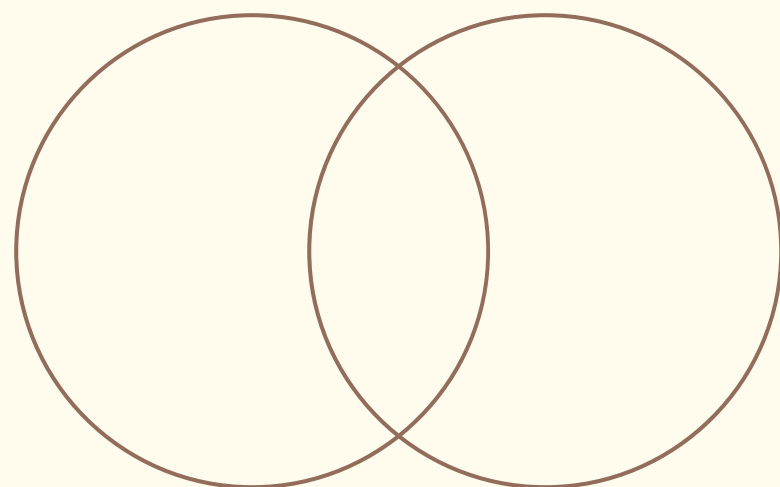


Panacea social Farm



Seo Audit



Davide Rosso





Panacea Social Farm

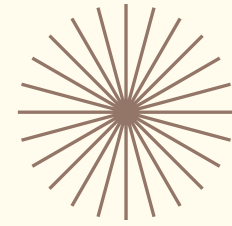
Cliente

Pancea Social Farm è una cooperativa sociale di tipo B, la squadra è composta da alcuni panettieri professionisti e da persone di in condizione di svantaggio economico e sociale.

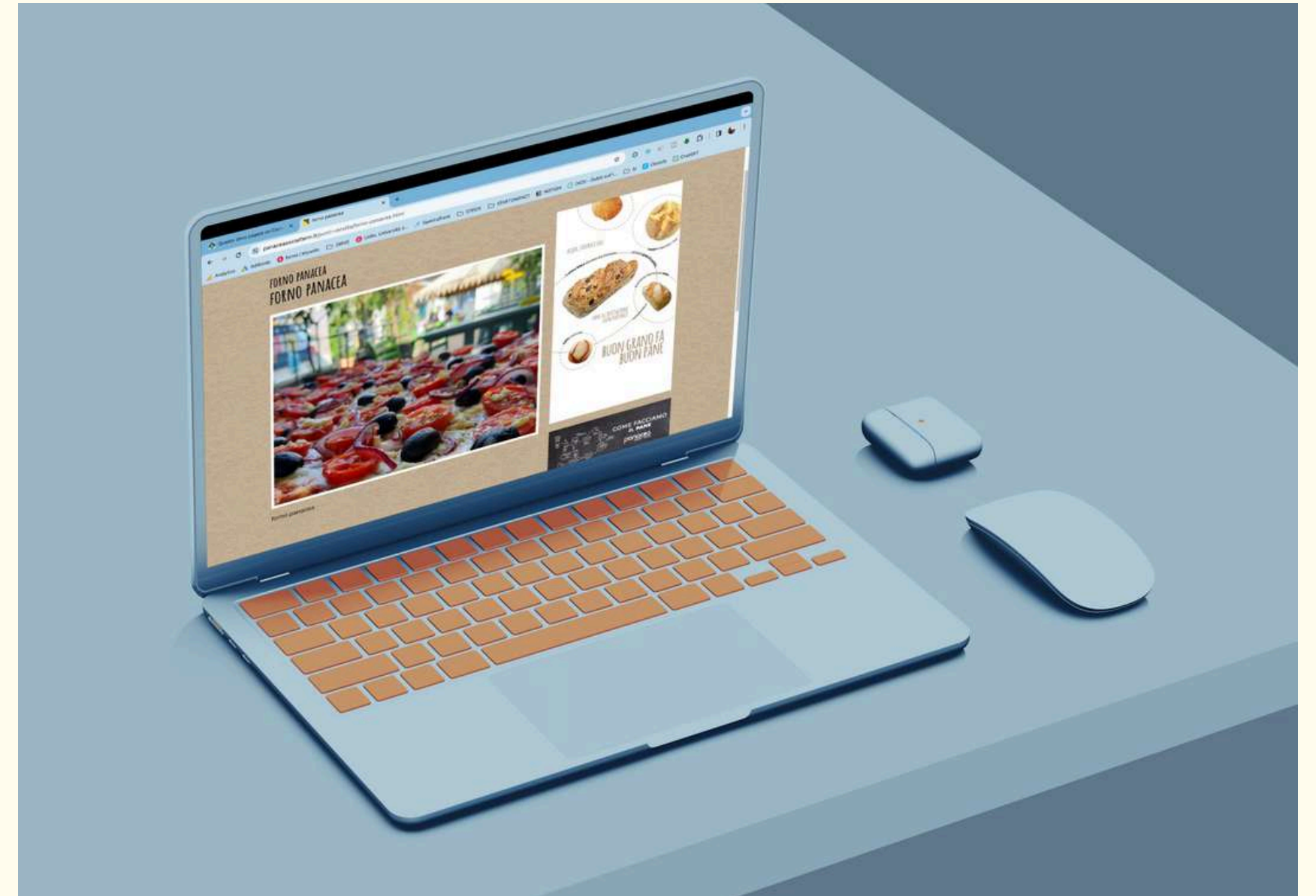
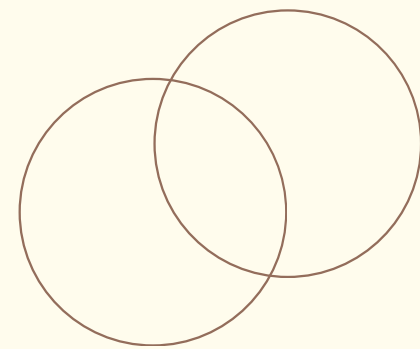
Producono tramite il loro forno, situato a Torino in via Baltea, Pane di alta qualità con pasta madre utilizzando solo farine da filiera corta.

Il pane e i prodotti da forno di Panacea Social Farm vengono distribuiti in 4 panetterie gestite dalla cooperativa nella città di Torino.





Analisi lato client



Analisi Lato client – Desktop

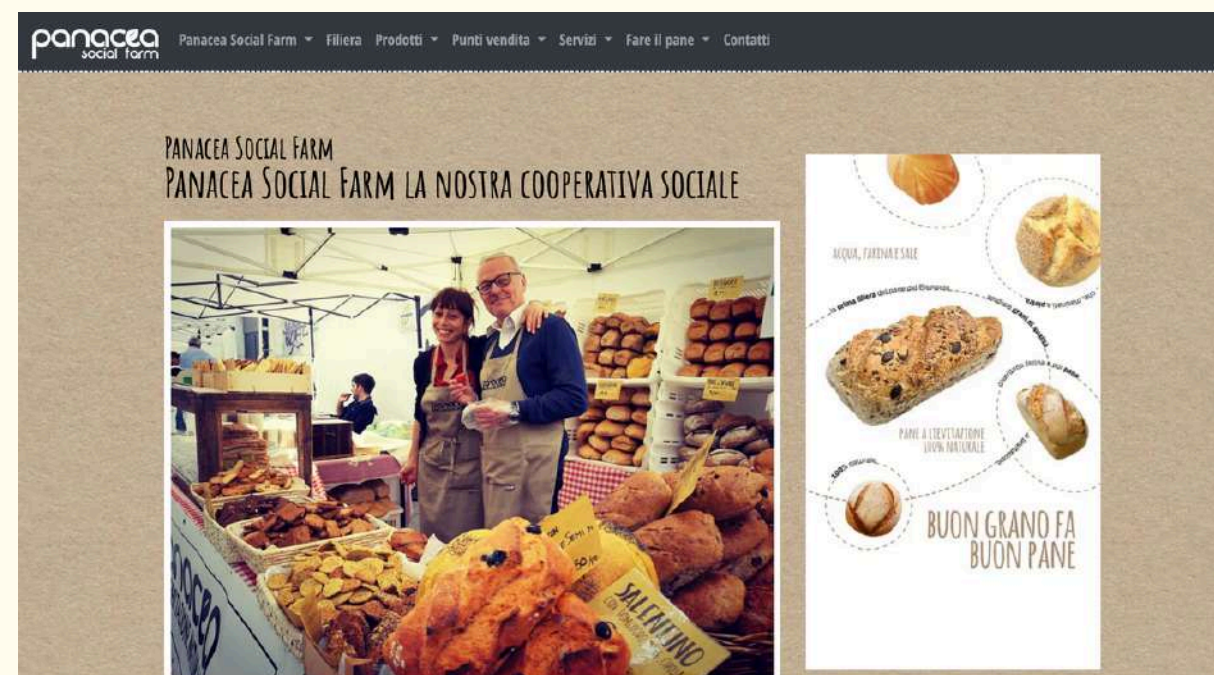


Nella **home page** troviamo 3 foto con una piccola descrizione che hanno un href a 3 pagine diverse del sito : pane, persone, filiera.

A livello di **usabilità** non si capisce che le foto sono link e il sito non presenta altri menù.

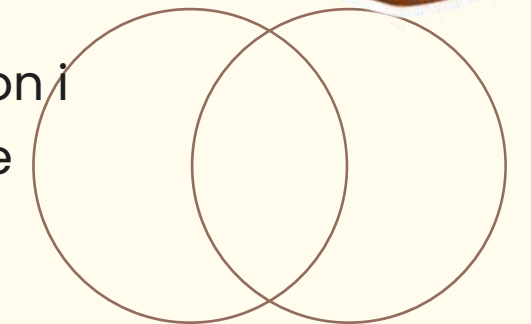
Sembrerebbe quasi una pagina vetrina senza alcun link.

Consiglierei di **inserire il menù già nella home** in modo da guidare l'utente.



Il menu di navigazione possiamo trovarlo nelle altre pagine del sito e rimanda alle varie pagine navigabili. Sono disponibili **7 sezioni** con vari menù a tendina, in totale il menu dispone di **21 pagine**.

Sempre nella home sono disponibili le varie icone con i collegamenti social, tuttavia **non sono collegate** alle pagine dei social network.



