

UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI MILANO BICOCCA
Facoltà di Scienze Matematiche, Fisiche e Naturali
Corso di Laurea in Informatica

ESAME DI INTERAZIONE UOMO-MACCHINA
Docente: Roberto Polillo

**VALUTAZIONE DELLA QUALITÀ DEL SITO
WEB:**

<http://www.esercito.difesa.it>



15 settembre 2004

Studenti:

Broglia, Matteo, broglia.matteo@virgilio.it

Parma, Marco Adriano, marcoadriano@virgilio.it

1. OBIETTIVI DELLA VALUTAZIONE

Nome del sito

www.esercito.difesa.it

Copertina:



sei il visitatore n° 5560002

(Screenshot1)

Home page italiana:



(Screenshot2)

Requisiti generali del sito

Il sito dell'Esercito Italiano ha lo scopo di dare tutte le informazioni possibili sull'organizzazione e le iniziative dell'esercito. Nel sito sono presenti molte sezioni informative che si rivolgono a uno svariato target di utenti, dal semplice visitatore in cerca di informazioni generali, al navigatore che desidera avere notizie sulle operazioni in cui è attualmente impegnato l'esercito italiano. Inoltre è presente anche una ricca serie di indicazioni per coloro che vogliono partecipare ai concorsi o entrare a far parte dell'esercito.

Obiettivi della valutazione

Gli obiettivi che ci siamo preposti nel valutare un sito web come quello dell'EI non vertono soltanto sulla chiarezza e sulle reperibilità delle informazioni presenti, ma anche sull'impostazione grafica e la comodità di navigazione.

In quanto istituzione a livello nazionale si presuppone che la mole di informazioni contenuta nel sito sia notevole. Importanti risultano la giusta suddivisione degli argomenti chiave, la pertinenza del titolo delle sezioni del sito e l'accessibilità.

Abbiamo valutato principalmente la versione italiana, ma ci siamo soffermati anche sulle versioni inglese e WAI per una completa visione del sito.

L'analisi tiene conto della eterogeneità dei possibili visitatori, i quali potrebbero essere inesperti in navigazione. Abbiamo inoltre cercato di capire i motivi che possono aver scaturito gli errori, in modo da avere un metro di giudizio più equilibrato.

2. METODOLOGIA USATA

L'analisi è stata eseguita in un periodo di circa due mesi e mezzo, nei quali il sito è stato costantemente sotto controllo. Ogni sezione ha richiesto tempi diversi di realizzazione in base alla complessità della valutazione. Ad esempio per la gestione sono state necessarie più di due settimane di controlli, mentre i test di usabilità sono stati svolti in un tempo molto minore.

I compiti sono stati suddivisi in due parti, una per ogni membro del gruppo. Alcune sezioni sono state svolte in cooperazione, così come le conclusioni e la revisione finale.

Per svolgere al meglio l'analisi ci siamo serviti di alcuni strumenti on-line, spesso segnalati sul libro di testo, come:

- www.vischeck.com, per l'analisi dei problemi visivi;
- www.tuttowebmaster.it, per le statistiche sulla presenza nei motori di ricerca;
- www.browsercam.com, per controllare le differenti visualizzazioni con i vari browser;
- <http://watson.addy.com>, per controllare la versione accessibile;
- www.netcraft.com, per l'uptime e l'analisi del server;
- www.google.it, come termine di paragone del motore di ricerca e per i test di usabilità.

3. RISULTATI DELLA VALUTAZIONE

3.1. ARCHITETTURA

Valutazione: **2,5**



Legenda: 0 pessimo; 1 insufficiente; 2 sufficiente; 3 buono; 4 ottimo.

Analisi:

3.1.1 La struttura del sito è adeguata?

Il sito dell'EI è consultabile in tre versioni: italiana, inglese, WAI; vi si accede o dalla copertina, o utilizzando i menù della versione italiana.

Ogni versione è divisa in sei categorie - Concorsi, Organizzazione, Equipaggiamenti, Chi siamo, Storia, Attività - ognuna delle quali è poi suddivisa in più sottocategorie e così via; Il sito ha quindi la classica struttura ad albero sviluppata gerarchicamente seguendo l'ordine padre-figlio.

La mappa del sito permette agevolmente di ricavare il numero di livelli in cui è organizzato. E' presente qualche sezione con più di cinque livelli, ma di norma non vengono mai superati i quattro.

Tutti questi livelli, seppur in gran parte necessari, rendono la ricerca di un argomento leggermente lenta; sono, infatti, sempre necessari 3-4 click per trovare l'informazione desiderata. Tuttavia la lentezza della ricerca non rappresenta un grande svantaggio, dato che solo su questo sito è possibile trovare informazioni sull'EI, non essendoci siti concorrenti.



(screenshot3)

Grazie al menù a tendina presente nell'header di ogni pagina (vedi screenshot3) è possibile saltare da una sezione ad un'altra, ed accedere agli argomenti specifici di ogni sezione; ne consegue una buona libertà di navigazione.

La suddivisione del sito (e quindi delle informazioni in esso contenute) nelle sue parti è di facile comprensione, anche perché i nomi delle sezioni sono coerenti con gli argomenti trattati in esse e prive di ambiguità.

Va probabilmente fatta qualche eccezione:

- la sezione “Chi siamo” raggruppa argomenti poco inerenti tra loro, come possiamo vedere nel sottomenù a lato.

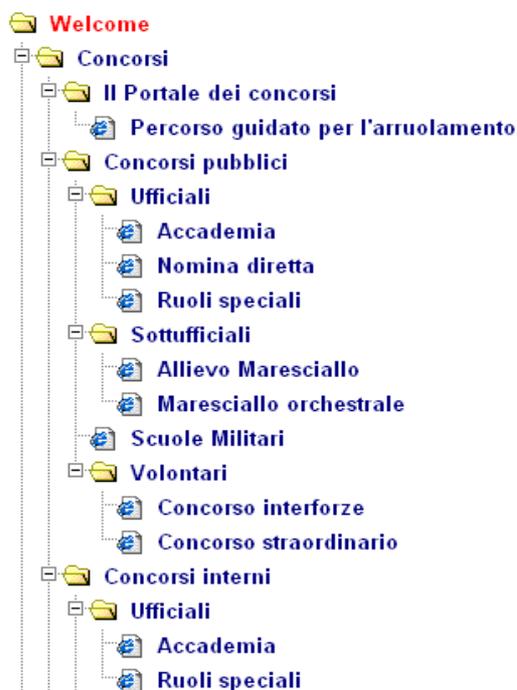
Non è chiaro il nesso tra “mostre” e “altri siti”; non esiste motivo per cui “giochi” è in questa sezione.

- musei
- mostre
- mediateca
- attività promozionale
- giochi
- altri siti
- bacheca
- la Redazione comunica

- l’etichetta “Contatti” viene spesso mal interpretata, come vedremo nei test di usabilità; molti credono di potervi trovare indirizzo e numero di telefono dei distretti militari. Non è sbagliata la scelta del progettista, ma il tipo di organizzazione può far credere che la sezione contenga l’ubicazione dei distretti militari o delle caserme.

3.1.2 Esiste una mappa del sito che ne rappresenta con chiarezza la struttura?

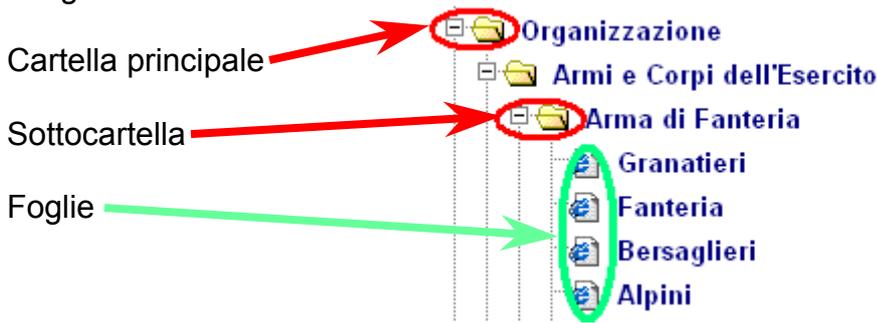
E’ presente una mappa che elenca tutte le sezioni, sottosezioni e pagine informative presenti. Questa mappa, come abbiamo appurato con una navigazione approfondita, rispecchia adeguatamente la struttura reale del sito ed è ben suddivisa nelle diverse sezioni. Ogni sezione ed ogni pagina rappresentata nella mappa è linkata all’esatta pagina del sito. Presenta, però, un inconveniente (vedi screenshot4): viene visualizzata in un’unica lunghissima pagina, pesante da caricare, soprattutto se non si dispone di una linea di connessione a Internet a banda larga. Infatti la struttura appare totalmente aperta:



(screenshot4 – piccola parte della mappa)

Una scelta discutibile è stata utilizzare la modalità di visualizzazione di “Esplora risorse” di Windows, in quanto l’ampiezza della mappa rende la stessa di difficile e lenta consultazione. Per questo motivo, pur essendo interamente linkata, la mappa non è un efficiente mezzo di accesso al sito. Crediamo che la scelta sia dovuta alla notorietà di questo metodo tra gli utenti standard che non richiede uno sforzo cognitivo ulteriore

dell'utente per comprendere simboli nuovi. Inoltre, i simboli sono diversi se si tratta di link a foglie o a sezioni.



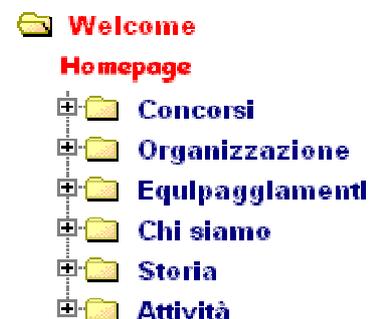
Volendo mantenere questa modalità sarebbe stato meglio che la mappa apparisse chiusa (vedi screenshot5), in modo che l'utente potesse aprire solo la parte di interesse.



(screenshot5)

Analizzando la correttezza della mappa abbiamo notato la presenza di gravi errori:

- Non comprende la struttura e le pagine della versione inglese, pur essendoci un link alla mappa in tutte le pagine del sito in lingua inglese.
- Al suo interno non vi sono riferimenti alla versione WAI, anche se la navigazione risulta molto semplice.
- La radice è errata. Welcome è solo una lunga presentazione in flash dell'esercito che precede la home page, vera radice dell'albero. Da Welcome si può raggiungere solo la home page, dalla quale si accede ad ogni altra sezione del sito. Dal nostro punto di vista sarebbe stato preferibile evitare di menzionare Welcome, non essendo neanche la pagina di apertura del sito. A lato abbiamo riportato la corretta posizione della home page.
- "Concorsi" e "Portale dei concorsi" sono riferimenti alla stessa pagina anche se nella mappa "Concorsi" viene rappresentata come padre del link successivo (vedi screenshot6).



(screenshot6)

3.1.3 La navigazione del sito è adeguata?

Ad esclusione dell'home page, ogni pagina segue un'impostazione standard (vedi screenshot7) che permette al navigatore di orientarsi facilmente all'interno del sito. In alto vi è il logo dell'EI e la scritta "esercito italiano" (tra l'altro tutta minuscola) con la sua ombra di sfondo (riquadro blu). A contornare il contenuto della sezione aperta abbiamo i menù di navigazione globale (riquadri rossi): un menù per navigare tra le sezioni sulla riga nera sotto il logo dell'EI (1); un menù d'interazione tra il sito e l'utente (2); un interessante, quanto inutile, menù di funzioni già presenti in tutti i browser (3).

Nella parte centrale della pagina notiamo una netta divisione a metà: a sinistra (riquadro verde) c'è il menù di navigazione locale riferito alla sezione indicata dalla dicitura e dall'immagine di sfondo evidenziate in arancione, elementi che identificano chiaramente la sezione scelta; a destra l'area riservata ai contenuti della sezione scelta.

Il menù di navigazione locale è sicuramente utile e dà una chiara visione degli argomenti trattati dalla sezione. Come vedremo nei test di usabilità, non è subito chiaro che sia un menù, ma viene scambiato per un indice della sezione, forse perché si trova nella zona "bussola".

The screenshot shows the top navigation bar of the Italian Army website. A red box labeled '3' highlights a browser navigation menu with 'indietro', 'home page', and 'avanti' options. A blue box labeled '1' highlights the main header with the 'esercito italiano' logo and a secondary navigation bar containing 'concorsi', 'organizzazione', 'equipaggiamenti', 'chi siamo', 'storia', and 'attività'. An orange box highlights a vertical menu titled 'organizzazione' on the left side of the page, listing various organizational units. A green box highlights a list of sub-topics under 'organizzazione'. A red box labeled '2' highlights the footer navigation bar with links for 'progetto europa', 'rivista militare', 'english version', 'gioca', 'sport', 'CONTATTI', 'FAQ', 'RICERCA', 'MAPPA DEL SITO', 'WEBMAIL', and 'CREDITS'.

3

indietro
home page
avanti

esercito italiano

concorsi | organizzazione | equipaggiamenti | chi siamo | storia | attività

1

organizzazione

- armi e corpi dell'Esercito
- organizzazione centrale
- organizzazione per il reclutamento e la riserva
- formazione e qualificazione
- le forze operative
- la logistica
- le infrastrutture
- evoluzione

Artiglieria, Brigata, Ispettorato, che parole saranno mai? Ecco la chiave per provare a capire meglio la struttura, le unità, come è fatto l'esercito e come funziona.

Abbiamo suddiviso questa sezione così come è organizzata la Forza Armata, partendo dal centro verso la periferia, evidenziando i reparti operativi, la catena logistica, quella per la formazione del personale, per il reclutamento.

Ma non solo. Troverete anche la suddivisione per Armi, Corpi e Specialità e forse, dopo avere scorso queste informazioni, la macchina militare sembrerà un pò meno oscura.

2

progetto europa | rivista militare | english version | gioca | sport |

CONTATTI | FAQ | RICERCA | MAPPA DEL SITO | WEBMAIL | CREDITS

(screenshot7)

La navigazione primaria è garantita dalla presenza del menù 1 che permette di accedere alla pagina principale di ogni sezione. In realtà non si tratta di un menù semplice, ma di un menù a tendina che permette di accedere a tutte le sottosezioni dell'argomento scelto. Questa funzionalità è comoda se si conosce a priori dove si trova la pagina desiderata, ma risulta più confusionaria per i nuovi utenti. Anche se permette la navigazione trasversale, esso crea ridondanza con il menù di navigazione locale, che garantisce quella secondaria. I test di usabilità hanno però denotato che il menù globale a tendina è molto più utilizzato del menù locale.

Si noti l'utilizzo di breadcrumb, presenti soltanto a partire dalle pagine di secondo livello. Questo permette all'utente, insieme all'area "bussola", di sapere esattamente in che punto del sito si trovi.



(screenshot8)

Risulta comodo il breadcrumb "navigabile" che permette di ritornare facilmente alle sezioni precedenti, ma anche questo è ridondante. La stessa operazione si può effettuare in quattro modi diversi: breadcrumb (vedi screenshot8), menù "Indietro-HomePage-Avanti", menù principale e menù di navigazione locale (vedi screenshot7).

