

Rapporto di Accompagnamento

bioethica

Food Consulting & Engineering

www.bioethica.org

Copyright **Aleardo Zaccheo** et al. 24/1/2004

INDICE

A	<i>Prefazione</i>	<i>Pagina</i>
1.1	<i>Titolo e Tema del Progetto</i>	
1.2	<i>Istituzione Responsabile del Progetto</i>	
1.3	<i>Direzione e Coordinamento del Progetto</i>	
1.4	<i>Responsabile del Progetto</i>	1
B	<i>Progettazione</i>	
2.1	<i>Contesto del progetto e obiettivi</i>	2
2.2	<i>Criteri impiegati nella definizione dei fabbisogni</i>	4
2.3	➤ <i>Lato clienti e partners: inchiesta e intervista</i>	5
2.4	➤ <i>Introduzione ad una cultura della CmC</i>	8
C	<i>Adattamento dei criteri durante l' attuazione, Valutazione in itinere e cambiamenti di strategia.</i>	
3.1	➤ <i>Sviluppo delle competenze di progettista</i>	9
3.2	➤ <i>Sviluppo delle competenze come amministratore</i>	10
3.3	➤ <i>Valutazione da parte dei clienti e partners</i>	11
D	<i>Considerazioni Conclusive</i>	
4.1	➤ <i>Contesto e approccio in relazione al territorio</i>	14
4.2	➤ <i>Condivisione dei criteri di valutazione tra le parti</i>	15
4.3	➤ <i>Uno sguardo al futuro di bioethica.org</i>	16
E	<i>Bibliografia: Links</i>	16
F	<i>Allegati (4)</i>	

A Prefazione

Titolo e Tema del Progetto

1.1

www.bioethica.org, ovvero, un sito internet come finestra sul mondo per la comunicazione dello studio di ingegneria della sicurezza agroalimentare:

bioethica *Food Consulting & Engineering.*

Istituzione Responsabile del Progetto

1.2

Società in nome collettivo fondata ed iscritta al registro del commercio il 18 dicembre 1992, dai due coniugi e soci: *Sun Lai Zaccheo-Man*, responsabile amministrativa e del marketing, e *Aleardo Zaccheo*, Ingegnere agroalimentare e microbiologo: responsabile tecnico.

Contatti:

bioethica *Food Consulting & Engineering*

Piazza San Rocco
CH-6936 CADEMARIO

Tel. +41-91-600-29-66

Fax. +41-91-600-29-67

e-mail: bioethica@bluewin.ch

Direzione e Coordinamento del Progetto

1.3

In qualità di responsabile amministrativa e marketing la direzione del progetto comunicativo e strategico è affidato alla *Sig.ra Sun Lai Zaccheo-Man Lic. oec. in amministrazione: marketing.*

Responsabile del Progetto

1.4

In qualità di responsabile tecnico, la direzione del progetto informatico e di integrazione delle competenze tecniche di *CmC* e di formazione dei clienti e partners è invece affidato alla responsabilità dell' *Ingegnere Aleardo Zaccheo*, microbiologo degli alimenti, nonché apprendista *WPM*.

Nell'era della globalizzazione è ormai possibile trasportare, a poco costo e in poco tempo, gli alimenti che vogliamo, in qualsiasi stagione, attraverso i cinque continenti. Ne consegue che la sicurezza degli alimenti non è più solo una questione locale. Lo dimostrano infatti i casi recenti come la SARS e l'Influenza Aviaria, dove in poche ore, attraverso i mass media, le malattie emergenti assumono delle ramificazioni di carattere globale, al centro delle quali, la CmC, ha un ruolo preponderante sia nella diffusione che nello scambio che nella verifica delle informazioni e delle competenze (*Fig. A*):



Si desidera sviluppare quindi un sito internet che funga da presenza sulla rete e anche da finestra aperta o portale con un servizio di informazioni riguardanti la sicurezza degli alimenti. Il sito deve poter comunicare a più livelli, sia all'interno che all'esterno dell'azienda, ma anche e soprattutto a livello locale, regionale ed internazionale. Il sito si rivolge in particolar modo, agli addetti al lavoro delle aziende alimentari con le quali l'azienda collabora, ma deve però essere consultabile anche dai non specialisti quali, ad esempio: gli amanti della cucina, i curiosi delle scienze agroalimentari o i numerosi consumatori impauriti dai mass media.