Analisi Lato client – Mobile



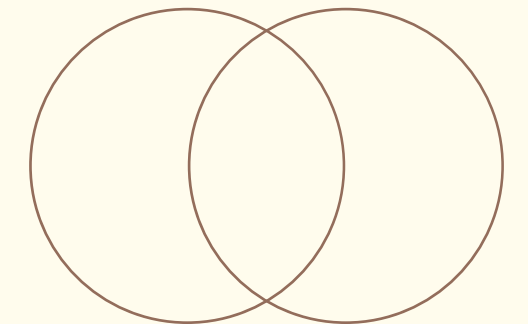
A lato mobile troviamo lo stesso problema, le immagini presenti sulla home non hanno nessuna indicazione che possa indicare all'utente che si trova di fronte ad un link.

Questo problema potrebbe scoraggiare la navigazione.

Proseguendo la navigazione troviamo un menu "hamburger" nel header, il menù non è "sticky" (non rimane incollato alla parte superiore) e quindi nel caso volessimo proseguire la visita ad altre pagine dopo averne letta una ci troveremmo in difficoltà a dover tornare in cima.

Sarebbe opportuno **rendere il menù fisso**.

In fondo alla pagina esiste in verità un link "inizio pagina" che rimanda per l'appunto al Top della pagina, ma è **quasi totalmente invisibile** e va a confondersi con il footer.



Analisi Lato client

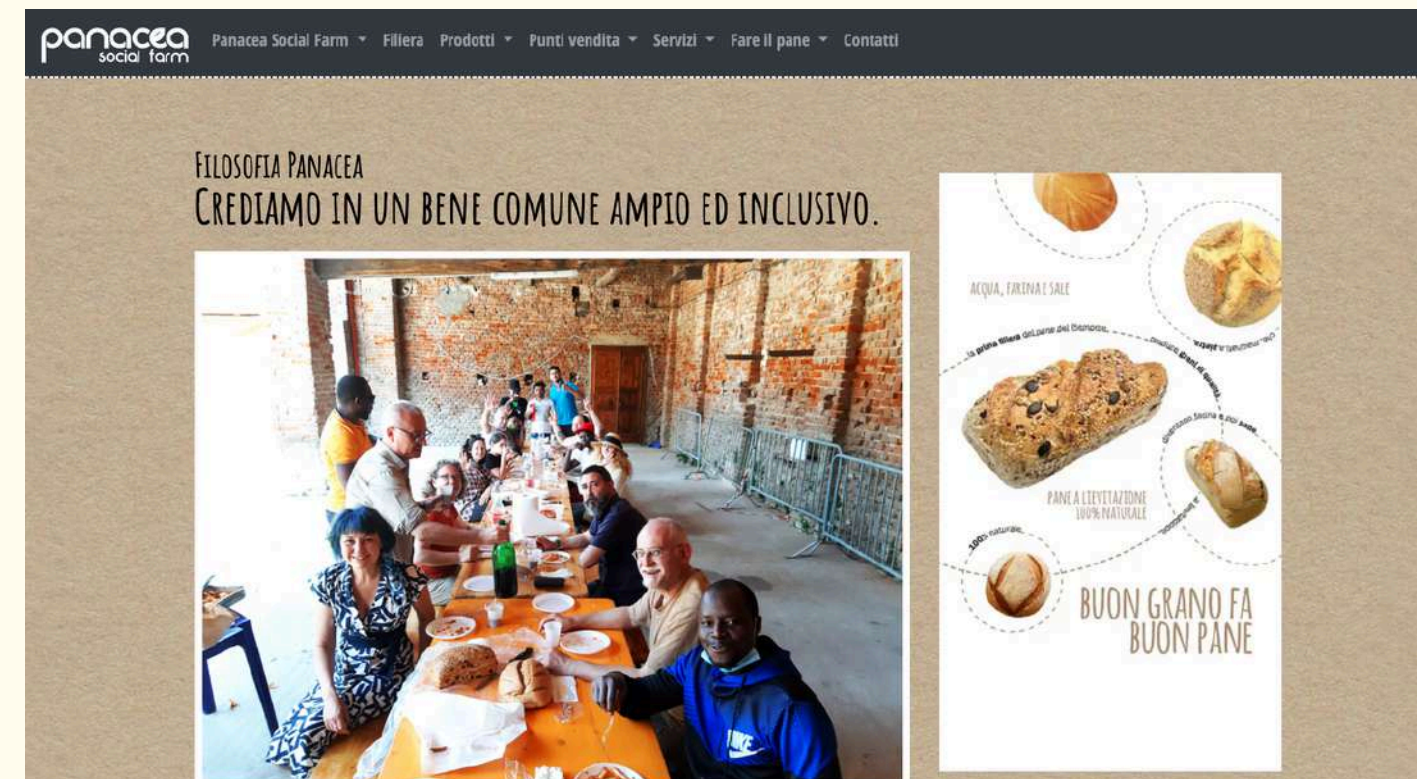
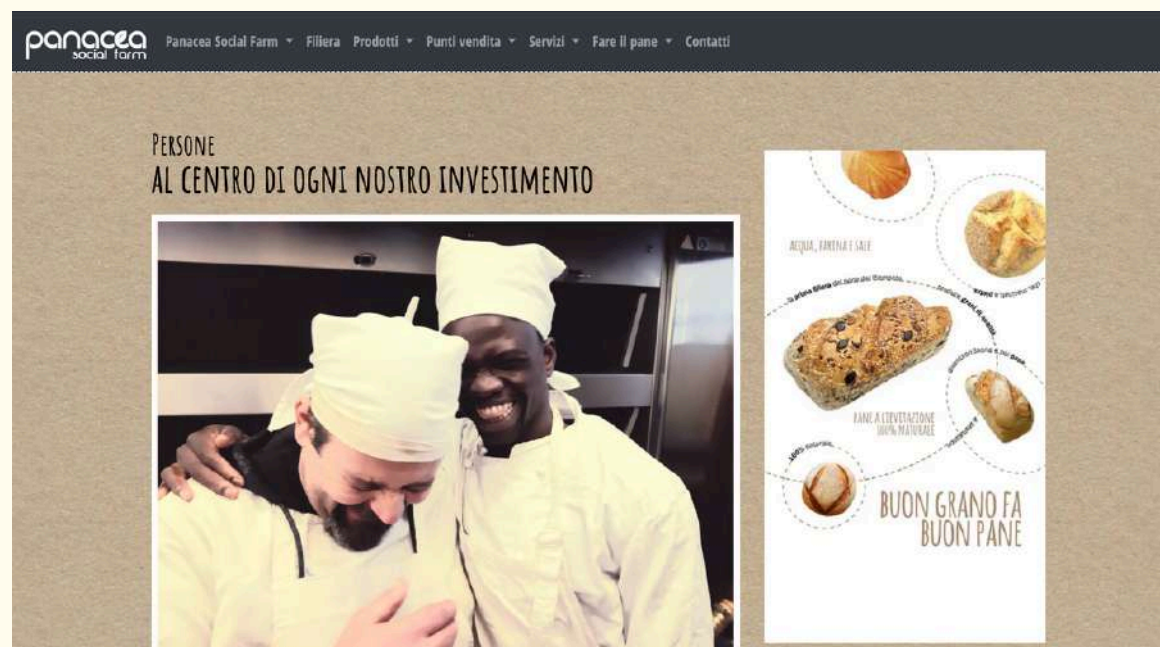


Le sezioni Presentazione e filosofia potrebbero essere unite in un'unica pagina ottimizzata lato SEO dove si presenta l'azienda e giustamente si va a spiegare la filosofia aziendale, la mission e la vision.

Come in tutte le altre pagine troviamo 5 Banner.

- 2 Rimandano alla pagina "filiera"
- 1 indica "i consigli del nutrizionista" ma non ha agganciato alcun link
- 1 rimanda a whatsapp
- 1 Rimanda alla pagina "pane" (pagina descrittiva)

Questo crea **confusione nell'utente**, sarebbe opportuno eliminare i banner e inserire i link interni con un'ottica SEO dentro il testo.

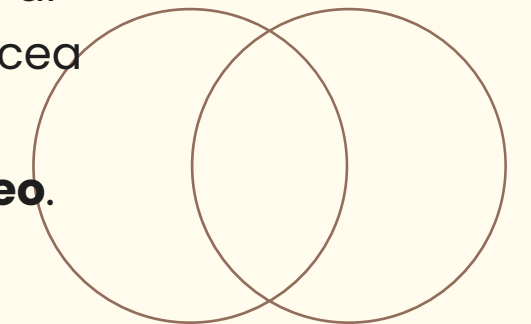


La pagina "persone" è sicuramente interessante, Panacea si occupa di offrire e reintegrare le persone attraverso il lavoro.

La missione aziendale è bellissima ma non viene valorizzata abbastanza in questa sezione.

Sarebbe più opportuno, dove possibile, una carrellata di **foto di persone** che lavorano o collaborano con Panacea con una breve descrizione.

Ancor più efficace sarebbe la produzione di **brevi video**.



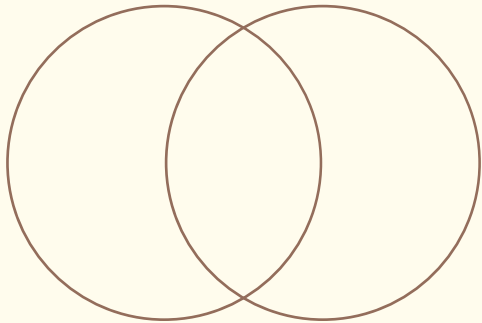
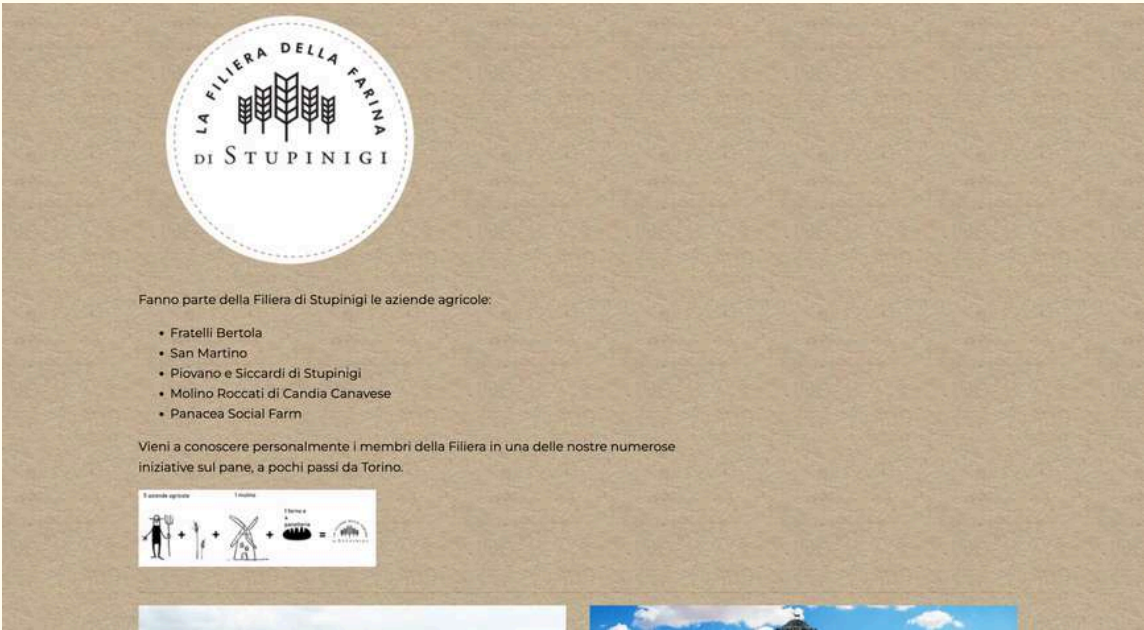
Analisi Lato client



Nella sezione dedicata alla filiera viene mostrato il Logo della “filiera della farina di Stupinigi”, dopo una breve introduzione viene inserita un immagine descrittiva a fondo pagina, però a **bassissima risoluzione**.