L'impressione generale è di confusione, dovuta all'utilizzo di quasi tutti gli strumenti di navigazione possibile e anche di alcuni nuovi (menù "I-HP-A"¹). Ogni strumento, preso singolarmente, è un ottimo strumento di navigazione; ma il risultato ottenuto è inferiore alla somma delle singole parti.

Segnaliamo positivamente la mancanza di redirezioni automatiche dei link che costringono l'utente a imboccare "strade senza ritorno".

Per quanto riguarda la sezione inglese, ancora in costruzione, possiamo notare molte differenze (vedi screenshot9):

- A) Manca il menù di navigazione locale;
- B) Molti menù sono rimasti in italiano (riquadri gialli);
- C) Le sezioni non sono chiaramente differenziate da immagini, colori o titoli;
- D) Non vi sono breadcrumb;
- E) Viene mantenuto un link alla versione inglese, mentre non è presente il link alla versione italiana, tanto meno alla versione WAI (riquadro blu);
- F) I contenuti sono molto schematici;
- G) Appare un incomprensibile tasto a forma di freccia "su" (riquadro viola) che funge da tasto indietro; facilmente scambiabile per un collegamento all'inizio della pagina.

¹ D'ora in avanti, per comodità, chiameremo in questo modo il menù "Indietro-HomePage-Avanti" (vedi screenshot7 menù3)

Barracks Furniture and Fittings

- MOBILE FIELD LAUNDRY
- INFLATABLE TENT (4x4)
- HOT AIR GENERATOR
- SET OF FURNITURE
- WHEELED FIELD KITCHEN, 125 AND 200 RATIONS - MODIFIED
- P MOD. 61 MOBILE FIELD BAKERY



(screenshot9)

La sezione WAI è invece caratterizzata da un unico menù di navigazione di semplice comprensione e di facile utilizzo che analizzeremo approfonditamente in seguito (Accessibilità).

Sintesi:

Punti di forza:

- Pochi livelli di profondità
- Menù completi e intuitivi
- Facilità di movimento nel sito
- Titoli presenti su ogni pagina
- Breadcrumb e sezioni visivamente differenti tra loro
- Presenza della WAI

Punti di debolezza:

- Mappa del sito incompleta e di poco aiuto all'utente nella navigazione
- Menù ridondanti e troppe aree cliccabili
- Incongruenze menù-mappa
- Versione inglese poco curata e carente di menù di navigazione

3.2. COMUNICAZIONE

Valutazione: **3**



Legenda: 0 pessimo; 1 insufficiente; 2 sufficiente; 3 buono; 4 ottimo.

Analisi:

3.2.1) La home page comunica chiaramente gli obiettivi del sito?

Ci sembra ovvio che il principale obiettivo sia far conoscere l'esercito sotto vari aspetti ai visitatori. Un secondo obiettivo è quello di offrire informazioni per coloro che vogliono intraprendere la carriera militare.

La copertina non è certo evocativa dei contenuti del sito, per quanto la scritta "esercito italiano" dovrebbe far intuire le informazioni contenute al suo interno.



(screenshot10)

Passando alla home page italiana notiamo come si dia risalto al titolo e al logo, i cui colori richiamano quelli della bandiera italiana. L'intestazione della home page non lascia spazio all'interpretazione (vedi screenshot11). Il menù sottostante comunica in maniera chiara i contenuti del sito ed è stato fatto un lavoro accurato nel riassumerli in una sola pagina (riquadro blu). Quando con il mouse ci soffermiamo su un link, appaiono i titoli delle sottosezioni inerenti il link stesso, aiutando maggiormente l'utente a comprendere i contenuti.



Non solo, esso è stato posto al centro dello schermo, in modo da attirare subito l'attenzione. L'immagine di sfondo, essendo in scala di grigi (vedi screenshot11), non disturba la visione della pagina ma, solo con un'attenta osservazione, si possono notare alcuni dei valori su cui si fonda l'EI.



Valori: memoria e fratellanza

3.2.2) Il sito è coerente con la brand image ?

Riferirsi alla brand image di un'istituzione nazionale può sembrare poco coerente. L'EI non è un'azienda che necessita di promozione pubblicitaria o di farsi conoscere, dato che l'esercito è una costante di qualsiasi stato.

Tuttavia il passaggio dal servizio di leva all'esercito di volontari costringe l'EI a promuoversi maggiormente, anche tramite Internet. Non conoscendo a priori quali possano essere i brand usati cerchiamo di estrapolarli dalle pagine del sito.

Possiamo senz'altro dire che il logo la Bandiera Italiana e le lettere "EI" italiano, le parole Esercito Italiano. la sigla EI convinti che non pensare al nostro Esercito.



è uno di questi. I colori richiamano ed "I" ricordano, ad un qualsiasi Noi stessi abbiamo usato più volte comportasse difficoltà al lettore

Notiamo nella Home page la presenza della slogan: "Esercito Italiano, l'esercito degli Italiani". Questa frase, già sentita nelle recenti pubblicità televisive dell'esercito, verte su due parole chiave ripetute, ha un buon impatto ed è di facile memorizzazione. La parte "l'esercito degli Italiani" fa pensare ad un esercito a difesa del cittadino, pronto ad aiutare più che a distruggere come potrebbe far pensare la parola "esercito". Ci sembra quindi un buon pay-off, ma utilizzato in maniera poco significativa. E' infatti di difficile lettura poiché posto in verticale e quindi da leggere dal basso verso l'alto, contrariamente a qualsiasi standard (screenshot12).



(screenshot12)

Inoltre si trova in mezzo ad una foto in scala di grigi ed il colore nero della scritta lo rende poco visibile. Il progettista ha cercato di valorizzarlo, ponendolo in una barra bianca, ma ci sembra comunque insufficiente. L'immagine ha il sopravvento e la barra bianca può essere scambiata, da un utente distratto, per una linea di demarcazione tra il menù e l'immagine. A nostro parere bisognerebbe posizionarla sotto il titolo, in modo da rendere il messaggio più immediato e di più semplice lettura; in questo modo sarebbe presente in tutte le pagine e non nella sola pagina iniziale.

Un altro modo utilizzato per far conoscere l'EI è l'introduzione in flash; sicuramente essa enfatizza i valori e l'importanza dell'esercito. Pur non essendo di grandi dimensioni è sufficientemente lunga da annoiare l'utente prima della fine, sempre che decida di guardarla (le animazioni flash sono molto spesso scartate dagli utenti di fretta o con banda ristretta).

3.2.3) La grafica del sito è adeguata?

3.2.3-A) Il layout delle pagine è adeguato ai vari formati video?

Abbiamo subito notato che il layout usato nel sito è semiliquido. Aumentando la risoluzione osserviamo che i progettisti, per cercare di ovviare al problema delle pagine "troppo vuote", hanno deciso di posizionare la pagina al centro dello schermo; distribuendo così i vuoti creati dall'aumento di risoluzione ai lati e in basso, in modo da farli sembrare più piccoli.

Supponiamo che il sito sia stato progettato per la risoluzione 800x600, anche se questo non viene indicato, considerando che il layout di tutte le pagine riempie perfettamente questo tipo di schermi. Nonostante ciò, a questa risoluzione, l'informazione risulta concentrata in una piccola parte di schermo e viene soverchiata dai menù. Questo difetto viene eliminato minimizzando la barra del menù dei browser (screenshot13), ma rimane comunque preferibile una risoluzione maggiore.



(screenshot13 – 800x600 barra dei menù minimizzata)

Spazio bianco più utile a destra

Poco spazio tra testo e menù / barra

La risoluzione che più valorizza la comprensibilità del sito, a nostro giudizio, è la 1024x768: le barre bianche ai lati sono minime, si distinguono meglio i menù dalle informazioni, senza essere troppo distanziati tra loro, e la visione è più rilassante (meno compressa rispetto alla 800x600, meno dispersiva rispetto alle risoluzioni maggiori). Se aumentiamo troppo la risoluzione il sito risulta di difficile consultazione; la quasi totalità degli elementi viene concentrata in metà schermo mentre in fondo alla pagina rimane il footer, isolato e completamente fuori dal contesto. La situazione migliora in caso di pagine con un contenuto molto lungo che va a riempire gran parte dello schermo nella sua lunghezza.



Grande spazio bianco

Footer isolato

(screenshot14 – 1280x1024)

E' necessario dire che il layout semiliquido, pur con qualche difetto, si adatta molto bene ad almeno tre risoluzioni. La centratura e il footer a fondo pagina, infatti, sono dei buoni metodi per ovviare al problema delle differenti risoluzioni. Pensiamo che il progettista abbia preferito un layout di questo tipo per evitare possibili distorsioni delle immagini, essendocene una discreta quantità sia nei testi che nei menù.

3.2.3-B) Il layout delle pagine facilita la comprensione dei contenuti?

Sicuramente il progettista ha ben separato gli elementi che compongono le pagine. Possiamo notare come vi siano tre linee che demarcano i quattro settori in cui è divisa la pagina. Lo si può notare perfettamente nella home page (screenshot15) dove titolo, immagini di sfondo, menù centrale e footer sono perfettamente distinti. Grazie al suo posizionamento l'utente tende a focalizzare subito l'attenzione sul menù centrale.

Le stesse linee di demarcazione rimangono anche nelle successive pagine (cfr. screenshot 15 e 16). Notiamo, però, come sulla linea nera (riquadro1) scompare la data, informazione marginale, e compare un menù di navigazione, informazione principale. Questo non ci sembra la soluzione ottimale ma è comunque accettabile. Migliora, invece, la divisione al centro (riquadro2): da una discutibile barra bianca contenente lo slogan dell'EI si passa ad una semplice ma utile riga nera, purtroppo assente in alcune pagine(ad esempio screenshot 7 e 14). Si noti come essa faccia distinguere perfettamente la zona

“bussola” dalla zona contenuti; anche se le immagini di sfondo le occupano entrambe, si ha la chiara sensazione che si tratti di due zone dagli scopi diversi. Rimane invariata la linea a piè di pagina (riquadro3), ma la posizione dei due menù, uno sopra la linea ed uno sotto, ne limita gli effetti.



(screenshot15)



(screenshot16)

3.2.3-C) Il colore è utilizzato in modo adeguato?

Vengono usati principalmente tre colori: il bianco per lo sfondo, il nero per il testo e il grigio per le immagini. Questa omogeneità di colori dà una certa linearità al sito e sicuramente la combinazione sfondo bianco / testo nero è una delle più leggibili.

Le immagini di sfondo e del titolo sono in scala di grigio, permettendo all'utente di concentrarsi meglio sul testo, senza essere disturbato dai colori delle immagini.

Il titolo delle pagine è contornato da barra di diverso colore. Esse però non cambiano in base alla sezione in cui si trovano, ma in maniera del tutto libera e sono da considerare solo un abbellimento grafico.

organizzazione > org. centrale > la formazione e specializzazione >

Ispettorato per la Formazione e per la Specializzazione

Sede: Roma Cecchignola(RM)

organizzazione > armi e corpi dell'esercito > l'arma di fanteria >

L'Arma di Fanteria - I Granatieri

le specialità >

Abbiamo fatto una prova simulando uno schermo a soli 256 colori. Il sito mantiene una buona leggibilità (screenshot17) tranne che per le immagini che perdono completamente l'informazione, infastidendo anche la lettura. Riteniamo che il test sia poco significativo in quanto schermi con così pochi colori sono praticamente assenti.

The screenshot shows the website for the Italian Army. At the top left, there is a logo with the letters 'E' and 'I' in green and red. Below it, a navigation menu includes 'Indietro', 'home page', and 'avanti'. The main header features the text 'esercito italiano' in a large, grey, serif font. Below the header, a black navigation bar contains the following links: 'concorsi | organizzazione | equipaggiamenti | chi siamo | storia | attività'. On the left side, there is a vertical menu for 'equipaggiamenti' with a list of items: 'Le Uniformi', 'I gradi', 'I fregi', 'Mostreggiature', 'Le Decorazioni', 'I Distintivi', and 'Gli Accessori'. The main content area is titled 'Portale del Militaria >' and has a green sub-header 'Fregi'. The text below the sub-header reads: 'I fregi sono la simbologia che individua Armi e Corpi dell' Esercito, diversi copricapo in uso. Si applicano su tutti i tipi di copricapo, ad eccezione del fez da bersaglie del berretto per Uniforme di Servizio e Combattimento e del berretto di lar. I fregi sono di disegno diverso, a seconda del copricapo sul quale vengono portati. Ricamati o metallici in color oro si applicano, centrati, sul davanti del berretto rigido, cappello alpino, chepi. Sul basco, invece, i fregi sono metallici argentati e vengono portati in corrispondenza della regia'.

(screenshot17)

3.2.3-D) I caratteri utilizzati rendono il testo ben leggibile?

L'utilizzo del carattere è sicuramente uno degli aspetti più curati del sito.

Il carattere utilizzato per la scrittura di tutti i testi e per i menù di fondo pagina è "Arial", mentre per il menù locale e quello globale si è utilizzato il font "Verdana". Questi due stili di

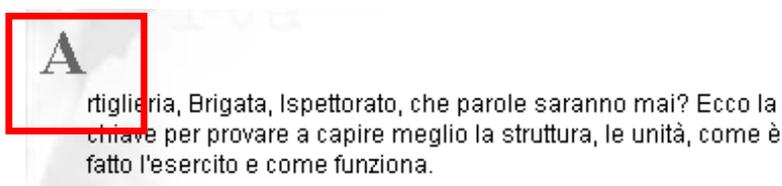
carattere sono presenti praticamente su tutti i computer ed hanno un font che offre un'ottima leggibilità a prescindere dalle dimensioni. Le parole in maiuscolo o in corsivo sono state accuratamente evitate anche nei menù, garantendo una lettura veloce e senza interruzioni.

Come precedentemente detto anche i colori del carattere e degli sfondi scelti (nero su bianco) favoriscono la lettura. Solo nel caso dei titoli di pagina si usa uno sfondo colorato e un carattere bianco, mentre per i titoli delle sezioni si è usato un carattere molto lavorato, addirittura diverso da lettera a lettera. Questi piccoli accorgimenti grafici abbelliscono il sito e non affaticano la vista, trattandosi di piccole parti di testo.

Abbiamo considerato anche la possibilità che l'utente modifichi l'opzione del browser "dimensione del carattere": tutte le pagine mantengono una perfetta leggibilità senza che il testo distorca l'impostazione grafica del sito.

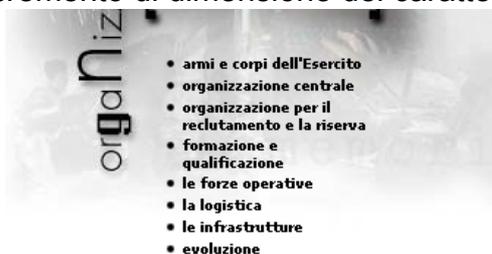
Notiamo comunque due piccoli difetti (screenshot18 e 19):

la prima lettera del testo (immagine) risulta più in alto rispetto al testo;



(screenshot18 – dimensione carattere molto piccolo)

l'immagine di sfondo non è sufficientemente grande per coprire il nuovo spazio dovuto all'incremento di dimensione dei caratteri.



struttura, le unità, come è fatto l'esercito e come funziona.

