



Real Time Carpooling



Progetto di Matteo Cavaliere

Master in UX/UI Design

Accessibilità



INDICE PARTE 1

- 3. Obiettivi
- 4. User personas
- 7. User journey
- 10. Opportunità emerse
- 11. New user journey



OBIETTIVI

PARTE 1

L'**accessibilità** è un tema chiave nel design e nella realizzazione di progetti digitali, per permettere a tutti gli utenti di usufruire di un prodotto in modo **semplice e intuitivo**. È sotto quest'ottica, quindi, che in questo progetto analizzerò il sito di **Jojob**, il servizio di carpooling di cui mi sono già occupato nel progetto di Discovery.

Personas

Per prima cosa saranno create delle user personas, che presentano delle disabilità, da usare come utenti attraverso cui analizzare il sito web.

User Journey

Per ogni personas verrà quindi realizzato uno user journey che permetterà di osservare quali sono i pain point da risolvere.

New User Journey

Dopo aver individuato i pain points verranno realizzati, quindi, dei nuovi user journey che terranno conto delle opportunità di miglioramento emerse.

CARLO



"Mi piace la mia indipendenza, ma sapere di avere qualcuno su cui contare mi da sicurezza"

Età: 36 anni

Professione: Graphic Designer

Luogo di residenza: Città

Competenza tecnologica: Molto alta

Device utilizzati: PC, Smartphone

Bio

Vive a Milano, in un piccolo appartamento in affitto vicino al centro. Lavora in un'agenzia di grafica, situata a circa 15 km da casa. A causa di un incidente da alcuni anni **ha perso l'uso delle gambe**, Carlo è totalmente indipendente nella sua quotidianità, ma utilizza il carpooling per recarsi al lavoro sperando di trovare autisti o colleghi disposti ad aiutarlo in caso di necessità.

Abitudini

- Spesso lascia recensioni per aiutare altri utenti a trovare passeggeri o autisti affidabili.
- È sempre puntuale gli piace organizzare tutte le attività della giornata al meglio.

Frustrazioni

- Ha avuto pessime esperienze con autisti in ritardo o che cambiano all'ultimo il punto di incontro.
- Certe volte alcuni autisti hanno auto senza lo spazio necessario per trasportare la sua sedia a rotelle.

Obiettivi

- Essere il più indipendente possibile nonostante debba dipendere dagli altri per il trasporto.
- Carlo però è anche sensibile ai temi ecologici e apprezza l'idea di condividere viaggi per ridurre l'impatto ambientale.

CHIARA



"Viaggiare in compagnia rende ogni tragitto più interessante e, quando sono sola con altre donne, mi sento più tranquilla."

Età: 28 anni

Professione: Insegnante

Luogo di residenza: Piccolo paese

Competenza tecnologica: Medio alta

Device utilizzati: PC, Smartphone

Bio

Chiara è nata e cresciuta in una zona rurale, circondata dalla natura, ama passeggiare e vivere esperienze fuori dalla sua piccola comunità. Insegna scienze in una scuola elementare del paese vicino e non si è fatta scoraggiare da una malattia che l'ha resa **ipovedente** mentre era all'università.

Abitudini

- Usa l'app principalmente cercando autiste o gruppi con altre donne.
- Chiara utilizza principalmente uno screen reader per navigare sul web ed utilizzare tutti i suoi dispositivi.

Frustrazioni

- A volte fatica a trovare viaggi in carpooling solo per donne, specialmente nei giorni di punta o per le mete turistiche più popolari.
- Spesso fatica a trovare siti web comodi da navigare attraverso uno screen reader.

Obiettivi

- In famiglia hanno orari di lavoro differenti e lei non può guidare, quindi il carpooling è la sua principale opzione per muoversi sia per andare a lavoro sia per viaggiare. Apprezza molto la possibilità di dividere le spese e il poter aiutare allo stesso tempo l'ambiente.
- Preferisce viaggiare con altre donne per sentirsi più sicura, soprattutto durante i tragitti più lunghi o serali.
- Riuscire a trovare i siti migliori da navigare nonostante la sua disabilità.

SERGIO



"Fare carpooling mi aiuta a risparmiare, ad aiutare l'ambiente e in più conosco persone che fanno il mio stesso percorso."

Età: 52 anni

Professione: Tecnico manutentore

Luogo di residenza: Provincia

Competenza tecnologica: Media

Device utilizzati: PC, Smartphone

Bio

Sergio vive in provincia e lavora come tecnico manutentore presso un'azienda a circa 40 km da casa. Ha sempre guidato per spostarsi al lavoro e ha una solida routine, ma negli ultimi anni ha iniziato a utilizzare il carpooling per condividere le spese di carburante e aiutare l'ambiente. Fin da bambino ha avuto problemi con i testi lunghi a causa della sua **dislessia** e per questo preferisce avere informazioni chiare e concise.

Abitudini

- Sergio guida spesso, avendo un'auto spaziosa e comoda. Predilige compagni di viaggio che si dimostrano puntuali.
- Ha premura per la salvaguardia ambientale e gli piace informarsi sull'argomento.
- Apprezza molto il lato sociale della condivisione del tragitto.

Frustrazioni

- È frustrato quando i compagni di viaggio ritardano o cambiano orario all'ultimo minuto.
- Fatica a leggere i testi lunghi o quelli formattati male.

Obiettivi

- Gli piace informarsi su quanto le aziende facciano per il pianeta e vorrebbe contribuire il più possibile.
- Vuole preservare la propria auto, condividendo il tragitto con altri pendolari per ridurre il chilometraggio e le spese di manutenzione.
- Per lui è comodo e utile stabilire una routine con compagni di viaggio abituali, che spesso lavorano nella stessa zona industriale.

User Journey: Carlo

Scenario

Carlo pianifica sempre con attenzione i suoi spostamenti e vuole avere sempre tutto sotto controllo. Vorrebbe quindi essere sicuro che l'auto in cui viaggerà possa ospitare la sua carrozzina.

Obiettivi/Aspettative

- Organizzare al meglio il tragitto casa-lavoro.
- Trovare autisti affidabili, puntuali e con un'auto spaziosa.



Attività

Scoperta

- 1.Cerca "Carpooling lavoro" su Google.
- 2.Trova Jojob e arriva alla homepage.

Navigazione 1

- 1.Scarica l'app.
- 2.Cerca un passaggio.

Navigazione 2

- 1.Cerca informazioni sulle auto degli autisti.
- 2.Non trova le informazioni richieste.

Abbandono

- 1.Abandona il sito per cercarne altri più vicini alle sue esigenze.