Andrebbe sostituita con un immagine più chiara e di dimensioni sufficienti alla visualizzazione senza sforzo.

Potrebbe essere utile una **mappa con i punti di interesse** e una breve descrizione in modo che per l’utente sia facile visualizzare i componenti della filiera e collocarli agilmente nello spazio.



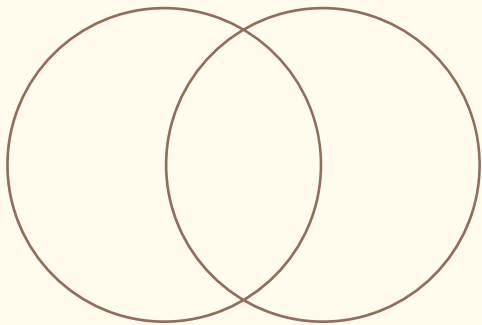
Analisi Lato client



I prodotti sono suddivisi per categoria in diverse pagine, potrebbe risultare più efficiente fare **un'unica pagina con i prodotti e la descrizione**, alla quale inserire un "filtro" per eventualmente agevolare la visualizzazione degli articoli. Le immagini e i testi andrebbero migliorati per favorirne la lettura e la fruibilità. Le foto dei vari prodotti scontornati si potrebbero sostituire con **foto contestualizzate** (foto che rappresenti il prodotto in un contesto realistico). Anche se non è un e-commerce sarebbe opportuno sottolineare o evidenziare gli allergeni nelle descrizioni e possibilmente inserire altre informazioni come le indicazioni nutrizionali.



La pagina "I nostri prodotti senza" è un **placeholder privo di contenuti**. Questo genere di pagine va eliminato per garantire all'utente una navigazione fluida e soddisfacente (nel sito ci sono molteplici pagine "placeholder").



Analisi Lato client



Anche le pagine dei punti vendita andrebbero migliorate.
Si potrebbe ridurre il tutto ad una pagina ed inserire una pratica mappa di Google Maps con i vari punti d'interesse.

Ad ogni punto potrebbe corrispondere una breve descrizione e una serie di informazioni rilevanti come: telefono, e-mail, whatsapp, indirizzo.



San Massimo è il nostro **primo punto vendita**. È vicino a via Po, quindi oltre che per gli abitanti del centro è comodo per i turisti che visitano Torino e che vogliono assaggiare le nostre rinomate specialità.

Nella **panetteria di San Massimo** di trovi **Lorela**, panettiera sapiente e appassionata. Domatrice di bambini. Riceve in negozio classi intere senza battere ciglio, grissino a tutti e indottrinamento su come facciamo crescere il grano per un futuro migliore.

Poi c'è **Giovanni**, che parla inglese, francese, russo o piemontese. Vive in campagna senza riscaldamento e fa il pane sulla stufa. È tuttologo di pasta madre e gli puoi chiedere anche i trucchi per la miglior pizza, ha provato ad oggi almeno **123 tipi di impasti**.

Nella panetteria San Massimo trovi tutti i nostri prodotti, **pane** buonissimo e gentilezza. Ti consigliamo di provare i **grissini** e i **biscotti** che sono veramente deliziosi come i nostri. Irresistibili **biscotti di Frida**, una ricetta **massicana**. E poi i nostri prodotti sono realizzati con lievito madre.



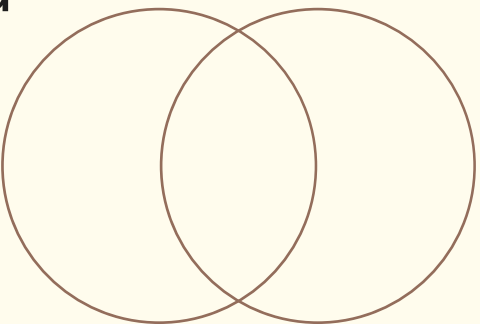
FORNO PANACEA
FORNO PANACEA



forno panacea



Anche in questa sezione del sito troviamo delle pagine prive di contenuto, in generale si dovrebbe far attenzione ed **eliminarle o completarle** per evitare di scoraggiare la navigazione dell'utente.



Analisi Lato client

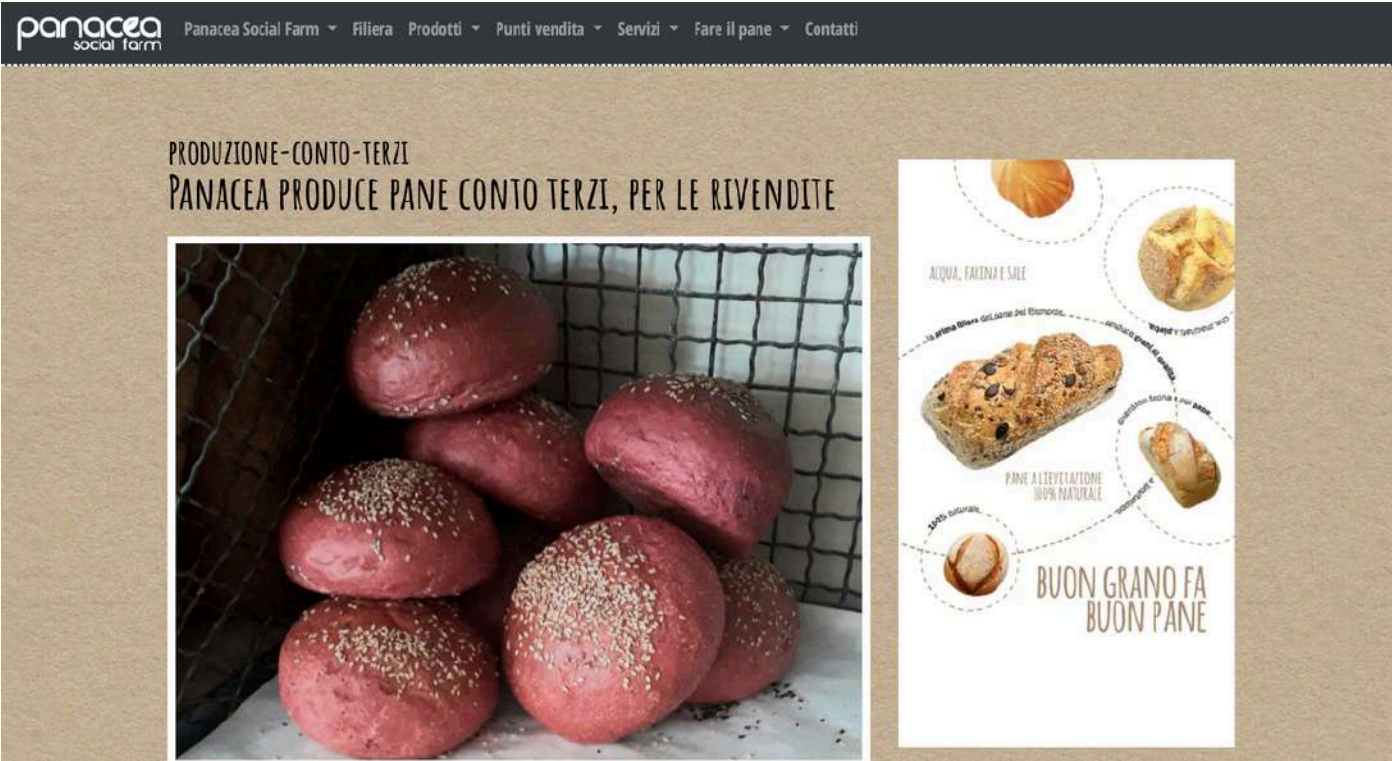


La pagina dedicata alla produzione conto-terzi è una pagina dedicata al **B2B** che può essere sfruttata per la generazione di Lead.

In questo caso dopo una breve descrizione inserirei un **modulo per la richiesta di preventivo**.

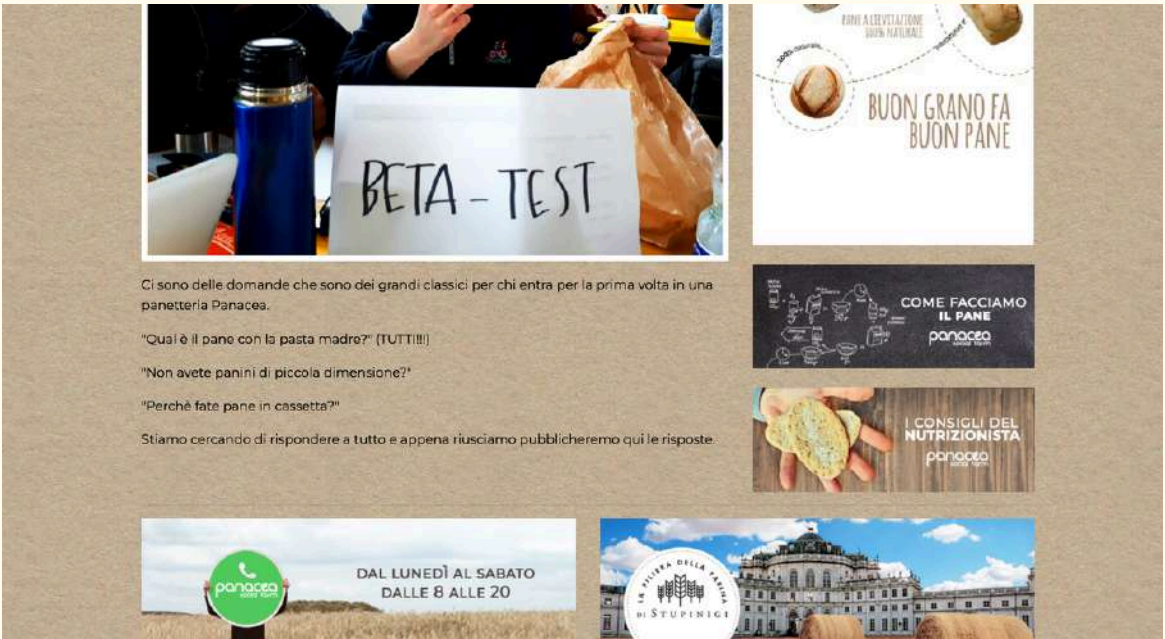
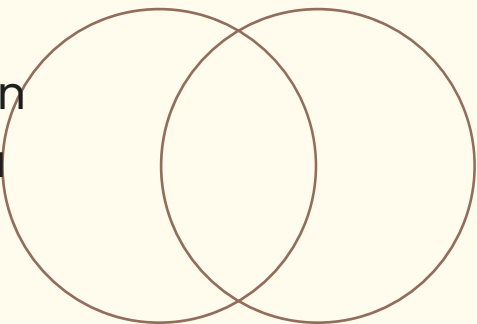
La sezione “fare il pane” è considerata laterale e secondaria al sito, analizzando bene il mercato invece potrebbe risultare un asset importante per **posizionarsi in alcune keywords interessanti e aumentare la copertura del sito**.