Abbiamo suddiviso questa sezione così come è organizzata la Forza Armata, partendo dal centro verso la periferia, evidenziando i reparti operativi, la catena logistica, quella per la formazione del personale, per il reclutamento.

Ma non solo. Troverete anche la suddivisione per Armi, Corpi e Specialità e forse, dopo avere scorso queste informazioni, la macchina militare sembrerà un pò meno oscura.

(screenshot19 – dimensione carattere molto grande)

Sono entrambi errori di scarsa importanza e facilmente correggibili, ma ci fanno pensare che il progettista non abbia preso in considerazione questa possibilità.

Qualche sbavatura è, invece, presente nella versione inglese, dove ci sono dei caratteri corsivi o dei colori che non favoriscono la leggibilità.

Organization

3.2.3-E) La grafica è attraente?

Non vi sono errori grafici nel sito.

Come già detto in precedenza l'uso degli stili, dei colori e delle immagini è lineare, rende leggibile il testo e non complica l'orientamento nel sito. Vi sono delle immagini a completare e rendere più interessante ed esplicativo il testo,

Una nota negativa può essere uno scarso utilizzo dei colori: il sito risulta essere poco attraente, scialbo, quasi noioso. Navigandovi all'interno si ha quasi la sensazione di possedere uno schermo in bianco e nero.

Sarebbe bastato poco per vivacizzare, quel tanto che basta, il sito. Ad esempio nella vecchia versione inglese, è bastato aggiungere un'intestazione di colore rosso a cambiare volto alle pagine.



Successivamente anche questa intestazione è stata sostituita da una identica a quella della versione italiana.

Siamo convinti che la scelta sia dettata dal tipo di istituzione che rappresenta; una presenza eccessiva di colori stonerebbe con l'idea di rigore tipica dell'esercito.

Sintesi:

Punti di forza:

- Massima leggibilità del sito con un utilizzo appropriato di colori e caratteri
- Home page esplicativa dei contenuti
- Layout grafico che si adatta a più risoluzioni
- Immediata comprensione dei contenuti
- Buona risposta alle modifiche locali dell'utente

Punti di debolezza:

- Scarso utilizzo del colore
- Copertina poco utile
- Grafica penalizzata a vantaggio della leggibilità.

3.3. FUNZIONALITÀ

Valutazione: **1**



Legenda: 0 pessimo; 1 insufficiente; 2 sufficiente; 3 buono; 4 ottimo.

Analisi:

3.3.1) Le funzioni per effettuare transazioni sono adeguate?

Il sito non lascia molto spazio all'interazione con l'utente: per poter navigare non è richiesto nessun tipo di registrazione e l'unico servizio di transazione è costituito dalla pagina "Contatti", rimasta inattiva per gran parte del periodo della nostra analisi, più precisamente da Maggio fino ad Agosto inoltrato (vedi screenshot20).



Attualmente la pagina "Contatti" prevede la seguente descrizione del servizio offerto:

"Compilando il modulo che segue potrai firmare il nostro registro degli ospiti, dire la tua sul nuovo esercito ed iscriverti alle "Mail List" sui concorsi per l'Esercito Italiano.

Sia per lasciare un commento che per iscriverti alle "Mail List" compila per favore il seguente "modulo" e poi spediscilo cliccando sul pulsante "Invio".

Non dimenticare di inserire il tuo indirizzo e-mail se vuoi una risposta e l'indirizzo postale se vuoi ricevere opuscoli e materiale informativo."

Da questa si evince che:

- 1- si può firmare un "registro degli ospiti" (probabilmente un guestbook), ma nonostante i nostri sforzi non siamo riusciti a trovarlo e ci chiediamo dove finiscano i messaggi lasciati;

- 2- si può lasciare un “commento sul nuovo esercito”: non è affatto chiaro cosa desiderino veramente dall’utente. Trattandosi di un sito internet siamo portati a pensare di dover dare un giudizio sul sito, ma nella frase si parla di nuovo esercito. Dobbiamo quindi pensare che il giudizio debba essere espresso sugli equipaggiamenti, sulle strutture e sull’organizzazione? La parola nuovo, però, ci fa pensare al cambiamento dall’esercito di leva all’esercito di professionisti. Abbiamo già trovato tre possibili interpretazioni di una frase esplicativa di un servizio fondamentale per ogni sito internet.
- 3- ci si può iscrivere alla “mail List” dell’esercito;
- 4- è possibile porre dei quesiti, anche se non è chiaro di che tipo essi debbano essere.
- 5- bisogna lasciare il proprio indirizzo postale solo in caso si desideri ricevere opuscoli e materiale informativo, in realtà l’indirizzo è obbligatorio e non c’è nessuna opzione che preveda la non ricezione del materiale indicato. Non sappiamo se il materiale venga poi effettivamente spedito.

Si nota anche un uso improprio delle virgolette, del grassetto e la nuova dicitura mail list.

In ogni caso per effettuare una qualsiasi delle operazioni sopra citate è richiesto di inserire obbligatoriamente Nome, Cognome, Indirizzo, Città e C.A.P., mentre si è liberi di scegliere se compilare o meno un questionario circa professione, hobby e altro. Questa richiesta, oltre a rendere laborioso e lungo il processo, ostacola molti utenti che possono non fidarsi a lasciare i propri dati personali in Internet. Inoltre è plausibile l’inserimento di dati fasulli da utenti che vogliono lasciare messaggi senza però esporsi; questo rende quasi nulla la raccolta dati. Non viene inoltre specificato lo scopo di questa raccolta di dati personali, o meglio viene specificato che è utile per monitorare la tipologia di utenti e per migliorare il servizio. A nostro avviso sarebbero stati sufficienti i campi Provincia, Titolo di studio, Professione, età, lasciando all’utente la scelta di inserire o meno informazioni che identificano con più precisione la persona (nome, cognome, indirizzo, ecc.). A conferma di quanto detto, gli utenti “cavia” dei test di usabilità hanno tutti affermato che la raccolta dati è eccessiva per il servizio offerto, oltre a farci notare che mentre dalle istruzioni si intuisce che non è necessario lasciare un recapito, all’atto dell’invio del messaggio si è obbligati a farlo.

Altro strumento messo a disposizione dal sito è la bacheca, dove vengono pubblicati annunci lasciati con “Contatti” riguardo la ricerca di commilitoni o la voglia di condividere aneddoti o foto del proprio servizio militare.

3.3.2) Il trattamento degli errori dell’utente è adeguato?

Compilando i campi della pagina “Contatti” può capitare che l’utente commetta degli errori: può non compilare un campo obbligatorio, sbagliare il formato di un campo, inserire un’informazione errata. Il sito gestisce questi errori facendo apparire una message-box che indica il tipo di errore all’utente.



Questa soluzione è abbastanza soddisfacente: il messaggio di errore non appare in una pagina differente, facilitando la correzione da parte dell'utente; inoltre le informazioni già inserite nei campi vengono conservate dopo la rilevazione dell'errore, in modo da non obbligare a reinserire tutti i dati. Viene anche effettuata una verifica sul formato dell'informazione inserita nei campi, per esempio inserendo una lettera nel campo "C.A.P." si ottiene un messaggio di errore come in figura, che informa l'utente circa l'errore di digitazione.



Unico punto negativo: viene segnalato un solo errore alla volta, rendendo così macchinosa la correzione nel caso di errori multipli.

Una volta compilato ed inviato il modulo non si ha la possibilità di confermare i dati inseriti in una nuova pagina. In caso di errore di digitazione, di cui non ci si è accorti, non si possono correggere i dati.

3.3.3) Gli strumenti di ricerca delle informazioni sono adeguati?

Gli strumenti forniti dal sito per la ricerca dell'informazione sono: una mappa del sito, un motore di ricerca e una pagina di F.A.Q.

La mappa del sito è già stata analizzata nella nel paragrafo 3.1.2.

Il motore di ricerca si può raggiungere tramite un link nel footer:



non è una soluzione ottimale, sarebbe stato preferibile la presenza, in ogni pagina, di una piccola text box per la ricerca, possibilmente in alto sotto il titolo (si veda di esempio www.regione.lombardia.it, screenshot21)



(screenshot21)

Per testarne l'efficacia abbiamo effettuato tre tipi di ricerche riguardo:

- A) un'informazione che sapevamo per certo essere presente nel sito;
- B) un'informazione che non sapevamo per certo essere presente nel sito;
- C) un'informazione che sapevamo non essere presente nel sito.

RICERCA A:

parola chiave: Uniformi Femminili.

6. Esercito Italiano: Uniformi femminili

Sommario: Portale del Militaria. Uniformi femminili. uniformi. Ordinaria e derivate. Servizio e derivate. Servizio e Combattimento e derivate. Cerimonia e derivate. Storiche. Femminili. I Copricapo. Prima Guerra Mondiale. Seconda

La sezione del sito intitolata "Uniformi Femminili", che ci aspettavamo di trovare al primo posto, ci è stata presentata al sesto, preceduta da pagine contenenti un link alla sezione delle uniformi femminili.

RICERCA B:

parola chiave: servizio di leva.

Trovati 300 documenti che soddisfano il criterio di ricerca " *servizio di leva* ".

Documenti visualizzati 1 - 10

1. Esercito Italiano: I Bandi di gara - Luglio

Sommario: gennaio. febbraio. marzo. aprile. maggio. giugno. luglio. agosto. settembre. ottobre. novembre. dicembre. news. BANDI di GARA - LUGLIO. torna ai bandi di gara. Aggiornato al 26.07.04. ENTE. OGGETTO. BANDO. Centro Addestramento e Sperimentazione Artiglieria Controaerei Servizio Amministrativo Sabaudia (LT) (26.07.04)

http://www.esercito.difesa.it/root/bandi/ba_luglio.asp - size 45.011 bytes - 26/07/2004 7.42.28 GMT

2. Esercito Italiano: bacheca

Sommario: Chi siamo. 1990 - 1999. Bacheca. 1940-1949. 1950-1959. 1960-1969. 1970-1979. 1980-1989. 1990-1999. successivi. Ricerca commilitoni Pubblicato ad aprile 2004. Mi chiamo Giulio Albanese e mi piacerebbe ritrovare tutti i vecchi compagni del 2° scaglione 1994 della compagnia Genio Guastatori della Brigata Acqui

<http://www.esercito.difesa.it/root/bacheca/1990.asp> - size 20.819 bytes - 25/05/2004 11.23.11 GMT

3. Esercito Italiano

Sommario: La scheda concorso. Dove andare.. Quando partire.. Per fare cosa?. La seconda scelta. e poi?. Il bando. La domanda. Gli Allegati. Torna al Portale. Attenzione: per informazioni dettagliate dei contenuti, riportati in queste pagine, fa fede sempre e comunque la relativa direttiva della Direzione Gen

http://www.esercito.difesa.it/root/concorsi/vfa03_scheda.asp - size 10.153 bytes -

(screenshot22)

Il motore di ricerca non ha dato risultati coerenti nelle prime 10 pagine (quindi nei primi 100 risultati forniti); pur non avendo controllato se l'informazione appariva nelle pagine seguenti, non possiamo ritenerci soddisfatti del motore (nei test di usabilità nessuno ha mai guardato la seconda pagina di risultati), tenendo anche conto che l'informazione con una ricerca in navigazione libera è reperibile nelle F.A.Q.

RICERCA C:
parola chiave: bicocca.



Nessun documento soddisfa il criterio di ricerca " bicocca ".



Mancanza di feedback e link per effettuare nuova ricerca

Il motore, come ci aspettavamo, non ha prodotto nessun risultato, e ha presentato un messaggio di fallimento della ricerca; questo è poco soddisfacente: non presenta un link al form per effettuare una nuova ricerca e non presenta suggerimenti di nessun tipo (motori di ricerca come Google presentano suggerimenti, seppur basilari, su come avere maggiori probabilità di successo, come ad esempio controllare l'ortografia, provare più parole chiave o sinonimi..).

Forse cercavi: [riporti](#)

La ricerca di - **riporti** - non ha prodotto risultati in nessun documento.
Nessuna delle pagine cercate contiene "**riporti**".

Suggerimenti:

- Assicurarsi che tutte le parole siano state digitate correttamente.
- Provare con parole chiave diverse.
- Provare con parole chiave più generiche.

(Suggerimenti di ©2004 Google in caso di errore)

Abbiamo notato che nella pagina dei risultati non viene evidenziata la keyword all'interno del sommario (vedi screenshot22). In questo modo l'utente non ha un riferimento nei risultati ed ha maggiori difficoltà nel scegliere il giusto link. Con alcune ricerche addirittura la keyword non si trova nel sommario, ma per capirlo bisogna leggere comunque le tre righe del sommario, provocando un rallentamento nei tempi di ricerca.

CARRI ARMATI, I VEICOLI CORAZZATI E BLINDATI

I **CARRI ARMATI**, I VEICOLI CORAZZATI E BLINDATI. LEOPARD 1A5 40 immagini;
BERGELEOPARD (LEOPARD RECUPERO) + versione potenziata assistenza ...
www.ferreamole.it/indici/index_tank.htm - 5k - [Copia cache](#) - [Pagine simili](#)

(Ricerca effettuata con ©2004 Google)

Abbiamo successivamente testato le funzioni avanzate fornite dal motore che si sono rivelate in gran parte funzionali.

Funzione * : Ricerca di documenti che contengono parole accomunate dallo stesso gruppo iniziale di lettere.

Keywords utilizzate: uni*, volo*

Risultato: nel primo caso il motore ha prodotto un errore (vedere Funzionalità), nell'altro solo la seconda delle prime quattro pagine conteneva nel testo una parola con il gruppo iniziale di lettere volo.

Funzione AND : Ricerca di documenti che contengono tutte le parole date (ricerca in AND).

Keywords utilizzate: Brigata AND Ariete, Arma AND Fanteria

Risultato: abbiamo ottenuto risultati pertinenti in tutte e due le prove.

Funzione NEAR : Simile a AND, ma assegna priorità nei risultati in base a quanto le due parole indicate sono vicine nel testo della pagina.

Keywords utilizzate: Uniformi NEAR Femminili, Arma NEAR Fanteria

Risultato: abbiamo ottenuto risultati pertinenti in tutte e due le prove: nel primo caso il link esatto appare in prima posizione anziché in sesta (vedi ricerca A), nel secondo la pagina dedicata all'Arma di Fanteria appare in seconda posizione, mentre con AND in ottava.

Funzione AND NOT : Ricerca di documenti che contengono solo una determinata parola e non altre.

Keywords utilizzate: Ariete AND NOT Brigata, Arma AND NOT Fanteria

Risultato: abbiamo ottenuto risultati pertinenti in tutte e due le prove.

Nel complesso non siamo molto soddisfatti del motore di ricerca, risultando abbastanza efficace solo nel caso A, anche i test di usabilità dimostreranno qualche difficoltà di utilizzo.