Pensieri

"Questo servizio dedicato alle aziende sembra fare al caso mio"

"C'è l'app, comodo!"

"Non riesco a capire se posso viaggiare su queste auto"

"Meglio trovare qualcosa di più comodo"

Aspettative

Trovare autisti affidabili e auto comode per viaggiare.

Familiarizzare con l'app e scoprirne le funzioni.

Trovare auto comode su cui viaggiare.

Cercare un sito differente e con le funzionalità da lui cercate.

Emozioni



Touchpoints

- Google
- Pagina Carpooler

- App

- App

- Google

Pain points

Dimensioni auto non indicate.

Aggiungere il tipo di auto per sapere in anticipo se è adatta al trasporto di una sedia a rotelle.

Opportunità

User Journey: Chiara



Scenario

Chiara vorrebbe un comodo servizio di carpooling per organizzare i propri viaggi, ma spesso riscontra difficoltà nel trovare siti comodi per essere usufruiti tramite screen reader.

Obiettivi/Aspettative

- Trovare un comodo servizio di carpooling.
- Poter usare il suo screen reader senza problemi.

Attività

	Scoperta	Navigazione 1	Navigazione 2	Abbandono
	1.Scopre Jojob da Instagram. 2.Clicca sul link in biografai e arriva alla homepage.	1.Esplora la pagina attraverso uno screen reader. 2.L'alt text di molte immagini non è presente.	1.Approfondisce l'analisi del sito. 2.Vede che i pulsanti non sono per niente chiari.	1.Abandona il sito per cercarne altri più vicini alle sue esigenze.

Pensieri

	"Vediamo se fa al caso mio"	"È tutto un po' confuso"	"Non capisco cosa indichino questi pulsanti..."	"Vorrei trovare un sito comodo per uno screen reader"
--	-----------------------------	--------------------------	---	---

Aspettative

	Scoprire un servizio nuovo e green per viaggiare.	Riuscire a leggere il sito attraverso lo screen reader.	Riuscire a trovare le informazioni necessarie sul sito.	Cerca un sito in cui si senta più sicura e che sia lo stesso green.
--	---	---	---	---

Emozioni



Touchpoints

	• Instagram • Homepage	• Homepage	• Homepage • Pagina Carpooler	• Google
--	---------------------------	------------	----------------------------------	----------

Pain points

	Molte immagini senza alt text.	Alt text di link e pulsanti sbagliato	
	Inserire il testo alternativo di tutte le immagini del sito.	Sistemare tutti i link ed i pulsanti presenti.	

User Journey: Sergio



Scenario

Sergio utilizza il servizio di Jojob offerto dalla sua azienda, ma vorrebbe saperne di più sulle caratteristiche green del servizio di carpooling.

Obiettivi/Aspettative

- Trovare chiaramente le informazioni cercate sulle attività green di Jojob.

Attività

Utilizzo 1

1.Utilizza Jojob per organizzare un viaggio.

Pensieri

Aspettative

Emozioni

Touchpoints

Pain points

Opportunità

Navigazione 1

1.Va sul sito di Jojob per saperne di più sulle attività green dell'azienda.

Navigazione 2

1.Cerca l'area green del sito.
2.Fatica a leggere i paragrafi che hanno testi lunghi e formattati in modo non ottimale

Utilizzo 2

1.Nonostante non riesca a leggere al meglio utilizza lo stesso il servizio.

"Peccato per le informazioni, ma il servizio è comodo"



OPPORTUNITÀ EMERSE

Gli user journey delle tre personas hanno permesso di comprendere i principali **problemi** di accessibilità del sito web di Jojob. Questo ha portato quindi all'emergere di ottime **opportunità** per migliorare il servizio offerto.

Tipologia di auto

Inserire la possibilità di selezionare i passaggi in base alla tipologia di auto disponibile potrebbe essere un'ottimo aiuto per tutte quelle persone aventi disabilità motorie e che faticano ad usufruire di certe tipologie di veicolo.

Testo alternativo delle immagini

La presenza di un testo alternativo per tutte le immagini è fondamentale per l'accessibilità di un sito web. Bisogna, quindi, assicurarsi che ogni elemento sia ottimizzato per ogni situazione, come ad esempio la lettura attraverso uno screen reader.

Pulsanti e link

Come per le immagini anche i link e i pulsanti devono essere implementati tenendo conto di ogni evenienza, un testo alternativo è quindi fondamentale anche in questa situazione.

Formattazione paragrafi

La maggior parte del sito è formattata in modo ottimale, con paragrafi brevi ed un buon contrasto. Non è così però per tutte le pagine del sito, come quelle dell'Area Green. Bisogna quindi assicurarsi di portare tutte le pagine allo standard più ottimale per essere lette facilmente da tutti.

New User Journey: Carlo



Scenario

Carlo pianifica sempre con attenzione i suoi spostamenti e vuole avere sempre tutto sotto controllo. Vorrebbe quindi essere sicuro che l'auto in cui viaggerà possa ospitare la sua carrozzina.

Obiettivi/Aspettative

- Organizzare al meglio il tragitto casa-lavoro.
- Trovare autisti affidabili, puntuali e con un'auto spaziosa.

Attività

	Scoperta	Navigazione 1	Navigazione 2	Utilizzo
	1.Cerca "Carpooling lavoro" su Google. 2.Trova Jojob e arriva alla homepage.	1.Scarica l'app. 2.Cerca un passaggio.	1.Riesce a trovare l'auto più adatta alle sue esigenze.	1.Organizzare il viaggio

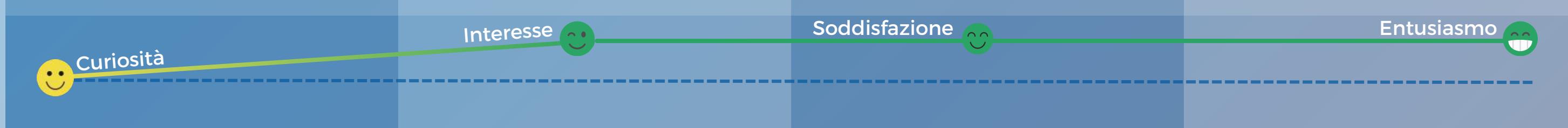
Pensieri

	"Questo servizio dedicato alle aziende sembra fare al caso mio"	"C'è l'app, comodo!"	"Ecco un'auto su cui viaggiare comodi"	"Vediamo come va il viaggio"
--	---	----------------------	--	------------------------------

Aspettative

	Trovare autisti affidabili e auto comode per viaggiare.	Familiarizzare con l'app e scoprirne le funzioni.	Trovare un'auto comoda per il viaggio casa-lavoro	Organizzare comodamente il viaggio verso il lavoro.
--	---	---	---	---

Emozioni



Touchpoints

<ul style="list-style-type: none"> • Google • Pagina Carpooler 	<ul style="list-style-type: none"> • App 	<ul style="list-style-type: none"> • App 	<ul style="list-style-type: none"> • App
--	---	---	---

Risoluzione pain points

		Inserire le tipologie di auto permette a tutti di trovare il mezzo più adatto alle proprie esigenze.	
--	--	--	--

New User Journey: Chiara



Scenario

Chiara vorrebbe un comodo servizio di carpooling per organizzare i propri viaggi, ma spesso riscontra difficoltà nel trovare siti comodi per essere usufruiti tramite screen reader.

