

# Web Information Management

**Analisi di usabilità di:**

[www.landartgiardinieri.it](http://www.landartgiardinieri.it)

Federico Consalvo

Matricola 1144250

# Sommario

1	Introduzione .....	3
1.1	Nome del sito .....	3
1.2	Posizionamento SERP .....	4
2	Struttura.....	4
2.1	Homepage del sito.....	6
2.2	Le 6W .....	6
2.3	Navigazione mobile.....	8
3	Pubblicità .....	11
4	Analisi contenuto .....	12
4.1	Contenuto nella homepage del sito .....	12
4.2	Contenuto nelle pagine interne.....	14
5	Conclusioni finali e valutazione .....	21
6	Tabella delle figure .....	22

# 1 Introduzione

Questa relazione contiene l'analisi di usabilità del sito [www.landartgiardinieri.it](http://www.landartgiardinieri.it).

Il sito fornisce uno spazio web dedicato alla consultazione delle informazioni relative all'azienda Land Art s.n.c.. Lo scopo del sito è quello di descrivere l'azienda, la sua storia, le sue attività e di dare modo all'utente di poter visualizzare i lavori realizzati e il modo di lavorare dei dipendenti dell'azienda Land Art. Gli utenti che visitano il sito hanno anche la possibilità di poter contattare l'azienda compilando un *form* direttamente dal sito web.

## 1.1 Nome del sito

Il nome di un sito internet incide in media tra il 10% ed il 20% nella sua usabilità e qualità. Il nome del sito analizzato, *Land Art GIARDINIERI*, coincide con il dominio utilizzato, [www.landartgiardinieri.it](http://www.landartgiardinieri.it). La scelta del nome del sito risulta quindi coerente con il nome dell'azienda.

La prima cosa che si può notare leggendo il nome dell'azienda è che possa risultare ambiguo in quanto si tratta di due parole di lingua inglese quindi ci si aspetterebbe un sito web in lingua inglese. L'utente che visita il sito web potrebbe trovarsi spaesato ma viene subito rassicurato quando vede la parola *GIARDINIERI* nel logo in alto a sinistra (oltre che nella barra degli indirizzi) che fa subito pensare che si tratti di un sito di giardinieri, e in effetti così è.

Sicuramente l'aggiunta del termine *GIARDINIERI* al logo e al nome del sito aiuta l'utente a farsi un'idea del sito che sta visitando. In allegato, nella figura 1, il logo del sito in dettaglio.



Figura 1: Logo del sito web

## 1.2 Posizionamento *SERP*

Si è verificato il posizionamento del sito web analizzato tramite il sito

[wpseo.it/verifica-posizionamento-seo-google-sito-web/](http://wpseo.it/verifica-posizionamento-seo-google-sito-web/).

Cercando le parole chiave “*land art giardinieri*”, “*landart giardinieri*”, “*azienda land art*” e “*art giardinieri*” il sito risulta in prima posizione.

Cercando le parole chiave “*land giardinieri*” e “*giardinieri arte del paesaggio*” il sito risulta in seconda posizione.

Cercando la parola chiave “*land art*” il sito risulta in quarantatreesima posizione, mentre per le parole chiave “*azienda arte del paesaggio*” il sito risulta oltre la cinquantesima posizione.

Per scrupolosità sono state effettuate altre verifiche cambiando le parole chiave avvicinandosi allo scopo del sito e immedesimandosi in un potenziale cliente che non conosce il nome dell’azienda. Ad esempio, cercando le parole chiave “*giardinieri cazzago di pianiga*” il sito risulta in quarta posizione, mentre per le parole chiave “*giardinieri venezia*” il sito risulta oltre la cinquantesima posizione.

Dai risultati di queste ricerche si può dedurre che il sito viene trovato facilmente se si conosce già il nome e si sa che si sta cercando proprio quel sito conoscendo già il termine “*land art*”, anche traducendolo in italiano si riesce a trovare il sito ma solo se si affianca la parola chiave “*giardinieri*”. Da notare che nonostante le parole chiave “*land art*” siano molto generiche, anche perché possono indicare diversi significati, il sito riesce comunque a piazzarsi entro le prime cinquanta posizioni.

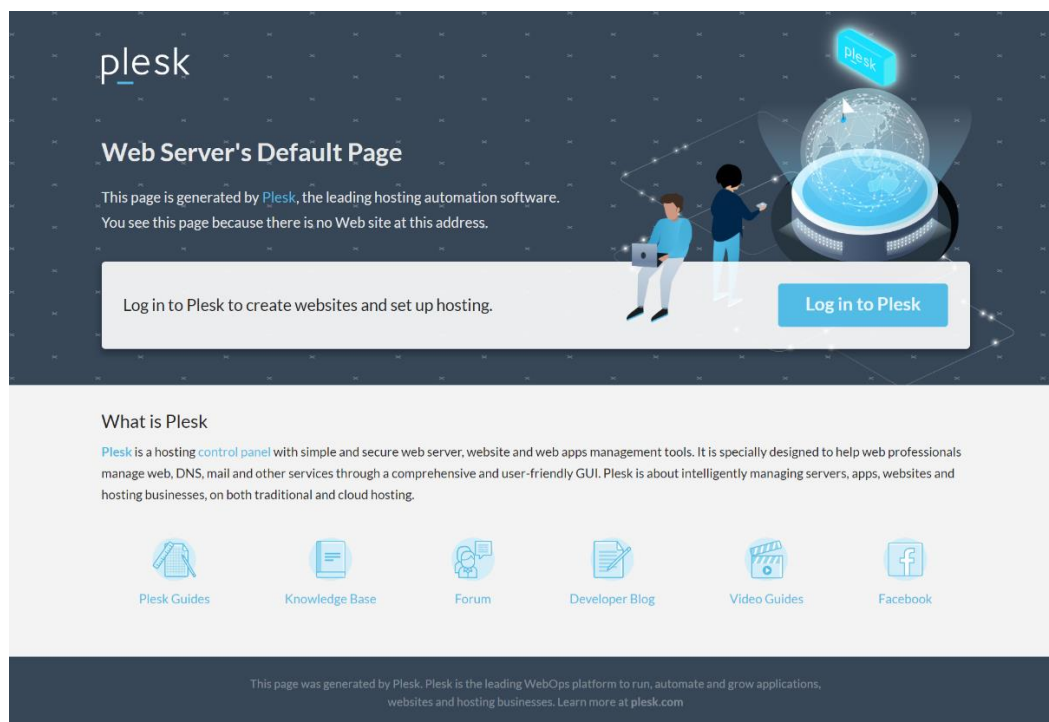
Alcuni risultati sono discreti, ma certamente da migliorare. Infatti, un utente che non conosce il nome dell’azienda sarà improbabile che farà visita al sito che non risulta visibile tra i motori di ricerca neanche utilizzando le parole chiave “*giardinieri venezia*” nonostante si tratti di un’azienda veneta o comunque della provincia di Venezia.

