

Borsa Studio
"Parco Nazionale della Sila"



"Linee guida per la realizzazione del portale del Parco Nazionale della Sila"

Borsista

dott. Francesco De Simone



CAPITOLO 1 - ANALISI DELL'ATTUALE PORTALE DEL PARCO NAZIONALE DELLA SILA	
WWW.PARCOSILA.IT	1
1.1 MAPPA DEL PORTALE.....	3
1.2 GRAFICA E TECNOLOGIA UTILIZZATA NELL'HOMEPAGE.....	9
1.3 POSIZIONAMENTO E VISIBILITÀ SUI MOTORI DI RICERCA	15
1.4 VALORE DEL PORTALE.....	22
1.5 CONTATORE VISITATORI.....	23
1.6 INTERNAZIONALIZZAZIONE E LOCALIZZAZIONE	37
1.7 ACCESSIBILITA'	40
1.8 USABILITÀ	49
1.9 SCHEDA DI VALUTAZIONE FINALE	51
CAPITOLO 2 - ANALISI PORTALI DI ENTI ANALOGHI.....	53
2.1 PORTALE DEL PARCO NAZIONALE DELLE DOLOMITI BELLUNESI – WWW.DOLOMITIPARK.IT	53
2.2 PORTALE DEL PARCO NAZIONALE DEL GRAN SASSO E MONTI DELLA LAGA – WWW.GRANSASSOLAGAPARK.IT	63
2.3 PORTALE DEL PARCO NAZIONALE DEL GRAN PARADISO - WWW.PNGP.IT.....	74
2.4 PORTALE DEL PARCO NAZIONALE DEI PIRENEI - WWW.PARC-PYRENEES.COM.....	86
2.5 PORTALE DEL PARCO NAZIONALE DI YELLOWSTONE - WWW.YELLOWSTONEPARC.COM.....	95
CAPITOLO 3 – CONFRONTO FRA IL PORTALE DEL PARCO NAZIONALE DELLA SILA E DI PORTALI DI ENTI ANALOGHI.....	110
3.1 CONFRONTO FRA IL PORTALE WWW.PARCOSILA.IT & WWW.DOLOMITIPARK.IT.....	111
3.2 CONFRONTO FRA IL PORTALE WWW.PARCOSILA.IT & WWW.GRANSASSOLAGAPARK.IT.....	113
3.3 CONFRONTO FRA IL PORTALE WWW.PARCOSILA.IT & WWW.PNGP.IT.....	115
3.4 CONFRONTO FRA IL PORTALE WWW.PARCOSILA.IT & WWW.PARC-PYRENEES.COM.....	117
3.5 CONFRONTO FRA IL PORTALE WWW.PARCOSILA.IT & WWW.YELLOWSTONEPARC.COM.....	119
3.6 CONFRONTO DEL PORTALE WWW.PARCOSILA.IT CON PORTALI DI ENTI ANALOGHI.....	121
CAPITOLO 4 – LINEE GUIDA PER LA REALIZZAZIONE DEL NUOVO PORTALE DEL PARCO NAZIONALE DELLA SILA	1
4.1 LINEA GUIDA 1 - GRAFICA	1
4.2 LINEA GUIDA 2 – POSIZIONAMENTO SUI MOTORI DI RICERCA	4
4.3 LINEA GUIDA 3 – INTERNAZIONALIZZAZIONE.....	7
4.4 LINEA GUIDA 4 – ACCESSIBILITÀ.....	8
4.5 LINEA GUIDA 5 – USABILITÀ	9
4.6 LINEA GUIDA 6 - INTERAZIONE CON L'UTENTE.....	11

Capitolo 1

Capitolo 1 - Analisi dell'attuale portale del Parco Nazionale della Sila www.parcosila.it

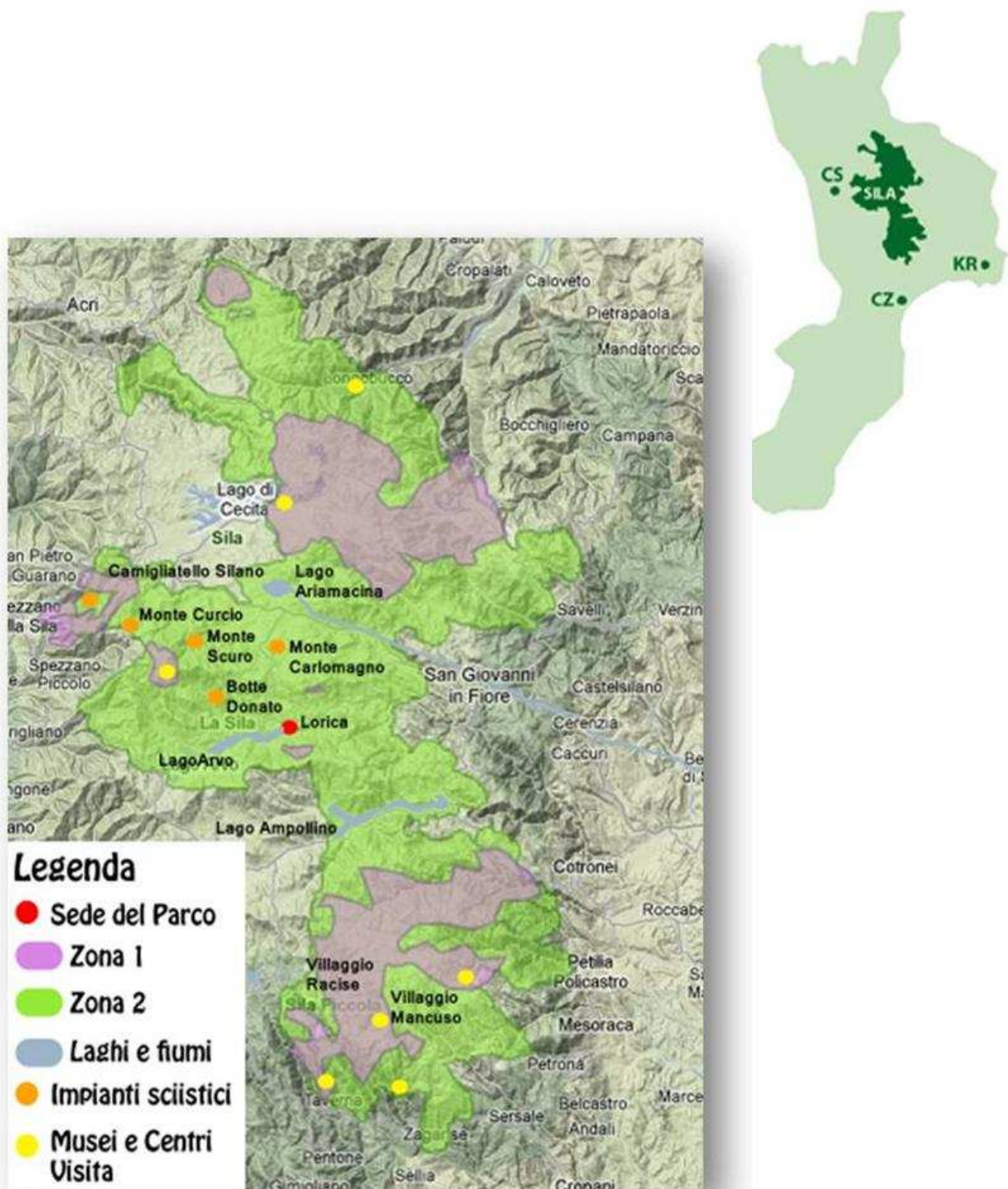
Il Parco Nazionale della Sila è stato istituito nel 2002, racchiudendo i territori già ricadenti nello *storico* Parco Nazionale della Calabria istituito nel 1968.

Con sede a Lorica, tutela aree di rilevante interesse ambientale, in Sila piccola, Sila grande e Sila greca, per complessivi 73.695 ettari, comprendenti 21 Comuni, 5 Comunità Montane e 3 Province della Regione Calabria (Cosenza, Catanzaro e Crotona).

Il simbolo del Parco è il lupo, specie depredata per secoli e fortunatamente sopravvissuta fino al 1970, anno in cui venne istituita una legge a favore della sua salvaguardia.

All'interno del Parco si trovano 3 bacini artificiali (*Cecita*, *Arvo*, *Ampollino*) immersi in una superficie boschiva molto ampia, tant'è che fra i Parchi nazionali italiani, il Parco della Sila è quello con la maggior percentuale di superficie boscata (circa l'80% del totale), costituita principalmente da faggete, pinete e dal tipico pino silano: il *Laricio*. Ampie sono le vallate che si aprono lungo le dorsali del Parco, dove è praticata la pastorizia e l'agricoltura, quest'ultima legata soprattutto alla coltivazione della *patata della Sila*.

Mappa del Parco Nazionale della Sila



1.1 Mappa del portale

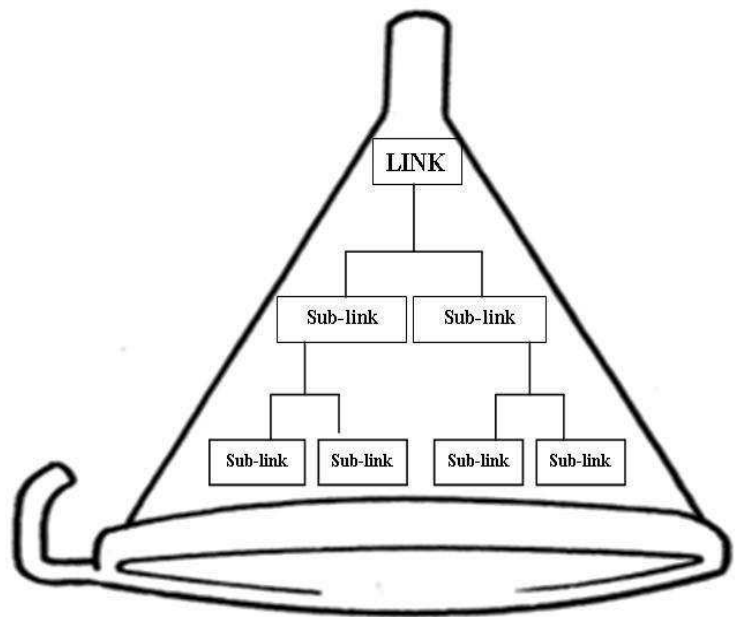
Spesso i menù di navigazione dei portali web, possono essere anche complicati da capire e da usare. Introdurre nel sito web una mappa, che mostri tutti i collegamenti a tutte le pagine e i relativi argomenti trattati, è un modo per rendere ancora più semplice la navigazione dell'utente.

Quindi, una *sitemap*, o *site map*, o semplicemente mappa, è una pagina web che elenca gerarchicamente tutte le pagine di un sito web, con l'obiettivo di facilitare la navigazione dell'utente all'interno del portale.

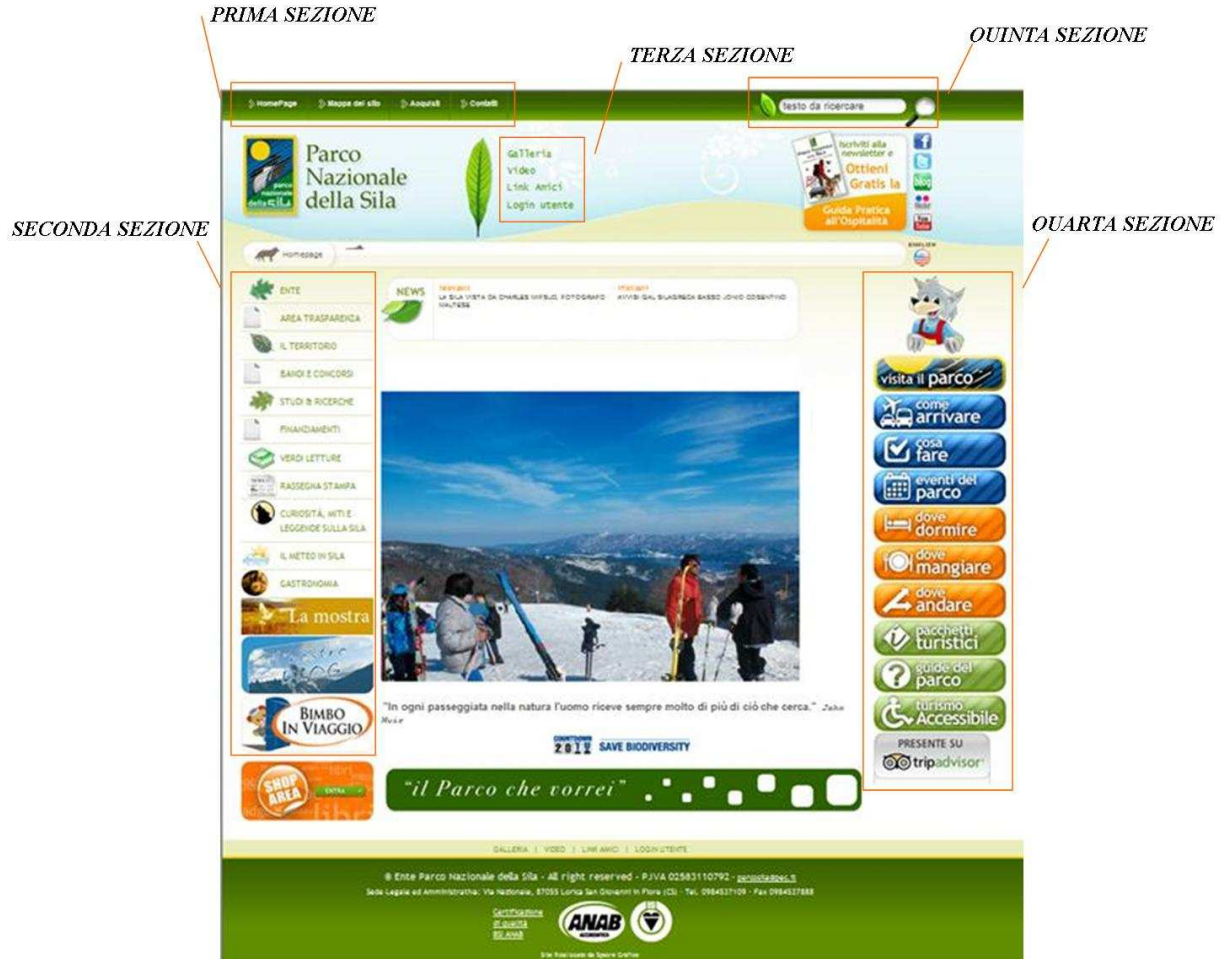
Al fine di ottenere una minuziosa analisi dell'attuale portale del Parco Nazionale della Sila, si riporta la schematizzazione della mappa, descrivendola attraverso la metodologia si seguito redatta: ogni portale è suddiviso per sezioni, all'interno delle quali, precisamente nell'homepage, troviamo dei link che guidano ai principali argomenti trattati nel portale; ciascuno di questi link contiene testi, immagini, video, ma anche ulteriori link, che hanno la funzione di approfondire e/o suddividere in parti o classi l'argomento già trattato nel link; all'interno del suddetto link, possiamo trovare ulteriori link e così via.

Per illustrare meglio la struttura organizzativa dei link, si è pensato di immaginarla a *imbuto rovesciato*, dove ogni link si dirama nei relativi *sub link*.

La mappa del portale www.parcosila.it presenta cinque sezioni, di seguito illustrate.



Sezioni del portale www.parcosila.it



Leggenda della struttura della mappa di www.parcosila.it:

- ❖ Link
- Link → sub link
- Link → sub link → sub link
- Link → sub link → sub link → sub link
- Link → sub link → sub link → sub link → sub link

Nella prima sezione troviamo n.4 link:

- ❖ Home page
- ❖ Mappa del sito
- ❖ Acquisti
- ❖ Contatti

Nella seconda sezione troviamo n. 14 link/voci:

- ❖ Ente, all'interno del quale troviamo n. 9 sub link:
 - Storia
 - Organi
 - Territorio
 - Leggi, statuto e regolamenti
 - Concorsi
 - Comuni, all'interno del quale troviamo n. 3 sub link:
 - Provincia di Catanzaro, all'interno del quale troviamo n. 6 sub link:
 - Albi
 - Magisano
 - Petronà
 - Sersale
 - Taverna
 - Zagarise
 - Provincia di Cosenza, all'interno del quale troviamo n. 11 sub link:
 - Acri
 - Aprigliano
 - Bocchigliero
 - Celico
 - Corigliano Calabro
 - Longobucco
 - Pedace
 - San Giovanni in Fiore
 - Serra Pedace
 - Spezzano Piccolo
 - Spezzano della Sila
 - Provincia di Crotona, all'interno del quale troviamo n. 4 sub link:
 - Cotronei
 - Mesoraca
 - Petilia Policastro
 - Savelli
 - Download, all'interno del quale troviamo n. 3 sub link:
 - Legislazione
 - Modulistica
 - Carte geografiche
 - Trasparenza, valutazione e merito, all'interno del quale troviamo n. 6 sub link:
 - Trasparenza dirigenza

- Tassi di assenza e presenza del personale
- Curricula e indennità organi politico-amministrativo
- Organismo indipendente di valutazione della performance
- Incarichi esterni e compensi
- Contratto integrativo 2011-2014
- Sportello virtuale
- ❖ Area trasparenza, riporta gli identici “sub link” sopra elencati nel link “Trasparenza, valutazione e merito”
- ❖ Il territorio, all’interno del quale troviamo n. 12 sub link:
 - ❖
 - Paesaggi
 - Vegetazione, all’interno del quale troviamo n. 3 sub link:
 - Fascia dell’alta macchia mediterranea
 - Fascia del pino laricio
 - Fascia del faggio
 - Fiori
 - Fauna
 - Mammiferi
 - Uccelli
 - Fauna ittica, anfibi e rettili
 - Funghi
 - Geologia
 - Alberi monumentali, all’interno del quale troviamo n. 12 sub link:
 - Prometeo
 - Alberi gemelli
 - Castagni del cielo
 - Castagno del Musco
 - I giganti del Fallistro
 - Pino Vutullo
 - Pino Buturo
 - Cerro Casa Pasquale
 - Roverella del Ceraso
 - Riserve naturali e statali
 - Produzione agricola
 - Silvicoltura
 - Artigianato
 - Zootecnia
 - ❖ Bandi e concorsi
 - ❖ Studi & ricerche, all’interno del quale troviamo n. 1 sub link:
 - biblioteche
 - ❖ Finanziamenti
 - ❖ Verdi letture, all’interno del quale troviamo n. 16 sub link:
 - La Quercia. Storia sociale di un albero
 - Abbracciare gli alberi. Mille buone ragioni per piantarli e difenderli
 - In giardino non si è mai soli. Diario di un giardiniere curioso
 - Storie del bosco antico

- Il futuro negli alberi
- La pazienza del giardiniere
- Cacciatori di piante
- La botanica del desiderio
- Il bello di essere pianta
- Frutti innocui e velenosi del territorio italiano
- Giardini e no. Manuale di sopravvivenza botanica
- Ai piedi degli alberi. Viaggio tra i giganti della terra
- Enciclopedia degli alberi d'Italia e d'Europa
- Il Peso della farfalla
- Vento largo
- Preferisco legge
- ❖ Rassegna stampa, all'interno del quale troviamo n. 2 sub link:
 - 2010
 - 2009
- ❖ Curiosità, miti e leggende sulla Sila
- ❖ Il meteo in Sila
- ❖ Gastronomia, all'interno del quale troviamo n. 2 sub link:
 - Cucina tipica
 - Cucina DOP, all'interno del quale troviamo n. 2 sub link:
 - Il consorzio di tutela dei salumi Calabria DOP
 - Consorzio Caciocavallo DOP
- ❖ La mostra
- ❖ Blog Sila
- ❖ Bambino in viaggio

Nella terza sezione troviamo n. 4 link:

- ❖ Galleria
- ❖ Video
- ❖ Link amici
- ❖ Login utente

Nella quarta sezione troviamo n. 12 link:

- ❖ È nato Silotto
- ❖ Visita il Parco, all'interno del quale troviamo n. 3 sub link:
 - Cartine geografiche
 - Centri ambientamento e diffusione della fauna, all'interno del quale troviamo n. 2 sub link:
 - Golia Corvo
 - Poverella Villaggio Mancuso
 - Aree attrezzate
- ❖ Come arrivare
- ❖ Cosa fare, all'interno del quale troviamo n. 2 sub link:
 - Attività ricreative, all'interno del quale troviamo n. 11 sub link:
 - Escursioni in mountain bike

- Escursioni a piedi
- Escursioni a cavallo, all'interno del quale troviamo n. 2 sub link:
 - Maneggio Croce di Magare
 - Circolo Ippico Sila
- Sci da fondo e discesa, all'interno del quale troviamo n. 1 sub link:
 - Scuola italiana Sci
- Orienteering
- Vela
- Torrentismo e canyoning
- Tiro con l'arco
- Bio e bird-watching
- Fattorie aperte
- Trenino del Parco
- Attrazioni per i bambini, all'interno del quale troviamo n. 3 sub link:
 - Orme del Parco
 - Il Patriarca racconta
 - L'Asinello silano
- ❖ Eventi del Parco
- ❖ Dove dormire
- ❖ Dove mangiare
- ❖ Dove andare, all'interno del quale troviamo n. 4 sub link:
 - Centri visita, all'interno del quale troviamo n. 2 sub link:
 - Cupone
 - Antonio Garcea
 - Musei tematici, all'interno del quale troviamo n. 3 sub link:
 - Le foreste della Sila
 - Le foreste e l'uomo
 - Museo dell'olio di oliva e della civiltà contadina
 - Itinerari, all'interno del quale troviamo n. 18 sub link:
 - Percorsi storici, all'interno del quale troviamo n. 1 sub link:
 - I sentieri dei passi perduti
 - Percorsi religiosi, all'interno del quale troviamo n. 1 sub link:
 - Gioacchino da Fiore nel Parco della Sila
 - Itinerari naturalistici, all'interno del quale troviamo n. 8 sub link:
 - Crotone
 - Cosenza
 - Catanzaro
 - Sila Greca
 - Itinerari Canyon-Valli Cupe, all'interno del quale troviamo n. 1 sub link:
 - Itinerari cascate
 - Itinerari Alberi Giganti-Valli Cupe
 - Itinerari cascate
 - Itinerari Monoliti e dei musei etno-naturalistici si Sersale
 - Viaggi sentimentali

- Escursionismo
- Una giornata a Longobucco
- Musei e tradizioni
- I luoghi interessati dalla tradizione pittorica
- Sulle tracce di un antico passato
- Castelli e torri
- Sulla scia dei personaggi illustri
- Pollitrea
- Il sentiero della pece
- Sentiero della Fiumarella
- Sentiero Jardino
- Norman Douglas
- Sentiero Timparello
- Sentiero Macchia dell'Arpa
- I sentieri del parco, all'interno del quale troviamo n. 1 sub link:
 - I Tracciati dei sentieri del Parco
- ❖ Pacchetti turistici, all'interno del quale troviamo n. 2 sub link:
 - Proposte viaggio
 - Modulistica Tour Operator
- ❖ Le guide del Parco
- ❖ Turismo accessibile
- ❖ Le recensioni

Nella quinta ed ultima sezione troviamo n. 1 link:

- ❖ Ricerca

1.2 Grafica e tecnologia utilizzata nell'homepage

L'homepage, letteralmente "pagina di casa", è la prima pagina di un portale web. È presente in tutti i siti web del mondo ed è quella che viene aperta quando si digita l'indirizzo web del dominio (URL) senza indicare una pagina in particolare.

Visivamente si tratta di una schermata che permette la visione e/o l'utilizzo, attraverso sottosezioni, dell'intero sito. Di seguito, l'analisi della homepage del portale www.parcosila.it.

Homepage di www.parcosila.it



Partiamo dall'esame dei colori dello sfondo dell'homepage del portale www.parcosila.it.
La scelta dei principali colori, da utilizzare in un portale web, sono di fondamentale importanza, in quanto richiamano la *mission* dell'ente, azienda o privato titolare del sito web. Natu

ralmente, la *mission* del portale, oltre che dai colori è da identificarsi nella la progettazione tecnica, strutturale e grafica del portale, nonché del cosiddetto *web design*.

Colori e *web design*, nella maggior parte dei portali, vengono utilizzati allo stesso modo in tutte le pagine web del portale.

Nel nostro caso di studio, i colori fondamentalmente utilizzati sono verde, celeste, beige e bianco; colori che, congiuntamente ad un'accurata progettazione grafica (*web design*), identificano la *mission* dell'Ente Parco: ambiente, natura.

L'uso del colore arancione per alcuni link mal si abbina sia agli altri colori presenti nell'homepage (infatti il verde ed il blu sono colori freddi, mentre l'arancio è significativamente un colore caldo), sia alla *mission* dell'Ente Parco. Il colore giallo potrebbe sostituire l'arancione, in quanto, oltre ad essere un colore meno invasivo e forte, è un colore che richiama il logo del Parco (usato per ritrarre la luna). Da tenere presente, che i principali colori utilizzati nel portale in esame, rievocano i colori utilizzati nel suddetto logo: verde, blu e bianco.

Logo del Parco Nazionale della Sila



Il colore verde viene utilizzato principalmente nelle due barre, che, poste una sul lato superiore ed una sul lato inferiore, nel loro complesso racchiudono l'intera struttura del portale.

All'interno della barra del lato superiore troviamo quattro link: *homepage*, *mappa sito*, *acquisti* e *contatti*. Sulla stessa barra il *motore di ricerca* interno al sito. La sua funzione è evidenziata abbastanza bene, grazie alla presenza di un'immagine raffigurante una lente di ingrandimento. Inoltre, affianco al *motore di ricerca*, troviamo una fogliolina verde, che conduce ulteriormente alla suddetta *mission* dell'Ente Parco.

Nella barra del lato inferiore sono presente i link: *contatti*, *certificazioni* (BSI e ANAB) ed il nome dell'azienda che ha realizzato il portale web (Spazio Grafico).

Il colore celeste è utilizzato nella parte superiore del portale web, che, attraverso una forma ondeggiante, ritrae il cielo fra alcune montagne; quest'ultime tracciate dal colore beige, utilizzato nella parte sottostante al celeste. All'interno dello spazio celeste, da sfondo, ritroviamo delle sfumature bianche floreali. Colori e *web design* del portale, ancora una volta riconducono al fattore ambiente, natura.

In questo spazio dell'homepage, sul lato sinistro, troviamo il logo del Parco Nazionale della Sila (che funge da link per ritornare all'homepage), mentre verso il centro sono collocati quattro link: *galleria* che conduce al sito web www.flickr.com (portale per condividere gallerie fotografiche); *video* che si collega ai video presenti sul sito www.sila-turistica.it; *link amici*; *login utent*. Accanto i link, si erge una foglia verde, oggetto ricorrente nel portale.

Anzidetti link, sono anche posizionati nella parte inferiore del sito, in una sottile barra beige.

Ritornando allo spazio celeste, sul lato destro, troviamo un riquadro (in parte di colore arancione) che invita ad iscriversi alla *newsletters* ed ottenere gratuitamente la "Guida pratica all'ospitalità"; a fianco sono posizionati cinque piccoli pulsanti che collegano al profilo dell'Ente Parco in determinati social network e/o canali web (*Facebook*, *Twitter*, *Blog Sila Turistica*, *Immagini su Flickr*, *You Tube*).

Scendendo nella parte centrale del homepage si può ben notare come il colore beige, scendendo verso la parte inferiore della pagina, sfuma nel colore bianco.

Fra la parte prettamente centrale e quella superiore del portale, è posizionata la barra di navigazione, con la funzione di memorizzare il percorso intrapreso dall'utente all'interno del portale. Peculiarità di questa barra di navigazione è la raffigurazione della una sagoma del lupo, utilizzata agli estremi del *percorso* delineato all'interno della barra. Naturalmente, questa impostazione grafica, riconduce al simbolo del Parco Nazionale della Sila

Barra di navigazione di www.parcosila.it



Sul fianco destro della barra di navigazione, troviamo un piccolo pulsante rotondo con sfondo la bandiera americana, che conduce alla versione inglese del portale in esame.

Negli estremi laterali del centro dell'homepage sono disposte due colonne, che racchiudono una serie di link.

I link presenti nella colonna sul lato sinistro, trattano vari aspetti dell'Ente Parco, spesso con confusione e mancanza di logica; mentre i link della colonna sul lato destro risultano meglio organizzati e incentrati su un unico aspetto: la parte turistica.

I link della colonna sinistra sono formati da una serie di pulsanti trasparenti, che, di conseguenza acquisiscono il colore beige sfumato, già presente come sfondo in gran parte della pagina. Ogni pulsante è suddiviso e distinto dagli altri pulsanti attraverso una sottile linea verde, ed attraverso delle immagini, che ritraggono il contenuto dei relativi link. I link presenti in questa colonna sono 11: *Ente* all'interno del quale si trovano le necessarie informazioni storiche, legislative e territoriali del Parco; *Area trasparenza* che contiene informazioni sugli organi di amministrazione e gestione; *Il territorio* in cui viene trattata la flora dell'area Parco; *Bandi e concorsi*; *Studi e ricerche*; *Finanziamenti*; *Verdi letture* una serie di collane dedicate all'ambiente

naturale; *Rassegna stampa*; *Curiosità, miti e leggende sulla Sila*; *Il meteo in Sila*; *Gastronomia* con particolare riguardo ai prodotti DOP.

Sotto questa colonna di link, troviamo ulteriori quattro link (*La mostra*, *Il nostro blog*, *Bimbi in viaggio* e *Shop area*), realizzati con colori e grafica completamente diversi che non si abbinano al resto del contesto della pagina.

I link presenti nell'altra colonna, sistemata sul lato destro dell'homepage, hanno una struttura completamente. Sono formati da pulsanti di vari colori in base ai loro contenuti (blu, arancio e verde). All'apice della colonna, si erge il busto di *Silotto* la nuova mascotte del Parco.

Strano si presenta lo sfondo del primo pulsante della colonna, che mal riprende la parte superiore del logo del Parco. I link presenti in questa colonna sono 11: *E' nato Silotto* che con una breve descrizione della nuova mascotte del Parco; *Visita il Parco* con notizie sulle attrattive, aree attrezzate e cartine geografiche nell'area del Parco; *Come arrivare*; *Cosa fare* dove sono racchiuse una moltitudine di attività ricreative; *Eventi nel parco*; *Dove dormire*; *Dove mangiare*; *Dove andare* all'interno del quale si trova la descrizione dei *centri visita*, dei musei ed itinerari; *Pacchetti turistici*; *Guide del Parco*; *Turismo accessibile*. Anche al disotto di questa colonna, troviamo un ulteriore pulsante dalla forma e dai colori diversi dal resto del contesto (*Presente su Tripadvisor*).

Nella parte centrale dell'homepage è disposto lo spazio dedicato alle news: un rettangolo con sfondo bianco, all'interno del quale, lo spazio si suddivide in due parti, dove in ciascuna parte sono delineati i titoli delle ultime news, che, cliccandoci sopra, è possibile leggere l'intero articolo/news. Al fianco sinistro della barra, scorgiamo una coppia di foglie verdi, elemento decorativo ricorrente nel portale in esame.

Nel centro dell'homepage, nello spazio più evidente dell'intero portale, è posizionato lo spazio dedicato ad una serie di foto (n.27) che si alternano automaticamente ogni 7 secondi. Poco creativa e povera si presenta la tecnologia grafica utilizzata nella sequenza delle foto. Inoltre le foto non sono suggestive ed attraenti. Al di sotto dello spazio dedicato alle foto è riportata la scritta *"In ogni passeggiata nella natura l'uomo riceve sempre molto di più di ciò che cerca"*.

Continuando a scendere verso la parte inferiore dell'homepage troviamo: un piccolo link dedicato al *"2010-2011 save biodiversity"*, ed una barra verde che evidenzia unicamente (attraverso l'animazione del testo) il concorso letterario *"Il Parco che vorrei"*.

Il sito web www.parcosila.it è stato realizzato dalla società “Spazio Grafico”.

Il software utilizzato per l'applicazione è *Netrade v.4.0*, una *web application* per l'amministrazione e la gestione di un portale *ebooking* multi strutture.

L'accesso al sistema avviene tramite l'autenticazione dell'utente (username e password), dove è possibile accedere nell'area di specifici contenuti.

1.3 Posizionamento e visibilità sui motori di ricerca

I motori di ricerca sono uno degli strumenti migliori per riuscire ad acquisire un'alta visibilità su Internet.

Bisogna distinguere i motori di ricerca dalle directory o cataloghi. Una directory contiene una raccolta di indirizzi di siti web, catalogati per tipologia dei contenuti, che sono stati espressamente selezionati da personale umano: in sintesi, i webmaster e i proprietari di siti web fanno richiesta per venire catalogati e le directory accettano nel proprio archivio solo i siti web che raggiungono un certo standard qualitativo. *Virgilio* e *Yahoo* sono delle directory.

I motori di ricerca, invece, scandagliano continuamente l'intero WWW (World Wide Web) e includono nel proprio archivio di indirizzi tutti i siti web che riescono ad individuare, a prescindere dalla qualità dei loro contenuti e indipendentemente dal fatto che, i siti siano stati trovati per caso o siano stati proposti al motore di ricerca da un utente. *Google* e *Altavista* sono dei motori di ricerca.

Per **posizionamento** si intende un insieme di tecniche che hanno l'obiettivo di migliorare la posizione di un sito web nei risultati delle ricerche nei motori di ricerca. E' una tecnica che rientra nelle strategie di *search marketing*, il marketing applicato ai motori di ricerca e dedicato agli utenti di tali servizi.

In seguito ad una ricerca effettuata da un utente, un motore di ricerca offre una lista di siti che trattano temi inerenti alle parole cercate. L'obiettivo dei motori di ricerca è presentare una lista che veda in cima i siti che meglio di altri trattano temi riguardanti i termini inseriti dell'utente.

Per raggiungere questo risultato, ogni motore di ricerca ha sviluppato algoritmi particolari in grado di stabilire in che misura ogni sito presente nei propri archivi combacia con le parole chiave cercate dall'utente. I siti che combaciano meglio godranno di un posizionamento migliore nei motori di ricerca, ovvero vengono riportati ai primi posti delle liste.

Ecco alcuni dei principali parametri utilizzati dai motori di ricerca:

- ✓ **Titolo del portale web:** la scelta del titolo di una pagina web costituisce uno dei più importanti parametri in base ai quali i motori di ricerca determinano l'attinenza di una pagina web con i termini di ricerca specificati dall'utente: se il titolo costituisce così il fattore su cui l'utente baserà il suo primo giudizio sulla pagina web; se il titolo contiene informazioni che l'utente giudica interessanti e compatibili con ciò che ha cercato, allora la visita della pagina web è assicurata.
- ✓ **Contenuti testuali:** senza ombra di dubbio il fattore che più di ogni altro incide sul posizionamento di un sito web nei motori di ricerca e lo aiuta a scalare le loro “classifiche” è rappresentato dai contenuti testuali del sito stesso. Più l'argomento ricercato dall'utente viene trattato sul sito, e più il motore di ricerca spingerà il sito verso i primi posti della lista.
- ✓ **Keyword (parole chiavi):** ogni volta che un utente effettua una ricerca su un motore di ricerca, inserisce alcuni termini che, a suo giudizio, ritiene attinenti all'argomento di suo interesse. Nel realizzare un sito web bisogna porre attenzione al fatto che nei testi delle pagine siano presenti anche quelle parole-chiave che presumibilmente gli utenti useranno come termini di ricerca sui motori. Se le keyword rappresentano una buona percentuale del testo complessivo di una pagina, il motore di ricerca tenderà a far salire il sito nelle liste.
- ✓ **Popolarità (numero di link):** un fattore che negli ultimi anni ha acquisito sempre più peso nei criteri usati dai motori di ricerca per stabilire il posizionamento dei siti è quello della loro popolarità sul web. La tecnica attraverso la quale i motori di ricerca calcolano l'indice di popolarità di un sito si basa sul numero di link sparsi per il web che puntano ad esso. Più sono i link che puntano al sito (in un certo senso “consigliandolo”) e

più il sito è considerato popolare. Va inoltre notato che i link non possiedono tutti ugual peso: un link presente sul sito di una importante e conosciuta società ha peso maggiore rispetto a un link presente su una semplice home-page personale.