Malgrado che **bioethica** sia una piccola azienda a carattere familiare, sin dalla costituzione, l'azienda ha sempre collaborato contemporaneamente, a più livelli, sui mercati Svizzero (locale e regionale), Europeo (regionale e internazionale) e mondiale. **bioethica** ha al suo attivo numerosi progetti e realizzazioni in Svizzera e in Italia, ha presenziato ad una fiera mondiale in Germania, ed partecipato a ricerche e sviluppi in Olanda, Belgio e Cina. Parallelamente, con la medesima immagine etica, sociale ed ecologica, l'azienda mette a disposizione le proprie competenze anche nelle attività di volontariato, non solo per quanto concerne la sicurezza degli alimenti, ma anche nell'ambito della politica eco-sociale: come per i trasporti alpini, la sicurezza sul lavoro, la potabilizzazione delle acque, le energie rinnovabili, ed il trattamento dei rifiuti, in modo coerente con i suoi principi etici e di competenza aziendale che la caratterizzano (**Fig. B**).

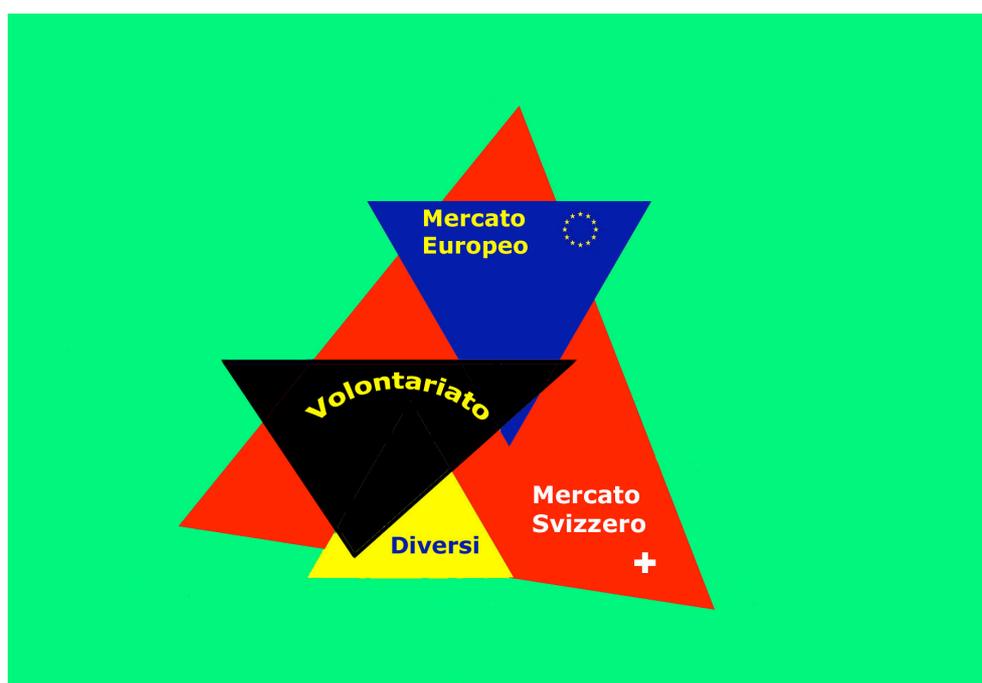
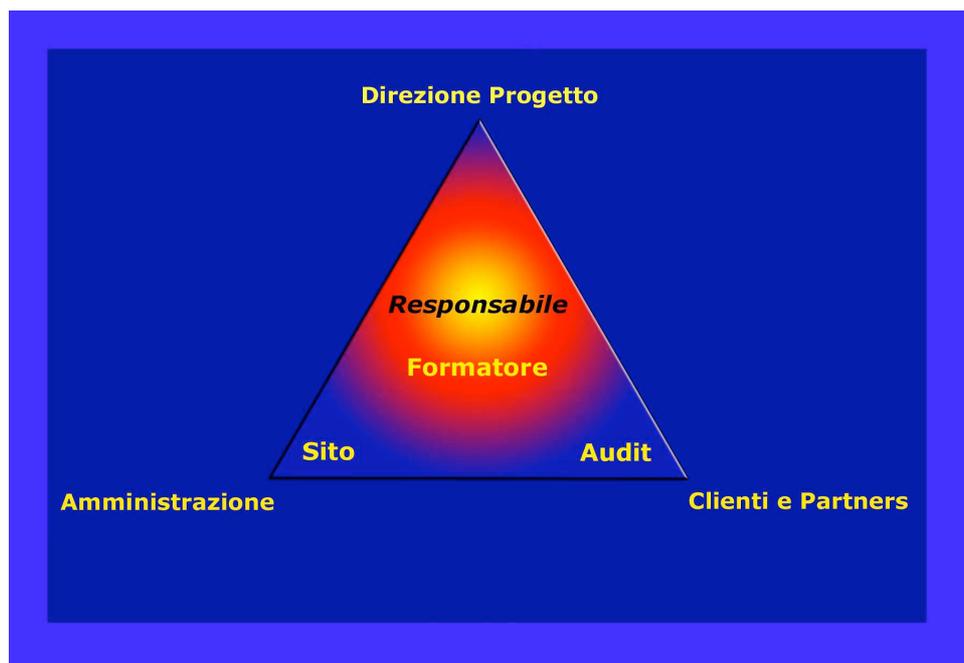