Obiettivi/Aspettative

- Trovare un comodo servizio di carpooling.
- Poter usare il suo screen reader senza problemi.

Attività

	Scoperta	Navigazione 1	Navigazione 2	Utilizzo
	1.Scopre Jojob da Instagram. 2.Clicca sul link in biografai e arriva alla homepage.	1.Esplora le pagine tramite uno screen rader. 2.Nota che gli elementi hanno un alt text chiaro.	1.Approfondisce l'analisi del sito. 2.Vede che pulsanti e link sono dichiarati correttamente.	1.Organizzare il viaggio

Pensieri

"Vediamo se fa al caso mio"	"Tutti gli elementi sembrano chiari"	"Ecco qua dove devi cliccare!"	"Ora posso organizzare il viaggio!"
-----------------------------	--------------------------------------	--------------------------------	-------------------------------------

Aspettative

Scoprire un servizio nuovo e green per viaggiare.	Riuscire a leggere il sito attraverso lo screen reader.	Riuscire a trovare le informazioni necessarie sul sito.	Organizzare comodamente il viaggio verso il lavoro.
---	---	---	---

Emozioni



Touchpoints

• Instagram • Homepage	• Homepage	• Homepage • Pagina Carpooler	• App
---------------------------	------------	----------------------------------	-------

Risoluzione pain points

Inserire un corretto testo alternativo permette di comprendere meglio gli elementi presenti.	Pulsanti e link indicati correttamente rendono la navigazione più semplice.	
--	---	--

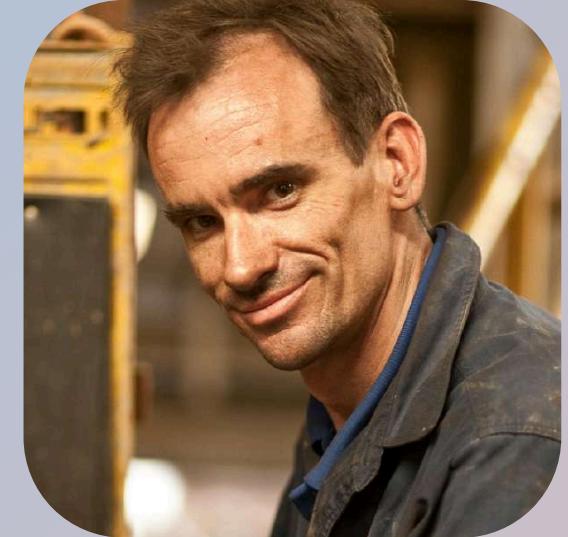
New User Journey: Sergio

Scenario

Sergio utilizza il servizio di Jojob offerto dalla sua azienda, ma vorrebbe saperne di più sulle caratteristiche green del servizio di carpooling.

Obiettivi/Aspettative

- Trovare chiaramente le informazioni cercate sulle attività green di Jojob.



Attività

Pensieri

Aspettative

Emozioni

Touchpoints

Risoluzione pain points

	Utilizzo 1	Navigazione 1	Navigazione 2	Utilizzo 2
Attività	1.Utilizza Jojob per organizzare un viaggio.	1.Va sul sito di Jojob per saperne di più sulle attività green dell'azienda.	1.Cerca l'area green del sito. 2.Trova tutte le informazioni facili da leggere anche per chi soffre di dislessia come lui.	1.Utilizza il servizio soddisfatto dell'impegno green di Jojob.
Pensieri	"Sono contento che l'azienda fornisca questo servizio"	"L'Homepage è leggibile facilmente anche da me!"	"Ecco qua le informazioni che cercavo"	"hh"
Aspettative	Organizzare viaggi con un servizio attento all'ambiente.	Trovare un sito leggibile anche per chi ha la dislessia come lui.	Leggere chiaramente le informazioni cercate.	Organizzare i viaggi casa-lavoro.
Emozioni	Curiosità 😊	Interesse 😃	Felicità 😊	Entusiasmo 😃
Touchpoints	• App	• Homepage	• Area green	• App
Risoluzione pain points			Migliorare la formattazione delle pagine contenenti molto testo aiuta tutti gli utenti a leggerle meglio.	

INDICE PARTE 2

- 15. Obiettivi
- 16. Homepage
- 19. Contatti
- 20. Aziende in movimento
- 22. Press
- 24. Carpooling PSCL
- 26. Proposte di intervento
- 28. Considerazioni finali



OBIETTIVI PARTE 2

In questa seconda parte del progetto continuerò l'analisi del sito web di **Jojob** andando ad analizzare i problemi di **accessibilità** presenti in alcune delle pagine. Per fare questo ho utilizzato i servizi **WAVE Evaluation Tool** e **Siteimprove Accessibility Checker**.

