



**UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI UDINE**  
Facoltà di Lingue e Letterature Straniere

CORSO DI LAUREA IN RELAZIONI PUBBLICHE

**Monitoraggio dei siti non profit 2008**  
*Settembre - Ottobre 2008*

***Coordinatore del progetto:***

Prof. Francesco Pira

Docente di:

Teoria e Tecniche delle Relazioni Pubbliche - Laurea Triennale;

Teoria e Tecniche delle Relazioni Pubbliche delle Amministrazioni - Laurea Specialistica;

Comunicazione (Corso comune di Ateneo)

***con la collaborazione di***

Dott.ssa Vania Pistolozzi

## **PUBBLICA ASSISTENZA**

### **CARITAS**

<http://www.caritas.it>

Quest'anno è stato deciso di sostituire il sito della Caritas Ambrosiana con il sito nazionale che viene perciò valutato per la prima volta.

#### **Grafica: @@@1/2**

L'home page del sito apre con una head al cui centro è posta l'immagine di una catena umana. A sinistra sono posizionate le utilities, link alla versione solo testo, mappa del sito, contatti e motore di ricerca. A destra tre link a In Italia, In Europa e Nel mondo, programma annuale che corrispondono a sezioni del sito. In orizzontale le voci istituzionali del menu: chi siamo, statuto, organizzazione, come contribuire e versione in inglese.

A sinistra in verticale si sviluppa il menu principale di navigazione con: caritas parrocchiali, centri di ascolto, immigrazione, osservatori, povertà e risorse, politiche sociali, servizio civile, tutti i temi. Subito sotto il link all'area riservata. Al centro della pagina sono inserite le notizie organizzate in primo piano, notizie, agenda, news dalle caritas diocesane. Nella fascia di destra trovano invece spazio le voci: pubblicazioni, campagne di comunicazione, media e un box con i link ai servizi informativi: il magazine Italia Caritas, newsletter, radio "Fatti prossimi", conflitti dimenticati, esseciblog, scarp de tenis.

L'organizzazione delle pagine interne è uniforme, il menù a sinistra resta sempre attivo mentre i box posizionati a destra sono visualizzati come link nella parte sinistra, evidenziati con fasce di colore diverso insieme all'area riservata. Area riservata bordeaux, celeste primo piano, rosa pubblicazioni, azzurro campagne, marrone media.

Per il testo si utilizza un corpo carattere che garantisce una buona leggibilità, il titolo è di colore bordeaux (colore che prevale anche nella head del sito).

Le pagine interne sono costruite in modo da avere nello spazio a destra il box per gli approfondimenti sul tema o link a documenti collegati.

#### **Usabilità: @@@1/2**

La navigazione è fluida. Le pagine interne mantengono la stessa impostazione, aspetto che conferisce un senso di continuità all'intero sito. Il sito è realizzato tenendo conto dei criteri base per l'accessibilità con la versione solo testo che rende il sito almeno parzialmente accessibile. Il link alla versione solo testo è sempre visualizzabile in ogni pagina del sito nella parte alta a fianco del titolo. Il sito presenta una versione in lingua inglese ed presente la mappa del sito oltre al motore di ricerca. Nel complesso il sito non evidenzia difetti macroscopici in relazione alla sua usabilità salvo quando si entra nel secondo livello di navigazione dove spariscono le voci di menu e si deve usare il path di navigazione.

#### **Contenuti: @@@@1/2**

I contenuti sono organizzati sulla base dei macro contenitori evidenti nella head del sito. In Italia presenta le attività principali svolte sul territorio organizzate in: animazione, attività e progetti su promozione umana e solidarietà, servizio civile. In Europa evidenzia sulla destra l'elenco dei paesi nei quali Caritas è presente: Armenia, Albania, Bosnia, Croazia, Georgia, Kosovo, Russia, Serbia e Montenegro, Turchia, Servizio Europa. Per ciascuno stato è pubblicato un breve testo di presentazione e box di approfondimento con dati, progetti, microprogetti.

Nel Mondo mostra i continenti e le macro zone dove l'organizzazione è presente e con la stessa logica utilizzata per la sezione in Europa mostra il menu di sezione è organizzato in dati, progetti e microprogetti. La voce Programma Annuale presenta gli obiettivi della programmazione che per il biennio 2008-2009 si sviluppa sotto l'egida di "Scegliere di animare percorsi di discernimento per parrocchie e territori". Tutti i temi invece mostra l'elenco di tutte le voci suddivise per argomento.

Tra i link: Chiesa cattolica, consulta ecclesiastica, organismi socio-assistenziali, organi istituzionali nazionali, organismi istituzionali europei, organismi istituzionali internazionali, organi d'informazione: Nella sezione pubblicazioni sono invece organizzati libri, opuscoli e poster, la collana Caritas EDB, audiovisivi e -book. I libri in particolare sono organizzati per anno di pubblicazione, gli opuscoli sono corredati da immagini e testo di presentazione. La collana Caritas raccoglie dossier su temi specifici; audiovisivi collane di dvd e infine e-book dossier e percorsi in formato pdf.

Le notizie prevedono a destra sempre la possibilità di scaricare il file in formato pdf. Conflitti Dimenticati linka ad un sito dedicato a cura dell'Osservatorio permanente sui conflitti dimenticati ed è organizzato in: il magistero della Chiesa, la guerra le guerre, conflitti, le vittime, le storie i volti, strumenti, studi e ricerche, link. Infine Scarp e Tennis presenta il sito della rivista progetto per i senza dimora che si avvale della loro collaborazione come redattori e venditori.

### Comunicazione interattiva: @@@1/2

La newsletter è scaricabile dal sito vengono pubblicati due numeri all'anno, è presente un archivio organizzato per anni (fino al nov 2003). Il magazine Italia Caritas è scaricabile dal sito, l'archivio raccoglie tutti i numeri fino al 2003. Tra le altre possibilità d'interazione il blog del tavolo ecclesiale sul servizio civile che però mostra scarsa frequentazione, non ci sono commenti ai post inseriti. Le puntate del settimanale radiofonico RadioFatti prossimi sono scaricabili come podcast. Le news sono tutte scaricabili

### Giudizio globale: @@@@

Nel complesso la valutazione del sito ottiene un giudizio buono. Il sito presenta una struttura semplice e una buona organizzazione dei contenuti. La navigazione è fluida, il sito offre la possibilità di navigazione nella versione solo testo. Nel complesso il sito non evidenzia difetti macroscopici in relazione alla sua usabilità salvo quando si entra nel secondo livello di navigazione dove spariscono le voci di menu e si deve usare il path di navigazione. I contenuti sono ricchi e ben strutturati. Le modalità di interazione sono legate ai servizi base, newsletter, download di documenti e file multimediali mentre il blog risulta poco frequentato..