## 2 Struttura

La struttura del sito è molto classica. In alto a sinistra troviamo il logo del sito precedentemente mostrato e descritto. In alto a destra il menù che si sviluppa in orizzontale e presenta le seguenti voci:

- Home: link che conduce alla pagina principale.
- Chi siamo: link che conduce a una pagina dedicata alla storia ed al focus dell’azienda.

- **Servizi:** link che conduce a una pagina che presenta i vari servizi che offre l'azienda. Oltre ad essere un pulsante che porta alla pagina dedicata all'insieme dei servizi presenta anche un sottomenù a scomparsa che si attiva con l'azione *hover* del mouse mostrando tre sottocategorie di servizi, infatti è possibile suddividere i servizi in:
  - servizi per il tuo giardino di casa;
  - servizi per il verde della tua azienda;
  - servizi per gli enti pubblici.
- **Gallery:** link che conduce a una pagina che presenta un insieme di foto visualizzabili all'utente tramite un *pop-up* che mostrano i lavori dei giardinieri, completi e non.
- **Contatti:** link che conduce ad una pagina dedicata a tutte le informazioni di contatto, come l'indirizzo dell'azienda, recapiti telefonici e un form per poter inviare un messaggio all'azienda direttamente dal sito web.
- **Area riservata:** link che conduce al seguente indirizzo <http://vps639042.ovh.net/> . Dal messaggio di testo che appare aprendo il link si deduce che l'area riservata non è stata ancora implementata dallo sviluppatore. Per completezza viene riportata di seguito la schermata visualizzata.



**Figura 2:** Link Area riservata

## 2.1 Homepage del sito

Un sito web lo possiamo considerare come un negozio e la *homepage* sarebbe la sua “vetrina”, il cui scopo è quello di fornire agli utenti, nel minore tempo possibile, una sintesi generale su quello che offre. Per prima cosa cercheremo di analizzare la pagina principale tramite gli occhi di un utente che visita il sito per la prima volta.

## 2.2 Le 6W

Una homepage di qualità deve essere in grado di rispondere alle cosiddette 6W per trasmettere una corretta informazione e catturare l'utente.

### 1) Where? Dove mi trovo? A quale sito sono arrivato?

La risposta è abbastanza comprensibile, l'utente nota subito il logo in alto a sinistra e si accorge di essere arrivato su un sito che ha a che fare con la natura, o comunque col verde, guardando anche le immagini che scorrono nella home, con delle frasi che parlano di alberi, fiori, giardini e natura.

Nonostante nella home non sia presente il *breadcrumb* (nelle altre pagine è presente) e quindi l'utente potrebbe trovarsi spaesato, nel menù in orizzontale spicca la voce home evidenziata in rosso. Sarebbe stato più chiaro rendersi conto che ci si trova nella home con la presenza di un breadcrumb che guida l'utente.

### 2) Who? Chi c'è dietro questo sito?

Capire chi rappresenta il sito è molto importante. Il logo, posizionato in alto a sinistra è cliccabile e rimanda alla homepage, in questo modo l'utente può tornare sempre da dove è arrivato. Le immagini che scorrono nella homepage distraggono l'utente, anche se con le frasi si cerca di far immergere l'utente nel mondo della natura, del verde e dei fiori. Bisogna scorrere un pochino la homepage per poter leggere una breve descrizione sull'azienda. Viene finalmente svelato all'utente il significato di *Land Art* e viene accennato l'obiettivo dell'azienda. Per l'approfondimento sull'azienda si rimanda a un link evidenziato in rosso “leggi tutto ...” cliccabile dall'utente, che verrà indirizzato alla pagina *Chi siamo*.

### 3) What? Cosa offre il sito?

Dando un'occhiata veloce alle pagine si capisce subito che si tratta principalmente di un sito vetrina. La pagina principale è divisa in sezioni e ci

presenta in breve il sito. In alto a sinistra logo e a destra menù in orizzontale. Poi uno *slideshow* con tre immagini non cliccabili, in basso però ci sono tre pulsanti e ognuno fa apparire una immagine diversa compresa di citazioni sulla natura. Poi seguono quattro riquadri:

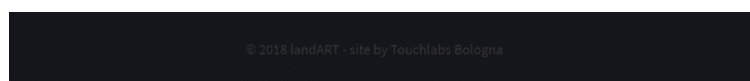
- *LA NOSTRA AZIENDA* che descrive in breve l'azienda e rimanda alla pagina *Chi siamo* tramite il link "leggi tutto..." evidenziato in rosso.

- *I NOSTRI SERVIZI* con tre icone che stanno a rappresentare *casa*, *azienda* e *pubblico*. Le tre icone sono cliccabili e rimandano alle singole pagine dei servizi, infatti abbiamo tre tipi di servizi: per la casa, per l'azienda e per gli enti pubblici. Per fortuna, la presenza del breadcrumb nelle altre pagine permette di mantenere il focus su dove si è e cosa si sta guardando.