Figura B: Rappresentazione grafica dell'importanza delle attività e delle loro sovrapposizioni ed intersezioni sui vari livelli di mercato (*business*) e di volontariato (*non - profit*).

Data la dimensione dell'azienda e la sua complessa e variegata clientela, la definizione dei fabbisogni deve avvenire in concerto tra i diversi attori che sono costituiti: da un **Direttore**, da un **Responsabile** del Progetto e dai loro **Clienti e Partners**, (**Fig. C**):



Un altro aspetto è legato al fatto che il **Responsabile del Progetto** deve a sua volta fungere da consulente e auditore aziendale sia per la sicurezza degli alimenti, che da **amministratore del sito** e da **formatore aziendale** per la qualità degli alimenti e della **CmC**.

Le differenti esigenze dai diversi lati possono essere riassunte: (Tavola 1)

Direzione	Amministrazione	Clienti e Partners
<i>Facilità di impiego per gli utenti indipendentemente dalla loro provenienza geografica e dalle loro competenze di carattere socio-professionale.</i>	<i>Sito e semplice da settare e da mantenere: Manutenzione sito. banca dati, dell' interfaccia e della sicurezza, inhouse e open source, gratuito, ampliabile.</i>	<i>Integrazione graduale per gli utenti indipendentemente dalla loro provenienza geografica e dalle loro competenze socio-professionali.</i>

Per integrare le nostre competenze metodologiche, sociali, tecniche e informatiche con quelle degli utenti, intervistiamo i clienti sui loro desideri e le loro aspettative nei confronti del sito <www.bioethica.org>. Va precisato che vengono solo intervistati i clienti con i quali si intrattengono dei rapporti di lavoro e di fiducia da più anni. L'inchiesta consiste in un questionario presentato sotto forma di intervista individuale, a 20 responsabili aziendali, che rappresentano una sostanziale porzione delle entrate di bioethica, (**Tavola 2**):

<i>1. Con quale frequenza contatti o intendi contattare bioethica ?</i>					
<i>1 volta alla settimana</i>	<i>1 volta al mese</i>	<i>1 volta ogni 3 mesi</i>	<i>1 volta ogni 6 mesi</i>	<i>1 volta all' anno</i>	<i>Altro o su chiamata</i>
30 %	30 %	15 %	5 %	5 %	15 %
<i>2. Generalmente contatto bioethica: (scegli tutto ciò che è applicabile):</i>					
<i>Tel. Ambri</i>	<i>Tel. Cademario</i>	<i>Cellulare</i>	<i>SMS</i>		
1 %	90 %	8 %	1 %		
<i>Fax Ambri</i>	<i>Fax Cademario</i>	<i>e-mail</i>	<i>Altro</i>		
5 %	80 %	14 %	1 %		
<i>3. Quanto tempo passa prima che bioethica risponda al suo appello ?</i>					
<i>Entro 1 ora</i>	<i>Entro 3 ore</i>	<i>Entro 6 ore</i>	<i>Entro 12 ore</i>		
10 %	10 %	5 %	15 %		
<i>Entro 24 ore</i>	<i>Entro 48 ore</i>	<i>Entro 1 settimana</i>	<i>Altro</i>		
60 %	0 %	0 %	0 %		
<i>4. Siete soddisfatti dai tempi di risposta da parte di bioethica ?</i>					
<i>Si</i>	<i>Abbastanza</i>	<i>NO</i>			
98 %	1 %	1 %			
<i>5. I consulenti della bioethica sono sempre disponibili all' ascolto ?</i>					
<i>Si</i>	<i>Abbastanza</i>	<i>NO</i>			
98 %	2 %	0 %			
<i>6. I consulenti della bioethica capiscono la vostra situazione ?</i>					
<i>Si</i>	<i>Abbastanza</i>	<i>NO</i>			
100 %	0 %	0 %			