Per analizzare la visibilità sui motori di ricerca del portale del Parco Nazionale della Sila, si è usato uno strumento di analisi per portali web, presente in forma gratuita su internet: si tratta del portale www.migliorare-posizionamento-motori-ricerca.it, la cui *mission* è l'ottimizzazione manuale di un sito web attraverso *specialisti SEO* (esperti di comunicazione online) che producono un report dettagliato sulle modifiche necessarie per ottenere un ottimo posizionamento sui motori di ricerca.

Questa attività viene comunemente svolta per tutte le pagine di uno stesso sito nell'ambito di un progetto complessivo di ottimizzazione della visibilità, che tiene conto di ulteriori parametri come la struttura del sito, la suddivisione degli argomenti, la tecnologia di realizzazione, ecc.

E' possibile comunque ricevere immediatamente dei suggerimenti operativi sulle corretta realizzazione di una singola pagina web utilizzando lo strumento di analisi sviluppato specificatamente per questa necessità.

I risultati che si ottengono attraverso la suddetta analisi sono in forma sintetica ed indicano quanto la pagina analizzata si discosti da quella ipoteticamente ottimale, che potrebbe essere realizzata per ottenere la massima visibilità nei motori di ricerca.

Gli elementi che vengono presi in considerazione sono:

- ✓ *Efficienza URL*
- ✓ *Efficienza tag introduttivi*
- ✓ *Efficienza corpo testo*
- ✓ *Efficienza formale dell'HTML*
- ✓ *Efficienza dei link*
- ✓ *Efficienza della presenza Flash (ove esistente)*
- ✓ *Varie*

Nel nostro caso di studio, al fine di analizzare esclusivamente l'homepage di www.parcosila.it, sono stati inseriti i seguenti dati:

- indirizzo della pagina da analizzare: ***http://www.parcosila.it/web/***
- chiave di ricerca che meglio descrive il contenuto della pagina: ***Parco Nazionale della Sila***

Di seguito i risultati ottenuti:

DESCRIZIONE	STRUTTURA	CONTENUTI	EFFICENZA
Efficienza URL	29.5	9.5	32%
Eff. Tag introduttivi	8	7.5	94%
Efficienza Testo	8	7.58	95%
Efficienza HTML	7.8	1.5	19%
Efficienza Link	6	1.11	19%
Efficienza Flash	1	1	100%
EFFICIENZA PAGINA	60.3%	28.19	47%

Dai risultati ottenuti l'*URL* (Uniform Locator Resource), nonché il nome del dominio, risulta efficiente solo al 32%. Ciò è dovuto al fatto che, nell'*URL* sono presenti solo una parte del nome completo dell'Ente (*parco sila*), mentre un utente qualsiasi, in un motore di ricerca, utilizzerebbe presumibilmente il nome completo dell'Ente (*parco nazionale della sila*).

Abbastanza efficaci si presentano i *tag introduttivi* con un'efficienza pari al 94%. Essi sono parole associate al contenuto come *post* in un blog, un'immagine, un articolo o un video. I *tag* vengono usati per catalogare i contenuti e facilitare al ricerca.

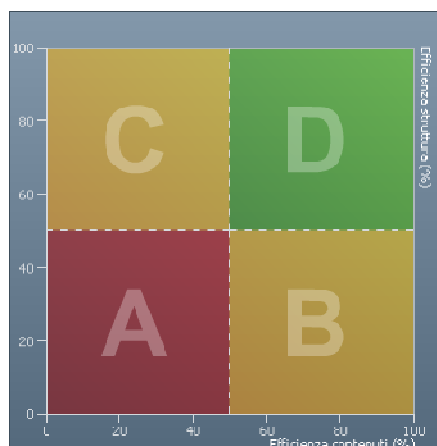
Altrettanto efficace il *Testo* con un'efficienza pari al 95%.

L'*HTML* e *Link* presenta un'efficienza bassa, pari al 19%: infatti sono pochissimi i link che riconducono alla denominazione dell'Ente Parco, conseguentemente non indicati nell'*HTML*.

Il *Flash* presenta la massima efficienza pari al 100%, infatti il caricamento delle pagine è abbastanza rapido.

Complessivamente l'homepage del portale del Parco, secondo l'analisi condotta sul sito web www.migliorare-posizionamento-motori-ricerca.it, risulta efficiente al 47%.

Inoltre, i risultati ottenuti da questo tipo di analisi vengono catalogati, in base alla loro efficienza, all'interno del seguente grafico:



Interpretazione del grafico

L'efficienza della pagina web esaminata è indicata sinteticamente dalla posizione del pallino rosso all'interno del grafico.

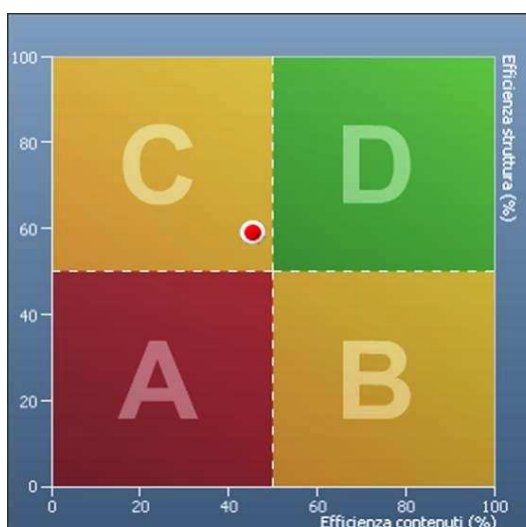
I parametri globali che caratterizzano la singola pagina web (estrapolata dal sito che la ospita) ai fini della visibilità nei motori di ricerca sono 2:

- ✓ ***Efficienza della struttura***: indica l'efficienza di progettazione della pagina web indipendentemente dai contenuti che vengono esposti. Tanto maggiore è il suo valore tanto maggiore è la potenzialità della pagina ai fini della visibilità nei motori di ricerca. Valori al di sotto del 50% indicano una scarsa efficienza di progettazione. Valori superiori al 50% indicano una buona capacità della struttura di accogliere contenuti facilmente indicizzabili.
- ✓ ***Efficienza dei contenuti***: indica l'efficienza relativa della pagina web, ovvero la capacità dei contenuti di sfruttare al meglio la struttura della pagina che li ospita rispetto alla chiave selezionata. Percentuali basse indicano che è possibile migliorare drasticamente il posizionamento della pagina semplicemente modificando i contenuti inseriti senza dover alterare la sua struttura. Valori alti indicano che per migliorare il posizionamento rispetto alla chiave è necessario agire sulla struttura della pagina con una riprogettazione che probabilmente interessa anche il sito nel suo complesso

Il grafico è quindi suddiviso in quattro quadranti, che indicano specifiche azioni da prendere in considerazione per aumentare la visibilità nei motori di ricerca per la chiave prescelta.

- ✓ **Quadrante A:** bassa efficienza della struttura e bassa efficienza dei contenuti indicano che è necessario rivedere completamente sia la struttura della pagina web che i contenuti.
- ✓ **Quadrante B:** bassa efficienza della struttura e alta efficienza dei contenuti indicano che è necessario rivedere significativamente la struttura della pagina web e di conseguenza adattare i contenuti.
- ✓ **Quadrante C:** alta efficienza della struttura e bassa efficienza dei contenuti indicano che è necessario rivedere significativamente i contenuti informativi della pagina web in funzione della chiave selezionata.
- ✓ **Quadrante D:** alta efficienza della struttura e alta efficienza dei contenuti indicano che la pagina è ben strutturata con contenuti distribuiti in maniera appropriata al suo interno.

Grafico dell'efficienza del contenuto e della struttura del portale www.parcosila.it



Dall'indagine sopra effettuata si deduce che, il portale www.parcosila.it, ha un'efficienza struttura pari al 57% ed un'efficienza contenuti pari al 45%; valori rientranti nel quadrante "C".

Esistono diversi strumenti che consentono di migliorare la scelta delle parole chiave, attraverso i sinonimi più comuni che statisticamente vengono ricercati quando gli utenti sono interessati ad argomenti simili a quelli presentati nel sito.

Fra questi strumenti, nel nostro caso di studio, utilizziamo il software “Possy 3.0”, che consente di monitorare contemporaneamente 10 chiavi nei motori *Google*, *Yahoo!* e *MSN* in qualsiasi paese del mondo.

Analizziamo il portale www.parcosila.it, con la parola chiave “Parco Nazionale della Sila”, sia nei principali motori di ricerca presenti in Italia (*Google*, *Yahoo*, *Msn*), sia nel motore di ricerca più utilizzato al mondo (*Google*) nei Paesi che registrano le più alte presenze turistiche verso l’Italia (fonte rivista “*TurisMonitor 2010*” del *Touring Club Italiano*).

Leggenda

Engine - motore di ricerca utilizzato

Country - versione di uno specifico paese

Keyword - chiave, singola o multipla, di interesse

Deep - numero di pagine dei risultati dello specifico motore

Risultati esame Possy 3.0 del portale www.parcosila.it



The screenshot shows the Possy 3.0 interface with the URL <http://www.parcosila.it/web/> entered. The search results are as follows:

Engine	Country	Keywords	Deep	Pages
google	Italia	parco nazionale della sila	2	41.000 pages
yahoo	Italia	parco nazionale della sila	2	474.000 pages
msn	Italia	parco nazionale della sila	2	53.400 pages
google	Francia	parco nazionale della sila	2	36.200 pages
google	Spagna	parco nazionale della sila	2	36.200 pages
google	Germania	parco nazionale della sila	2	36.200 pages
google	Stati Uniti	parco nazionale della sila	2	31.600 pages
google	Giappone	parco nazionale della sila	2	36.200 pages
google	Australia	parco nazionale della sila	2	36.200 pages
google	Russia	parco nazionale della sila	2	36.100 pages

Dai risultati ottenuti , ben emerge come il portale www.parcosila.it sia alquanto presente nel motore di ricerca *Yahoo!*, con circa 474.000 pagine visualizzate. Molto di meno registrano gli altri due motori di ricerca italiani, *Msn* con 53.000 pagine e *Google* con 41.000 pagine.

Riguardo le pagine visualizzate nel motore di ricerca *Google* nei paesi esteri: 36.200 pagine visualizzate in Francia, Spagna, Germania, Giappone e Australia; con 36.100 pagine visualizzate in Russia; in fine con 31.600 pagine visualizzate negli Stati Uniti.

La media delle pagine visualizzate nel motore *Google* a livello internazionale è di 35.529 pagine.

1.4 Valore del portale

Al fine di approfondire ulteriormente lo studio condotto sul portale del Parco Nazionale della Sila, si è proceduti all'analisi del valore economico, attraverso il sito *webinformazione.it*: un servizio di valutazione web gratuito, che fornisce informazioni sui siti web, statistiche sui visitatori e un valore stimato del sito web.

Basta inserire il nome del dominio nella casella apposita per visualizzare un rapporto completo. Ecco il risultato ottenuto sul sito www.parcosila.it;

Schema di valutazione del valore del portale www.parcosila.it



The screenshot shows the 'WEBinformazione' interface. At the top, there is a search bar with 'www.' entered and a 'Valore' button. Below this, the results for 'Parcosila.it' are displayed. The page title is 'Parcosila.it' and the description states: 'www.Parcosila.it nella classifica globale è alla posizione #2.541.015. Include contenuti su "Antonio Garcea Ente Parco Nazionale Della Sila", "Escursioni A Piedi Ente Parco Nazionale Della Sila".' There are four tabs: 'Riassunto' (selected), 'Visitatori', 'Dettagli Server', and 'Sul web'. The main data is presented in a table:

Valore Sito Web	€ 2.795,94 *
Pagine Viste Giornaliere	219 *
Visitatori Giornalieri	< 20 *
Classifica Mondiale	2.541.015
DMOZ Categorie	Travel and Tourism/Parks Oasi e Parchi Naturali/Sila - Calabria
Collegamenti Esterni	3.250

*Questo è solo un dato stimato, leggete il disclaimer qui

Dai risultati ottenuti www.parcosila.it risulta alla 2.541.015° posizione dei siti mondiali, con una media di meno 20 visitatori giornalieri che visitano mediamente 219 pagine. I collegamenti esterni sono 3.250.

Le categorie riconosciute sul database di “Dmoz” sono *Travel and Tourism/Park, Oasi e Parchi Naturali/Sila – Calabria*. E' noto che essere presenti sul database di “Dmoz” (Open Directory Project) è cosa positiva non solo in quanto, come conseguenza immediata, il posizionamento su Google ne beneficia, ma anche per via del fatto che l'intera *Google Directory* corrisponde al medesimo database di “Dmoz”. Dunque essere presenti su www.dmoz.org equivale ad essere presenti sulla directory di *Google* e a migliorare il proprio posizionamento sul database di *Google*.

Il valore economico del portale del Parco Nazionale della Sila è di € 2.794,94.

1.5 Contatore visitatori

Di seguito analizzeremo i *contatori visitatori* del portale del Parco Nazionale della Sila. I dati che ci sono stati rilasciati dall'ente, partono dal novembre 2005 fino a dicembre 2010 (ultimo censimento visitatori disponibile).

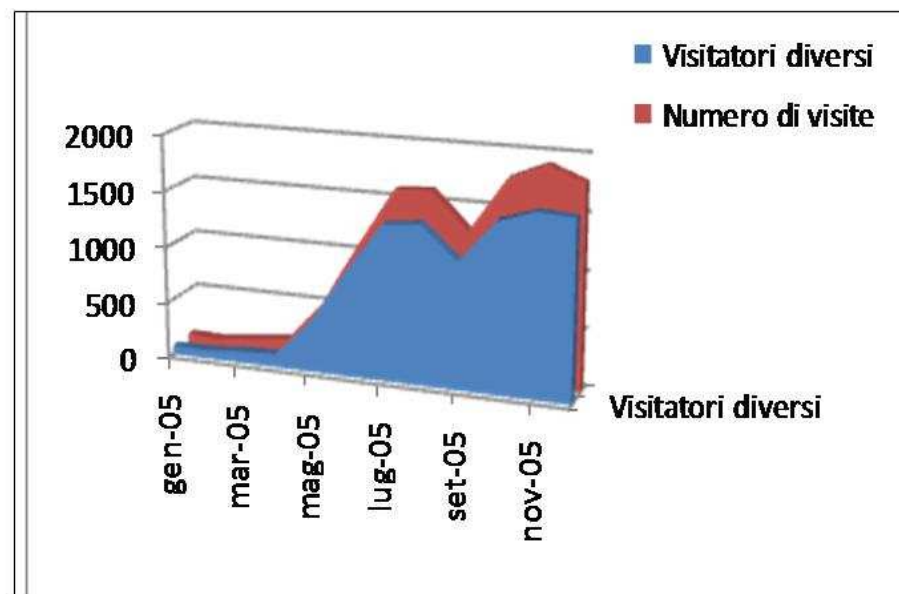
In primis esaminiamo i *contatori visitatori* per ciascun anno solare, entro i quali è possibile conoscere il numero complessivo dei *visitatori diversi* con le relative *numero di visite, pagine, accessi e banda usata*. Siffatti dati vengono riportati e rappresentati graficamente per ciascun mese dell'anno attinente.

Scheda contatore visitatori di www.parcosila.it – anno 2005

	Visitatori diversi	Numero di visite	Pagine	Accessi	Banda usata
Traffico visualizzato	<= 10306 Valori esatti non disponibili nella vista 'Anno'	12072 (1.17 visite/visitatore)	129812 (10.75 Pagine/Visita)	1038820 (86.05 Accessi/Visita)	7.91 GB (686.95 KB/Visita)

Suddivisione per mese dell'anno 2005

Mese	Visitatori diversi	Numero di visite	Pagine	Accessi	Banda usata
Gen 2005	79	95	1367	8029	55.52 MB
Feb 2005	78	84	1174	6433	51.68 MB
Mar 2005	106	128	2254	13635	106.81 MB
Apr 2005	119	166	1824	12858	100.29 MB
Mag 2005	451	532	7863	57635	422.87 MB
Giu 2005	932	1083	13130	116998	848.63 MB
Lug 2005	1370	1598	20048	157103	1.23 GB
Ago 2005	1402	1616	20026	117800	1.22 GB
Set 2005	1114	1296	12027	183430	805.01 MB
Ott 2005	1488	1774	11955	71801	652.32 MB
Nov 2005	1594	1914	19567	132592	1.23 GB
Dic 2005	1573	1786	18577	160506	1.26 GB
Totale	10306	12072	129812	1038820	7.91 GB

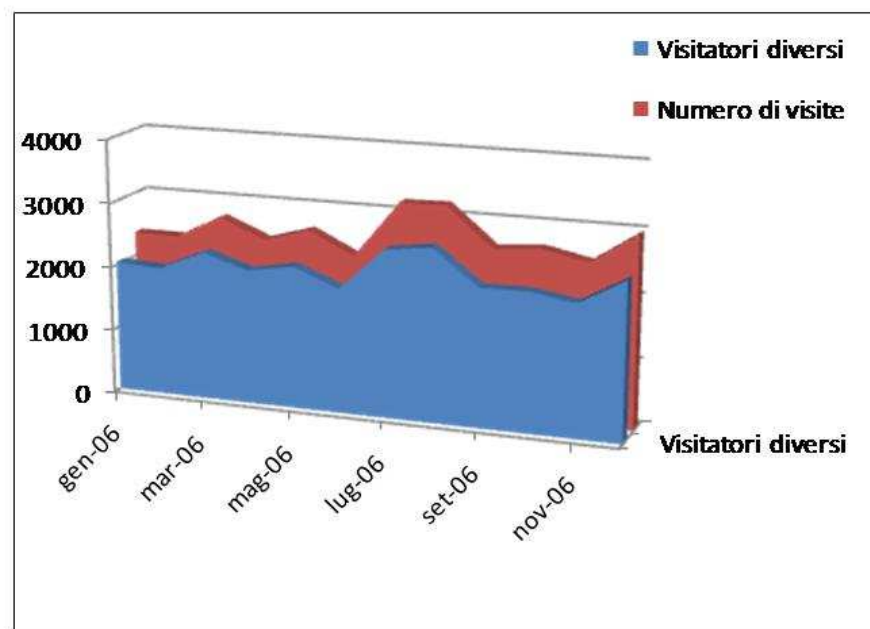


Scheda contatore visitatori di www.parcosila.it – anno 2006

	Visitatori diversi	Numero di visite	Pagine	Accessi	Banda usata
Traffico visualizzato	<= 26752 Valori esatti non disponibili nella vista 'Anno'	31898 (1.19 visite/visitatore)	334080 (10.47 Pagine/Visita)	2474061 (77.56 Accessi/Visita)	21.78 GB (716.01 KB/Visita)

Suddivisione per mese dell'anno 2006

Mese	Visitatori diversi	Numero di visite	Pagine	Accessi	Banda usata
Gen 2006	2049	2372	22351	178693	1.50 GB
Feb 2006	2008	2368	23334	224017	1.54 GB
Mar 2006	2316	2725	30342	226688	1.91 GB
Apr 2006	2094	2427	25958	204327	1.63 GB
Mag 2006	2224	2634	30213	232931	1.90 GB
Giu 2006	1934	2292	25323	165569	1.58 GB
Lug 2006	2603	3177	38027	248670	2.42 GB
Ago 2006	2695	3190	38655	256509	2.50 GB
Set 2006	2154	2588	27709	202032	1.89 GB
Ott 2006	2164	2647	25377	174327	1.64 GB
Nov 2006	2050	2499	22744	171315	1.59 GB
Dic 2006	2461	2979	24047	188983	1.68 GB
Totale	26752	31898	334080	2474061	21.78 GB

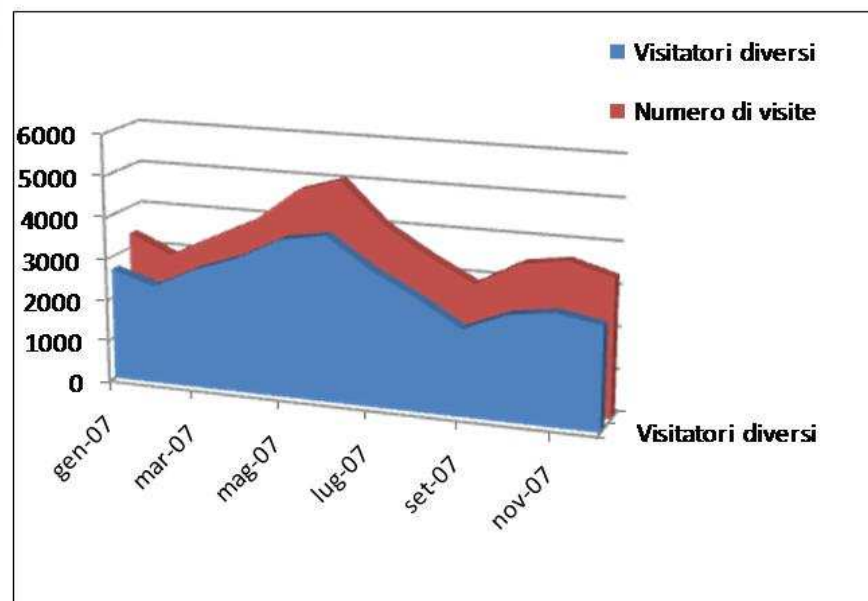


Scheda contatore visitatori di www.parcosila.it - anno 2007

	Visitatori diversi	Numero di visite	Pagine	Accessi	Banda usata
Traffico visualizzato	<= 34664 Valori esatti non disponibili nella vista 'Anno'	44131 (1.27 visite/visitatore)	419327 (9.5 Pagine/Visita)	3457952 (78.35 Accessi/Visita)	27.94 GB (663.97 KB/Visita)

Suddivisione per mese dell'anno 2007

Mese	Visitatori diversi	Numero di visite	Pagine	Accessi	Banda usata
Gen 2007	2697	3348	28672	205090	1.99 GB
Feb 2007	2380	2911	28350	262981	1.87 GB
Mar 2007	2882	3424	32316	236419	2.19 GB
Apr 2007	3255	3925	41933	289306	2.69 GB
Mag 2007	3787	4731	49170	323416	3.13 GB
Giu 2007	3964	5056	42286	312363	2.88 GB
Lug 2007	3254	4063	43584	282975	2.76 GB
Ago 2007	2716	3420	36886	237253	2.35 GB
Set 2007	2078	2875	22366	170641	1.57 GB
Ott 2007	2515	3453	29231	181143	1.93 GB
Nov 2007	2662	3612	31985	521632	2.07 GB
Dic 2007	2474	3313	32548	434733	2.51 GB
Totale	34664	44131	419327	3457952	27.94 GB

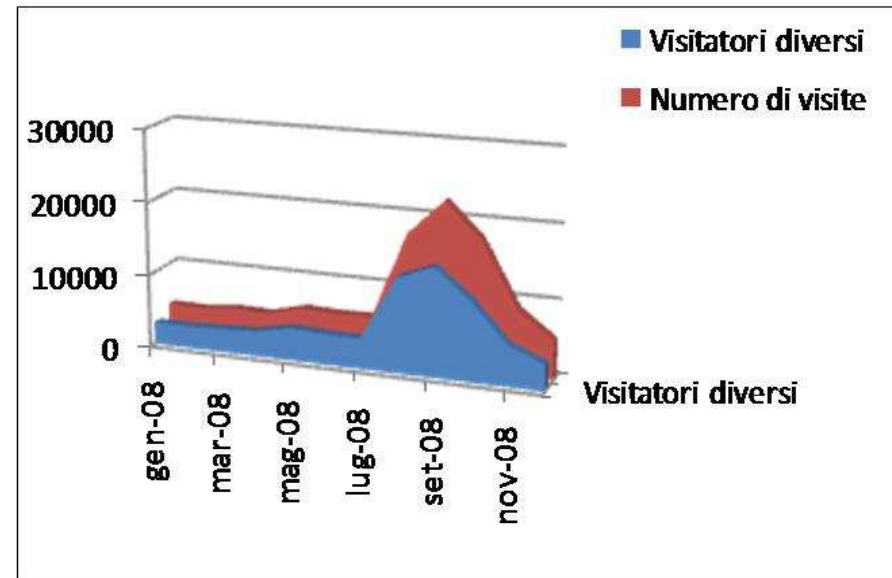


Scheda contatore visitatori di www.parcosila.it – anno 2008

	Visitatori diversi	Numero di visite	Pagine	Accessi	Banda usata
Traffico visualizzato	<= 73195 Valori esatti non disponibili nella vista 'Anno'	106874 (1.46 visite/visitatore)	862175 (8.06 Pagine/Visita)	6872156 (64.3 Accessi/Visita)	61.07 GB (599.2 KB/Visita)

Suddivisione per mese dell'anno 2008

Mese	Visitatori diversi	Numero di visite	Pagine	Accessi	Banda usata
Gen 2008	3046	4336	34772	232307	2.74 GB
Feb 2008	3043	4217	37205	269405	2.85 GB
Mar 2008	3250	4753	43140	259162	3.07 GB
Apr 2008	3474	4565	45381	279625	3.28 GB
Mag 2008	4458	5814	53184	371085	4.00 GB
Giu 2008	4224	5628	45985	268712	3.51 GB
Lug 2008	4103	5765	57671	311166	4.23 GB
Ago 2008	12888	17611	141457	1472251	11.50 GB
Set 2008	14798	22350	170482	1729839	12.18 GB
Ott 2008	10864	17776	112116	1023424	7.28 GB
Nov 2008	5541	8873	75093	431010	3.68 GB
Dic 2008	3506	5186	45689	224170	2.76 GB
Totale	73195	106874	862175	6872156	61.07 GB

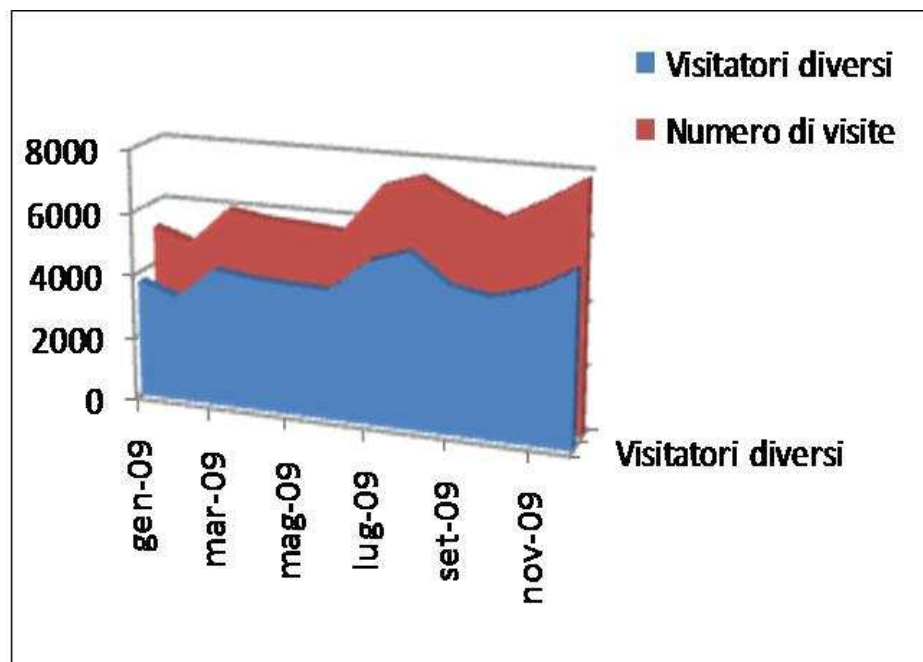


Scheda contatore visitatori di www.parcosila.it – anno 2009

	Visitatori diversi	Numero di visite	Pagine	Accessi	Banda usata
Traffico visualizzato *	<p><= 53716</p> <p>Valori esatti non disponibili nella vista anno</p>	<p>76195</p> <p>(1.41 visite/visitatore)</p>	<p>1038706</p> <p>(13.63 Pagine/Visita)</p>	<p>5910143</p> <p>(77.56 Accessi/Visita)</p>	<p>57.68 GB</p> <p>(793.82 KB/Visita)</p>

Suddivisione per mese dell'anno 2009

Mese	Visitatori diversi	Numero di visite	Pagine	Accessi	Banda usata
gen-09	3748	5203	42614	236670	2.86 GB
feb-09	3337	4811	41052	248835	2.76 GB
mar-09	4345	5983	55043	327727	3.46 GB
apr-09	4183	5787	52433	317402	3.84 GB
mag-09	4118	5723	55580	334784	4.34 GB
giu-09	4093	5618	42848	258736	4.11 GB
lug-09	5115	7139	62805	369039	5.61 GB
ago-09	5520	7529	169744	874906	6.41 GB
set-09	4600	6930	128126	705270	4.65 GB
ott-09	4392	6460	129792	672928	5.07 GB
nov-09	4769	7121	129918	737954	6.03 GB
dic-09	5496	7891	128751	825892	8.55 GB
Totale	53716	76195	1038706	5910143	57.68 GB

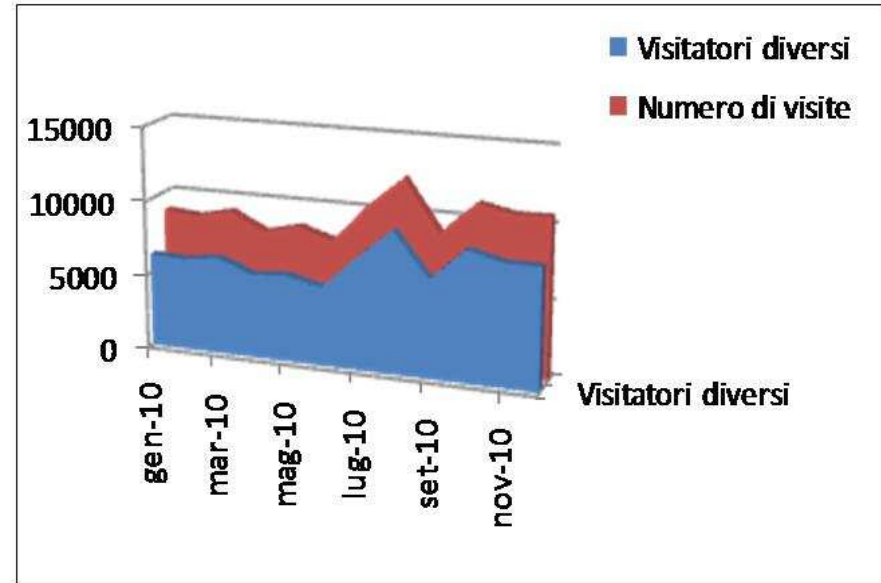


Scheda contatore visitatori di www.parcosila.it – anno 2010

	Visitatori diversi	Numero di visite	Pagine	Accessi	Banda usata
Traffico visualizzato *	<= 84291 Valori esatti non disponibili nella vista 'Anno'	115122 (1.36 visite/visitatore)	1806860 (15.69 Pagine/Visita)	13131713 (114.06 Accessi/Visita)	143.12 GB (1303.61 KB/Visita)

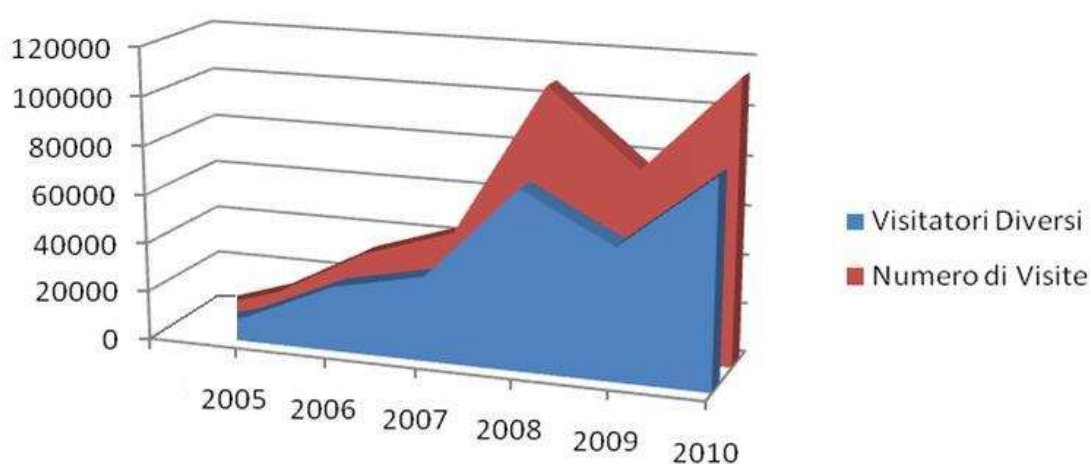
Suddivisione per mese dell'anno 2010

Mese	Visitatori diversi	Numero di visite	Pagine	Accessi	Banda usata
Gen 2010	6299	8808	136997	936593	10.47 GB
Feb 2010	6195	8604	139542	953991	9.01 GB
Mar 2010	6523	9124	173383	1045789	10.84 GB
Apr 2010	5628	7952	148096	935631	9.65 GB
Mag 2010	5824	8529	147466	906326	9.99 GB
Giu 2010	5248	7808	118102	857959	9.74 GB
Lug 2010	7493	10377	196082	1397005	15.06 GB
Ago 2010	9522	12394	230424	1728114	20.33 GB
Set 2010	6582	9006	128012	1014534	11.64 GB
Ott 2010	8727	11157	138143	1223560	13.20 GB
Nov 2010	8124	10650	123510	1012615	11.54 GB
Dic 2010	8126	10713	127103	1119596	11.65 GB
Totale	84291	115122	1806860	13131713	143.12 GB



Prendiamo in considerazione il numero dei *visitatori diversi* ed il *numero di visite* relativi agli anni dal 2005 al 2010.

Rapporto tra Visitatori Diversi e Numero di Visite negli anni dal 2005 al 2010



Analizziamo i suddetti indici.

Dall'anno 2005 all'anno 2006 si registra un incremento in entrambi gli indici, passando dai 10306 *visitatori diversi* del 2005 ai 26752 *visitatori diversi* del 2006 (incremento del + 160%), mentre si è passati dai 12072 *numero di visite* del 2005 ai 31898 *numero di visite* del 2006 (incremento del + 164%).

Dall'anno 2006 all'anno 2007 si registra un incremento in entrambi gli indici, anche se molto minore rispetto al biennio precedentemente analizzato (2005/2006): infatti i *visitatori diversi* aumentano solo a 34664 (incremento del + 30%), mentre il *numero di visite* aumenta a 44131 (incremento del + 38%).

Situazione completamente diversa si registra tra il 2007 ed il 2008, dove entrambi gli indici raggiungono notevoli percentuali: i *visitatori diversi* aumentano a ben 73195 (incremento del + 111%), mentre il *numero di visite* aumenta a 106874 (incremento del + 142%).

Nel biennio 2008/2009 si constata un notevole calo di entrambi gli indici: infatti i *visitatori diversi* diminuiscono a 53716 (diminuzione del - 27%), mentre il *numero di visite* è diminuito a 76195 (diminuzione del - 29%).