	Grafica	Usabilità	Contenuti	Com. interattiva	Giudizio globale
2008	@@@1/2	@@@1/2	@@@@1/2	@@@1/2	@@@@

## ANPAS

<http://www.anpas.it>

### Grafica: @@1/2

Il sito appare completamente rinnovato. La head si caratterizza per la presenza del logo dell'associazione, il richiamo alla Home Page che si trova a destra all'interno di una fascia con il colori della bandiera della pace. Il menù è orizzontale ed è organizzato in: chi siamo, cosa facciamo, progetti, comunicazione, utilità, area riservata. Scorrendo sulle singole voci si aprono i menù a di secondo livello in orizzontale con colore diverso. Al centro si trovano le news, chi siamo, cosa facciamo, area riservata, motore di ricerca e pubblica assistenza. A sinistra box evento, in evidenza, box adozioni internazionali, login, progetti, radio US. A destra box sul servizio civile, protezione civile, comunicazione, utilità. Le pagine interne sono organizzate con il titolo del nome

della sezione in alto a destra nella head che si sostituisce al richiamo home, mentre a sinistra si apre il menù di sezione.

La home nonostante il lavoro di ristrutturazione mostra dei segni di inefficienza, troppi box colorati che la rendono poco intuitiva.

**Usabilità: @@1/2**

L'usabilità del sito non è significativamente migliorata rispetto alla versione precedente, il carattere utilizzato è piccolo e sebbene la navigazione interna non presenti particolari difficoltà, il fatto di aver progettato un nuovo sito che non tenga conto delle nuove logiche di navigazione e soprattutto dei criteri di accessibilità rappresenta un grosso limite.

**Contenuti: @@@1/2**

Il sito presenta informazioni di base. Alcune sezioni risultano ancora in costruzione: formazione, sanitario e sociale, spazio web. Nel complesso offre un quadro completo della vita dell'associazione. Il linguaggio utilizzato è però poco diretto e un po' burocratese. Ad esempio nella sezione servizio civile non c'è un testo in cui si spiega le ragioni per le quali un giovane dovrebbe scegliere ANPAS piuttosto che un'altra organizzazione.

**Comunicazione interattiva: @@@**

Da questo punto di vista il sito presenta le stesse funzionalità attive. Gli utenti iscritti hanno la possibilità di avere una casella di posta elettronica interna al sito, raggiungibile da utilità. E' presente un'area riservata, la newsletter è scaricabile dal sito. 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. La nuova sezione Segnalibro consente di segnalare libri, film e video di interesse. Dalla sezione download è possibile scaricare software

**Giudizio globale: @@@**

Il sito nonostante sia stato ristrutturato non presenta significativi miglioramenti. Il limite più evidente è rappresentato da una scelta progettuale un po' "vecchia" e non si è approfittato dell'occasione per usare una struttura accessibile che avrebbe consentito di organizzare in modo più efficace i contenuti e rendere più leggera e più fruibile la navigazione. Restano inalterati gli strumenti di interazione a cui si aggiunge la sezione Segnalibro per le segnalazioni degli utenti ancora da animare.

	Grafica	Usabilità	Contenuti	Com. interattiva	Giudizio Globale
2003	@@@	@@@	@@@@	@@@	@@@
2005	@@@	@@	@@@@	@@@@@	@@@
2006	@@@	@@	@@@@	@@@@@	@@@
2007	@@1/2	@@	@@@1/2	@@@	@@@
2008	@@1/2	@@1/2	@@@1/2	@@@	@@@

**ANT**

<http://www.antnet.it>

**Grafica: @@@**

Il sito è stato rinnovato nella grafica e nell'organizzazione dei contenuti. La head si caratterizza per la presenza del logo dell'associazione con un'immagine di assistenza oncologica. A destra in alto

le utilities con login, e le versioni in lingua. Sotto scorre un banner testuale. Le voci di menù sono state ridotte. Nella fascia orizzontale troviamo: ant, attività, progetti, il tuo aiuto per ant, eventi e notizie. Mentre a sinistra in verticale chi siamo, organi fondazione, organizzazione, aaant, le tappe principali, dove siamo, istituto ant, glossario, cerchiamo volontari, prossimi eventi, comitato per il triennale, link, ebay e youtube. L'organizzazione della pagina centrale è sempre incentrata sui box con: salvadani ant, sostieni l'assistenza oncologica a domicilio, gazzetta eubiosa, formazione medici oncologici, legge + dai – versi, campagne solidali, omaggi natalizi, spot TV, fondazione ant italia, dona online, progetto mimosa, cosa ci serve, vieni a visitare il nostro istituto. La grafica nel complesso migliora leggermente l'organizzazione del menù anche se la home resta caotica con la sovrabbondanza di box.

**Usabilità: @@@**

Il nuovo sito poteva essere progettato partendo da fogli di stile accessibili e questo è senz'altro il limite più evidente. Nel complesso l'usabilità con la riorganizzazione dei menù risulta migliorata.

**Contenuti: @@@1/2**

I contenuti si mantengono sugli standard già rilevati nel corso del precedente monitoraggio, la riorganizzazione del sito ne ha migliorato la fruizione.

**Comunicazione interattiva: @@**

Il sito ha interattività quasi nulla a parte i contatti non ha altri servizi, se non la webmail per gli associati e la intranet.

**Giudizio globale: @@@**

Il sito continua a non evidenziare progressi nonostante gli interventi ci sono ancora diversi punti di debolezza. L'interattività è quasi nulla. Permangono alcune criticità che riguardano gli aspetti legati alla grafica e all'organizzazione dei contenuti in particolare dell'home page.