- *GALLERY*, un altro riquadro che riporta un link "clicca qui per vedere tutti i nostri lavori..." evidenziato in rosso e che porta alla pagina *Gallery* e seguono tre immagini cliccabili. Se si passa il cursore del mouse sopra appaiono delle scritte di dimensioni piuttosto ridotte ma leggibili per ciascuna immagine: *Riporti e sbiancamenti*, *Realizzazioni*, *Potatura*. Se si clicca su un'immagine si apre a pop-up oscurando il resto della schermata e appare un'icona a "x" in alto a destra per poterla chiudere, anche se cliccando sulla parte scura della schermata si può chiudere ugualmente l'immagine.

- *CONTATTACI*, in quest'ultimo riquadro sono presenti le stesse informazioni che si possono leggere nella pagina *Contatti*, cioè indirizzo, informazioni e un form da compilare per poter contattare direttamente l'azienda.

Per quanto riguarda il *footer* è presente una scritta illeggibile per via dei colori utilizzati che non rispettano lo standard di contrasto dei colori. Solo evidenziando il testo si riesce a leggere cosa vi è scritto. Viene riportato di seguito il footer per completezza.



**Figura 3:** Footer

- 4) Why? Perché dovrei cercare le informazioni che mi interessano su questo sito e non altrove?

Riguardo questo asse informativo si può dire che il sito risulta, nel complesso, di facile utilizzo anche per utenti visitatori meno esperti. Le pagine da visitare non sono tante e nemmeno troppo lunghe da scorrere. È sufficiente osservare l'intera homepage per essersi fatto un'idea generale del sito. Il problema è,

però, quello di mantenere viva l'attenzione del visitatore, che potrebbe rimanere nella pagina per pochi secondi e cambiare sito in un istante. Quei visitatori non interessati al mondo del giardinaggio e alla natura sicuramente daranno un'occhiata veloce alla homepage e al massimo alla pagina *Chi siamo* o *Gallery* se incuriositi, mentre gli interessati saranno incuriositi leggendo le varie descrizioni che gli autori hanno aggiunto per capire e conoscere fino in fondo l'azienda e cosa fa.

5) When? Quali sono le novità del sito?

Il sito non si cura di questo aspetto e non ci è dato sapere quali sono le novità del sito. Nella pagina *Gallery*, per esempio, sono presenti molte immagini di lavori effettuati dai dipendenti dell'azienda ma non è presente la data in nessuna di esse, quindi non ci è dato sapere quando questi lavori sono stati realizzati. Anche nelle pagine relative ai servizi sono presenti delle immagini con delle descrizioni ma non sappiamo quando queste sono state scattate o caricate nel sito. Sarebbe stato sicuramente interessante aggiungere delle date, anche solo l'anno, per farsi un'idea di quando quei lavori sono stati realizzati, e se l'azienda è ancora operativa nel settore.

6) How? Come navigo nel sito?

Per navigare nel sito ci si serve del breadcrumb e delle voci del menù che sono cinque, un numero adeguato. Anche la profondità è adatta in quanto c'è un unico sottomenù generato dalla pagina *Servizi*. Sono presenti alcuni *link* rapidi che l'utente può cliccare navigando nel sito, ma essendo la struttura abbastanza semplice è facile capire come muoversi dopo aver visitato già la seconda pagina. L'assenza della barra di ricerca non è un grosso problema in quanto il sito non offre una grande mole di informazioni quindi si può navigare anche senza la necessità di ricercare parole chiave nel sito.

## 2.3 Navigazione mobile

Negli ultimi anni gli utenti hanno iniziato ad utilizzare sempre più nuovi dispositivi, diversi dal classico computer fisso o portatile. La versione mobile di un sito web gioca, quindi, un ruolo fondamentale dal momento che permette di agevolare la visualizzazione dei contenuti per tutti quegli utenti che navigano sul web da dispositivi come tablet e smartphone.

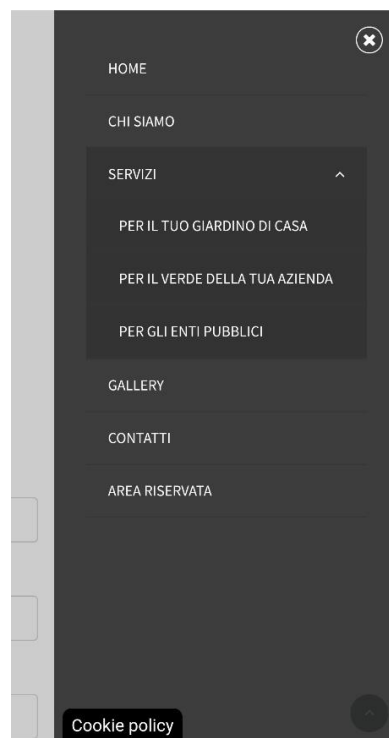
Per quanto riguarda la versione mobile del sito analizzato si può dire che la struttura rimane pressoché uguale: il menù orizzontale viene sostituito dall'ormai diffusissimo



*hamburger menù* posizionato sulla destra (probabilmente per agevolare i destrorsi), il logo viene giustamente ridimensionato, mentre il resto viene riadattato alle dimensioni del dispositivo in uso. Si allegano le schermate della homepage del sito e dell' *hamburger menù* aperto.

