



Quasar Institute for Advanced Design

**Corso di
Interaction Design**

Tesi di diploma Accademico di 1° livello

H.SERVD_P.A.

A cura di
Enrico Petrocco

Relatore
Alessio Cimorelli

A.A. 2018/2019

INDICE 3

ABSTRACT 5

INTRODUZIONE 8

FASE 1 - Reseach 11

- 1.1 Service Design 11
- 1.2 Customer eXperience e Customer Satisfaction 15
- 1.3 La User Journey 19
- 1.4 User eXperience e Usabilità 23
- 1.5 Il Design Thinking 27
- 1.6 Metodo S.C.A.M.P.E.R. 29
- 1.7 Empatizzare per capire 31
 - 1.7.1 SPID 31
 - 1.7.2 Il sito del Comune di Roma Capitale 32

FASE 2 - Ideate & Create 39

- 2.1 Una giornata amministrativa 39
- 2.2 S.C.A.M.P.E.R. applicato 43
- 2.3 L'importanza del prototipare 47
- 2.4 Il prototipo Hight-Fidelity 51
 - 2.4.1 L'architettura delle informazioni 51
 - 2.4.2 La barra di navigazione 52
 - 2.4.3 Le sezioni 55
 - 2.4.4 Le richieste online 57
 - 2.4.5 Ricerca per keyword 63
- 2.5 I servizi a confronto 63

FASE 3 - Future Scenario 67

CONCLUSIONI 69

BIBLIOGRAFICA E SITOGRAFICA 75

Al tempo del digitale, i cittadini di una nazione moderna si trovano sempre di più a usare strumenti tecnologici, molto spesso su web, per relazionarsi con la Pubblica Amministrazione. Questa realtà rende fondamentale la progettazione di soluzioni usabili, funzionali ed efficienti, pena la frustrazione degli utenti. Con questa tesi il mio scopo è quello di riprogettare uno dei processi con cui il cittadino romano ha a che fare quotidianamente, fornendo non solo una nuova interfaccia utente della piattaforma del Comune di Roma Capitale, usabile e più efficiente, ma anche ridisegnare i processi offline da cui dipende, perché vivendo in quest'epoca dove divisioni come umano e macchina o digitale e analogico non sono più giustificabili in maniera nitida.

Lo scopo del progetto è migliorare i servizi online al cittadino, fornendo una soluzione da designer. Non è soltanto un progetto di ricerca, ma una storia da raccontare, la storia di come ho investigato, ricercato e testato con mano una possibile soluzione, prendendo in considerazione meccanismi di service design, applicando tutte le mie conoscenze da Interaction Designer con lo scopo finale di porre al centro di tutto il sistema il cittadino, per poi ipotizzare una visione del futuro, una società digitale realmente human-centric.

'L'unico modo di fare un ottimo lavoro è amare quello che fai. Se non hai ancora trovato ciò che fa per te, continua a cercare, non fermarti, come capita per le faccende di cuore, saprai di averlo trovato non appena ce l'avrai davanti.

E come le grandi storie d'amore, diventerà sempre meglio col passare degli anni.

Quindi continua a cercare finché non lo troverai.

Non accontentarti.

Sii affamato. Sii folle.'

Steve Jobs

INTRODUZIONE

H.SERVD_P.A.

Alla base di questo studio vi è l'analisi critica di un sistema apparentemente moderno in tutte le sue sfaccettature antropologiche, psicologiche, introspettive all'interno di un contesto lavorativo pubblico. In particolar modo, voglio porre l'attenzione sul servizio online per il cittadino romano e la sua Pubblica Amministrazione di riferimento, il Comune di Roma Capitale, un quadro estremamente variegato che offre diversi spunti di riflessione e può essere considerato rappresentativo della situazione nazionale.

Le motivazioni che mi hanno spinto ad approfondire tale tema hanno una molteplice natura. L'interesse per la tecnologia e l'innovazione mi ha portato sempre a sperimentare prodotti o servizi che il più delle volte di mia poca necessità, ma solo per lo scopo di conoscere.