Nell'ultimo biennio, 2009/2010, si registra un nuovo picco positivo in entrambi gli indici, raggiungendo i valori massimi storici mai raggiunti: i *visitatori diversi* aumentano a 84291 (incremento del + 56%), mentre il *numero di visite* aumenta a 115122 (incremento del + 51%).

I mesi dell'anno in cui si riscontrano il maggiore *numero di visite*, mediamente fra gli anni analizzati (2005/2010), sono Luglio, Agosto e Dicembre, nonché i periodi di vacanze e feste dell'anno in cui si generano maggiori flussi turistici, e quindi, di conseguenza, in cui il probabile utente/turista cerca nuove mete su internet.

Il mese che registra il più alto *numero di visite*, nell'arco temporale d'esistenza del portale del Parco Nazionale della Sila, è il mese di Agosto dell'anno 2008 con 12888 visite.

Di seguito l'esame degli altri indici presenti nel *contatore visitatori* relativo all'anno 2010: *mesi dell'anno, giorni della settimana, ore del giorno, visitatori per nazioni, durate delle visite, provenienza delle connessioni, frasi e parole di ricerca.*

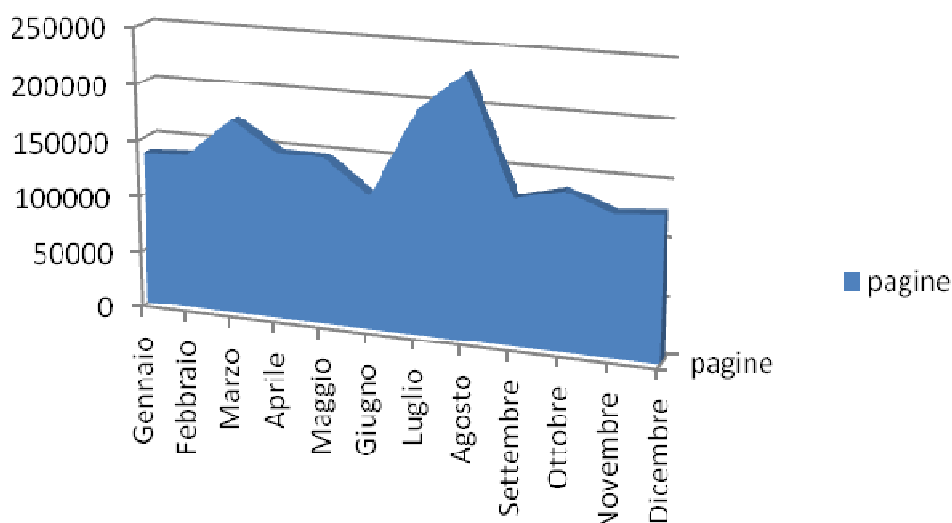
Variazione % delle pagine visitate per mese nell'anno 2010

Mese	Pagine visitat	variaz. %
Gennaio	136997	
Febbraio	139542	1,86%
Marzo	173383	24,25%
Aprile	148096	-14,58%
Maggio	147466	-0,43%
Giugno	118102	-19,91%
Luglio	196082	66,03%
Agosto	230424	17,51%
Settembre	128012	-44,45%
Ottobre	138143	7,91%
Novembre	123510	-10,59%
Dicembre	127103	2,91%

Dai dati su riportati si può notare che i mesi con maggiori pagine visitate sono quelle estive: Luglio ed Agosto. Questi mesi sono preceduti dal maggior picchio positivo (+66,03% rispetto al mese di Giugno) e posticipati dal maggior calo negativo (-44,45% nel mese di Settembre). Gli altri mesi hanno un valore compreso tra le 11.000 e le 15.000 pagine visitate, tranne il mese di Marzo che presenta un valore superiore, intorno alle 17.00 visite.

Di seguito la rappresentazione grafica.

Rappresentazione grafica delle pagine visitate per mese dell'anno 2010



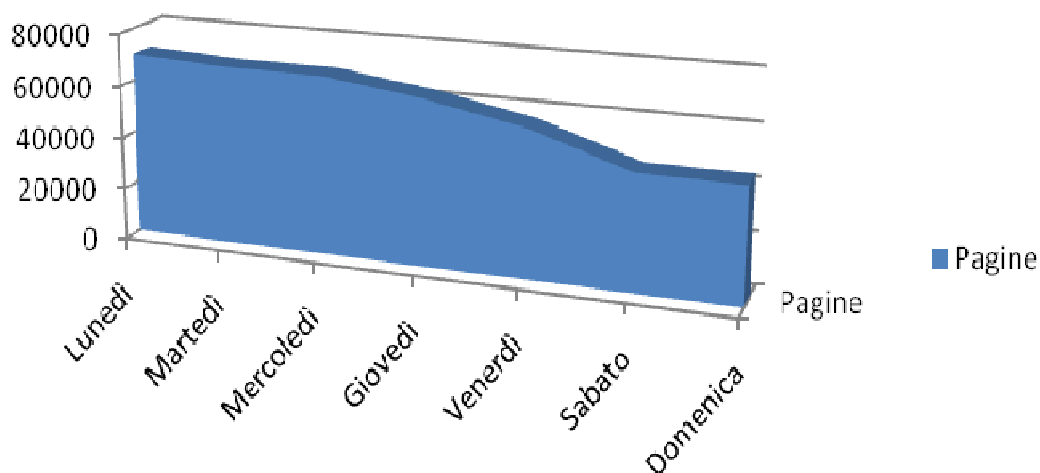
Adesso passiamo ad esaminare le pagine visitate nei giorni della settimana con le relative % di variazioni di ciascun giorno.

Variazione % delle pagine visitate per giorni della settimana dell'anno 2010

Giorno	Pagine visitate	Variaz. %
Lunedì	70339	
Martedì	68427	-2,79%
Mercoledì	68375	-0,08%
Giovedì	63451	-7,76%
Venerdì	56281	-12,74%
Sabato	44022	-27,85%
Domenica	44007	-0,03%

Analizzando la scheda sopra, scopriamo che il maggiore numero di visite si concentra nel giorno di Lunedì. Scorrendo i giorni della settimana, si nota che il numero di visite diminuisce sopraggiungendo il fine settimana, toccando il valore più basso nei giorni del Sabato e della Domenica. Di seguito la rappresentazione grafica.

Rappresentazione grafica delle pagine visitate per giorni della settimana

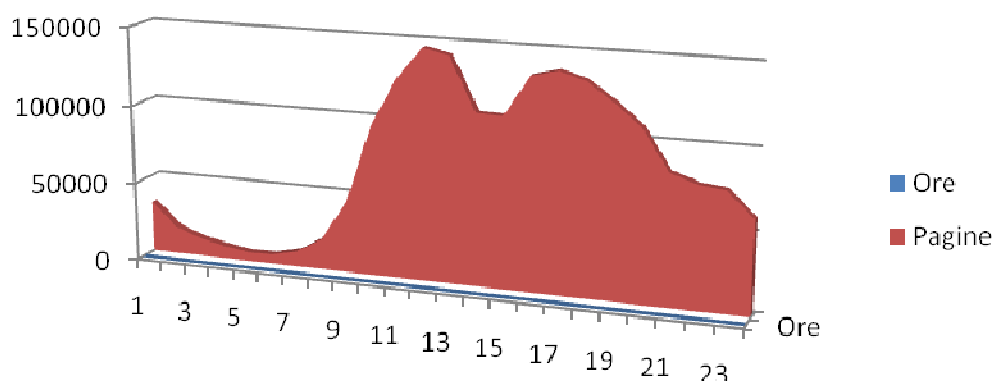


Analizziamo le *ore del giorno* in cui si registra la maggiore affluenza di visita delle pagine del portale del Parco Nazionale della Sila.

Pagine visitate per ora del giorno dell'anno 2010

Ore	Pagine	Ore2	Pagine3
0	32621	12	141916
1	17427	13	108427
2	11582	14	107918
3	8110	15	133457
4	5593	16	137687
5	5960	17	132807
6	9906	18	121330
7	19832	19	107900
8	45044	20	82310
9	95142	21	76692
10	125635	22	74762
11	145717	23	59085

Rappresentazione grafica delle pagine visitate per ora del giorno nell'anno 2010



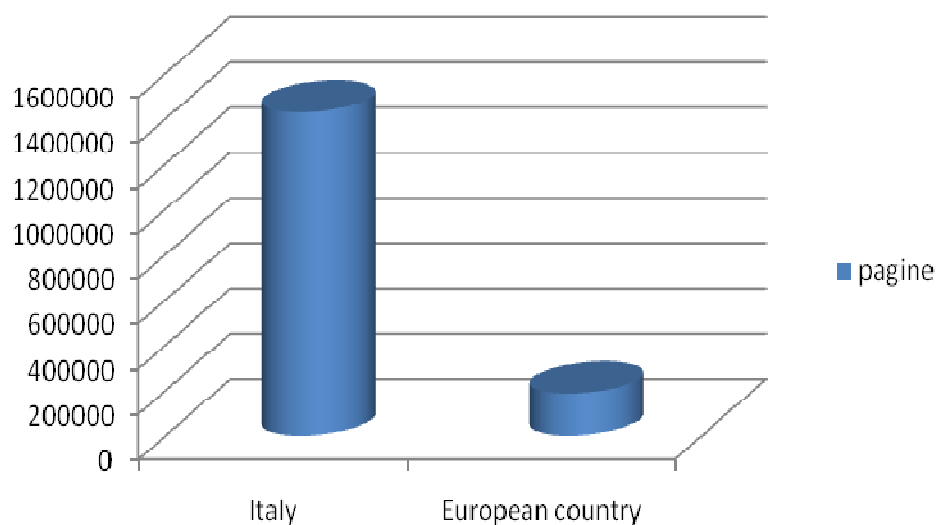
Esaminando i grafici sopra, si nota che tra l'1 di notte e le 9 di mattina c'è una scarsa visita delle pagine del portale; dopo le ore 9 c'è un grosso incremento fino al picco massimo tra le ore 11 e 12; di seguito tra le ore 13 e 15 si registra una diminuzione che termina alle ore 17, dove si registra un nuovo incremento; infine si ha una diminuzione costante fino alle ore 23.

Il prossimo indice, esamina le pagine visitate per nazioni. Come si può osservare dai successivi grafici, circa l'80% delle pagine visitate nel 2010 sono visitate in Italia. I paesi dell'Unione Europea rappresentano circa il 10% delle pagine visitate, mentre il restante 10% si suddivide fra gli altri paesi del Mondo.

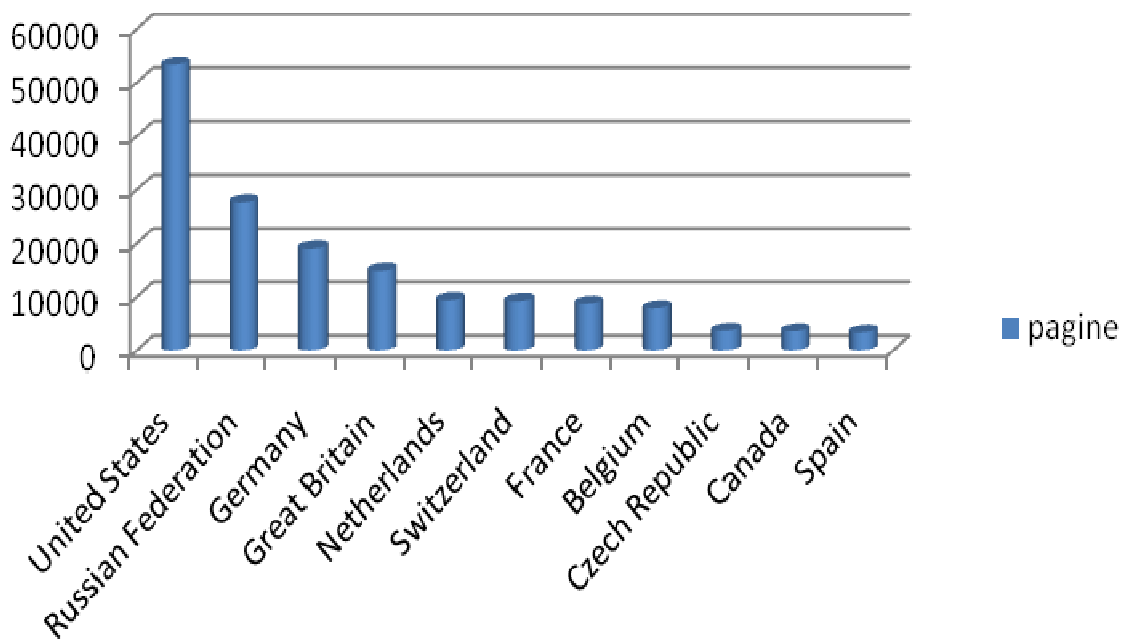
Pagine visitate per nazione nel 2010

Nazioni	Pagine	Nazioni2	Pagine3
Italy	1427575	Australia	2891
European country	185048	Austria	2179
United States	53301	Argentina	2114
Russian Federation	27617	Sweden	2089
Germany	19003	China	2030
Great Britain	14829	Malta	1994
Netherlands	9370	Croatia	1906
Switzerland	9183	Ireland	1627
France	8662	Poland	1466
Belgium	7806	Brazil	1199
Czech Republic	3595	Greece	1181
Canada	3514	Hungary	1179
Spain	3285	Altri	12217

Pagine visitate in Italia e nei Paesi dell'UE nell'anno 2010



Pagine visitate nei Paesi del Mondo nell'anno 2010

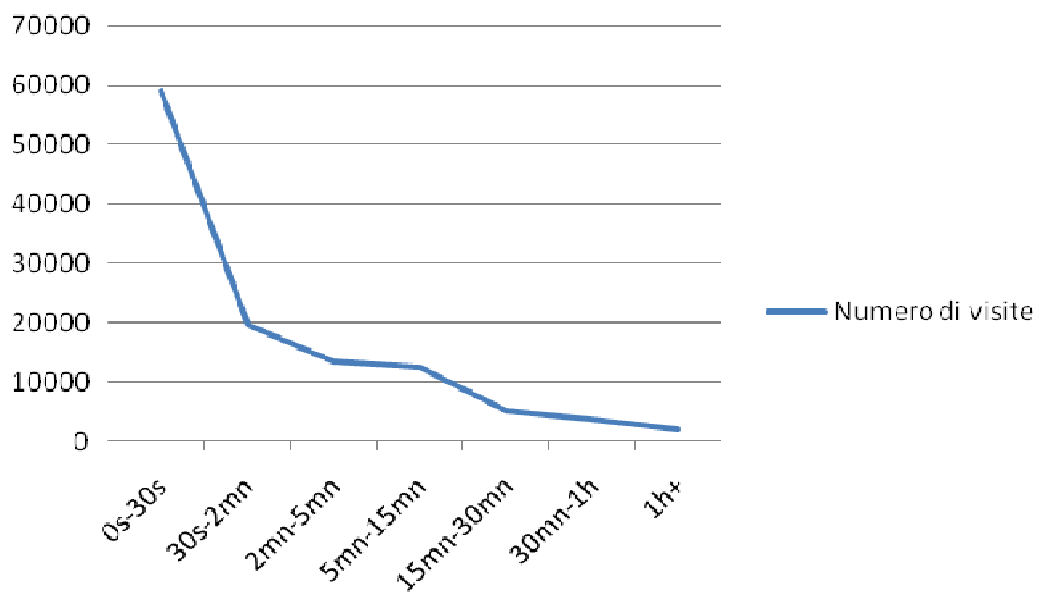


Osservando l'indice della *durata delle visite*, effettuata tramite il numero delle visite (115122 nell'anno 2010), più della metà delle visite avviene nell'arco medio di 30 secondi; i visitatori che si soffermano per un tempo più alto dei 15 minuti sono solo circa il 10% del totale.

Durata delle visite

Intervallo temporale durata visita	Numero di visite	Percentuale
0s-30s	59027	51.2 %
30s-2mn	19606	17%
2mn-5mn	13420	11.6 %
5mn-15mn	12485	10.8 %
15mn-30mn	5066	4.4 %
30mn-1h	3630	3.1 %
1h+	1888	1.6 %

Grafico della durata delle visite



La media delle durate delle visite è di 5 minuti e 21 secondi

1.6 Internazionalizzazione e localizzazione

L'internazionalizzazione e la localizzazione sono i processi di adattamento di un prodotto, pensato e progettato per un mercato o un ambiente definito per altri mercati o ambienti, in modo particolare altre nazioni e culture.

I prodotti che possono essere l'oggetto di tali processi sono i più svariati: dalla pubblicità (televisiva, editoriale,) ai software (sistemi operativi, applicazioni, programmi), dai siti web ai manuali d'uso, dalle pubblicazioni mediche e scientifiche, alle etichette dei prodotti venduti sul mercato internazionale.

L'internazionalizzazione viene applicata durante la fase di progettazione del prodotto, in cui vengono predisposti tutti gli elementi perché il prodotto possa essere facilmente venduto sul mercato internazionale.

La localizzazione invece, si applica al prodotto che viene venduto su un mercato estero specifico e completa il prodotto stesso con le traduzioni del testo o con l'adattamento alla particolare cultura locale.

La differenza tra internazionalizzazione e localizzazione è sottile ma fondamentale. L'internazionalizzazione è l'adattamento di prodotti per un potenziale utilizzo al di fuori del mercato o ambiente in cui sono stati progettati i prodotti stessi, mentre la localizzazione è l'aggiunta ai prodotti di caratteristiche speciali che permettano di utilizzare tali prodotti in specifici mercati o ambienti diversi. I processi sono evidentemente complementari e devono essere combinati e sinergici per raggiungere l'obiettivo di un prodotto che funzioni su un piano globale.

Ecco alcuni elementi specifici della localizzazione: traduzione linguistica; supporto speciale per alcune lingue, come ad esempio le lingue dell'estremo oriente; usi locali; contenuti locali; simboli, metodi di ordinamento degli elenchi; estetica; valori culturali e contesto sociale.

Nello sviluppo di un software, dopo che un prodotto è stato internazionalizzato, il termine localizzazione fa riferimento al processo necessario a renderlo pronto per uno specifico mercato.

Per questo motivo ci si può riferire ad un prodotto come "internazionalizzato" se è stato sviluppato per soddisfare i requisiti di una comunità internazionale, ma non ancora pronto per un mercato specifico. La preparazione per uno specifico mercato viene chiamata "localizzazione".

I punti principali da affrontare nella creazione di siti web per un pubblico internazionale sono:

- ✓ La lingua
- ✓ La gestione dei caratteri accentati, simboli e caratteri speciali in documenti html, xml
- ✓ Le varianti della lingua (es. Inglese Britannico, Inglese Americano)
- ✓ La cultura (es. visiva contro letterario)

Analizziamo il portale www.parcosila.it secondo i principi dell'internazionalizzazione e della localizzazione.

Il portale in esame risulta tradotto esclusivamente in lingua inglese (senza variante fra Britannico ed Americano), fattore limitativo per un ente come un Parco Nazionale.

Purtroppo, ben si nota che la struttura dell'homepage assume un contenuto completamente diverso e ristretto rispetto alla versione italiana, per di più si denotano numerosi errori: la barra verde posizionata nella parte inferiore del portale resta scritta in lingua italiana; ugual problema si evince in alcuni tratti della barra verde inferiore e nella maggior parte dei link presenti nella parte centrale del portale; quasi la metà dei link presenti nella parte centrale del portale non esistono nell'homepage della versione inglese; manca inoltre la frase situata sotto la foto centrale del portale e le news (compreso il titolo in anteprima).

Nonostante ciò, all'interno dei pochi link presenti, identifichiamo traduzioni abbastanza approfondite.

Homepage in lingua inglese di www.parcosila.it

RESTA SCRITTA IN ITALIANO

ALCUNI LINK RESTANO SCRITTI IN ITALIANO

MANCANO I LINK:

- Area Trasparenza
- Bandi e Concorsi
- Finanziamenti
- Rassegna stampa
- Il meteo in sila
- Gastronomia

MANCANO I LINK:

- La mostra
- Il nostro blog
- Binbo in viaggio

MANCA L'ANTEPRIMA DELLE NEWS

MANCA IL LINK "SILOTTO"

TUTTI I LINK RESTANO SCRITTI IN ITALIANO

MANCA IL LINK "Presente su TripAdvisor"

MANCA LA FRASE ED IL LINK "Save biodiversity"

RESTA SCRITTA IN ITALIANO

Dalla suddetta analisi si evince il portale www.parcosila.it, nella fase di progettazione (internazionalizzazione), non è stato concepito come prodotto da riferire al mercato internazionale; di conseguenza, la localizzazione si presenta scarsa ed inefficiente, infatti le traduzioni del testo e dei link/pulsanti (in formato immagine) è errata.

La scarsa propensione del suddetto portale verso l'**internazionalizzazione** è da constatarsi anche nel fatto che, come già riportato nel precedente paragrafo (2.6 Contatore Visitatori), le pagine visitate dai paesi esteri rappresentano il solo 20% del totale: di cui il 10% dai paesi dell'Unione Europea, il restante 10% dagli altri paesi del Mondo.

1.7 Accessibilità

Il W3C (*World Wide Web Consortium*) è l'ente internazionale che ha il compito di fissare gli standard del Web, stabilimento che, il contenuto di un sito web è accessibile “*quando può essere usato da qualcuno che ha una disabilità*”: quindi rendere accessibile un sito significa far sì che i contenuti siano disponibili alla più vasta tipologia di persone e dispositivi. Tutto ciò comporta adottare una serie di misure ed accorgimenti.

Uno degli strumenti operativi più importanti in tema di accessibilità risale al 1999, quando il W3C ha creato la WAI (*Web Accessibility Initiative*), un documento che fornisce una serie di informazioni utili a coloro che volessero garantire la piena accessibilità ai propri siti Internet.

All'interno del WAI troviamo le seguenti 14 linee guida:

1. *Fornire alternative equivalenti al contenuto audio e visivo*: fornire un contenuto che, quando viene presentato all'utente, gli trasmetta essenzialmente la stessa funzione o scopo del contenuto audio o visivo;
2. *Non fare affidamento sul solo colore*: assicurarsi che il testo e la parte grafica siano comprensibili se consultati senza il colore;
3. *Usare marcatori e fogli di stile e farlo in modo appropriato*: marcare i documenti con i corretti elementi strutturali.
4. *Chiarire l'uso di linguaggi naturali*: utilizzare marcatori che facilitino la pronuncia o l'interpretazione di testi stranieri o abbreviati;
5. *Creare tabelle che si trasformino in maniera elegante*: assicurarsi che le tabelle abbiano la marcatura necessaria per essere trasformate dai browser accessibili e da altri interpreti;
6. *Assicurarsi che le pagine che danno spazio a nuove tecnologie si trasformino in maniera elegante*: assicurarsi che le pagine siano accessibili anche quando le tecnologie più recenti non sono supportate o sono disabilitate;
7. *Assicurarsi che l'utente possa tenere sotto controllo i cambiamenti di contenuto nel corso del tempo*: assicurarsi che gli oggetti in movimento, lampeggianti, scorrevoli o che si auto aggiornano possano essere arrestati temporaneamente o definitivamente;

8. *Assicurarsi che la progettazione delle interfacce utente segua i principi dell'accessibilità:* accesso alle diverse funzionalità indipendente dai dispositivi usati, possibilità di operare da tastiera, comandi vocali, ecc.
9. *Progettare per garantire l'indipendenza da dispositivo:* usare caratteristiche che permettono di attivare gli elementi della pagina attraverso una molteplicità di dispositivi di input;
10. *Usare soluzioni provvisorie:* in modo che le tecnologie assistite e i browser più vecchi possano operare correttamente;
11. *Usare le tecnologie e le raccomandazioni del W3C (in conformità con le specifiche) e seguire le raccomandazioni sull'accessibilità.*
12. *Fornire informazione per la contestualizzazione e l'orientamento:* per aiutare gli utenti a comprendere pagine od elementi complessi;
13. *Fornire chiari meccanismi di navigazione:* informazione per l'orientamento, barre di navigazione, una mappa del sito; per aumentare le probabilità che una persona trovi quello che sta cercando in un sito;
14. *Assicurarsi che i documenti siano chiari e semplici:* in modo che possano essere compresi più facilmente.

Il W3C ha individuato tre livelli di priorità a cui i progettisti dei siti web devono attenersi: sono previsti 3 livelli di conformità contrassegnati da una, due o tre "A", utilizzate a seconda quali livelli di priorità sono stati rispettati:



Conformità "A": conforme a tutti i punti di controllo di *Priorità 1*.



Conformità "AA": conforme a tutti i punti di controllo di *Priorità 1 e 2*.



Conformità "AAA": conforme a tutti i punti di controllo di *Priorità 1, 2 e 3*.

A ciascuna conformità di controllo è stata assegnata un livello di priorità basato sull'impatto che tale punto possiede sull'accessibilità:

- ✓ **Priorità 1:** la conformità a questo punto di controllo costituisce un requisito base affinché alcune categorie di utenti siano in grado di utilizzare documenti Web.
- ✓ **Priorità 2:** la conformità a questo punto consente di rimuovere barriere significative per l'accesso a documenti web.
- ✓ **Priorità 3:** la conformità a questo punto migliora l'accesso ai documenti Web.

L'accessibilità dei Siti Web è regolata in Italia dalla *Legge 4/2004 o Legge Stanca* - “*Disposizioni per favorire l'accesso dei soggetti disabili agli strumenti informatici*”. Essa si applica alla pubblica amministrazione, ma costituisce anche un modello per i privati.

Adesso analizziamo l'accessibilità del portale www.parcosila.it secondo alcune linee guide illustrate nel documento WAI.

Secondo la prima linea guida bisogna “*fornire alternative equivalenti al contenuto audio e visivo*” in modo da fornire equivalenti testuali al contenuto non testuale (immagini, audio pre-registrati, video). Tutto ciò può avvenire grazie ad innovativi tecnologie come il *display braille*: una periferica aggiuntiva che viene connessa alla porta seriale del computer, tramite il quale una persona non vedente può leggere le informazioni visualizzate sullo schermo riga per riga ed il testo da lei introdotto.

Altro strumento è il programma *sintesi vocale*, un sistema che permette ai non vedenti di ascoltare e quindi leggere ogni tipo di testo semplicemente usando il computer: i contenuti, riconosciuti da un apposito scanner, vengono automaticamente tradotti in suoni grazie al software.

Il metodo per fornire un equivalente testuale per ogni elemento non di testo, nel caso dell'HTML, è l'uso delle funzioni “alt” oppure “longdesc” per le descrizioni più approfondite. Nell'immagine sottostante, che illustra l'homepage del portale dell'ente Parco Sila, con un bollino **rosso** viene indicata l'assenza della suddetta funzione e quindi la mancata accessibilità (accanto o all'interno dell'immagine non corrisponde nessuna descrizione di testo; all'interno del tag HTML non è presente alcuna descrizione), mentre, sia con un bollino **verde** (all'interno del tag HTML c'è una descrizione), sia con un bollino **giallo** (accanto o all'interno dell'immagine corrisponde una descrizione) viene indicata la presenza della suddetta funzione, di conseguenza l'accessibilità.

Analisi dell'accessibilità del contenuto NON testuale dell'homepage di www.parcosila.it



In gran parte delle immagini utilizzate nell'homepage di www.parcosila.it troviamo una relativa descrizione testuale oppure l'uso descrittivo attraverso il tag HTML "alt".

Sei elementi risultano non accessibili: quattro pulsanti che collegano ai profili dell'Ente Parco su social network e canali web; l'immagine di "Silotto" (mascotte del Parco); le foto a centro pagina. **L'82% dell'homepage di www.parcosila.it risulta accessibile, secondo la prima linea guida del documento WAI.**

Adesso esaminiamo il portale del Parco della Sila con la seconda linea guida del WAI: *“assicurarsi che il testo e la parte grafica siano comprensibili se consultati senza il colore e che le combinazioni fra colori dello sfondo e del primo piano forniscano un sufficiente contrasto”*

Analisi dell'accessibilità dell'homepage di www.parcosila.it in bianco e nero

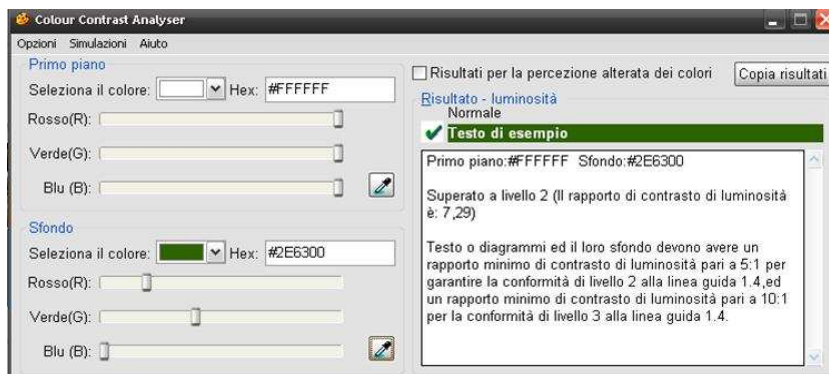


Come si può notare dall'immagine sopra, il portale www.parcosila.it in versione bianco e nero è sufficientemente visualizzabile.

Riguardo l'analisi del contrasto dei colori è stato utilizzato il programma “Colour Contrast Analyzer 1.1”: secondo questo software il *“testo o diagrammi ed il loro sfondo devono avere un rapporto minimo di contrasto di luminosità pari a 5:1 per garantire la conformità di livello 2 alla linea guida 1.4, ed un rapporto minimo di contrasto di luminosità pari a 10:1 per la conformità di livello 3 alla linea guida 1.4.”*

L'homepage di www.parcosila.it:

Finestra del programma Colour Contrast Analyzer 1.1



Analisi del colore dell'homepage di www.parcosila.it

Superato a livello 2 (Il rapporto di contrasto di luminosità è: 7,29)

Non superato (Il rapporto di contrasto di luminosità è: 3,28)

Superato a livello 2 (Il rapporto di contrasto di luminosità è: 7,10)

Non superato (Il rapporto di contrasto di luminosità è: 4,08)

Superato a livello 3 (Il rapporto di contrasto di luminosità è: 11,00)

Non superato (Il rapporto di contrasto di luminosità è: 2,93)

Superato a livello 3 (Il rapporto di contrasto di luminosità è: 10,99)

Non superato (Il rapporto di contrasto di luminosità è: 3,02)

Non superato (Il rapporto di contrasto di luminosità è: 2,52)

Non superato (Il rapporto di contrasto di luminosità è: 1,54)

Non superato (Il rapporto di contrasto di luminosità è: 3,48)

Superato a livello 3 (Il rapporto di contrasto di luminosità è: 15,46)

Superato a livello 3 (Il rapporto di contrasto di luminosità è: 10,00)

Non superato (Il rapporto di contrasto di luminosità è: 2,87)

Superato a livello 2 (Il rapporto di contrasto di luminosità è: 9,58)

Non superato (Il rapporto di contrasto di luminosità è: 3,14)

Superato a livello 2 (Il rapporto di contrasto di luminosità è: 7,23)

Dall'analisi sopra condotta il 47% dell'homepage di www.parcosila.it è accessibile secondo il contrasto dei colori.

Quindi, utenti che hanno un monitor del computer in bianco e nero e utenti che hanno disabilità percettive sul colore, riscontrano sufficienti problemi navigando sul portale del Parco della Sila.

Passiamo alla terza linea guida del WAI: *“marcare i documenti con i corretti elementi strutturali: usare fogli di stile piuttosto che con elementi e attributi di presentazione”*. In particolare per veicolare le informazioni bisogna usare un marcatore piuttosto che le immagini; bisogna includere all'inizio di un documento una dichiarazione sul tipo di documento che rimandi a una DTD pubblicata; bisogna usare fogli di stile per controllare l'impaginazione e la presentazione; infine bisogna usare gli elementi Q e BLOCKQUOTE per marcare rispettivamente le citazioni brevi e quelle più lunghe.

Applichiamo il tutto a www.parcosila.it: nell'homepage per evidenziare informazioni sono state utilizzate molto spesso immagini (vedi immagine precedente *“analisi dell'accessibilità dell'homepage di www.parcosila.it - **bolli gialli**”*); all'interno dell'HTML è presente una dichiarazione sul tipo di documento che rimandi a una DTD pubblicata: `<!DOCTYPE HTML PUBLIC "-//W3C//DTD HTML 4.01//EN" http://www.w3.org/TR/html4/strict.dtd">`; nell'impaginazione sono stati utilizzati fogli di stile, individuabili nell'HTML; nell'unica citazione presente nell'homepage *“In ogni passeggiata nella natura l'uomo riceve sempre molto di più”* non sono stati utilizzati gli elementi Q e BLOCKQUOTE. Da ciò si deduce che l'accessibilità, secondo la terza linea guida, è garantita.

La quarta linea guida *“utilizzare marcatori che facilitino la pronuncia o l'interpretazione di testi stranieri o abbreviati”*. Infatti quando si contrassegna in un documento HTML i cambiamenti di linguaggio naturale e le sintesi vocali, le periferiche *braille* possono selezionare automaticamente la nuova lingua. Nel nostro caso, nell'homepage di www.parcosila.it non riscontriamo testi stranieri o abbreviati. Unico caso, non testuale ma di immagine, è *“Save Biodiversity”*.

La settima linea guida recita: *“assicurarsi che gli oggetti in movimento, lampeggianti, scorrevoli o che si auto aggiornano possano essere arrestati temporaneamente o definitivamente”*, infatti persone con disabilità cognitive o visive non riescono a leggere testo in movimento con velocità sufficiente; il movimento può anche causare una distrazione tale da rendere illeggibile il resto della pagina per persone con disabilità; i lettori di schermo non sono in grado di leggere testo in movimento.

Nel caso del portale dell'ente Parco si riscontro tre elementi: al centro dell'homepage sono presenti una serie di foto che cambiano alla velocità di 7 secondi; sul lato sinistro in basso troviamo il link "Il nostro blog" che cambia animazione e testo abbastanza velocemente; stessa cosa si riscontra nella barra in fondo al centro "Concorso di idee.. il parco che vorrei". Gli ultimi due elementi risultano non accessibili secondo i criteri di questa linea guida.

Di seguito la rappresentazione grafica.