Segue >>>

<i>7. I consulenti della bioethica vi danno delle risposte soddisfacenti ?</i>		
<i>Non mi sembra</i>	<i>Si incondizionatamente</i>	<i>Si ma con riserva</i>
0 %	98 %	1 %
<i>Risposte inadeguate</i>	<i>Risposte troppo teoriche</i>	<i>Suggerimenti Inapplicabili</i>
0 %	0 %	1 %
<i>8. Frequenza e Qualità delle visite aziendali e audizioni in presenza ?</i>		
<i>Insufficienti</i>	<i>Quanto Basta</i>	<i>Eccessive</i>
2 %	98 %	0 %
<i>9. Frequenza e Qualità delle riunioni con il personale ?</i>		
<i>Insufficienti</i>	<i>Quanto Basta</i>	<i>Eccessive</i>
0 %	96 %	4 %
<i>10. Frequenza e Qualità delle riunioni con i quadri aziendali ?</i>		
<i>Insufficienti</i>	<i>Quanto Basta</i>	<i>Eccessive</i>
0 %	100 %	0 %
<i>11. Frequenza e Qualità delle analisi dei prodotti ?</i>		
<i>Insufficienti</i>	<i>Quanto Basta</i>	<i>Eccessive</i>
1 %	98 %	1 %
<i>12. Frequenza e Qualità delle analisi delle superfici ?</i>		
<i>Insufficienti</i>	<i>Quanto Basta</i>	<i>Eccessive</i>
2 %	98 %	0 %
<i>13. Documentazione Ricevuta ?</i>		
<i>Insufficiente</i>	<i>Quanto Basta</i>	<i>Eccessiva</i>
0 %	98 %	2 %
<i>14. Siete soddisfatti del programma qualità alla quale avete sottoscritto ?</i>		
<i>Si</i>	<i>Abbastanza</i>	<i>NO</i>
98 %	1 %	1 %
<i>15. Riferireste la ditta bioethica ai vostri partner o ad altri colleghi ?</i>		
<i>Si</i>	<i>Abbastanza</i>	<i>NO</i>
100 %	0 %	0 %
<i>16. Vorreste consultare, una banca online contenente i vostri risultati ?</i>		
<i>Si</i>	<i>Abbastanza</i>	<i>NO</i>
10 %	0 %	90 %
<i>Motivi ? Le ragioni principali sono questioni legate alla praticità e alla sicurezza.</i>		

Segue >>>

<i>17. Sareste interessati a ricevere delle informazioni via posta elettronica ?</i>		
<i>Si</i>	<i>Non So</i>	<i>NO</i>
88 %	2 %	10 %
<i>18. Vorreste ricevere i risultati delle vostre analisi via posta elettronica ?</i>		
<i>Si</i>	<i>Non So</i>	<i>NO</i>
10 %	0 %	90 %
<i>Motivi ? Le ragioni principali sono questioni legate alla praticità e alla sicurezza.</i>		
<i>19. La vostra azienda dispone di un conto di posta elettronica ?</i>		
<i>Si</i>	<i>NO</i>	<i>In allestimento</i>
72 %	28 %	0 %
<i>20. La vostra azienda dispone di un proprio sito Internet ?</i>		
<i>Si</i>	<i>NO</i>	<i>In allestimento</i>
60 %	30 %	10 %
<i>21. Se si, sareste disposti ad effettuare uno scambio di Links ?</i>		
<i>Si</i>	<i>NO</i>	<i>Non So</i>
100 %	0 %	0 %
<i>22. Quali sono le vostre aspettative per il sito della bioethica ?</i>		
<i>Un sito con contatti</i>	<i>Un portale informativo</i>	<i>Non lo so</i>
4 %	82 %	14 %
<i>23. Quale è la vostra lingua di preferenza per il sito della bioethica ?</i>		
<i>Italiano</i>	<i>Inglese</i>	<i>Multilingue</i>
30 %	60 %	10 %
<i>24. Cosa vi attendete prioritariamente dal sito della bioethica ?</i>		
<i>Priorità No. 1</i>	<i>Priorità No. 2</i>	<i>Priorità No. 3</i>
<i>Facilità di ricerca dati</i>	<i>Semplice Navigabilità</i>	<i>Istruzioni per l' uso</i>