	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
2008	@@@	@@1/2	@@@1/2	@@	@@@

**VOLONTARIATO****FIVOL**<http://www.fivol.it>

La fusione di FIVOL con la Fondazione Europea per l'Occupazione FEO non ha reso possibile l'analisi del sito. Al momento è presente solo una pagina di presentazione.

	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 particolari novità. L'home page mantiene le stesse caratteristiche salvo l'inserimento in primo piano dei video ora caricati su You tube. Dalla home si può utilizzare gli short cut per accedere in modo diretto verso le sezioni del sito.

#### **Usabilità: @@@@**

Il sito, prevede una sezione denominata "accessibile", con un bottone in homepage da dove i contenuti possono essere visualizzati in differenti versioni cromatiche per facilitare la navigazione ad utenti ipovedenti. Il link continua ad essere posizionato in modo poco evidente a fondo pagina , lo stesso nelle pagine interne. 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. Sempre presente 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 resta un punto di forza del sito.

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

Tutte le sezioni sono ricche di contenuti e ben organizzate.

#### **Comunicazione interattiva: @@1/2**

L'interattività del sito è stata ridotta, non riscontriamo più la presenza di forum e blog. Di fatto oggi è solo possibile contattare e visualizzare i video su Youtube.

#### **Giudizio globale: @@@@**

Il giudizio resta invariato per quanto riguarda grafica, usabilità e contenuti ed invece stato penalizzato per la riduzione delle possibilità d'interazione. Ad oggi è possibile solo scrivere via mail.

	Grafica	Usabilità	Contenuti	Com. interattiva	Giudizio globale
2003	@@@@	@@@	@@@@	@@@	@@@@
2005	@@@1/2	@@@@	@@@@	@@@1/2	@@@1/2
2006	@@@@	@@@@	@@@@@	@@@@	@@@@
2007	@@@@	@@@@1/2	@@@@1/2	@@@1/2	@@@@
2008	@@@@	@@@@1/2	@@@@1/2	@@1/2	@@@@

**GREENPEACE**<http://www.greenpeace.org>**Grafica: @@@@**

L'home page ha subito un leggero restyling, non sono più presenti i tre bottoni che invitano a entrare in tre sezioni: Sostieni, Partecipa, Entra in azione. E' stato inserito il box per i video che mostra quelli pubblicati su Youtube, il link al blog . Mentre per quanto riguarda la grafica delle sottoaree del menù principale si ritrovano i motivi cromatici della home page.

**Usabilità: @@@**

Il sito continua a non essere accessibile ed ad utilizzare un carattere troppo piccolo. Ciascuna sottoarea del menù principale è ulteriormente suddivisa in sottosezioni. E' presente la mappa del sito, dalla quale si accede direttamente all'area in questione. In alcuni casi il path non mostra tutto il percorso ma solo il punto di arrivo, per tornare alla home di deve cliccare sul logo.

**Contenuti: @@@@1/2**

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. Si rileva un cambio di codice di comunicazione: la voce entra in azione è stata sostituita da, lavora con noi, con una sezione dedicata a tutte le possibilità e ruoli disponibili. Il segno di una visione più professionale dell'attività ambientale.

**Comunicazione interattiva: @@@@1/2**

Le modalità d'interazione restano molteplici . Oltre all'iscrizione alla Newsletter, al servizio per trovare dei contatti più vicini all'utente, il servizio RSS e Greenpeace su You tube.

**Giudizio globale: @@@@**

Il sito si mantiene su ottimi livelli anche in questa edizione del monitoraggio. La grafica, la ricchezza di contenuti, la gamma di servizi sono curati con grande attenzione. Continua a pesare la non accessibilità, un punto debole che altre organizzazioni hanno invece superato.

	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	@@@@
2008	@@@@	@@@	@@@@1/2	@@@@1/2	@@@@

**LEGAMBIENTE**<http://www.legambiente.eu>**Grafica: @@@@**



L'homepage è stata riarmonizzata superando i limiti riscontrati nel precedente monitoraggio dovuti ad un eccessivo sbilanciamento nel rapporto testo – immagini. L'organizzazione sia dal punto di vista dei cromatismi che della struttura dei menu è fluida e piacevole alla lettura.

### 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 ancora il link alla home e per recuperarla si deve cliccare sul logo.

La mancanza del motore di ricerca, e della mappa non penalizzano in modo particolare la navigazione grazie ad una esplosione coerente dei contenuti.

### Contenuti: @@@@

I contenuti sono restano ricchi e approfonditi.. Le informazioni sono aggiornate, e per la sezione comunicati stampa continua ad essere attivo il servizio RSS. E' presente anche il servizio di newsletter.

### Comunicazione interattiva: @@@@

Inalterate le funzioni interattive. 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.

### Giudizio globale: @@@@

Il giudizio complessivo resta invariato, cresce leggermente sulla grafica e i contenuti in continua implementazione e resi più fruibili dal parziale restyling.

	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	@@@@	@@@@	@@@@
2008	@@@@	@@@1/2	@@@@1/2	@@@@	@@@@

## WWF

<http://www.wwf.it>

### Grafica: @@@@1/2

La grafica non presenta particolari modifiche dopo il lavoro di aggiornamento rilevato nel 2007 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. Subito sotto quattro box che mettono in evidenza le iniziative di rilievo del momento. 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 wwf.it.

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 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. Restano poco visibili le voci relative alle utilities posizionate nel footer.

**Usabilità: @@@@**

Il sito mantiene un giudizio pieno sul piano dell'usabilità e accessibilità. Sono presenti 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. I contenuti sono orientati in modo particolare al coinvolgimento dei giovani e delle scuole. Moltissime le risorse a disposizione, tra le ultime la campagna Canon Bear con minisito dedicato.