Ma il semplice fatto di non conoscere non significhi che non esista, capire e apprendere come funzionano determinati servizi come cittadino romano mi ha spinto a verificare che tali processi siano realmente sostenibili sotto il profilo introspettivo dell'utente e come UX Designer mi sono sentito quasi in dovere di capire come siano stati concepiti tali servizi.

Per questo scopo, ho voluto attivare l'accesso per un servizio pubblico, ed è stato in quel momento che ho potuto assodare che una moltitudine di servizi pubblici hanno delle notevoli problematiche di fruizione del servizio stesso.

L'obiettivo di questa tesi è appunto analizzare uno dei servizi più semplici offerti dal Comune di Roma Capitale attraverso la propria piattaforma [1] mettendone in evidenza le problematiche e ipotizzando una soluzione. Ho condotto un'indagine in prima persona, ossia impersonificando un comune cittadino romano che tenta di richiedere delle certificazioni attraverso la piattaforma del comune, ripercorrendo tutti i vari step per la creazione dell'identità digitale SPID, fino all'accesso al sito del comune che poi condurrà al sito delle richieste dei certificati online.

La tesi si articola in tre fasi: nella prima fase descrivo tutta la ricerca nel settore, effettuando tutte le operazioni richieste per arrivare al mio obiettivo, entrando in empatia con l'utente che cerca di approcciarsi con questa piattaforma e i suoi sistemi terzi e capire quale problematiche possono intercorrere.

La seconda fase vede convergere tutte le mie ricerche all'ideazione di un prototipo dell'interfaccia finale e di quello che ne consegue del servizio.

Nella fase tre descrivo lo scenario utopistico, per assurdo ma non distopico, in una società avanzata evoluta e aggiornata ai sistemi complessi, dove ogni utente ha il libero accesso ai suoi dati con due click (o tap o pinch) attraverso lo strumento consumer del suo tempo, pur consapevolmente sapendo che il progresso evolutivo porterà sempre più dati sulla nostra identità digitale, azzardando così di essere diventata una società evoluta, che non si è estinta a livello tecnologico ma, si è adattata all'evoluzione.

Grazie a questo lavoro è stato possibile analizzare importanti fattori legati a dei processi che necessitano fondamentalmente di essere aggiornati, delle piattaforme che potrebbero seguire degli standard rilasciati da organismi ufficiali come il Team per la Trasformazione Digitale [2] o l'AgID [3], capire, empatizzare come avvengono determinati processi nella pubblica amministrazione, risultati che saranno esposti dettagliatamente nelle conclusioni finali di questa tesi.

‘Everyday, we all use services that are broken - and this needs to change. Service Design is designing services that work.’ [4]

1.1 Service Design

Del Service Design o meglio della progettazione dei servizi si inizia a parlare nel 1982 in America nella rivista “European Journal of Marketing”, in un articolo intitolato “How to Design a Service” di G. Lynn Shostack [5]. All’epoca lo scopo dell’autrice era di aiutare i modelli di business americani per realizzare delle strategie per servizi innovativi e di comunicazione, si trattava di una paradigma che andava a braccetto con gli esperti di marketing, insistendo molto sull’aspetto metodologico. Solo molto più avanti nacque la figura professionale del Service Designer, il reale progettista di sistemi che pone al centro della sua disciplina un circolo molto importante di conoscenza-apprendimento, approccio che ha avuto un ruolo fondamentale per identificare in modo lampante tutti gli attori coinvolti nell’interazione di un prodotto o servizio.