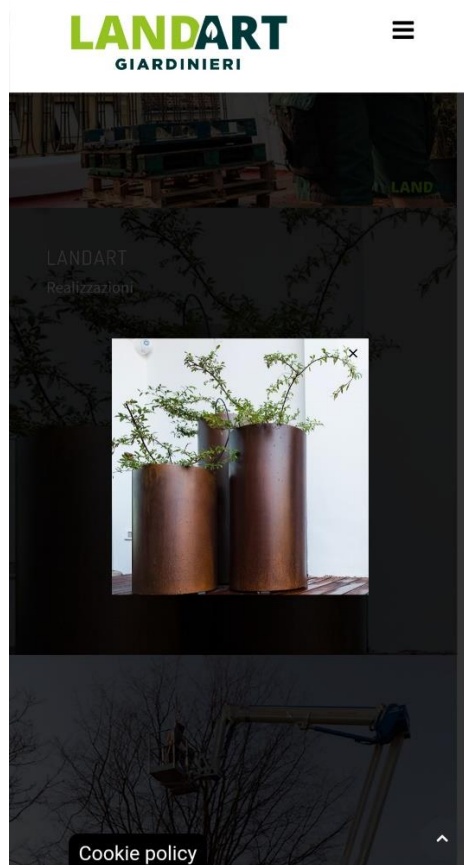


**Figura 4:** Homepage versione mobile



**Figura 5:** Menù aperto versione mobile

Sempre per quanto riguarda la homepage è possibile fare uno *swipe right* o *swipe left* per scorrere le immagini nello slideshow, altrimenti queste scorrono da sole. Un punto debole della versione mobile che si può notare esplorando il sito è la gestione delle immagini. Già nella homepage sono presenti tre immagini che anticipano la pagina *Gallery*: l'utente che naviga nel sito da un dispositivo mobile si aspetta che facendo *tap* su un'immagine questa possa vedersi a schermo intero e ingrandita. Invece l'immagine, una volta aperta si vede rimpicciolita e con la schermata attorno oscurata e un'icona a "x" in alto a destra per chiudere l'immagine. Essendo che, l'utente che naviga da mobile non dispone di uno schermo così ampio sarebbe stato più adatto lasciare le immagini contenute nella homepage nella sua dimensione originale e renderle statiche, in modo tale da lasciare la libertà all'utente di ingrandirle (col classico movimento espandendo due dita sullo schermo) o continuare a fare lo scroll verticale della pagina. Si allega schermata dopo aver fatto tap su un'immagine della homepage.



**Figura 6:** Immagine ingrandita, homepage versione mobile

Per quanto riguarda la pagina *Gallery* il pop-up delle immagini ha più senso e inoltre l'utente se lo aspetta perché da una pagina che si chiama "Gallery" ci si aspetta un album di foto, infatti in questo caso la soluzione adottata è ottima permettendo all'utente di fare *tap* sulle frecce per scorrere le immagini, può ingrandirle e rimpicciolirle a piacimento e quando è stufo può fare *tap* su qualsiasi parte dello schermo o sull'icona a "x" che in realtà non appare troppo visibile perché nera. Sarebbe stato più adatto cambiare proprio il colore dell'icona da nero a bianco, per esempio. La stessa cosa accade nelle pagine dei servizi dove sono presenti diverse immagini. Si allega schermata della pagina *Gallery* con un'immagine ingrandita dove vengono evidenziati da un cerchio bianco gli elementi descritti. Come si può notare l'icona a "x" non è molto visibile.

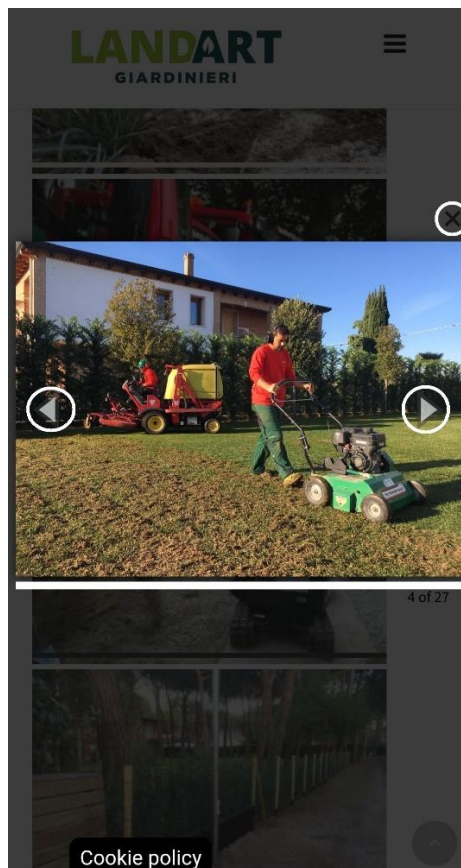


Figura 7: Gallery versione mobile, immagine in dettaglio

Un punto di forza, invece, è sicuramente la presenza del bottone per tornare all'inizio della pagina, posizionato in basso a destra e molto comodo per l'utente che è arrivato in fondo alla pagina e vuole tornare all'inizio velocemente.

Mentre per quanto riguarda il testo possiamo dire che la dimensione del font è adatta al resto della pagina e alla dimensione del dispositivo. Anche le immagini sono proporzionate alla dimensione del dispositivo, inoltre si può dire che arricchiscono l'estetica del sito ma non distraggono troppo l'utente dai paragrafi di descrizione nelle varie sezioni.

### 3 Pubblicità

In tutte le pagine del sito non è presente alcun banner pubblicitario né pop-up. Come già scritto in precedenza il sito risulta abbastanza scorrevole e l'assenza di pubblicità nel sito aumenta il tempo di permanenza dell'utente nel sito stesso, aumenta la fiducia dell'utente e l'indice di gradimento della navigazione. Di conseguenza aumenta anche l'usabilità del sito.

## 4 Analisi contenuto

### 4.1 Contenuto nella homepage del sito

Anche se ampiamente descritto in precedenza, possiamo notare come il contenuto della homepage sia abbastanza variegato: il testo è molto spaziato, viene usato in minima parte come divisorio tra contenuti grafici, come lo slideshow o le icone che descrivono i tre tipi di servizi che l'azienda offre. Questo porta ad uno scanning più veloce da parte dell'utente dell'intera pagina sezionandola nettamente.

Nella pagina principale non viene riportato il breadcrumb, il quale avrebbe aiutato l'utente a orientarsi meglio e avrebbe evitato in ogni caso il fenomeno "lost in navigation" occultando l'asse *where*. In compenso, viene segnalato all'utente che si trova nella pagina *Home* dal menù in alto a destra infatti si può notare che la pagina corrente viene segnalata da una scritta di colore rosso.