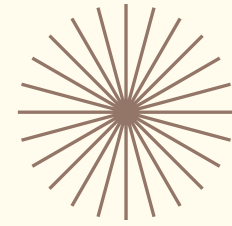
Si potrebbe sviluppare quindi un progetto editoriale a tema pane intorno a questa sezione, un vero e proprio blog o ricettario.



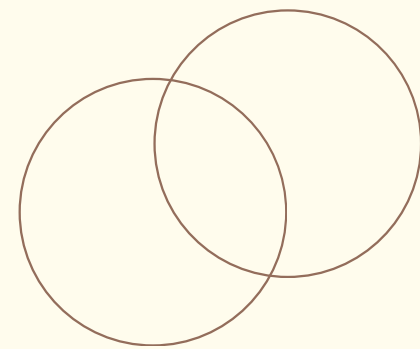
La sezione dedicata alla **FAQ** non è completa, è un ottimo metodo per rispondere ad alcune domande frequenti dei clienti o degli utenti del sito internet, **andrebbe completata**.

In conclusione troviamo la sezione contatti che offre numeri di telefono “in chiaro”, non è un ottimo metodo in quanto potrebbero venir utilizzati per spam e pubblicità aggressiva.





Analisi SERP



Analisi Lato Google

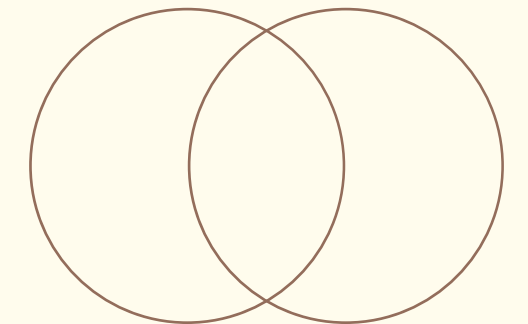
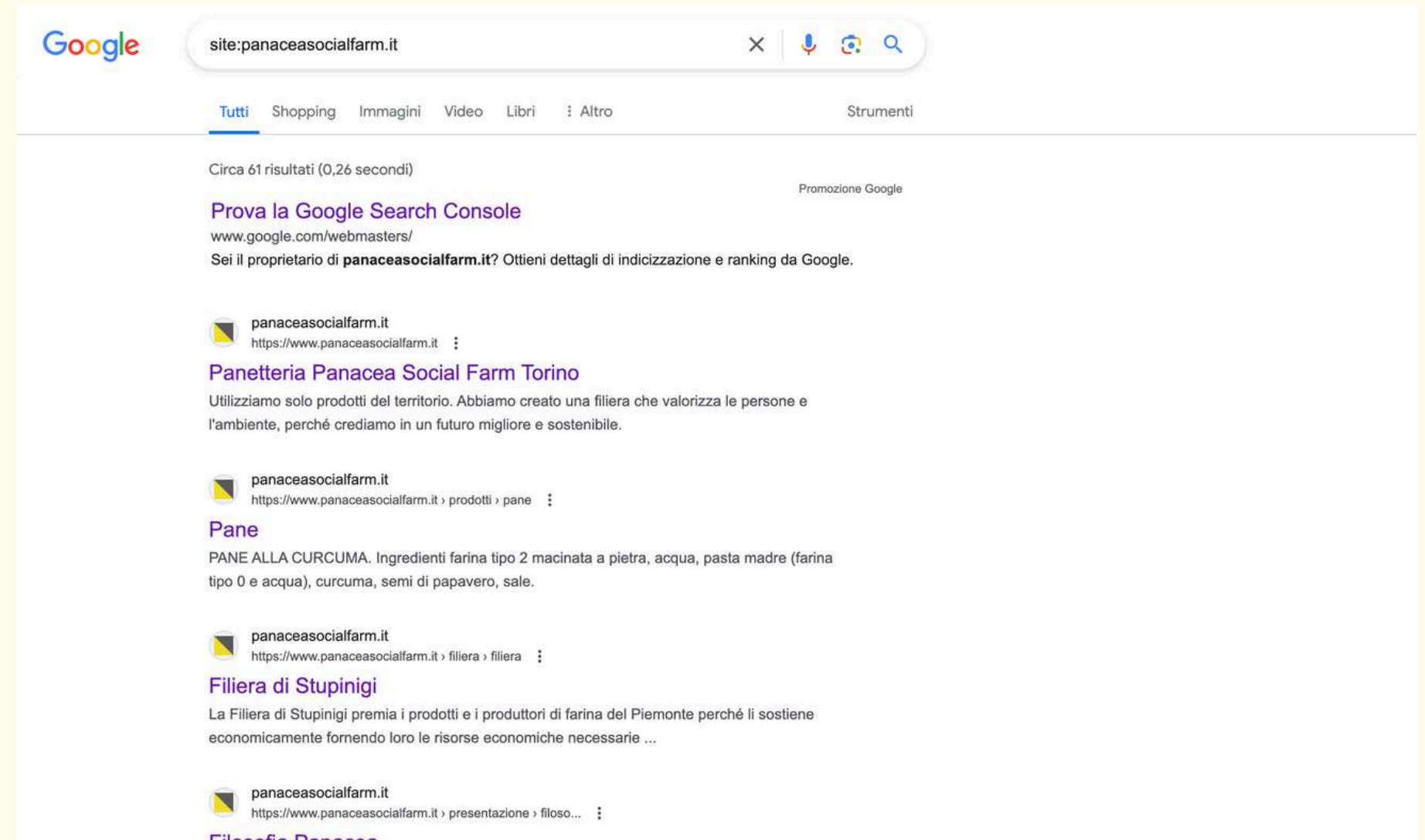


Tramite la ricerca “site: panaceasocialfarm.it” si possono individuare 61 risultati.

il titolo della home è **soddisfacente** perché inserisce l’importante keyword “panetteria”, 37 caratteri sono sufficienti.

Per quanto riguarda la meta-description di 160 caratteri è abbastanza descrittiva ma **non sono state inserite keywords importanti** come “panetteria”, “pane con lievito madre”, “Torino”.

La sostituirei con (137 caratteri) : “Siamo una **panetteria artigianale** Torinese con una **missione sociale**. Produciamo in **Torino** pane con **lievito madre** e altri **prodotti da forno.**”



Index Ratio



L'index Ratio tra le pagine indicizzate e le pagine totali dovrebbe trovarsi tra l'90% e il 110%.

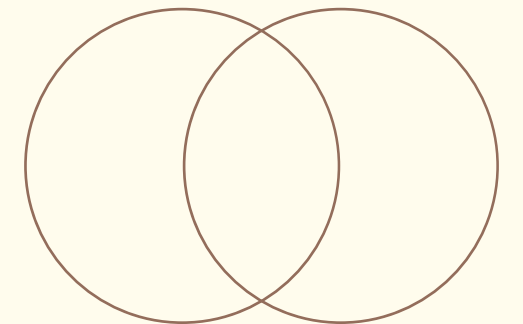
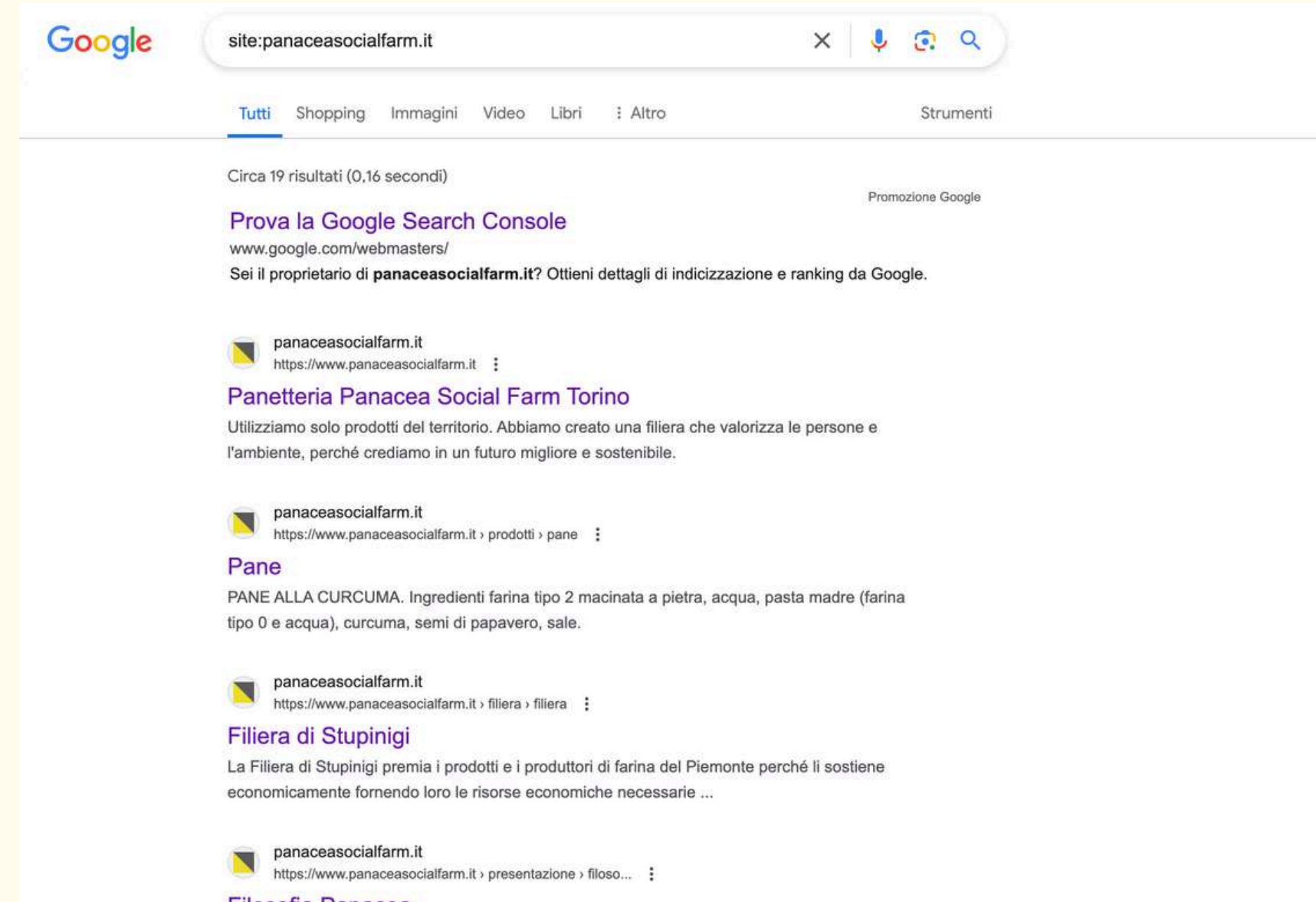
Tramite screaming frog ho individuato 41 pagine HTML se consideriamo solo le pagine con stato 200 (indicizzabile) il conteggio scende a 33.