Tra l’altro la vera sfida è quella di tradurre un concetto immateriale come quello del servizio e renderlo un qualcosa di tangibile e visibile quasi da poter toccare con mano. Il service designer ha un impatto sulla totalità del servizio: per gli addetti ai lavori, per l’utente che ne usufruisce, per chi lo ammira da fuori senza interagirvi. Il service designer sta portando le grandi organizzazioni a vedere e comprendere l’importanza strategica e permanente della progettazione dei servizi [6], perché sostanzialmente ne beneficiano tutti, spingendo l’azienda a fornire ottime “prestazioni” con corrispettivo di una grande Customer eXperience (CX) e portando l’utente stesso a trarne soddisfazione (Customer Satisfaction) effettuando interventi mirati di miglioramento.

La multidisciplinarietà del service designer gli permette di modellare i servizi sulla base dei comportamenti delle persone resi visibili grazie all’analisi delle circostanze, come in tutti gli ambiti del design dove è necessario conoscere e comprendere i contesti sociali e culturali dove si andrà a operare, capendo soprattutto quali sono i punti di contatto tra l’utente e il servizio stesso. Questi touchpoint hanno una dimensione tangibile e possono essere di vario tipo: artefatti comunicativi, oggetti, persone, luoghi, strumenti digitali, controlli vocali e così via.

Gli strumenti digitali che sempre più vengono associati a mezzi per veicolare i servizi entrano in un loop dominante tra processi digitali e processi analogici, il che ha portato a coniare questo nuovo termine, servitization, citando Roberta Tassi nel suo libro

#Service Designer “ovvero a una crescita esponenziale del ruolo dei servizi nella nostra vita, grazie alla possibilità di rendere oggetti portatori di servizi” [7], quasi a uno stato di evangelizzazione del prodotto (lo smartphone in questo caso).

Questo fenomeno ha fortemente influito sulle organizzazioni, imprese che hanno dovuto abbracciare nella totalità il cambiamento per restare competitivi sul mercato, portando le società già digitalizzate a un'accelerazione della produttività mentre le organizzazioni che dovevano ancora modificare la propria cultura e i processi interni hanno faticato maggiormente.

Tutto questo percorso di aggiornamento meglio noto come trasformazione digitale che ha visto collidere l'aggiornamento dei servizi e la riorganizzazione delle aziende offrendo nuove tecnologie ma anche un cambio di una mentalità di lunghe vedute e un diverso approccio al lavoro, migliorando l'awareness del proprio marchio sul mercato [8].

Innovare sofisticati sistemi attualmente in opera non è facile, ma da qualche anno a questa parte anche in Italia qualcosa si sta muovendo, tramite due team che operano nelle pubbliche amministrazioni con l'esplicita funzione di sostenere e spingere la trasformazione e lo sviluppo del paese e che stanno cercando di rinnovare i sistemi già in essere e di svilupparne di nuovi, grazie a questa governance centrale della strategia digitale basata sulle competenze tecniche di diversi esperti che combinano capacità di problem solving e gestione della complessità (uno dei paradigmi del service design [9]).

In Italia è una vera sfida, la Pubblica Amministrazione italiana impegna attualmente un budget considerevole per lo sviluppo economico del paese [10], ma che a detta di tutti o di chi ne usufruisce, è poco produttiva o non secondo le aspettative [11], tra i fattori più rilevanti ci sono:

- la scarsa innovazione tecnologica;
- metodi di lavori antiquati;
- inadeguate competenze dei funzionari;
- poca attenzione ai bisogno degli italiani.

Senza contare l'elevata frammentazione delle amministrazioni locali con livelli di autonomia operativa e finanziaria differenti tra loro, oltre a sovrapposizioni e conflitti di competenze.

In tutto questo caos i team digitali hanno stilato tre macro categorie dove poter sfornare soluzioni [12]:

- rinnovare metodologie di lavoro e competenze tecniche;
- sviluppare nuove e migliori piattaforme digitali aperte;
- produzione di standard su vari temi digitali.

