul sito. Migliorata la funzione ricerca con le tre opzioni. Il sondaggio è stato sostituito da un test. Manca ancora oggi la possibilità di iscriversi ad una newsletter. Resta lacunosa la sezione archivi multimediali che necessita di essere meglio strutturata.

Giudizio globale: @@

Il sito di Fratres, Consociazione Nazionale dei Gruppi Donatori di sangue delle Misericordie d'Italia ottiene quest'anno un giudizio migliore che intende premiare lo sforzo di potenziare la comunicazione sul web. La nuova grafica è sicuramente più accattivante e capace di organizzare meglio i contenuti del sito. Molti sono ancora gli aspetti da rivedere a partire dal carattere troppo piccolo, ai contenuti che devono essere ampliati e scritti in un linguaggio più semplice all'interattività che necessita di interventi diversi. Migliorare il download, realizzare una newsletter per fidelizzare gli utenti e differenziare i contenuti tra sito istituzionale e quello dei giovani.

	Grafica	Usabilità	Contenuti	Com. interattiva	Giudizio globale
2003	@@@	@@1/2	@@	@	@@
2005	@@	@@1/2	@@	@	@@
2006	@@	@@1/2	@@	@	@@
2007	@@1/2	@@@	@@1/2	@@	@@1/2

FIDAS

<http://www.fidas.it>

Grafica: @@@

Il sito mantiene la stessa struttura grafica con una home page piuttosto piena di contenuti. Il menù di navigazione è sempre in posizione orizzontale nella head mentre il resto della pagina sotto la banda orizzontale che ospita tre foto è organizzato in tre aree: Fidas Nazionale con un menù dedicato. Il box all'area giovani e l'area riservata. Al centro, In evidenza con le notizie organizzate con link alla pagina di testo. Mentre a destra si trovano il box Area per le Federate, le federate sul territorio, Congressi e Link utili.

Le pagine interne portano gli elementi essenziali e i colori della home page, mantenendo il logo e la barra orizzontale di colore azzurro che non creano distacco e sono fondamentali per la continuità dei contenuti.

Usabilità: @@1/2

Il modello di navigazione utilizzato mostra nel tempo alcuni limiti importanti. Ad esempio le voci delle sezioni come nel caso delle notizie che sono organizzate in una sezione archivio notizie a cui non corrisponde alcuna voce dei menu. Infatti il menu di Fidas nazionale vede due link distinti a notizie Fidas Nazionale e dalle Federate. Ad una corretta identificazione degli utenti: federati e potenziali donatori non corrisponde una coerente organizzazione dei contenuti e dunque della navigazione. A questo si aggiunga che non è più presente la funzione del motore di ricerca. Sono presenti come rilevato nei precedenti monitoraggi la consultazione dell'archivio della biblioteca, il dizionario e le FAQ.

Contenuti: @@@

I contenuti del sito ottengono un giudizio sufficiente. La sezione "Per chi vuole donare" è ora cliccabile, così come l'"Area giovani". L'impostazione dei contenuti rimane inalterata. Rimane infatti il menù principale orizzontale per chi si volesse avvicinare alla donazione, la biblioteca per reperire tutti gli articoli riguardanti l'associazione, l'utilissimo dizionario e i contatti. Il menù verticale sulla sinistra della home permette di conoscere la storia dell'associazione, la legislazione, gli eventi e i contatti. Permane la possibilità di scaricare documenti (regolamenti, protocolli, vademecum). I link sono pressoché inesistenti. La vera novità è rappresentata dal sito dei giovanifidas che presenta contenuti autonomi organizzati in modo chiaro e sufficientemente esaustivo con la possibilità ad esempio per ciascun contenuti di creare il pdf, di stampare e inviare. Così come è attivo il servizio RSS anche per la gallery.

Comunicazione interattiva: @@

L'interattività resta il tallone di Achille, nessuna newsletter o altra forma di inetrattività. Queste sono invece presenti sul sito dei giovani dove tra le attività troviamo, blog, chat, forum e mailing list. Le prime tre però non vedono utenti attivi mentre la mailing list poggia sull'interfaccia di yahoo groups.

Giudizio globale: @@1/2

Il sito della Fidas (Federazione Italiana Associazione Donatori di sangue) continua a presentare alcuni limiti legati sia alla scelta grafica che penalizza l'usabilità, che all'accuratezza dei contenuti e soprattutto all'interattività. Non è presente il motore di ricerca e tranne che per i contatti non vi sono ulteriori forme di interazione. Molto più promettente il sito dei giovani che ha una struttura più intuitiva e tenta di offrire alcune forme di interazione anche se ad oggi non risultano utenti attivi. Vi troviamo il servizio RSS e il motore di ricerca che non sono presenti sul sito istituzionale.

	Grafica	Usabilità	Contenuti	Com.interattiva	Giudizio globale
2003	@@1/2	@@@	@@@@1/2	@	@@1/2
2005	@@@	@@@1/2	@@@	@@	@@1/2
2006	@@@	@@@1/2	@@@	@@	@@1/2
2007	@@@	@@1/2	@@@	@@	@@1/2

ECONOMIA SOCIALE E C.R.I

ALTROMERCATO

<http://www.altromercato.it>

Grafica: @@@@

Il sito presenta una nuova veste grafica che ha reso ancora più immediata l'individuazione dei contenuti. La head del sito, molto semplice è costituita dal logo di Altromercato a sinistra e a destra il motore di ricerca. Sopra le utilities del sito. Le lingue in cui è possibile consultare le pagine tedesco, inglese, spagnolo, francese, italiano e portoghese. A destra mappa del sito, accessibilità e contatti. Sotto la head le voci della sezione istituzionale: chi siamo, cosa facciamo, dove siamo, dicono di noi, lavora con noi.

Quindi il banner della spesa solidale e di fianco la funzione di ricerca delle botteghe in Italia, Malta, Grecia e Portogallo.