Google Riporta 19 risultati quindi possiamo calcolare il nostro index ratio con una semplice operazione

$$(19 / 33) * 100 = 57,6\% \text{ **Decisamente Basso**}$$

Questo è dovuto principalmente alla bassa qualità di alcune pagine, infatti se consideriamo le **pagine placeholder**(9) il conteggio delle nostre pagine indicizzabili scende a 24, portandoci quindi intorno all'80%, un risultato più vicino al nostro obiettivo

Se a questo andiamo ad ottimizzare il contenuto di alcune pagine particolarmente **limitate nel contenuto** possiamo agilmente arrivare intorno al 100%



Struttura e link building interno

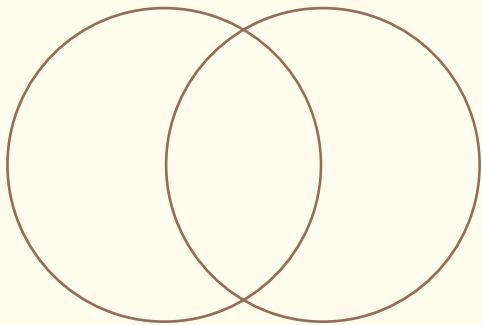
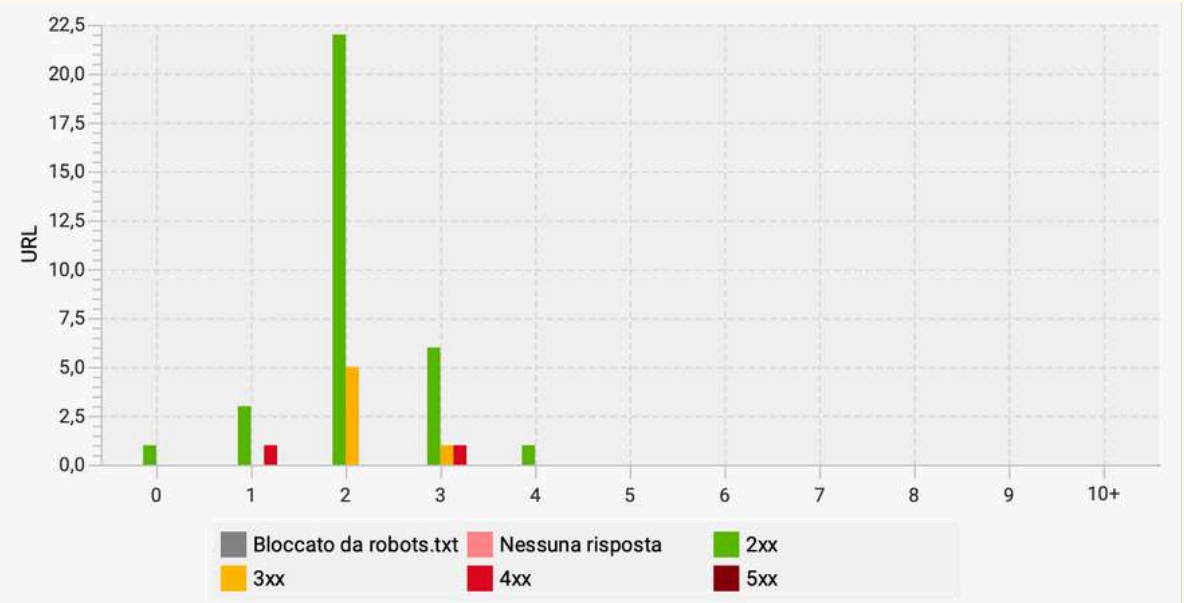
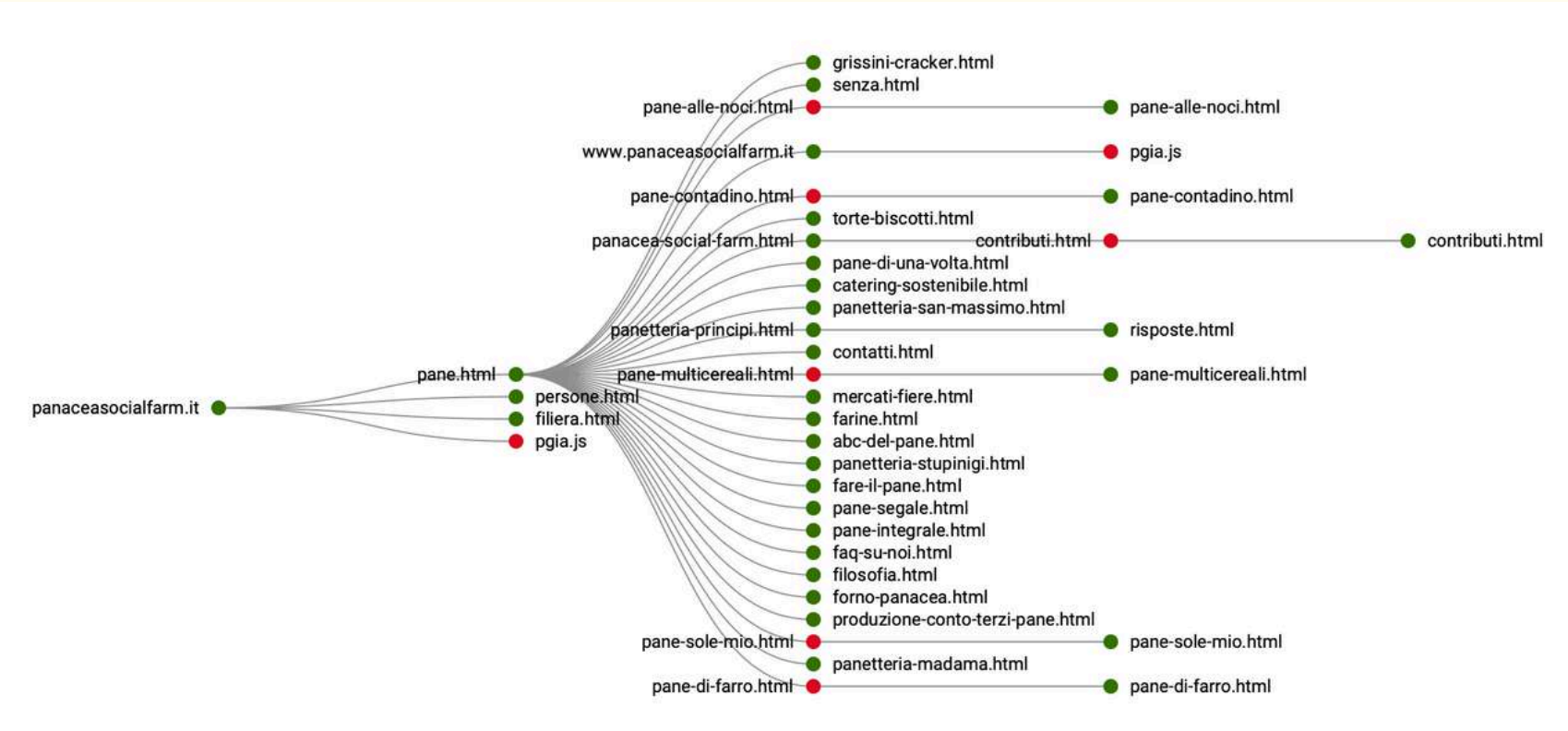
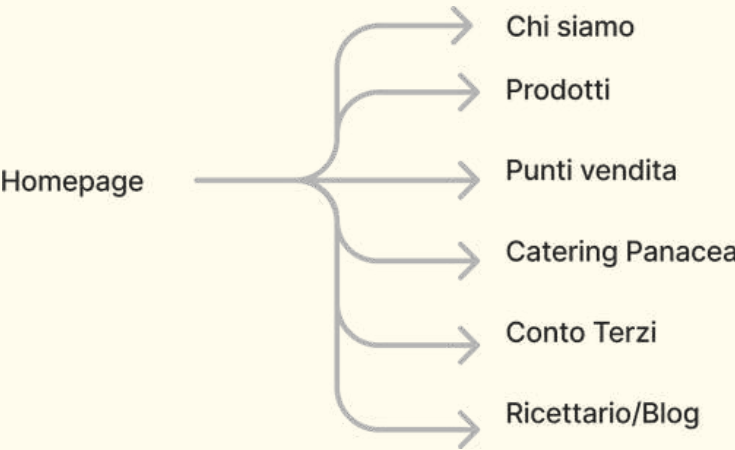


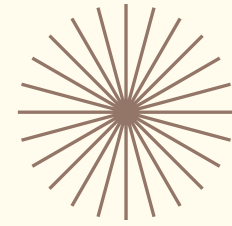
La struttura del sito risulta lineare ma per raggiungere la maggior parte delle pagine dobbiamo fare **tre click**, che potrebbero venir ridotti tranquillamente a due click **eliminando la pagina iniziale**.

Trattandosi di un sito statico senza particolari sezioni, una razionalizzazione delle pagine può risultare sufficiente per risolvere questo problema.