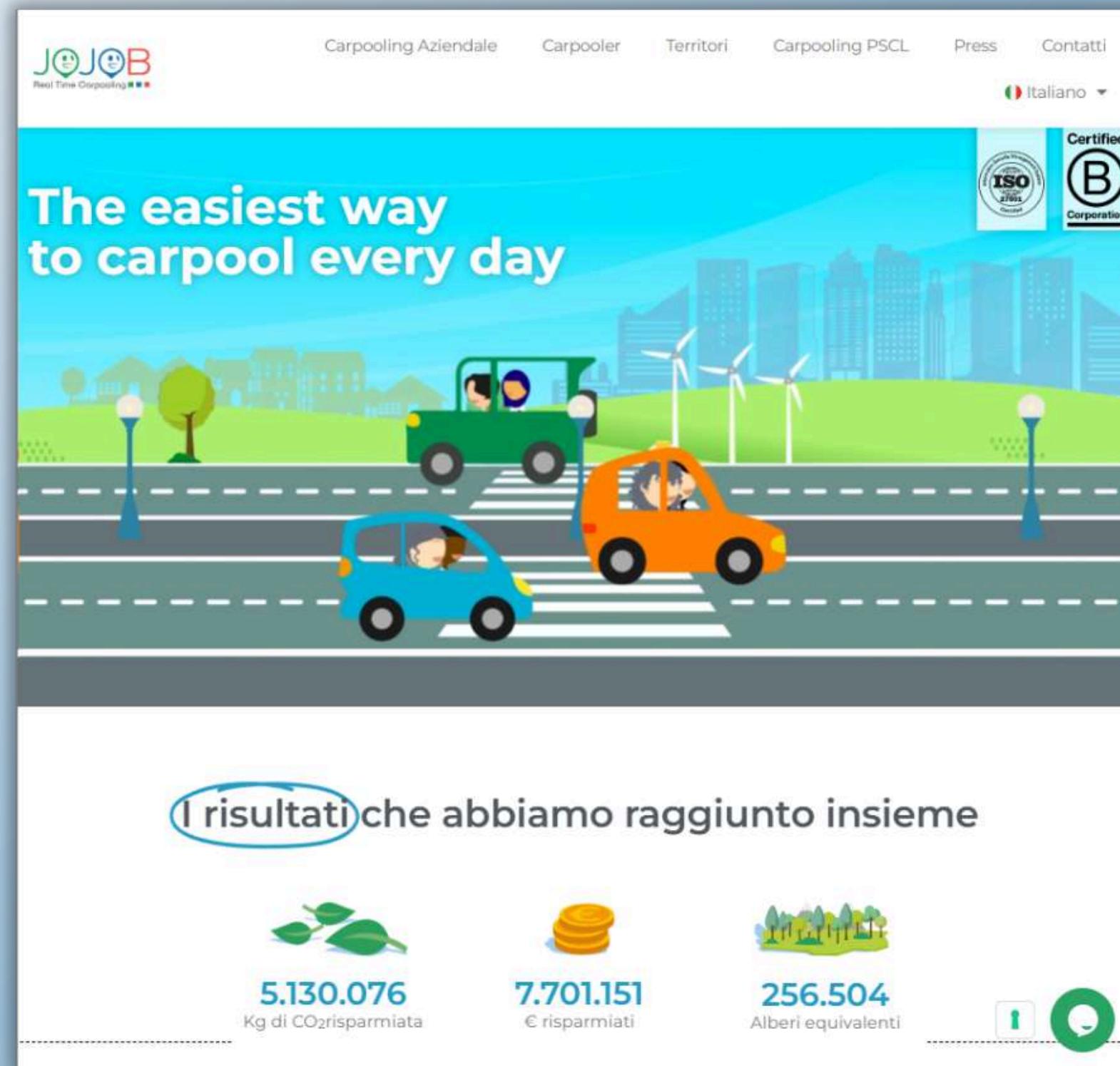
Individuazione dei problemi

Per prima cosa analizzerò cinque pagine del sito di Jojob andando ad elencarne i principali problemi di accessibilità.

Proposte di intervento

In seguito suggerirò delle proposte di intervento per poter risolvere i problemi riscontrati.

Homepage



Basso contrasto

Il contrasto tra il testo e lo sfondo, sia nell'header che nel corpo principale della pagina, è troppo basso per garantire una leggibilità ottimale.

Testo alternativo mancante: Immagini

A partire dal logo e in tutte le immagini interattive e non della homepage il testo alternativo è totalmente mancante o errato rendendo difficoltosa la scansione del sito tramite screen reader.

Barra di ricerca mancante

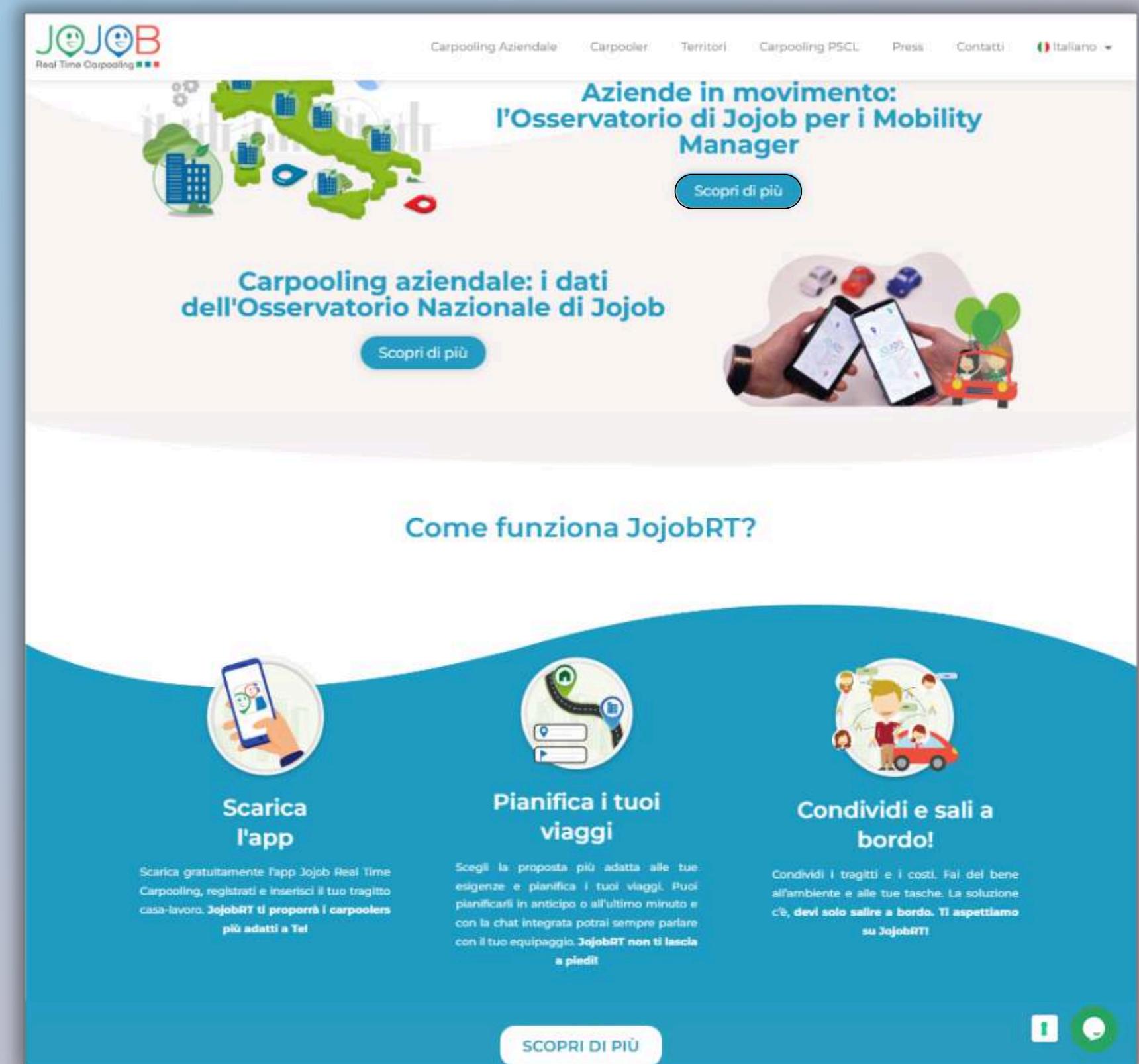
L'assenza di una barra di ricerca impedisce agli utenti di trovare velocemente ciò di cui hanno bisogno.