**Comunicazione interattiva: @@@@**

Oltre a tutti i servizi già individuati segnaliamo l'attivazione della radio web Radiowwf.it. Oltre alla newsletter, ritroviamo una serie di servizi: partecipare al filo diretto con gli esperti, partecipare a convegni, aderire a petizioni, partecipare ai concorsi online, entrare nella community WWF.. 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**

Il giudizio si conferma su livelli di eccellenza. La grafica curata, i contenuti approfonditi ed esaustivi con un'interattività sempre in crescita. I contenuti sono orientati in modo particolare al coinvolgimento dei giovani e delle scuole. Moltissime le risorse a disposizione, tra le ultime la campagna Canon Bear con minisito dedicato. Tra i servizi segnaliamo l'attivazione della radio web Radiowwf.it

	Grafica	Usabilità	Contenuti	Com. interattiva	Giudizio globale
2003	@@@@1/2	@@@@	@@@@	@@@1/2	@@@@
2005	@@@@1/2	@@@@	@@@@	@@@@	@@@@
2006	@@@@1/2	@@@@	@@@@@	@@@@	@@@@
2007	@@@@1/2	@@@@@	@@@@@	@@@@	@@@@1/2
2008	@@@@1/2	@@@@@	@@@@@	@@@@	@@@@1/2

## **PROTEZIONE ANIMALI**

### **LEGA ANTIVIVISEZIONE (LAV)**

<http://www.lav.it>

#### **Grafica: @@@1/2**

Il sito è stato ristrutturato. I colori nero e arancio sono stati mantenuti nella head, il simbolo di LAV è posizionato a sinistra con indicazione del nuovo indirizzo web [www.lav.it](http://www.lav.it). Sempre nella head il link allo shop online, un banner animato e subito a fianco un box arancio con i link alla versione in lingua inglese, motore di ricerca e contatti. In corrispondenza del logo si apre in verticale il menu di navigazione con: chi siamo, sostieni lav, le nostre campagne, azioni istituzionali, scuola e formazione, ufficio stampa, collabora con noi. Le voci sono corredate di piccole icone di colore nero che quando vengono cliccate per accedere alla sezione cambiano colore e diventano di colore arancione. Sotto il menu con fondo arancio troviamo link a Lav in Italia, le nostre riviste, petizioni in corso, per i giovani navigatori, multimedia. Per ciascuna di queste voci sono state inserite delle immagini di corredo sotto forma di personaggi da cartoon.

Nella fascia orizzontale il login, registrati, iscriviti alla newsletter, la mia Lav. La home mostra quattro box con immagini di animali nella parte di coinvolgimento degli utenti dove sono inserite le seguenti voci: socio per sempre, sostienici, una casa per, shop online.

Subito sotto le news a scorrere di Lav. La parte centrale è organizzata con box notizie. Ancora sotto box per la tua foto, il tuo video, il tuo commento. Quindi kit di convivenza, maltrattamenti, caccia, circhi, allevamenti, vivisezione. Le voci di sezione si aprono per un attimo con una finestra arancio poi si posizionano nella pagina come link testuali, caratterizzati da icone per testo, elenchi di voci, moduli da compilare.

#### **Usabilità: @@@**

Migliora l'usabilità, il sito però non è ancora accessibile. La navigazione si presenta fluida, sono sempre presenti i comandi invia, stampa, invia un commento. In alcuni casi abbiamo riscontrato errori di visualizzazione come nel caso della pagine delle campagne, il menù infatti scivola in basso e bisogna scorrere per recuperarlo, lo stesso accade per la sezione in classe con Lav. E' stato inserito il path di navigazione. Il carattere utilizzato resta piuttosto piccolo. Poco efficaci i menu a tendina che appaiono e scompaiono e le icone che caratterizzano le voci di menu di sezione che non sono sempre intuitive. Nella sezione per i bambini non funzionano gli hyperlink testuali e sono presenti solo alcune schede degli animali presentati. Positivo invece il carattere più grande che potrebbe essere utilizzato anche nel resto del sito.

#### **Contenuti: @@@@**

Per quanto riguarda i contenuti segnaliamo che sono presenti gli archivi con possibilità di download delle riviste Impronte e Piccole impronte. I contenuti in generale sono ben costruiti anche se di carattere generale.

#### **Comunicazione interattiva: @@@1/2**

La funzione di registrazione consente di accedere alle sezioni speciali e multimedia del sito dove inserire foto, video e commenti che al momento però non sono ancora attive. Lo shop online apre con una finestra separata, mentre i contatti aprono semplicemente il messaggio email. Gli indirizzi sono comunque presenti in diverse pagine con i nomi dei referenti. La versione inglese non risulta ancora funzionante.

**Giudizio globale: @@@1/2**

Il giudizio globale migliora leggermente grazie al lavoro fatto sugli aspetti grafici che rendono il sito più fruibile. Sono inoltre stati inseriti nuovi servizi però ancora non attivi come le tue foto, il tuo video e il tuo commento. Vi sono ancora aspetti da migliorare come i menu a tendina che appaiono e scompaiono, il carattere utilizzato, gli errori di visualizzazione in alcune sezioni e la versione in lingua inglese non ancora attiva.

	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	@@@@	@@@	@@@
2008	@@@1/2	@@@	@@@@	@@@1/2	@@@1/2

## DONAZIONE DEL SANGUE

### AVIS

<http://www.avis.it>

#### Grafica: @@@@

Anche in questo caso ci troviamo di fronte ad un sito con importanti novità. La head presenta un nuovo slogan "Donare sangue è semplicemente importante", a cui si affiancano le utilities del sito: contattaci, albo formatori, iscriviti alla newsletter, intranet.

Il menù è ora posizionato in orizzontale: avis, la donazione, area giovani, servizio civile, Avis 24ore, sedi Avis, area stampa, area scuola. La parte grafica vede una serie di immagini e lo slogan della campagna Hands up. Al centro della pagina In evidenza, sotto le news, e eventi. Nella fascia a destra il numero verde, la funzione di ricerca, cerca le sedi, la rivista in formato pdf, Avis SOS, quindi il box iscriviti alla newsletter e i bottoni dei partner dell'associazione.

Le voci di menu si aprono a tendina con un gioco di colori grigio viola. Quando si entra nella sezione in alto appare il path di navigazione mentre a sinistra si apre il menu di sezione con sopra il motore di ricerca.. Il menu propone tre livelli di navigazione. I colori sono mantenuti uniformi nelle diverse sezioni del sito tranne che per servizio civile, caratterizzata invece che dal celeste dal verde e con un immagine diversa nel banner di testa.