Un'altra nota negativa per quanto riguarda la homepage è proprio la sezione dei servizi che presenta sì delle icone cliccabili, però sarebbe stato più opportuno rendere anche le scritte "PER LA CASA", "PER L'AZIENDA" e "PER IL PUBBLICO" dei link alle diverse pagine dei servizi perché avrebbe agevolato quegli utenti che non capiscono il significato delle icone e finiscono per cliccare il testo invano.

Scorrendo troviamo un "clicca qui" sconsigliato per reindirizzare un utente in un'altra pagina, però la scritta viene visualizzata di un colore differente rispetto al resto,

l'utente capisce subito che è un link e che probabilmente porterà alla pagina *Gallery*.

Infine, un breve modulo con qualche campo da compilare per poter inviare una mail all'azienda e delle informazioni per poterla contattare o visitare realmente.

Si allega intera schermata della pagina principale del sito web.



## 4.2 Contenuto nelle pagine interne

Per quanto riguarda il contenuto delle pagine interne si alternano pagine con immagini a pagine con testo e pagine ibride dove appaiono sia testo che immagini. Questa volta il breadcrumb viene visualizzato e diventa anche gerarchico nel momento in cui ci si addentra in profondità. Si ricorda che la profondità è di livello tre in quanto vi è il sottomenù della pagina *Servizi* e le pagine sono separate dal simbolo “/” comunemente usato.

Un punto di debolezza del menù è che l'utente non saprà mai quali pagine ha già visitato, quindi ogni volta che tornerà nel sito sarà come la prima volta. L'utente ha bisogno di sapere anche dove è stato perché bisogna affaticarlo il meno possibile. Questo aspetto non viene curato in quanto viene segnalata solo la pagina corrente e non quelle visitate.

Viene inoltre riscontrata un'anomalia con i colori: se l'utente si trova sulla pagina *Servizi* e ci si sofferma con il cursore sulla voce “Servizi” del menù, le voci del sottomenù appaiono tutte in rosso come se si fossero già visitate, invece non è così. Adesso verranno analizzate e descritte le pagine interne del sito.

La pagina *Chi siamo* presenta una grande immagine raffigurante i rappresentanti dell'azienda con i dipendenti. Vedendo la pagina dal sito per desktop l'immagine appare un po' troppo grande, è vero però che è molto bella da vedere perché include i macchinari con il logo dell'azienda stampato e il gruppo in primo piano, quindi un'immagine più piccola non avrebbe avuto la stessa importanza.

Subito dopo viene presentata l'azienda tramite dei piccoli paragrafi e a seguire qualche altra immagine cliccabile a ingrandimento.

Il testo appare di dimensioni adatte rispetto alla pagina. Sicuramente avrebbe aiutato aggiungere dei brevi titoli come “Quando nasce”, “Dove nasce” per agevolare la lettura e rendere la pagina più scorrevole e dettagliata. Allo stesso tempo si può dire che la descrizione è completa e permette di farsi un'idea chiara sull'azienda e sul modo di lavorare che l'azienda ha. Di seguito viene riportata la schermata della pagina *Chi siamo* come effettivamente appare.



## CHI SIAMO

[Home](#) / [Chi siamo](#)



### CHI SIAMO

Il termine "Land Art" letteralmente significa arte del paesaggio, o sul paesaggio: è una corrente artistica nata nel secolo scorso dove l'opera è realizzata dall'autore direttamente sulla natura stessa, agendo sugli elementi che la compongono. Noi crediamo che non sia di certo la mano dell'uomo a rendere la natura un'opera d'arte, ma che l'intervento di questo, dell'artista, si renda necessario nel momento in cui questa si inserisce in un contesto antropizzato, nelle nostre città, nei nostri giardini.

Da questo concetto abbiamo sviluppato l'idea di Land Art giardinieri, un progetto che trova le sue radici nel nostro profondo amore per le piante e per la terra. Questa passione è stata coltivata fin dalla tenera età da entrambi i titolari, Martino Damiani e Fabio Zanelli, e nel tempo ha portato l'uno a diventare agrotecnico con specializzazione in parchi e giardini, l'altro a conseguire il titolo di perito agrario.

L'attività imprenditoriale inizia nel 2012 con l'apertura della ditta "Agriservice" da parte di Martino, che incontra il consenso del mercato ed un paio di anni dopo viene seguito da Fabio che decide a sua volta di dare vita ad un'impresa propria che chiamerà "G20 - giardinieri allo stato puro". Subito nasce tra le due realtà una stretta collaborazione, supportata da un'amicizia ben radicata che, unita ad una forte sintonia di pensiero, rapidamente porta alla fusione delle due ditte individuali ed alla fondazione di Land Art s.n.c.

Si dice che l'unione fa la forza e, consapevoli di questo, da subito ci siamo prefissati l'obiettivo di creare una struttura in grado di offrirvi le competenze specifiche che cercate, ed un servizio personalizzato, sempre di alta qualità. Ogni giorno facciamo questo, con una squadra di collaboratori motivati, ed attraverso un parco mezzi ed attrezzature all'avanguardia e continuamente rinnovato. Operiamo presso committenti privati, aziende ed enti pubblici nella realizzazione di opere a verde di svariate tipologie, e con eguale impegno ne gestiamo poi la manutenzione nel tempo, assicurandovi il pieno soddisfacimento delle vostre aspettative.