Le F.A.Q., o "domande più frequenti", sono raggiungibili tramite un collegamento nel footer, posto di fianco al collegamento per il motore di ricerca.

[CONTATTI](#) | [FAQ](#) | [RICERCA](#) | [MAPPA DEL SITO](#) | [WEBMAIL](#) | [CREDITS](#)

Il layout della pagina è poco conveniente: presenta infatti una lista di 20 domande, una dopo l'altra, che la rendono molto lunga; con un minimo lavoro di catalogazione si sarebbe potuta ridurre la lunghezza della pagina principale e dividere le domande in due – tre pagine secondarie, migliorando la navigazione.

La descrizione del servizio è poi complessa, oltre che grammaticalmente errata:

Questa pagina dedicata agli "Argomenti più richiesti" (Frequently Asked Questions) riunisce e rimanda alle Sezioni del sito o, al di fuori di esso, tutte le risposte alle domande che più frequentemente i nostri Utenti ci lasciano nella casella dei contatti.

Nella speranza che qualcuno le legga prima di inviarci quesiti già "risposti" in una delle circa 1400 pagine del nostro sito.

Ma veniamo alle domande....

Mancanza della principale nel periodo.

Non possiamo fare a meno di considerarlo un grave errore.

Per quanto riguarda la grafica possiamo considerare positivamente come vengono presentate domande e risposte: sono infatti chiare, ben distinte le une dalle altre (spazi bianchi non eccessivi tra una domanda e la seguente) e ben evidenziate (domande numerate e evidenziate con un pallino verde).

4 ● Devo partire di Leva, mi possono mandare all'estero? ● Ho finito la Leva, mi possono richiamare e mandare all'estero?

Al momento per il personale in Servizio di Leva o che abbia già effettuato il Servizio di Leva, non è previsto l'impiego all'estero.

5 ● Vorrei fare il Marinaio, andare in Aeronautica, nei Carabinieri...

State sbagliando strada. Non perchè sia sbagliata la Forza Armata scelta, piuttosto perchè siete andati nel sito dell'Esercito Italiano che è la prima delle quattro Forze Armate dello Stato. Passando da "Altri Siti" troverete una serie di link ai siti delle altre Forze Armate.

3.3.4) E' possibile comunicare in modo adeguato con chi gestisce il sito?

Osservando il footer troviamo un link denominato "Credits", che porta a una pagina che fornisce solamente i nomi delle persone che lavorano al sito, senza dare modo di contattarle.

The screenshot shows a website footer with navigation links: CONTATTI | FAQ | RICERCA | MAPPA DEL SITO | WEBMAIL | CREDITS. The 'CREDITS' link is highlighted with a red box and a red arrow pointing to the 'Credits' page. The page content lists the following roles and names:

- Responsabile del Servizio
Ten. Col. Luigi CASTRIGNANO'
- Webmaster
Ten. Col. Cristiano Maria DECHIGI
- Web Designer
Mar. Ca. Filippo BAGNASCO
- Webdeveloper
Mar. Ca. Filippo BAGNASCO
Mar. Ca. Aldo CARCHIA
Mar. Ord. Alessandro MOSCHETTINI

Below the list, it says: *sono stati con noi:
Il S. Ten. Alessandro BOZZOLI
e il Caporale Domenico MONTELEONE*

Per poter trovare la mail degli amministratori del sito bisogna visitare la versione WAI e aprire la pagina “Contatti” (diversa dall’omonima delle altre due versioni per il servizio fornito).

SITO UFFICIALE DELL'ESERCITO ITALIANO

NELL'ESERCITO | ORGANIZZAZIONE | UNIFORMI | CURIOSITA' | STORIA | MISSIONI | CONTATTI

**E' POSSIBILE CONTATTARE LA REDAZIONE
DEL SITO UFFICIALE DELL'ESERCITO ITALIANO
ALL'INDIRIZZO E-MAIL:**

webadmin@esercito.difesa.it

Questa soluzione è quanto mai inadeguata e non funzionale: infatti un utente che necessita di contattare gli admin del sito non andrà mai a cercare la mail nella sezione WAI; noi stessi ci siamo accorti della presenza dell’indirizzo solo durante l’analisi dell’accessibilità, dopo ben due mesi di visite al sito.

3.3.5) Le funzioni del sito sono corrette?

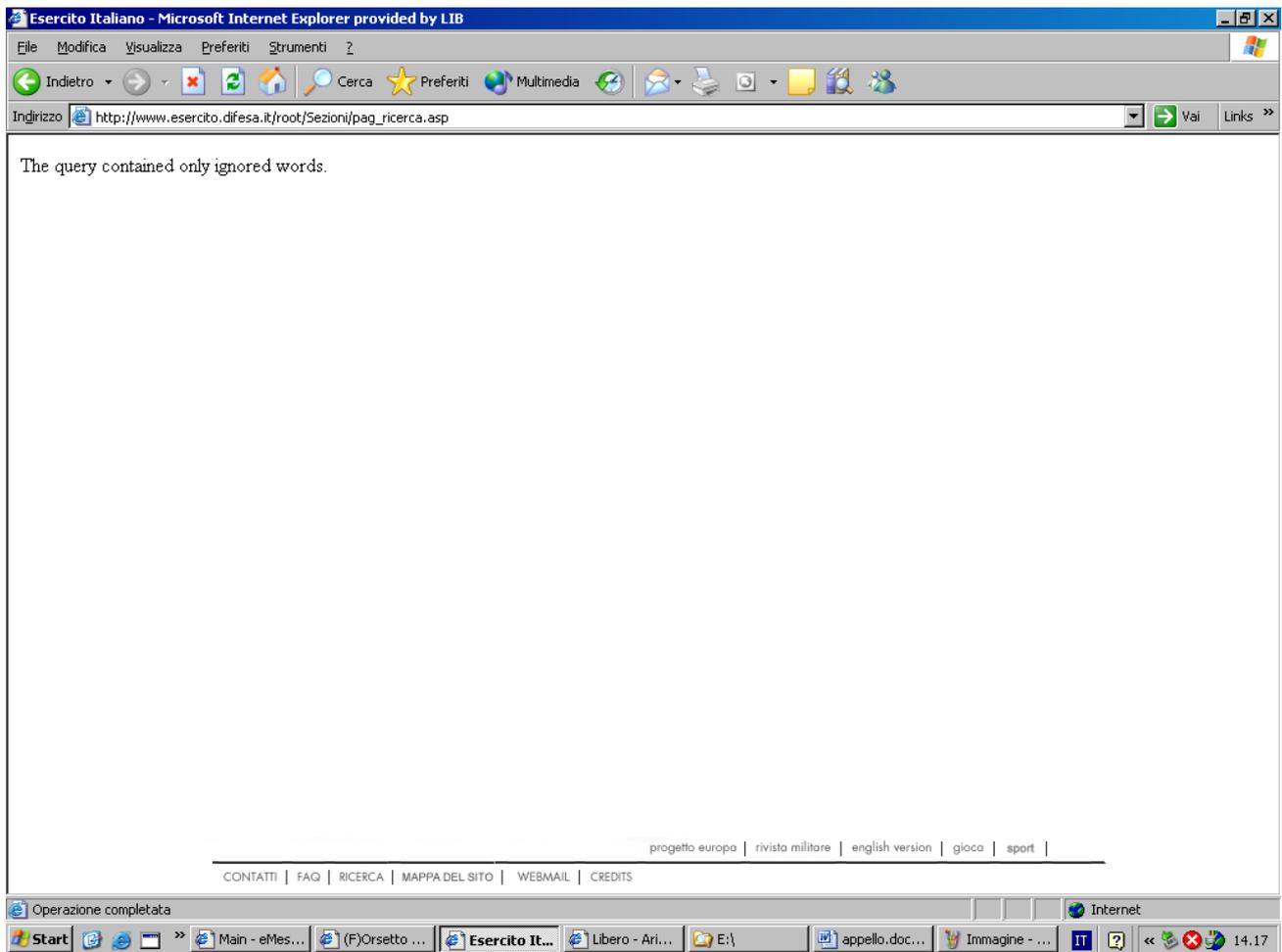
Abbiamo riscontrato un solo broken link presente nel footer, chiamato “Progetto Europa”. Inoltre controllando gli script della home page notiamo una funzione per aprire un pop-up di ringraziamenti da parte dell’EI per le visite e i messaggi lasciati. Questa finestra, in tre mesi di navigazione, non si è mai aperta, nonostante sia presente sul server.



L'ESERCITO ITALIANO RINGRAZIA
TUTTI I CITTADINI CHE HANNO
MANIFESTATO IL LORO SOSTEGNO E
LA LORO SOLIDARIETA' IN QUESTO
MOMENTO DI PROFONDO DOLORE.
GLI SCRITTI PERVENUTI A QUESTO
SITO SONO, PER I NOSTRI SOLDATI, LO
STIMOLO PIU' FORTE PER
CONTINUARE AD ADEMPIERE, CON
FERMEZZA, DETERMINAZIONE E
DIGNITA', I PROPRI COMPITI IN PATRIA
E ALL'ESTERO.

Un altro errore si è verificato durante l’utilizzo del motore di ricerca. Inserendo la combinazione “uni*”, che dovrebbe trovare almeno le pagine contenenti la parola “uniformi”, crea una strana pagina di errore in cui rimane soltanto il footer ed una frase poco chiara in inglese: “The query contained only ignored words.”.

La parola query non è certo di facile comprensione ad un utente non pratico di inglese, inoltre non ci sembra un errore controllato ma capitato senza che il progettista abbia pensato a questa possibilità.



(Screenshot23)

Sintesi:

Punti di forza:

- Discreta gestione degli errori
- FAQ utili

Punti di debolezza:

- Motore di ricerca carente
- Raccolta eccessiva di informazioni personali
- Guest book non trovato, quasi certamente inesistente
- Impossibilità di contattare chi gestisce il sito

3.4) CONTENUTO

Valutazione: **3**



Legenda: 0 pessimo; 1 insufficiente; 2 sufficiente; 3 buono; 4 ottimo.

Analisi:

3.4.1) L'informazione è classificata in modo adeguato?

Le informazioni contenute nel sito sono categorizzate per contenuti e quindi divise in sei grandi categorie. Questa ci pare una scelta adeguata in quanto un'organizzazione basata sugli utenti sarebbe stata molto meno efficace e molto più complessa da realizzare. Il labelling è preciso e privo –nei limiti del possibile- di ambiguità: non sono presenti pagine con nomi simili o che non spieghino immediatamente l'argomento che verrà trattato, e i termini utilizzati sono d'uso abbastanza corrente da non richiedere particolari conoscenze per la comprensione.

Grazie al test di usabilità, ci siamo accorti che un'imprecisione è in realtà presente nella sezione news: vi sono due link a due pagine diverse chiamati nello stesso modo (news). Cliccando sul link "news" presente sul footer si apre la pagina principale della sezione. Nel menù locale è presente un ulteriore link, "le news", che porta ad una pagina differente con le sole notizie del mese corrente. Da questa pagina è possibile ritornare alla pagina principale della sezione cliccando sul breadcrumb la parola "news". E' chiaro che questa ripetizione rende complicata la distinzione all'utente, che tende a confondersi.



3.4.2) Lo stile del testo è adeguato al web?

Navigando per il sito si incontrano due tipi di pagine:

- 1) pagine brevi, che non superano la dimensione di una schermata, con paragrafi brevi che esprimono un concetto in modo chiaro;
- 2) pagine molto lunghe, anche oltre due schermate, spesso caotiche.

Lo stile utilizzato nel testo è comunque sempre coerente: i contenuti sono generalmente organizzati con l'impostazione top-down, vengono utilizzati titoli brevi, paragrafi brevi anche se non sempre concisi, e link ipertestuali ad approfondimenti. Notiamo però che non è utilizzato nessun artificio tipografico per mettere in evidenza le parole chiave, anzi, il colore verde nel testo e il grassetto vengono usati per indicare i link ad altre pagine, cosa

che può creare ambiguità, visto che i collegamenti sono universalmente indicati nel web con le sottolineature.

Nel testo viene mantenuto un linguaggio abbastanza formale, anche se viene dato del “tu” all’utente, in modo da creare un rapporto più personale.

3.4.3) L’informazione è adeguata, pertinente, affidabile e aggiornata?

Durante tutta l’analisi abbiamo avuto modo di constatare che il sito viene aggiornato molto spesso, più volte a settimana, soprattutto le News.

Abbiamo anche cercato possibili incongruenze tra le informazioni fornite dal sito e altre fonti, quali quotidiani e Internet, e non ci è parso di trovarne alcuna; non possiamo garantire che non vi siano errori ma alla luce di un controllo non troppo dettagliato il sito sembra affidabile.

Per ultimo abbiamo controllato se nelle sezioni “Organizzazione” e “Equipaggiamenti” vi erano parti trattate meno accuratamente di altre, con particolare attenzione alle schede descrittive di armi, altri equipaggiamenti e per le descrizioni dei corpi dell’EI; siamo rimasti soddisfatti dalla nostra veloce indagine, notando grande coerenza in ogni sezione, ovviamente nel limite del possibile.

3.4.4) Il sito è correttamente localizzato?

Il sito dell’Esercito Italiano è on-line in due lingue differenti: italiano e inglese; la scelta della lingua si effettua nella Copertina, o utilizzando il footer.

Notiamo subito un grave errore: nella versione italiana il footer presenta un link alla versione inglese, mentre in quest’ultima il footer presenta... un link alla versione inglese! Non solo, il footer rimane identico e non viene tradotto, come del resto non viene tradotto il menù “I-HP-A” ed il tasto home page porta all’home page della versione Italiana, anziché a quella inglese.

Siamo coscienti che la versione inglese, essendo ancora in lavorazione, non possa essere completa, ma in tre mesi non abbiamo visto grossi progressi nella realizzazione e le parti implementate sono ancora scadenti: queste vengono trattate superficialmente escludendo anche molti argomenti, come avviene, per esempio, per le schede tecniche degli equipaggiamenti.

Non ultimo notiamo che eventuali scritte nelle immagini non vengono tradotte, e non per tutte è presente una legenda esplicativa.