Fine<<<

I dati ottenuti dall' inchiesta confermano quindi una reale esigenza per una piattaforma di comunicazione da integrare alle offerte esistenti della ditta. Lo strumento deve poter ricevere delle informazioni provenienti da diverse regioni geografiche e convogliarle ad altrettanti utenti che posseggono, in generale, una discreta cultura della **CmC** (*prevalentemente responsabili aziendali e tecnici*). La piattaforma deve quindi risultare complementare ma non parallela alle offerte pre-esistenti. Il sito nel suo contenuto comprende solo delle informazioni pubbliche, ed esclude, per il momento, (*sia per questioni di costi che di sicurezza*), le informazioni che sono di carattere confidenziale o riservate (Es. *esami, perizie, prove*). Attualmente, gli utenti ricevono da noi delle informazioni di tipo confidenziale o riservato, tramite singoli canali differenziati: (*telefax, posta elettronica con allegato in formato pdf, o per mezzo di lettera raccomandata*).

Si desidera integrare, mediante internet, una piattaforma nella quale i dati e le informazioni pubbliche, sia interne che esterne sono disponibili a tutti gli utenti, sia registrati che non, per permettere loro di conoscere meglio la visione aziendale e per poter condividere e conpartecipare allo sviluppo e alla personalizzazione del sito. Il filo conduttore che lega l' azienda con il sito <www.bioethica.org> è dato dal tipo di attività e dalle visioni proposte, che sono concepite *in primis* per il nostro "target", vale a dire gli addetti al lavoro delle aziende alimentari con le quali collaboriamo, ma non esclusivamente ad uso e consumo dei soli specialisti del ramo.

Operativamente, per introdurre gli utenti locali al nuovo prodotto, durante le nostre visite abbiamo invitato gli utenti, in nostra presenza sul loro computer, a navigare e a ricercare informazioni sul nostro sito per offrirci delle idee e dei suggerimenti e per migliorarci. In generale il riscontro è stato positivo. Purtroppo, però per gli utenti internazionali, per loro esiste per ora solo la possibilità di esprimersi e di contattarci attraverso i canali classici, sia in qualità di utenti anonimi che di utenti registrati. In futuro si vedrà se introdurre o meno altre modalità di inchiesta a distanza.

Conformemente alla visione aziendale politica, etica, sociale ed ecologica abbiamo voluto mettere a disposizione, non solo le nostre competenze in attività nel settore commerciale, ma anche nel volontariato o “*non profit*”, in attività come la potabilizzazione delle acque, la politica eco-sociale, i trasporti attraverso le Alpi, le attività turistiche alpine ed il trattamento dei rifiuti e degli scarti. Si è quindi subito reso necessario scorporare, almeno in parte, le attività che non sono legate direttamente alla sicurezza degli alimenti, dalle altre attività principali.

Partendo da questa riflessione, ed in seguito alle infruttuose esperienze già fatte (<<http://www.ispfp.ch/wpm/docs/ris/corsisti/ZaccheoA>>), nasce una prima offerta preliminare e complementare al progetto di [bioethica.org](http://www.bioethica.org), legata solo però, in questo caso, alle attività di protezione delle regioni sensibili delle Alpi, <<http://www.capannedoc.org>>, (*Fig. D*).

capannedoc.org

Ospitalità Alpina - Protezione Ambientale

Questa prima realizzazione è un importante passo nella giusta direzione: l' allestimento assistito e la gestione in proprio di un sito dinamico, dotato di una banca dati relazionale online, realizzata in “*open source*” grazie ai sistemi di banca dati *mySQL* e al sistema di gestione del contenuto: *PHP-Nuke*. Questo primo passo è stato reso possibile grazie ad un percorso integrativo complementare, riguardo la gestione di una banca dati, svolto dall' *Ing. Davide Kraehebuehl*. Peccato però, a mio avviso, che questa importante formazione integrativa sia stata disponibile solo a sessione d' esami *WPM-1* conclusa. Ciononostante, malgrado i leggeri “conflitti” istituzionali e cognitivi vissuti, ora non può che tornarmi in mente il detto: “*non tutti i mali vengono per nuocere*”.

