

**Internet.** Ricerca dell'Università di Udine sull'efficienza dei portali realizzati da enti del Terzo settore

# Il non profit «cattura» con la rete

## Il web è un'opportunità soprattutto per dialogare con i giovani

**Viviana Bossi**

Sono l'interattività e la multimedialità i fattori chiave di successo per i siti Web delle organizzazioni non profit. A confermare un trend riscontrabile anche, più in generale, nell'evoluzione della Rete è uno studio condotto dalla facoltà di Lingue e lettere straniere dell'università di Udine, che ha messo sotto la lente i siti di un campione di Onlus tra le più grandi, i cui ambiti di operativi-

### NON SOLO MULTIMEDIALITÀ

Gli indirizzi online con le maggiori chance di successo sono quelli che hanno una forte capacità di comunicazione interattiva

tà spaziano dal socio-sanitario alla protezione degli animali e dell'ambiente fino alla tutela dei diritti.

La ricerca, giunta alla quinta edizione (il testo integrale è consultabile su [www.uniud.it](http://www.uniud.it)) evidenzia che i siti migliori sono quelli che hanno una forte capacità di comunicazione interattiva e quindi che consentono, attraverso più strumenti, di dialogare con l'utente in modo bidirezionale.

Vengono così premiate, in particolare, Amnesty e Altromercato, ma anche Wwf ed Emergency.

«I portali che presentano strutture dialoganti con gli utenti - spiega Francesco Pira, coordinatore della ricerca - funzionano meglio; altri, ancora legati a vecchie logiche di navigazione, risultano poco fruibili e meno interessanti».

Gli indicatori utilizzati dai ricercatori di Udine sono la grafica, la fruibilità, i contenuti, la comunicazione interattiva e l'accessibilità.

In particolare, positivi sono risultati gli interventi operati da Amnesty, che - commenta Pira - ha dato vita a una struttura online intuitiva, oltre che accessibile, e si classifica come la migliore per l'efficacia del progetto Web».

Molto bene anche Emergency, che «prevede la versione solo testo e opta per una grafica più essenziale a favore di una migliore ricerca delle informazioni». Tra le non profit italiane che non fanno parte di network internazionali si posizionano bene nella graduatoria anche Legambiente e Telefono Azzurro.

Per quanto riguarda l'accessibilità, la ricerca attesta che questa caratteristica è presen-

te in meno della metà dei siti esaminati. Ma anche altri sono gli ingredienti che risultano vincenti: il taglio editoriale delle notizie inserite, la distinzione tra le news, gli appuntamenti e i servizi erogati.

«Più di tutto - spiega ancora Pira - sono importanti gli strumenti che consentono di avere un feedback di quanto realizzato. Infatti il non profit ha bisogno di raccontarsi e internet costituisce il mezzo più adatto per farlo. Ma va raccontato bene e in modo professionale, verificando passo passo quanto viene compiuto per capire se si sta procedendo nella direzione giusta».

Da non sottovalutare, poi, quanto il Web rappresenti una grande opportunità per dialogare con i giovani, che percepiscono il non profit come un mondo che appartiene loro, perché strettamente connesso alla realtà concreta del fare. «Sfruttare le potenzialità, anche di comunicazione virtuale, che la Rete offre - afferma Pira - significa intercettarli. Il volontariato potrebbe giocare un ruolo più attivo all'interno di network come Facebook, Myspace o altri. Ci troviamo, in ogni caso, di fronte a un fenomeno di successo, che ha ancora ampi margini di crescita».

### Le pagelle migliori

Le realtà non profit che hanno ottenuto il più elevato giudizio globale per i loro siti.

**Legenda:** @ = scarso; @@ = insufficiente; @@@ = sufficiente; @@@@ = buono; @@@@@ = ottimo

Grafica	Usabilità	Contenuti	Interatt.	Giudizio globale	Accessib.*
<b>Caritas</b>					
@@@1/2	@@1/2	@@@@1/2	@@@1/2	@@@@	N
<b>Fareverde</b>					
@@@@	@@@@1/2	@@@@1/2	@1/2	@@@@	A
<b>Greenpeace</b>					
@@@@	@@@	@@@@1/2	@@@@1/2	@@@@	N
<b>Legambiente</b>					
@@@@	@@@1/2	@@@@1/2	@@@@	@@@@	N
<b>Wwf</b>					
@@@@1/2	@@@@@	@@@@@	@@@@	@@@@1/2	A
<b>Altromercato</b>					
@@@@@	@@@@@	@@@@@	@@@@	@@@@@	A
<b>Banca Etica</b>					
@@@@1/2	@@@@	@@@@1/2	@@@1/2	@@@@	A
<b>Unicef</b>					
@@@@	@@@@	@@@@	@@@@	@@@@	A
<b>Telefono Azzurro</b>					
@@@@	@@@1/2	@@@@1/2	@@@@	@@@@	PA
<b>Amnesty International</b>					
@@@@@	@@@@@	@@@@@	@@@@	@@@@@	A
<b>Nessuno Tocchi Caino</b>					
@@@@	@@@1/2	@@@@1/2	@@@@	@@@@	N
<b>Emergency</b>					
@@@@1/2	@@@@@	@@@@1/2	@@@@	@@@@1/2	A

Nota: (\*) N = Non accessibile; A = Accessibile; PA = Parzialmente accessibile

Fonte: ricerca università di Udine