Sintesi:

Punti di forza:

- News aggiornate
- Labelling preciso e molto comprensibile

Punti di debolezza:

- Stile del testo e delle pagine non sempre impeccabile
- Sito localizzato in maniera approssimativa e veloce

3.5) Gestione

Valutazione: **2**



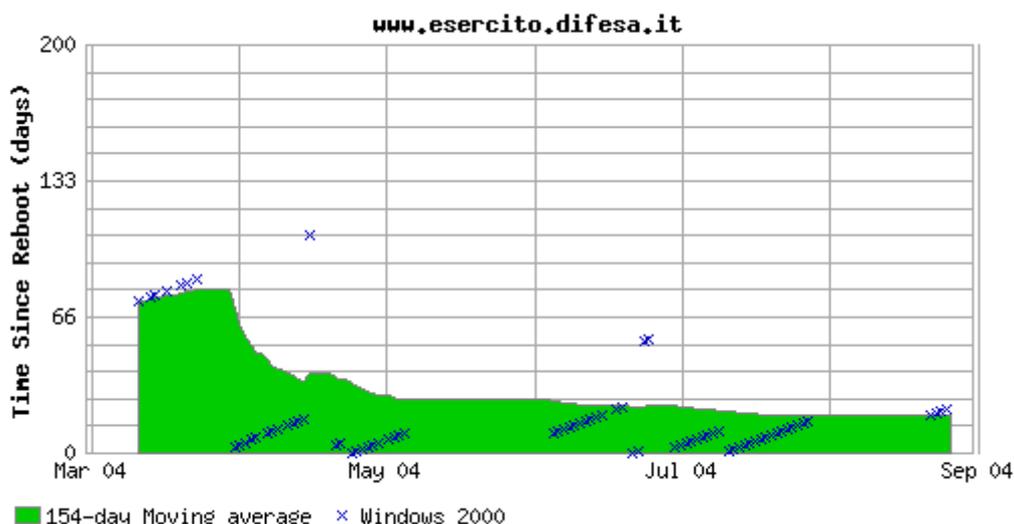
Legenda: 0 pessimo; 1 insufficiente; 2 sufficiente; 3 buono; 4 ottimo.

Analisi:

In questa sezione non è stato valutato il monitoraggio non avendo elementi per farlo.

3.5.1) Il sito è sempre attivo e disponibile?

Il sito dell'El gira su Microsoft-IIS su Windows 2000 dal 18 Settembre 2001. Nel 2003 ha cambiato indirizzo ma il tipo di server è rimasto lo stesso.



(c) Netcraft, www.netcraft.com

(screenshot24)

Grazie agli strumenti forniti da www.netcraft.com possiamo sapere con buona approssimazione l'uptime del server, ossia il tempo passato dall'ultimo reboot (screenShot24). Si notano molti restart: circa uno al mese, fino a luglio, in cui ne troviamo quattro. Ad agosto netcraft non ha ottenuto letture valide (i punti del grafico senza le "x" si verificano in caso di errore in lettura o inattività del server), ma in questo periodo il sito era disponibile visto che lo abbiamo visitato più volte e non abbiamo mai avuto problemi nella navigazione. Non conosciamo la causa di tutte queste interruzioni, anche se crediamo che siano dovute più ad aggiornamenti che a guasti: la versione inglese del sito è in costruzione e le news da luglio in avanti sono state aggiornate frequentemente.

Per quanto riguarda la disponibilità del sito abbiamo effettuato il seguente test: ogni giorno per due settimane, dal 23/8 al 5/9, abbiamo effettuato una serie di accessi alla home page, alle sezioni "Concorsi", "Attività" e alle "News"; questi accessi venivano eseguiti ogni ora dalle 12.30 alle 21.30. Siamo consci della ristretta utilità di questo test ma, considerando che per l'accesso a internet sono stati utilizzati modem analogici, siamo riusciti a raccogliere dati comunque significativi in quelle due settimane, sia a controllare come si comporta il sito, con linee lente, in orari in cui la rete potrebbe essere congestionata.

Possiamo considerare il test superato, avendo sempre potuto visitare il sito in tutti gli orari, ottenendo circa lo stesso tempo medio giornaliero di caricamento (vedi tabella).

	Tempo minimo	Tempo medio	Tempo Massimo
Home Page	12"	15"	21"
Concorsi	19"	26"	53"
Attività	5"	10"	19"
News	6"	11"	21"

3.5.2) L'utilizzo del sito è adeguatamente monitorato?

Non essendoci la possibilità di accedere al log-file o alle statistiche del sito, abbiamo cercato di contattarne i gestori, per ottenere le informazioni necessarie a compiere l'analisi, spedendogli la seguente mail:

Spett.le Redazione,

siamo due studenti dell'Università degli studi di Milano-Bicocca della Facoltà di Scienze Matematiche, Fisiche e Naturali, corso di Laurea in Informatica.

Stiamo svolgendo una valutazione del sito web www.esercito.difesa.it per un progetto dell'esame di Interazione uomo-macchina (<http://www.rpolillo.com/IUM/index.htm>) e avremmo bisogno di alcune informazioni per completare al meglio la valutazione riguardante la gestione del Vs. sito.

Ci sarebbe di grande aiuto se poteste inviarci il log file del webserver, o perlomeno una sua analisi, in modo da permetterci di estrapolare informazioni riguardanti il tipo di visitatori, le pagine più visitate, la durata degli accessi....

Gradiremmo inoltre sapere con quale frequenza viene eseguito il monitoraggio, da parte Vs., di questi dati e con quali strumenti.

Coscienti di chiedervi un grosso favore, ma convinti della Vs. disponibilità, vi ringraziamo anticipatamente e porgiamo

Distinti Saluti

Broglia Matteo

Parma Marco Adriano

Non abbiamo ancora avuto risposta, quindi non possiamo stabilire come i gestori controllino gli accessi e raccolgano informazioni utili a migliorare il sito.

3.5.3) Il sito viene costantemente aggiornato e migliorato?

Possiamo affermare che il sito venga aggiornato ogni due/tre giorni, le news sono sempre recenti, la sezione "Concorsi" viene aggiornata il giorno stesso in cui viene indetto un nuovo concorso. Per quanto riguarda le migliorie, invece, vengono effettuate molto lentamente: almeno due mesi per inserire la pagina "Contatti", poche pagine nuove della versione inglese in tre mesi.

3.5.4) Le relazioni con gli utenti sono adeguatamente presidiate?

Per controllare come vengono gestite le relazioni con gli utenti, abbiamo spedito il seguente messaggio tramite la pagina “Contatti”:

Gentile Redazione,

vorrei sapere se un VFB o un VFA può partecipare a missioni di pace all'estero e, in ogni caso, in quali tipo di missioni possono essere utilizzati.

Grazie

Entro pochi minuti abbiamo avuto la seguente risposta automatica:

Gentile Utente

E' il Sito Ufficiale dell'Esercito Italiano che Le scrive.

La redazione del sito risponderà al più presto a Suoi commenti/domande.

ATTENZIONE: qualora l'oggetto della sua domanda ricada in una delle FAQ, oppure sia relativo ad argomenti già trattati nelle sezioni del sito, non sarà dato corso ad ulteriore risposta.

Cordiali Saluti.

In questo modo si fa intuire all'utente che prima o poi otterrà risposta, probabilmente ciò richiederà molto tempo. Inoltre suggerisce di controllare all'interno del sito se sono già presenti le informazioni da lui richieste, dato che in questo caso non otterrà alcuna risposta.

Dopo ormai due settimane non abbiamo ancora ottenuto risposta. Probabilmente un utente medio avrebbe il dubbio di aver fatto una domanda inutile. Non ha alcun modo di sapere se l'informazione richiesta gli sarà fornita o la deve nuovamente cercare in maniera più accurata. In ogni caso sarà irritato: o la risposta arriverà troppo lentamente o non arriverà affatto. Ne scaturisce una perdita di immagine e di fiducia da parte dell'utente.

Inoltre, anche nella richiesta delle statistiche (vedi paragrafo precedente), non ci è stata fornita alcuna risposta, neanche per informarci di una collaborazione negata.

Sintesi:

Punti di forza:

- Il sito è sempre disponibile
- Le news e i concorsi sono aggiornati frequentemente

Punti di debolezza:

- Gli aggiornamenti strutturali sono molto lenti
- Non abbiamo ricevuto risposte
- Molti restart del server

3.6. ACCESSIBILITÀ

Valutazione: **2,5**



Legenda: 0 pessimo; 1 insufficiente; 2 sufficiente; 3 buono; 4 ottimo.

Analisi:

3.6.1) I TEMPI DI ACCESSO SONO ADEGUATI?

Il sito inizia con una copertina priva di valore informativo, consentendo soltanto di scegliere la versione del sito che preferiamo (italiana, inglese, WAI, intro). Questa pagina ha una grandezza inferiore ai 70Kbyte, consentendo comunque un suo rapido download anche con modem analogici. Differente situazione per la Home page vicina ai 150Kbyte di grandezza, ma molto più ricca di contenuto informativo.

Per caricare completamente le due pagine con modem 56Kbps necessitano perlomeno 15" in condizioni di linea ideale, mentre effettuando alcune prove reali abbiamo riscontrato tempi intorno ai 20"-40". Pur non essendo tempi eccessivi, risultano comunque stancanti per il navigatore, soprattutto considerando che non ha ancora trovato informazioni vere e proprie, ma solo non un elenco degli argomenti trattati dal sito e un'idea della sua struttura. Mediamente una pagina del sito occupa circa 150-200 Kbyte: la navigazione risulta così fluida con linea a banda larga, accettabile con modem analogici (vedere tabella paragrafo 3.5.1).

Molto più pesante la pagina della mappa del sito, la sua grandezza supera i 250Kbyte e rende lento il suo accesso. Inoltre richiede una lenta elaborazione del browser, indipendente dalla linea usata, che fa perdere circa cinque - sei secondi anche agli elaboratori più recenti rendendone ancor più lento l'utilizzo.

3.6.2) IL SITO E' FACILE DA TROVARE?

3.6.2-A) IL NOME DEL SITO SI RICORDA FACILMENTE?

L'unico indirizzo valido per raggiungere il sito dell'EI è: www.esercito.difesa.it.

Non esiste nessun altro dominio alternativo con dei redirect che mandino al sito esatto.

L'url che più probabilmente un utente digiterebbe per trovare il sito è www.esercitoitaliano.it, ma questo sito non esiste; anche con altri domini (.org, .net, .com) questo link non porta a nulla riguardante l'EI. Dobbiamo considerarla una grave carenza, non è semplice relazionare Esercito Italiano con la dicitura "esercito.difesa".

Non è ammesso neanche tralasciare "www.", il sito risulta inesistente.

Un unico url rende l'accesso al sito più difficile, soprattutto trattandosi di un nome poco immediato e difficilmente intuibile da un utente che non ha mai visitato il sito.

3.6.2-B) IL SITO E' FACILMENTE REPERIBILE TRA I PIU' DIFFUSI MOTORI DI RICERCA?

Grazie ad alcune funzioni trovate sul sito www.tuttowebmaster.com abbiamo potuto facilmente controllare la reperibilità del sito.

Inserendo la parola "esercito" o la combinazione "esercito italiano" il sito risulta in prima posizione su tutti i maggiori motori di ricerca italiani (vedi screenshot25).

Posizionamento

URL: www.esercito.difesa.it

	Google	HotBot	AllTheWeb	AltaVista	Lycos	MSN	AOL
esercito italiano	<u>1</u>						
esercito	<u>1</u>						
militari italiani	<u>N/A</u>						
militare	<u>37</u>	<u>5</u>	<u>11</u>	<u>12</u>	<u>5</u>	<u>10</u>	<u>42</u>
militari	<u>10</u>	<u>N/A</u>	<u>N/A</u>	<u>N/A</u>	<u>N/A</u>	<u>N/A</u>	<u>8</u>
caserme in italia	<u>10</u>	<u>N/A</u>	<u>N/A</u>	<u>N/A</u>	<u>N/A</u>	<u>N/A</u>	<u>11</u>

(screenshot25)

Nei motori di ricerca esteri il sito è reperibile facilmente ricercando “italian army”, mentre altre combinazioni danno scarsi risultati (vedi screenshot26).

Posizionamento

URL: www.esercito.difesa.it

	Google	HotBot	AllTheWeb	AltaVista	Lycos	MSN	AOL
italian army	<u>1</u>	<u>6</u>	<u>1</u>	<u>7</u>	<u>6</u>	<u>6</u>	<u>1</u>
army	<u>N/A</u>	<u>N/A</u>	<u>N/A</u>	<u>33</u>	<u>N/A</u>	<u>N/A</u>	<u>N/A</u>
italian missions	<u>N/A</u>						

(screenshot26)

Non è stato facile trovare keywords significative che permettano di rintracciare il sito. Risulta quindi facile trovare l'url esatto con la keyword esercito o la combinazione esercito italiano, mentre è più difficile trovarlo con ricerche ad argomenti inerenti.

3.6.2-C) IL SITO E' ADEGUATAMENTE REFERENZIATO DAGLI ALTRI SITI?

Abbiamo riscontrato numerose citazioni in ogni motore di ricerca preso in considerazione ad esclusione di lycos (vedi screenshot27).

Popolarità del sito

URL: www.esercito.difesa.it

	Google	HotBot	AllTheWeb	AltaVista	Lycos	MSN	AOL
Popularity	6,620	2,149	114	2,810	0	2,103	6,620

(screenshot27)

Non sappiamo a cosa sia dovuta questa carenza, ma non va sicuramente a favore della diffusione del sito. E' comunque da sottolineare la presenza abbondante di link in tutti gli altri principali motori di ricerca che garantisce una discreta "pubblicità" al sito dell'esercito.

3.6.3) IL SITO E' ACCESSIBILE CON OGNI BROWSER?

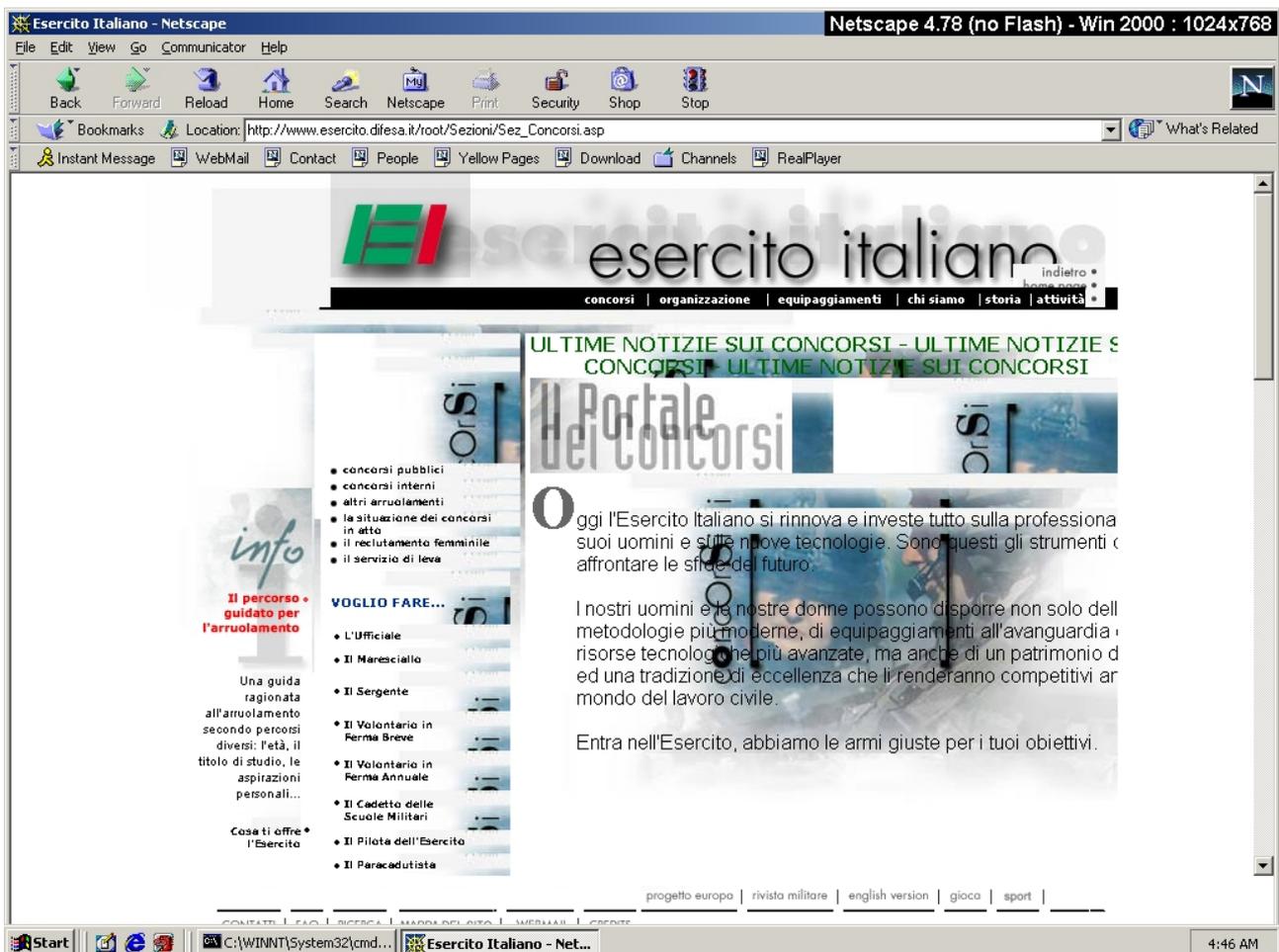
Abbiamo effettuato delle prove con alcuni dei più noti browser in circolazione attualmente: Netscape Navigator 6.2 e 4.78, Opera6.0 e Mozilla1.6.