Focus indicator poco visibile

Il focus indicator è fondamentale per la navigazione tramite tastiera e qui spesso risulta difficile da vedere. In particolare sui pulsanti non vi è sufficiente distanza tra esso ed i pulsanti stessi oltre ad esserci poco contrasto tra i colori.

Testo alternativo mancante: Pulsanti

Come nelle immagini, anche nei pulsanti il testo alternativo non è presente. È presente solo il generico “Scopri di più” senza ulteriori indicazioni sulla destinazione del link.



Basso contrasto: Footer

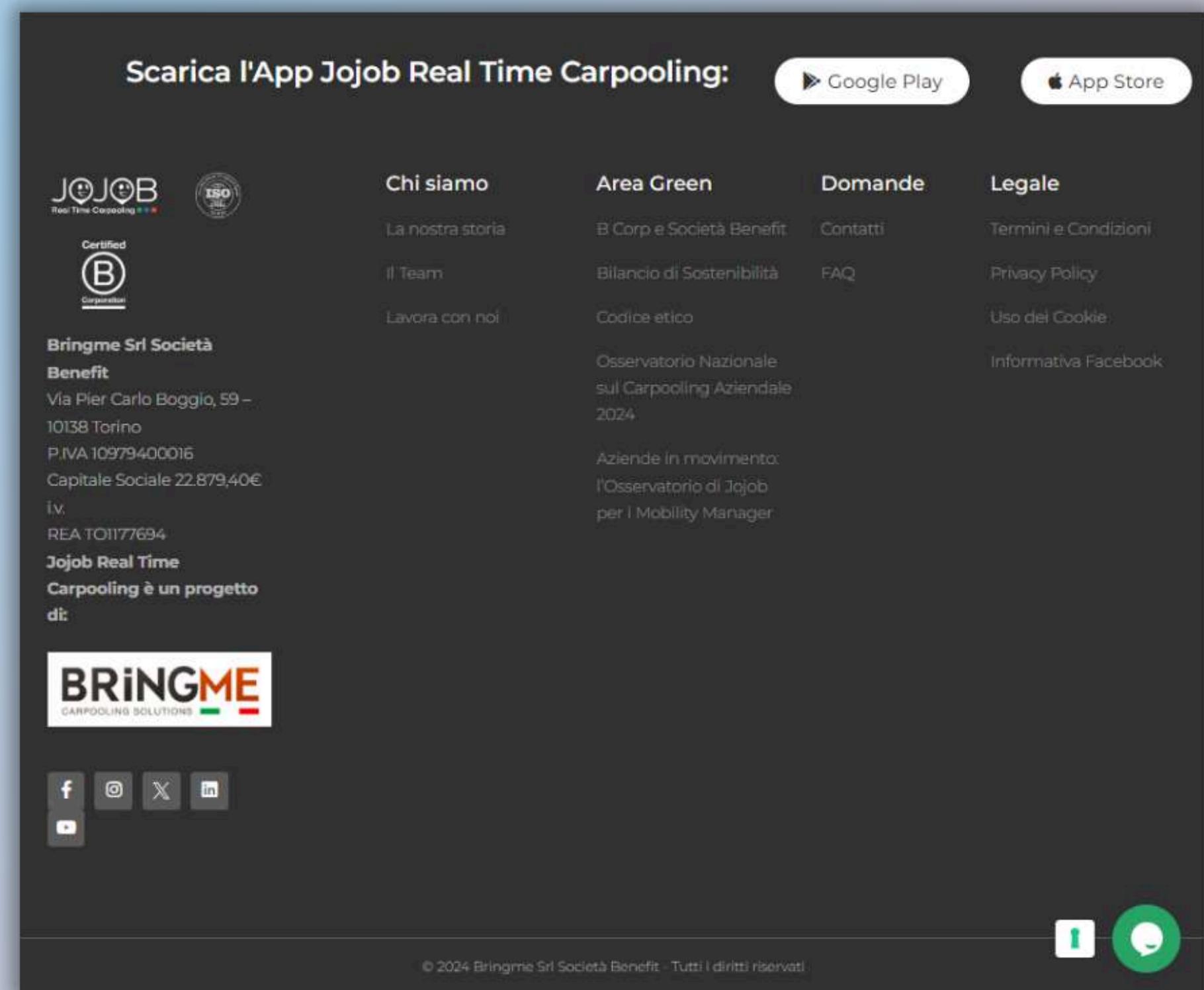
Anche all'interno del footer come in molti altri elementi delle pagine il contrasto con lo sfondo è molto basso e non permette a tutti gli utenti di visualizzare in modo confortevole il testo.

Tipologia di titolo non indicata

Il testo “Scarica l'App Jojob Real Time Carpooling” viene rilevato come un titolo, ma non è stato codificato come tale e quindi se si tratta di un H1, H2, H3 o altro.

Testo alternativo mancante: Link

Il logo della B corporation, sia nel footer che all'inizio della homepage, è in realtà un link esterno, ma non presenta un testo alternativo ad indicare la pagina di destinazione.