C *Adattamento dei criteri durante l' attuazione, valutazione in itinere e cambiamenti della strategia.*

Sviluppo delle competenze di amministratore

3.2

Il sito bioethica.org è stato messo in rete il 5 Maggio 2003 prendendo spunto dalle esperienze acquisite con capannedoc.org. Questo sito è stato concepito come sito dinamico realizzato in “*open source*” mediante una banca dati relazionale *mySQL*, ma implementando però, in questo caso, il sistema avanzato di navigazione *PostNuke*, la libreria per banche dati *ADODB*, ed il preprocessore ipertestuale di linguaggio e di scrittura *PHP*. Il sistema impiegato, *PostNuke* è un'evoluzione del *PHP-Nuke*. *PostNuke* offre una migliore usabilità, (come amministratore e utente), possiede una migliore definizione grafica, ed è molto più stabile e sicuro “in caso di attacchi informatici”, rispetto al *PHP-Nuke*, (*Fig. E*):



Inoltre, PostNuke usa una sola pagina iniziale, sia nel caso che vi si acceda in qualità di *utente* che di *amministratore*, ed in ambo i casi, non è mai necessario digitare manualmente un codice di sicurezza per l' accesso.

C *Adattamento dei criteri durante l' attuazione, valutazione in itinere e cambiamenti della strategia.*

Valutazione da parte dei clienti e partners.

3.3

Il sito prevede degli strumenti destinati solo ad esclusivo beneficio degli utenti registrati come: personalizzazione della *homepage*, definizione dell' *identità*, e possibilità di mantenere e consultare connessioni e contributi. (*Fig. F*):



Tuttavia, essendo le informazioni inerenti al sito bioethica.org disponibili senza registrazione, gli utenti riscontrati in oltre 4'000 pagine richieste, si sono dimostrati, per il momento, poco incentivati ad intraprendere questa breve formalità per benefici che sono ancora da dimostrare.

Conseguentemente, in modo di verificare le funzionalità del sito abbiamo dovuto mettere in atto delle visite al sito <www.bioethica.org>, presso i nostri utenti, in ambienti a loro più famigliari e con la nostra supervisione. In genere non sono state riscontrate barriere linguistiche, ma solo qualche lieve problematica legata alle differenti funzionalità dei diversi motori di ricerca interni al sito.

PostNuke offre quattro tipi di ricerca interna (Tavola 3):

	<i>Luogo</i>	<i>Funzione</i>
(1)	Main Menu: <i>Search</i>	Ricerca completa nel sito (<i>Fig. G</i>)
(2)	Testata: <i>Search (Simple)</i>	Ricerca parziale nel sito (<i>Fig. H</i>)
(3)	Testata: <i>Advanced Search</i>	Ricerca completa nel sito (<i>Fig. G</i>)
(4)	Fondo destro: <i>Search Box</i>	Ricerca parziale nel sito (<i>Fig. H</i>)



Cercando ad esempio, in termine comune come “***patent***” (***brevetto***), sia nel constesto del ***Main Menu*** (1) (***navigazione a sinistra***), che nella funzione ***Advanced Search*** (3) (***in alto a destra***), si generano dei risultati positivi:

Tavola 4: Risultati per il termine patent (brevetto):

<p>Web Links: 2 results</p> <ul style="list-style-type: none"> • Search the European Patent Office database Search the European <i>Patent</i> Office database • Allens Arthur Robinson Law Firm Allens Arthur Robinson Australian Law Firm with a focus on food and food Laws and Regulations, <i>Patent</i> and Trade Marks (English). <p>Reviews: 1 results</p> <ul style="list-style-type: none"> • Search the European Patent Office
--

Se cercassimo i termini “*Italian*” o “*Italiano*” nella funzione *Search* del *Main Menu* (1) o in *Advanced Search* (3) otterremmo i seguenti risultati:

Tavola 5: Risultati per i termini (italian o italiano):

Web Links: 5 results

• **Indice del Diritto Svizzero Interno (Italiano)**

Raccolta sistematica del diritto federale: indice del diritto interno: le Leggi, i Decreti e le Ordinanze Svizzere (**Italiano**, Français, Deutsch).