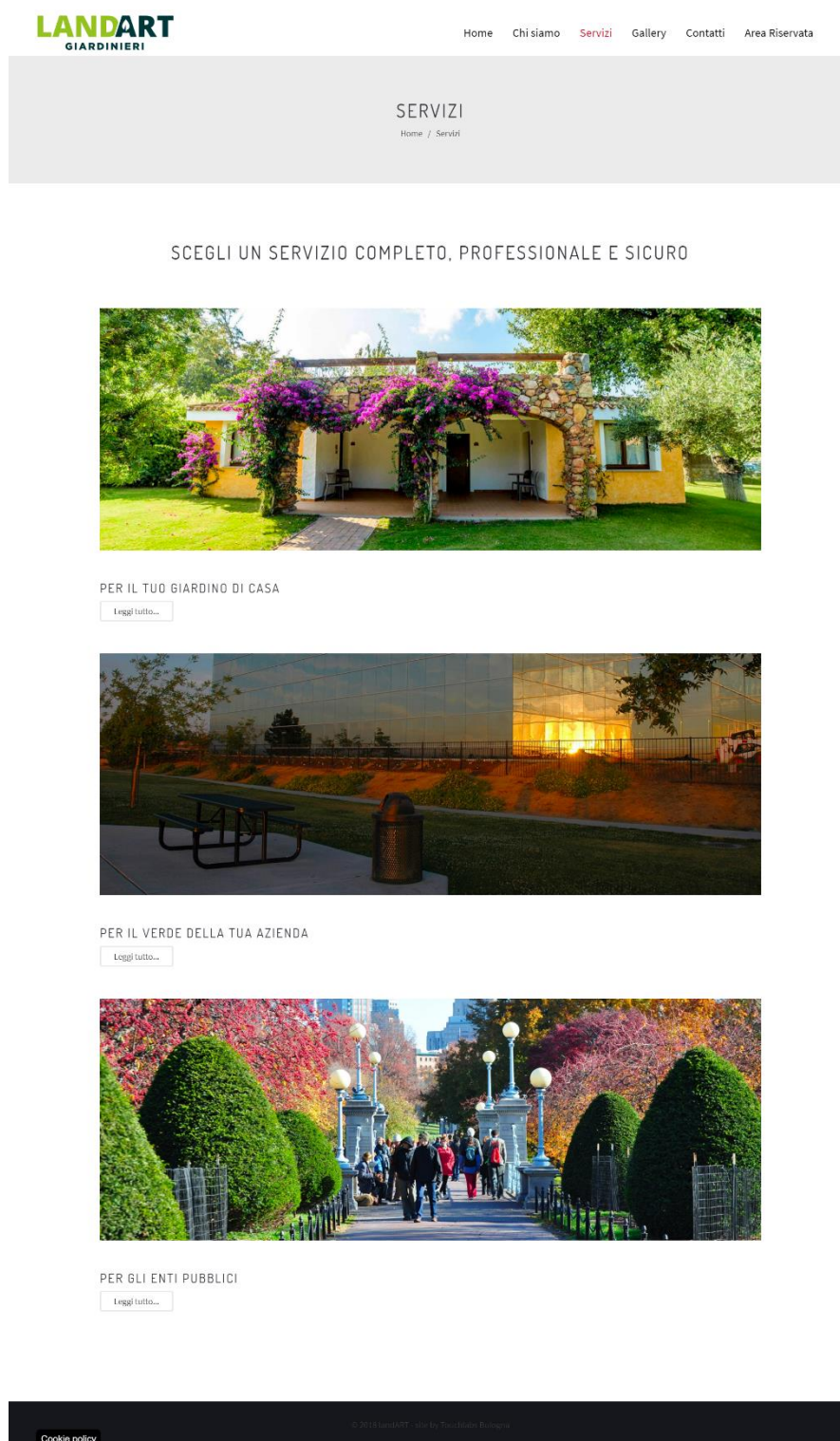
Martino Damiani  
Fabio Zanelli



**Figura 9:** Pagina Chi siamo

La pagina *Servizi* è molto semplice, anche perché lo scopo è indirizzare l'utente verso una delle tre categorie. In questo modo l'utente visitatore sente che gli viene data importanza anche perché si fa differenza tra un semplice cittadino, un'azienda o un'attività pubblica. Anche qui viene riportato un link per ciascuna categoria di servizio. Sicuramente la scritta "leggi tutto..." è più consona rispetto al fastidioso "clicca qui" che può risultare ambiguo. Inoltre, il riquadro che la contiene aiuta a capire che si tratta sicuramente di un link e porta appunto alla pagina di uno specifico servizio. Molto positivo il fatto che sia i titoli che le immagini sono cliccabili, così

l'utente può arrivare più velocemente alla prossima pagina. Si allega, infine, una schermata della pagina *Servizi*.



**Figura 10:** Pagina Servizi



Le tre pagine di servizi hanno la stessa struttura e riprendono la struttura della pagina *Chi siamo*: immagine principale ingrandita, testo, immagini varie. Si può notare che il breadcrumb è al massimo della sua profondità, l'utente riesce a capire come è arrivato nella pagina corrente guardando il breadcrumb e quindi il percorso selezionato. Per quanto riguarda il testo possiamo dire che questa volta vengono riportati dei sottotitoli oltre che il titolo, sicuramente questo aumenta il timer di permanenza nel sito in quanto l'utente sarà attratto dalla lettura dei paragrafi. Le immagini all'inizio delle pagine risultano questa volta più adatte come dimensione rispetto alla pagina *Chi siamo*. In allegato le schermate delle tre pagine di servizi: *Servizi per il tuo giardino di casa*, *Servizi per l'azienda*, *Servizi per il verde pubblico*.