#### Usabilità: @@@1/2

Il sito mantiene una struttura semplice e vede implementate le caratteristiche di accessibilità. Con evidente vantaggio anche in termini di fluidità della navigazione. Poco efficace l'utilizzo dei menù a tendina che oscurano in parte la pagina. Vi sono alcune piccole inefficienze da correggere a nostro parere, come nella sezione area scuola dove si è costretti ad un doppio passaggio per accedere al contenuto. Quando si apre il link all'iscrizione alla newsletter sparisce il menu.

#### Contenuti: @@@1/2

I contenuti beneficiano della migliore organizzazione. Sono state implementate alcune funzioni legate ai contenuti come gli archivi le e aree per scaricare documenti e materiali promozionali. Purtroppo l'archivio della newsletter è fermo al 2005 questo da la sensazione che lo strumento non sia attivo. Poco comunicativo il link al notiziario FIODS, non viene infatti spiegato che si tratta del bollettino della Federazione Internazionale donatori di sangue.

#### Comunicazione interattiva: @@@

L'interazione è legata in modo principale alla newsletter, alla possibilità di ricerca negli archivi come nel caso della banca dato comunicati, dove si possono effettuare ricerche per anno, mese e parola chiave. Il Download di loghi, materiale promozionale e documentazione di approfondimento. Sono stati inseriti i sondaggi ma ne sono presenti solo due e risalgono al 2005.

#### Giudizio globale: @@@

Il sito migliora decisamente sotto l'aspetto della grafica e dell'usabilità ma mostra delle debolezze sul piano dei contenuti e dell'interattività. I contenuti risultano ancora troppo istituzionali. Manca un invito diretto dalla home a diventare donatore, la newsletter e i sondaggi appaiono datati mentre è poco accattivante l'area dedicata ai giovani.

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

2005	@@@	@@@	@@@1/2	@@@	@@@
2006	@@@	@@@	@@@1/2	@@@	@@@
2007	@@@	@@@	@@@1/2	@@@	@@@
2008	@@@@	@@@1/2	@@@1/2	@@@	@@@1/2

## FRATRES

<http://www.fratres.org>

### Grafica: @@1/2

La grafica non presenta novità di rilievo. 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.

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. 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.

### Usabilità: @@@

L'usabilità mostra gli stessi limiti già evidenziati nel 2007, un carattere troppo piccolo e una scelta cromatica poco efficiente nel menù di navigazione che rende più difficile la visione delle voci del menù.

### Contenuti: @@1/2

Sono ancora da potenziare 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. La sezione promozione è ancora strutturata senza un criterio uniforme. Poco attraente anche la pagina di pop up che raccoglie i manifesti delle campagne. Il sito dei giovani non è cresciuto a sufficienza.

### Comunicazione interattiva: @@

L'interattività mostra ancora diverse lacune. Non è possibile iscriversi ad una newsletter..

### Giudizio globale: @@

A distanza di un anno il sito non superato le lacune del 2007, mostrando gli stessi limiti di usabilità con duplicazione di contenuti, contenuti a volte tecnici e scarsa interattività.

	Grafica	Usabilità	Contenuti	Com. interattiva	Giudizio globale
2003	@@@	@@1/2	@@	@	@@
2005	@@	@@1/2	@@	@	@@
2006	@@	@@1/2	@@	@	@@
2007	@@1/2	@@@	@@1/2	@@	@@1/2
2008	@@1/2	@@@	@@1/2	@@	@@1/2

**FIDAS**<http://www.fidas.it>**Grafica: @@@**

La struttura grafica è inalterata con una home page piuttosto piena di contenuti. Il menù di navigazione è in posizione orizzontale nella head. 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 continua a mostrare alcuni limiti importanti. Le voci delle sezioni come nel caso delle notizie continuano ad essere organizzate in una sezione archivio notizie a cui non corrisponde alcuna voce dei menu. 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.

**Contenuti: @@@**

L'impostazione dei contenuti rimane inalterata. Permane la possibilità di scaricare documenti (regolamenti, protocolli, vademecum). I link sono pressoché inesistenti. Il sito dei giovanifidas appare poco aggiornato. Il blog non è più attivo, la galleria non è aggiornata, il forum è vuoto e nella chat sono registrati solo 72 utenti.

**Comunicazione interattiva: @@**

Non è stata attivata nessuna newsletter o altra forma di interattività. E il sito dei giovani per il quale nel 2007 avevamo registrato molte novità non è cresciuto a sufficienza.

**Giudizio globale: @@1/2**

Il sito della Fidas (Federazione Italiana Associazione Donatori di sangue) non supera i limiti già riscontrati per grafica, usabilità contenuti e interattività. Con una grafica ormai datata, contenuti poco accurati e nessuna interattività evidenzia la necessità di un intervento di revisione generale per renderlo più attuale e coinvolgente.

	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
2008	@@@	@@1/2	@@@	@@	@@1/2

## ECONOMIA SOCIALE E C.R.I

### **ALTROMERCATO**

<http://www.altromercato.it>

#### **Grafica: @@@@**

Il sito mantiene tutti i punti di forza. 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.

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. A cui è stata aggiunta una nuova sezione : Campagna per il diritto al cibo. E' stato aperto anche l'equospazio la community di altromercato con blog, forum, questionari e sondaggi, la gallery io ci metto la faccia e la newsletter.

#### **Usabilità: @@@@**

Il sito mantiene standard di usabilità alti. Consultabile in 6 lingue è accessibile, ha la mappa del sito, il percorso di navigazione è sempre visibile, è stata aggiunta la funzione commenta le pagine del sito connessa allo equospazio.

#### **Contenuti: @@@@**

I contenuti restano 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. Ora sono attive due newsletter una più generale e poi la newsletter finanza solidale. La sezione della campagna per il diritto al cibo si apre dal menu principale e diventa un minisito.

#### **Comunicazione interattiva: @@@@**

L'interattività è stata ulteriormente potenziata con l'apertura dello spazio community e l'attivazione di newsletter tematiche.

#### **Giudizio globale: @@@@**

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. Cresce anche la valutazione sull'interattività con l'apertura dell'equospazio la community di altromercato con blog, forum, questionari e sondaggi, la gallery io ci metto la faccia e la newsletter. E' stata aggiunta la funzione commenta le pagine del sito connessa all'equospazio.

