

www.conad.it, il sito istituzionale di Conad.

Marco Deseri

Il sito Conad (<http://www.conad.it>) presenta un macroscopico problema di accessibilità: è realizzato interamente in flash.

A questo si aggiunge una certa ambiguità del ruolo e dei pubblici del sito, che rendono più difficile la navigazione.

Analisi del 21/05/2003.

Una panoramica sul sito



Ci sono una serie di problemi che limitano l'usabilità delle pagine e che possono risultare irritanti: i più evidenti riguardano la *velocità* con cui si scarica la pagina, l'*accessibilità* per le persone disabili e la *navigazione*.

Inoltre, c'è un aspetto del sito che crea disorientamento e confusione: contenuti tecnici, destinati a un'utenza di tipo imprenditoriale, si mescolano alle ricette e allo zodiaco. Anche dopo diversi minuti di navigazione non si ha la certezza di trovarsi nel sito che si stava cercando. Vengono disattese le aspettative dei visitatori, con scelte che non trovano riscontro nei siti concorrenti.

Nota: Le immagini contenute in questa pagina sono semplici screen-shot del sito analizzato. I logo e i marchi registrati che dovessero comparirvi sono di proprietà degli autori.

Accessibilità

Il sito è realizzato completamente in Flash, e non prevede una versione alternativa in html. L'uso esclusivo di Flash restringe il numero potenziale di visitatori: il plug-in, per quanto abbastanza diffuso, non è "alla portata di tutti" e introduce due tipi di discriminazione:

- La prima riguarda la disponibilità del plug-in sul computer del visitatore. Su alcune piattaforme relativamente diffuse il plugin Flash non accompagna di default i browser disponibili: questo significa che può essere necessario installarlo, il che richiede alcune competenze tecniche e i privilegi di amministratore.
- La seconda riguarda i problemi di accessibilità di Flash. La navigazione da tastiera è praticamente impossibile (almeno nella versione usata sul sito Conad), non ci sono equivalenti testuali per descrivere i contenuti.

Oltre a questo, c'è un'altra questione da considerare. Le pagine sono molto pesanti (la home 107 kB): anche se le linee veloci cominciano a diffondersi, la maggior parte degli utenti deve ancora accontentarsi di un modem a 56kb. Una pagina così pesante è quantomeno una seccatura per tutti questi visitatori.

Architettura dell'informazione

Una buona navigazione è legata ad una organizzazione dell'informazione curata ed efficace, in sintonia con le attese dei visitatori. Da questo punto di vista il sito Conad presenta due pecche:

- Una categorizzazione dei contenuti singolare e centrata sul modello aziendale, piuttosto che su quello degli utenti.
- La scelta di etichette testuali ambigue.

Categorizzazione

Uno dei principali problemi comunicativi del sito riguarda l'ambiguità e la confusione di fondo nella scelta dei contenuti. La presenza di contenuti per un pubblico di imprenditori (aspiranti associati) si mescola con contenuti divulgativi, come le ricette e l'oroscopo, che prevedono un pubblico di massaie.

La navigazione è problematica, perché i percorsi per i diversi tipi di visitatori non sono evidenziati, ma si intrecciano in maniera confusa.

Etichette testuali

Ci sono sovrapposizioni semantiche e ambiguità nelle etichette scelte. Sono presenti una sezione "Azienda" e una "Cooperative", all'interno delle quali vengono fornite informazioni per lo stesso pubblico, interessato all'andamento economico dell'azienda Conad. La differenza tra i due link sta nel fatto che il primo fornisce informazioni "statiche", mentre il secondo dà informazioni orientate "al fare": vere istruzioni per associarsi. Tuttavia le due etichette non rendono la differenza sostanziale tra i percorsi, che sembrano contenere lo stesso genere di informazioni istituzionali. Se il link "cooperative" fosse stato etichettato "associarsi" sarebbe stato tutto molto più chiaro.