Immagini e testi in movimento sull'homepage di www.parcosila.it



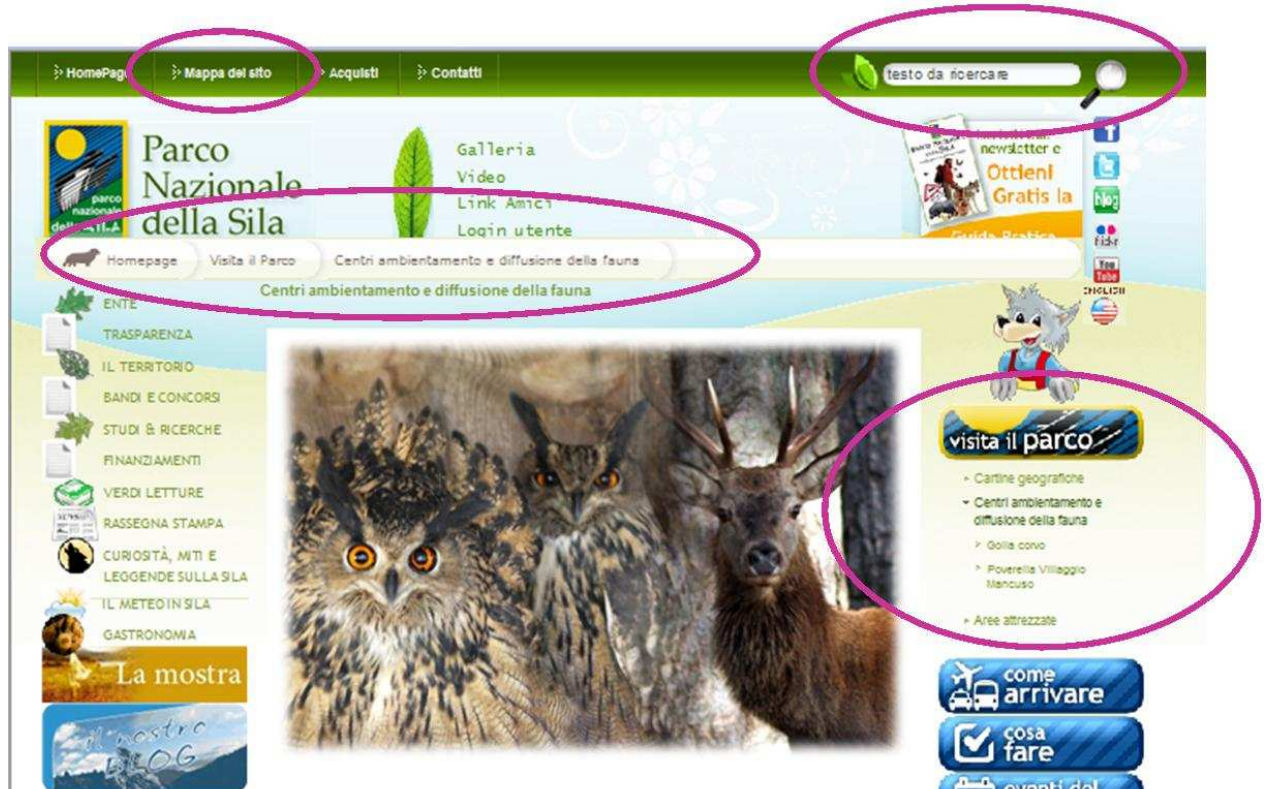
La dodicesima linea guida "fornire informazione per la contestualizzazione e l'orientamento" può essere raggiunta tramite l'uso dell'attributo "title" (nell'HTML) per ogni frame. Ciò è riscontrabile nell'HTML del portale dell'ente Parco.

I principi della tredicesima linea guida “*fornire chiari meccanismi di navigazione per aumentare le probabilità che una persona trovi quello che sta cercando in un sito*”, sono ben individuati nell’homepage di www.parcosila.it: la barra di navigazione a centro pagina; il link “ricerca nel sito”; la mappa del portale; infine all’interno della maggiore parte di pulsanti è possibile visualizzare e scegliere il successivo contenuto.

Dedotto ciò, la relativa linea guida è alquanto accessibile.

Di seguito la rappresentazione grafica.

Utili meccanismi di navigazione per favorire l’accessibilità di www.parcosila.it



Riguardo l’ultima linea guida “*assicurarsi che i documenti siano chiari e semplici: in modo che possano essere compresi più facilmente*”, nel portale del Parco Nazionale della Sila troviamo testi abbastanza corti e semplici. Nota negativa è la struttura dei vari link: ad esempio nella colonna dei link a sinistra, insieme a link di approfondimento prettamente istituzionale, troviamo link di tutt’altro genere come “territorio”, verde lettura”, gastronomia, ecc.

Nel suo complesso, la struttura organizzativa del portale risulta sufficientemente accessibile.

1.8 Usabilità

Secondo la definizione data dalla norma ISO 9241, l'usabilità è il “grado in cui un prodotto può essere usato da particolari utenti per raggiungere certi obiettivi con efficacia, efficienza e soddisfazione in uno specifico contesto d'uso”. I criteri dell'usabilità sono:






1. *Utilità*: riguarda il senso stesso del sito: “a cosa e a chi serve il sito che si sta costruendo”.
2. *Facilità di apprendimento*: permettere a tutti gli utenti, compresi quelli che lo visitano per la prima volta, di capire facilmente cosa fare per raggiungere i propri obiettivi.
3. *Efficienza*: creare un'area all'interno del sito dove poterlo interrogare per ottenere risposte alle ricerche degli utenti; inoltre creare siti “leggeri” in modo da permetterne una rapida apertura.
4. *Facilità di ricordo*: creare siti web in modo da ricordarne facilmente l'utilizzo ottimale
5. *Prevenzione degli errori*: evitare errori di vario genere.
6. *Soddisfazione*: il sito web creato dovrebbe essere divertente e soddisfacente da usare e non creare ansia e frustrazione.

Per analizzare l'usabilità di www.parcosila.it sono state utilizzate delle “metriche per la soddisfazione”: si basano esclusivamente su opinioni espresse dagli utenti, tipicamente dopo che è stato chiesto loro di usare il sito per svolgere dei compiti. La soddisfazione riguarda il livello percepito di varie proprietà; ciascuno di questi livelli viene acquisito mediante un questionario, articolato su domande accuratamente formulate, ideate in modo da produrre dei risultati numerici, e alle quali è associata una formula per calcolare il valore finale della soddisfazione. Nel nostro caso ci baseremo sul questionario WAMMI (2007).

L'analisi condotta ha riguardato n. 50 interviste.

Metodo del calcolo del grado di soddisfazione

ACCORDO      DISACCORDO

 Ottimo (punti 4)	 Buono (punti 3)	 Sufficiente (punti 2)	 Mediocre (punti 1)	 Scarso (punti 0)
--	---	---	--	--

Di seguito il questionario che è stato sottoposto agli intervistati, con i risultati finali calcolati secondo la media dalla loro somma.

Collegati sul sito web del Parco Nazionale della Sila - www.parcosila.it

PER OGNI DOMANDA SEGNA IL QUADRANTE CHE INDICA IL TUO GRADO DI SODDISFAZIONE



1. Il sito ha molti contenuti che mi interessano

ACCORDO DISACCORDO

2. Riesco velocemente a trovare quello che voglio nel sito

ACCORDO DISACCORDO

3. Le pagine del sito sono molto attraenti

ACCORDO DISACCORDO

4. Capire come trovare le vie giuste nel sito è un problema

ACCORDO DISACCORDO

5. E' facile usare il sito per la prima volta

ACCORDO DISACCORDO

6. È difficile dire se questo sito offre quello che desidero

ACCORDO DISACCORDO

7. Quando clicco su un link ottengo quello che mi aspetto

ACCORDO DISACCORDO

8. In futuro userei questo sito piuttosto che un altro

ACCORDO DISACCORDO

9. Consiglierei ai miei conoscenti questo sito web

ACCORDO DISACCORDO

10. Scrivi tre aspetti positivi del sito (di seguito, le osservazioni maggiormente riscontrate)

I. Facile da utilizzare II. Scorrevole III. Colorato

11. Scrivi tre aspetti negativi del sito (di seguito, le osservazioni maggiormente riscontrate)

I. Grafica poco attraente II. Traduzione solo in inglese III. Poco spazio per l'e-commerce

RISULTATO COMPLESSIVO DELL'USABILITA: BUONO

1.9 Scheda di valutazione finale

CRITERIO DI VALUTAZIONE	RISULTATO
Grafica	
Richiamo alla <i>mission</i> dell'Ente Parco	<i>buono</i>
Richiamo ai colori del logo ufficiale	<i>sufficiente</i>
Richiamo al motivo del logo ufficiale	<i>mediocre</i>
Organizzazione e struttura del contenuto	<i>sufficiente</i>
Tecnologia utilizzata	<i>mediocre</i>
Posizionamento e visibilità	
Efficienza pagina (URL, Tag, testo, HTML, link, Flash)	<i>mediocre</i>
Efficienza della struttura	<i>sufficiente</i>
Efficienza dei contenuti	<i>mediocre</i>
Pagine visualizzate su Google nazionale (Italia)	<i>41.000</i>
Media pagine visualizzate su Google a livello internazionale	<i>35.529</i>
Valore	
Posizione sui siti mondiali	<i>2.541.015° posizione</i>
Media visitatori giornalieri	<i>< 20 visitatori</i>
Media pagine visualizzate giornalmente	<i>219 pagine</i>
Valore economico del portale	<i>€ 2.794,94</i>
Contatore visitatori anno 2010	
Visitatori unici	<i>84.291</i>
Numero visite	<i>115.122</i>
Pagine visitate	<i>1.806.860</i>
Mese dell'anno con maggiori pagine visitate	<i>agosto con 230.424 pagine</i>
Pagine visitate da visitatori nazionali	<i>1.427.575 (79%)</i>
Pagine visitate nei Paesi dell'Unione Europea	<i>185.048 (10,2%)</i>
Pagine visitate dal resto del Mondo	<i>194.237(10,8%)</i>
Tempo medio della visita (in minuti)	<i>5 minuti e 27 secondi</i>

Internazionalizzazione

Numero lingue del portale	<i>n. 1 (inglese)</i>
Livello contenuto della traduzione	<i>mediocre</i>

Accessibilità

Contenuto NON testuale accessibile	<i>distinto (82%)</i>
Accessibilità sul contrasto dei colori	<i>mediocre (47%)</i>
Comprensione degli oggetti in movimento (animazione)	<i>sufficiente</i>
Chiari meccanismi di navigazione	<i>ottimo</i>

Usabilità (interviste)

Contenuti interessanti	<i>buono</i>
Trovare velocemente ciò che si desidera	<i>discreto</i>
Attrazione delle pagine web	<i>sufficiente</i>
Rilevanza di problemi a trovare la via giusta nelle pagine	<i>discreto</i>
Facilità nell'uso del portale per la prima volta	<i>distinto</i>
Il sito offre ciò che si desidera cercare	<i>sufficiente</i>
Cliccando un link si ottiene ciò che si cerca	<i>buono</i>
Uso del portale in futuro	<i>buono</i>
Consigliare il portale a conoscenti	<i>distinto</i>
Maggiore aspetto positivo del portale	<i>facile da utilizzare</i>
Maggiore aspetto negativo del portale	<i>grafica poco attraente</i>

Capitolo 2

Capitolo 2 - Analisi portali di enti analoghi

In questo capitolo esaminiamo i portali web di cinque parchi nazionali: tre italiani: Parco Nazionale delle Dolomiti Bellunesi - www.dolomitipark.it, Parco Nazionale del Gran Sasso e Monti della Laga - www.gransassolagapark.it, Parco Nazionale del Gran Paradiso - www.pngp.it; uno europeo (Francia): Parco Nazionale dei Pirenei - www.parc-pyrenees.com; uno degli altri Paesi del Mondo (Stati Uniti d'America): Parco Nazionale Yellowstone - www.yellowstonepark.com.

Per ogni parco nazionale viene stilata una breve descrizione sia dell'homepage sia degli indici di valutazione, calcolati per lo studio del portale. Per il calcolo dei concernenti indici, si fa riferimento alle metodologie di analisi già applicate nel precedente *Capitolo 1*; compreso il campione di interviste utilizzato per rilevare l'accessibilità.

Alla fine dell'esame di ogni sito web, viene stilata la relativa scheda di valutazione, secondo il modello già applicato nel portale del Parco Nazionale della Sila nel *Capitolo 1*.

L'esame dell'indice sugli *indicatori dei visitatori* è stata compiuta (dove possibile) grazie ai dati rilasciati dai relativi Parchi Nazionali.

2.1 Portale del Parco Nazionale delle Dolomiti Bellunesi – www.dolomitipark.it

Il Parco nazionale delle Dolomiti Bellunesi è un'area naturale protetta del Veneto, istituita nel 1990. Il parco ha una superficie di 31.512 ettari, interamente compresa nella provincia di

Belluno, tra i fiumi *Cismon* ad ovest e *Piave* ad est, esteso a nord verso il bacino del *Maè* e a sud nel basso *Agordino*.

Il Parco comprende i gruppi montuosi delle *Alpi Feltrine*, *Monti del Sole*, *Schiara*, *Talvéna*, *Prampèr* e *Spiz di Mezzodì*. Sono presenti aree carsiche d'alta quota e rupi e pendici detritiche, habitat ideale per numerose specie di alta montagna.

Aperto il portale del Parco Nazionale delle Dolomiti Bellunesi, si ha subito l'impatto di un *contenitore di notizie*: nell'homepage troviamo uno spazio dove si alternano una serie di foto, il tutto circondato di una serie di link suddivisi per le rispettive categorie: nella parte superiore troviamo le sezioni di link di maggiore interesse, inerenti l'Ente di gestione del Parco, gli itinerari, il territorio, cultura e società, progetti, collegamenti web ed i servizi offerti al turista.

Nella lato destro troviamo il logo del parco che funge da collegamento all'homepage dentro le pagine interne del sito, e, troviamo la mappa del parco.

Nel lato sinistro sono posizionati tre pulsanti che permettono di avere tre versioni diverse del portale: normale, solo di testo e ad alta visibilità, il tutto per rendere accessibile il portale ad utenti svantaggiati. Sempre nello stesso lato sono collocate una serie di foto in miniatura che conducono, con un clic, alla galleria fotografica.

La parte inferiore del portale è dedicata alle notizie e agli avvenimenti all'interno dell'area parco, inoltre compare la parte dedicata all'e-commerce.

Nonostante il portale si presenta ricco di notizie e ben strutturato, graficamente è poco attraente e non utilizza particolari tecnologie visive.

Di seguito l'homepage del Parco delle Dolomiti Bellunesi.

Homepage del portale www.dolomitipark.it

IL PARCO
Ente Parco
Albo dell'Ente
Informazioni
Leggi e regolamenti
Due parole con...
Uffici aperti

2 PASSI...
Sentieri natura
Sentieri tematici
Sentieri CAI
Sport
Accessi naturalistici
Biotopi
Geotopi
Osservare la fauna
Architetture
Ecogalateo
Cammino delle Dolomiti

LA NATURA
Acqua
Boschi
Praterie
Ambienti rocciosi
Geologia
Grotte
Flora
Fauna
Montagne
Meteo

LE GENTI
Attività tradizionali
Storia
Banca della memoria
Economia e società

LAVORI
Il cantiere...
Piano del Parco
Conservazione
Gestione veterinaria
Biodiversità

WEB AMICI
Web Tv
Audio, foto e video
Voli virtuali
Webcam
Biblioteca
Blog
Quaderni di campo

VISITATECI
Come arrivare
Centri Visitatori
Cosa vedere
I Comuni del Parco
Dove mangiare
Dove dormire
Prodotti tipici
Commercio e artigianato
Rifugi e Bivacchi
Camping & camper
Guide ed altro

DOLOMITI BELLUNESI
PARCO NAZIONALE

AREA RISTORO CAMPING PIAN FALCINA
LOC. VALLE DEL MIS - SOSPIROLO (BL)

EVENTI E NEWS
Newsletter
Tutte le news
Dicono di noi
Sala stampa
Appuntamenti
20 Feb - Il Castello di Moschesin
22 Feb - Vai Dino, vai!
4 Mar - presentazione del volume di poesie "Petal" a cura dell'Ass. Verba Volant

L'incendio sul San Mauro: Colpiti gli affetti, ma lo Spirito non si uccide.
13 Febbraio - Il 6 febbraio 2011, domenica (che la Chiesa dedica...)

La mappa dell'incendio sul monte san Mauro
11 Febbraio - Mentre la natura si lecca le ferite, gli uomini fa...

IDEE
Fossil free
Recupero malghe
Carta qualità
Certificazione
Studi e ricerche
Educazione
Formazione
Volontariato
Interpretazione ambientale
Equilibri Naturali
Carta di Feltre

PARCHI IN RETE
Cooperazione
Premi e riconoscimenti
Iscriviti alla newsletter
Shop
Download

Carta Qualità
PARCO NAZIONALE DOLOMITI BELLUNESI

Copyright © Parco Nazionale Dolomiti Bellunesi - Piazzale Zancanaro, 1 - 32032 Feltre (BL) - p.iva 00846670255 - [Contatti](#) - [Credits](#) - [W3C XHTML 1.0](#)
Siamo certificati ISO 9001 - 14001 - EMAS - Sede operativa AIDAP

Descriviamo alcuni risultati ottenuti dall'analisi del suddetto portale; dati che verranno catalogati nella scheda di valutazione a fine del paragrafo.

La grafica del portale non rievoca la *mission* dell'ente Parco: infatti nella progettazione grafica (*web design*), tranne dello spazio centrale dedicato allo scorrimento di immagini delle attività del parco, non si ha l'idea di navigare in un portale di un parco nazionale.

Il logo del parco è la *Campanula di Moretti*, una specie floreale endemica delle Dolomiti dalle belle e vistose fioriture di colore violetto, che fiorisce dopo la metà di luglio sulle rupi umide ad una quota superiore ai 1000 - 1200 metri. Il colore violetto è ben rappresentato nell'homepage: in gran parte del testo, negli spazi evidenziati, nel testo grafico all'interno delle foto che scorrono al centro dell'homepage. L'altro colore utilizzato nel logo è un giallo scuro, utilizzato nella suddivisione dei link per classe di interesse e per evidenziare il link "carta qualità". I due colori del logo sono rappresentati per il circa 75% dell'homepage.

Il simbolo del parco è richiamato sufficientemente nel portale www.dolomitipark.it: il fiore è rappresentato in ogni classe di suddivisione dei link, nella grafica descrittiva delle immagini al centro del portale e nella grafica dei link “carta qualità” e “iscriviti alla newsletter”.

Logo del Parco Nazionale delle Dolomiti Bellunesi



Il contenuto è organizzato in modo ottimale all’interno dell’homepage: ogni link è racchiuso in specifiche e minuziose classi di interesse, inoltre la pagina è notevolmente ricca di notizie.

Tutt’altro è la tecnologia utilizzata che si presenta molto povera.

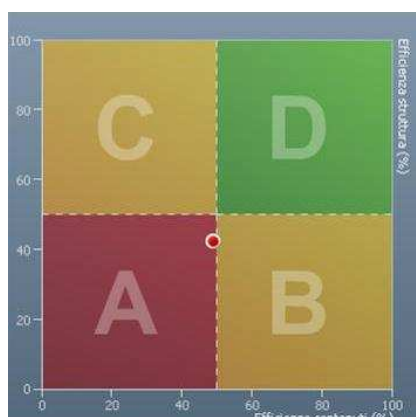
Per come già effettuato nel precedente capitolo 1, per analizzare il posizionamento e la visibilità, si utilizza lo strumento per l’analisi dei portali web, presente sulla pagina www.migliorare-posizionamento-motori-ricerca.it.

Ecco i dati emersi del portale del Parco Nazionale Dolomiti Bellunesi:

Valutazione efficienza pagina di www.dolomitipark.it

DESCRIZIONE	STRUTTURA	CONTENUTI	EFFICENZA	VALUTAZIONE
Efficienza URL	19.5	5.5	28%	scarso
Eff. Tag introduttivi	5.5	4	73%	discreto
Efficienza Testo	8	7.71	96%	buono
Efficienza HTML	2	0	0%	scarso
Efficienza Link	6.8	2.81	41%	mediocre
Efficienza Flash	1	1	100%	ottimo
EFFICIENZA PAGINA	42.8%	21.02	49%	mediocre

Grafico dell'efficienza del contenuto e della struttura del portale www.dolomitipark.it



L'efficienza della pagina del portale di www.dolomitipark.it risulta efficiente al 49%, mentre l'efficienza struttura pari al 47% ed un'efficienza contenuti pari al 49%.

Dagli ultimi due indicatori, si deduce che il suddetto portale rientra nel quadrante "A" (bassa efficienza della struttura e bassa efficienza dei contenuti indicano che è necessario rivedere completamente sia la struttura della pagina web che i contenuti).

Per il monitoraggio dei motori di ricerca, del portale www.dolomitipark.it è stato utilizzato il software *Possy 3.0*, dall'analisi è emerso che le pagine visualizzate sui motori di ricerca nazionali sono: su *Google* 27.400 pagine; su *Yahoo* 294.000 pagine; su *Msn* 56 pagine.

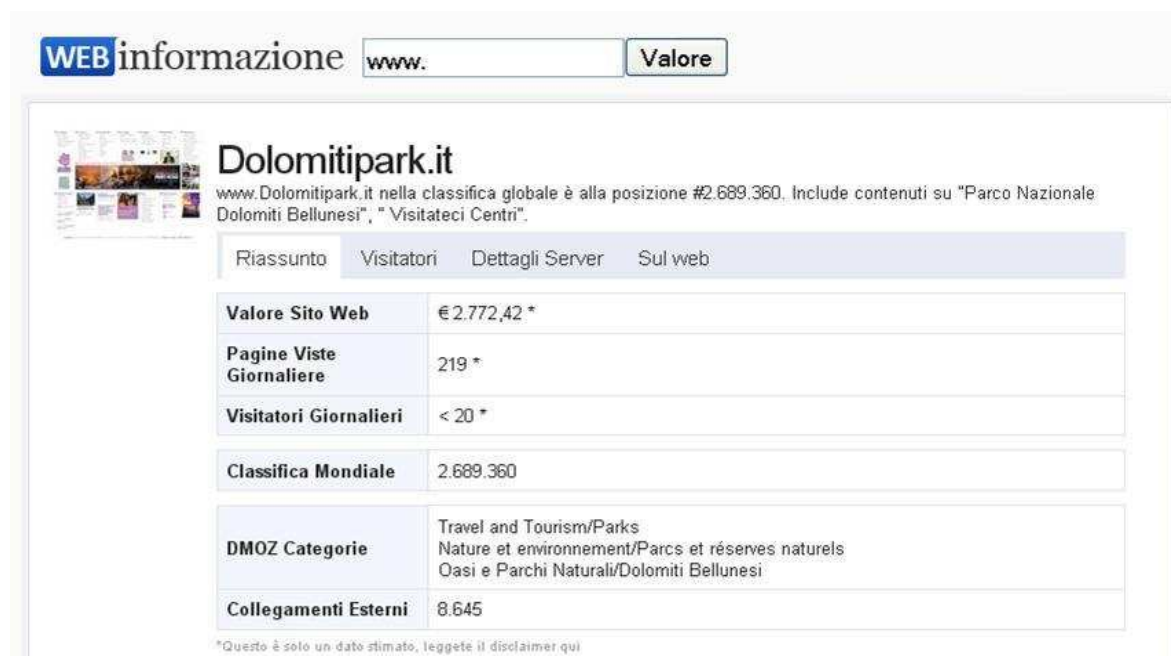
La media delle pagine visualizzate nel motore di ricerca *Google*, nei principali paesi del resto del Mondo è di 34.515.

Risultati esame *Possy 3.0* del portale www.dolomitipark.it

Possy 3.0				
URL http://www.dolomitipark.it/				
Engine	Country	Keywords	Deep	
google	Italia	parco nazionale dolomiti bellunesi	2	27.400 pages
yahoo	Italia	parco nazionale dolomiti bellunesi	2	294.000 pages
msn	Italia	parco nazionale dolomiti bellunesi	2	56 pages
google	Francia	parco nazionale dolomiti bellunesi	2	36.700 pages
google	Spagna	parco nazionale dolomiti bellunesi	2	36.600 pages
google	Germania	parco nazionale dolomiti bellunesi	2	36.600 pages
google	Stati Uniti	parco nazionale dolomiti bellunesi	2	22.100 pages
google	Giappone	parco nazionale dolomiti bellunesi	2	36.600 pages
google	Australia	parco nazionale dolomiti bellunesi	2	36.300 pages
google	Russia	parco nazionale dolomiti bellunesi	2	36.700 pages

Il valore del portale è stato calcolato attraverso il sito webinformazione.it:

schema di valutazione del valore del portale www.dolomitipark.it



Dai risultati ottenuti dal grafico sopra, www.dolomitipark.it risulta alla 2.689.360° posizione dei siti mondiali. Esso ha in media meno di 20 visitatori giornalieri che visitano mediamente 219 pagine, e, presenta 3.250 collegamenti esterni. Il valore economico del portale del Parco Nazionale Dolomiti Bellunesi è di € 2.772,42.

Dai dati relativi al *contatore visitatore* riportati nella scheda di valutazione, emerge che il 44,9% delle pagine visualizzate proviene da visitatori di Paesi dell'Unione Europea, mentre il 13,6% da visitatori provenienti dai restanti paesi del Mondo: questi indici indicano una forte propensione dell'internazionalizzazione del portale del Parco Nazionale delle Dolomiti Bellunesi, traguardo realizzato grazie alle ben 21 lingue straniere con cui il portale è tradotto.

Esaminiamo l'internazionalizzazione: in tutte le lingue risultano tradotti sia l'homepage che le pagine interne, inoltre la grafica descrittiva delle foto, posizionate a centro pagina sono altrettanto tradotte.

Adesso passiamo allo studio dell'accessibilità del portale www.dolomitipark.it secondo le alcune linee guide illustrate nel documento WAI.

Per la prima linea guida “*fornire alternative equivalenti al contenuto audio e visivo*” il risultato è alquanto ottimo, infatti tutti gli elementi risultano accessibili ed inoltre nella lato destro dell’homepage troviamo tre pulsanti che conducono a tre versione del portale: versione grafica, versione solo testo, versione alta visibilità. Nella seguente immagine con un bollino verde si indica che all’interno del tag HTML c’è una descrizione, con un bollino giallo che accanto o all’interno dell’immagine corrisponde una descrizione, con un bollino rosso l’assenza delle suddette funzioni di accessibilità.

Analisi dell’accessibilità del contenuto testuale dell’homepage di www.dolomiti.it



Dall’analisi condotta, secondo i principi della prima lingua guida, il portale www.dolomitipark.it è accessibile al 100%.

Esaminiamo la seconda linea guida del WAI “*assicurarsi che il testo e la parte grafica siano comprensibili se consultati senza il colore*” .

Di seguito l'esame del colore del portale del Parco delle Dolomiti Bellunesi, realizzato con il software "Colour Contrast Analyzer 1.1":

Analisi del colore dell'homepage di www.dolomitipark.it



Copyright © Parco Nazionale Dolomiti Bellunesi - Piazzale Zancanaro, 1 - 32032 Feltre (BL) - p.iva 00846670255 - Contatti - Credits - W3C XHTML 1.0
Siamo certificati ISO 9001 - 14001 - EMAS - Sede operativa IADAP

Dall'analisi sopra condotta il portale www.dolomitipark.it è accessibile al % 53%.

La settima linea guida "assicurarsi che gli oggetti in movimento, lampeggianti, scorrevoli o che si auto aggiornano possano essere arrestati temporaneamente o definitivamente" è abbastanza rispettata visto che, la categoria dei suddetti oggetti, è esclusivamente riscontrabile al centro della homepage (serie di foto) risultanti abbastanza comprensibili.

Analizzando la tredicesima linea guida "fornire chiari meccanismi di navigazione per aumentare le probabilità che una persona trovi quello che sta cercando in un sito", nel portale di studio abbiamo riscontrato scarsi meccanismi per rendere accessibile la navigazione: una barra di navigazione (non evidenziata e si confonde con il resto del testo), motore di ricerca interno al sito, mentre non troviamo una mappa del portale.

Di seguito il questionario (con relativi risultati) sottoposto al nostro campione di intervistati, per valutare l'usabilità del portale del Parco Nazionale delle Dolomiti Bellunesi.

Collegati sul sito web del Parco Nazionale delle Dolomiti Bellunesi - www.dolomitipark.it

PER OGNI DOMANDA SEGNA IL QUADRANTE CHE INDICA IL TUO GRADO DI SODDISFAZIONE



1. sito ha molti contenuti che mi interessano

ACCORDO DISACCORDO

2. Riesco velocemente a trovare quello che voglio nel sito

ACCORDO DISACCORDO

3. Le pagine del sito sono molto attraenti

ACCORDO DISACCORDO

4. Capire come trovare le vie giuste nel sito è un problema

ACCORDO DISACCORDO

5. E' facile usare il sito per la prima volta

ACCORDO DISACCORDO

6. È difficile dire se questo sito offre quello che desidero

ACCORDO DISACCORDO

7. Quando clicco su un link ottengo quello che mi aspetto

ACCORDO DISACCORDO

8. In futuro userei questo sito piuttosto che un altro

ACCORDO DISACCORDO

9. Consiglierei ai miei conoscenti questo sito web

ACCORDO DISACCORDO

10. Scrivi tre aspetti positivi del sito

I Ricco di contenuti II. Tradotto in tante lingue III. Dettagliato

11. Scrivi tre aspetti negativi del sito

I Grafica poco attraente II. Home troppo piena di contenuti III. Confusionario

RISULTATO FINALE DELL'USABILITA': SUFFICIENTE

Scheda di valutazione finale di www.dolomitipark.it

CRITERIO DI VALUTAZIONE	RISULTATO
Grafica	
Richiamo alla <i>mission</i> dell'Ente Parco	<i>scarso</i>
Richiamo ai colori del logo ufficiale	<i>buono</i>
Richiamo al motivo del logo ufficiale	<i>sufficiente</i>
Organizzazione e struttura del contenuto	<i>ottimo</i>
Tecnologia utilizzata	<i>scarso</i>
Posizionamento e visibilità	
Efficienza pagina (URL, tag, testo, HTML, link, flash)	<i>mediocre</i>
Efficienza della struttura	<i>mediocre</i>
Efficienza dei contenuti	<i>mediocre</i>
Pagine visualizzate su Google nazionale (Italia)	<i>27.400</i>
Media pagine visualizzate su Google a livello internazionale	<i>34.515</i>
Valore	
Posizione sui siti mondiali	<i>2.689.360° posizione</i>
Media visitatori giornalieri	<i>< 20 visitatori</i>
Media pagine visualizzate giornalmente	<i>219 pagine</i>
Valore economico del portale	<i>€ 2.772,42</i>
Contatore visitatori anno 2010	
Visitatori unici	<i>nd</i>
Numero visite	<i>514.140</i>
Pagine visitate	<i>2.207.437</i>
Mese dell'anno con maggiori pagine visitate	<i>agosto con 17.901 pagine</i>
Pagine visitate da visitatori nazionali	<i>980.102 (41,5 %)</i>
Pagine visitate nei Paesi dell'Unione Europea	<i>1.103.718(44,9%)</i>
Pagine visitate dal resto del Mondo	<i>300.211 (13,6%)</i>
Tempo medio della visita (in minuti)	<i>4 minuti e 1 secondi</i>
Internazionalizzazione	
Numero lingue del portale	<i>n. 21</i>
Livello contenuto della traduzione	<i>ottimo</i>

Accessibilità

Contenuto NON testuale accessibile	<i>ottimo (100%)</i>
Accessibilità sul contrasto dei colori	<i>sufficiente (53%)</i>
Comprensione degli oggetti in movimento (animazione)	<i>buono</i>
Chiari meccanismi di navigazione	<i>mediocre</i>

Usabilità (interviste)

Contenuti interessanti	<i>discreto</i>
Trovare velocemente ciò che si desidera	<i>sufficiente</i>
Attrazione delle pagine web	<i>mediocre</i>
Rilevanza di problemi a trovare la via giusta nelle pagine	<i>mediocre</i>
Facilità nell'uso del portale per la prima volta	<i>mediocre</i>
Il sito offre ciò che si desidera cercare	<i>mediocre</i>
Cliccando un link si ottiene ciò che si cerca	<i>sufficiente</i>
Uso del portale in futuro	<i>mediocre</i>
Consigliare il portale a conoscenti	<i>sufficiente</i>
Maggiore aspetto positivo del portale	<i>ricco di contenuti</i>
Maggiore aspetto negativo del portale	<i>grafica poco attraente</i>

2.2 Portale del Parco Nazionale del Gran Sasso e Monti della Laga – www.gransassolagapark.it

Con i suoi 150.000 ettari di superficie, il Parco Nazionale del Gran Sasso e Monti della Laga comprende il territorio di tre regioni (Abruzzo, Lazio e Marche), cinque province (L'Aquila, Teramo, Pescara, Rieti ed Ascoli Piceno) e quarantaquattro Comuni.

Istituita nel 1995, l'area protetta può vantare presenze ambientali da primato, come il *Gran Sasso d'Italia*, la cima più alta dell'Appennino (2912 m), l'altopiano di *Campo Imperatore*, il più vasto della penisola, il Lago di *Campotosto*, il bacino artificiale più esteso del continente, ed il ghiacciaio del *Calderone*, l'unico dell'Appennino e il più meridionale d'Europa. La fauna è ricchissima e la flora, con ben 2400 specie censite, pone l'area protetta tra le prime in Europa per biodiversità vegetale.

Aperto il portale del Parco, www.gransassolagapark.it, l'occhio cade subito alla foto che occupa gran parte della parte superiore della pagina: si tratta dello scorcio sul *Castello di Rocca Calascio* e sulla *Chiesa di Santa Maria della Pietà*, dove, in teoria, alla spalle si trova la *Catena del Gran Sasso*. Di certo, a primo impatto, la foto non risulta abbastanza attrattiva ne tanto meno significativa del parco, in quanto non è stata scattata dal lato in cui poter raffigurare il vero simbolo del parco, ossia il *Gran Sasso*.

L'homepage risulta abbastanza semplice, con sufficienti contenuti strutturati e ben individuabili, mentre non sono utilizzate particolari tecnologie visive.

Sotto la foto in primo piano, troviamo una barra di menù che racchiude link di interesse istituzionale e territoriale del parco. Scendendo, l'intero lato sinistro è dedicato alle news e bandi.

La parte centrale dell'homepage è dedicata interamente al turista/visitatore: troviamo una griglia di foto che fungono da pulsanti verso link e portali attinenti ad attività di salvaguardia del parco, di gastronomia, di documentazione sulle aree protette ed infine un collegamento alla brochure istituzionale. Sotto questi link è posizionata la sezione "Entra nel Parco", dove tre sezioni, graficamente ben individuabili, indicano *dove andare*, *dove mangiare*, *dove dormire*.


Nel lato destro della home sono evidenziate, attraverso immagini e titoli marcati, le notizie in primo piano.

Di seguito l'homepage di www.gransassolagapark.it.

Homepage del portale www.gransassolagapark.it



Parco Nazionale del Gran Sasso e Monti della Laga



HOME | STRUTTURA DELL'ENTE | AGRO-SILVO | DOCUMENTI | DISTRETTI | ATTIVITÀ | GALLERIA FOTO | EDITORIA | CONTATTI


News&Comunicati

Sabato 12 febbraio 2011
Sospeso il bando di gara per partecipare al corso di formazione per aspiranti guardie ecologiche volontarie, ex l.r. 3/04/1995 n. 27 e s.m.i.

Venerdì 11 febbraio 2011
PRESENTATA LA NUOVA CARTA DEI SENTIERI DEL GRAN SASSO DEL C.A.I.

Venerdì 11 febbraio 2011
UN CERVO TROVA LA MORTE NEL LAGO DI CAMPOTOSTO

Martedì 8 febbraio 2011
LA CONSERVAZIONE DEL GAMBERO DI FIUME AUTOCTONO SEMINARIO DI FORMAZIONE A BUSSI SUL TIRINO

 Archivio

Bandi&Gare


Scadenza:
Giovedì 31 marzo 2011
Avviso Pubblico per dichiarazione di interesse a partecipare all'iniziativa "PERSEFONE" - Rete di agricoltori custodi di varietà a rischio estinzione- PESCARA


Scadenza:
Sabato 19 febbraio 2011

Avviso di sospensione bando di gara per corso di formazione per aspiranti guardie ecologiche volontarie, ex l.r. 3/04/1995 n. 27 e s.m.i.