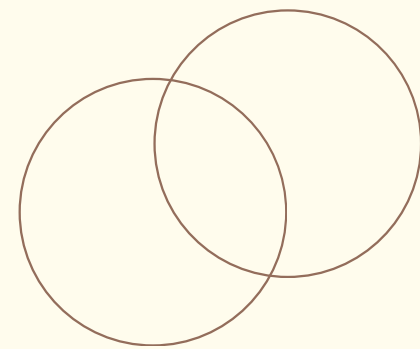
Considerando il principio **LESS IS MORE** andrei a ristrutturare l'organizzazione delle pagine come segue.

Nuova configurazione pagine





Problemi e soluzioni



Risoluzione dei problemi



I problemi principali riscontrati dall’audit tramite screaming frog sono:

- 2 codici 404
- 2 pagine duplicate
- 6 pagine con indirizzamento ad HTTP e non a HTTPS
- 36 immagini senza testo ALT
- 1 immagine senza l’attributo ALT
- i codici 404 sono sintomo di **pagine mancanti o link corrotti**, vanno eliminate o ripristinate, nello specifico si tratta di uno script in javascript.
- Le pagine duplicate in questo caso sono riferite al fatto che il sito è raggiungibile tramite l’indirizzo <https://www.panaceasocialfarm.it> e <https://panaceasocialfarm.it>. Per risolvere si potrebbe impostare la versione preferita tramite Google Search console e impostarla come canonical.
- I link http potrebbero essere considerati come non sicuri, vanno **aggiornati alla versione https**.
- Il testo ALT è importante per l’**indicizzazione** delle immagini e per la fruibilità del sito per persone **ipovedenti**, è necessario aggiornare le pagine senza attributo e inserire un testo descrittivo dove manca.

alfarm.it/

Sottodominio

Inizia

Cancella

Scansione 100%

SEO Spider

Panoramica

Problemi

Struttura del sito

Segmenti

Tempi di risposta

API

Ortografia e grammatica

Esporta

Problemi: 6

Avvertenze: 9

Opportunità: 14

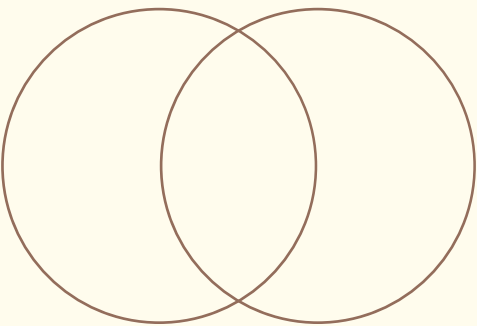
Totale: 29

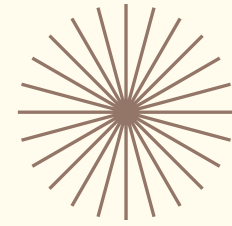
Nome del problema	Tipo di problema	Priorità del problema	URL	% del totale
Codici di risposta: Interni - errore client (4xx)	Problema	Alta		21,4%
Contenuto: Duplicati esatti	Problema	Alta		26,06%
Sicurezza: URL HTTP	Problema	Alta		64,55%
H1: Mancante	Problema	Media		26,06%
Immagini: Testo alt mancante	Problema	Bassa		3645,57%
Immagini: Attributo alt mancante	Problema	Bassa		11,27%
Canonical: Mancante	Avvertenza	Media		33100%
Sicurezza: Header Referrer-Policy sicura mancante	Avvertenza	Bassa		12493,94%
Sicurezza: Header HSTS mancante	Avvertenza	Bassa		12493,94%
Sicurezza: Link cross-origin non sicuri	Avvertenza	Bassa		10,76%
H1: Non sequenziale	Avvertenza	Bassa		3193,94%
Codici di risposta: Interni - reindirizzamento (3xx)	Avvertenza	Bassa		64,2%
Sicurezza: Header X-Content-Type-Options mancante	Avvertenza	Bassa		12493,94%
Sicurezza: Header X-Frame-Options mancante	Avvertenza	Bassa		12493,94%
Sicurezza: Header Content-Security-Policy mancante	Avvertenza	Bassa		12493,94%
Titoli di pagina: Duplicato	Opportunità	Media		26,06%
Titoli di pagina: Sotto 200 pixel	Opportunità	Media		2678,79%
Titoli di pagina: Sotto 200 caratteri	Opportunità	Media		2162,04%

Copia

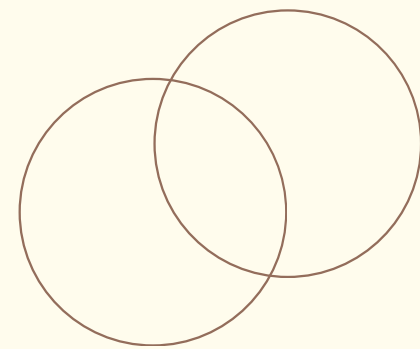
Dettagli del problema

Vista: Dettagli





Velocità e ottimizzazione



Velocità del sito - Google



Per analizzare la velocità del sito ho utilizzato google pagespeed,

Possiamo notare come sia da Mobile che da Desktop le prestazioni non sono bassissime ma non del tutto sufficienti considerando la semplicità del sito e delle pagine.

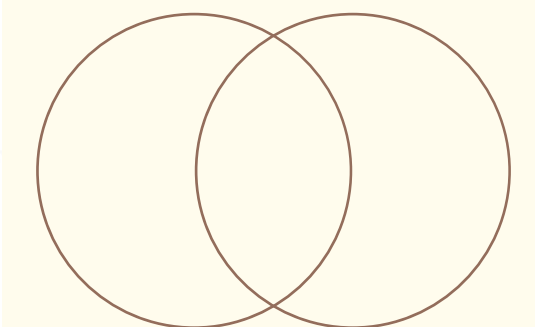
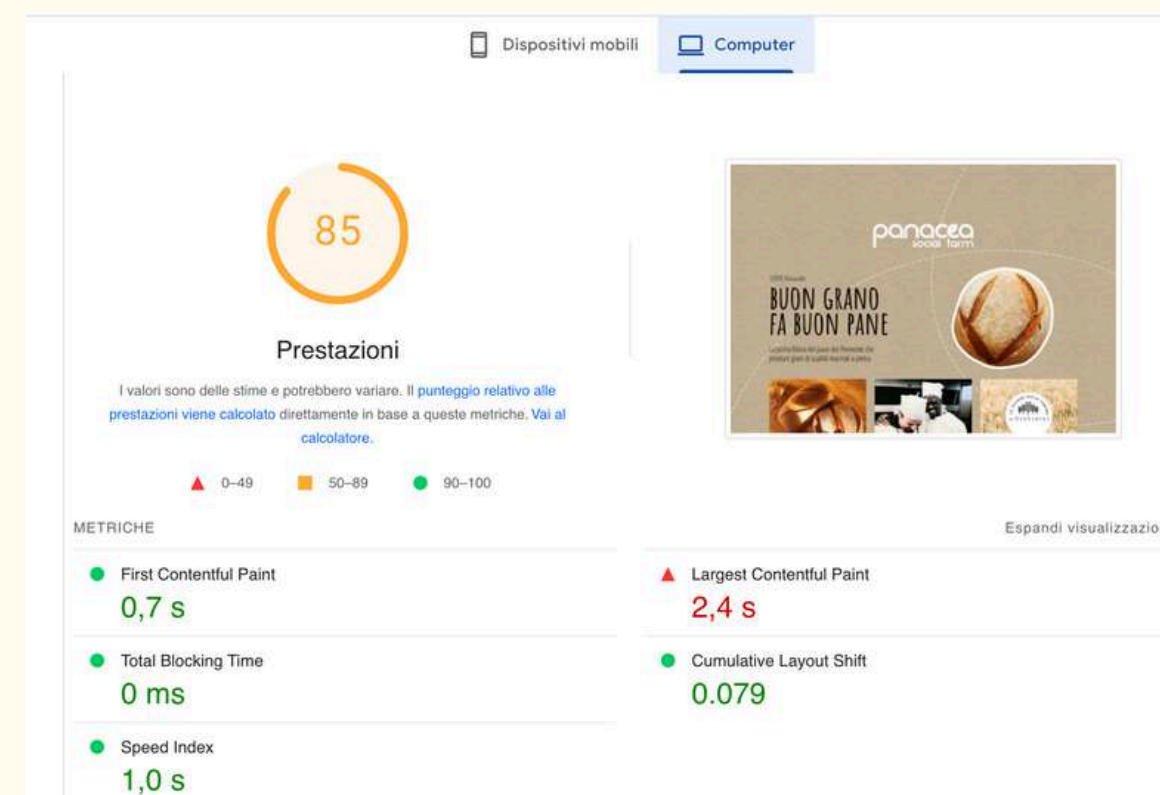
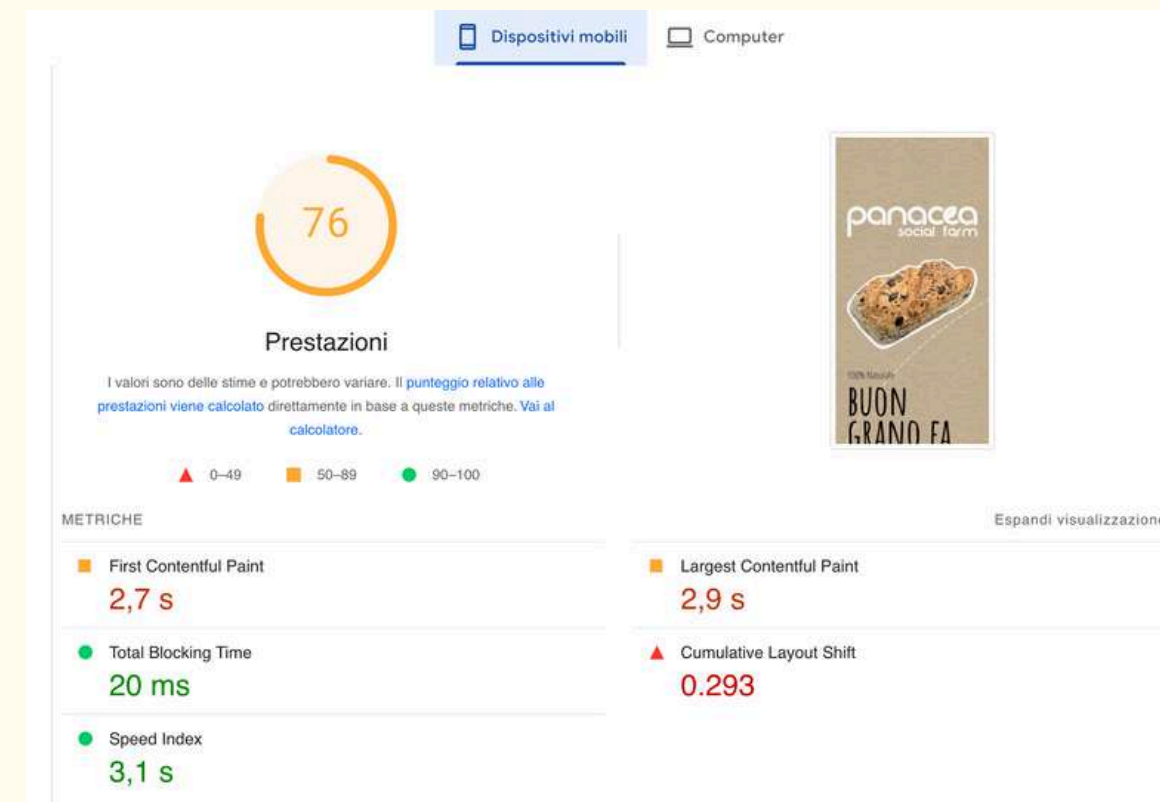
La lentezza registrata è principalmente dovuta alla **dimensione delle immagini** che andrebbero ridimensionate e compresse utilizzando un formato più recente (AVIF).