• **Associazione Consumatrici della Svizzera Italiana (ACSI)**

L'ACSI è una associazione di consumatrici e di consumatori, aperta a tutte le persone interessate ai temi del consumo, non profit, autonoma e indipendente. Conta circa 10'000 socie e soci nella Svizzera **italiana** e dintorni.

• **Switzerland: Ticino: Laboratorio Cantonale (Italiano)**

Da questo punto posso contattare sia il laboratorio Cantonale e gli altri servizi: Ufficio del veterinario cantonale, Ufficio del medico cantonale, Ufficio del farmacista cantonale, Istituto cantonale di microbiologia, Sezione della protezione dell'aria e dell'acqua, Sezione dei permessi e dell'immigrazione e l' Istituto di scienze della terra.

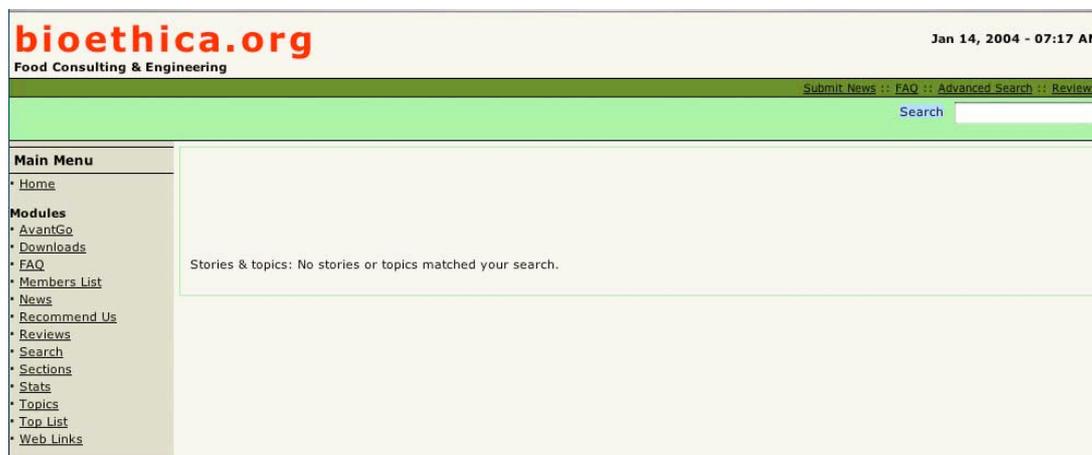
• **Medicinal Food News**

Multilingual site about Medicinal Food News, fully searchable lots of Links and multilingual (Français, Deutsch, Español, Português, **Italiano**).

• **Wine-Searcher.Com**

A simple and quick internet resource for locating and pricing wines all over the world. Multilingual site (English, **Italiano**, Français, Português, Japanese, Chinese). Site contains a "Free-for-use" and "Pro Version" for a fee.

Se avessimo cercato gli stessi termini (*patent* e *italiano*) con le opzioni di *Simple Search* (2) o *Search Box* (4), avremmo ottenuto un esito negativo, in quanto, la ricerca è limitata alle sole *stories & topics* (Fig. H):



The screenshot shows the website bioethica.org with the date Jan 14, 2004 - 07:17 AM. The site is for Food Consulting & Engineering. There is a search box with the text "Search" and a search button. Below the search box, there is a message: "Stories & topics: No stories or topics matched your search." On the left side, there is a "Main Menu" with links to Home, Modules (AvantGo, Downloads, FAQ, Members List, News, Recommend Us, Reviews, Search, Sections, Stats, Topics, Top List, Web Links).

Questo aspetto può causare dei problemini, inizialmente, soprattutto agli utenti meno esperti. Due soluzioni sono considerate come possibili :

- a) l' eliminazione di due diversi tipi di ricerca interna in modo che si conformino tutti ad un ***unico tipo di ricerca avanzata (globale)***,
- b) presentare i due diversi tipi di ricerca interna (***globale e parziale***) nelle ***istruzioni d' uso*** e nelle domande poste frequentemente (***FAQ***).

D ***Considerazioni Conclusive***

Contesto e approccio in relazione al territorio

4.1

a) Ricerca Interna

Sin dalla sua concezione, <www.bioethica.org> è stato concepito in modo "***locale e globale***", vale a dire testato dagli utenti locali, ma adatto anche agli utenti provenienti da altre regioni geografiche. L' impronta voluta, è quella di una matrice internazionale, nelle quale però, nella misura del possibile, tutte le informazioni sono lasciate nella loro lingua originale, fornendo, dove ciò è possibile, le chiavi di descrizione multilinguistiche.