Soluzioni che in primo luogo hanno portato allo sviluppo di sistemi come:

1. SPID, acronimo di Sistema Pubblico d'Identità Digitale uno strumento che permette di accedere a tutti i servizi della Pubblica Amministrazione con un'unica identità;
2. Carta d'Identità Digitale (CIE) un documento elettronico dotato di un microprocessore a radiofrequenza che ne permette l'utilizzo in svariati scenari, come l'accesso ai servizi online;
3. Developers Italia [13] un collettivo di sviluppatori dei servizi digitali pubblici italiani;
4. Designers Italia [14] che si pongono come punto di riferimento per la progettazione di servizi per la Pubblica Amministrazione;
5. il Progetto IO - Cittadinanza Digitale [15] con lo scopo di rendere più familiare tutti i servizi locali e regionali per attività quotidiane.

Sensibilizzando da un lato le PA, per adottare i loro sistemi, dall'altro lato puntare sulla partecipazione dei designer sulla trasformazione digitale, con l'unico scopo di realizzare servizi che siano attenti ai bisogni del cittadino, fornendo loro soluzioni efficaci e piacevoli.

Portare la cultura del design all'interno di organizzazioni, dove i servizi nascono e si evolvono giorno dopo giorno e si plasmano sulla base delle esigenze dell'utente, può realmente influenzare e trasformare le comunità, l'innovazione sociale non riguarda soltanto le iniziative intraprese dalle istituzioni pubbliche sul territorio quindi dal basso, ma vede coinvolgere anche gli enti governativi che guardano dall'alto.

‘Call it what you like: service design, design thinking, customer-centered innovation...It doesn’t matter what you call it. It matters that you do it.’ [16]

1.2 Customer eXperience & Customer Satisfaction

Tutto ciò che interessa un servizio prevede anche il lato introspettivo dell’utente finale, inizialmente la Customer eXperience (CX) e la Customer Satisfaction (CS) nascono nel campo della vendita al cliente e nelle logiche di marketing.

Aziende come Apple per esempio, hanno reso un marchio di fabbrica la loro attenzione e cura per il cliente, basti pensare come la casa si ricerca nella relazione con il cliente un’intimità, sia nelle conversazioni in loco negli Apple Store come in quelle online, rivolgendosi alla tua persona per nome facendoti sentire adulato, fidelizzando il proprio target tanto da renderlo un tipico sostenitore, è una delle logiche alla base del marketing aggressivo.

Mentre Amazon che nel campo degli e-commerce oltre a esserne il pioniere, ne è diventata una sicurezza, tutto questo si basa su una strategia di CX, l’esperienza per il cliente, cercare come i nostri addetti ai lavori devono comunicare con il cliente, mantenere alta la lealtà da parte del cliente nei nostri confronti.

Possiamo affermare con certezza che la CS è parte integrante della CX, o meglio ne sia diventata da quando si è cominciato a parlare di esperienza del cliente [17], così come nella User eXperience l’utente e il cliente finale sono al centro del sistema che noi progettiamo, interagiscono con esso e lasciano alcune riflessioni.

Attese, desideri, aspettative sono stati che un consumatore, utente, cliente ha nei confronti di un bene acquistato o di un servizio ancor prima di acquistarlo, aspettative che si fondano su elementi cognitivi, derivate da esperienza passata, informazioni esterne.

Sono tutti definiti in psicometria e nelle scienze in cui sono studiati come “costrutti concettuali” dei concetti logici, che non sono facili da misurare e variano da soggetto a soggetto [18].

La CS può definirsi come un atteggiamento di soddisfazione assunto da parte di una persona, un utente, un cliente derivante dall’utilizzo di un bene o dalla fruizione di un servizio o anche dall’attività di comunicazione di un produttore. Tale atteggiamento si

ripercuote nelle azioni future di tale persone per approcciarsi nuovamente a tale bene o servizio.

Nel Service Design, la cura e l'attenzione al beneficiario finale deve essere una priorità per far sì di realizzare prodotti o servizi efficienti, di qualità che i maggiori esperti attualmente la interpretano come la caratteristica o più che un prodotto deve avere, ma la definizione tradizionale è associata al presupposto che beni e servizi devono soddisfare le richieste di coloro che li utilizzano.