Scadenza:
Venerdì 18 febbraio 2011
Bando per la partecipazione al Corso di Formazione per Guardie Ecologiche Volontarie (l.r. 27/95)


Scadenza:
Giovedì 2 dicembre 2010
Avviso di Post Informazione graduatoria finale degli idonei per la nomina dell'Organismo indipendente di Valutazione dell'Ente


 Archivio
















Entra nel Parco

doveandare




87 itinerari scelti per scoprire i tesori di natura e cultura del Parco da percorrere a piedi, in bici e a cavallo.

dovemangiare




I sapori gustosi e genuini della cucina tradizionale. Piatti d'eccezione eseguiti secondo le antiche ricette con prodotti tipici di elevata qualità.

dovedormire




La tradizionale e accogliente ospitalità della gente del Parco nella magica atmosfera degli antichi borghi e degli incantevoli paesaggi.

Primo Piano




Venerdì 4 febbraio 2011
Identificati e Boschi Vetusti del Parco


Evidenza




Boschi Vetusti del Gran Sasso e Monti della Laga




BOSCHI VETUSTI: Pubblicati gli atti del Convegno (I e II parte)



PARCO IN AULA 2010 / 2011



Associazione Produttori della Patata Turchesa del Parco

 Archivio

Valid XHTML 1.0 © Parco Nazionale del Gran Sasso e Monti

Descriviamo alcuni risultati ottenuti dall'analisi del suddetto portale; dati che verranno catalogati nella scheda di valutazione a fine del paragrafo.

La grafica del portale non rievoca la *mission* dell'ente Parco: infatti nella progettazione grafica (*web design*), tranne lo spazio *Entra nel Parco*, non sembra trasmettere l'idea di navigare in un portale di un ente come il Parco Nazionale.

Il logo del parco rappresenta tre simboli dell'area: il camoscio, la cime del *Gran Sasso* e la celebre statua del guerriero italico rinvenuta nel Comune di *Capestrano*. I colori del logo sono vari (celeste, blu, verde, marrone e beige), ma non sono sufficientemente rappresentativi nel portale. I tre simboli del logo del parco non sono riprodotti nel portale.

Logo del Parco Nazionale del Gran Sasso e Monti della Laga

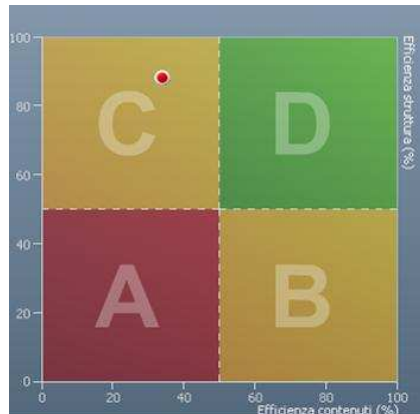


Adesso passiamo all'analisi del posizionamento e della visibilità.

Ecco i dati emersi del portale del parco in esame:

<i>Valutazione efficienza pagina di www.gransassolagapark.it</i>				
DESCRIZIONE	STRUTTURA	CONTENUTI	EFFICENZA	VALUTAZIONE
Efficienza URL	64.5	16	25%	scarso
Eff. Tag introduttivi	4	4	100%	ottimo
Efficienza Testo	8	6.67	96%	distinto
Efficienza HTML	4.8	1.03	21%	scarso
Efficienza Link	7	1.25	18%	scarso
Efficienza Flash	0	0	0%	scarso
EFFICIENZA PAGINA	88.3%	29.95	34%	scarso

Grafico dell'efficienza del contenuto e della struttura del portale www.gransassolagapark.it



L'efficienza della pagina del portale di www.dolomitipark.it risulta efficiente al 34%, mentre l'efficienza struttura pari al 88% ed un'efficienza contenuti pari al 27%.

Dagli ultimi due indicatori, si deduce che il suddetto portale rientra nel quadrante "C" (alta efficienza della struttura e bassa efficienza dei contenuti indicano che è necessario rivedere significativamente i contenuti informativi della pagina web in funzione della chiave selezionata).

Passiamo al monitoraggio dei motori di ricerca. Come illustrato nel grafico successivo, le pagine visualizzate sui motori di ricerca nazionali sono: su *Google* 93.000 pagine; su *Yahoo* 369.000 pagine; su *Msn* 370.000 pagine. La media delle pagine visualizzate nel motore di ricerca *Google*, nei principali paesi del resto del Mondo è di 124.971.

Risultati esame Possy 3.0 del portale www.gransassolagapark.it

Possy 3.0						
URL http://www.gransassolagapark.it/						
Engine	Country	Keywords	Deep			
google	Italia	parco nazionale del gran sasso	2			93.000 pages
yahoo	Italia	parco nazionale del gran sasso	2			369.000 pages
msn	Italia	parco nazionale del gran sasso	2			370.000 pages
google	Francia	parco nazionale del gran sasso	2			131.000 pages
google	Spagna	parco nazionale del gran sasso	2			131.000 pages
google	Germania	parco nazionale del gran sasso	2			131.000 pages
google	Stati Uniti	parco nazionale del gran sasso	2			88.800 pages
google	Giappone	parco nazionale del gran sasso	2			131.000 pages
google	Australia	parco nazionale del gran sasso	2			131.000 pages
google	Russia	parco nazionale del gran sasso	2			131.000 pages

Ecco i dati relativi al valore del portale:

schema di valutazione del valore del portale www.gransassolagapark.it



Dai risultati ottenuti dal grafico sopra, www.gransassolagapark.it risulta alla 1.611.362° posizione dei siti mondiali ed al 44.885° posizione dei siti italiani.

Esso ha in media 252 visitatori giornalieri che visitano mediamente 438 pagine, e, presenta 8.320 collegamenti esterni. Il valore economico del portale del Parco Nazionale del Gran Sasso e Monti della Laga è di € 4.654,65.

I dati relativi al *contatore visitatore* relative all'anno 2010 sono: 111.447 visitatori unici, 141.212 visite, 3.368.795 pagine visitate.

Esaminando l'internazionalizzazione risulta che il portale del Parco del Gran Sasso non risulta tradotto in nessuna lingua straniera, limitando così l'accessibilità ad utenti stranieri.

Adesso passiamo allo studio dell'accessibilità suddetto portale secondo alcune linee guide illustrate nel documento WAI. Per la prima linea guida "*fornire alternative equivalenti al contenuto audio e visivo*" il risultato è buono: si riscontrano degli errori solo in tre link al centro pagina, non segnalati nell'HTML e non descritti in modo chiari sull'immagine del pulsante.

Nella seguente immagine il bollino verde indica che all'interno del tag HTML è presente una descrizione, con un bollino giallo che accanto o all'interno dell'immagine corrisponde una descrizione, con un bollino rosso l'assenza delle suddette funzioni.

Analisi dell'accessibilità del contenuto testuale dell'homepage di www.gransassolagapark.it



Dall'analisi condotta, secondo i principi della prima lingua guida, il portale www.dolomitipark.it è accessibile al 80%.

Esaminiamo la seconda linea guida del WAI “assicurarsi che il testo e la parte grafica siano comprensibili se consultati senza il colore” :

Analisi del colore dell’homepage di www.gransassolagapark.it

Superato a livello 2 (Il rapporto di contrasto di luminosità è: 8,60)

Superato a livello 2 (Il rapporto di contrasto di luminosità è: 5,49)

Superato a livello 2 (Il rapporto di contrasto di luminosità è: 5,67)

Superato a livello 2 (Il rapporto di contrasto di luminosità è: 8,37)

Superato a livello 2 (Il rapporto di contrasto di luminosità è: 9,93)

Superato a livello 2 (Il rapporto di contrasto di luminosità è: 5,13)

Non superato (Il rapporto di contrasto di luminosità è: 2,23)

Superato a livello 2 (Il rapporto di contrasto di luminosità è: 5,25)

Superato a livello 2 (Il rapporto di contrasto di luminosità è: 7,03)

Parco Nazionale del Gran Sasso e Monti della Laga

HOME | STRUTTURA DELL'ENTE | AGRO-SILVO | DOCUMENTI | DISTRETTI | ATTIVITÀ | GALLERIA FOTO | EDITORIA | CONTATTI

News&Comunicati

Sabato 12 febbraio 2011
Sospeso il bando di gara per partecipare al corso di formazione per aspiranti guardie ecologiche volontarie, ex Lr. 3/04/1995 n. 27 e s.m.l.

Venerdì 11 febbraio 2011
PRESENTATA LA NUOVA CARTA DEI ZENIERI DEL GRAN SASSO DEL C.A.I.

Venerdì 11 febbraio 2011
UN CERVO TROVA LA MORTE NEL LAGO DI CAMPOSTO

Archivio

Bandi&Gare

Scadenza:
Giovedì 31 marzo 2011
Avviso Pubblico per dichiarazione di interesse a partecipare all'iniziativa "PERSEFONE" - Rete di agricoltori custodi di varietà a rischio estinzione- PESCARA

Scadenza:
Sabato 19 febbraio 2011
Avviso di sospensione bando di gara per corso di formazione per aspiranti guardie ecologiche volontarie, ex Lr. 3/04/1995 n. 27 e s.m.l.

Scadenza:
Venerdì 18 febbraio 2011
Bando per la partecipazione al Corso di Formazione per Guardie Ecologiche Volontarie (Lr. 27/95)

Scadenza:
Giovedì 2 dicembre 2010
Avviso di Post Informazione graduatoria finale degli idonei per la nomina dell'Organismo Indipendente di Valutazione dell'Ente

Archivio

Primo Piano

Venerdì 4 febbraio 2011
Identificati e Boschi Vetusti del Parco

Evidenza

Seminario Formativo "Strategie di conservazione del Gambero di Fiume autoctono"

BOSCHI VETUSTI: Pubblicati gli atti del Convegno (I e II parte)

PARCO IN AULA 2010 / 2011

Associazione Produttori della Patata Turchese del Parco

Valid XHTML 1.0 © Parco Nazionale del Gran Sasso e Monti

Dall’analisi sopra condotta il portale www.gransassolagapark.it presenta un’accessibilità sul contrasto dei colori ottimale, pari al 95%. Infatti risulta negativo solo il testo di colore arancione presente nella colonna “dove dormire”.

Riguardo la settima linea guida *“assicurarsi che gli oggetti in movimento, lampeggianti, scorrevoli o che si auto aggiornano possano essere arrestati temporaneamente o definitivamente”* non riscontriamo oggetti di tale natura.

Analizzando la tredicesima linea guida *“fornire chiari meccanismi di navigazione per aumentare le probabilità che una persona trovi quello che sta cercando in un sito”*, nel portale di studio abbiamo riscontrato insufficienti meccanismi per rendere accessibile la navigazione: una barra di navigazione (non evidenziata e si confonde con il resto del testo), inesistenza sia di un motore di ricerca interno al sito sia di una mappa del portale.

Di seguito il questionario (con relativi risultati) sottoposto al nostro campione, per valutare l'usabilità del portale del Parco Nazionale del Gran Sasso e Monti della Laga.

Collegati sul sito web del Parco Nazionale del Gran Sasso e Monti della Laga - www.gransassoparc.it

PER OGNI DOMANDA SEGNA IL QUADRANTE CHE INDICA IL TUO GRADO DI SODDISFAZIONE



1. Il sito ha molti contenuti che mi interessano

ACCORDO DISACCORDO

2. Riesco velocemente a trovare quello che voglio nel sito

ACCORDO DISACCORDO

3. Le pagine del sito sono molto attraenti

ACCORDO DISACCORDO

4. Capire come trovare le vie giuste nel sito è un problema

ACCORDO DISACCORDO

5. E' facile usare il sito per la prima volta

ACCORDO DISACCORDO

6. È difficile dire se questo sito offre quello che desidero

ACCORDO DISACCORDO

7. Quando clicco su un link ottengo quello che mi aspetto

ACCORDO DISACCORDO

8. In futuro userei questo sito piuttosto che un altro

ACCORDO DISACCORDO

9. Consiglierei ai miei conoscenti questo sito web

ACCORDO DISACCORDO

10. Scrivi tre aspetti positivi del sito

I. Semplice II. In evidenza i servizi per il turista III. Chiaro

11. Scrivi tre aspetti negativi del sito

I. Grafica poco attraente II. Non è tradotto in lingue straniere III. Poche informazioni

RISULTATO FINALE DELL'USABILITA': SUFFICIENTE

Scheda di valutazione finale di www.gransassolagapark.it

CRITERIO DI VALUTAZIONE	RISULTATO
Grafica	
Richiamo alla <i>mission</i> dell'Ente Parco	<i>mediocre</i>
Richiamo ai colori del logo ufficiale	<i>scarso</i>
Richiamo al motivo del logo ufficiale	<i>scarso</i>
Organizzazione e struttura del contenuto	<i>discreto</i>
Tecnologia utilizzata	<i>scarso</i>
Posizionamento e visibilità	
Efficienza pagina (URL, tag, testo, HTML, link, flash)	<i>scarso</i>
Efficienza della struttura	<i>distinto</i>
Efficienza dei contenuti	<i>scarso</i>
Pagine visualizzate su Google nazionale (Italia)	<i>93.000</i>
Media pagine visualizzate su Google a livello internazionale	<i>124.971</i>
Valore	
Posizione sui siti mondiali	<i>1.611.362° posizione</i>
Media visitatori giornalieri	<i>252 visitatori</i>
Media pagine visualizzate giornalmente	<i>438 pagine</i>
Valore economico del portale	<i>€ 4.654,65</i>
Contatore visitatori anno 2010	
Visitatori unici	<i>111.447</i>
Numero visite	<i>141.212</i>
Pagine visitate	<i>3.368.795</i>
Mese dell'anno con maggiori pagine visitate	<i>nd</i>
Pagine visitate da visitatori nazionali	<i>nd</i>
Pagine visitate nei Paesi dell'Unione Europea	<i>nd</i>
Pagine visitate dal resto del Mondo	<i>nd</i>
Tempo medio della visita (in minuti)	<i>nd</i>
Internazionalizzazione	
Numero lingue del portale	<i>0</i>
Livello contenuto della traduzione	<i>scarso</i>

Accessibilità

Contenuto NON testuale accessibile	<i>buono (80%)</i>
Accessibilità sul contrasto dei colori	<i>distinto (95%)</i>
Comprensione degli oggetti in movimento (animazione)	<i>/</i>
Chiari meccanismi di navigazione	<i>scarso</i>

Usabilità (interviste)

Contenuti interessanti	<i>discreto</i>
Trovare velocemente ciò che si desidera	<i>sufficiente</i>
Attrazione delle pagine web	<i>mediocre</i>
Rilevanza di problemi a trovare la via giusta nelle pagine	<i>discreto</i>
Facilità nell'uso del portale per la prima volta	<i>sufficiente</i>
Il sito offre ciò che si desidera cercare	<i>sufficiente</i>
Cliccando un link si ottiene ciò che si cerca	<i>sufficiente</i>
Uso del portale in futuro	<i>mediocre</i>
Consigliare il portale a conoscenti	<i>sufficiente</i>
Maggiore aspetto positivo del portale	<i>semplice</i>
Maggiore aspetto negativo del portale	<i>grafica poco attraente</i>

2.3 Portale del Parco Nazionale del Gran Paradiso - www.pngp.it

Il Parco nazionale del Gran Paradiso è il più antico Parco nazionale italiano, istituito nel 1922. Si estende per circa 71.000 ettari, fra gli 800 metri dei fondovalle e i 4.061 metri della vetta del *Gran Paradiso*, a cavallo delle regioni Valle d'Aosta e Piemonte.

La storia del parco è legata alla protezione dello stambecco. Nel 1856, infatti, il re Vittorio Emanuele II dichiarò queste montagne riserva reale di caccia e salvò così lo stambecco dall'estinzione. Il re creò anche un corpo di guardie specializzate e fece costruire una rete viaria per la protezione della fauna e per le escursioni. Nel 1920, Vittorio Emanuele III donò la riserva allo Stato italiano perché ne facesse il parco oggi esistente.

Aperto il portale del Parco, www.pnpg.it, l'occhio cade subito sullo sfondo 3D dell'intera parte superiore del portale: cinque sfondi che ritraggono le peculiarità del parco, nonché lo stambecco, la marmotta e le cime del *Gran Paradiso*.

Nella parte superiore dei citati sfondi sono collocati una serie di link, il motore di ricerca e la selezione delle lingue straniere. Appena in basso troviamo una barra di menù, che riporta una serie di link evidenziati ulteriormente nella parte sottostante.

Il portale si presenta abbastanza attrattivo e ben strutturato, infatti il *web designer* punta sia su una particolare grafica delle immagini di sfondo, ma anche di una serie di immagini che individuano classi diverse di link: dalla parte istituzionale e del territorio, alla parte ambientale e di interesse turistico.

Scorrendo la pagina, i vari sfondi utilizzati sfumano sul bianco, conducendo l'attenzione verso il contenuto: sul lato sinistro sono sistemate le iniziative in programmazione; al centro le notizie in *focus* seguite da una carrellata delle ultime notizie; sul lato destro, con una grafica eccellente, la mappa del parco. Sempre sulla stessa fascia tre piccoli pulsanti che conducono ai *social network*, mentre una serie di immagini guidano a: un reportage sull'istituzione del parco, al meteo, all'area dedicata all'e-commerce, alla collaborazione con il parco, trasparenza e newsletter.

A fine pagina sono sistemate due sezioni: una dedicata ai progetti del parco, l'altra alle pagine più visitate del portale. A chiudere la parte inferiore del portale una barra che racchiude una serie di link di interesse ambientale.

Si riscontra un sufficiente utilizzo di particolari tecnologie di animazione per alcuni link.

Di seguito i cinque tipi di sfondo utilizzate nella parte superiore dell'homepage:

Sfondo dell'homepage di www.pnpg.it che ritrae le cime del Gran Paradiso



Sfondo dell'homepage di www.pngp.it che ritrae la marmotta



Sfondo dell'homepage di www.pngp.it che ritrae lo stambecco



Sfondo dell'homepage di www.pngp.it che ritrae lo stambecco



Sfondo dell'homepage di www.pngp.it che ritrae una coppia di stambecchi



Di seguito l'intera homepage del Parco Nazionale del Gran Sasso.

Homepage del portale www.pngp.it

The screenshot shows the homepage of the Parco Nazionale Gran Paradiso website. At the top, there is a navigation bar with links for 'Homepage', 'Contatti', 'Press Room', 'Albo pretorio', 'FAQ', and 'Link'. A search bar and language selection icons (Italian, English) are also present. Below the navigation bar is a main menu with categories: 'Ente Parco', 'Visita il Parco', 'Iniziative del Parco', 'Natura e ricerca', 'Vivere nel Parco', and 'Multimedia'. The main content area is divided into several sections:

- Ente Parco:** Includes links for 'Ufficio e sedi', 'Operazione trasparenza', 'URP', and 'Corpo di sorveglianza'.
- Visita il Parco:** Includes links for 'Come arrivare', 'Centri visitatori', 'Valli e comuni', and 'Itinerari e escursioni'.
- Iniziative del Parco:** Includes links for 'News', 'Eventi e iniziative', 'Marchio di Qualità', and 'Aiuta il pngp'.
- Natura e ricerca:** Includes links for 'Fauna', 'Conservazione e ricerca', 'Educazione ambientale', and 'Ambienti e vegetazione'.
- Vivere nel Parco:** Includes links for 'Piano del parco', 'Sviluppo sostenibile', 'Piano Antincendi', and 'Iniziative dai Comuni'.

Below these sections are several featured articles and notices:

- Prossime iniziative:** A list of upcoming events with dates and descriptions, such as 'Presentazione del Progetto Parchi 2011 al Museo di Scienze Naturali di Torino'.
- Focus:** A highlighted article titled 'UN SALTO FUORI DAL PERICOLO' with a graphic that says 'DONA IL TUO 5 x 1000 AL PARCO!'.
- Ultime notizie:** A list of recent news items with dates and brief descriptions, such as 'La Uisp organizza nel Parco una settimana di sport e attività ad impatto zero'.
- Mappa:** A map showing the location of the park in the Alps, with labels for 'Switzerland' and 'France'.
- 3 dicembre 1922:** A commemorative banner for the birth of the 'Primo Parco Nazionale Italiano'.
- Meteo:** A weather forecast section with a 'Guarda le previsioni METEO' button.
- Scopri il Parcoshop:** A section promoting the park's shop.
- Collabora con il Parco:** A section for public participation.
- Trasparenza, valutazione e merito:** A section related to transparency and evaluation.
- Iscriviti alla newsletter:** A form for signing up to receive updates.

At the bottom of the page, there are logos for partner organizations: 'MINISTERO DELL'AMBIENTE E DELLA TUTELA DEL TERRITORIO E DEL MARE', 'CIPRA Futuro nelle Alpi', 'Federparchi', 'alparc', 'GSE', and 'Parchi 2011'. The footer also contains the website's address and contact information.

Descriviamo alcuni risultati ottenuti dall'analisi del suddetto portale; dati che verranno catalogati nella scheda di valutazione a fine del paragrafo.

La grafica del portale rievoca la *mission* dell'ente Parco: infatti nella progettazione grafica (*web design*), come già delineato, si individuano degli sfondi che ricalcano peculiarità paesaggistiche e ambientali del parco.

Il logo del parco rappresenta lo stambecco. I colori utilizzati sono il nero in primo piano (che riproduce l'ombra del busto dello stambecco e la denominazione dell'omonimo parco) ed il giallo come sfondo. I colori del logo non sono sufficientemente rappresentati nel portale; mentre è da notare, che il gioco di *luce ombra* adottato nel logo, è presente sia su due sfondi (immagini nelle pagine precedenti) utilizzati nell'homepage, sia sul link *Nasce il primo Parco Nazionale italiano*. Il logo del parco, lo stambecco, è abbastanza rappresentato nel portale: nella maggiore parte degli sfondi dell'homepage, nella colonna dei link *Natura e ricerca*, nel link *Dona il tuo 5x1000 al parco*, nella mappa, nel link *Nasce il primo Parco Nazionale italiano*.

Logo del Parco Nazionale del Gran Paradiso

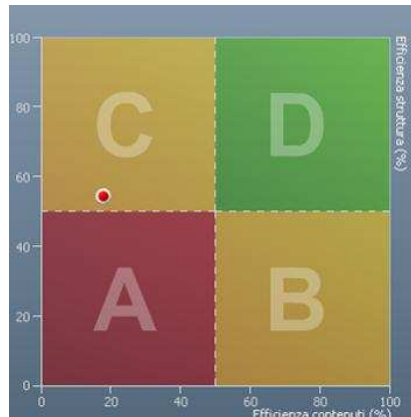


Adesso passiamo all'analisi del posizionamento e della visibilità:

Valutazione efficienza pagina di www.pngp.it

DESCRIZIONE	STRUTTURA	CONTENUTI	EFFICENZA	VALUTAZIONE
Efficienza URL	24	0	0%	scarso
Eff. Tag introduttivi	8	2.94	37%	scarso
Efficienza Testo	8	3.3	40%	scarso
Efficienza HTML	7.8	2.18	28%	scarso
Efficienza Link	5.8	0.93	16%	scarso
Efficienza Flash	1	0.5	50%	mediocre
EFFICIENZA PAGINA	54.6%	9.75	18%	scarso

Grafico dell'efficienza del contenuto e della struttura del portale www.pngp.it



L'efficienza della pagina del portale di www.pngs.it risulta efficiente al 18%, mentre l'efficienza struttura pari al 53% ed un'efficienza contenuti pari al 18%.

Dagli ultimi due indicatori, si deduce che il suddetto portale rientra nel quadrante "C" (alta efficienza della struttura e bassa efficienza dei contenuti indicano che è necessario rivedere significativamente i contenuti informativi della pagina web in funzione della chiave selezionata).

Passiamo al monitoraggio dei motori di ricerca. Come illustrato nel grafico successivo, le pagine visualizzate sui motori di ricerca nazionali sono: su *Google* 187.000 pagine; su *Yahoo* 2.010.000 pagine; su *Msn* 627.000 pagine.

La media delle pagine visualizzate nel motore di ricerca *Google*, nei principali paesi del resto del Mondo è di 671.857.

Risultati esame Possy 3.0 del portale www.pngp.it

Possy 3.0					
URL http://www.pngp.it/					
Engine	Country	Keywords	Deep		
google	Italia	parco nazionale gran paradiso	2		187.000 pages
yahoo	Italia	parco nazionale gran paradiso	2		2.010.000 pages
msn	Italia	parco nazionale gran paradiso	2		627.000 pages
google	Francia	parco nazionale gran paradiso	2		2.870.000 pages
google	Spagna	parco nazionale gran paradiso	2		334.000 pages
google	Germania	parco nazionale gran paradiso	2		329.000 pages
google	Stati Uniti	parco nazionale gran paradiso	2		184.000 pages
google	Giappone	parco nazionale gran paradiso	2		329.000 pages
google	Australia	parco nazionale gran paradiso	2		329.000 pages
google	Russia	parco nazionale gran paradiso	2		328.000 pages

Ecco i dati relativi al valore del portale:

schema di valutazione del valore del portale www.pngp.it



Dai risultati ottenuti dal grafico sopra, www.pngp.it risulta alla 758.078° posizione dei siti mondiali ed al 23.003° posizione dei siti italiani. Esso ha in media 535 visitatori giornalieri che visitano mediamente 1.533 pagine, e, presenta 5.720 collegamenti esterni. Il valore economico del portale del Parco Nazionale del Gran Sasso e Monti della Laga è di € 8.761,00.

I dati relativi al *contatore visitatore* relative all'anno 2010 sono: 96.968 visitatori unici; 143.574 visite; 810.981 pagine visitate; tempo medio visite 3 minuti e 48 secondi; mese con maggiori visite luglio con 15.936 visitatori; pagine visitate in Italia 705.553 (87%); pagine visitate in UE 55.146 (6,8%); pagine visitate nel resto del Mondo 50.208 (6,2%).

Esaminando l'internazionalizzazione risulta che il portale del Parco del Gran Paradiso risulta tradotto in due lingue straniere: francese ed inglese, garantendo sufficientemente l'accessibilità ad utenti di paesi stranieri, grazie anche al fatto che gran parte del contenuto originale in madre lingua risulta tradotto.

Adesso passiamo allo studio dell'accessibilità suddetto portale secondo alcune linee guide illustrate nel documento WAI. Per la prima linea guida "*fornire alternative equivalenti al contenuto audio e visivo*" il risultato è buono: si riscontrano degli errori solo in due link sul lato destro della pagina, non segnalati nell'HTML e non descritti in modo chiari sull'immagine del pulsante. Nella seguente immagine con un bollino verde si indica che all'interno del tag HTML c'è una

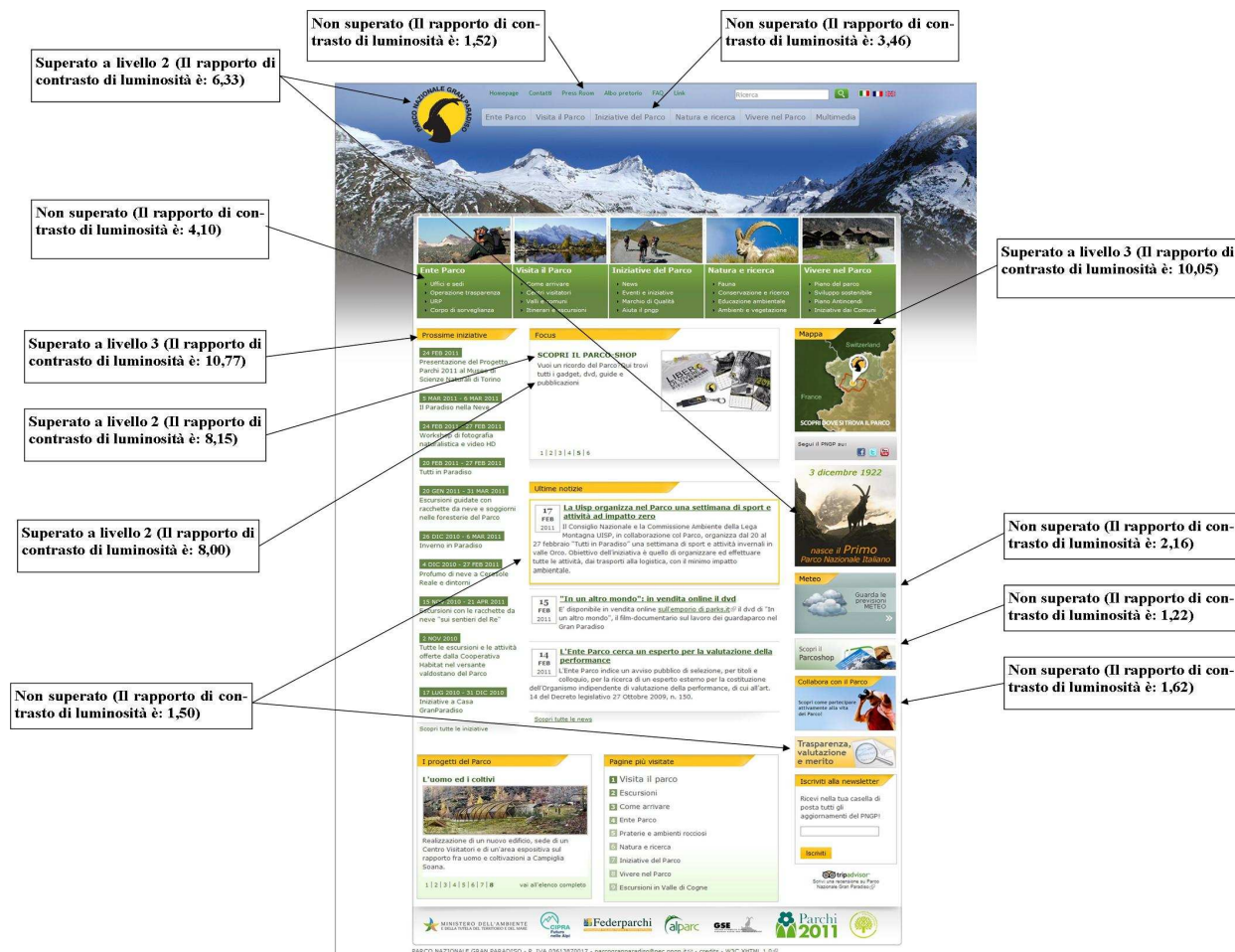
descrizione, con un bollino giallo che accanto o all'interno dell'immagine corrisponde una descrizione, con un bollino rosso si indica l'assenza delle suddette funzioni.

Analisi dell'accessibilità del contenuto testuale dell'homepage di www.pngp.it



Dall'analisi condotta, secondo i principi della prima lingua guida, il portale www.pngp.it è accessibile al 80%.

Esaminiamo la seconda linea guida del WAI "assicurarsi che il testo e la parte grafica siano comprensibili se consultati senza il colore"



Dall'analisi sopra condotta il portale www.pngp.it presenta un'accessibilità sul contrasto dei colori sufficiente, pari al 55%. Infatti risultano positivi l'intero testo scritto con il fondo bianco, l'immagine della mappa e del logo, mentre il resto non accessibile.

Riguardo la settima linea guida *“assicurarsi che gli oggetti in movimento, lampeggianti, scorrevoli o che si auto aggiornano possano essere arrestati temporaneamente o definitivamente”*, l'accessibilità risulta buona, in quanto, gli oggetti in movimento (sfondi homepage, *Meteo*, *Focus* e *Progetti del parco*) sono ben comprensibili e lenti.

Analizzando la tredicesima linea guida *“fornire chiari meccanismi di navigazione per aumentare le probabilità che una persona trovi quello che sta cercando in un sito”*, nel portale di studio abbiamo riscontrato buoni meccanismi per rendere accessibile la navigazione: una barra di navigazione, un motore di ricerca interno al sito e la possibilità di visualizzare e scegliere il successivo contenuto in qualsiasi pagina ci si trovi. Unico aspetto negativo è l'assenza della mappa del portale. Di seguito il questionario (con relativi risultati) sottoposto al nostro campione, per valutare l'usabilità del portale del Parco Nazionale del Gran Sasso e Monti della Laga.

Collegati sul sito web del Parco Nazionale del Gran Paradiso - www.pngp.it

PER OGNI DOMANDA SEGNA IL QUADRANTE CHE INDICA IL TUO GRADO DI SODDISFAZIONE



1. Il sito ha molti contenuti che mi interessano

ACCORDO DISACCORDO

2. Riesco velocemente a trovare quello che voglio nel sito

ACCORDO DISACCORDO

3. Le pagine del sito sono molto attraenti

ACCORDO DISACCORDO

4. Capire come trovare le vie giuste nel sito è un problema

ACCORDO DISACCORDO

5. E' facile usare il sito per la prima volta

ACCORDO DISACCORDO

6. È difficile dire se questo sito offre quello che desidero

ACCORDO DISACCORDO

7. Quando clicco su un link ottengo quello che mi aspetto

ACCORDO DISACCORDO

8. In futuro userei questo sito piuttosto che un altro

ACCORDO DISACCORDO

9. Consiglierei ai miei conoscenti questo sito web

ACCORDO DISACCORDO

10. Scrivi tre aspetti positivi del sito

I Attraente II. Completo III. Presenza FAQ

11. Scrivi tre aspetti negativi del sito

I Poco risalto per i servizi al turista II. Assenza della mappa del sito
III. Poche immagini nelle sezioni interne del sito

RISULTATO FINALE DELL'USABILITA': BUONO

Scheda di valutazione finale di www.pngp.it

CRITERIO DI VALUTAZIONE	RISULTATO
Grafica	
Richiamo alla <i>mission</i> dell'Ente Parco	<i>ottimo</i>
Richiamo ai colori del logo ufficiale	<i>scarso</i>
Richiamo al motivo del logo ufficiale	<i>distinto</i>
Organizzazione e struttura del contenuto	<i>buono</i>
Tecnologia utilizzata	<i>buono</i>
Posizionamento e visibilità	
Efficienza pagina (URL, tag, testo, HTML, link, flash)	<i>scarso</i>
Efficienza della struttura	<i>sufficiente</i>
Efficienza dei contenuti	<i>scarso</i>
Pagine visualizzate su Google nazionale (Italia)	<i>187.000</i>
Media pagine visualizzate su Google a livello internazionale	<i>671.857</i>
Valore	
Posizione sui siti mondiali	<i>758.078° posizione</i>
Media visitatori giornalieri	<i>535 visitatori</i>
Media pagine visualizzate giornalmente	<i>1.553 pagine</i>
Valore economico del portale	<i>€ 8.761,00</i>
Contatore visitatori anno 2010	
Visitatori unici	<i>96.968</i>
Numero visite	<i>143.574</i>
Pagine visitate	<i>810.981</i>
Mese dell'anno con maggiori pagine visitate	<i>luglio con 15.936 visite</i>
Pagine visitate da visitatori nazionali	<i>705.553 (87%)</i>
Pagine visitate nei Paesi dell'Unione Europea	<i>55.146 (6,8%)</i>
Pagine visitate dal resto del Mondo	<i>50.208 (6,2%)</i>
Tempo medio della visita (in minuti)	<i>3minuti e 48secondi</i>
Internazionalizzazione	
Numero lingue del portale	<i>2</i>
Livello contenuto della traduzione	<i>mediocre</i>

Accessibilità

Contenuto NON testuale accessibile	<i>distinto (80%)</i>
Accessibilità sul contrasto dei colori	<i>sufficiente (55%)</i>
Comprensione degli oggetti in movimento (animazione)	<i>buono</i>
Chiari meccanismi di navigazione	<i>discreto</i>

Usabilità (interviste)

Contenuti interessanti	<i>buono</i>
Trovare velocemente ciò che si desidera	<i>discreto</i>
Attrazione delle pagine web	<i>discreto</i>
Rilevanza di problemi a trovare la via giusta nelle pagine	<i>sufficiente</i>
Facilità nell'uso del portale per la prima volta	<i>sufficiente</i>
Il sito offre ciò che si desidera cercare	<i>mediocre</i>
Cliccando un link si ottiene ciò che si cerca	<i>sufficiente</i>
Uso del portale in futuro	<i>discreto</i>
Consigliare il portale a conoscenti	<i>discreto</i>
Maggiore aspetto positivo del portale	<i>attraente</i>
Maggiore aspetto negativo del portale	<i>poco risalto per i servizi al turista</i>

2.4 Portale del Parco Nazionale dei Pirenei - www.parc-pyrenees.com

Il Parco Nazionale dei Pirenei, creato nel 1967, si estende dalla *Valle d'Aspe* (ad ovest) al *Massiccio di Néouvielle* (ad est), e raggiunge la frontiera spagnola coprendo una superficie di 500 km². Si estende per 45.000 ettari ed è luogo d'osservazione privilegiato della fauna selvaggia, in particolare modo del camoscio dei Pirenei.