CONTATTI

The screenshot shows the Jojob website's contact page. At the top, there's a navigation bar with links: 'Carpooling Aziendale', 'Carpooler', 'Territori', 'Carpooling PSCL', 'Press', and 'Contatti'. Below the navigation, there's a language dropdown set to 'Italiano'. Two certification logos are displayed: 'ISO 9001 Certified' and 'Certified B Corporation'. The main heading is 'Hai bisogno di informazioni?' followed by a subtext: 'Il nostro Team è a disposizione per darti tutte le risposte alle tue domande.' Below this, there are five contact points with email addresses:

- Sei un utente dell'app JojobRT o vuoi diventarlo
Scrivi a: support@jojob.it
- Sei un referente aziendale
Contattaci
- Vuoi collaborare con il team JojobRT
Scrivi a: partner@jojob.it
- Hai bisogno di informazioni stampa
Scrivi a: press@jojob.it
- Altre informazioni
Scrivi a: info@jojobrt.com

At the bottom left, there's a blue cloud icon containing a question mark and a small red car icon. Next to it is the text 'Hai bisogno di aiuto?'. To the right, there's a link 'Leggi le FAQ' and a note: 'Consulta le nostre FAQ sul servizio Jojob Real Time Carpooling'. Social media icons for LinkedIn and Facebook are at the very bottom.

Livello di titolo mancante

Nel passaggio da un livello di titolo all'altro in questa pagina sono stati saltati più volte dei livelli intermedi. La pagina, infatti, salta direttamente da un livello H2 ad un livello H4 per poi andare direttamente ad un H6.

Testo alternativo mancante

A partire dalle immagini che anche qui non presentano alcun testo alternativo, esso manca anche in alcuni link come quello al social Linkedin nel footer.

Basso contrasto: Link

I link alle e-mail di contatto e il link alla pagina "Contattaci" presentano un basso contrasto con lo sfondo rendendoli difficili da vedere per alcuni utenti.

AZIENDE IN MOVIMENTO

The screenshot shows the homepage of the JOJOB website. At the top, there's a navigation bar with links for "Carpooling Aziendale", "Carpooler", "Territori", "Carpooling PSCL", "Press", "Contatti", and "Italiano". The main title "Aziende in movimento: l'Osservatorio di Jojob per i Mobility Manager" is displayed prominently. To the right of the title is a graphic of a green map of Italy with various icons representing mobility and sustainability, such as buildings, gears, and a pie chart. Below the title, there's a section with a small paragraph about air pollution in Italy and a link to the ISPRA report. At the bottom right, there are social media icons for LinkedIn and YouTube.

Aziende in movimento: l'Osservatorio di Jojob per i Mobility Manager

Le città italiane continuano a lottare contro alti livelli di inquinamento atmosferico: da Nord a Sud, presentano ancora considerevoli ritardi rispetto agli obiettivi più stringenti proposti dalla revisione della Direttiva europea sulla qualità dell'aria che entrerà in vigore dal 2030 (20 µg/mc per il PM10, 10 µg/mc per il PM2.5 e 20 µg/mc per l'NO₂). Secondo Legambiente¹, se ci trovassimo già nel 2030, il 69% delle città italiane non rispetterebbe i limiti del PM10. Per quanto riguarda il PM2.5, l'84% delle città analizzate supererebbe i futuri limiti. L'NO₂ è l'unico inquinante che è diminuito negli ultimi cinque anni, ma nonostante ciò, il 50% delle città rimarrebbe al di sopra dei limiti consentiti.

Ad essere responsabile di circa **il 25% delle emissioni totali di CO₂ in Italia**, stando alle rilevazioni dell'ISPRA² (Istituto Superiore per la Protezione e la Ricerca Ambientale), è il settore dei trasporti. A contribuire sono – tra gli altri – i pendolari che quotidianamente percorrono in auto il tragitto casa-lavoro. Secondo gli ultimi dati Istat³ disponibili, sono circa **20,5 milioni** le persone che si spostano ogni giorno in Italia per motivi di **lavoro**: nel 70,7% dei casi, l'auto rappresenta il mezzo di trasporto utilizzato per percorrere⁴ tra casa-azienda. Una scelta che ha un notevole impatto sulla qualità della vita e sul benessere ambientale.

Formattazione errata del testo

- In questa pagina, così come in tutte le altre della sezione “Area Green” il testo è suddiviso in lunghi paragrafi che rendono difficile la lettura per molti utenti, in particolare per chi soffre di dislessia.
- I paragrafi di testo sono tutti completamente giustificati.
- Il contrasto con lo sfondo è troppo basso per rendere confortevole la lettura.



Screen reader poco scorrevole

Utilizzando uno screen reader su queste pagine la lettura non risulta fluida e viene spesso interrotta dalla formattazione del testo.

Testo alternativo mancante: Grafici

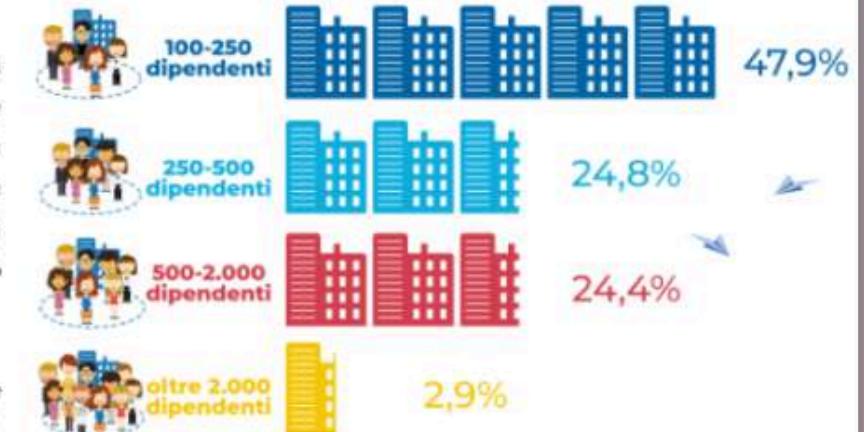
Nella pagina sono presenti dei grafici sotto forma di immagine per trasmettere meglio i dati raccolti. Questi grafici però non solo non sono dotati di testo alternativo a supporto, ma non sono nemmeno rilevati dagli screen reader.

Le aziende che scelgono il carpooling aziendale

L'Osservatorio Aziende in movimento di Jojob traccia un quadro delle aziende che scelgono di implementare questa soluzione di mobilità sostenibile.

Il carpooling aziendale piace alle PMI

Guardando alla dimensione delle aziende, emerge come la condivisione dell'auto tra colleghi sia una soluzione ampiamente adottata soprattutto dalle medie e grandi imprese, che vedono in questa pratica un'opportunità per ridurre i costi e migliorare la qualità della vita lavorativa: le sedi aziendali con un numero di dipendenti compreso tra 100 e 250 rappresentano infatti il 47,9% del totale.



Seguono le aziende con un numero di persone compreso nelle proprie sedi tra 250 e 500, che costituiscono il 24,8% del totale, dimostrando di riconoscere i benefici del carpooling sia in termini di riduzione dell'impatto ambientale sia come strumento per migliorare il benessere dei dipendenti.