David Garvin nel 1984 elenca la sua concezione della qualità tramite otto componenti chiamate "Eight Dimensions of Quality" o "Le otto componenti della Qualità" applicate nell'ambito del prodotto [19].

1. Prestazione: si riferisce a caratteristiche operative quindi oggettive di un prodotto (es. una lampadina di 50 watt contro una lampadina di 100 watt).
2. Caratteristiche: in senso figurativo del prodotto, ma anche in ambito del servizio possiamo intenderlo come un extra (es. bevande gratis in un volo aereo).
3. Affidabilità: anche qui in senso tangibile del prodotto, la sua durabilità nel tempo.
4. Conformità: caratteristiche operative di un prodotto corrisponda agli standard prestabiliti.
5. Durata: anche qui in senso tangibile la durata che ha questo prodotto prima che abbia bisogno di una riparazione o scelga la concorrenza.
6. Facilità di Manutenzione: tempestività con cui vengono ripristinati i servizi o sostituiti dei prodotti difettosi.
7. Estetica: come un prodotto appare (soggettivo).
8. Qualità percepita: tramite valutazione diretta o indiretta (soggettivo).

Questi paradigmi hanno fortemente influenzato il settore dei prodotti e dei servizi, variando da caso a caso, ma potremmo utilizzare come lo status finale che Garvin descrive, adattarlo a qualsiasi bene o servizio, applicato infatti all'ambito dei servizi pubblici potremmo trovarci una o più componenti di importanza minore non nell'elenco, come l'Estetica un valore soggettivo più di importanza del prodotto, ma avere componenti come la Prestazione, le Caratteristiche, la Conformità, Durata e Facilità di Manutenzione, che nel caso delle richieste online per il cittadino caso studio di questa tesi, andare tutte di pari passo a braccetto in tutto il processo, dalla registrazione di SPID alla convalida di persona alle Poste Italiane, fino al raggiungimento della pagina del Comune di Roma Capitale per la richiesta delle certifiche online.

Per la PA aumentare la soddisfazione dei propri utenti è strettamente legato al of-

-frire un servizio qualitativamente superiore di quello visto fino adesso, potenziando quegli aspetti che un attenta analisi di CX e CS emersa dalla mia User Journey mostrerà come touchpoint critici, ciò si potrebbe tradurre in un incremento dell'utilizzo dei servizi online nonché nel miglioramento dell'immagine delle amministrazioni locali e della PA, favorendo così non soltanto una crescita finanziaria nel lungo periodo ma anche un impiego maggiore di tecnologie che nel futuro potrebbero migliorare ancora di più questi servizi.

‘How do people actually use our product?’ [20]

1.3 La User Journey

Nick Babich divulgatore nel mondo della UX dal 2016, apre l’articolo sulla User Journey Map chiedendosi “in che modo le persone effettivamente usano il nostro prodotto?”. A tal proposito possiamo avere in modo materiale un quadro completo di come le persone approcciano a qualsiasi cosa, gli esempi più semplici che troviamo sul Web, spaziano dal più semplice “Come fare un thè caldo” al più articolato “Come comprare un biglietto della metro a Parigi”, la User Journey ci aiuta a rappresentare il processo tramite un diagramma visuale che passo dopo passo descrive le azioni che gli utenti intraprendono entrando in contatto con un prodotto, un’esperienza offline, online o più combinazioni tra di loro. Nello specifico aiuta a rilevare delle criticità esistenti o non previste che bloccano o rallentano la fruizione, evidenziando anche i punti di soddisfazione (love point) o frustrazione (pain point) nell’esperienza stessa [21].