Aperto il portale del Parco, www.parc-pyrenees.com, l'occhio cade subito sulla serie di foto che scorrono, occupando gran parte della schermata dell'home: si tratta di 20 foto molto suggestive che ritraggono panorami mozzafiato, primi piani di specie di animali del luogo e la vita rurale; esse danno un'idea molto chiara delle peculiarità del parco. Tutto ciò si riscontra anche nel

lo sfondo dell'intero portale, che ritrae, attraverso una grafica non evidente abbastanza, un camoscio che si aggira fra i monti dei Pirenei.

Il portale è molto sintetico, scorrevole ed essenziale, ma graficamente organizzato e curato nei minimi particolari: le foto sono racchiuse all'interno di un rettangolo smussato ed incurvato nella parte inferiore; caratteristica che ricorre anche nella barra degli strumenti nel lato superiore della pagina, evidenziata con uno sfondo nero. Questa forma rotondeggiante ricalca la peculiarità del logo del parco, sistemato e ben evidenziato nel lato superiore sinistro.

Sul lato sinistro dell'home troviamo i link essenziali e lo scorrimento delle news; accanto ai link, scorge la sagoma del camoscio dei Pirenei, che con un'abile gioco grafico sembra guardare l'utente.

Nella parte inferiore troviamo due link evidenziati sia da due strisce colorate che contrastano con il resto dei colori utilizzati nella home, sia da due foto: *Territorio d'emergenza* e *Territorio della vita*. Infine, in fondo, troviamo una serie di link di accessibilità del portale.

Nonostante l'homepage è molto sintetica, le pagine interne del sito presentano abbastanza contenuti oltre ad essere ben curate.

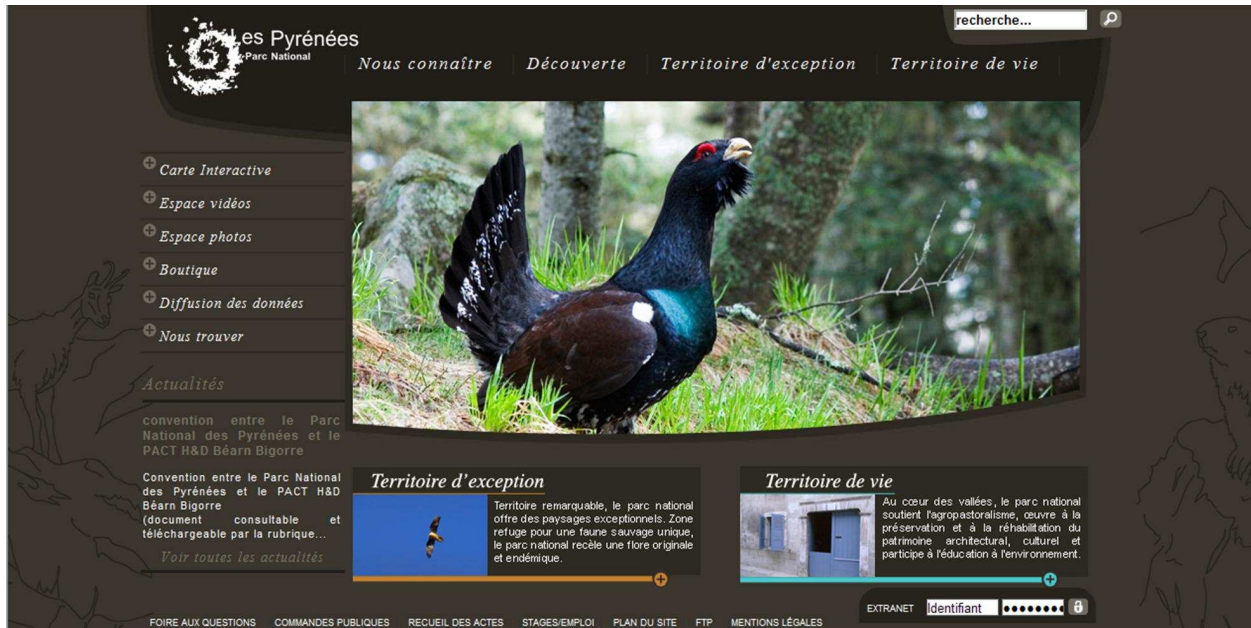
Si riscontrano sufficienti utilizzi di particolari tecnologie di animazione per alcuni link.

Di seguito lo sfondo utilizzato nel portale, per ritrarre il simbolo del Parco: il camoscio.

Sfondo del portale www.parc-pyrenees.com



Homepage del portale www.parc-pyrenees.com



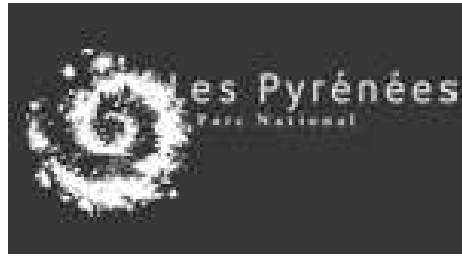
Descriviamo alcuni risultati ottenuti dall'analisi del suddetto portale; dati che verranno catalogati nella scheda di valutazione a fine del paragrafo.

La grafica del portale rievoca la *mission* dell'ente Parco: infatti nella progettazione grafica (*web design*), come già delineato, si delineano peculiarità del parco, come lo sfondo ricalcante un camoscio in giro tra i monti dei Pirenei, e, come la serie di foto che riproducono l'ambiente del parco. Unica nota negativa è l'uso di colori abbastanza scuri, che di certo, poco si addicono con la *mission* dell'Ente Parco.

Il logo del parco rappresenta la lingua glaciale di un tracciato di sci: un logo innovativo ed accattivante. I colori utilizzati sono il bianco in primo ed il nero come sfondo; combinazione che crea un grosso contrasto fra i colori, delineando in modo ottimale il senso a vortice di un tracciato di sci.

Come già delineato nelle precedenti pagine, la forma rotondeggiante del logo del parco, è abbastanza riprodotta nel resto del portale. A rafforzare il richiamo alle singolarità del territorio, ci pensa lo sfondo, riconvocando il camoscio e i monti dei Pirenei.

Logo del Parco Nazionale dei Pirenei



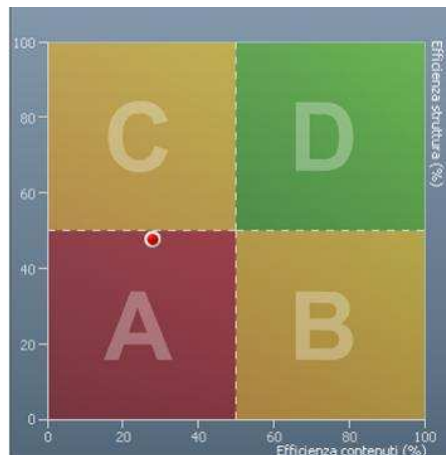
Adesso passiamo all'analisi del posizionamento e della visibilità.

Ecco i dati emersi del portale del parco in esame:

Valutazione efficienza pagina di www.parc-pyrenees.com

DESCRIZIONE	STRUTTURA	CONTENUTI	EFFICENZA	VALUTAZIONE
Efficienza URL	19.5	5.6	29%	scarso
Eff. Tag introduttivi	8	4.1	51%	mediocre
Efficienza Testo	8	3	38%	mediocre
Efficienza HTML	5.8	0	0%	scarso
Efficienza Link	6.8	0.86	13%	scarso
Efficienza Flash	0	0	0%	scarso
EFFICIENZA PAGINA	48.1%	13.56	28%	scarso

Grafico dell'efficienza del contenuto e della struttura del portale www.parc-pyrenees.com



L'efficienza della pagina del portale di www.parc-pyrenees.com risulta efficiente al 28%, mentre l'efficienza struttura pari al 49% ed un'efficienza contenuti pari al 28%. Dagli indicatori, si deduce che il suddetto portale rientra nel quadrante "A" (bassa efficienza della struttura e bassa efficienza dei contenuti indicano che è necessario rivedere completamente sia la struttura della pagina web che i contenuti). Passiamo al monitoraggio dei motori di ricerca. Co-

me illustrato nel grafico successivo, le pagine visualizzate sui motori di ricerca nazionali (Francia) sono: su *Google* 312.000 pagine; su *Yahoo* 421.000 pagine; su *Msn* 386.000 pagine.

La media delle pagine visualizzate nel motore di ricerca *Google*, nei principali paesi del resto del Mondo è di 476.000.

Risultati esame Possy 3.0 del portale *www.parc-pyrenees.com*

Possy 3.0					
google	Italia	parc national les pyrénées	2		366.000 pages
yahoo	Italia	parc national les pyrénées	2		421.000 pages
msn	Italia	parc national les pyrénées	2		386.000 pages
google	Francia	parc national les pyrénées	2		312.000 pages
google	Spagna	parc national les pyrénées	2		642.000 pages
google	Germania	parc national les pyrénées	2		312.000 pages
google	Stati Uniti	parc national les pyrénées	2		643.000 pages
google	Giappone	parc national les pyrénées	2		358.000 pages
google	Australia	parc national les pyrénées	2		368.000 pages
google	Russia	parc national les pyrénées	2		643.000 pages

Ecco i dati relativi al valore del portale:

schema di valutazione del valore del portale *www.parc-pyrenees.com*

WEB informazione

THUMBSHOTS.COM
IMAGE COMING SOON

Parc-pyrenees.com Valutazione € 2.929

www.Parc-pyrenees.com è classificato alla posizione #72.544 in Francia. Include contenuti su "Toutes Les Questions Quelle Est La Réglementation Concernant", "Toutes Les Questions Peut-on Bivouaquer Dans Le Pnp ?".

[Riassunto](#)
[Visitatori](#)
[Dettagli Server](#)
[Sul web](#)

Valore Sito Web	€ 2.929 *
Pagine Viste Giornaliere	438 *
Visitatori Giornalieri	< 20 *
Classifica Mondiale	2.264.738
DMOZ Categorie	Nature et environnement/Parcs et réserves naturels Nature et environnement/Parcs et réserves naturels
Collegamenti Esterni	11.830

Dai risultati ottenuti dal grafico sopra, www.parc-pirenees.com.it risulta alla 2.264.738° posizione dei siti mondiali. Esso ha in media meno di 20 visitatori giornalieri che visitano 438 pagine, e, presenta 11.830 collegamenti esterni. Il valore economico del portale del Parco Nazionale dei Pirenei è di € 2.929,00.

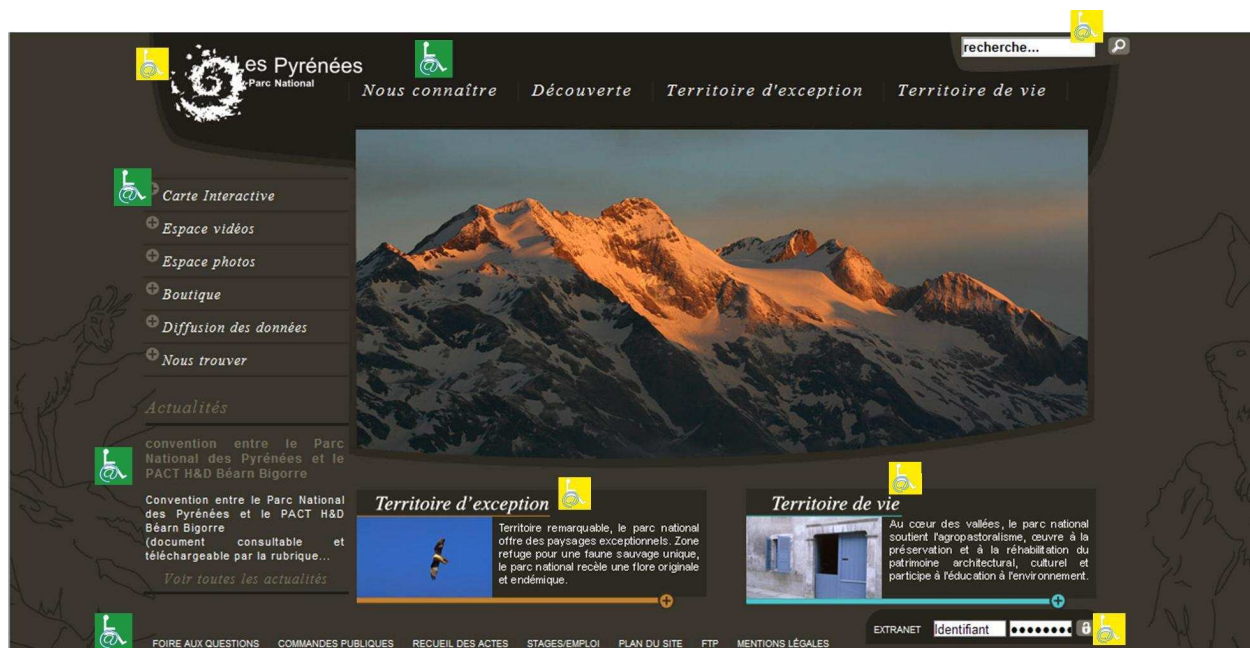
I dati relativi al *contatore* non sono disponibili.

Esaminando l'internazionalizzazione risulta che il portale del Parco dei Pirenei non risulta tradotto in nessuna lingua straniera, limitando così l'accessibilità ad utenti di paesi stranieri.

Adesso passiamo allo studio dell'accessibilità suddetto portale secondo alcune linee guide illustrate nel documento WAI. Per la prima linea guida "*fornire alternative equivalenti al contenuto audio e visivo*" il risultato è ottimo.

Nella seguente immagine con un bollino verde si indica che all'interno del tag HTML c'è una descrizione, con un bollino giallo che accanto o all'interno dell'immagine corrisponde una descrizione, con un bollino rosso si indica l'assenza delle suddette funzioni.

Analisi dell'accessibilità del contenuto testuale dell'homepage di www.parc-pyrenees.it



Esaminiamo la seconda linea guida del WAI "*assicurarsi che il testo e la parte grafica siano comprensibili se consultati senza il colore*".

Dall'analisi sopra condotta il portale www.parc-pyrenees.com presenta un'accessibilità sul contrasto dei colori buono, pari al 70%. La maggiore parte del testo è in bianco, contrastando

notevolmente lo sfondo in nero; il logo è ben evidente; il riquadro del motore interno al sito è ottimamente evidenziato tramite un riquadro in bianco.

Negativo risultano le poche scritte in colore grigio su sfondo nero ed in particolare modo lo sfondo. Nella successiva figura l'intero esame sui colori adottato su www.parc-pyrenees.com:



Riguardo la settima linea guida “assicurarsi che gli oggetti in movimento, lampeggianti, scorrevoli o che si auto aggiornano possano essere arrestati temporaneamente o definitivamente”, l’accessibilità risulta buona, in quanto, gli oggetti in movimento (foto e news) sono ben comprensibili.

Analizzando la tredicesima linea guida “fornire chiari meccanismi di navigazione per aumentare le probabilità che una persona trovi quello che sta cercando in un sito”, nel portale di studio abbiamo riscontrato buoni meccanismi per rendere accessibile la navigazione: una barra di navigazione, un motore di ricerca interno al sito e la mappa del portale.

Di seguito il questionario (con relativi risultati) sottoposto al nostro campione, per valutare l’usabilità del portale del Parco Nazionale del Gran Sasso e Monti della Laga.

Collegati sul sito web del Parco Nazionale dei Pirenei - www.parc-pirenees.com

PER OGNI DOMANDA SEGNA IL QUADRANTE CHE INDICA IL TUO GRADO DI SODDISFAZIONE

1. Il sito ha molti contenuti che mi interessano

ACCORDO DISACCORDO

2. Riesco velocemente a trovare quello che voglio nel sito

ACCORDO DISACCORDO

3. Le pagine del sito sono molto attraenti

ACCORDO DISACCORDO

4. Capire come trovare le vie giuste nel sito è un problema

ACCORDO DISACCORDO

5. E' facile usare il sito per la prima volta

ACCORDO DISACCORDO

6. È difficile dire se questo sito offre quello che desidero

ACCORDO DISACCORDO

7. Quando clicco su un link ottengo quello che mi aspetto

ACCORDO DISACCORDO

8. In futuro userei questo sito piuttosto che un altro

ACCORDO DISACCORDO

9. Consiglierei ai miei conoscenti questo sito web

ACCORDO DISACCORDO

10. Scrivi tre aspetti positivi del sito

I. Foto e video suggestivi II. Designer particolare

III. sezione "extranet" per interagire con gli altri utenti

11. Scrivi tre aspetti negativi del sito

I. Non è tradotto in nessuna lingua straniera II. Poco contenuti III. Poco colori



RISULTATO FINALE DELL'USABILITA': SUFFICIENTE

Scheda di valutazione finale di www.parc-pyrenees.com

CRITERIO DI VALUTAZIONE	RISULTATO
Grafica	
Richiamo alla <i>mission</i> dell'Ente Parco	<i>buono</i>
Richiamo ai colori del logo ufficiale	<i>ottimo</i>
Richiamo al motivo del logo ufficiale	<i>buono</i>
Organizzazione e struttura del contenuto	<i>ottimo</i>
Tecnologia utilizzata	<i>buono</i>
Posizionamento e visibilità	
Efficienza pagina (URL, tag, testo, HTML, link, flash)	<i>scarso</i>
Efficienza della struttura	<i>mediocre</i>
Efficienza dei contenuti	<i>scarso</i>
Pagine visualizzate su Google nazionale (Francia)	312.000
Media pagine visualizzate su Google a livello internazionale	476.000
Valore	
Posizione sui siti mondiali	2.264.738° posizione
Media visitatori giornalieri	<20 visitatori
Media pagine visualizzate giornalmente	438 pagine
Valore economico del portale	€ 2.929,00
Contatore visitatori anno 2010	
Visitatori unici	<i>nd</i>
Numero visite	<i>nd</i>
Pagine visitate	<i>nd</i>
Mese dell'anno con maggiori pagine visitate	<i>nd</i>
Pagine visitate da visitatori nazionali	<i>nd</i>
Pagine visitate nei Paesi dell'Unione Europea	<i>nd</i>
Pagine visitate dal resto del Mondo	<i>nd</i>
Tempo medio della visita (in minuti)	<i>nd</i>
Internazionalizzazione	
Numero lingue del portale	/
Livello contenuto della traduzione	<i>scarso</i>

Accessibilità

Contenuto NON testuale accessibile	<i>ottimo (100%)</i>
Accessibilità sul contrasto dei colori	<i>discreto (70%)</i>
Comprensione degli oggetti in movimento (animazione)	<i>buono</i>
Chiari meccanismi di navigazione	<i>buono</i>

Usabilità (interviste)

Contenuti interessanti	<i>discreto</i>
Trovare velocemente ciò che si desidera	<i>mediocre</i>
Attrazione delle pagine web	<i>discreto</i>
Rilevanza di problemi a trovare la via giusta nelle pagine	<i>scarso</i>
Facilità nell'uso del portale per la prima volta	<i>mediocre</i>
Il sito offre ciò che si desidera cercare	<i>scarso</i>
Cliccando un link si ottiene ciò che si cerca	<i>sufficiente</i>
Uso del portale in futuro	<i>mediocre</i>
Consigliare il portale a conoscenti	<i>mediocre</i>
Maggiore aspetto positivo del portale	<i>foto e video suggestivi</i>
Maggiore aspetto negativo del portale	<i>non è tradotto in nessuna lingua</i>

2.5 Portale del Parco Nazionale di Yellowstone - www.yellowstoneparc.com

Il parco nazionale di Yellowstone si trova negli Stati Uniti d'America e più precisamente nell'estremo settore nord-occidentale dello stato del *Wyoming* e sconfina, per un piccolo tratto, negli stati del *Montana* e dell'*Idaho*, occupando un'ampia zona delle *Montagne Rocciose*. È il nucleo centrale dell'ecosistema di *Yellowstone*, uno dei più grandi ecosistemi intatti della zona temperata rimasto sulla Terra. Yellowstone è il più antico parco nazionale del mondo (è stato fondato nel 1872) e dal 1978 è stato dichiarato Patrimonio dell'umanità dall'Unesco.

Il parco si estende per 8.980 km² su una serie di altipiani che hanno un'altitudine media di 2.400 metri s.l.m.

Il parco è celebre per i numerosi geyser, le sorgenti calde (200° c) e altre interessanti zone geotermiche. I Geysers sono più di 300 e raggiungono la più alta densità al mondo, i più grandi emettono getti di vapore a intervalli regolari che arrivano fino a 50 metri.

Il parco è molto importante in campo nazionale e internazionale per essere popolato da specie rare e spesso in via di estinzione, tra queste l'orso grizzly, detto anche orso grigio, una delle più note e diffuse sottospecie dell'orso bruno.

Da una storpiatura di "Yellowstone" prende nome il parco nazionale immaginario di "Jellystone", in cui vive l'orso dei cartoni animati Yoghi.

Appena si accede al portale del Parco, www.yellowstonepark.com, ci si rende subito conto di essere in un sito web americano e che l'orso è il simbolo del parco: la scala di colore marrone utilizzati nello sfondo, la mappa del tesoro con la bussola sulla destra della pagina conduco subito al mito del *cowboy* ed ai colori del *Vecchio West*.

Il portale è ricco di notizie, di materiale fotografico ed in modo particolare collegato ad un altro portale di viaggi che funge da catena fra i vari parchi americani, tramite un pulsante *National parc trips* messo in evidenza sulla parte superiore sinistra dell'home. Questo pulsante, ha da poco tempo sostituito il logo del parco nella versione della lingua ufficiale, mentre nelle versioni tradotte compare.

Sulla stessa linea troviamo la scritta *My Yellowstonepark.com*, che in questo caso funge da logo e da collegamento all'homepage. Accanto troviamo un link che conduce ai portali web degli altri parchi americani, la scelta della lingua, il motore di ricerca interno al sito, alcuni link di identificazione del parco, il pulsante che conduce al RSS (il software per essere aggiornato in tempo reale sulle notizie del parco) il pulsante POD una sorta di news.

Poi troviamo la barra del menù, dove sorprende il link che permette di realizzare il proprio viaggio all'interno del parco.

Sotto troviamo lo spazio dedicato alla galleria fotografica suddivisa per temi: con una tecnologia avanzata con tanto di sonoro, puntando con il cursore sull'immagine si scorge una freccia, che permette di visualizzare le altre foto. Le foto sono molto suggestive.

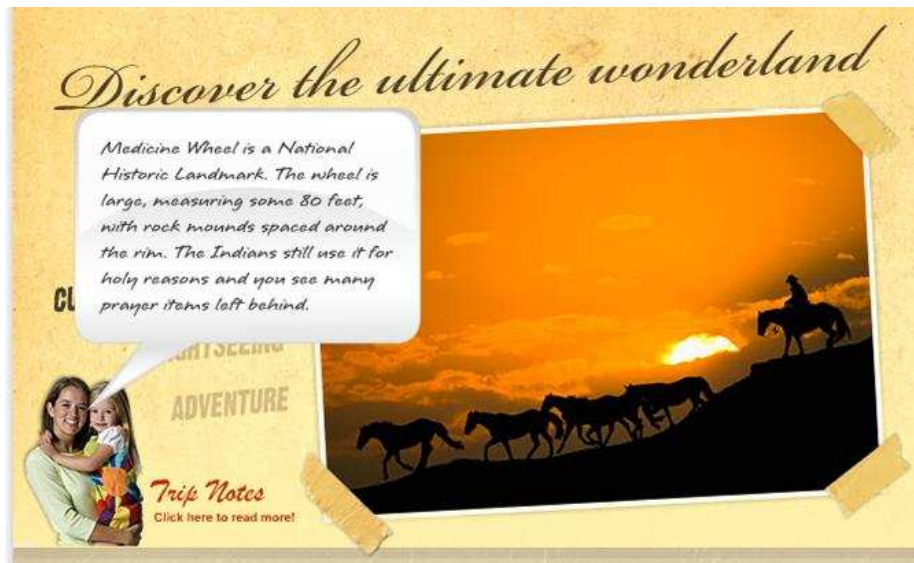
Vicino alla galleria fotografica troviamo la sagoma di alcune persone con affianco la scritta *Wildlife guide* (note di viaggio): puntando con il cursore verso l'immagine compare una nuvoletta in cui sono descritte delle annotazioni da parte di visitatori. Sulla destra troviamo due link con relative immagini sui loro contenuti: mappe ed itinerari e lo spazio che invita a condividere le

proprie esperienze all'interno del parco, in cambio si possono vincere oggetti *cool* del Parco nazionale di Yellowstone.

Tecnologia utilizzata nella galleria fotografica dell'homepage www.yellowstoneparc.com



Tecnologia utilizzata in "Annotazioni di viaggio" dell'homepage www.yellowstoneparc.com



Scendendo nella parte inferiore del portale troviamo quattro link, in cui delle immagini ricalcano il loro contenuto: *Guida turistica gratuita*, *Podcast*, per ascoltare le impressioni sul parco, *Video*, *Inviare una cartolina* un sistema che permette di inviare una cartolina virtuale.

Scorrendo il portale ci sono una serie di reportage sul parco, e due link che conducono a portali attinenti alla attività dell'ente parco: guide e servizi turistici, attrezzature e abbigliamento per esplorare il parco. A fine pagina ritroviamo nuovamente i link degli altri parchi americani, contatti su social network e la barra del menu.


Il portale si presenta ben strutturato nonostante i grandi contenuti che offre all'utente. Il contenuto non diviene pesante e/o difficile all'utente grazie a tre fattori congiunti fra di loro: elevata e divertente tecnologia, immagini e testi suggestivi ed in particolare modo l'interattività con l'utente.

Di sicuro, la *mission* che il sito si prefigge è "catturare" nuovi possibili visitatori/turisti.

Riportiamo un esempio della forma di interattività che l'Ente Parco cerca di attivare con l'utente: di seguito un'immagine che viene mandata tramite e-mail per gli utenti che si registrano per qualsiasi servizio sul portale:



Homepage del portale [www. yellowstonepark.com](http://www.yellowstonepark.com)



YellowstonePark.com
Experience a Vacation of a Lifetime.

home | about us | contact | share | RSS | POD

Select a Park: choose a language:

Enter keywords: **SEARCH**

[THINGS TO DO](#) |
 [PLAN YOUR TRIP](#) |
 [REGIONS TO EXPLORE](#) |
 [WHERE TO STAY](#) |
 [MORE TO KNOW](#) |
 [BLOG](#) |
 [MY CLIPBOARD](#) +

Discover the ultimate wonderland


WILDLIFE <

NATURAL WONDERS

CULTURE & HISTORY

SIGHTSEEING

ADVENTURE




Wildlife Guide

Learn how to find the animals of Yellowstone!

MAPS & TRAVEL ROUTES


The region is packed full of scenic drives that take visitors to remote & scenic places.

LEARN MORE >




SHARE CONTENT & WIN COOL GEAR

LEARN MORE >




FREE TRIP PLANNER

Get maps of Yellowstone Park, activity info, coupons and more — it's everything you need to plan your Yellowstone vacation of a lifetime.




99 THINGS MAGAZINE

Order your "Things to Do" magazine today. 158 pages of great information to plan your trip — for only \$4.95.




VIDEOS


Travel Yellowstone country without leaving home. Watch geysers erupt, Indians dance, wildlife roam and more.



WILDLIFE VIEWING GUIDE


Everything you need to know about viewing wildlife in Yellowstone Park. Learn about the animals you'll encounter and find the right gear to view them all.






Wildlife Abounds in Yellowstone Park
Yellowstone Park is home to more wildlife than anywhere else in the Lower 48, so you're sure to see plenty of animals, including grizzly and black bears, trumpeter swans, wolves, moose, elk, bighorn sheep, pelicans and more.

> learn more about Wildlife in Yellowstone Park




Bronco Riding and Rodeos Give Yellowstone Vacations a New Twist
Watch real bronco riding, goat tying, barrel racing and more at rodeos throughout our 5-state region, including the oldest and largest outdoor rodeo in the world.

> learn more about Yellowstone Rodeos




Real Indians Still Call Yellowstone Park Home
Looking for authenticity? Check out real Indians in their native attire dancing and performing at authentic powwows at the Wind River Indian Reservation.

> learn more about Native American History in Yellowstone Park




Hike Thousands of Miles in the Yellowstone Area
There are literally thousands of backcountry trail miles to explore in the Yellowstone area — full of towering granite mountains, glaciers, mountain lakes, rivers and more wildlife than people.

> learn more about Hiking in Yellowstone National Park



Wash It All Away with a Whitewater Rafting Trip
Yellowstone Park is full of whitewater river rafting outfitters that can provide you with a unique, from-the-river vantage of the wonders of the Park region.


> learn more about Whitewater Rafting in Yellowstone



Play Cowboy on Your Yellowstone Vacation
There's nothing quite like a tour of the wild by horseback. Take to the saddle for an hour, half a day or for an extended guided tour.

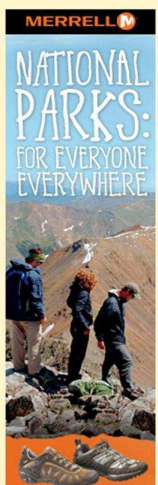
> learn more about Horseback Riding in Yellowstone National Park

Experience the other side of Yellowstone




START PLANNING YOUR TRIP HERE >


WWW.FLYINGPIGRAFTING.COM



Other National Park Vacation Resources

- [Grand Canyon National Park Travel Resources](#)
- [Zion National Park Travel Resources](#)
- [Rocky Mountain National Park Travel Resources](#)
- [Yosemite National Park Travel Resources](#)

Become a fan of Yellowstone Park on Facebook 

Follow Yellowstone Park on Twitter 

© 2011 YellowstonePark.com. Things to Do | Plan Your Trip | Regions to Explore | Where to Stay | More to Know | Free Trip Planner | Site Map | Contact Us | Privacy Statement

Descriviamo alcuni risultati ottenuti dall'analisi del suddetto portale; dati che verranno catalogati nella scheda di valutazione a fine del paragrafo.

La grafica del portale rievoca la *mission* dell'ente Parco: infatti nella progettazione grafica (*web design*), come già delineato, si delineano peculiarità del parco.

Il logo del parco rappresenta l'orso grizzly: i colori utilizzati sono un marroncino che crea la sagoma dell'orso e la denominazione del parco, mentre il colore arancione sfumato è utilizzato come sfondo.

Il logo del parco è poco rappresentato all'interno del portale, mentre i colori dello stesso sono i principali utilizzati.

Logo del Parco Nazionale di Yellowstone



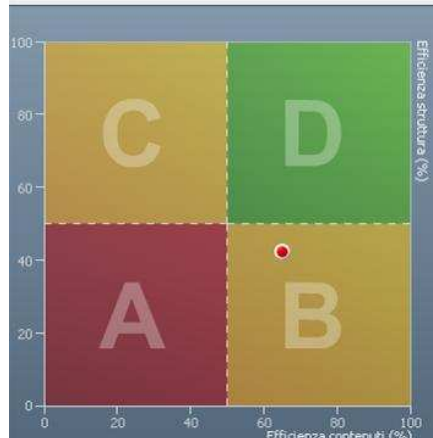
Adesso passiamo all'analisi del posizionamento e della visibilità.

Ecco i dati emersi del portale del parco in esame:

Valutazione efficienza pagina di www.yellowstonepark.com

DESCRIZIONE	STRUTTURA	CONTENUTI	EFFICENZA	VALUTAZIONE
Efficienza URL	15	9.1	61%	sufficiente
Eff. Tag introduttivi	8	7.5	94%	distinto
Efficienza Testo	8	8	100%	ottimo
Efficienza HTML	4.8	1.02	21%	scarso
Efficienza Link	5.8	0.98	17%	scarso
Efficienza Flash	1	1	100%	ottimo
EFFICIENZA PAGINA	42.6%	27.6	65%	distinto

Grafico dell'efficienza del contenuto e della struttura del portale www.yellowstoneparc.com



L'efficienza della pagina del portale di www.yellowstoneparc.com risulta efficiente al 65%, mentre l'efficienza struttura pari al 43% ed un'efficienza contenuti pari al 67%.

Dagli ultimi due indicatori, si deduce che il suddetto portale rientra nel quadrante "B" (bassa efficienza della struttura e alta efficienza dei contenuti indicano che è necessario rivedere significativamente la struttura della pagina web e di conseguenza adattare i contenuti).

Passiamo al monitoraggio dei motori di ricerca. Come illustrato nel grafico successivo, le pagine visualizzate sui motori di ricerca nazionali (USA) sono: su *Google* 9.670.000 pagine; su *Yahoo* 28.700.000 pagine; su *Msn* 8.510.000 pagine.

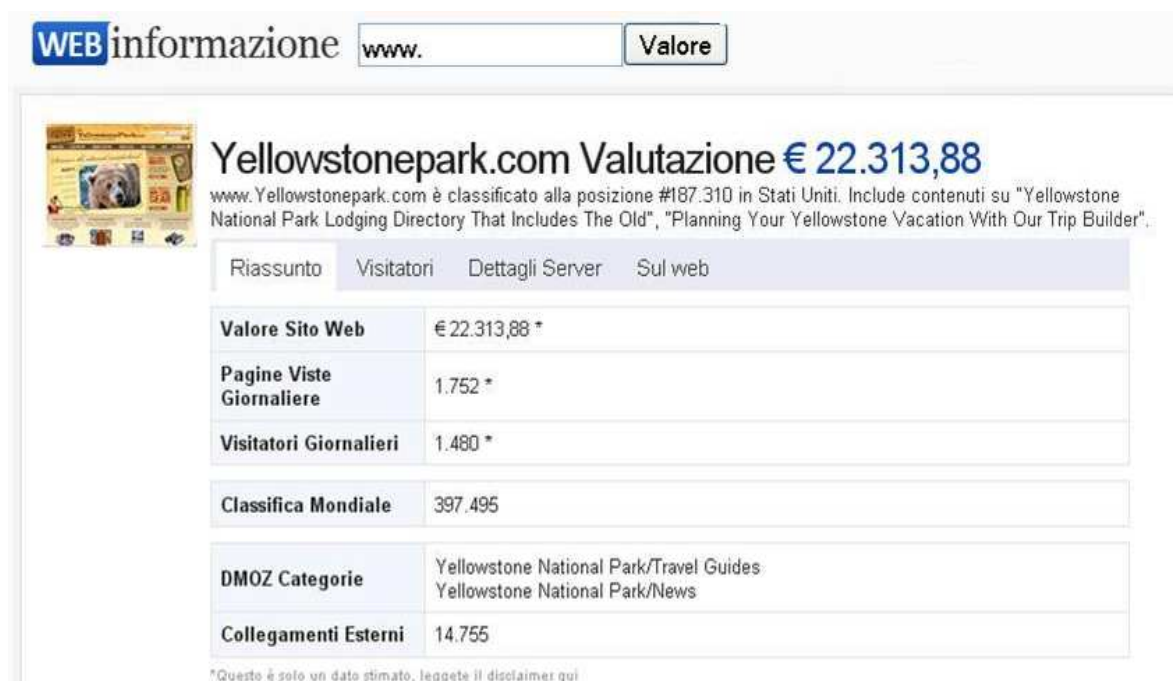
La media delle pagine visualizzate nel motore di ricerca *Google*, nei principali paesi del resto del Mondo è di 9.312.857 pagine.