Un grosso errore è stato riscontrato visualizzando le pagine con la versione 4.86 (e precedenti) di Netscape Navigator.

Già nella copertina l'immagine di sfondo non viene visualizzata, ma nelle pagine successive la situazione peggiora (screenshot 28 e 29): gli elementi che compongono la pagina si sovrappongono, le immagini vengono ripetute più volte rendendo impossibile la lettura delle pagine.



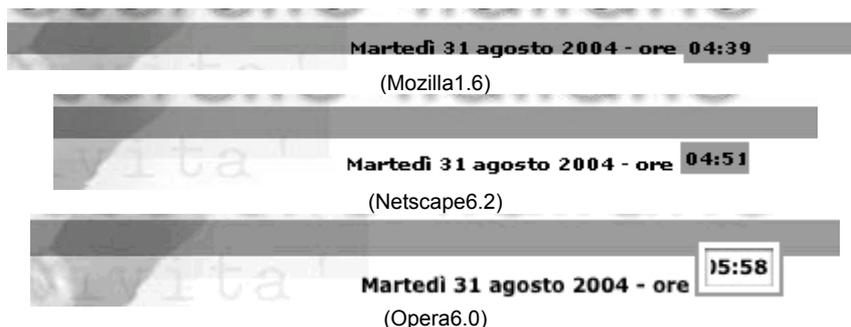
(screenshot28 - Netscape Navigator 4.86)



(screenshot29 – Netscape Navigator 4.86)

Ci sentiamo di dire che è un grave errore, Netscape è il secondo browser più diffuso nel mondo, per cui l’EI perde una porzione di utenti abbastanza significativa. Dobbiamo, comunque, segnalare che si tratta di una versione non molto recente del browser e che nelle versioni successive l’errore non si presenta, per cui il numero di utenti che non possono accedere al sito tenderà a diminuire.

Con gli altri browser ricorrono un paio di errori che non compromettono la navigazione, ma pur sempre fastidiosi, dovuti a parti di codice non standardizzato. In ogni caso gli elementi che creano problemi nella visualizzazione non sono, come vedremo, di grande utilità, ma più che altro dei riempitivi creati per non lasciare “vuoti” nella pagina. Il primo errore riguarda la data e l’ora della home page, mal allineati da tutti i browser rispetto alla barra nera; il secondo riguarda il menù di navigazione (riquadro rosso) che si trova nella parte destra, anziché sinistra, della pagina.





Se si esclude l'intro (parte poco rilevante), il sito non presenta parti in flash, non è quindi necessario avere plug-in per visitarlo, ed è sicuramente una nota positiva.

3.6.3) IL SITO E' ACCESSIBILE DA UTENTI DISABILI?

Per i siti della pubblica amministrazione -crediamo che l'EI possa essere considerato inerente visto che fa parte del dominio difesa.it- è obbligatorio avere una versione accessibile.

Ci interessa quindi sapere se questa versione è ben curata o se è stata aggiunta per puro obbligo e magari è un po' scadente.

E' presente un link alla versione WAI dalla copertina e dalla home page.

Abbiamo effettuato un primo controllo con le funzioni del sito <http://watson.addy.com> e abbiamo riscontrato due dati positivi: il caricamento massimo delle pagine e di due secondi con modem analogici e l'assenza di link errati.

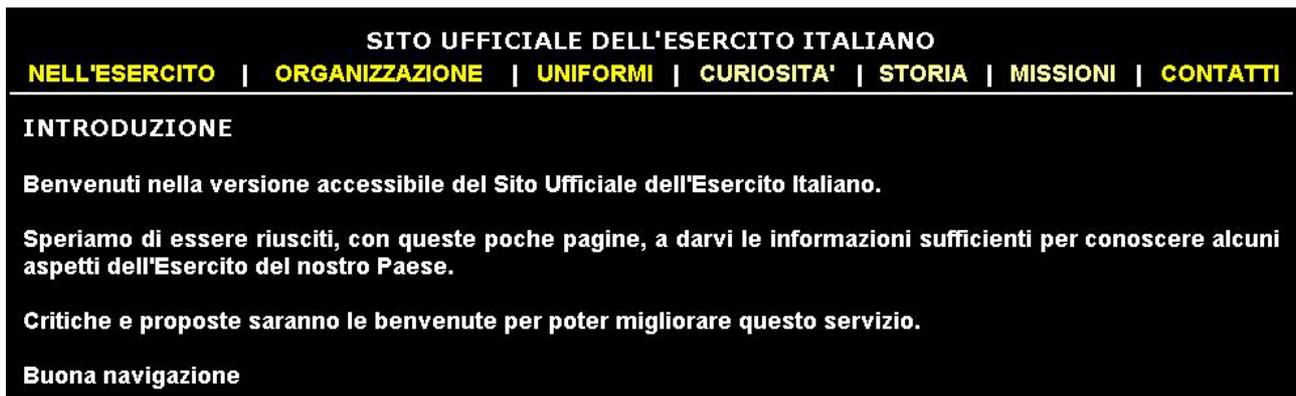
Abbiamo però riscontrato l'assenza di meta tag come keyword per trovare il sito nei motori di ricerca. Non vi sono infatti link alle pagine della versione WAI nei principali motori di ricerca.

Dopo una nostra successiva analisi elenchiamo i punti favorevoli:

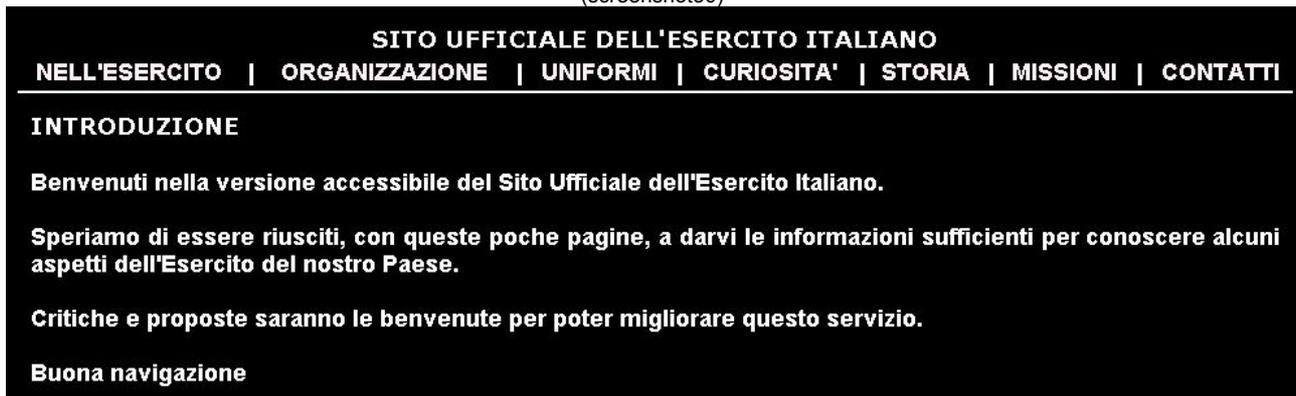
- Assenza di immagini, sono state evitate per semplicità in modo da evitare possibili complicazioni
- Non vi sono oggetti lampeggianti o in movimento
- Si può accedere a tutte le pagine anche utilizzando solo la tastiera, anche se la lunghezza di alcune pagine rende il processo macchinoso
- Sono presenti strumenti di orientamento e barre di navigazione

E i punti sfavorevoli:

- L'unico modo per distinguere i link dal testo è la differenza di colore (giallo/bianco). Con alcuni problemi visivi, ad esempio la tritanomalia, non è possibile distinguere questi due colori (cfr. screenshot30 e screenshot31).

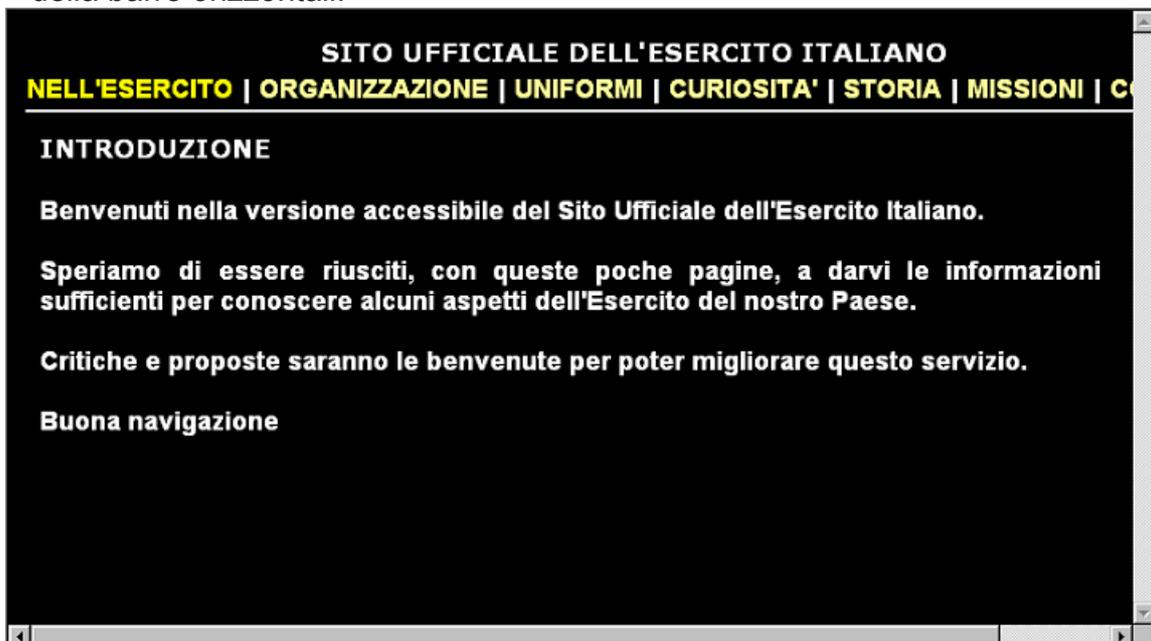


(screenshot30)



(screenshot31)

- Non esiste una mappa del sito WAI, anche se la semplicità di queste pagine non la richiedono.
- Modificando la dimensione del carattere dal browser non si ha nessun effetto sul testo.
- Rimpicciolendo la finestra o con una risoluzione bassa (fino a 800x600) compaiono della barre orizzontali.



(screenshot32 – risoluzione 800x600)

Sintesi

Punti di forza:

- Il sito è facilmente reperibile attraverso i motori di ricerca.
- I tempi di download sono discreti.
- E' presente una discreta versione WAI .
- Vi sono molte segnalazioni da parte di altri siti.
- Buona compatibilità con i browser alternativi a IE più recenti.
- Assenza di componenti strutturali del sito in flash.

Punti di debolezza:

- Vi è un unico dominio da cui si può accedere al sito
- L' url è di difficile memorizzazione
- Impossibilità ad accedere al sito con Netscape Navigator 4.86 e precedenti
- Non vi sono segnalazioni del sito in lycos
- Vi sono alcuni errori nella versione WAI.

3.7. USABILITÀ

Valutazione: **2,5**



Legenda: 0 pessimo; 1 insufficiente; 2 sufficiente; 3 buono; 4 ottimo.

Analisi:

L'usabilità è certamente un punto cardine in un'analisi di siti Web; per questo, nel valutarla, abbiamo cercato in continuazione opinioni di persone che vedevano il sito per la prima volta oltre a quelle ottenute con test di usabilità. Esse ci sono state di grande aiuto nel confermare, o a volte smentire, le nostre sensazioni, magari distorte dalla profonda conoscenza del sito.

Anche la scelta delle domande del test di usabilità è stata accurata, cercando di andare ad analizzare più aspetti: dall'informazione più difficile da trovare a quella che più comunemente un utente potrebbe cercare.

Proviamo, ora, a dare qualche risultato:

- 4 utenti su 8 non ricordano il nome del sito pochi istanti dopo averlo visitato, alcuni di essi hanno provato a dire www.esercitoitaliano.it .
- Solo 1 utente su 8 ha cliccato il breadcrumb mentre 4 su 8 si sono accorti della presenza ma non che fosse linkato.
- 4 su 8 hanno trovato il sito poco attraente o poco colorato.
- 3 su 8 hanno riconosciuto a fatica il menù di navigazione locale scambiandolo per un elenco degli elementi contenuti nella sezione.
- 2 su 8 hanno cliccato sui link interni al testo
- 5 su 6, non trovando l'informazione desiderata, hanno usato il motore di ricerca con risultati soddisfacenti per 2 di essi; il quinto ha usato la mappa ottenendo comunque l'informazione ma più lentamente.