Raccontando in modo visuale la storia dei nostri utenti, è possibile mettere in evidenza le loro necessità, le loro domande, i loro sentimenti durante tutto il processo di interazione. Questo consente anche di generare nuove idee, andando a lavorare sui pain point dove l’utente ha riscontrato maggior insoddisfazione, focalizzando sempre qual è il nostro goal, il nostro obiettivo, qual è il problema che stiamo andando a risolvere, a tal proposito è importante inquadrare lo scenario e identificare per ogni user journey le quattro componenti fondamentali [22].

- Motivazione: qual è l’origine dell’utente di interagire con il mio prodotto o servizio?
- Canali: dove avviene l’interazione?
- Azioni: quali sono i comportamenti degli utenti e quali le loro azioni?
- Pain Point: in quali punti gli utenti hanno trovato delle difficoltà insormontabili?

Consideriamo sempre che si realizzano prodotti e servizi per le persone, capirne il loro stato d’animo per tutto il tempo che interagiscono è fondamentale, per questo nella fase di sketch della journey map inserire anche una sezione dedicata allo stato emotivo dell’utente, creando una empathy map o mappa empatica per capire cosa gli utenti provano.

Spesso viene sottovalutata la realizzazione di una journey map, avere una visione

1.3 La User Journey

di come un utente viene a contatto con il nostro prodotto o servizio, raccontando dalle aspettative alle emozioni, può spesso risolvere dei micro (o macro variando da caso a caso) problemi che in fase di progettazione sono stati trascurati.

1.4 User eXperience e Usabilità

User eXperience (UX) e Usabilità sono due concetti che viaggiano di pari passo ma non sono la stessa cosa: l'usabilità intesa per un prodotto è una parte cruciale che plasma la sua esperienza utente e quindi rientra sotto il cappello di UX [23]. Si potrebbe pensare che l'usabilità riguardi esclusivamente la "facilità d'uso" di un prodotto, in realtà comporta molto di più.

Prima di approfondire gli aspetti principali dell'usabilità, è fondamentale affrontare la sua importanza e soprattutto perché. L'usabilità è sinonimo di efficienza, di utilità, se gli utenti non riescono a raggiungere i loro obiettivi in modo funzionale, efficace per l'appunto, la loro esperienza non sarà soddisfacente, sarà molto probabile che cerchino una soluzione alternativa per raggiungere i loro obiettivi o scopi.

Per siti Web e App ai giorni d'oggi le soluzioni alternative sono abbondanti. In parole povere se il prodotto non è utilizzabile, di conseguenza la sua UX sarà negativa e gli utenti sceglieranno la concorrenza per i loro bisogni, che facendo un discorso meramente di business, significherebbe per un'azienda o organizzazione una perdita di profitto.

Detto questo, i progettisti che cercano di sviluppare prodotti con un'enorme longevità che puntano ad avere un bacino di utenza ampio, devono garantire che tali prodotti siano utilizzabili o rischiano di cedere il passo ai rivali.

L'usabilità è quindi definita di cinque componenti imprescindibili [24]:

- Imparabilità (Learnability): quanto è facile per gli utenti svolgere le attività di base la prima volta che incontrano il progetto?
- Efficienza (Efficiency): una volta che gli utenti hanno appreso il progetto, quanto velocemente possono eseguire le attività?
- Memorabilità (Memorability): quando gli utenti tornano al design dopo un periodo di non utilizzo, con che facilità possono ristabilire la competenza?
- Errori (Errors): quanti errori fanno gli utenti, quanto sono gravi questi errori e quanto facilmente possono recuperare dagli errori?
- Soddisfazione (Satisfaction): quanto è piacevole usare il design?

Questo forse può o no essere il caso della Pubblica Amministrazione o delle istituzioni locali, oggetto di questa tesi, però consideriamo la circostanza dei servizi pubblici offline e online completamente inusabili con una pessima UX che trasmette soltanto stress all'utente e ne conseguono soltanto opinioni negative, che attribuiscono alla figura degli enti pubblici come inefficienti.