Un'altra ambiguità è relativa all'etichetta promozioni, che denota una raccolta punti, contrariamente a quello che succede negli altri siti del settore. Il link "promozioni" è presente nei siti di Carrefour (<http://www.carrefouritalia.it/>) e Coop (<http://www.e-coop.it/>), dove denota offerte a prezzo ribassato, e non raccolte punti.

Nota: Le immagini contenute in questa pagina sono semplici screen-shot del sito analizzato. I logo e i marchi registrati che dovessero comparirvi sono di proprietà degli autori.

Il sistema di link

Gli unici link presenti all'interno del sito sono i *link di interfaccia*: mancano completamente i link in profondità, tipici dell'ipertesto. In questo modo si perde parte della ricchezza di navigazione, limitando in partenza le possibilità di fruire del sito.

I link di interfaccia sono organizzati in due zone: quella in basso contiene il menu principale, mentre in alto si trova quello contestuale. Il sistema funziona bene, sia per la chiarezza e semplicità, sia grazie all'aiuto di Flash. I link contestuali compaiono infatti dopo una breve animazione, grazie alla quale ci si accorge senza traumi di essere passati a un'nuova sezione.

Un aspetto positivo è l'abbinamento delle sezioni ad un *codice cromatico*, in modo da favorire l'orientamento dei visitatori nello spazio informativo. Per contro, non è segnalata in nessun modo la sottosezione in cui ci si trova, e può capitare di tentare di aprire più volte la stessa pagina senza accorgersene.

Chiarezza e completezza dei contenuti

I contenuti sono esaurienti e di buona qualità, non troppo lunghi e graficamente ben distribuiti.

Si può però muovere una annotazione. Mancano i *microcontenuti*, quelli che Nielsen definisce perle di chiarezza: 40-60 caratteri per spiegare il macrocontenuto¹.

Sono microcontenuti il titolo della pagina, il testo dei link, l'url del sito, i testi alternativi alle immagini, gli abstract e i grassetti all'interno del testo.

Nel sito Conad mancano queste forme di aiuto, fondamentali a chi naviga il web di fretta e in cerca di informazioni precise. Anche i pochi microcontenuti presenti sono poco significativi: il titolo della pagina è sempre lo stesso e non dice niente dell'attività dell'azienda o degli scopi del sito.

In parte il problema è legato alla tecnologia scelta: per esempio, il titolo della pagina non può essere modificato al cambiare delle sezioni per la stessa natura di Flash, che è un oggetto dinamico inserito all'interno di una pagina html statica. I contenuti cambiano all'interno dell'oggetto Flash, ma la pagina html rimane sempre la stessa, con lo stesso titolo e le stesse meta-informazioni.

Conclusioni

Il sito è efficace nel comunicare un ambiente e uno stato emotivo, da cui traspare l'attenzione di Conad per la qualità.

Ci sono però problemi piuttosto seri a livello di accessibilità e, in misura leggermente minore, di usabilità. Scegliere di progettare il sito completamente in Flash è un errore grave, perché è uno strumento inadatto allo scopo. Può essere una buona soluzione, se usata in determinati contesti (è ottimo per illustrare in maniera interattiva il funzionamento di un prodotto, per esempio). Per creare siti web, html è l'unica scelta possibile.

Dalla scelta della tecnologia deriva una catena di problemi di diversa entità, alcuni gravi e non facilmente risolvibili (per rendere il sito accessibile bisogna rifarlo), altri fastidiosi ma rimediabili.

Così come la scelta della tecnologia, anche l'altro problema macroscopico del sito Conad nasce da un'inaccurata progettazione iniziale: non sono stati identificati i pubblici e le possibilità d'uso del sito, e ne è derivata una certa confusione sull'offerta informativa.

Note

1. Jakob Nielsen, in un articolo del 1998 consultabile all'url <http://www.useit.com/alertbox/980906.html>