Nella colonna di sinistra il menu di navigazione organizzato per macro argomenti: produttori, prodotti, botteghe nel mondo, campagne, finanza solidale, ristorazione solidale, inform/azione, i nostri partner, i nostri video. Quindi due bottoni per l'iscrizione alla newsletter e per scaricare la ricerca sulla sostenibilità delle botteghe del Mondo. Al centro sono posizionate le notizie organizzate in box sotto il titolo indicano la sezione di riferimento e la data. In alto a destra i tool invia e stampa. Nella colonna di destra il calendario degli eventi.

Le pagine interne sono organizzate secondo una logica uniforme, il testo al centro, in alto titolo della sezione mentre a sinistra si aprono le voci di sottosezione. Nella pagina quando necessario appare un'ulteriore serie di link di approfondimento a destra.

Usabilità: @@@@

IL sito mantiene degli standard di usabilità alti. Consultabile in 6 lingue è accessibile, ha la mappa del sito, il percorso di navigazione è sempre visibile. LA nuova grafica ha ulteriormente migliorato la navigazione di un sito che oggi per ampiezza dei contenuti e strumenti è più corretto definire come un vero e proprio portale.

Contenuti: @@@@1/2

I contenuti sono un punto di forza del portale. Ampi chiari esaustivi con il catalogo dei produttori e dei prodotti e i diversi ambiti di azione dell'organizzazione che coprono l'area finanza e ristorazione oltre ad una serie di campagne e iniziative di sensibilizzazione sui temi della sostenibilità e del commercio equo solidale.

Comunicazione interattiva: @@@

L'interattività del sito non vede l'introduzione di nuove funzioni. Ancora presente nella home page la sezione "Contattaci", per chi volesse informarsi, direttamente con gli addetti, circa le attività dell'associazione. È possibile entrare a far parte dell'associazione direttamente dalla rete: nella sezione "Lavora con noi" si possono trovare tutte le informazioni e inviare curriculum per poter "lavorare" con Altromercato

Non è più presenta l'area "Digishop". Resta attiva la newsletter.

Giudizio globale: @@@@1/2

Il giudizio cresce grazie ad una veste grafica nuova lineare ed efficace e a contenuti ampi e approfonditi. Ottima l'usabilità uno dei rari casi di sito accessibile, consultabile oggi in sei lingue. Resta più bassa la valutazione sull'interattività che è incentrata su newsletter e mail. Mentre non sono previsti strumenti di discussione con gli utenti sui temi che rappresentano il cuore anche "commerciale" dell'associazione.

	Grafica	Usabilità	Contenuti	Com. interattiva	Giudizio globale
2003	@@@1/2	@@@	@@@	@@@	@@@
2005	@@@@	@@@@@	@@@1/2	@@@	@@@@@
2006	@@@@1/2	@@@@@	@@@1/2	@@@	@@@@@
2007	@@@@@	@@@@@	@@@@1/2	@@@	@@@@1/2

BANCA ETICA

<http://www.bancaetica.com>

Grafica: @@@@

La particolare veste grafica del sito non ha subito sostanziali modifiche salvo qualche piccolo cambiamento riguardante lo spostamento di alcune funzioni e l'aggiunte di altre. Il sito mantiene la stesse caratteristiche sia nella home page quanto delle pagine interne: sfondo bianco sul quale si stagliano delle icone colorate disposte con ordine. Ad ogni icona corrisponde un'area del sito: sistema banca etica, in evidenza, prodotti e servizi, finanziamenti, il valore dei soci. Le voci delle sezioni sono esplose sotto ciascuna icona. Sotto si trovano altre icone di dimensioni più piccole. Ad ognuna è associata una specifica funzione: dimensione etico sociale, contatti, dati statistici, trasparenza, progetto energia, SA8000, biblioteca.

In evidenza, in alto a sinistra, la possibilità di visualizzare la mappa, subito sotto una serie di bottoni con iniziative di rilievo, e ancora più sotto il motore di ricerca. In alto e in posizione centrale il logo di Banca Popolare Etica. Una sottile linea blu chiude la pagina con sopra sono state inserite le icone per la visione del sito in inglese, francese, tedesco e spagnolo, mentre al di sotto le utilities del sito ora comprendono anche "Newsletter" e "Cambio email" oltre a "Note legali", "Accessibilità", "Credits" e i "Link". Le pagine interne mantengono lo sfondo bianco e le icone colorate, il logo in posizione centrale, il motore di ricerca e la mappa del sito; mentre il corpus testuale si sviluppa al centro.

Usabilità: @@@@

Per quanto concerne l'usabilità, il sito ottiene un ottimo giudizio. Le pagine, oltre che in italiano, possono essere tradotte ora non solo in inglese e francese ma anche in tedesco e spagnolo. Il sito mantiene un'accessibilità WAI - A. La navigazione è facilitata dalla presenza continua delle icone disposte sia in alto che in basso della pagina, mentre a sinistra appare il menu di sezione e le funzioni mappa del sito, stampa la pagina e motore di ricerca. Benché la struttura sia semplice verifichiamo che manca il link alla home page nelle pagine interne così come il percorso di navigazione effettuato anche se la mappa del sito collocata a sinistra in parte sovrappone garantendo però meno intuitività e immediatezza di visualizzazione.

Contenuti: @@@@

I contenuti si presentano completi e chiari sia qualitativamente che quantitativamente.

I contenuti sono distribuiti secondo una combinazione di icone e menù che corrispondono ad esse: ogni icona simboleggia uno specifico settore della banca, al di sotto della quale si apre un menù in verticale.

Comunicazione interattiva: @@@

La comunicazione interattiva non è stata implementata. Il sito mantiene due strumenti base newsletter e email. Sono attivi i servizi di internet banking tipici del mondo bancario per i correntisti e clienti della banca.