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



2007	@@@@@	@@@@@	@@@@@1/2	@@@	@@@@@1/2
2008	@@@@@	@@@@@	@@@@@	@@@@@	@@@@@

## BANCA ETICA

<http://www.bancaetica.com>

### Grafica: @@@@1/2

Il sito è stato completamente ristrutturato. La home page si apre con una head dinamica con a sinistra il logo della banca sopra le versioni in lingua. La testata si caratterizza per l'utilizzo di due fasce colorate sabbia e arancio sul quale scorre un banner con diversi pay off che si alternano. Il menu appare esploso sulla sinistra ed è organizzato in blocchi: chi siamo, prodotti e servizi, finanziamenti, area clienti, iscriviti alla newsletter, il sistema banca etica, cerca. All'interno di ciascun blocco le voci di sottomenu. Tutti i blocchi si muovono sui toni dell'arancio. Al centro blocchi di contenuti con titoli a fondo blu: Finanza al verde, editoriale, in primo piano, crisi dei mercati finanziari. Sotto a fondo pagina i link: eventi, progetti in corso, archivio newsletter, notizie, lettere, biblioteca, area stampa, multimedia, link, lavora con noi, studia con noi, contatti. Nel footer: trasparenza bancaria, MIFID, SA8000, note legali, mappa del sito, credits.

Le pagine interne si aprono con un percorso uniforme. In alto il menu orizzontale che recupera le voci di home page: progetto energia, l'editoriale, multimedia, in primo piano. Quindi il path di navigazione in una fascia di colore grigio, mentre il titolo della sezione è di colore blu.

### Usabilità: @@@@

Si mantiene l'accessibilità di primo livello. La navigazione è fluida e coerente. Il menù esploso mostra un limite di visualizzazione, alcune funzioni restano nascoste e si deve scorrere la pagina per recuperarle ad esempio: area clienti, newsletter, motore di ricerca e link a pie di pagina.

### Contenuti: @@@@1/2

I contenuti si presentano completi e chiari sia qualitativamente che quantitativamente. Il nuovo sito è stato ulteriormente arricchito da contenuti editoriali che ne fanno un vero e proprio portale e non solo un sito istituzionale. Il fatto che le voci in primo piano e editoriale siano sempre visibili enfatizza ulteriormente questo aspetto. A questi si aggiunge la nuova sezione multimediale interessante sia sotto il profilo dei contenuti che dell'interattività e che apre con un editoriale di presentazione che spiega come la sezione si ponga come obiettivo quello di raccogliere la sfida delle critiche mosse alla banca e la volontà di rispondere mostrando le immagini dei progetti sostenuti. Tutti i contenuti ruotano intorno al concept "la banca dove a contare non sono solo i numeri". La biblioteca consente la ricerca per tipologia di testo e ricerca libera. La sezione area stampa raccoglie notizie, comunicati stampa, rassegna stampa.

### Comunicazione interattiva: @@@1/2

La comunicazione interattiva è stata implementata, la funzione contatti in particolare consente di scrivere a tutti, filiali e banchieri ambulanti, uffici centrali, circoscrizioni locali dei soci, banca convenzionata, selezionando provincia, regione e testo libero. Le schede che si aprono sono complete di tutti i dati. Come sopra indicato al sezione multimediale arricchisce le funzioni d'interattività oltre al motore di ricerca della biblioteca e alle funzioni di banking online predisposte per i clienti.

### Giudizio globale: @@@@

Il sito mantiene lo stesso punteggio del 2007 ma cresce sia sotto il profilo della grafica, dei contenuti e dell'interattività. Il sito diventa un portale con contenuti editoriali e strumenti di coinvolgimento dell'utente. L'usabilità si mantiene su standard elevati anche se dobbiamo rilevare che la scelta del menu esploso tende a nascondere alcune voci che devono essere ricercate scorrendo la pagina. Interessante la sezione multimedia con la quale si vuole rafforzare l'aspetto di trasparenza dell'impiego dei fondi dell'istituzione.

	Grafica	Usabilità	Contenuti	Com. interattiva	Giudizio globale
2003	@@@@1/2	@@@@1/2	@@@@	@@@@	@@@@
2005	@@@@	@@@@1/2	@@@@	@@@@	@@@@
2006	@@@@	@@@@1/2	@@@@	@@@@	@@@@
2007	@@@@	@@@@	@@@@	@@@	@@@@
2008	@@@@1/2	@@@@	@@@@1/2	@@@@1/2	@@@@

## CROCE ROSSA ITALIANA

<http://www.cri.it>

### Grafica: @@@1/2

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, vengono reintrodotti intranet in blu e help in grigio. 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: Permane l'aspetto negativo sulla la posizione delle funzioni contatti e motore di ricerca che non è sempre presente.

### 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 presente. Resta invariata la 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. Risolto invece l'elemento di criticità relativo alla posizione di intranet e help che tornano ad essere voci di menu. Il sito non è ancora accessibile.

### Contenuti: @@@@

I contenuti si confermano esaustivi e di buona qualità con archivi ampi in tutte le sezioni del sito. La sezione news in particolare è organizzata in blocchi con: in evidenza, attività, utilità bandi sotto icone.

### Comunicazione interattiva: @@@

La comunicazione interattiva si concretizza attraverso la sezione help dove troviamo: mappa, requisiti, faq, cerca la sede CRI, scrivi alla redazione, help forum, help bacheca, due servizi abilitati per gli associati.

### Giudizio globale: @@@1/2

Il sito mantiene la stessa valutazione del 2007. Risolte alcune criticità come reinserimento delle voci intranet e help nel menu. Resta invece da risolvere il posizionamento del motore di ricerca che non è sempre presente nelle pagine interne. La comunicazione interattiva resta ancorata ai servizi già individuati nel precedente monitoraggio che purtroppo sono visibili solo se si entra nella sezione help.

	Grafica	Usabilità	Contenuti	Com. interattiva	Giudizio globale
2003	@@@	@@@	@@@1/2	@	@@1/2
2005	@@@@@	@@@@	@@@@	@@@	@@@@
2006	@@@@@	@@@@	@@@@	@@@	@@@@
2007	@@@1/2	@@@	@@@@	@@@	@@@1/2
2008	@@@1/2	@@@	@@@@	@@@	@@@1/2

## TUTELA DEI MINORI

### UNICEF

<http://www.unicef.it>

#### Grafica: @@@@

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 centrale dell'home page è formata da un banner con una campagna pubblicitaria. 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.