Ma il contributo (in senso peggiorativo) più importante è dovuto dal rendering della scritta “Buon Grano fa Buon Pane” che incide sulla metrica Large Contentful Paint.

Si potrebbe sostituire con un **immagine ottimizzata** per ridurre anche significativamente il tempo di caricamento.

Questa metrica è arrivata fino a 7 secondi nei vari test, soprattutto su mobile.

Dato il limitato traffico purtroppo non sono disponibili dati sui CORE WEB VITALS.

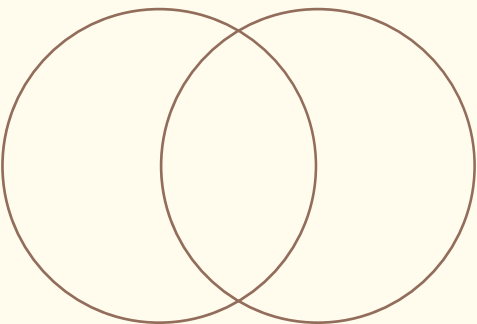


Velocità del sito - Ubersuggest



UBERSUGGEST ci offre un indicatore di velocità che va sostanzialmente a rafforzare l’analisi fatta in precedenza su Google pagespeed.

Notiamo che per quanto riguarda **Interattività e stabilità visiva abbiamo una situazione abbastanza buona** ma il caricamento lungo rende negativa l’esperienza dell’utente, rischiando di **perderlo ancora prima di mostrargli il sito**.



Velocità del sito – Plugin



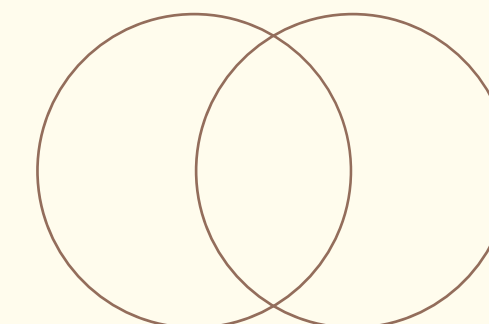
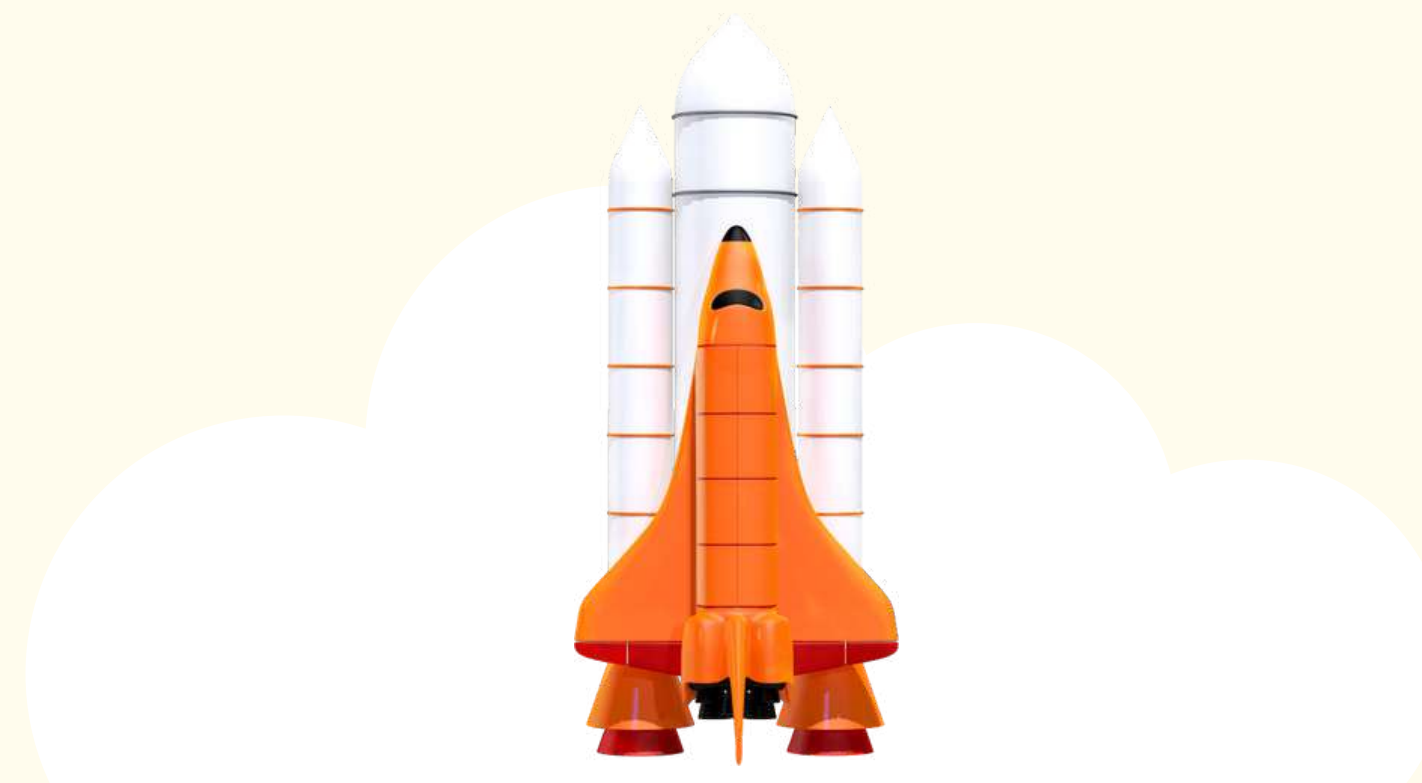
panaceasocialfarm.it **non è stato costruito utilizzando un CMS** come wordpress o drupal, infatti è semplicemente formato da una serie di pagine html statiche.

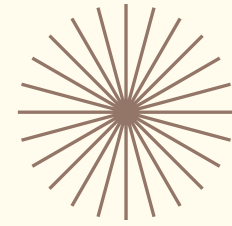
Motivo per cui non è possibile suggerire Plugin adatti, tuttavia a scopo didattico se trovassi le stesse problematiche in un sito che utilizza wordpress probabilmente mi preoccuperei di installare e configurare il plugin **WP –Optimize**.

Con questo plugin infatti andrei a migliorare le performance comprimendo automaticamente le immagini, creando una cache del sito e minimizzando i CSS.

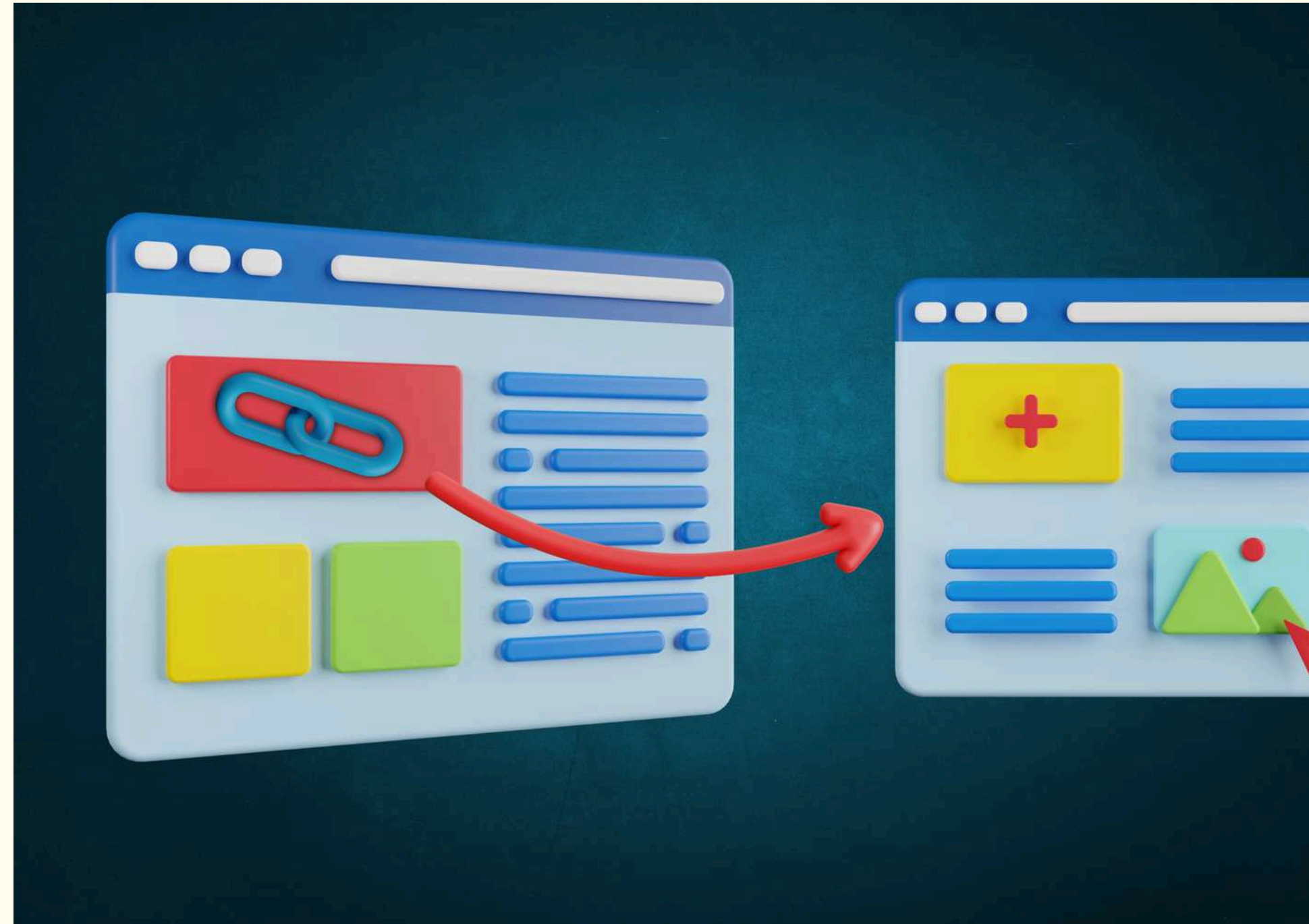
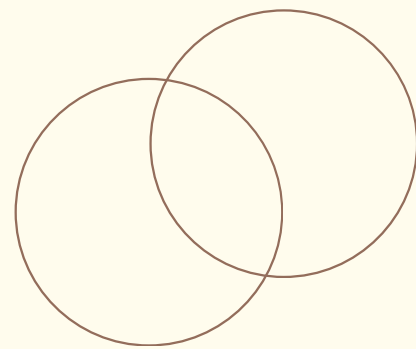
In alternativa si potrebbe utilizzare **Autoptimize Pro** che comprende indicativamente le stesse funzioni e ha un costo leggermente inferiore.