Giudizio globale: @@@@

Il sito mantiene lo stesso punteggio del 2006 sebbene siano stati abbassati rispettivamente il punteggio sull'usabilità per la mancanza del percorso di navigazione e link alla home page dalle pagine interne del sito. Vorremo altresì sottolineare che il sito ha un'accessibilità di primo livello e dato che si tratta di Banca Etica ci saremmo aspettati che si fosse continuato ad implementare le funzionalità in termini di accessibilità. Risulta più basso anche il punteggio sull'interattività di fatto relegato a newsletter ed e-mail. Non considerando nella valutazione le funzioni di internet banking. Restano invece invariati i punteggi su grafica e contenuti.

	Grafica	Usabilità	Contenuti	Com. interattiva	Giudizio globale
2003	@@@@1/2	@@@1/2	@@@@	@@@@	@@@@
2005	@@@@	@@@@1/2	@@@@	@@@@	@@@@
2006	@@@@	@@@@1/2	@@@@	@@@@	@@@@
2007	@@@@	@@@@	@@@@	@@@	@@@@

CROCE ROSSA ITALIANA

<http://www.cri.it>

Grafica: @@@1/2

Non si rilevano grosse modifiche rispetto allo scorso monitoraggio. Sia la home page che le pagine interne sono caratterizzate dallo sfondo bianco con testo nero. Il logo di colore rosso vivo, il testo nero, e alcune particolari scelte stilistiche rendono la home page molto semplice e al tempo stesso efficace. Nella home page in primo piano il logo, più a destra un'immagine raffigurante delle bandiere (sia dell'Italia che raffiguranti la simbolica croce della Cri) e ancora più a destra le parole chiave delle attività dell'associazione. In alto a destra della home page compare il logo della Croce Rossa Internazionale (I.F.R.C.). Sotto al logo si aprono quattro diverse macrosezioni contraddistinte da quattro colori diversi: "informazioni generali" in rosso, "servizi, news e attività" in verde, "comunicati stampa" in arancio, "eventi" in blu (non sono più presenti intranet e help). Ancora sotto una fascia con le notizie flash a scorrere e a chiudere la pagina i bottoni relativi alla campagna di raccolta fondi 2007 (Clé per CRI), bandi e concorsi e Sostieni la Cri con il 5 per mille. Le pagine interne sono strutturate con il testo al centro mentre a sinistra nel colore corrispondente alla voce del menu principale espone il menu di sezione a cui si aggiungono alcune voci generali: le componenti con URP e informativa sulla privacy i contatti, il motore di ricerca e i bottoni di promozione delle campagne. Un aspetto negativo riguarda proprio la posizione delle funzioni contatti e motore di ricerca che oltre ad essere poco visibili sono stati realizzati come link e che aprono pagine dedicate con perdita di intuitività. Inoltre scompaiono dal menu principale le voci comunicati stampa e eventi per lasciare il posto a intranet help e in fondo a destra il link alla home che di solito è posizionato separato per risultare più visibile.

Usabilità: @@@

Alcune scelte grafiche penalizzano l'usabilità del sito. Si nota un'incongruenza che può disorientare il navigatore nella posizione del motore di ricerca che non è sempre nello stesso posto. Nella sezione informazioni generali è sotto contatti a sinistra mentre nella sezione servizi news e attività è in basso a destra. Vi è anche una duplicazione di contenuti nella pagina di apertura della sezione servizi, news e attività, apre sull'archivio replicando le stesse notizie nella colonna di destra e manca la voce news nel menu. Se si apre la voce attività in corso si apre una pagina su attività che sono invece eventi come nel caso della lotteria nazionale o della settimana della crocerossa. Mentre subito sotto troviamo un'area denominata attività con le operazioni di diversa natura attualmente gestite della CRI. Sotto il profilo dell'usabilità un'ulteriore elemento di confusione è generato proprio dalla posizione intranet e help che non sono voci di menu ma strumenti di supporto che andrebbero distinti rispetto alle sezioni di cui è composto il sito, potendo utilizzare, ad esempio, lo spazio nella head. Infine il sito continua a non essere accessibile.

Contenuti: @@@@

I contenuti del benché esaustivi e di buona qualità risultano penalizzati da una struttura del sito che ad oggi risente, in funzione delle nuove logiche di usabilità, di alcuni evidenti limiti. La duplicazione di informazioni la loro bassa reperibilità come nel caso dei bandi e concorsi, della biblioteca o dei servizi interattivi sono tutti fattori critici. Allo stesso modo la confusione di linguaggio nelle voci del menu con sezioni con la stessa denominazione e una non efficiente gerarchizzazione dei contenuti penalizza una banca dati ricca e aggiornata.

Comunicazione interattiva: @@@

La comunicazione interattiva resta ancorata ai servizi già individuati nel precedente monitoraggio che purtroppo sono visibili solo se si entra nella sezione "Servizi, news e attività" dove relegata in fondo a destra si trova l'area "Servizi interattivi" l'area riservata soci (non si capisce la necessità di inserire la voce dato che esiste un link diretto alla intranet) la newsletter, la bacheca annunci, il forum. Interessante l'area utilità anche questa visibile solo nella sezione servizi, news e attività con la galleria fotografica, l'area download programmi, i link utili e la funzione ricerca delle sedi Cri sul territorio.

Giudizio globale: @@@1/2

Nell'insieme il sito ottiene una valutazione leggermente inferiore rispetto al 2006. Il sito evidenzia la necessità di interventi sotto aspetti diversi. Alcune scelte grafiche come la modifica delle voci del menu principale dalla home page alle pagine interne la posizione di alcuni strumenti come il motore di ricerca che non sono sempre collocati nella stessa posizione, penalizzano l'usabilità e la rintracciabilità dei contenuti. La comunicazione interattiva resta ancorata ai servizi già individuati nel precedente monitoraggio che purtroppo sono visibili solo se si entra nella sezione "Servizi, news e attività" dove relegata in fondo a destra.