Figura 11: Servizi per il tuo giardino

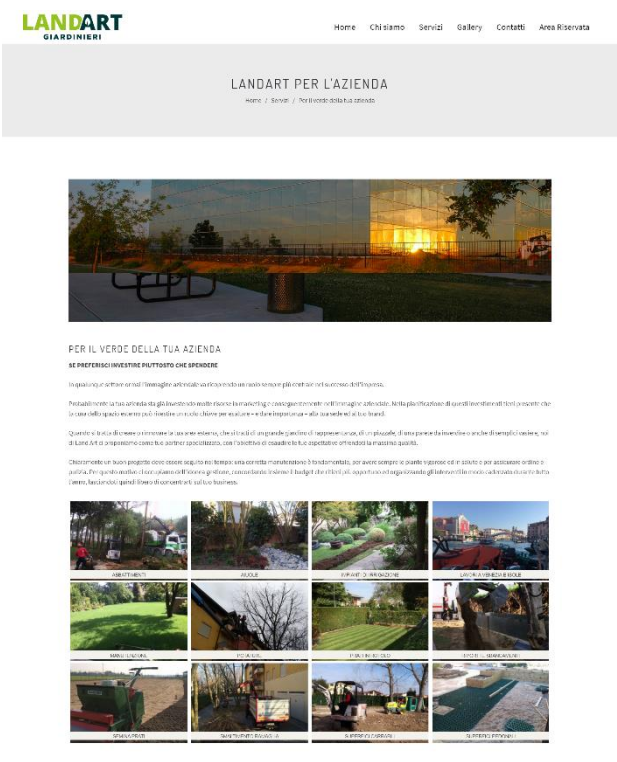
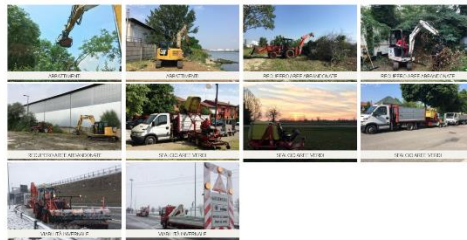
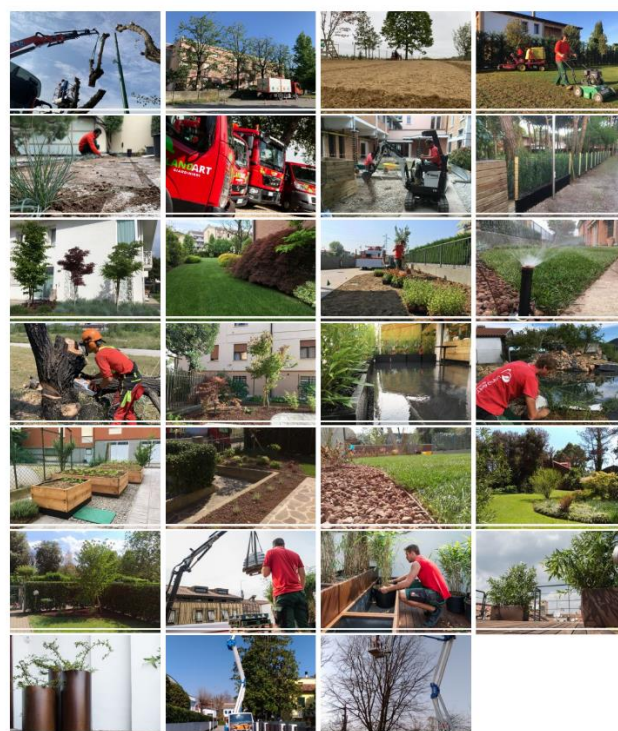
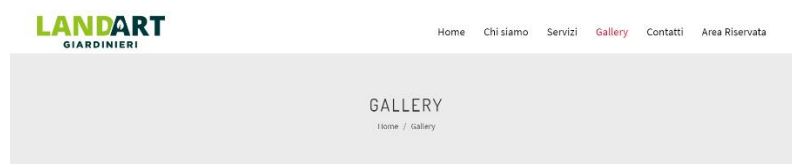


Figura 7: Servizi per l'azienda





**Figura 14:** Pagina Gallery

La pagina *Contatti* è l'ultima voce del menù (se si esclude la pagina Area riservata che non viene trattata perché non funzionante). Anche qui viene utilizzata una struttura molto semplice. La colonna a destra viene utilizzata per fornire informazioni riguardo l'indirizzo e i contatti dell'azienda. La colonna principale riporta invece un form per poter contattare l'azienda.

Una piccola nota negativa di questa pagina riguarda proprio il form dei contatti che presenta i label in lingua inglese. Risulta una scelta non troppo sensata in quanto il sito appare interamente scritto in lingua italiana.

Un'altra anomalia che viene riscontrata si trova alla fine del form: il sito riporta la dicitura "Clicca qui per accettare la nostra Privacy Policy". Il problema è che quando si va a cliccare il link, appare la schermata in figura 16, la quale ci presenta la privacy policy del sito in linee generali ma non è presente nessun *checkbox* per poter

affermare che si intende accettare la privacy policy del sito. Quindi probabilmente l'utente potrà compilare il form e inviare la domanda senza aver dichiarato il consenso ad accettare le politiche di privacy del sito.

Sarebbe stato più opportuno inserire una casella di selezione per selezionare che si intende accettare la privacy policy, o in alternativa avvertire l'utente che nel momento in cui clicca su "invia messaggio" accetta la privacy policy del sito. In allegato schermata della pagina *Contatti* e a seguire la schermata della privacy policy citata.

**LANDART**  
GIARDINIERI

Home Chi siamo Servizi Gallery **Contatti** Area Riservata

## CONTATTI

Home / Contatti

### CONTATTI

Per qualsiasi domanda o informazione non esitate a contattarci, vi risponderemo al più presto

Name:  Email:

Subject:

Message:

[invia messaggio](#)