#### Usabilità: @@@@

Per quanto riguarda l'usabilità, Unicef conferma gli standard qualitativi già individuati nei precedenti monitoraggi. 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", alla "Sala stampa". La sezione "In primo piano" offre informazioni dettagliate sulle emergenze e sui programmi che Unicef sta affrontando. Sono stati introdotti i contenuti multimediali con i video pubblicati su Youtube.

#### Comunicazione interattiva: @@@@

Il sito ha attivato la newsletter e la funzione commenta il sito. A questi si aggiunge lo spazio su Youtube. 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. E' infine possibile donare online.

#### Giudizio globale: @@@@

Il sito mantiene i suoi punti di forza e implementa le funzioni interattive con l'attivazione della newsletter, Unicef su Youtube e la possibilità di commentare il sito.

	Grafica	Usabilità	Contenuti	Com.interattiva	Giudizio globale
2003	@@@@	@@@	@@@@@	@@@@	@@@@
2005	@@@@	@@@	@@@@	@@@1/2	@@@1/2
2006	@@@@	@@@@	@@@@1/2	@@@@	@@@@
2007	@@@@	@@@@	@@@@	@@@1/2	@@@@
2008	@@@@	@@@@	@@@@	@@@@	@@@@

## 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 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,. Al centro della pagina si trovano dei riquadri che trattano le ultime news, le iniziative, ecc. Le pagine interne del sito presentano una grafica simile a quella dell'home page.

### Usabilità: @@@1/2

La navigazione del sito resta agevole, e la ricerca delle informazioni è semplificata dalla presenza del motore di ricerca interno. Ancora attivo il servizio "Ascolta il sito", il cui link è sempre ben visibile. Il sito presenta la versione in lingua inglese. I vari documenti messi a disposizione dell'utente sono facilmente scaricabili nella maggior parte dei casi in formato pdf.

### Contenuti: @@@@1/2

Il sito di Telefono Azzurro mantiene ottimi standard sui contenuti che continuano ad essere costantemente arricchiti e aggiornati. 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.

### Comunicazione interattiva: @@@@

Sono presenti alcune novità. In primis Telefono Azzurro su Youtube, la possibilità di segnalare su [www.hot114.it](http://www.hot114.it) siti pedopornografici o file su internet. Attivata la possibilità di fare donazioni online. A questi si aggiunge l'iniziativa unabuonacausa.it per fare shopping online in un circuiti di negozi online aderenti e versare in modo automatico una parte della spesa a favore di Telefono Azzurro.

### Giudizio globale: @@@@

Il giudizio si conferma in linea con quello espresso nel 2007. Migliorano i contenuti sempre più ampi con sezioni dedicate anche ai più piccoli, più servizi interattivi, con youtube, segnalazioni online, donazioni online dirette e indirette.

	Grafica	Usabilità	Contenuti	Com.interattiva	Giudizio globale
2003	@@@@1/2	@@@	@@@@	@	@@@
2005	@@@@	@@@	@@@@	@@@	@@@@1/2
2006	@@@@	@@@@1/2	@@@@	@@@@1/2	@@@@
2007	@@@@	@@@@1/2	@@@@	@@@@1/2	@@@@
2008	@@@@	@@@@1/2	@@@@1/2	@@@@	@@@@

## DIRITTI UMANI

### AMNESTY INTERNATIONAL

<http://www.amnesty.it>

#### Grafica: @@@@

Nuovo sito accessibile, i colori utilizzati sono ora nero e giallo. Il giallo per la testata del sito dove campeggia il titolo Amnesty sezione italiana, a destra i contatti, RSS, link ad Amnesty.org, motore di ricerca con funzione di ricerca avanzata. Il menù è posizionato in orizzontale: chi siamo, cosa facciamo, cosa puoi fare tu, documentazione. Testo bianco su nero. La home apre con una immagine sulla campagna del 10 ottobre per la giornata mondiale contro la pena di morte a destra bottone di richiamo sulla campagna a favore dei diritti umani. Subito sotto: dona online, iscriviti, 5 x mille, tutte le modalità per sostenerci, quindi iscriviti alla newsletter, sala stampa, appuntamenti in città e small place tour. Le notizie sono organizzate su due colonne con rubriche diverse azioni urgenti con titoli evidenziati in giallo, iniziative e buone notizie. Nel footer: lavora con noi, mappa, accessibilità, credits, provacy, iamnesty (intranet). Nelle sezioni interne il menu apre a sinistra mentre a destra sono posizionate le risorse correlate e le funzioni della sezione cosa puoi fare tu: con firma appelli, attivati, sostienici, shopping.

#### Usabilità: @@@@

Il sito ha notevolmente migliorato l'usabilità. Il sito è stato progettato in linea con i requisiti della legge Stanca. Semplice ed efficace presenta sempre il path di navigazione e il comando stampa.

#### Contenuti: @@@@

I contenuti sono ampi esaurienti e ricchi di approfondimenti sulle diverse azioni e iniziative. Ogni sezione presenta un testo esplicativo che introduce l'argomento e quindi i contenuti correlati. I contenuti sono costruiti per supportare le motivazioni a sostenere le azioni con documentazione e aggiornamenti continui.

#### Comunicazione interattiva: @@@@

L'interattività ruota in modo principale intorno ai modi con i quali è possibile sostenere Amnesty International, la firma degli appelli online, attivati, sostienici, dona online, lo shopping. E' stato aperto anche uno spazio su myspace.

#### Giudizio globale: @@@@

Il sito di Amnesty fa un netto balzo in avanti grazie all'ottimo lavoro di progettazione, un sito semplice ed efficace, accessibile con un'ottima capacità di coinvolgimento. Codice comunicativo chiaro come nel caso dell'evidenziazione in giallo delle azioni urgenti.

	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
2008	@@@@@	@@@@@	@@@@@	@@@@@	@@@@@

**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.

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 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](http://www.handsoffcain.org)). Il sito non è ancora accessibile.

**Contenuti: @@@@1/2**

Il sito ha nei contenuti uno dei suoi punti di forza. La possibilità di consultare la banca dati nelle due versioni, italiana ed inglese, con due motori di ricerca consente ricerche sulla situazione nei vari paesi e sui fatti avvenuti in un determinato periodo.