Risultati esame Possy 3.0 del portale www.yellowstoneparc.com

Possy 3.0						
URL http://www.yellowstoneparc.com/						
Engine	Country	Keywords	Deep			
google	Italia	yellowstone park	2			8.610.000 pages
yahoo	Italia	yellowstone park	2			28.700.000 pages
msn	Italia	yellowstone park	2			8.510.000 pages
google	Francia	yellowstone park	2			9.870.000 pages
google	Spagna	yellowstone park	2			9.870.000 pages
google	Germania	yellowstone park	2			9.760.000 pages
google	Stati Uniti	yellowstone park	2			9.670.000 pages
google	Giappone	yellowstone park	2			9.760.000 pages
google	Australia	yellowstone park	2			9.850.000 pages
google	Russia	yellowstone park	2			7.470.000 pages

Ecco i dati relativi al valore del portale:

schema di valutazione del valore del portale www.yellowstonepark.com



Dai risultati ottenuti dal grafico sopra, www.yellowstonepark.com.it risulta alla 397.496° posizione dei siti mondiali. Esso ha in media 1.480 visitatori giornalieri che visitano 397.495 pagine, e, presenta 14.755 collegamenti esterni. Il valore economico del portale del Parco Nazionale di Yellowstone è di € 22.313,00.

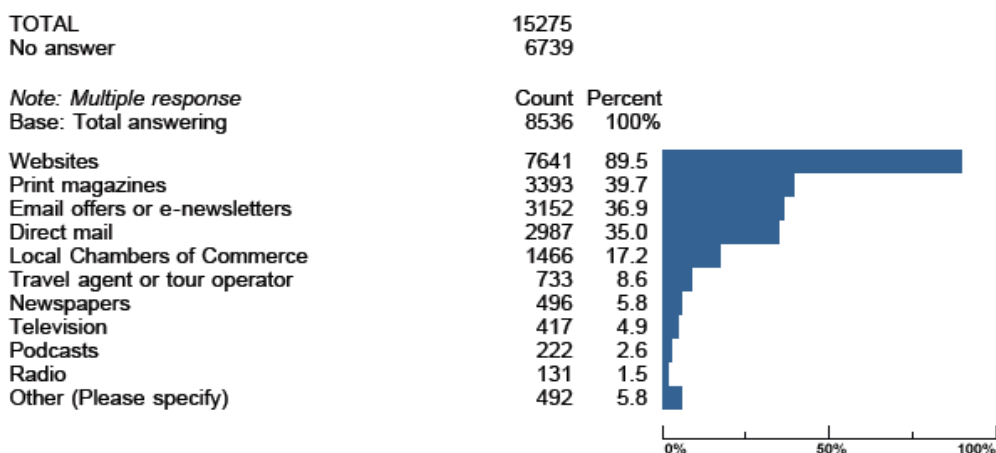
I dati relativi al *contatore visitatore* dell'anno 2010 sono: circa 650.000 visitatori con circa 3.000.000 di pagine visitate.

Gli altri dati che abbiamo utilizzato negli altri portali di indagine del nostro studio, non sono disponibili, ma in compenso si è riusciti a recuperare altri tipi di dati interessanti: i strumenti preferibilmente utilizzati per pianificare la vacanza nel parco, che sono risultati il portale web in questione, riviste magazine, offerte tramite email; i tipi di attività che attraggono verso il parco, che sono risultati gli animali selvatici, percorsi, escursionismo, musei..

Di seguito la rappresentazione grafica:

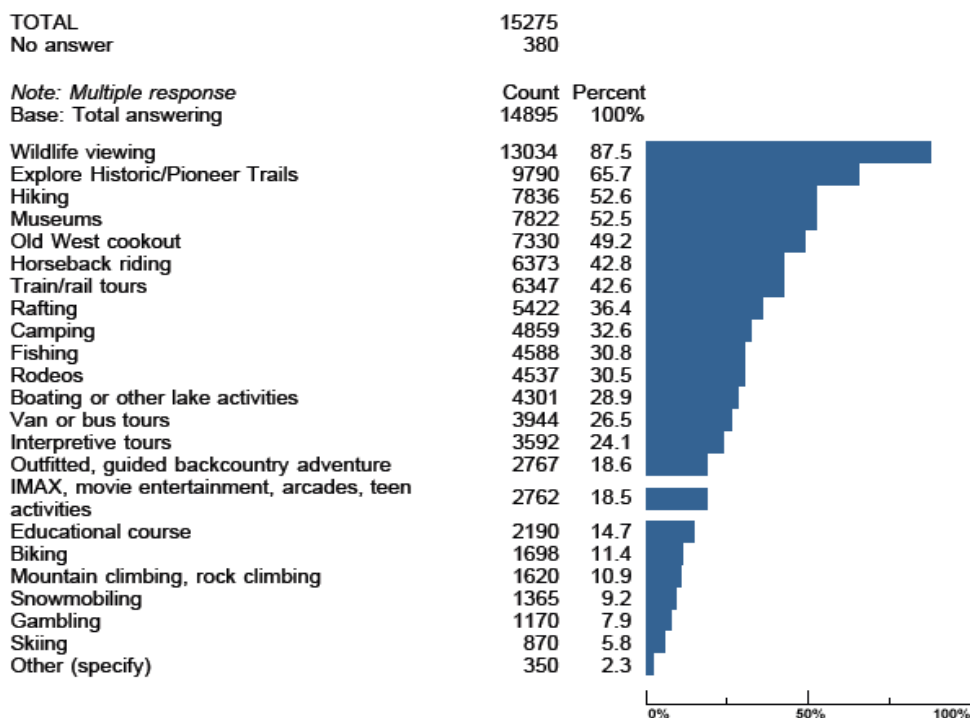
Strumenti utilizzati per pianificare la vacanza nel parco

9b. Which of the following tools are most important to you in planning your vacation?



Tipi di attività che attraggono nel parco

9c. Which of the following types of activities or attractions would you enjoy?



Esaminiamo l'internazionalizzazione: il sito è tradotto in tre lingue straniere (francese, tedesco ed italiano); risulta tradotta esclusivamente l'homepage. L'accessibilità del portale a visitatori stranieri è possibile in piccola parte, ma sufficientemente ad attirare l'attenzione verso la *mission* dell'ente parco. Adesso passiamo allo studio dell'accessibilità suddetto portale secondo al

cune linee guide illustrate nel documento WAI. Per la prima linea guida “fornire alternative equivalenti al contenuto audio e visivo” il risultato è ottimo.

Nella seguente immagine con un bollino verde si indica che all’interno del tag HTML c’è una descrizione, con un bollino giallo che accanto o all’interno dell’immagine corrisponde una descrizione, con un bollino rosso si indica l’assenza delle suddette funzioni.

Analisi dell’accessibilità del contenuto testuale dell’homepage di www.yellowstoneparc.com



Esaminiamo la seconda linea guida del WAI “assicurarsi che il testo e la parte grafica siano comprensibili se consultati senza il colore”.

Dall’analisi sotto condotta il portale www.yellowstoneiparc.com, presenta un’accessibilità sul contrasto dei colori sufficiente, pari al 50%.

Analisi del colore dell’homepage di www.yellowstoneiparc.com

The image shows a screenshot of the Yellowstone National Park website homepage. The page features a navigation menu, a main banner with a bear image, and several content blocks including trip planners, magazines, videos, and wildlife viewing guides. Annotations are placed around the page, pointing to specific elements and providing contrast ratio data.

Annotations:

- Top Left:** Non superato (Il rapporto di contrasto di luminosità è: 4,62)
- Top Center:** Superato a livello 2 (Il rapporto di contrasto di luminosità è: 8,69)
- Top Right:** Non superato (Il rapporto di contrasto di luminosità è: 3,79)
- Far Right:** Non superato (Il rapporto di contrasto di luminosità è: 2,09)
- Left Side (Banner Area):**
 - Superato a livello 3 (Il rapporto di contrasto di luminosità è: 10,13)
 - Superato a livello 2 (Il rapporto di contrasto di luminosità è: 9,46)
- Left Side (Free Trip Planner):** Non superato (Il rapporto di contrasto di luminosità è: 4,13)
- Left Side (Magazine/Video Grid):** Superato a livello 3 (Il rapporto di contrasto di luminosità è: 10,61)
- Right Side (Wildlife Viewing Guide):** Superato a livello 2 (Il rapporto di contrasto di luminosità è: 7,29)
- Bottom Right (Merrell Ad):** Non superato (Il rapporto di contrasto di luminosità è: 1,39)

Riguardo la settima linea guida *“assicurarsi che gli oggetti in movimento, lampeggianti, scorrevoli o che si auto aggiornano possano essere arrestati temporaneamente o definitivamente”*, non si riscontrano oggetti in movimento, se non azionati dall’utente.

Analizzando la tredicesima linea guida *“fornire chiari meccanismi di navigazione per aumentare le probabilità che una persona trovi quello che sta cercando in un sito”*, nel portale di studio abbiamo riscontrato sufficienti meccanismi per rendere accessibile la navigazione: un motore di ricerca interno al sito e la mappa del portale, mentre non si riscontra una barra di navigazione.

Di seguito il questionario (con relativi risultati) sottoposto al nostro campione, per valutare l’usabilità del portale del Parco Nazionale di Yellowstone.

Collegati sul sito web del Parco Nazionale di Yellowstone - www.yellowstoneparc.com

PER OGNI DOMANDA SEGNA IL QUADRANTE CHE INDICA IL TUO GRADO DI SODDISFAZIONE



1. Il sito ha molti contenuti che mi interessano

ACCORDO DISACCORDO

2. Riesco velocemente a trovare quello che voglio nel sito

ACCORDO DISACCORDO

3. Le pagine del sito sono molto attraenti

ACCORDO DISACCORDO

4. Capire come trovare le vie giuste nel sito è un problema

ACCORDO DISACCORDO

5. E' facile usare il sito per la prima volta

ACCORDO DISACCORDO

6. È difficile dire se questo sito offre quello che desidero

ACCORDO DISACCORDO

7. Quando clicco su un link ottengo quello che mi aspetto

ACCORDO DISACCORDO

8. In futuro userei questo sito piuttosto che un altro

ACCORDO DISACCORDO

9. Consiglierei ai miei conoscenti questo sito web

ACCORDO DISACCORDO

10. Scrivi tre aspetti positivi del sito

I. Interattivo II. I colori descrivono l'avventura americana III. Ricco di contenuti

11. Scrivi tre aspetti negativi del sito

I. Troppo link pubblicitari II. Traduzione in altre lingue della solo home III. confusionario

RISULTATO FINALE DELL'USABILITA': **BUONO**

Scheda di valutazione finale di www.yellowstoneparc.com

CRITERIO DI VALUTAZIONE	RISULTATO
Grafica	
Richiamo alla <i>mission</i> dell'Ente Parco	<i>ottimo</i>
Richiamo ai colori del logo ufficiale	<i>ottimo</i>
Richiamo al motivo del logo ufficiale	<i>sufficiente</i>
Organizzazione e struttura del contenuto	<i>buono</i>
Tecnologia utilizzata	<i>ottimo</i>
Posizionamento e visibilità	
Efficienza pagina (URL, tag, testo, HTML, link, flash)	<i>discreto</i>
Efficienza della struttura	<i>mediocre</i>
Efficienza dei contenuti	<i>discreto</i>
Pagine visualizzate su Google nazionale (Francia)	<i>9.670.000</i>
Media pagine visualizzate su Google a livello internazionale	<i>9.312.857</i>
Valore	
Posizione sui siti mondiali	<i>397.495° posizione</i>
Media visitatori giornalieri	<i>1.480 visitatori</i>
Media pagine visualizzate giornalmente	<i>1.752 pagine</i>
Valore economico del portale	<i>€ 22.313,88</i>
Contatore visitatori anno 2010	
Visitatori unici	<i>nd</i>
Numero visite	<i>circa 650.000</i>
Pagine visitate	<i>circa 3.000.000</i>
Mese dell'anno con maggiori pagine visitate	<i>nd</i>
Pagine visitate da visitatori nazionali	<i>nd</i>
Pagine visitate nei Paesi dell'Unione Europea	<i>nd</i>
Pagine visitate dal resto del Mondo	<i>nd</i>
Tempo medio della visita (in minuti)	<i>nd</i>
Internazionalizzazione	
Numero lingue del portale	<i>3</i>
Livello contenuto della traduzione	<i>sufficiente</i>

Accessibilità

Contenuto NON testuale accessibile	<i>ottimo (100%)</i>
Accessibilità sul contrasto dei colori	<i>mediocre (50%)</i>
Comprensione degli oggetti in movimento (animazione)	<i>/</i>
Chiari meccanismi di navigazione	<i>sufficiente</i>

Usabilità (interviste)

Contenuti interessanti	<i>discreto</i>
Trovare velocemente ciò che si desidera	<i>mediocre</i>
Attrazione delle pagine web	<i>discreto</i>
Rilevanza di problemi a trovare la via giusta nelle pagine	<i>scarso</i>
Facilità nell'uso del portale per la prima volta	<i>mediocre</i>
Il sito offre ciò che si desidera cercare	<i>scarso</i>
Cliccando un link si ottiene ciò che si cerca	<i>sufficiente</i>
Uso del portale in futuro	<i>mediocre</i>
Consigliare il portale a conoscenti	<i>mediocre</i>
Maggiore aspetto positivo del portale	<i>interattivo</i>
Maggiore aspetto negativo del portale	<i>troppi link pubblicitari</i>

Capitolo 3

Confronto fra il portale del Parco Nazionale della Sila e di portali di enti analoghi

In questo capitolo il portale web del Parco Nazionale della Sila www.parcosila.it viene confrontato con i portali dei cinque Parchi Nazionali esaminati nel precedente capitolo: Parco Nazionale delle Dolomiti Bellunesi - www.dolomitipark.it, Parco Nazionale del Gran Sasso e Monti della Laga - www.gransassolagapark.it, Parco Nazionale del Gran Paradiso - www.pngp.it; Parco Nazionale dei Pirenei - www.parc-pyrenees.com; Parco Nazionale Yellowstone - www.yellowstonepark.com.

Il confronto è realizzato tramite le schede di valutazione, elaborate nei precedenti capitoli, per ciascun Parco Nazionale.

Infine viene stilata una scheda di valutazione complessiva di tutti e sei i Parchi Nazionali oggetto dell'indagine condotta.

Scopo del suddetto confronto tra i portali web dei Parchi, è la rilevazione degli “elementi distintivi” che ogni portale web impone sugli altri portali web di enti analoghi, al fine di ottenere una serie di stereotipi utili per la creazione del un nuovo portale web del Parco Nazionale della Sila.

3.1 Confronto fra il portale www.parcosila.it & www.dolomitipark.it

CRITERIO DI VALUTAZIONE	<i>www.parcosila.it</i>	<i>www.dolomitipark.it</i>
Grafica		
Richiamo alla <i>mission</i> dell'Ente Parco	buono	scarso
Richiamo ai colori del logo ufficiale	sufficiente	buono
Richiamo al motivo del logo ufficiale	mediocre	sufficiente
Organizzazione e struttura del contenuto	sufficiente	ottimo
Tecnologia utilizzata	mediocre	scarso
Posizionamento e visibilità		
Efficienza pagina (URL, Tag, testo, HTML, link, Flash)	mediocre	mediocre
Efficienza della struttura	sufficiente	mediocre
Efficienza dei contenuti	mediocre	mediocre
Pagine visualizzate su Google nazionale (Italia)	41.000	27.400
Media pagine visualizzate su Google a livello internazionale	35.529	34.515
Valore		
Posizione sui siti mondiali	2.541.015°	2.689.360°
Media visitatori giornalieri	< 20 visitatori	< 20 visitatori
Media pagine visualizzate giornalmente	219 pagine	219 pagine
Valore economico del portale	€ 2.794,94	€ 2.772,42
Contatore visitatori anno 2010		
Visitatori unici	84.291	nd
Numero visite	115.122	514.140
Pagine visitate	1.806.860	2.207.437
Mese dell'anno con maggiori pagine visitate	agosto con 12.394	agosto con 17.901
Pagine visitate da visitatori nazionali	1.427.575 (79%)	980.102 (41,5 %)
Pagine visitate nei Paesi dell'Unione Europea	185.048 (10,2%)	1.103.718(44,9%)
Pagine visitate dal resto del Mondo	194.237(10,8%)	300.211 (13,6%)
Tempo medio della visita (in minuti)	5 min e 27 sec	4 min e 1 sec

Internazionalizzazione

Numero lingue del portale	n. 1 (inglese)	n. 21
Livello contenuto della traduzione	mediocre	ottimo

Accessibilità

Contenuto NON testuale accessibile	distinto (82%)	ottimo (100%)
Accessibilità sul contrasto dei colori	mediocre (47%)	sufficiente (53%)
Comprensione degli oggetti in movimento (animazione)	sufficiente	buono
Chiari meccanismi di navigazione	ottimo	mediocre

Usabilità (interviste)

Contenuti interessanti	buono	discreto
Trovare velocemente ciò che si desidera	discreto	sufficiente
Attrazione delle pagine web	sufficiente	mediocre
Rilevanza di problemi a trovare la via giusta nelle pagine	discreto	mediocre
Facilità nell'uso del portale per la prima volta	distinto	mediocre
Il sito offre ciò che si desidera cercare	sufficiente	mediocre
Cliccando un link si ottiene ciò che si cerca	buono	sufficiente
Uso del portale in futuro	buono	mediocre
Consigliare il portale a conoscenti	distinto	sufficiente
Maggiore aspetto positivo del portale	facile da utilizzare	ricco di contenuti
Maggiore aspetto negativo del portale	grafica poco attraente	grafica poco attraente

Dai risultati sopra ottenenti si deduce che, nel confronto fra i due portali web, www.parcosila.it risulta graficamente migliore esclusivamente nel richiamo alla *mission* del Parco, mentre negli altri criteri come colori e richiamo al logo, emerge www.dolomitipark.it: da sottolineare l'alto livello dell'organizzazione e della struttura del contenuto. Nei criteri del Posizionamento e del Valore i due portali presentano degli indici pressoché uguali e molto bassi. Il portale del Parco delle Dolomiti registra un numero maggiore di visitatori. Inoltre gran parte dei visitatori di www.dolomitipark.it sono di paesi stranieri, fattore favorito dall'alto livello dell'internazionalizzazione del portale, grazie alla traduzione in ben 21 lingue straniere. Entrambi i portali, nel loro complesso, sono abbastanza accessibili ma, in particolare, prevalgono su diversi criteri di accessibilità: www.parcosila.it per una moltitudine di chiari meccanismi di navigazione, mentre www.dolomitipark.it per i contenuti non testuali. Secondo il campione degli intervistati, tranne che per i contenuti, www.parcosila.it risulta preferibile a www.dolomitipark.it.

3.2 Confronto fra il portale www.parcosila.it & www.gransassolagapark.it

CRITERIO DI VALUTAZIONE	www.parcosila.it	www.gransassolagaparc.it
Grafica		
Richiamo alla <i>mission</i> dell'Ente Parco	buono	mediocre
Richiamo ai colori del logo ufficiale	sufficiente	scarso
Richiamo al motivo del logo ufficiale	mediocre	scarso
Organizzazione e struttura del contenuto	sufficiente	discreto
Tecnologia utilizzata	mediocre	scarso
Posizionamento e visibilità		
Efficienza pagina (URL, Tag, testo, HTML, link, Flash)	mediocre	scarso
Efficienza della struttura	sufficiente	distinto
Efficienza dei contenuti	mediocre	scarso
Pagine visualizzate su Google nazionale (Italia)	41.000	93.000
Media pagine visualizzate su Google a livello internazionale	35.529	124.971
Valore		
Posizione sui siti mondiali	2.541.015°	1.611.362°
Media visitatori giornalieri	< 20 visitatori	252 visitatori
Media pagine visualizzate giornalmente	219 pagine	438 pagine
Valore economico del portale	€ 2.794,94	€ 4.654,65
Contatore visitatori anno 2010		
Visitatori unici	84.291	111.447
Numero visite	115.122	141.212
Pagine visitate	1.806.860	3.368.795
Mese dell'anno con maggiori pagine visitate	agosto con 12.394	nd
Pagine visitate da visitatori nazionali	1.427.575 (79%)	nd
Pagine visitate nei Paesi dell'Unione Europea	185.048 (10,2%)	nd
Pagine visitate dal resto del Mondo	194.237(10.8%)	nd
Tempo medio della visita (in minuti)	5 min e 27 sec	nd

Internazionalizzazione

Numero lingue del portale	n. 1 (inglese)	0
Livello contenuto della traduzione	mediocre	/

Accessibilità

Contenuto NON testuale accessibile	distinto (82%)	buono (80%)
Accessibilità sul contrasto dei colori	mediocre (47%)	distinto (95%)
Comprensione degli oggetti in movimento (animazione)	sufficiente	/
Chiari meccanismi di navigazione	ottimo	scarso

Usabilità (interviste)

Contenuti interessanti	buono	discreto
Trovare velocemente ciò che si desidera	discreto	sufficiente
Attrazione delle pagine web	sufficiente	mediocre
Rilevanza di problemi a trovare la via giusta nelle pagine	discreto	discreto
Facilità nell'uso del portale per la prima volta	distinto	sufficiente
Il sito offre ciò che si desidera cercare	sufficiente	sufficiente
Cliccando un link si ottiene ciò che si cerca	buono	sufficiente
Uso del portale in futuro	buono	mediocre
Consigliare il portale a conoscenti	distinto	sufficiente
Maggiore aspetto positivo del portale	facile da utilizzare	semplice
Maggiore aspetto negativo del portale	grafica poco attraente	grafica poco attraente

In questo caso www.parcosila.it risulta graficamente migliore di www.gransassolagaparc.it.

Di contro, il portale del Parco del Gran Sasso presenta un'elevata efficienza della struttura e valori alquanto superiori delle pagine visualizzate nei motori di ricerca nazionali ed internazionali. Questi valori sono riconducibili al maggiore numero di visitatori del portale, che conseguentemente registra un maggiore valore economico del portale, quasi raddoppiato.

Questi valori non si percuotono nell'internazionalizzazione del portale che non presenta alcuna traduzione in lingue straniere.

www.gransassolagaparc.it presenta un elemento di accessibilità che manca al portale www.parcosila.it: il contrasto dei colori. Anche in questo caso, secondo il campione di intervistati, www.parcosila.it è preferibile all'altro portale, ma ancora, i contenuti risultano poco interessanti. La grafica poco attraente è, nuovamente, l'aspetto negativo per entrambi i portali

3.3 Confronto fra il portale www.parcosila.it & www.pngp.it

CRITERIO DI VALUTAZIONE	<i>www.parcosila.it</i>	<i>www.pngp.it</i>
Grafica		
Richiamo alla <i>mission</i> dell'Ente Parco	buono	ottimo
Richiamo ai colori del logo ufficiale	sufficiente	scarso
Richiamo al motivo del logo ufficiale	mediocre	distinto
Organizzazione e struttura del contenuto	sufficiente	buono
Tecnologia utilizzata	mediocre	buono
Posizionamento e visibilità		
Efficienza pagina (URL, Tag, testo, HTML, link, Flash)	mediocre	scarso
Efficienza della struttura	sufficiente	sufficiente
Efficienza dei contenuti	mediocre	scarso
Pagine visualizzate su Google nazionale (Italia)	41.000	187.000
Media pagine visualizzate su Google a livello internazionale	35.529	671.857
Valore		
Posizione sui siti mondiali	2.541.015°	758.078°
Media visitatori giornalieri	< 20 visitatori	535 visitatori
Media pagine visualizzate giornalmente	219 pagine	1.553 pagine
Valore economico del portale	€ 2.794,94	€ 8.761,00
Contatore visitatori anno 2010		
Visitatori unici	84.291	96.968
Numero visite	115.122	143.574
Pagine visitate	1.806.860	810.981
Mese dell'anno con maggiori pagine visitate	agosto con 12.394	luglio con 15.936
Pagine visitate da visitatori nazionali	1.427.575 (79%)	705.553 (87%)
Pagine visitate nei Paesi dell'Unione Europea	185.048 (10,2%)	55.146 (6,8%)
Pagine visitate dal resto del Mondo	194.237(10,8%)	50.208 (6,2%)
Tempo medio della visita (in minuti)	5 min e 27 sec	3 min e 48 sec

Internazionalizzazione

Numero lingue del portale	<i>n. 1 (inglese)</i>	2
Livello contenuto della traduzione	<i>mediocre</i>	buono

Accessibilità

Contenuto NON testuale accessibile	<i>distinto (82%)</i>	<i>distinto (80%)</i>
Accessibilità sul contrasto dei colori	<i>mediocre (47%)</i>	sufficiente (55%)
Comprensione degli oggetti in movimento (animazione)	<i>sufficiente</i>	buono
Chiari meccanismi di navigazione	ottimo	<i>discreto</i>

Usabilità (interviste)

Contenuti interessanti	<i>buono</i>	<i>buono</i>
Trovare velocemente ciò che si desidera	<i>discreto</i>	<i>discreto</i>
Attrazione delle pagine web	<i>sufficiente</i>	discreto
Rilevanza di problemi a trovare la via giusta nelle pagine	discreto	<i>sufficiente</i>
Facilità nell'uso del portale per la prima volta	distinto	<i>sufficiente</i>
Il sito offre ciò che si desidera cercare	sufficiente	<i>mediocre</i>
Cliccando un link si ottiene ciò che si cerca	buono	<i>sufficiente</i>
Uso del portale in futuro	buono	<i>discreto</i>
Consigliare il portale a conoscenti	distinto	<i>discreto</i>
Maggiore aspetto positivo del portale	<i>facile da utilizzare</i>	<i>attraente</i>
Maggiore aspetto negativo del portale	<i>grafica poco attraente</i>	<i>poco risalto per i servizi al turista</i>

La grafica del portale del Parco Nazionale del Gran Paradiso presenta valori ottimali e alquanto lontani dalle caratteristiche grafiche del portale del Parco nazionale della Sila.

Infatti un buon *web designer*, accompagnato da una serie di foto suggestive rendono il portale più attraente ed appetibile: visitatori, pagine sui motori di ricerca e valore economico sono alquanto superiori rispetto al portale www.parcosila.it. Di contro, nonostante www.pngp.it presenta una lingua di traduzione in più rispetto a www.parcosila.it, quest'ultimo presenta una percentuale superiore di visitatori stranieri. L'accessibilità è pressoché uguale in entrambi i portali, con una lieve differenza nella comprensione degli oggetti in movimento che prevale in www.pngp.it.

L'indice di gradimento registrato nelle interviste risulta sempre maggiore nel portale www.parcosila.it, anche se di minore rilievo dei precedenti portali messi a confronto. In particolare le pagine risultano più attraenti in www.pngp.it.

3.4 Confronto fra il portale www.parcosila.it & www.parc-pyrenees.com

CRITERIO DI VALUTAZIONE	<i>www.parcosila.it</i>	<i>www.parc-pyrenees.it</i>
Grafica		
Richiamo alla <i>mission</i> dell'Ente Parco	<i>buono</i>	<i>buono</i>
Richiamo ai colori del logo ufficiale	<i>sufficiente</i>	ottimo
Richiamo al motivo del logo ufficiale	<i>mediocre</i>	buono
Organizzazione e struttura del contenuto	<i>sufficiente</i>	ottimo
Tecnologia utilizzata	<i>mediocre</i>	buono
Posizionamento e visibilità		
Efficienza pagina (URL, Tag, testo, HTML, link, Flash)	mediocre	<i>scarso</i>
Efficienza della struttura	sufficiente	<i>mediocre</i>
Efficienza dei contenuti	mediocre	<i>scarso</i>
Pagine visualizzate su Google nazionale (Italia)	41.000	312.000
Media pagine visualizzate su Google a livello internazionale	35.529	476.000
Valore		
Posizione sui siti mondiali	2.541.015° posizione	2.264.738°
Media visitatori giornalieri	< 20 visitatori	<20 visitatori
Media pagine visualizzate giornalmente	219 pagine	438 pagine
Valore economico del portale	€ 2.794,94	€ 2.929,00
Contatore visitatori anno 2010		
Visitatori unici	84.291	<i>nd</i>
Numero visite	115.122	<i>nd</i>
Pagine visitate	1.806.860	<i>nd</i>
Mese dell'anno con maggiori pagine visitate	agosto con 12.394	<i>nd</i>
Pagine visitate da visitatori nazionali	1.427.575 (79%)	<i>nd</i>
Pagine visitate nei Paesi dell'Unione Europea	185.048 (10,2%)	<i>nd</i>
Pagine visitate dal resto del Mondo	194.237(10.8%)	<i>nd</i>
Tempo medio della visita (in minuti)	5 min e 27 sec	<i>nd</i>

Internazionalizzazione

Numero lingue del portale	n. 1 (inglese)	/
Livello contenuto della traduzione	mediocre	scarso

Accessibilità

Contenuto NON testuale accessibile	distinto (82%)	ottimo (100%)
Accessibilità sul contrasto dei colori	mediocre (47%)	discreto (70%)
Comprensione degli oggetti in movimento (animazione)	sufficiente	buono
Chiari meccanismi di navigazione	ottimo	buono

Usabilità (interviste)

Contenuti interessanti	buono	discreto
Trovare velocemente ciò che si desidera	discreto	mediocre
Attrazione delle pagine web	sufficiente	discreto
Rilevanza di problemi a trovare la via giusta nelle pagine	discreto	scarso
Facilità nell'uso del portale per la prima volta	distinto	mediocre
Il sito offre ciò che si desidera cercare	sufficiente	scarso
Cliccando un link si ottiene ciò che si cerca	buono	sufficiente
Uso del portale in futuro	buono	mediocre
Consigliare il portale a conoscenti	distinto	mediocre
Maggiore aspetto positivo del portale	facile da utilizzare	foto e video suggestivi
Maggiore aspetto negativo del portale	grafica poco attraente	non è tradotto in nessuna lingua

Anche in questo caso la grafica è l'aspetto dominante del portale messo a confronto con www.parcosila.it.

Il Posizionamento ed il Valore presentano indici, in entrambi i casi, alquanto bassi.

Nonostante il portale del Parco Nazionale dei Pirenei presenta un'ottima *web designer* e, colori ed immagini che lo rendono suggestivo e contemporaneamente fluido, è limitato nell'internazionalizzazione per il fatto che non è tradotto in nessuna lingua straniera.

Nei criteri dell'Accessibilità www.parc-pirenees.com presenta valori superiori, tranne nei chiari meccanismi di navigazione, dove www.parcosila.it detiene, già dai precedenti confronti, il valore superiore.

Gli intervistati preferiscono sempre www.parcosila.it, anche se, come nel precedente confronto, l'attrazione delle pagine web risulta migliore nell'altro portale.

3.5 Confronto fra il portale www.parcosila.it & www.yellowstoneparc.com

CRITERIO DI VALUTAZIONE	<i>www.parcosila.it</i>	<i>www.yellowstoneparc.it</i>
Grafica		
Richiamo alla <i>mission</i> dell'Ente Parco	<i>buono</i>	<i>ottimo</i>
Richiamo ai colori del logo ufficiale	<i>sufficiente</i>	<i>ottimo</i>
Richiamo al motivo del logo ufficiale	<i>mediocre</i>	<i>sufficiente</i>
Organizzazione e struttura del contenuto	<i>sufficiente</i>	<i>buono</i>
Tecnologia utilizzata	<i>mediocre</i>	<i>ottimo</i>
Posizionamento e visibilità		
Efficienza pagina (URL, Tag, testo, HTML, link, Flash)	<i>mediocre</i>	<i>discreto</i>
Efficienza della struttura	<i>sufficiente</i>	<i>mediocre</i>
Efficienza dei contenuti	<i>mediocre</i>	<i>discreto</i>
Pagine visualizzate su Google nazionale (Italia)	<i>41.000</i>	<i>9.670.000</i>
Media pagine visualizzate su Google a livello internazionale	<i>35.529</i>	<i>9.312.857</i>
Valore		
Posizione sui siti mondiali	<i>2.541.015°</i>	<i>397.495°</i>
Media visitatori giornalieri	<i>< 20 visitatori</i>	<i>1.480 visitatori</i>
Media pagine visualizzate giornalmente	<i>219 pagine</i>	<i>1.752 pagine</i>
Valore economico del portale	<i>€ 2.794,94</i>	<i>€ 22.313,88</i>
Contatore visitatori anno 2010		
Visitatori unici	<i>84.291</i>	<i>nd</i>
Numero visite	<i>115.122</i>	<i>circa 650.000</i>
Pagine visitate	<i>1.806.860</i>	<i>circa 3.000.000</i>
Mese dell'anno con maggiori pagine visitate	<i>agosto con 12.394</i>	<i>nd</i>
Pagine visitate da visitatori nazionali	<i>1.427.575 (79%)</i>	<i>nd</i>
Pagine visitate nei Paesi dell'Unione Europea	<i>185.048 (10,2%)</i>	<i>nd</i>
Pagine visitate dal resto del Mondo	<i>194.237(10.8%)</i>	<i>nd</i>
Tempo medio della visita (in minuti)	<i>5 min e 27 sec</i>	<i>nd</i>

Internazionalizzazione

Numero lingue del portale	<i>n. 1 (inglese)</i>	3
Livello contenuto della traduzione	<i>mediocre</i>	sufficiente

Accessibilità

Contenuto NON testuale accessibile	<i>distinto (82%)</i>	ottimo (100%)
Accessibilità sul contrasto dei colori	<i>mediocre (47%)</i>	<i>mediocre (50%)</i>
Comprensione degli oggetti in movimento (animazione)	<i>sufficiente</i>	/
Chiari meccanismi di navigazione	ottimo	<i>sufficiente</i>

Usabilità (interviste)

Contenuti interessanti	buono	<i>discreto</i>
Trovare velocemente ciò che si desidera	discreto	<i>mediocre</i>
Attrazione delle pagine web	<i>sufficiente</i>	discreto
Rilevanza di problemi a trovare la via giusta nelle pagine	discreto	<i>scarso</i>
Facilità nell'uso del portale per la prima volta	distinto	<i>mediocre</i>
Il sito offre ciò che si desidera cercare	sufficiente	<i>scarso</i>
Cliccando un link si ottiene ciò che si cerca	buono	<i>sufficiente</i>
Uso del portale in futuro	buono	<i>mediocre</i>
Consigliare il portale a conoscenti	distinto	<i>mediocre</i>
Maggiore aspetto positivo del portale	<i>facile da utilizzare</i>	<i>interattivo</i>
Maggiore aspetto negativo del portale	<i>grafica poco attraente</i>	<i>troppi link pubblicitari</i>

Il portale americano www.yellowstonepark.com presenta degli indici abbastanza lontani da www.parcosila.it. Una grafica eccellente che rispecchia il continente americano e l'alta tecnologia utilizzata rendono il sito web del Parco Nazionale di Yellowstone molto attraente ed interattivo con l'utente che vi naviga all'interno.