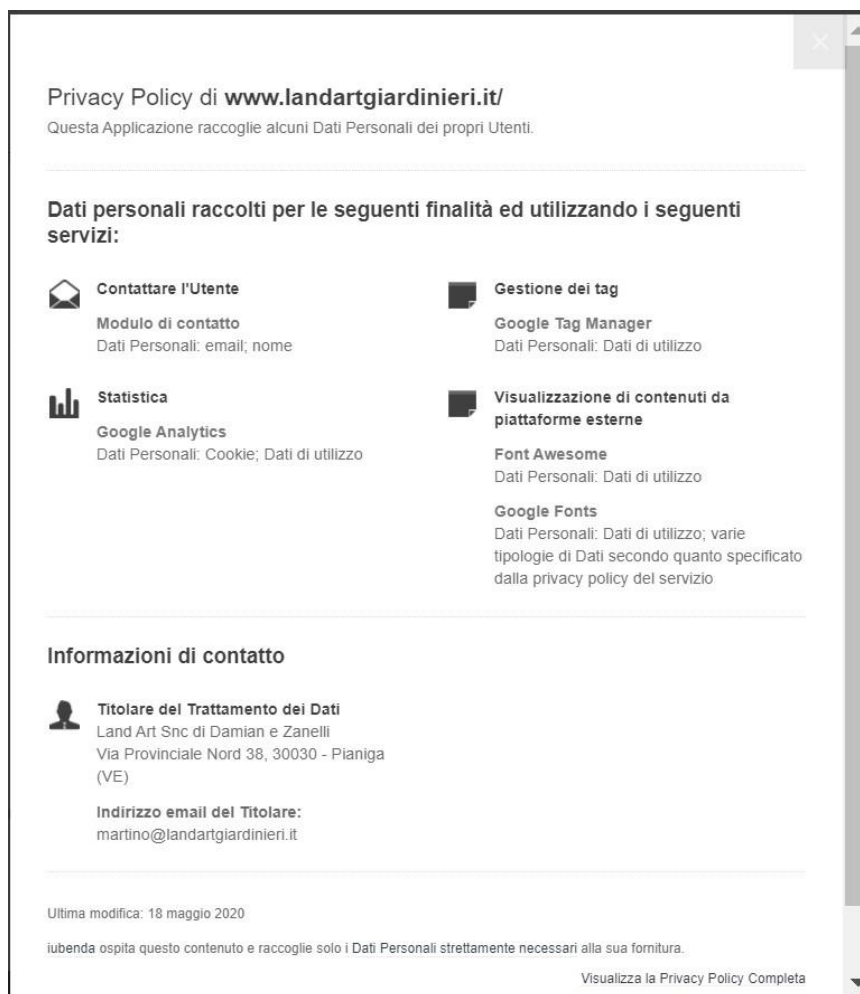
[Clicca qui per accettare la nostra Privacy policy \\*](#)

**INDIRIZZO**  
LAND ART snc  
di Damian Martino e Zanelli Fabio  
Via provinciale nord 38  
30030 Cazzago di Pianiga (VE)  
P.IVA 04427940277  
REA VE-413083

**INFORMAZIONI**  
✉ [info@landartgiardinieri.it](mailto:info@landartgiardinieri.it)  
☎ Martino 334-3454126  
☎ Fabio 334-8757860

[Cookie policy](#) © 2018 landART - site by Touchdials Bologna

**Figura 159:** Pagina Contatti



**Figura 10:** Privacy policy

## 5 Conclusioni finali e valutazione

In conclusione, il sito dell'azienda *Land Art Giardinieri* non ha di per sé molte funzionalità oltre al solo aspetto informativo. In fondo l'obiettivo che probabilmente si propone il sito è sia quello di fare rappresentanza sul web e di far conoscere l'azienda a un diverso pubblico di utenti, ma anche di avvicinare aziende e/o enti pubblici per aumentare il lavoro e il prestigio dell'azienda.

Per quanto riguarda il contenuto le informazioni sono visibili con una discreta organizzazione. Da rivedere alcuni dettagli riguardanti proprio l'accessibilità del sito come i link visitati, alcune piccole relative alla gestione delle immagini o il form per essere contattati. Questi accorgimenti avrebbero garantito al sito un punteggio di 8 su 10, mentre, per il momento, mi sento di assegnare un punteggio di 7 su 10, contando anche gli aspetti più importanti dell'analisi di usabilità.

## 6 Tabella delle figure

# figura	Indirizzo
Figura 1	<a href="https://www.landartgiardinieri.it/images/landart_logo.png">https://www.landartgiardinieri.it/images/landart_logo.png</a>
Figura 2	<a href="http://vps639042.ovh.net/">http://vps639042.ovh.net/</a>
Figura 3	<a href="https://www.landartgiardinieri.it/">https://www.landartgiardinieri.it/</a> - zoom su footer
Figura 4	<a href="https://www.landartgiardinieri.it/">https://www.landartgiardinieri.it/</a> - versione mobile
Figura 5	<a href="https://www.landartgiardinieri.it/">https://www.landartgiardinieri.it/</a> - versione mobile menù aperto
Figura 6	<a href="https://www.landartgiardinieri.it/">https://www.landartgiardinieri.it/</a> - zoom su immagine
Figura 7	<a href="https://www.landartgiardinieri.it/gallery.html">https://www.landartgiardinieri.it/gallery.html</a> - zoom su immagine, dettagli
Figura 8	<a href="https://www.landartgiardinieri.it/">https://www.landartgiardinieri.it/</a>
Figura 9	<a href="https://www.landartgiardinieri.it/chi-siamo.html">https://www.landartgiardinieri.it/chi-siamo.html</a>
Figura 10	<a href="https://www.landartgiardinieri.it/servizi.html">https://www.landartgiardinieri.it/servizi.html</a>
Figura 11	<a href="https://www.landartgiardinieri.it/servizi/la-cura-del-verde-per-il-tuo-giardino-di-casa.html">https://www.landartgiardinieri.it/servizi/la-cura-del-verde-per-il-tuo-giardino-di-casa.html</a>
Figura 12	<a href="https://www.landartgiardinieri.it/servizi/la-cura-del-verde-per-l-azienda.html">https://www.landartgiardinieri.it/servizi/la-cura-del-verde-per-l-azienda.html</a>
Figura 13	<a href="https://www.landartgiardinieri.it/servizi/i-servizi-di-cura-del-verde-per-gli-enti-pubblici.html">https://www.landartgiardinieri.it/servizi/i-servizi-di-cura-del-verde-per-gli-enti-pubblici.html</a>
Figura 14	<a href="https://www.landartgiardinieri.it/gallery.html">https://www.landartgiardinieri.it/gallery.html</a>
Figura 15	<a href="https://www.landartgiardinieri.it/contatti.html">https://www.landartgiardinieri.it/contatti.html</a>
Figura 16	<a href="https://www.landartgiardinieri.it/contatti.html">https://www.landartgiardinieri.it/contatti.html</a> – zoom su privacy policy