Oltre a questo plugin inserirei il plugin **AMP** di AMP project contributors per ottimizzare la velocità di caricamento su mobile.





Backlink e strategia



Analisi Backlink – UBERSUGGEST



Tramite UBERSUGGEST ho analizzato i **backlink** verso Panaceasocialfarm.it

Scopriamo che i link alla pagina sono 20 e provengono da pagine legate al **turismo**, al **sociale** e alla **gastronomia** Torinese.

Sicuramente dato il grande impatto sociale e grazie alla diffusione del prodotto si potrebbe mirare ad un link building più significativo collaborando con qualche **testata gastronomica locale** o nazionale.

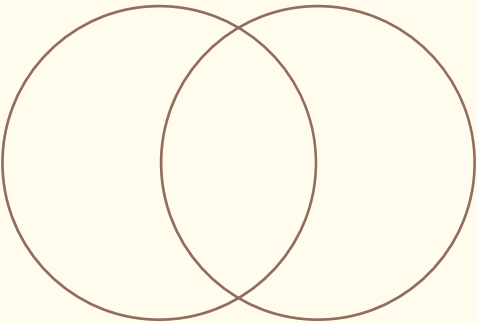
Le leve su cui proporre online panaceasocialfarm.it sono molteplici e vanno dal **benessere**, alla **gastronomia** fino all'**inclusione sociale**, si può sicuramente in tal senso lavorare affinché blog, siti e social network divulgino la missione e i valori di Panacea Social Farm.

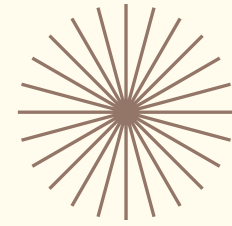
In generale la strategia di link building si baserebbe su:

- Creazione di **guide approfondite** sulla panificazione
- Richiesta di link dai **rivenditori** conto terzi
- Richiesta di link dai **fornitori**
- Link da **partner** e **associazioni** affini
- Creazione di un **ricettario** di panificazione/pasticceria

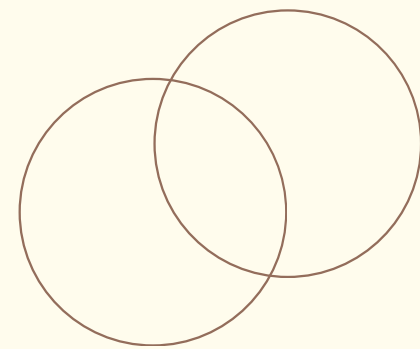
TITOLO SEO URL	VISITE ST.	BACKLINK	f	p	re
<input type="checkbox"/> Panetteria Panacea Social Farm Torino panaceasocialfarm.it/	116 Vedi tutti v	20 Vedi tutti ^	0	0	0
URL TITOLO PAGINA DI PROVENIENZA	DOMAIN AUTHORITY	PAGE AUTHORITY	ANCHOR TEXT	VISTO LA PRIMA VOLTA	VISTO L'ULTIMA VOLTA
ITINERARIO 1 - Una gita a Torino sud con i Maestri - Esperienze... maestridelgustotorino.com/una-gita-a-torino-sud-c... ↗	33	24	panacea	08/02/2023	20/02/2024
Category: News Torino Social Impact torinosocialimpact.it/news/categorie/news/ ↗	31	27	panacea social farm	12/10/2023	16/01/2024
La passeggiata ecologica della Comunità di pratica sull'econo... torinosocialimpact.it/news/la-passeggiata-ecologi... ↗	31	23	panacea social farm	20/10/2023	24/01/2024
Un incontro con la Comunità di pratica sull'economia circolar... torinosocialimpact.it/news/un-incontro-con-la-co... ↗	31	23	panacea social farm	09/12/2023	30/03/2024
Author: Sixeleven Torino Social Impact torinosocialimpact.it/en/author/sixeleven/ ↗	31	23	panacea social farm	18/10/2023	18/01/2024

Top Global Websites Directory Origine nialod.pages.dev/09/ACV... ↗ INF	84	37	N/A	panaceasocialfarm.it	19/03/2024	19/03/2024
Nel laboratorio sociale di Via Baltea il motore ... Origine altreconomia.it/nel-laborat... ↗	54	30	1%	panaceasocialfarm.it	08/06/2023	20/03/2024
ITINERARIO 1 - Una gita a Torino sud con i Mae... Origine maestridelgustotorino.com... ↗	33	24	1%	panacea	08/02/2023	20/02/2024
Panacea Social Farm Torino Social Impact Origine torinosocialimpact.it/ecos... ↗	31	23	1%		21/04/2024	21/04/2024
Hub Opening FAIR ENOUGH Origine ammp.it/hub-opening-fair... ↗	26	16	1%	panacea	11/07/2023	17/04/2024
Corilli in azione Origine cortilnazione.asf-piemonte... ↗	21	15	18%	panacea social farm	29/10/2022	08/02/2024
Produttori agricoli Fiorile Origine fiorilemoncalleri.it/fiorile-a... ↗	21	15	1%	panacea	23/03/2024	23/03/2024
Falsità appropriarsi indebitamente sonaglio fair... Origine pacificachemical.com/farin... ↗	14	16	3%	filiera di stupinigi	04/06/2023	04/06/2023
Migliore Panetterie Vegane Torino «2024 TOP ... Origine fortuninlovers.com/it/migli... ↗	8	18	5%	website	11/02/2024	11/02/2024
Migliore Panetterie Vegane Torino «2024 TOP ... Origine turinlovers.city/it/migliore... ↗	3	8	5%	website	16/03/2024	16/03/2024





Conclusioni



Conclusioni

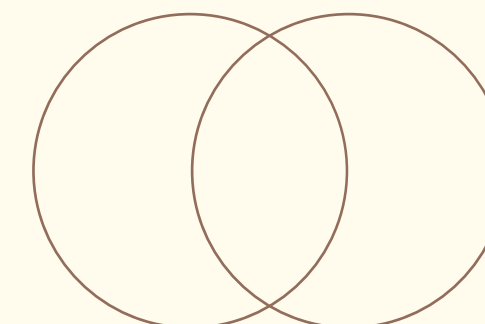


Panaceasocialfarm.it si presenta come un sito **statico** e con **pochi contenuti** che non rende giustizia al progetto sociale e imprenditoriale che ci sta dietro.

In un modo dove l'**identità digitale** e quella reale sono sempre più interconnesse è fondamentale definire una **strategia Digital completa** al fine di sviluppare un canale di comunicazione prioritario ed efficace con i nostri clienti abituali e potenziali.

Anche se per la tipologia di realtà una serie di pagine statiche potevano essere sufficienti qualche anno fa', ad oggi una strategia SEO abbinata ad un sito **performante, facilmente fruibile e ricco di contenuti** possono fare la differenza.

Il mio suggerimento sarebbe di **reinvestire qualche risorsa nella creazione di un sito tramite Wordpress**, ottimizzarlo al meglio e sviluppare un piano editoriale in ambito **SEO** abbinato ad una strategia **SOCIAL** ad Hoc. Nonostante un costo iniziale maggiore, la flessibilità e le opportunità date da tale strumento sono sicuramente più in linea con le necessità comunicative di Panacea Social Farm.



Motivazione

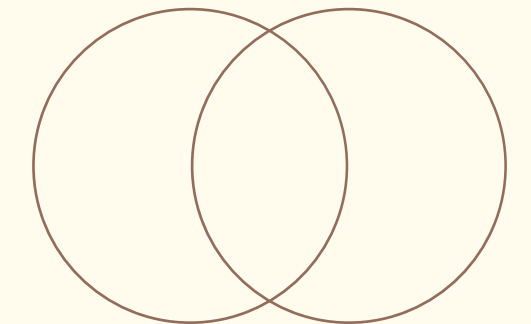


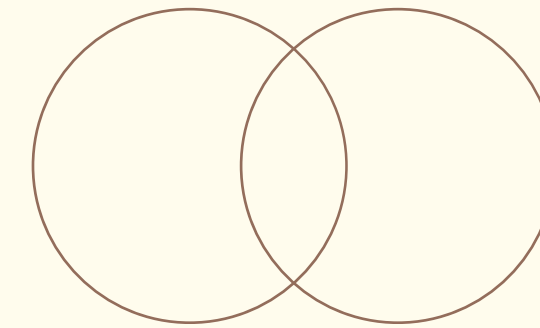
Conosco personalmente la realtà di Panacea e ho potuto vedere i risultati e l'impatto di questa piccola B corp.

Spesso pensiamo al sociale rivolgendo lo sguardo a grandi realtà con nomi importanti, realtà fondamentali che hanno un impatto significativo a livello globale e aiutano milioni di persone. Tuttavia in tutto il territorio Italiano esistono **piccole ma significative aziende** che arrivano ad aiutare laddove non arriva il welfare e silenziosamente svolgono il loro lavoro umilmente e con fondi limitati all'interno di comunità affiatate che li supportano.

Purtroppo i fondi limitati e i numerosi oneri necessari allo svolgimento delle attività rischiano di sottovalutare l'impatto della comunicazione in ambito Social e Web.

Al contrario invece, **queste attività comunicative potrebbero rappresentare la chiave di svolta** per questo genere di imprese, mostrando al pubblico tutto il lavoro che c'è dietro e aumentando significativamente il **valore percepito** del prodotto finale.





Grazie

Davide Rosso
daviderosso.data@gmail.com