Posizionamento e visibilità di www.yellowstoneparc.com presentano indici in milioni, invece che in migliaia; di conseguenza il Valore cresce enormemente rispetto a www.parcosila.it.

Anche l'internazionalizzazione prevale con tre lingue tradotte in www.yellowstoneparc.it, anche se con sufficienti contenuti tradotti.

Nelle interviste usate per valutare l'Usabilità, come già registrato nei precedenti confronti, ha la meglio www.parcosila.it. Elemento negativo del portale del Parco Nazionale di Yellowstone è la presenza di troppi link pubblicitari.

3.6 Confronto del portale www.parcosila.it con portali di enti analoghi

Di seguito metteremo a confronto il portale del Parco Nazionale della Sila con gli altri portali degli enti analoghi in un'unica tabella di confronto, in modo tale da evidenziare e rendere maggiormente comprensibili le caratteristiche di spicco di ciascun portale analizzato nel nostro studio.

CRITERIO DI VALUTAZIONE	<i>www.parcosila.it</i>	<i>www.dolomitipark.it</i>	<i>www.gransassolagaparc.it</i>	<i>www.pngp.it</i>	<i>www.parc-pyrenees.com</i>	<i>www.yellowstoneparc.com</i>
--------------------------------	-------------------------	----------------------------	---------------------------------	--------------------	------------------------------	--------------------------------

Grafica

Richiamo alla <i>mission</i> dell'Ente Parco	<i>buono</i>	<i>scarso</i>	<i>mediocre</i>	ottimo	<i>buono</i>	ottimo
Richiamo ai colori del logo ufficiale	<i>sufficiente</i>	<i>buono</i>	<i>scarso</i>	<i>scarso</i>	ottimo	ottimo
Richiamo al motivo del logo ufficiale	<i>mediocre</i>	<i>sufficiente</i>	<i>scarso</i>	distinto	<i>buono</i>	<i>sufficiente</i>
Organizzazione e struttura del contenuto	<i>sufficiente</i>	ottimo	<i>discreto</i>	<i>buono</i>	ottimo	<i>buono</i>
Tecnologia utilizzata	<i>mediocre</i>	<i>scarso</i>	<i>scarso</i>	<i>buono</i>	<i>buono</i>	ottimo

<i>CRITERIO DI VALUTAZIONE</i>	<i>parcosila.it</i>	<i>dolomitiipark.it</i>	<i>gransassolaga parc.it</i>	<i>pngp.it</i>	<i>parc-pyrenees.com</i>	<i>yellowstone-parc.com</i>
--------------------------------	---------------------	-------------------------	------------------------------	----------------	--------------------------	-----------------------------

Posizionamento e visibilità

Efficienza pagina (URL, Tag, testo, HTML, link, Flash)	<i>mediocre</i>	<i>mediocre</i>	<i>scarso</i>	<i>scarso</i>	<i>scarso</i>	discreto
Efficienza della struttura	<i>sufficiente</i>	<i>mediocre</i>	distinto	<i>sufficiente</i>	<i>mediocre</i>	<i>mediocre</i>
Efficienza dei contenuti	<i>mediocre</i>	<i>mediocre</i>	<i>scarso</i>	<i>scarso</i>	<i>scarso</i>	discreto
Pagine visualizzate su Google nazionale (Italia)	41.000	<i>27.400</i>	<i>93.000</i>	<i>187.000</i>	<i>312.000</i>	9.670.000
Media pagine visualizzate su Google a livello internazionale	35.529	<i>34.515</i>	<i>124.971</i>	<i>671.857</i>	<i>476.000</i>	9.312.857

<i>CRITERIO DI VALUTAZIONE</i>	<i>parcosila.it</i>	<i>dolomitiipark.it</i>	<i>gransassolaga parc.it</i>	<i>pngp.it</i>	<i>parc-pyrenees.com</i>	<i>yellowstone-parc.com</i>
--------------------------------	---------------------	-------------------------	------------------------------	----------------	--------------------------	-----------------------------

Valore

Posizione sui siti mondiali	2.541.015°	2.689.360°	1.611.362°	758.078°	2.264.738°	397.495°
Media visitatori giornalieri	< 20 visitatori	< 20 visitatori	252 visitatori	535 visitatori	<20 visitatori	1.480 visitatori
Media pagine visualizzate giornalmente	219 pagine	219 pagine	438 pagine	1.553 pagine	438 pagine	1.752 pagine
Valore economico	€ 2.794,94	€ 2.772,42	€ 4.654,65	€ 8.761,00	€ 2.929,00	€ 22.313,88

CRITERIO DI VALUTAZIONE	<i>parcosila.it</i>	<i>dolomitiipark.it</i>	<i>gransassolaga parc.it</i>	<i>pngp.it</i>	<i>parc-pyrenees.com</i>	<i>yellowstone-parc.com</i>
-------------------------	---------------------	-------------------------	------------------------------	----------------	--------------------------	-----------------------------

Contatore visitatori

anno 2010

Visitatori unici	84.291	nd	111.447	96.968	nd	nd
Numero visite	115.122	514.140	141.212	143.574	nd	circa 650.000
Pagine visitate	1.806.860	2.207.437	3.368.795	810.981	nd	circa 3.000.000
Mese dell'anno con maggiori pagine visitate	agosto con 12.394	agosto con 17.901	nd	luglio con 15.936	nd	nd
Pagine visitate da visitatori nazionali	1.427.575 (79%)	980.102 (41,5 %)	nd	705.553 (87%)	nd	nd
Pagine visitate nei Paesi UE	185.048 (10,2%)	1.103.718 (44,9%)	nd	55.146 (6,8%)	nd	nd
Pagine visitate dal resto del Mondo	194.237(10.8%)	300.211 (13,6%)	nd	50.208 (6,2%)	nd	nd
Tempo medio della visita	5 min e 27 sec	4 min e 1 sec	nd	3 min e 48 sec	nd	nd

CRITERIO DI VALUTAZIONE	<i>parcosila.it</i>	<i>dolomiti-park.it</i>	<i>gransassolaga parc.it</i>	<i>pngp.it</i>	<i>parc-pyrenees.com</i>	<i>yellowstone-parc.com</i>
-------------------------	---------------------	-------------------------	------------------------------	----------------	--------------------------	-----------------------------

Internazionalizzazione

Numero lingue del portale	<i>n. 1 (inglese)</i>	n. 21	/	2	/	3
Livello contenuto della traduzione	<i>mediocre</i>	ottimo	/	buono	/	sufficiente

Accessibilità

Contenuto NON testuale accessibile	<i>distinto (82%)</i>	ottimo (100%)	<i>buono (80%)</i>	<i>distinto (80%)</i>	ottimo (100%)	ottimo (100%)
Accessibilità sul contrasto dei colori	<i>mediocre (47%)</i>	<i>sufficiente (53%)</i>	distinto (95%)	<i>sufficiente (55%)</i>	<i>discreto (70%)</i>	<i>mediocre (50%)</i>
Comprensione degli oggetti in movimento (animazione)	<i>sufficiente</i>	buono	/	buono	buono	/
Chiari meccanismi di navigazione	ottimo	<i>mediocre</i>	<i>scarso</i>	<i>discreto</i>	<i>buono</i>	<i>sufficiente</i>

CRITERIO DI VALUTA- ZIONE	<i>parcosila.it</i>	<i>dolomiti- park.it</i>	<i>gransasso- laga parc.it</i>	<i>pngp.it</i>	<i>parc- pyrenees.com</i>	<i>yellowsto- neparc.com</i>
---------------------------------	---------------------	------------------------------	------------------------------------	----------------	-------------------------------	----------------------------------

Usabilità (interviste)

Contenuti interessanti	buono	<i>discreto</i>	<i>discreto</i>	buono	<i>discreto</i>	<i>discreto</i>
Trovare velocemente ciò che si desidera	discreto	<i>sufficiente</i>	<i>sufficiente</i>	discreto	<i>mediocre</i>	<i>mediocre</i>
Attrazione delle pagine web	sufficiente	<i>mediocre</i>	<i>mediocre</i>	discreto	discreto	discreto
Rilevanza di problemi a trovare la via giusta nelle pagine	discreto	<i>mediocre</i>	discreto	<i>sufficiente</i>	<i>scarso</i>	<i>scarso</i>
Facilità nell'uso del portale per la prima volta	distinto	<i>mediocre</i>	<i>sufficiente</i>	<i>sufficiente</i>	<i>mediocre</i>	<i>mediocre</i>
Il sito offre ciò che si desidera	sufficiente	<i>mediocre</i>	sufficiente	<i>mediocre</i>	<i>scarso</i>	<i>scarso</i>
Cliccando un link si ottiene ciò che si cerca	buono	<i>sufficiente</i>	<i>sufficiente</i>	<i>sufficiente</i>	<i>sufficiente</i>	<i>sufficiente</i>
Uso del portale in futuro	buono	<i>mediocre</i>	<i>mediocre</i>	discreto	<i>mediocre</i>	<i>mediocre</i>
Consigliare il portale	distinto	<i>sufficiente</i>	<i>sufficiente</i>	<i>discreto</i>	<i>mediocre</i>	<i>mediocre</i>
Maggiore aspetto positivo del portale	facile da utilizzare	<i>ricco di contenuti</i>	<i>semplice</i>	<i>attraente</i>	<i>foto e video suggestivi</i>	<i>interattivo</i>

Capitolo 4

Linee guida per la realizzazione del nuovo portale del Parco Nazionale della Sila

In questo capitolo vengono delineate delle linee guida per la realizzazione del nuovo portale del Parco Nazionale della Sila.

Le linee guide scaturiscono da una serie di analisi condotte nei precedenti capitoli del seguente studio, condotto con il fine di individuare gli aspetti da migliorare e/o integrare nella realizzazione del nuovo portale dell'Ente Parco.

Nello stilare le seguenti linee è stato possibile consultare la proposta di lavoro offerta dall'azienda aggiudicatrice (*Mebit*) del bando per la realizzazione del nuovo portale del Parco Nazionale della Sila.

4.1 Linea guida 1 - Grafica

In questa linea guida vengono indicati plausibili requisiti di *web designer* e di organizzazione della struttura, presumibilmente rientranti nella nuova veste grafica del portale del Parco Nazionale della Sila.

Come delineato dei precedenti capitoli, nel criterio della *Grafica*, troviamo cinque criteri di valutazione:

1. **Richiamo alla mission dell'ente Parco:** il portale web di un Parco Nazionale deve dare all'utente, già dal primo impatto, l'idea di trovarsi nell'ambiente naturalistico e/o paesaggistico che caratterizza l'area di salvaguardia e di mantenimento del relativo Parco.

Osservando i dati ottenuti nella *scheda di valutazione* dei sei Parchi Nazionali esaminati (Capitolo 3), l'obiettivo sopra è stato raggiunto in modo eccellente, anche se con metodologie diverse, dai portali www.pngp.it e www.yellowstonpark.it. Il portale del Parco Nazionale del Gran Paradiso presenta delle immagini di sfondo molto suggestive, graficamente ben elaborate e che plasmano l'ambiente naturalistico e paesaggistico del Parco: il Gran Sasso, lo stambecco, la marmotta. Con una diversa elaborazione grafica, il portale del Parco Nazionale di Yellowstone, immerge l'utente nel continente americano attraverso l'interazione fra il colore di sfondo utilizzato e dai caratteri di testo che richiamano al *vecchio West*; oggetti come mappe e borracce che riconducono all'esplorazione del nuovo continente (spesso riconducendo a svariati fil di avventura); ed infine una galleria fotografica che ritrae gli aspetti suggestivi del parco americano. Nel nuovo portale del Parco Nazionale della Sila si potrebbero utilizzare una serie di immagini da sfondo che ritraggono peculiarità naturalistiche e paesaggistiche del parco: pensiamo alla fauna autoctona (il lupo, lo scoiattolo nero, il driomio, la salamandra pezzata..); alla flora caratterizzata dagli alberi ultracentenari di pino laricio (Riserve di Fallistro, Gariglione, Gallopane..) e di fiori unici come l'orchidea a nido di uccello; ai centri visita (Cupone, Antonio Garacea); alla gastronomia tipica (Caciocavallo Silano DOP, Patata della Sila); ai prodotti dell'artigianato artistico (tessuti, gioielli, cesti..); e come non pensare al trenino della Sila. Alcune foto che potrebbero essere utilizzate a tale scopo sono quelle esposte recentemente a *Palazzo Arnone* di Cosenza, che ritraggono vari aspetti dell'area Parco, scattate da fotografi professionisti come Antonio Manta, Tony Atherton, Paola Binante, Francesco Granelli, Paolo Pagni e Pietro Vallone.

2. ***Richiamo ai colori del logo ufficiale:*** nella maggiore parte dei casi i colori presenti nel logo ufficiale di un ente sono richiamati nel rispettivo sito web. Fra i Parchi Nazionali esaminati nei precedenti capitoli, il Parco dei Pirenei ed il Parco di Yellowstone raggiungono egregiamente questo risultato, il tutto facilitato dal fatto che, i rispettivi logo presentano esclusivamente due colori, un di primo piano ed uno di sfondo. Stessa cosa, anche se con minore intensità, si riscontra nel portale delle Dolomiti Bellunesi. Nel caso del Parco Nazionale della Sila, i colori del logo ufficiale (giallo, blu, nero, bianco e verde) dovrebbero essere i colori maggiormente utilizzati nella realizzazione della nuovo portale.

3. ***Richiamo al motivo del logo ufficiale***: un utente, appena accede al portale di un Parco Nazionale, deve subito riconoscere qual è il simbolo dell'ente. Tale richiamo può avvenire in diversi modi: attraverso le foto di sfondo e delle grafica di pulsanti e link, come avviene del portale del Parco Nazionale del Gran Paradiso; attraverso una galleria fotografica in primo piano come nel portale del Parco di Yellowstone; oppure attraverso il richiamo della forma del logo stesso, come avviene nel portale del Parco dei Pirenei, dove la forma rotondeggiante a vortice del logo viene richiamata dal *web designer* del portale. Il lupo in posizione di ululato, simbolo del Parco Nazionale della Sila, deve essere ben rappresentato nel nuovo portale. Ciò potrebbe avvenire attraverso un gioco di grafica di sfondo che ritrae un gruppo di lupi che ululano; attraverso una serie di link e pulsanti che richiamano il lupo; attraverso il rinnovo della barra di navigazione già utilizzate nel vecchio portale del Parco Sila. Inoltre, nel richiamo al logo ufficiale del Parco, si potrebbe puntare anche ad un effetto sonoro sull'ululato del lupo.
4. ***Organizzazione e struttura del contenuto***: l'utente deve trovare subito ciò che cerca e contemporaneamente non deve annoiarsi navigando nel portale. Quindi, il contenuto deve essere scorrevole e ben organizzato e nello stesso tempo facile individuabile; inoltre il contenuto deve essere racchiuso dentro una pagina di piccole dimensioni, dove per potere visualizzare l'intero contenuto, non bisogna scorrere troppo verso il basso con il cursore del mouse. Nel portale delle Dolomiti Bellunesi si trovano una miriade di informazioni, ben strutturate e facilmente individuabili, ma purtroppo, la grafica poco attraente e in particolare modo i troppi contenuti presenti nell'homepage, confondono le idee dell'utente. Il portale del Parco dei Pirenei è un esempio ben organizzato, semplice ed attraente. Nella homepage troviamo pochi link, ma ben suddivisi ed organizzati e contemporaneamente, grafica ed immagini, allietano la navigazione. Nel nuovo portale del Parco Nazionale della Sila, diversamente dall'attuale portale, il contenuto dovrebbe essere organizzato e suddiviso per categoria di interessi specifici. In particolar modo, una parte del contenuto rivolta al turismo (itinerari, pacchetti, attrazioni, eventi, ecc), una parte rivolta al territorio e all'ente di gestione (comuni, legislazione, bandi e concorsi, storia, ecc), una parte rivolta all'e-commerce ed una parte rivolta agli utenti che navigano nel portale (FAQ).

5. Tecnologia utilizzata: nella maggiore parti dei casi viene utilizzata per esaltare la grafica del portale e per rendere il tutto attraente agli occhi dell'utente. In alcuni casi l'alta tecnologia viene utilizzata anche per rafforzare l'interazione con l'utente, che potrebbe diventare un potenziale turista/visitatore dell'area Parco. Tutto ciò è riscontrabile nel portale del Parco di Yellowstone: in prima pagina una galleria fotografica suddivisa per temi, che attraverso un gioco tecnologico con tanto di sonoro, permette di visualizzare le foto; mentre a fianco della galleria fotografica scorge la sagoma di un visitatore del parco, nel quale, puntando il cursore, compare una nuvoletta che descrive le emozioni provate nel suo viaggio; altri sistemi di interazioni sono: lo spazio che invita a condividere le proprie esperienze all'interno del parco con la possibilità vincere oggetti *cool*, *Guida turistica gratuita*, *Podcast*, per ascoltare le impressioni sul parco, *Video*, *Inviare una cartolina* un sistema che permette di inviare una cartolina virtuale, e-mail di benvenuto per gli utenti registrati (vedi a pag. 91). I suddetti strumenti ad alta tecnologia ed interazione con l'utente potrebbero essere utilizzati nella realizzazione del nuovo portale del Parco Nazionale della Sila.

4.2 Linea guida 2 – Posizionamento sui motori di ricerca

In questa linea guida vengono indicate delle metodologie da seguire per ottenere valori ottimali di *posizionamento e visibilità* sui motori di ricerca, per il nuovo portale del Parco Nazionale della Sila.

Ricordiamo che gli indici di analisi sono stati condotti tramite il portale *www.migliorare-posizionamento-motori-ricerca.it* ed il software "Possy 3.0".

Come delineato dei precedenti capitoli, nel criterio del *Posizionamento e Visibilità*, troviamo cinque criteri di valutazione:

1. **Efficienza pagina (URL, Tag, testo, HTML, Link, Flash):** negli esami condotti nei vari portali dei Parchi Nazionali, questo criterio risulta abbastanza basso nella quasi totalità dei casi, fatta eccezione del portale del Parco di Yellowstone. L'*efficienza della pagina* racchiude una serie parametri che sono alla base del posizionamento nei motori di ricerca: la scelta del titolo del portale web (URL) deve essere attinente a possibili termini di ricerca specifica-

ti dell'utente: nel caso dell'attuale portale del Parco Nazionale della Sila l'efficienza dell'URL è scarsa (32%), dovuta al fatto che, nel titolo del portale (www.parcosila.it) sono presenti solo una parte del nome completo dell'Ente (Parco Nazionale della Sila), con cui, presubilmente, la maggiore parte degli utenti conosce e cerca sui motori di ricerca il suddetto Ente. Situazione diversa si rileva nel portale del Parco Nazionale di Yellowstone, che presenta un'efficienza URL sufficiente (61%): infatti in questo caso, nel titolo del portale (www.yellowstonepark.com) troviamo buona parte del nome dell'Ente (Yellowstone National Park). I *Tag introduttivi*, *Testo* e *Flash* risultano abbastanza efficienti nella quasi totalità dei portali analizzati. Situazione inversa si registra nell'*HTML* e nei *Link*. Nella realizzazione del nuovo portale del Parco Nazionale della Sila si dovrebbe tenere conto dell'analisi sopra descritta, al fine di migliorare gli aspetti negativi presenti nell'*efficienza pagina* che risulta mediocre (47%): si dovrebbe intervenire sull'URL ed in particolare modo sull'efficienza dell'*HTML* e dei *Link*.

2. **Efficienza della struttura:** nonché la validità della progettazione del portale indipendentemente dai contenuti, risulta sufficiente nell'attuale portale del Parco Nazionale della Sila, mentre risulta migliore nel portale del Parco Nazionale del Gran Sasso: infatti la pagina risulta ben strutturata, fluida e molto semplice. Sicuramente nella realizzazione del nuovo portale si dovrà puntare ad una migliore *struttura* rispetto all'attuale.
3. **Efficienza dei contenuti:** ovvero la capacità dei contenuti di sfruttare al meglio la struttura della pagina che li ospita rispetto alla chiave selezionata nei motori di ricerca, risulta bassa nei portali analizzati fatta eccezione di www.yellowstonepark.it.
4. **Pagine visualizzate su Google nazionale:** i criteri sopra descritti vanno ad influire notevolmente sulle pagine visualizzate nei motori di ricerca. Prendendo in considerazione il motore di ricerca *Google*, sicuramente il più utilizzato a livello mondiale, il portale www.yellowstonepark.com presenta più di nove milioni di pagine visualizzate, mentre gli altri portali registrano una media fra le quarantamila e le trecentomila pagine visualizzate. L'attuale portale del Parco Nazionale della Sila presenta uno degli indici più bassi (41.000 pagine), che conseguentemente portano nel registrare il minore numero delle visite giornaliere (< di 20 visitatori) rispetto ai 1.480 visite di www.yellowstonepark.com; uno scarso numero dei collegamenti esterni (3.250) rispetto ai 14.755 di www.yellowstonepark.com; dalla bassa po-

sizione nella classifica dei siti mondiali (2.541.015°) rispetto al 397.495° posto detenuto da www.yellowstonepark; del basso valore economico del portale (2.795,00 €) rispetto ai 23.313,00 € di www.yellowstonepark. Se nella realizzazione del nuovo portale del Parco Nazionale della Sila verranno soddisfatti i criteri descritti nei precedenti punti di *efficienza* (pagina, struttura e contenuti), coerentemente gli indici appena sopra descritti aumenteranno positivamente, influenzando altrettanto positivamente il numero delle pagine visualizzate sui motori di ricerca.

5. Media delle pagine visualizzate su Google internazionale: anche in questo caso il portale dominante è www.yellowstonepark mentre uno dei portali con l'indice più basso è www.parcosila.it. Questo indice è collegato in parte all'indice di *Internazionalizzazione*: più il portale web è orientato verso internazionalizzazione, più sono le pagine visualizzate nei motori di ricerca stranieri. Infatti, fra i portali analizzati che presentano un buona internazionalizzazione, in molti casi si registra un numero medio superiore di pagine visualizzate sul motore *Google* a livello internazionale rispetto a *Google* della nazione di appartenenza del Parco. Caso eccezionale è quello del portale del Parco Nazionale del Gran Paradiso, che presenta un valore quasi quadruplicato delle pagine medie visualizzate su *Google* internazionale rispetto a quello nazionale. Tutt'altro è il caso di www.parcosila.it, che oltre a registrare uno degli indici più bassi di pagine visualizzate sui motori di *Google* internazionale, presenta un valore inferiore rispetto alle pagine di *Google* nazionale, andando completamente in direzione inversa rispetto ai portali di enti analoghi e rispetto ad i risultati dell'internazionalizzazione. Nella realizzazione del nuovo portale del Parco Nazionale della Sila, l'internazionalizzazione (che viene approfondita nel successivo paragrafo) dovrà avere un ruolo strategico nella progettazione, al fine di rendere il portale ulteriormente visibile nei motori di ricerca stranieri: esso rappresenta un fattore fondamentale per raggiungere nuove fasce di turismo internazionale verso l'Ente Parco.

4.3 Linea guida 3 – Internazionalizzazione

In questa linea guida vengono delineati i migliori requisiti registrati sull'*internazionalizzazione* e sulla *localizzazione*, al fine di individuare ipotetiche metodologie da seguire per la realizzazione del nuovo portale del Parco Nazionale della Sila.

In questo caso troviamo due criteri di valutazione:

1. **Numero delle lingue tradotte nel portale:** maggiori sono le lingue straniere in cui un portale è tradotto è maggiore sarà la possibilità di raggiungere utenti (e presunti visitatori/turisti) di Paesi esteri. Fra i portali analizzati nei capitoli precedenti, spicca il portale del Parco Nazionale delle Dolomiti Bellunesi, tradotti in ben 21 lingue (compresa la differenza dell'Inglese per il britannico e l'americano), ne consegue un'alta efficienza di accessibilità da parte di utenti provenienti da qualsiasi parte del Mondo. Tutt'altra efficienza presenta il portale www.parcosila.it, tradotto esclusivamente in lingua inglese. Il nuovo portale del Parco Nazionale della Sila dovrà essere pensato, perlomeno, per le principali lingue parlate al Mondo: inglese (britannico ed americano), francese e tedesco: in modo da raggiungere ed essere accessibile ad un tollerabile numero di utenti stranieri.
2. **Livello del contenuto:** naturalmente non basta che un portale sia tradotto in varie lingue, ma che il contenuto sia completo ed efficiente. Il portale www.dolomitipark.it si presenta in linea con questo criterio: infatti, nella maggior parte delle 21 lingue in cui è tradotto presenta ottimi livelli di *internazionalizzazione* e di *localizzazione*; ciò a dimostrare il fatto che, il portale è stato pensato per mercati (e quindi per utenti) internazionali fin dalla progettazione grafica ed organizzativa (*internazionalizzazione*) e conseguentemente nel processo di adattamento del testo (*localizzazione*). Il portale www.parcosila.it, oltre ad essere tradotto esclusivamente nella lingua inglese, presenta delle discontinuità nel rapporto (imprescindibile) fra internazionalizzazione e localizzazione: infatti, analizzando il portale nella versione in inglese si nota che la grafica (immagini, pulsanti, link) e la struttura del contenuto rimane invariata nella lingua originaria, deducendo da ciò, che il portale non è stato progettato per l'internazionalizzazione. Invece il testo risulta abbastanza esaustivo e ben tradotto, evidenziando così, una buona localizzazione. Naturalmente se i due fattori, *internazionalizzazione*

e *localizzazione*, non risultano contemporaneamente soddisfatti, ne consegue un'insufficiente livello del contenuto tradotto. Il nuovo portale del Parco Nazionale della Sila deve essere pensato fin dalla progettazione all'*internazionalizzazione* in modo da conciliare con il fattore successivo della *localizzazione*.

4.4 Linea guida 4 – Accessibilità

In questa linea guida si tracciano dei requisiti di accessibilità da raggiungere affinché il nuovo portale del Parco Nazionale della Sila sia in regola con le misure dettate WC3, più specificatamente secondo le linee guida dettate nel documento WAI (*Web Accessibility Initiative*). Per analizzare il contrasto sui colori è stato utilizzato il programma “Colour Contrast Analyzer 1.1”.

In questo caso troviamo quattro criteri di valutazione:

- 1. *Contenuto non testuale accessibile:*** secondo l'analisi condotta sui portali dei Parchi Nazionali, tutti risultano accessibili mediamente al 90%. L'attuale www.parcosila.it presenta un'accessibilità all'82% a causa di alcuni elementi non testuali che non sono segnalati né nell'HTML, né sull'immagine/pulsante. Il nuovo portale del Parco Nazionale della Sila deve essere accessibile al 100%, come dal resto si presentano gran parte dei portali analoghi. Tali requisiti sono di fondamentale importanza per rendere il portale web accessibile ad utenti non vedenti che utilizzano innovative tecnologie come il *display braille* ed il *sintesi vocale*.
- 2. *Accessibilità sul contrasto dei colori:*** è importante per utenti che hanno disabilità percettive sul colore. Più della metà dei portali analizzati, compreso l'attuale del Parco Nazionale della Sila, presentano mediamente un'accessibilità sui colori pari al 50%. Discreto risultato è emerso per il portale www.parc-pirenees.com, mentre con il 95% di accessibilità troviamo il portale www.gransassolagaparc.it: qui i colori utilizzati presentano un'eccellente contrasto. Nella realizzazione del nuovo portale del Parco Nazionale della Sila il contrasto fra i colori utilizzati sarà di notevole importanza per permettere ad utenti con disabilità visive di accedere al portale.
- 3. *Comprensione degli oggetti in movimento (animazione):*** nell'attuale portale www.parcosila.it non si riscontra una buona comprensione degli oggetti in movimen-

to/animati, mentre nei restanti portali analizzati si riscontrano buoni risultati. Naturalmente nella progettazione del nuovo portale del Parco Sila, oggetti in movimento/animati devono essere accessibili ad ogni tipo di utente.

4. **Chiari meccanismi di navigazione:** in questo caso www.parcosila.it presenta il migliore risultato nel confronto con i portali di enti analoghi: motore di ricerca interno al sito web, chiara ed evidente barra di navigazione, mappa del portale e “menù a bandiera” per ogni link cliccato.

4.5 Linea guida 5 – Usabilità

In questa linea guida si illustrano dei requisiti di usabilità ricavati dalle nel campione di interviste utilizzate nei precedenti capitoli.

1. **Contenuti interessanti:** secondo il campione di intervistati buona parte dei portali analizzati presenta un discreto contenuto interessante. Il portale del Parco Nazionale della Sila presenta un percentuale di contenuti leggermente inferiore alla media. Nella realizzazione del nuovo portale del Parco Nazionale della Sila dovranno essere presenti più contenuti, riguardanti i svariati aspetti del Parco.
2. **Trovare velocemente ciò che si desidera:** in questo caso, il portale del Parco Sila si presenta tra i migliori portali analizzati, grazie alla semplicità e fluidità del contenuto e della struttura del portale. Nella realizzazione del nuovo portale tali requisiti dovranno essere conservati e migliorati ulteriormente.
3. **Attrazioni delle pagine web:** come già accennato nelle precedenti pagine, l’attuale portale del Parco Nazionale della Sila, non gode di una rilevante ed attraente grafica. Sicuramente, nella realizzazione del nuovo portale si dovrà tenere conto di una nuova piattaforma grafica, che dovrà contenere immagini, animazione e tecnologie di ultima generazioni. Utili esempi possono essere le soluzioni grafiche e tecnologiche utilizzate nei portali del www.pngp.it, www.parc-pirenees.com, www.yellowstonepark.com.

- 4. Problemi nel trovare la via giusta nelle pagine:** come riportato nella categoria n. 2 fluidità e semplicità consentono di navigare facilmente all'interno dell'attuale portale del Parco nazionale della Sila. Tali elementi devono costituire punto fondamentale di riferimento nella realizzazione del nuovo portale.
- 5. Facilità nell'uso del portale per la prima volta:** ibdem categoria n. 4
- 6. Il sito offre ciò che si desidera cercare:** la varietà del contenuto dell'attuale portale del Parco Nazionale della Sila, consente ad una moltitudine di utenti di cercare argomenti variegati e specifici. Tali elementi devono costituire punto fondamentale nella realizzazione del nuovo portale.
- 7. Cliccando un link si ottiene ciò che si cerca:** nell'attuale portale del Parco Nazionale della Sila, parte dei link presenta un contenuto che rispecchia la propria denominazione/titolo. Nella realizzazione del nuovo portale questo aspetto andrà curato e migliorato.
- 8. Uso del portale in futuro:** la maggiore parte degli utenti intervistati afferma di riutilizzare il portale del Parco nazionale della Sila, risultato alquanto positivo rispetto alle affermazioni pervenute sugli altri portali analizzati. Il miglioramento degli altri criteri sopra descritti, risulterà di grande rilevanza nel mantenere positivo questo risultato nella realizzazione del nuovo portale.
- 9. Consigliare il portale a conoscenti:** anche in questo caso l'attuale portale del Parco Nazionale della Sila ha la meglio fra le preferenze dei nostri intervistati.
- 10. Maggiore aspetto positivo del portale:** come delineato più volte all'interno di questo studio, l'attuale portale del Parco Nazionale della Sila è *di facile utilizzo*, e questo aspetto ci viene delineato dalla maggiore parte degli intervistati. Si tratta di un aspetto notevolmente importante che, nella realizzazione del nuovo portale, dovrà essere integrato e studiato con altri criteri/aspetti di grafica ed accessibilità come rilevato negli altri portali analizzati.
- 11. Maggiore aspetto negativo del portale:** *grafica poco attraente* è l'aspetto che la gran parte degli intervistati replica nei questionari che gli sono stati sottoposti. Sicuramen-

te, nella realizzazione del nuovo portale si dovrà lavorare molto per la realizzazione di una nuova veste grafica del portale.

4.6 Linea guida 6 - Interazione con l'utente

In questa linea guida viene delineata una componente essenziale per la realizzazione del nuovo portale del parco Nazionale della Sila. L'*interazione con l'utente* è fattore fondamentale rientrante nella *mission* dello stesso Ente Parco, che oltre alla salvaguardia ed al mantenimento dell'ambiente, si presenta come promotore di flussi turistici nel territorio.

Fra i portali di enti analoghi, analizzati nei precedenti capitoli, sono scaturiti i seguenti criteri da seguire nella realizzazione del nuovo portale del Parco Nazionale della Sila:

1. **Newsletters:** l'aggiornamento tramite email su notizie, avvenimenti ed eventi a tutti gli utenti registrati al portale rappresenta sicuramente un metodo efficiente per interagire con l'utente.
2. **Newsletters di benvenuto:** un modo particolare di interazione con l'utente è sicuramente il metodo adottato dal portale del Parco Nazionale delle Yellowstone: la registrazione al portale è seguita dall'invio di una newsletter di benvenuto, contenente l'invito a salire a bordo di una macchina americana e guidare all'interno del proprio viaggio all'interno dell'area Parco.
3. **Invio cartoline virtuali:** per gli utenti registrati su www.yellowstonepark.com è possibile mandare *online* delle cartoline molto suggestive ai propri amici.
4. **Programmare il proprio viaggio sul portale:** mappe, itinerari, guide gratuite *online*, consigli, sono utili informazioni per interagire con l'utente intento a far visita all'interno del Parco Nazionale.
5. **Racconti di viaggio:** sono molto utili per farsi un'idea piuttosto reale del territorio che un possibile utente vuole visitare. Naturalmente con un tocco di grafica attraente, come nel caso del portale www.yellowstonepark.com, favorisce l'interazione.

6. **Presenza sui “Social Media”:** la presenza dell’Ente Parco su network come Facebook, You Tube, ecc.. consente una maggiore visibilità e contemporaneamente l’interazione con utenti che si collegano su altri canali web.
7. **Link amici:** oltre ad elevare la visibilità sui motori di ricerca, sono una buona soluzione per interagire con possibili utenti che non sono a conoscenza dell’Ente Parco.
8. **Aggiornameto sulle iniziative del territorio:** uno strumento per interagire attivamente con l’utente è l’aggiornamento sulle iniziative/manifestazioni presenti sul territorio. Sicuramente un calendario con tutti gli eventi previsti nell’intero anno solare, lascia la possibilità all’utente di programmare la visita in vista di un evento/manifestazione di particolare gradimento.
9. **Possibilità di sfogliare le riviste del parco:** all’interno del portale del Parco Nazionale del Gran Sasso e Monti Laga è possibile sfogliare *online* alcune riviste dell’Ente Parco. Ciò permette all’utente di apprendere maggiori notizie sull’area del Parco.
10. **Presenza FAQ:** le *Frequently Asked Questions* (domande poste frequentemente) sono un modo sia per consentire una facile accessibilità al portale, sia un’importante strumento per consentire all’utente di chiarire e/o approfondire argomenti inerenti specifici interessi.
11. **Approfondimento per tipologia di utente:** è molto utile realizzare specifiche sezioni di contenuto in base alla tipologia di utente che naviga nel portale. Nel caso del nuovo portale del Parco Nazionale della Sila, si potrebbero realizzare essenzialmente tre sezioni: una dedicata interaente all’utente che desidera visitare il parco (parte turistica) all’interno della quale si trovano notizie inerenti itinerari, sentieri, attrattive e servizi offerti; un’altra sezione dedicata all’ente di gestione del Parco ed al territorio (Comuni) rientranti nell’area; un’ultima sezione dedicata ad approfondimenti di vari aspetti: fauna, flora, artigianato, agricoltura, pastorizia, silvicoltura, gastronomia, storia e cultura, leggende, ecc..