	Grafica	Usabilità	Contenuti	Com. interattiva	Giudizio globale
2003	@@@	@@@	@@@1/2	@	@@1/2
2005	@@@@@	@@@@@	@@@@@	@@@	@@@@@
2006	@@@@@	@@@@@	@@@@@	@@@	@@@@@
2007	@@@1/2	@@@	@@@@@	@@@	@@@1/2

TUTELA DEI MINORI

UNICEF

<http://www.unicef.it>

Grafica: @@@@

La grafica del sito è rimasta pressoché invariata. L'home page a sfondo bianco è divisa in tre sezioni, in cui domina il colore azzurro. Sotto la striscia blu contenente lo slogan e il logo dell'associazione, si trova un primo menu orizzontale che presenta le informazioni salienti riguardo l'organizzazione e le sue attività (Chi siamo, Cosa facciamo, Emergenze...).

La parte centrale della pagina è divisa in tre fasce orizzontali. La parte di sinistra contiene alcuni banner che rompono la staticità, e la forte presenza di testo con un font forse eccessivamente piccolo, e danno informazioni utili su particolari argomenti, campagne e progetti. Qui si trovano anche diversi link ad altri siti, tra cui quello a "Vita", il magazine specifico del Terzo Settore. La parte centrale dell'home page è formata da un banner con una campagna pubblicitaria sui regali di Natale marchiati Unicef il cui ricavato andrà completamente in solidarietà. Più in basso ci sono le sezioni "In primo piano" e "Altre news". La parte di destra è costituita dai link all'"Unicef shop" e a "Dona on line", e da un riquadro azzurro contenente un menu verticale con numerose voci, seguito dal calendario su sfondo giallo che riporta gli appuntamenti Unicef. Il menu orizzontale a fondo pagina è stato ampliato ma risulta ancora poco visibile.

Usabilità: @@@@

Per quanto riguarda l'usabilità, Unicef conferma gli standard qualitativi del precedente monitoraggio. Nella pagina "Accessibilità", che si trova nel menu inferiore, l'organizzazione spiega in modo esaustivo cosa significhi accessibilità, facendo riferimento alla legge Stanca del 2004, e come il sito sia stato realizzato usufruendo della tecnologia FlexCMP. Il sito è stato inoltre dotato di un motore di ricerca interno e di una mappa del sito stesso.

Contenuti: @@@@

Il sito offre una grande varietà di contenuti, che spaziano dalla presentazione dell'organizzazione, alla rinnovata e ampliata sezione "Pubblicazioni" (dove si possono consultare alcuni articoli e abbonarsi alla rivista "Mondo domani"), alla "Sala stampa" (qui si possono trovare i comunicati stampa, i video per i media e i contatti diretti con l'Ufficio stampa). La sezione "In primo piano" offre informazioni dettagliate sulle emergenze e sui programmi che Unicef sta affrontando. Nel calendario sono riportati gli eventi e le manifestazioni in programma o già trascorsi. Il deficit del portale è rappresentato dall'organizzazione dei contenuti, che risulta debole. Ci sono alcuni elementi che si ripetono e rendono il sito eccessivamente ridondante, come ad esempio il bilancio riportato sia nel menù verticale a destra che su quello a sinistra. Non convince la scelta di sezionare eccessivamente i contenuti gli argomenti inserendo tre diversi menù: in alto, in basso e a destra. Un aspetto che abbassa notevolmente è l'aggiornamento. In alto a destra sotto il brand è ancora datato al 2006 e non 2007. Mancano, infine, alcuni contenuti multimediali come una galleria video o foto sui progetti realizzati.

Comunicazione interattiva: @@@1/2

Il sito non è ancora stato dotato di un forum e di un blog e a distanza di un anno non è ancora stata attivata la newsletter. È un'interattività che soffre di un gap di partecipazione, l'utente non ha ancora uno spazio virtuale dove esprimersi. Sono attivi i classici canali di dialogo con l'internauta che sono presenti nella sezione "Contatti", dove vengono forniti indirizzo e numero telefonico della

sede nazionale, il numero verde dell'organizzazione, l'e-mail per le donazioni e quella per le informazioni generali.

Giudizio globale: @@@@

Il sito ha diversi punti di forza: dalla pulizia grafica alla semplicità, passando per la capacità di sintesi. È efficace il linguaggio e la presenza dei contenuti, ma è da migliorare l'organizzazione degli stessi. Non mancano totalmente le forme di comunicazione interattiva, ma ci aspettava un potenziamento rispetto all'anno precedente. Ancora in attesa di attivazione newsletter e forum.

	Grafica	Usabilità	Contenuti	Com.interattiva	Giudizio globale
2003	@@@@	@@@	@@@@@@	@@@@	@@@@
2005	@@@@	@@@	@@@@	@@@@1/2	@@@@1/2
2006	@@@@	@@@@	@@@@1/2	@@@@	@@@@
2007	@@@@	@@@@	@@@@	@@@@1/2	@@@@

TELEFONO AZZURRO

<http://www.azzurro.it>

Grafica: @@@@

L'home page del sito è suddivisa in una serie di riquadri in bianco o in azzurro, colori che richiamano il logo dell'associazione. Gli elementi situati in alto si ritrovano in ogni pagina, e sono il simbolo di Telefono Azzurro (riportante un riferimento ai 18 anni d'attività dell'organizzazione), il logo dell'19696, quello dell'199151515 e quello del 114 Emergenza Infanzia. Il menu principale è verticale e si trova sulla sinistra di ogni pagina del sito; cliccando sulle sezioni del menu compaiono della sottosezioni a loro volta cliccabili, e questo dà l'idea di una navigazione guidata. Al centro della pagina si trovano dei riquadri che trattano le ultime news, le iniziative, le donazioni del 5x1000, e le riviste dell'organizzazione ("Azzurro Child" e "Quaderni"). In fondo alla pagina si trova un piccolo menu orizzontale con il link all'home, il link al giornale "Vita" e quello al "Summit della Solidarietà". Le pagine interne del sito presentano una grafica simile a quella dell'home page. È presente un efficace comunicazione integrata nell'homepage, con il rafforzamento dell'identità del portale con la riproposizione dei colori del logo, ma anche una page friendly grazie anche alle linee curve dei banner che dal punto di vista semiotico alleggeriscono il sito e rendono più facile la navigazione. La staticità della pagina è spezzata con l'artificio grafico dei banner animati che danno un'idea di dinamismo e diminuiscono la percezione della staticità.