Il restante 27,3% del totale è invece rappresentato da aziende con sedi aziendali con oltre 500 dipendenti. In particolare il 13,7% è costituito da sedi di 500 – 1.000 lavoratori e un altro 13,7% è registrato da quelle con più di 1.000 dipendenti. Non mancano sedi con oltre 2.000 dipendenti (2,9%), che dimostrano una crescente attenzione verso le pratiche di sostenibilità anche nelle realtà aziendali più complesse.

Molto numerose, quasi 900, sono inoltre le sedi di piccola dimensione tipicamente rappresentate dalle filiali delle aziende di banca, di assicurazione, di finanza, di commercio e dai negozi.

PRESS



Testo alternativo mancante: Quotidiani

Sono totalmente assenti i testi alternativi delle immagini raffiguranti i titoli dei giornali da cui vengono prese le notizie. Inoltre, non vengono nemmeno rilevate come immagini dagli screen reader, ma saltate.

Link ridondante: Comunicati stampa

Nella sezione dedicata ai comunicati stampa, per ognuno di essi, è presente due volte lo stesso link: "Comunicato stampa n°X" e "Apri". Questo può generare confusione nella navigazione del sito.

A screenshot of the Jojob website's Press section. The top navigation bar includes "Carpooling Aziendale", "Carpooler", "Territori", "Carpooling PSCL", "Press", and "Contatti". A language selector shows "Italiano". Below the navigation is a decorative icon of a newspaper, glasses, and a car. The main content area is titled "Comunicati Stampa". It lists three press releases: 1. "Comunicato stampa n°16" (Settembre 27, 2024) - "Jojob lancia l'Osservatorio "Aziende in Movimento": in Italia 2.926 sedi e 177.637 dipendenti hanno a disposizione un servizio di carpooling per la tratta casa-lavoro Nel..." with a "APRI »" link. 2. "Comunicato stampa n°15" (Giugno 5, 2024) - "Andare a lavoro in auto costa fino a 3.000 euro l'anno. Con il carpooling si abbattono i costi e si riducono le emissioni La mobilità..." with a "APRI »" link. 3. "Comunicato stampa n°14" (link partially visible). At the bottom right are social media icons for LinkedIn and YouTube.

I nostri traguardi

2016
Edison Pulse

2016
Sharing Mobility

Menzione Speciale nella sezione
Low Carbon City Edison Pulse
2016

EDISON pulse
LOW CARBON CITY

Membro dell'Osservatorio
Nazionale Sharing Mobility

Osservatorio Nazionale
SHARING MOBILITY

This is the last slide

Sezione “I nostri traguardi”

- Impossibile da leggere da smartphone tramite screen reader: il lettore non legge le slide visibili, ma quelle precedenti e non legge le immagini.
- Scritta “This is the last slide”, insieme a scritte che indicano “Previous slide” e “First slide” compaiono solamente navigando da tastiera, e non sono nella lingua di visualizzazione del sito

Link non evidenziati

I link presenti nella sezione “Contatti Stampa” non sono evidenziati in modo differente dal resto del testo.

Contatti Stampa

JojobRT
Informazioni stampa
press@jojob.it

Press Play
Matteo Nardi
matteo@agenziapressplay.it
www.agenziapressplay.it

CARPOOLING PSCL

The screenshot shows a web page from the JOJOB website. At the top, there's a navigation bar with links for 'Carpooling Aziendale', 'Carpoller', 'Territori', 'Carpooling PSCL' (which is the active page), 'Press', and 'Contatti'. There's also an 'Italiano' language switcher. Below the navigation, there's a section titled 'Introdurre il Carpooling Aziendale nel proprio PSCL' with a green background. It features a small illustration of a car with two people inside, a laptop displaying charts, and a green upward arrow. To the right of the illustration, there's text about the benefits of corporate carpooling. Another section below is titled 'Come attuare un progetto di Carpooling Aziendale' with a green background. It includes a bulleted list of tips for implementing a corporate carpooling project, followed by a small illustration of a car on a globe with location pins.

Introdurre il Carpooling Aziendale nel proprio PSCL

Quando si riscontra **una presenza elevata dell'auto privata**, mezzo utilizzato per i tragitti casa-lavoro, è opportuno sottoporre un intervento volto a **facilitarne la condivisione** (Carpooling). Statisticamente se la percentuale di dipendenti che raggiunge l'azienda in auto supera il 30% della popolazione, un progetto di carpooling genera una notevole riduzione dell'impatto ambientale.

Come attuare un progetto di Carpooling Aziendale

- ✓ Dotare la forza lavoro di uno **strumento** che agevoli l'incontro tra autisti e passeggeri;
- ✓ Predisporre una campagna di **comunicazione** capillare e concentrata;
- ✓ Adottare uno strumento di **monitoraggio** dei risultati per la rendicontazione annua.

Una **campagna di incentivazione** assicura un'adesione **elevata** fin dall'avvio del progetto!

Spunte verdi lette come immagini

Utilizzando uno screen reader, le spunte verdi utilizzate per creare un elenco puntato vengono lette come immagini e possiedono un testo alternativo non pertinente.

Basso contrasto

Qui, come anche nelle altre pagine, il contrasto tra gli elementi e lo sfondo è troppo basso.

JOJOB
Real Time Carpooling

- Carpooling Aziendale
- Carpooler
- Territori
- Carpooling PSCL
- Press
- Contatti
- Italiano ▾

Le aziende che adottano una mobilità sostenibile

LEONARDO LAVAZZA GROUP METAL WORK PNEUMATI Mérieux Nutrisciences nexi

Contattaci per richiedere maggiori informazioni e una demo da remoto

Nome * Cognome *

Nome Cognome

Email * Telefono *

Email Telefono

Azienda *

Azienda

Numero dipendenti*

< 100

Messaggio *

Inserisci il tuo messaggio

Acconsento al trattamento dei dati personali ai fini dell'evasione della mia richiesta.

Focus indicator: Form

Navigando tramite tastiera risulta molto difficile capire in quale punto della pagina ci si trova perché il focus indicator risulta praticamente invisibile nei vari campi da compilare del form.

Carosello aziende

Il carosello presenta i loghi di varie aziende che scorrono, ma non è presente una funzione per metterlo in pausa se non tenendolo fermo cliccandoci sopra con il mouse.

PROPOSTE DI INTERVENTO

Contrasto

Il contrasto con lo sfondo è troppo basso per molti elementi sul sito web: testi, titoli, link e focus indicator. È necessario aumentarlo per facilitare la lettura del sito.