- 4 su 8 usano il menù “I-HP-A”, ma solo uno ne capisce il vero significato e continua ad usarlo.
- 3 su 8 hanno impiegato più di 4’ a trovare le news del mese passato e 5 su 8 si sono lamentati della scritta nera su sfondo grigio.
- 4 su 8 non si iscriverebbero alla mailing list, 2 lo farebbero se necessario lasciando dati falsi, 2 inserirebbero i dati esatti ma solo in caso di necessità, non per lasciare commenti.
- 3 su 8 cercano l’indirizzo del distretto militare sotto la pagina “Contatti”.
- Nessun utente ha problemi nel trovare il motore di ricerca, la Mappa o Contatti
- Nessuno ha avuto problemi nel trovare il sito dal motore di ricerca dato (Google)
- Tutti gli utenti hanno usato principalmente il menù di navigazione globale e 6 su 8 l’hanno trovato soddisfacente, gli altri due hanno fatto fatica ad adattarsi al menù a tendina che copriva la pagina.
- 6 su 8 denotano una certa confusione nei menù, sono troppi ridondanti e spesso complicati.
- 2 su 8 ha letto qualche riga di contenuto, 3 su 8 hanno commentato positivamente l’ampiezza del contenuto.

Sintesi

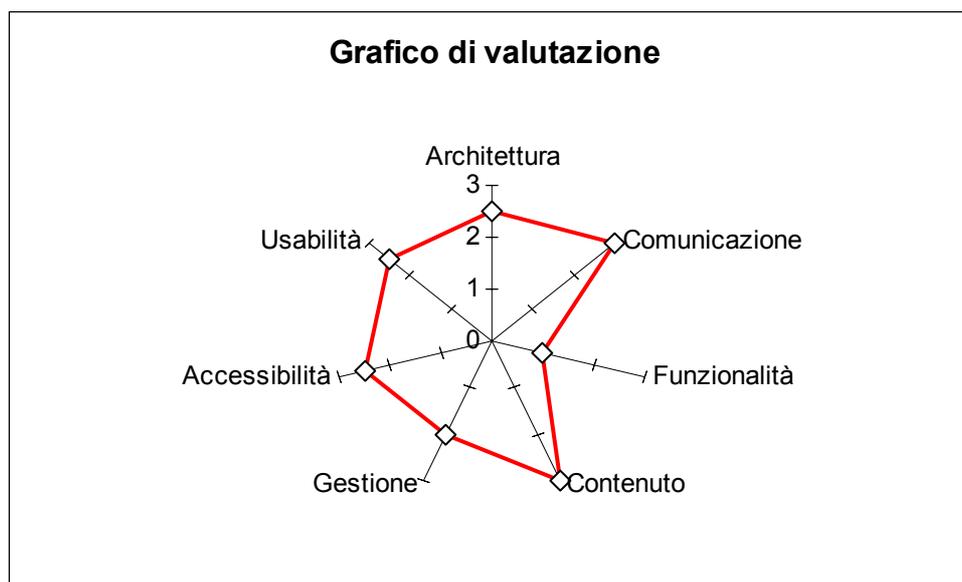
Punti di forza:

- Percentuale di successo alta
- Tempo di esecuzione dei compiti mediamente soddisfacente

Punti di debolezza:

- In alcuni casi è stato necessario incoraggiare l’utente
- Bassa soddisfazione
- Grande difficoltà nell’accesso alle news

3.8 SINTESI



NB: il massimo punteggio è 4.

CARATTERISTICA	VOTO	PESO	VOTO PESATO	VOTO FINALE
Architettura	2,33	2,40	2,58	2,5
Struttura	4,00	1,00	4,00	
Mappa del sito	1,00	0,60	0,60	
Navigazione	2,00	0,80	1,60	
Comunicazione	3,00	1,90	3,13	3
Home page	3,00	0,80	2,40	
Brand image	2,50	0,30	0,75	
Grafica	3,50	0,80	2,80	
Funzionalità	1,20	3,60	1,15	1
Transazioni	0,50	1,00	0,50	
Trattamento errori	2,50	0,50	1,25	
Strumenti ricerca	0,50	0,80	0,40	
Contatto gestori	0,00	0,50	0,00	
Errori	2,50	0,80	2,00	
Gestione	1,50	3,00	2,00	2
Disponibilità	3,00	1,00	3,00	
Monitoraggio	non rilevato	1,00	non rilevato	
Aggiornamento	2,50	1,00	2,50	
Relazione con gli utenti	0,50	1,00	0,50	
Contenuto	2,75	3,50	2,84	3
Categorizzazione/labeling	3,50	0,90	3,15	
Stile	2,50	0,90	2,25	
Informazione	3,50	1,00	3,50	
Localizzazione	1,50	0,70	1,05	
Accessibilità	2,38	3,60	2,39	2,5
Tempi d'accesso	2,50	1,00	2,50	
Reperibilità	2,50	1,00	2,50	
Indipendenza dal browser	2,00	0,80	1,60	
Accessibilità per disabili	2,50	0,80	2,00	
Usabilità	2,72	3,00	2,72	2,5
Efficacia	3,50	1,00	3,50	
Efficienza	2,90	1,00	2,90	
Soddisfazione	1,75	1,00	1,75	

La valutazione è almeno sufficiente in quasi tutte le voci. Ad un primo momento ciò ci è parso strano: ci sono molte imperfezioni in questo sito e prevedevamo che la valutazione fosse peggiore. Ci siamo però accorti che nelle caratteristiche a cui abbiamo dato maggiore importanza (vedere come esempio le valutazioni: struttura, informazione, tempi d'accesso, efficacia) il sito rispondeva in maniera molto più che sufficiente, mentre le imperfezioni riguardavano argomenti di rilevanza minore. Quindi la nostra valutazione è senz'altro sufficiente. L'impressione è stata comunque di un sito impreciso, a volte irritante per l'utente. Molte di queste imprecisioni sono di semplice correzione, altre un po' più

complesse. Senz'altro basterebbe poco per farne un buon sito sotto tutti i punti di vista. Un'unica pecca è la funzionalità, vero punto debole del sito.

4. RACCOMANDAZIONI FINALI

Priorità 1: Interventi indispensabili e urgenti

1. Modificare le richiesta d'informazione della pagina "Contatti"
2. Migliorare i tempi di risposta agli utenti
3. Inserire l'indirizzo dei webmaster nella versione italiana
4. Segnalare in maniera più comune (sottolineatura) i link presenti nel testo.

Priorità 2: Interventi consigliati ma meno urgenti

1. Rifare la mappa del sito
2. Migliorare i risultati del motore di ricerca e i feedback informativi nella pagina dei risultati
3. Terminare la versione inglese
4. Inserire il link all'home page sul logo dell'EI ed inserire lo slogan sotto di esso.

Priorità 3: Interventi auspicati

1. Sistemare l'errore di visualizzazione con Netscape Navigator 4.82 e precedenti versioni.
2. Registrare domini alternativi
3. Eliminare il menù "I-HP-A" non compreso, e crea problemi di visualizzazione con browser diversi da IE
4. Perfezionare la gestione errori.

Allegato: Descrizione del test di usabilità

a) OBIETTIVI DEL TEST

Il test di usabilità si è svolto in sei differenti punti:

1. Ricerca del sito dell'EI partendo da www.google.it
2. 2' di navigazione libera per prendere confidenza con il sito.
3. Trovare l'elenco dei concorsi per le donne che vogliono entrare nell'EI.
4. L'indirizzo del distretto militare di Milano.
5. Trovare le notizie del mese di Luglio/Giugno.
6. Raccolta delle opinioni personali, con l'aggiunta di domande precise che ci motivassero alcuni comportamenti.

Abbiamo svolto otto test di usabilità su soggetti con diversa esperienza di computer e di navigazione sul Web. Abbiamo cercato di variare (nei limiti del possibile) il sesso, l'età e l'attività delle persone scelte, rimanendo comunque in un range di utenti giovani, i maggiori frequentatori di siti web. Nulla abbiamo potuto fare invece nel differenziare la zona di provenienza degli utenti, in quanto sono tutti della Lombardia. Inoltre abbiamo eseguito il test con differenti linee telefoniche in modo da rendere più veritiero il test.

Nome	Anni	Professione	Esperienza	Linea
Alessandro	30	Amministratore immobiliare	Media	56Kb/s
Matteo	24	Studiante di Informatica	Molto alta	Fibra ottica
Omar	22	Studiante di Informatica	Alta	Fibra ottica
Riccardo	22	Studiante di Conservazione dei beni culturali	Medio/bassa	Adsl
Diletta	21	Studentessa di sociologia	Medio/alta	Fibra ottica
Alessia	28	Educatrice	Bassa	56Kb/s
Giacomo	20	Studiante di Giurisprudenza	Medio/bassa	Adsl
Gaia	22	Ragioniere	Medio/alta	56Kb/s

N.B. L'esperienza è stata espressa prima del test in base alle ore di navigazione giornaliera della persona in questione e non in base al risultato del test.

Normalmente il test si è svolto sul PC dell'utente stesso, quindi con la connesione che è abituato ad usare e i relativi vantaggi/svantaggi. Il test è durato circa 15-20 minuti comprese le impressioni finali rilasciate dai tester.

b) METODOLOGIA USATA

I test si sono svolti, quando possibile, con la presenza di entrambi i componenti del gruppo: uno nel ruolo di osservatore, l'altro con il compito di dare le istruzioni. Nessuno dei due è mai intervenuto nell'aiutare gli utenti a soddisfare le nostre richieste. Saltuariamente "l'istruttore" ha incitato gli utenti ad andare avanti garantendo che l'informazione richiesta era realmente presente.

Eseguito il test, abbiamo fatto alcune domande, a computer spento, alle "cavie" sulle impressioni del sito.

Si è cercato di porre le domande finali senza far trasparire le nostre impressioni sul sito, per non fuorviare il loro pensiero.

c) RISULTATI DEI TEST

Test n°1

Nome: Alessandro

Esperienza: media

1.1) Trovare il sito dell'EI partendo da www.google.it

Tempo: 20"

Digita "esercito italiano", attende la risposta e clicca sul primo link.

1.2) 2' di navigazione libera per prendere confidenza con il sito

Alessandro non si muove molto nel sito, piuttosto cerca di capire bene gli argomenti di ogni sezione. Per farlo usa il menù globale leggendo le sottosezioni di ogni argomento. Apre qualche pagina e gli dà una rapida lettura.

1.3) Trovare l'elenco dei concorsi per le donne che vogliono entrare nell'EI.

Tempo: 58"

Dal menù globale va nella sezione concorsi, un'occhiata al menù locale per trovare il link esatto.

1.4) Trovare l'indirizzo del distretto militare di Milano.

Tempo: 2' 27"

Qui Alessandro fa più fatica, usando sempre il menù globale apre la sottosezione secondo lui più indicata (Organizzazione -> Infrastrutture); non trovando ciò che cerca prova a tornare indietro usando il breadcrumb, ma anche questo non porta a nessun risultato. Passa qualche secondo di smarrimento e di click più o meno casuali. La linea che usa gli fa perdere qualche secondo all'apertura di ogni pagina, decide così di non aprirne più in maniera "casuale" ma di usare il motore di ricerca. Digita "indirizzo distretti militari", apre il settimo link ed è quello giusto.

1.5) Trovare le notizie del mese di Luglio.

Tempo: 60"

Senza troppi problemi trova il link lampeggiante news sul footer. Dopo una rapida scorta dal menù locale trova il link alle news e successivamente "news del mese passato".

Alessandro non ha avuto grossi problemi, considerando che la sua linea ha allungato leggermente i tempi. Nonostante ciò dichiara di aver fatto un po' di fatica ad abituarsi ai menù del sito e di trovare veramente utile solo il menù globale. Trova infatti un po' confusionaria la presenza di molti link/menù. Nelle poche pagine che ha visitato durante il test ha notato un gran numero di informazioni, ma crede che siano troppo discorsive per un sito internet e vorrebbe qualcosa di più schematico che gli permetta di trovare più rapidamente ciò che desidera. Per curiosità gli chiediamo di compilare la pagina "Contatti": dopo una rapida visione delle richieste obbligatorie ci chiede se deve farlo per forza. Aggiunge che non è disposto a lasciare tutte queste informazioni all'esercito né per i commenti né per informazioni anche se importanti. Usa tutti i menù e anche i breadcrumb, nota anche il menù "I-HP-A" ma, non considerandolo utile, non lo utilizza. Alla fine non ricorda il nome del sito, ma crede che possa essere www.esercitoitaliano.it.

Test N° 2

Nome: Matteo

Esperienza: molto alta

2.1) Trovare il sito dell'EI partendo da www.google.it

Tempo: 9"

Digita "esercito italiano" attende la risposta e clicca sul primo link.

2.2) 2' di navigazione libera per prendere confidenza con il sito

Matteo gira "freneticamente" più pagine a partire dalla mappa, si sposta sulle news ma non vi è nulla che lo interessi. Cerca di cliccare sul logo dell'EI per tornare all'home page ma non funziona, nota allora il menù di fianco e torna all'home page. Clicca su "Concorsi", si apre la pagina ma cambia idea e da uno sguardo svogliato alle FAQ.

2.3) Trovare l'elenco dei concorsi per le donne che vogliono entrare nell'EI.

Tempo: 16"

Trova il link giusto direttamente dal menù globale.

2.4) Trovare l'indirizzo del distretto militare di Milano.

Tempo: 44"

Matteo mantiene un ritmo frenetico, ben supportato dalla sua connessione a banda larga. All'inizio viene attratto dalla scritta "Contatti", confonde il significato e apre la pagina. Capisce immediatamente di non aver aperto la sezione giusta e si affida al menù globale. Seleziona Concorsi->Servizio di leva. In pochi istanti da un link a fondo pagina ottiene l'informazione desiderata.

2.5) Trovare le notizie del mese di Luglio.

Tempo: 55"

Il link "news" l'aveva già trovato in precedenza, trova quindi subito la sezione giusta. Poi fatica a trovare il link "news del mese passato" scritto in nero su un'immagine prevalentemente grigia (e se ne lamenta) e trova l'informazione richiesta.



Matteo è stato un lampo. Si è concesso una piccola pausa solo nel finale.

Non ha avuto nessun problema, ha usato tutti i menù presenti senza problemi dimostrando un'ampia esperienza e una buona dose di adattamento.

Non ha obiezioni da fare sul sito, ma lo trova poco attraente, probabilmente non ci tornerebbe. Anche a lui chiediamo di compilare la pagina dei "Contatti" ma si rifiuta, non è assolutamente disposto a lasciare così tante informazioni.

Ricorda perfettamente l'url esatto.

Test n°3

Nome: Omar

Esperienza: alta

3.1) Trovare il sito dell'EI partendo da www.google.it

Tempo: 7"

Digita "esercito italiano", attende la risposta e clicca sul primo link.

3.2) 2' di navigazione libera per prendere confidenza con il sito

Omar clicca subito "Equipaggiamenti" dal menù dell'home page. Legge distrattamente più righe, poi usando il menù globale va nella sezione armi e guarda qualche immagine di fucili.

3.3) Trovare l'elenco dei concorsi per le donne che vogliono entrare nell'EI.

Tempo: 14"

Torna alla home page e clicca su "Concorsi". Trova subito il link esatto.

3.4) Trovare l'indirizzo del distretto militare di Milano.

Tempo: 1' 34"

Omar prova ad aprire la pagina contatti, ma si accorge che non è la scelta esatta. Decide di consultare la mappa del sito. Dopo un'attenta lettura e qualche protesta per la lunghezza trova il link corretto.

3.5) Trovare le notizie del mese di Luglio.