**Comunicazione interattiva: @@@@**

Il sito di Nessuno tocchi caino mantiene un buon livello di interattività. L'associazione infatti ha creato due distinti tipi di newsletter (quotidiana, settimanale) ora disponibile in italiano, inglese e spagnolo. 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. 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 gli appelli e le diverse iniziative promosse dall'associazione.

**Giudizio globale: @@@@**

Il giudizio complessivo si mantiene sui livelli del 2007, soprattutto grazie al buon funzionamento degli strumenti utili per garantire la comunicazione interattiva con gli utenti (newsletter ora in più lingue, firma on-line e area shopping). I contenuti sono chiari e ben presentati. Il sito resta non accessibile.

	Grafica	Usabilità	Contenuti	Com. interattiva	Giudizio globale
2003	@@1/2	@@@	@@@	@@@@	@@@
2005	@@@@	@@@1/2	@@@1/2	@@@1/2	@@@1/2
2006	@@@@	@@@1/2	@@@@	@@@@	@@@@
2007	@@@@	@@@1/2	@@@@	@@@@	@@@@
2008	@@@@	@@@1/2	@@@@1/2	@@@@	@@@@

**EMERGENCY**<http://www.emergency.it>**Grafica: @@@@1/2**

La grafica del sito di Emergency ha subito un'ulteriore trasformazione. Scompare la pagina introduttiva il sito apre sull'home su fondo grigio organizzata su tre colonne mostra a sinistra il menu con le voci istituzionali: chi siamo, programmi, informati, sostienici. La parte centrale a fondo bianco apre con una foto d'impatto al di sotto della quale i box con le azioni di promozione e raccolta fondi.: natale, adotta un ospedale, raccolta fondi per il centro pediatrico in Darfur. A destra un piccolo bottone rosso dona online e subito sotto eventi, iscriviti alla newsletter, pressroom, mappa del sito, contattaci, motore di ricerca, news e box news peace reporter.

Le sezioni interne sono uniformi, si riduce l'immagine e sulla sinistra apre il menu di sezione che cambia colore in funzione del tema. A destra restano attivi donazione online, eventi, newsletter, pressroom, motore di ricerca e a seconda degli argomenti news approfondimenti di peace reporter come argomenti correlati.

**Usabilità: @@@@**

Il sito non presenta le icone di accessibilità ma il controllo mostra l'utilizzo dei parametri W3C//DTD XHTML 1.0 Transitional. L'usabilità è buona con una navigazione uniforme in tutte le sezioni del sito che risulta molto semplificato nell'organizzazione dei contenuti.

Il path di navigazione è posizionato in basso nella pagina. In alto a destra è posizionato il link alla versione solo testo.

**Contenuti: @@@@1/2**

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. La sezione Programmi è dedicata alle attività umanitarie. Informati propone documentazione, pubblicazioni, i libri (alcuni acquistabili anche on-line), le campagne svolte e in programma, i documentari ecc. Sostienici con le diverse possibilità di donazione e sostegno ai progetti

**Comunicazione interattiva: @@@@**

La comunicazione interattiva è organizzata con i servizi già sperimentati. Il servizio di newsletter Allistante e il suo archivio consultabile dal web. Le donazioni e tesseramenti direttamente on-line. Nella sezione dedicata ai media si possono scaricare i comunicati stampa (disponibili anche in RSS), i radio comunicati in mp3, e i banner di Emergency da apporre nei diversi siti; la possibilità di vedere gli spot trasmessi o di richiedere il beta per la messa in onda mandando semplicemente un'e-mail. Interessante la newsletter che mostra il numero di redattori 12340, notizie inserite 7568, iscritti 189570.

**Giudizio globale: @@@@1/2**

Il sito di Emergency mantiene un giudizio più che buono. La nuova grafica e organizzazione dei contenuti garantiscono una navigazione facile e intuitiva l'accessibilità è garantita con il link alla versione solo testo. La comunicazione interattiva risulta più che soddisfacente per le esigenze di ogni tipo di utente (servizi di newsletter, video, radio comunicati, donazioni on-line). Interessante in particolare la newsletter che mostra il numero di redattori 12340, notizie inserite 7568, iscritti 189570

	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
2007	@@@@1/2	@@@@	@@@@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	@@@@1/2	@@@1/2	@@@@1/2	@@@1/2	@@@@	N
ANPAS	@@1/2	@@1/2	@@@1/2	@@@	@@@	N
ANT	@@@	@@1/2	@@@1/2	@@	@@@	N
FIVOL	-----	-----	-----	-----	-----	N
FAREVERDE	@@@@	@@@@1/2	@@@@1/2	@@1/2	@@@@	A
GREENPEACE	@@@@	@@@	@@@@1/2	@@@@1/2	@@@@	N
LEGAMBIENTE	@@@@	@@@1/2	@@@@1/2	@@@@	@@@@	N
WWF	@@@@1/2	@@@@@	@@@@@	@@@@	@@@@1/2	A
LEGA ANTIVIVISEZIONE	@@@@1/2	@@@	@@@@	@@@1/2	@@@@1/2	N
AVIS	@@@@	@@@1/2	@@@1/2	@@@	@@@1/2	A
FRATRES	@@1/2	@@@	@@1/2	@@	@@1/2	N
FIDAS	@@@	@@1/2	@@@	@@	@@1/2	N
ALTROMERCATO	@@@@@	@@@@@	@@@@@	@@@@	@@@@@	A
BANCA ETICA	@@@@1/2	@@@@	@@@@1/2	@@@1/2	@@@@	A
CROCE ROSSA ITALIANA	@@@@1/2	@@@	@@@@	@@@	@@@@1/2	N
UNICEF	@@@@	@@@@	@@@@	@@@@	@@@@	A
TELEFONO AZZURRO	@@@@	@@@1/2	@@@@1/2	@@@@	@@@@	PA
AMNESTY INTERNATIONAL	@@@@@	@@@@@	@@@@@	@@@@	@@@@@	A
NESSUNO TOCCHI CAINO	@@@@	@@@1/2	@@@@1/2	@@@@	@@@@	N
EMERGENCY	@@@@1/2	@@@@@	@@@@1/2	@@@@	@@@@1/2	A