Usabilità: @@@1/2

La navigazione del sito è agevole, e la ricerca delle informazioni è semplificata dalla presenza del motore di ricerca interno. Purtroppo non è ancora stata implementata la mappa del sito. Anche se risulta ancora assente l'accessibilità per i disabili, il sito è migliorato in quanto ora offre la possibilità di ascoltare i contenuti delle varie pagine attraverso il servizio "Ascolta il sito", il cui link è sempre ben visibile. Il sito è stato inoltre tradotto in inglese e questo rappresenta un vero e proprio punto di forza.

I vari documenti messi a disposizione dell'utente sono facilmente scaricabili nella maggior parte dei casi in formato .pdf.

Contenuti: @@@@

Il sito di Telefono Azzurro è ricco di contenuti aggiornati ed attuali. Nella sezione "Associazione" si trovano le informazioni riguardanti la storia, la missione, i recapiti per contattare le sedi territoriali

ecc. L'area dedicata alle attività dell'associazione raccoglie ogni tipo di indicazione riguardante il Centro nazionale d'ascolto telefonico, il Centro studi e documentazioni, i corsi di formazione per gli insegnanti, i progetti che coinvolgono l'associazione. Nella sezione "Pubblicazioni" si trovano diversi documenti scaricabili e alcuni video facilmente visualizzabili. È efficace la distribuzione dei contenuti, che racchiude elementi statici a quelli più dinamici come le news. Il linguaggio è ben calibrato sulle caratteristiche del web.

Comunicazione interattiva: @@@1/2

Sono attivi i servizi di newsletter "Azzurro news" e "Collabora con noi", con cui Telefono Azzurro offre la possibilità di collaborare, a vario titolo, presso le proprie sedi dislocate sul territorio nazionale. Il servizio "Azzurro shopping" permette di acquistare on-line i prodotti di Telefono Azzurro; l'utente ha la possibilità di partecipare con donazioni on-line al sostentamento dell'organizzazione. "Contattaci" è il modo più diretto di comunicare con l'associazione: in questa sezione viene fornito il numero verde per tutti gli utenti, e attraverso un semplice form è possibile inviare una e-mail di richiesta. Il punto debole è dato dalla mancanza di elementi di dialogo con l'utente: né forum, né blog, né sondaggi online. Non ci sono gli strumenti interattivi per coinvolgere e mettere al centro chi è vicino al mondo dei diritti all'infanzia.

Giudizio globale: @@@@

Il giudizio resta invariato rispetto al 2006. Telefono azzurro continua a dimostrare impegno nel garantire l'usabilità ai disabili, introducendo nel proprio sito il programma per ascoltare i contenuti delle pagine. I contenuti sono particolarmente curati mentre per quanto riguarda l'interattività si segnala la mancanza di elementi di dialogo con l'utente: né forum, né blog, né sondaggi online. Non ci sono gli strumenti interattivi per coinvolgere e mettere al centro chi è vicino al mondo dei diritti all'infanzia.

	Grafica	Usabilità	Contenuti	Com.interattiva	Giudizio globale
2003	@@@@1/2	@@@	@@@@	@	@@@
2005	@@@@	@@@	@@@@	@@@	@@@@1/2
2006	@@@@	@@@@1/2	@@@@	@@@@1/2	@@@@
2007	@@@@	@@@@1/2	@@@@	@@@@1/2	@@@@

AQUILONE BLU

<http://www.aquiloneblu.org>

Grafica: @@@@

Il portale si ripresenta con lo stesso look dell'anno precedente. La navigazione del sito risulta molto piacevole grazie alla grafica vivace e semplice. Appena viene caricato il sito si apre un'animazione che riporta lo slogan "La sola indignazione non basta". Subito dopo il disegno con la faccia di un bambino inizia ad ingrandirsi fino ad occupare tutto lo schermo.

Dopo questa introduzione si apre l'home page del sito. Il centro della scena è dominato da un elemento visivo differente rispetto all'anno scorso. È presente infatti l'immagine di un gruppo di ragazzi. Cliccandoci sopra si apre la pagina "Greta blu" che raccoglie fiabe e racconti per bambini, consigli per la lettura ecc. Questa immagine è seguita dal link allo scritto "L'indifferenza" e da quello alla mostra itinerante "Il colore delle emozioni".

In alto si ritrova il disegno del viso di un bambino che funge da link alla pagina "Gruppo" in cui si trovano le informazioni relative alla nascita dell'onlus, alle sue iniziative e ai progetti. In questa sezione si trova anche l'indirizzo e-mail per contattare l'associazione.

In alto al centro si trova “lo bambino come mi difendo...”, sezione dedicata alle cosiddette “Regole”, ossia quei semplici suggerimenti e consigli che Aquilone Blu intende offrire ai bambini e alle loro famiglie. Esattamente sotto questo link si trova l’icona che individua l’accesso alla versione inglese del sito. Procedendo sulla destra si trova il link alla sezione “Progetto Camilla Resoconto”. Nella parte sinistra del sito si trova il menu verticale contenente numerosi link.