Testo alternativo

Così come il contrasto sono molti gli elementi che presentano un testo alternativo totalmente mancante o errato, è necessario che esso sia sempre presente sia per facilitare gli utilizzatori di screen reader che in ottica SEO.

Barra di ricerca

L'inserimento di una barra di ricerca nell'header può facilitare molto la navigazione di tutti gli utenti del sito web.

Focus indicator

Il focus indicator risulta spesso difficile da individuare, in particolare nei pulsanti e nelle caselle da compilare dei form. È opportuno renderlo chiaro e immediatamente individuabile per migliorare l'accessibilità del sito web.

Livello dei titoli

Sono presenti nelle varie pagine del titolo dei titoli che saltano dei livelli, ad esempio da H2 ad H4, oppure dei testi che non sono indicati come titoli. È opportuno risistemare tutte le indicazioni a livello di codice.

Formattazione del testo

In varie pagine dell'Area Green del sito si fa sentire molto la pesantezza visiva di lunghi paragrafi totalmente giustificati. Bisognerebbe scrivere paragrafi più brevi, con un contrasto di colore più alto e inserire più infografiche per comunicare meglio i dati.

Screen reader

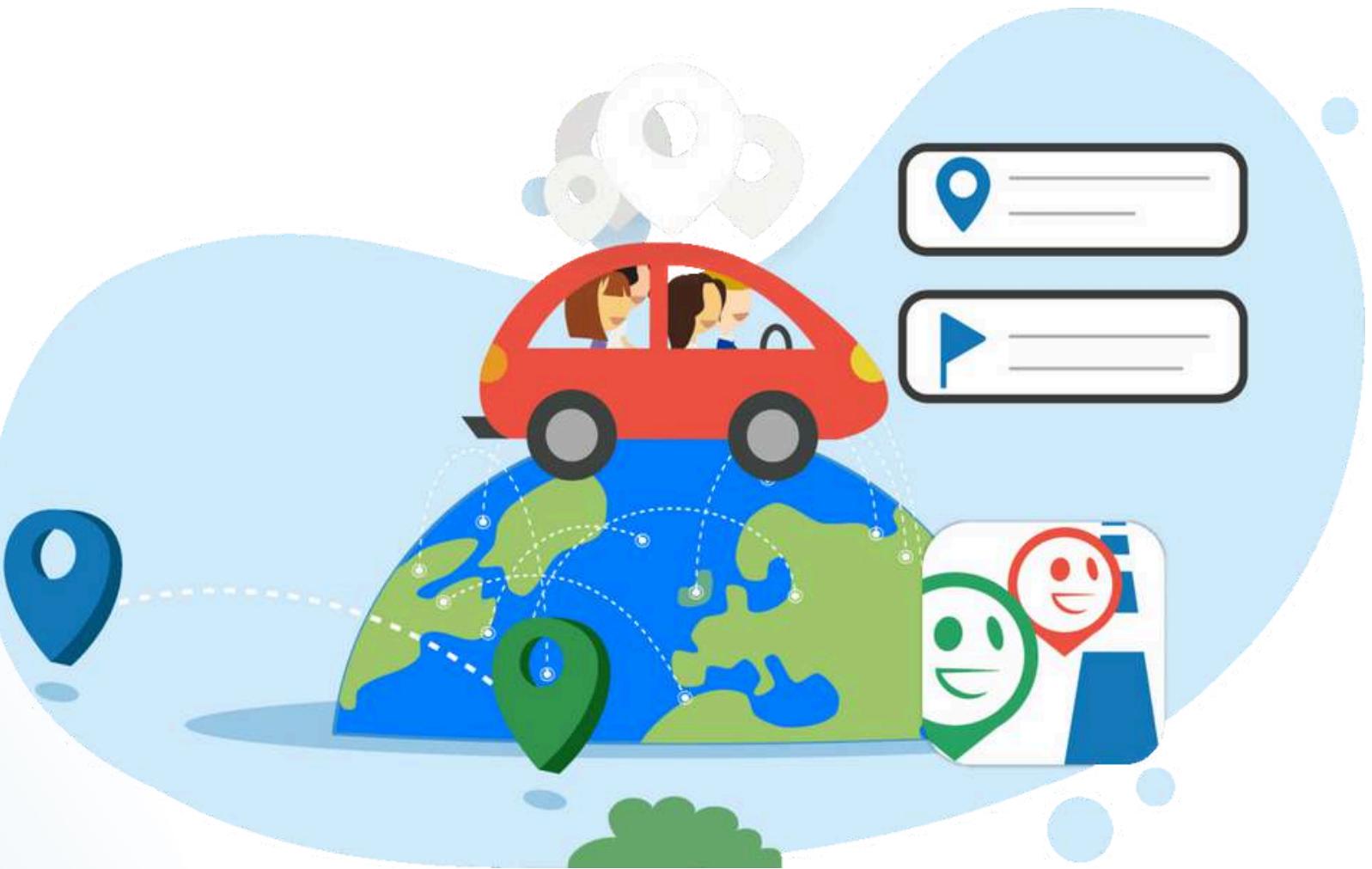
Molti elementi e testi non sono ottimizzati per una lettura scorrevole tramite screen reader, bisogna quindi assicurarsi che tutto sia accessibile per tutti.

Link

In alcune parti del sito sono presenti più link identici e ravvicinati creando confusione, mentre altri link non sono indicati in modo appropriato. È necessario formattarli tutti in modo standard così da renderli visibili a colpo d'occhio.

Caroselli

I caroselli di immagini presenti sul sito scorrono in automatico e non presentano una funzione per fermarli, se non bloccandoli con il mouse, che andrebbe inserita. Inoltre, non tutti vengono letti in modo corretto dagli screen reader.



CONSIDERAZIONI FINALI

L'analisi del sito web di **Jojob** ha fatto emergere varie problematiche di **accessibilità**, in particolare per chi ha disabilità visive e per chi fa uso di screen reader.

I problemi principali sono, infatti, legati al basso **contrasto**, alla mancanza di **testo alternativo** e alla **formattazione** di molti elementi presenti in tutte le pagine del sito.

Tutto questo però, può essere **sistemato** con dei semplici accorgimenti andando così a migliorare non solo **l'esperienza degli utenti**, ma anche il posizionamento del sito in ottica **SEO**.



GRAZIE PER L'ATTENZIONE

Progetto Accessibilità di Matteo Cavaliere

Master in UX/UI Design



start2impact
UNIVERSITY

JØJØB
Real Time Carpooling 