Tempo: 5'09"

Torna alla home page ma non vede il link lampeggiante "News". Clicca su rivista ma, non trovando ciò che cerca, rimane perplesso. Osserva la pagina nella speranza di trovare un link all'interno del testo che lo conduca alla sezione "News". Leggermente spazientito torna alla Home page, ma completamente disorientato ritorna su rivista. Sta per arrendersi ma (finalmente) nota il tasto lampeggiante "news" e lo clicca quasi esultando. Ma per lui il lavoro non è ancora finito. Non trova le news di Luglio e non riesce a capire quale sia il link esatto. Scatta il panico, iniziano click casuali, tasto "Avanti" del menù "I-HP-A" che però non ha effetti, non avendo effettuato nessun "Indietro".

Sconfortato afferma che le news del mese scorso non esistono. Lo sollecitiamo a continuare. Continua a spostarsi dalla pagina delle news di Agosto a quella generale. Alla fine vede il link, lamentandosi per la poca visibilità della scritta, e finisce il suo test.

Omar era andato bene fino all'ultima prova. Il fatto che abbia appena finito una così snervante ricerca lo porta a commentare in maniera negativa il sito.

Ha parecchie rimostranze: le scritte di destra del footer sono troppo piccole rispetto a quelle di sinistra, la mappa è troppo estesa, i menù poco chiari.



Ammette, però, che non vedere il tasto "News" rosso e lampeggiante sia stata una sua distrazione e non colpa della scarsa visibilità.



Si lamenta anche della pagina contatti; in caso di necessità immetterebbe dati falsi. Si ricorda l'url del sito.

Test n°4

Nome: Riccardo

Esperienza: medio/bassa

4.1) Trovare il sito dell'EI partendo da www.google.it

Tempo: 4"

Digita "esercito italiano" preme il tasto "Mi sente fortunato" e trova immediatamente il sito.

4.2) 2' di navigazione libera per prendere confidenza con il sito

Riccardo prende subito confidenza con il menù globale e usa principalmente quello. Visita la pagina "Equipaggiamenti". Rapida lettura dei titoli delle "News". Successivamente preme "Gioca", ma gli facciamo notare che non ha molto tempo per giocare. Decide così di aprire Concorsi->Servizio di leva. Apre la pagina degli indirizzi del distretto militare anticipando così la domanda n° 4.

4.3) Trovare l'elenco dei concorsi per le donne che vogliono entrare nell'EI.

Tempo: 46"

Senza cambiare pagina guarda nel menù globale trovando il link "Reclutamento femminile". Dopo qualche istante nota il link "Tutti i concorsi al femminile per l'esercito" ed è fatta.

4.4) Trovare l'indirizzo del distretto militare di Milano.

Tempo: 19"

Dopo averlo recitato a memoria si appresta a ripetere l'operazione compiuta precedentemente.

4.5) Trovare le notizie del mese di Luglio.

Tempo: 4'03"

Riccardo non sembra un utente poco più che principiante, trova subito il tasto news, una rapida scorsa e trova le news di Agosto. Non nota il link alle news del mese precedente e trascorre qualche secondo in cui medita sull'azione successiva. Decide di usare il motore di ricerca, inserisce le parole "news Luglio". E' il secondo link, lo apre e conclude.

Ha avuto difficoltà a comprendere che il menù laterale fosse un menù, ma si è trovato bene con il menù globale. Pur non avendo avuto problemi con il motore di ricerca dichiara di averlo trovato poco chiaro.

Non ricorda la presenza né del menù "I-HP-A" né dei breadcrumb, per questo non li ha utilizzati.

Non scriverebbe tramite la pagina "Contatti", per informazioni preferisce chiamare o recarsi al Distretto Militare di Milano.

Non si ricorda l'url del sito, non ha una vaga idea di quale possa essere.

Test n° 5

Nome: Diletta

Esperienza: medio/alta

5.1) Trovare il sito dell'EI partendo da www.google.it

Tempo: 14"

Digita "esercito italiano", attende i risultati, controlla il primo link e trova l'url.

5.2) 2' di navigazione libera per prendere confidenza con il sito

Diletta è una classica navigatrice del Web. Si sposta rapidamente da una pagina all'altra dando rapide occhiate al testo per cercare qualcosa che la incuriosisca, se non vede nulla preme immediatamente un altro link. Per una distrazione gode di mezzo minuto in più degli altri e riesce, grazie anche alla sua rapidità, a visitare molte pagine: equipaggiamenti, armi, storia, gradi dell'esercito (ne legge un po' poi si stanca), concorsi per donne, attività oltremare. Si nota una sensazione di smarrimento per l'alto numero di informazioni presenti sul sito, ma la reazione è da persona abituata a dover cercare l'ago nel pagliaio delle informazioni del Web.

5.3) Trovare l'elenco dei concorsi per le donne che vogliono entrare nell'EI.

Tempo: 26"

Aveva già visitato una sezione inerente l'argomento e ci torna (Concorsi->Reclutamento femminile). Qualche secondo per trovare il link esatto.

5.4) Trovare l'indirizzo del distretto militare di Milano.

Tempo: 1'21"

Guarda prima la sezione "Attività", capisce l'errore e immediatamente sposta l'attenzione su "Contatti". Nulla. Guarda la sezione "Chi siamo", si muove all'interno di essa tramite il menù globale, avendo la sensazione che l'informazione desiderata sia lì. S'innervosisce un po' per non averla ancora trovata, poi, quasi casualmente, trova la pagina esatta. Sospiro di sollievo.

5.5) Trovare le notizie del mese di Luglio.

Tempo: 48"

Preme il tasto Home page, breve attesa prima della risposta. Diletta non è disposta ad attendere, così preme di nuovo il tasto. Nel frattempo la pagina era stata caricata perciò, il suo nuovo click va a finire sul link "Intro". Cerca il tasto "skip intro" (non esiste e ciò la fa innervosire). Tasto indietro e finalmente Home page. Subito clicca "News", nota senza problemi i link giusti e termina il test.

Grosse difficoltà non ne ha avute, ma le rimane comunque una sensazione di confusione. Non è soddisfatta del menù globale a tendina -ma, a suo dire, rimane molto utile- che va a sovrapporsi al contenuto informativo delle pagine. Il menù locale le risulta inutile perché già presente in quello globale. Rimane comunque colpita dal gran numero di informazioni e, tuttosommato, il sito è stato di suo gradimento.

Diletta ha usato di rado il menù locale. Non ha notato la presenza di breadcrumb e non è rimasta soddisfatta del menù "I-HP-A". Il footer è stato quasi ignorato. Compilerebbe la form della pagina "Contatti" in caso di necessità, si fida dell'esercito e non ha problemi a dargli il suo indirizzo. Di sicuro non lo farebbe con il solo scopo di lasciare un commento sul sito o sull'esercito.

Ricorda l'url esatto del sito.

Test n°6

Nome: Alessia

Esperienza: bassa

6.1) Trovare il sito dell'EI partendo da www.google.it

Tempo: 60"

Per errore la facciamo partire da una pagina bianca. Digita "www.esercitoitaliano.it" ma l'url è inesistente. Apre google e digita "esercito". E' il primo link, un click ed è fatta.

6.2) 2' di navigazione libera per prendere confidenza con il sito

Alessia non si muove molto, tra l'altro la linea non gli permette di caricare molte pagine in due minuti. Guarda "Concorsi" soffermandosi sui volontari in ferma annuale e sul bando.

6.3) Trovare l'elenco dei concorsi per le donne che vogliono entrare nell'EI.

Tempo: 45"

Partendo dalla pagina aperta ricorda un link inerente in una delle pagine appena visitate. Tasto "Indietro" del browser, rapida lettura. Nuovamente "Indietro", nuova lettura. La pagina è quella giusta e preme il link esatto.

6.4) Trovare l'indirizzo del distretto militare di Milano.

Tempo: 4'

Alessia prova a trovare l'indirizzo con la navigazione libera. Dal menù globale apre Infrastrutture->Logistica e inizia a leggere tutti i link del menù locale. Niente. Prova con "Organizzazione", dove effettivamente si può trovare il link, ma non se ne avvede. Opta per il motore di ricerca.

Inserisce le parole "distretto Milano". Legge attentamente i vari sommari delle ricerche. Arrivata al nono capisce che è quello giusto. E' fatta.

9 . Esercito Italiano: Indirizzi dei Distretti Militari

Sommario: REGIONE. DISTRETTO. telefono. fax. c.a.p.. indirizzo. e-mail. giurisdizione territoriale (Province).
LOMBARDIA. MILANO. 02-4690361 02-4694405. 02-48196251. 20145. Via Mascheroni, 26.
distrmilmil@virgilio.it. Milano,Bergamo,Mantova, Como,Sondrio,Pavia,Lodi, Lecco,Varese. Como. 031-261353.
031-260398. 22100.

<http://www.esercito.difesa.it/root/vario/distretti.asp> - size 35.426 bytes - 22/07/2004 8.56.55
GMT

6.5) Trovare le notizie del mese di Luglio.

Tempo: 2'

Cerca prima nella sezione storia, credendola la storia del sito. Capisce l'errore, vede il tasto "News" e lo preme. Trova le news del mese di Agosto, arriva fino a fondo pagina prima di capire che le news di Luglio non sono presenti. Torna all'inizio della pagina e clicca sul link corretto.

Alessia dimostra di essere un utente riflessivo, prima di premere un tasto pensa per qualche secondo a cose dovrebbe trovare nella pagina successiva. Per questo motivo e per la banda stretta del collegamento telefonico, i tempi sono leggermente alti. Non ha notato i breadcrumb e il menù "I-HP-A". Usa bene il menù globale, ma anche quello locale. Non ha rimostranze da fare, anzi trova il sito ricco di informazioni e facile da usare. Effettivamente ha riscontrato qualche problema solo nel trovare l'indirizzo del Distretto Militare di Milano. Compilerebbe la form di "Contatti" con il suo indirizzo solo in caso di necessità, non per un messaggio.

Ricorda l'url del sito, ma in maniera non corretta: www.esercitodifesa.it .

Test n° 7

Nome: Giacomo

Esperienza: medio/bassa

7.1) Trovare il sito dell'EI partendo da www.google.it

Tempo: 8"

Come tutti gli altri scrive "esercito italiano" e clicca sul primo link.

7.2) 2' di navigazione libera per prendere confidenza con il sito

Giacomo ha la tendenza a cliccare ovunque sia possibile e anche dove non esistono link. Guarda la sezione "Equipaggiamenti", in seguito guarda "Attività" ma non sembra molto interessato. Successivamente si concentra sulla sezione "Sport", raggiunta dal footer, e visita alcune pagine.

7.3) Trovare l'elenco dei concorsi per le donne che vogliono entrare nell'EI.

Tempo: 39"

Inizia cliccando su "Concorsi", dà una rapida lettura alla pagina e trova il link esatto. Senza sbavature.

7.4) Trovare l'indirizzo del distretto militare di Milano.

Tempo: 1'02"

Anche se ha visto il sito per la prima volta pochi minuti fa, ha la sensazione che farà fatica a scoprire il percorso corretto. Si affida al motore di ricerca scrive distretto militare e clicca sul primo link, senza neanche leggere il sommario. E' quello sbagliato. Tasto indietro e rilegge brevemente tutti i sommari delle pagine. Anche per lui il link esatto è in nona posizione. Trovato.

7.5) Trovare le notizie del mese di Luglio.

Tempo: 53"

Senza troppi problemi trova il percorso partendo dal footer e cliccando un paio di volte sul menù locale. Anche lui fatica un po' a notare la scritta nera su fondo grigio.

Giacomo dà la sensazione di trovarsi a suo agio navigando all'interno del sito, in molti hanno avuto più problemi di lui. Non ha problemi ad usare i menù, l'unico che trasalascia è il menù "I-HP-A", o ad abituarsi alla struttura del sito. Sostiene che le pagine sono un po' confuse e a volte un po' lunghe, ma non ha particolari rimostranze.

Non ricorda l'url, suppone sia www.esercitoitaliano.it.

Test n° 8

Nome: Gaia

Esperienza: medio/alto

8.1) Trovare il sito dell'EI partendo da www.google.it

Tempo: 11"

Come tutti gli altri.

8.2) 2' di navigazione libera per prendere confidenza con il sito

Gaia usa principalmente il menù globale; guarda la sezione Concorsi-> Come diventare Sergente. Poi passa allo sport, ma non vi è nulla che la interessi. Guarda la versione inglese ma cambia subito idea e preme "FAQ". Tasto indietro, sezione "Storia",

un'occhiata svogliata al testo per passare a "Missioni". Nulla che l'attiri nemmeno qui. Clicca su home page dal menù "I-HP-A". Apre "Equipaggiamenti", passano pochi istanti e scade il tempo.

8.3) Trovare l'elenco dei concorsi per le donne che vogliono entrare nell'EI.

Tempo: 16"

Torna all'home page. Concorsi. Reclutamento femminile. Trova il link esatto.

8.4) Trovare l'indirizzo del distretto militare di Milano.

Tempo: 5'20"

Torna all'home page e apre il motore di ricerca. Apre il primo link che potrebbe sembrare quello che sta cercando e si ferma. Le facciamo notare che non è la pagina esatta. Torna indietro e apre il secondo link, anche stavolta la pagina è errata. Tasto indietro. Guarda gran parte del menù globale e dei suoi sottomenù, passa sul link esatto della sezione "Chi siamo" ma non se ne avvede. Mossa disperata: apre il "cerca" di IE. Ma non le è di aiuto. Inizia a disperarsi ed è tentata di arrendersi. Ci ripensa, apre "Infrastrutture": nulla. Organizzazione: nulla. Passa sul link esatto (sezione Organizzazione) senza avvedersene. Dopo 5' sta per abbandonare. Con un piccolo suggerimento raggiunge la meta tanto agognata.

8.5) Trovare le notizie del mese di Luglio.

Tempo: 3'47"

Clicca subito il link esatto sul footer. Guarda tutta la pagina ma non trova ciò che desidera. Solo dopo un po' nota il link sul menù globale. Anche qui guarda tutta la pagina ma non trova ciò che vuole. E' molto nervosa, ha già navigato a vuoto per molto nella fase precedente e desidererebbe finire al più presto. Clicca su "Avanti" dal menù "I-HP-A", non capendone il vero significato. Rimane perplessa dal fatto che il tasto non abbia caricato nessuna nuova pagina. Preme su "Indietro", quindi torna alla sezione precedente. Solo dopo qualche decina di secondi nota il link "Le news del mese passato". E' fatta.

Gaia impiega molto tempo, segno che non si è abituata alla struttura del sito. Usa molto il menù globale, anche se a lei non piacciono granché i menù a tendina. Ha notato i breadcrumb, ma non li ha ritenuti utili né cliccati. Si lamenta del nome di alcuni link, a dir suo, fuorvianti ma non ne cita alcuno. Si lamenta anche della scritta nera su fondo grigio. Non ha commenti da fare sul sito, probabilmente è troppo irritata. Ricorda l'url del sito come: www.esercito-difesa.it .