Usabilità: @@@

La navigazione del sito è agevole e adatta a qualsiasi tipo di utente. Dalle diverse pagine è sempre possibile ricollegarsi alla home page. In ogni pagina è possibile visualizzare il menu principale. Il sito presenta una versione inglese, anche se non tutti i contenuti sono stati tradotti. Il sito non è ancora stato fornito di un motore di ricerca interno né della mappa del sito. Inoltre non è stata ancora attivata l’accessibilità ai disabili. I contenuti del sito sono certificati dal bollino verde, che ne garantisce la fruibilità da parte dei minori.

Contenuti: @@@@

Il sito offre una ricca bibliografia di libri e riviste, suddivisa per adulti, adolescenti e piccoli; così come numerosi scritti, testimonianze e uno spazio dei pensieri a disposizione di tutti gli utenti. Nel sito è possibile visualizzare una cartina interattiva, per la ricerca di associazioni operanti a livello locale. Da quest’anno al centro dell’home page è stato inserito un bottone per accedere velocemente alla cartella stampa di presentazione. Una volta entrati si trova un comunicato che spiega l’attività dell’associazione e la composizione dello staff dirigente, ma in questa pagina si trova anche il rimando all’archivio dei comunicati. Un percorso di creazione di ufficio stampa online che se anche all’inizio alza il giudizio sul sito.

Comunicazione interattiva: @@@1/2

Il sito presenta alcuni elementi di novità dal punto di vista della comunicazione partecipata dell’internauta. Nel sito si può entrare a trovare un blog in cui sono presenti anche strumenti multimediali come video e audio, che rendono il portale più innovativo e calibrato sulle caratteristiche del web2.0. Non è stato però ancora creato un servizio di newsletter o un forum, anche se la sezione “Guestbook” offre ai visitatori la possibilità di lasciare i propri messaggi sul web. La pagina “Pensieri” è stata creata per raccogliere via e-mail le opinioni degli utenti, mentre il servizio “Consulenze” permette di contattare degli esperti che rispondono privatamente alle domande postegli. Nella sezione dedicata alla storia dell’associazione si trovano tutti i dati utili per contattare la sede principale.

Giudizio globale: @@@1/2

Il sito di Aquilone Blu mantiene lo stesso giudizio. La grafica ha mantenuto la sua semplicità che facilita la navigazione, ma poteva essere migliorato l’aspetto l’usabilità anche se il sito presenta una seppur parziale versione in inglese. Il sito non è ancora provvisto di motore di ricerca, mappa del sito e accessibilità per i disabili. Anche la newsletter e il forum non sono stati ancora attivati. Qualche passo in avanti per quel che riguarda il dialogo con l’internauta attraverso blog e un collegamento diretto con myspace.

	Grafica	Usabilità	Contenuti	Com. interattiva	Giudizio globale
2003	@@@@	@@@	@@@@@	@@@@	@@@@
2005	@@@@	@@@	@@@@	@@@1/2	@@@1/2
2006	@@@@	@@@	@@@@	@@@1/2	@@@1/2
2007	@@@@	@@@	@@@@	@@@1/2	@@@1/2

DIRITTI UMANI

AMNESTY INTERNATIONAL

<http://www.amnesty.it>

Grafica: @@@@

La grafica del sito si presenta presso modo invariata rispetto all'anno precedente.

L'home page, così come la maggior parte delle altre pagine, è caratterizzata da sfondo bianco e scritte blu. In alto si trova il logo dell'organizzazione, che funge da link all'home. Sotto il logo si trova un menu orizzontale che si mantiene in ogni pagina del sito e che dà accesso a una serie di informazioni sull'organizzazione, sulle sue attività e campagne, sulle pubblicazioni ecc.

La parte centrale dell'home page è graficamente suddivisa in tre colonne: alla sinistra si trovano le sezioni "News" e "Appuntamenti", al centro "Primo Piano" e "Buone Notizie", mentre alla destra ci sono dei banner colorati che identificano le diverse campagne di cui si occupa Amnesty. A fondo pagina si trova un altro menu orizzontale con alcuni link, tra cui quello ad "Amnesty nel mondo".

Usabilità: @@@1/2

Il sito dimostra una buona usabilità. La navigazione è infatti facilitata dal fatto che per l'utente è sempre possibile rintracciare il percorso effettuato ed accedere al menu principale da tutte le pagine del sito. L'utente può inoltre ricorrere alla mappa del sito che si trova nel menu di fondo pagina. Il motore di ricerca situato in alto a destra permette di cercare le informazioni sia nel sito italiano che in quello internazionale. La sezione "Amnesty nel mondo" funge da collegamento alla versione internazionale del sito.

Purtroppo il sito non risulta ancora accessibile ai disabili.

Contenuti: @@@@

Il sito contiene una consistente quantità di materiale informativo suddiviso in diverse sezioni. L'area "Sostienici" informa gli utenti sulle possibili modalità di donazione. La "Press Room" raccoglie comunicati stampa, documenti e la mailing list. La sezione "Pubblicazioni" offre la versione scaricabile del Notiziario attivisti e del Notiziario soci e amici, oltre a indicazioni riguardanti libri e briefing. Nella sezione "Attivismo" si possono avere informazioni sulle modalità di partecipazione ai diversi Gruppi Amnesty, e oggi è possibile eseguire la ricerca del gruppo più vicino alla propria zona. Anche l'area "Shopping" risulta ora visitabile.

Comunicazione interattiva: @@@

Nell'area "Contattaci", oltre ai recapiti telefonici ed elettronici dell'associazione, si trova un form per la richiesta di materiali. La sezione "Lavora con noi" funge da bacheca degli annunci di lavoro: è possibile inviare la propria richiesta o rispondere ad offerte di lavoro retribuito o volontario.

Nel sito si trova inoltre un'area soci, cui è possibile accedere solo se muniti di password.