In questo senso, cercando ad esempio, in modalità di ***ricerca avanzata*** i termini, "***italian o italiano***" si trova, il link ***Wine-Searcher.com***, un sito dedicato alla ricerca e alla compravendita di vini, che è stato descritto nella banca dati interna come segue:

Wine-Searcher.Com: A simple and quick internet resource for locating and pricing wines all over the world. Multilingual site (***English, Italiano, Français, Português, Japanese, Chinese***). Site contains a "Free-for-use" and "Pro Version" for a fee.

Le chiavi di descrizione multilinguistiche (***English, Italiano, Français, Português, Japanese, Chinese***) sono intese per facilitare la ricerca di informazioni interne, soprattutto a coloro che dispongono di insufficienti conoscenze linguistiche e/o informatiche. Malgrado una certa impronta internazionale ed anglosassone, le informazioni sono organizzate in modo da potere essere reperibili con criteri di tipo linguistici e geografici. La descrizione di queste possibilità di ricerca saranno incluse, in seguito, nelle ***istruzioni d' uso*** e nelle domande poste frequentemente (***FAQ***).

b) Ricerca Esterna

Dal punto di vista della ricerca esterna al sito, vale a dire delle classifiche dei principali motori di ricerca (***ranking***). Le stesse ci mostrano che <bioethica.org> è classificata tra i **top 10** per il termine <[bioethica](http://bioethica.org)>. In data 30/01/2004 il sito è posizionato, a livello mondiale, come segue:

Altavista: posizione **3** di **178** (allegato A)

Yahoo: posizione **1** di **624** (allegato B)

Google: posizione **1** di **633** (allegato C)

Mamma: posizione **2** di **30** (allegato D)

Questo ***ranking*** supera largamente anche le più rosee aspettative ed è stato ottenuto, in meno di un anno, solo con sistemi di posizionamento gratuiti !

(Tavola 6) Esigenze e tappe evolutive delle parti:

<i>Direzione</i>	<i>Amministrazione</i>	<i>Clients e Partners</i>
<i>Migliorare l'aspetto grafico in relazione alle icone ed ai loghi. Prevedere un nuovo modulo o spazio commerciale per uno scambio di links e banners</i>	<i>Rovesciamento dell'ordine nel quale gli articoli ora appaiono sulla homepage, ampliamento FAQ, modi d'uso, coordinare meglio la ricerca interna.</i>	<i>Integrazione graduale degli utenti registrati, ampliamento FAQ, modi d'uso, coordinare meglio la ricerca interna, mappa del sito e contatti.</i>

<bioethica.org> in considerazione soprattutto sia delle risorse umane che finanziarie che ha a sua disposizione, cercherà di restare anche in futuro un progetto locale – globale, destinato ad un sua audience, interna ed esterna, business e non, generando costi ragionevoli e senza troppi fronzoli. Questi cambiamenti avranno luogo, quando avrò finalmente terminato il presente rapporto.

<http://phpnuke.org/>

<http://www.postnuke.com/index.php?module=Navigation>

<http://php.weblogs.com/ADODB>

<http://www.php.net/>

<http://www.infopino.ch/>

(allegato A) *posizione in* **Altavista**

(allegato B) *posizione in* **Yahoo**

(allegato C) *posizione in* **Google**

(allegato D) *posizione in* **Mamma**

<30/01/2004>

A

The screenshot shows the AltaVista search engine interface. The search term 'bioethica' is entered in the search box. The results page displays a list of search results, including a link to 'http://www.bioethica.co.uk/' and a result from 'www.bioethica.org' titled 'Food Consulting & Engineering'. A 'Refine Your Search' sidebar is visible on the right, offering options like 'Biomedical Ethics' and 'De Medicina'. The browser's address bar shows the search URL: 'http://www.altavista.com/web/results?q=bioethica&kgs=0&kls=1&avkw=aapt'.

B

The screenshot shows the Yahoo! search engine interface. The search term 'bioethica' is entered in the search box. The results page displays a list of search results, including a link to 'http://www.bioethica.org' and a result from 'www.australasian-bioethics.org.au/papers/PaperMalParker.pdf'. The browser's address bar shows the search URL: 'http://search.yahoo.com/search?fr=fp-pull-web-t&p=bioethica'. The page is titled 'Yahoo! Search Results for bioethica'.

