

Viaggi da cogliere al volo

Lastminute.com è un network di portali dedicati ai viaggi, la cui mission è quella di "rendere speciale il tempo libero dei propri utenti, fino all'ultimo minuto". Il portale italiano, così come i suoi fratelli europei, ha un impianto di pagina ordinato improntato all'immediatezza d'uso. Molto aggressivo, ma in fondo giovane e ben distintivo, il colore fucsia del marchio. Chiaramente visibile in centro pagina c'è la funzione principale del portale: la ricerca vacanze, voli e hotel. I risultati della ricerca sono ordinati per rilevanza e facilmente consultabili. Ma le soluzioni di viaggio possono anche

essere sfogliate per categorie, utilizzando un comodo menu collocato nella colonna di sinistra, ben strutturato per argomenti. È attraverso questo menu che si esplica la navigazione principale tra le diverse aree del portale: buona la scelta dei nomi delle sezioni, che rispecchiano la terminologia degli utenti. Spesso, però, non c'è corrispondenza tra il nome del link che conduce a una sezione e la sezione stessa (per esempio: BENESSERE - BEAUTY FARM). La comunicazione promozionale è improntata a suggerire, piuttosto che aggredire, e si fa un uso oculato di banner, (si fanno notare, ma senza dare troppo fastidio).

Progettato per una visualizzazione minima di 800x600, il sito mostra un'ottima compatibilità sui diversi browser e sistemi operativi, ma il codice HTML non passa la validazione W3C né quella minima WAI-A per l'accessibilità. Lastminute.com porta avanti la sua missione garantendo agli utenti un livello di usabilità adeguato, una grande quantità di informazioni sulle destinazioni e numerosi canali di contatto per acquistare un viaggio "in tutta sicurezza". - Elisabetta Vernier

Il nostro giudizio: ●●●●○

9 Tra le diverse sezioni del sito non c'è sufficiente coerenza grafica: sono troppi gli stili diversi impiegati, e questo confonde

1 È sempre possibile ritornare alla home page facendo, semplicemente, clic sul logo

2 I contenuti sono ben suddivisi in aree logiche chiaramente etichettate, ma si segnala qualche disallineamento

3 La presenza di un solo banner animato, di ridotte dimensioni, evita l'effetto "Las Vegas"

4 Il box di ricerca è collocato in un'ottima posizione ed è sempre presente e visibile

5 Il colore fucsia di brand sarà pure ben distintivo, ma è un vero pugno nell'occhio!

6 Le dimensioni del testo, a parte qualche pagina interna, sono fissate in pixel nel CSS e non sono modificabili dall'utente

The screenshot shows the lastminute.com website with several annotations:

- 1**: Points to the logo in the top left corner.
- 2**: Points to the navigation menu on the left side.
- 3**: Points to a promotional banner for 'volo+hotel'.
- 4**: Points to the search bar at the top.
- 5**: Points to the search bar's background color.
- 6**: Points to a list of vacation offers.
- 7**: Points to a 'vedilo un esempio' link.
- 8**: Points to a specific offer card.

7 L'utente inesperto è sempre supportato da chiare indicazioni o è invitato a contattare il servizio clienti a disposizione

8 In assenza di una codifica abbastanza chiara dei link testuali, diventa piuttosto complicato capire quali siano quelli cliccabili e quali non lo siano