Una buona comunicazione interattiva è dimostrata anche dalla presenza dell'area "Shopping", in cui è possibile acquistare i prodotti di Amnesty. Si può segnalare il sito ad un amico ed è presente la funzione fai del sito la tua homepage.

Giudizio globale: @@@1/2

Il sito di Amnesty conferma la valutazione buona del 2005. La navigazione è facilitata dalla grafica semplice e dalla presenza della mappa del sito, il motore di ricerca permette di trovare le informazioni anche nel sito internazionale dell'organizzazione. I contenuti sono esaurienti ed aggiornati. Purtroppo il sito non risulta accessibile ai disabili.

	Grafica	Usabilità	Contenuti	Com. interattiva	Giudizio globale
2003	@@1/2	@@@	@@@@	@@@1/2	@@@1/2
2005	@@@@	@@@1/2	@@@@	@@@	@@@1/2
2006	@@@@	@@@1/2	@@@@	@@@	@@@1/2

NESSUNOTOCCHICAINO

<http://www.nessunotocchicaino.it>

Grafica: @@@@

In alto a sinistra si trova il logo dell'organizzazione che in ogni pagina del sito funge da collegamento all'home. A fianco del logo c'è un'immagine riportante le fotografie di diversi condannati e che dà accesso al form per firmare l'appello all'ONU per la moratoria delle esecuzioni capitali.

Sotto questa banda si trova un menu orizzontale con diversi link.

La parte centrale dell'home page è suddivisa verticalmente in tre sezioni. Ogni sezione raccoglie numerose informazioni divise per argomenti. A sinistra si trovano le news, la banca dati, le azioni urgenti, chi siamo e l'area utenti. Al centro ci sono di nuovo le news, le news precedenti e l'archivio news. A destra infine si trovano la banca dati, le azioni urgenti, le newsletter, dona il 5x1000, firma on line e archivio campagne.

Usabilità: @@@1/2

L'usabilità del sito risulta abbastanza buona; la navigazione è facilitata dal fatto che per l'utente è sempre possibile accedere al menu principale e all'home page da tutte le pagine del sito. La Banca dati è fornita di una guida che ne chiarisce l'uso. Sono inoltre presenti il motore di ricerca interno e la versione inglese (praticamente il collegamento al sito www.handsoffcain.org). Purtroppo manca ancora la mappa del sito, così come l'accessibilità per i disabili.

Contenuti: @@@@

Il sito è molto ricco di contenuti. Nella sezione "Chi siamo" si trovano gli obiettivi e gli organi dirigenti dell'organizzazione, le pubblicazioni, le sedi, i video, gli appelli fatti all'ONU, i contatti. Nelle due versioni, italiana ed inglese, la Banca dati è strutturata per anno di riferimento (i dati sono disponibili, per ora, a partire dal 1999) e per continenti, all'interno dei quali i vari paesi sono collocati secondo criteri politici e non meramente geografici. Attraverso due motori di ricerca, la Banca dati consente inoltre ricerche sulla situazione nei vari paesi e sui fatti avvenuti in un determinato periodo.

Comunicazione interattiva: @@@@

Il sito di Nessuno tocchi caino dimostra un buon livello di interattività. L'associazione infatti ha creato tre distinti tipi di newsletter (quotidiana, settimanale e mensile) e per riceverla basta avere

firmato l'appello alla moratoria sul sito. Dal sito ci si può inoltre iscrivere all'associazione come socio ordinario, socio fondatore o contribuente. Nell'area "Contattaci" si trovano tutte le informazioni necessarie per farlo. Le pubblicazioni purtroppo non sono ancora acquistabili on-line; il forum non risulta ancora accessibile.

Il sito offre infine la possibilità di visionare i video creati in supporto alle campagne di Ntc visitando il sito del Centro d'Ascolto dell'Informazione Radiotelevisiva. Nel sito è possibile firmare online per la campagna di abolizione della pena di morte.

Giudizio globale: @@@@

Il giudizio complessivo migliora, soprattutto grazie al buon funzionamento degli strumenti utili per garantire la comunicazione interattiva con gli utenti (newsletter, forum, firma on-line e area shopping). I contenuti sono chiari e ben presentati. E' stata creata la versione inglese del sito, ma l'usabilità potrebbe essere ancora migliorata, in quanto il sito non è accessibile ai disabili.

	Grafica	Usabilità	Contenuti	Com. interattiva	Giudizio globale
2003	@@1/2	@@@	@@@	@@@@	@@@
2005	@@@@	@@@1/2	@@@1/2	@@@1/2	@@@1/2
2006	@@@@	@@@1/2	@@@@	@@@@	@@@@

EMERGENCY

<http://www.emergency.it>

Grafica: @@@@1/2

La grafica del sito di Emergency è molto semplice e lineare, ed è caratterizzata dal colore seppia per lo sfondo e rosso per le scritte. Digitando l'indirizzo del sito non si accede direttamente all'home, ma a una pagina introduttiva che facilita la ricerca di alcune informazioni. In particolare, una vignetta spiritosa posta sulla sinistra della pagina offre l'accesso alla sezione dedicata alla donazione del 5x1000; a destra si trovano i link di collegamento al sito italiano e a quello internazionale, al sito della campagna "Diritto al cuore" e alla pagina delle donazioni, contenente qualsiasi informazione sulle modalità di contributo.

L'home page del sito presenta in alto il logo dell'associazione, seguito dal motore di ricerca. Al centro della pagina si trova l'immagine di un bambino in stampelle sorretto da un'operatrice. Alla sinistra dell'immagine si trovano i link alla campagna "Diritto al cuore", il link al quotidiano on-line Peacereporter e alla sezione "Emergency Days" dedicata alle iniziative e agli eventi. Nella parte destra della pagina si trova un menu contenente gli argomenti nei quali si articola il sito, ciascuno affiancato da un'icona che ne esplica maggiormente il tema.

Le pagine interne mantengono una grafica semplice; sotto il titolo dell'argomento si trovano le icone per le versioni italiana ed inglese del sito. Sulla destra in lato si trova sempre il logo dell'associazione che funge da collegamento con l'home page. Il menu principale si trova a fondo pagina.

Usabilità: @@@@

Il sito presenta una fruibilità più che buona, in quanto in tutte le pagine è presente la versione solo testo (AAA) che garantisce l'accessibilità ai disabili. Per questo il sito dispone della certificazione "Bobby worldwide approved AAA" e della "Bobby worldwide approved 508".

Gli utenti possono poi usufruire della mappa del sito, del motore di ricerca interno, e della possibilità di visualizzare costantemente il percorso svolto.

Il sito presenta inoltre una versione in inglese.

Contenuti: @@@@

I contenuti del sito di Emergency sono numerosi e sviluppati in modo esaustivo.

Nella sezione "Chi siamo" si trovano le informazioni riguardanti lo statuto dell'associazione, il bilancio, i comunicati stampa e l'area Lavora con noi. La sezione dedicata alle attività umanitarie e a quelle culturali raccoglie i filmati delle conferenze, le pubblicazioni ("Il giornale di Emergency" scaricabile in pdf o recapitabile via posta con richiesta on-line), i libri (alcuni acquistabili anche on-line), le campagne svolte e in programma, i documentari ecc.

Comunicazione interattiva: @@@@

Anche la comunicazione interattiva risulta ben implementata. Il servizio di newsletter è infatti attivo e offre un aggiornamento costante per gli utenti. Per essi esiste inoltre la possibilità di effettuare donazioni e tesseramenti direttamente on-line. Nella sezione dedicata ai media si possono scaricare i comunicati stampa (ora disponibili anche in RSS), i radio comunicati in mp3, e i banner di Emergency da apporre nei diversi siti; per quanto riguarda la tv, il sito offre la possibilità di vedere gli spot trasmessi o di richiedere il beta per la messa in onda mandando semplicemente un'e-mail. L'area "Incontri e news" dà accesso a "Allistante", il sistema informativo di Emergency. Per contattare l'associazione si può ricorrere all'e-mail o compilare un form preimpostato.

Giudizio globale: @@@@1/2

Il sito di Emergency raggiunge un giudizio più che buono. L'accessibilità è garantita dalle certificazioni Bobby worldwide approved AAA e 508; il sito dimostra una buona fruibilità dovuta alla presenza del motore di ricerca interno, della mappa del sito e della rintracciabilità del percorso. La comunicazione interattiva risulta più che soddisfacente per le esigenze di ogni tipo di utente (servizi di newsletter, video, radio comunicati, donazioni on-line). Nella home è stato annunziato il varo a breve di un nuovo sito.

	Grafica	Usabilità	Contenuti	Com. interattiva	Giudizio globale
2003	@@1/2	@@@	@@1/2	@@	@@1/2
2005	@@@@	@@@@1/2	@@@@1/2	@@@@	@@@@
2006	@@@@	@@@@1/2	@@@@1/2	@@@@	@@@@
2007	@@@@1/2	@@@@@	@@@@	@@@@	@@@@1/2

Tabella riassuntiva monitoraggio siti non profit 2006

LEGENDA

@= scarso
 @@= insufficiente
 @@@= sufficiente
 @@@@= buono
 @@@@@= ottimo

	GRAFICA	USABILITA'	CONTENUTI	COM. INTERATTIVA	GIUDIZIO GLOBALE	ACCESSIBILITA'
CARITAS AMBROSIANA	@@@1/2	@@@	@@@@	@@@1/2	@@@1/2	N
ANPAS	@@1/2	@@	@@@1/2	@@@	@@@	N
ANT	@@1/2	@@	@@@1/2	@@1/2	@@1/2	N
VOLINT	@@@	@@1/2	@@@@	@@@	@@@	N
FIVOL	@@@	@@@	@@@	@@	@@@	N
FAREVERDE	@@@@	@@@@1/2	@@@@@	@@@@1/2	@@@@	A
GREENPEACE	@@@@	@@@	@@@@1/2	@@@@1/2	@@@@	N
LEGAMBIENTE	@@@1/2	@@@1/2	@@@@	@@@@	@@@@	N
WWF	@@@@1/2	@@@@@	@@@@@	@@@@	@@@@1/2	A
ENPA	@@1/2	@@1/2	@@@	@@	@@1/2	N
LEGA ANTIVIVISEZIONE	@@1/2	@@1/2	@@@@	@@@	@@@	N
AVIS	@@@	@@@	@@@1/2	@@@	@@@	N
FRATRES	@@1/2	@@@	@@1/2	@@	@@1/2	N
FIDAS	@@@	@@1/2	@@@	@@	@@1/2	N
ALTROMERCATO	@@@@@	@@@@@	@@@@1/2	@@@	@@@@1/2	A
BANCA ETICA	@@@@	@@@@	@@@@	@@@	@@@@	A
CROCE ROSSA ITALIANA	@@@1/2	@@@	@@@@	@@@	@@@1/2	N
UNICEF	@@@@	@@@@	@@@@1/2	@@@1/2	@@@@	A
TELEFONO AZZURRO	@@@@	@@@1/2	@@@@	@@@1/2	@@@@	PA
AQUILONE BLU	@@@@	@@@	@@@@	@@@1/2	@@@1/2	N
AMNESTY INTERNATIONAL	@@@@	@@@1/2	@@@@	@@@	@@@1/2	N
NESSUNO TOCCHI CAINO	@@@@	@@@1/2	@@@@	@@@@	@@@@	N
EMERGENCY	@@@@1/2	@@@@@	@@@@	@@@@	@@@@1/2	A