Un altro concetto che determina un'ottima UX è l'accessibilità, che definisce la capacità da parte di tutti gli utenti di utilizzare prodotti o servizi, ma non la capacità in cui possono raggiungere i propri obiettivi (usabilità). I progettisti generalmente dovrebbero creare output che soddisfino le esigenze di tutti i potenziali utenti, prevedendo qualsiasi disabilità (es. utenti daltonici) o chiunque si trovi ad affrontare barriere situazionali (es. limiti hardware).

Il discorso è anche applicabile al servizio, bisogna comunque prevedere la situazione in cui un utente che interagisce con il nostro servizio in totale autonomia senza alcuna barriera situazionale. David Benyon autore di "Designing Interactive Systems" [25], offre cinque ragioni in cui un prodotto o un servizio diventa inaccessibile escludendo gli utenti.

- Fisico
- Concettuale
- Economico
- Culturale
- Sociale

Dove per Fisico può intendersi l'utilizzo della forza, Concettuale prevede delle istruzioni troppe complicate, Economico è troppo costoso, Culturale dove non vengono comprese significati letterali della lingua trascritta e Sociali se eventualmente è prevista attività in gruppo ma non sono previste convenzioni sociali per determinati gruppi.

Considerando il report mondiale sulla disabilità redatto nel 2011 dal WHO (World Health Organization) rivela che circa il 15% della popolazione mondiale ha una disabilità [26], questo comporta che in fase di progettazione bisogna comunque avere una visuale sulle possibili disabilità che i nostri utenti possano avere, da visuali a motorie per passare a disabilità dovute all'apprendimento.

Metodologicamente parlando L'Universal Design o Design for All, aiuta la fase progettuale moderna per un'esperienza senza barriere applicando sette principi base di cui tener conto [27].

1. Equità - uso equo: utilizzabile da chiunque.
2. Flessibilità - uso flessibile: si adatta a diverse abilità.
3. Semplicità - uso semplice ed intuitivo: l'uso è facile da capire.
4. Percettibilità - il trasmettere le effettive informazioni sensoriali.
5. Tolleranza all'errore - minimizzare i rischi o azioni non volute.
6. Contenimento dello sforzo fisico - utilizzo con minima fatica.
7. Misure e spazi sufficienti - rendere lo spazio idoneo per l'accesso e l'uso.

Massimizzare la facilità d'uso per gli utenti evita la creazione di situazioni difficili e stressanti per chiunque, quindi considerare l'accessibilità un concetto cardine della UX aiuta a progettare per tutti gli utenti.



Teo Yu Siang and Interaction Design Foundation ©

1.5 Il Design Thinking

Negli ultimi decenni, è diventato cruciale sviluppare e affinare le capacità che ci permettono di capire e agire sui rapidi cambiamenti nel nostro ambiente e comportamento. Il mondo è diventato sempre più interconnesso e complesso, e il pensiero progettuale offre un mezzo per affrontare questo cambiamento in un modo più human-centric.

Tale approccio regolamentato agli inizi degli anni 2000 presso l'università di Stanford [28] consentì ai team di progettazione l'utilizzo del pensiero progettuale per affrontare problemi non definiti o sconosciuti (anche noti come problemi malevoli) perché il processo affronta questi problemi mettendo al centro l'uomo e consente ai designers di concentrarsi su ciò che è più importante realmente per gli utenti.

Il Design Thinking ci offre un modo per pensare fuori dagli schemi e scavare un po' più in profondità nella soluzione dei problemi. Tramite questa metodologia che vede cinque fasi progettuali parte da una ricerca, poi sulla creazione di prototipi e sul test di prodotti e servizi per scoprire nuovi modi e metodi per soddisfare le esigenze degli utenti.

Il processo di progettazione è diventato sempre più popolare negli ultimi decenni perché è stato la chiave per il successo di molte organizzazioni globali di alto profilo: aziende come Google (inventando anche una sua metodologia chiamata Google Sprint Design [29]), Apple e Airbnb.

Il Design Thinking può essere la marcia in più per migliorare il mondo che ci circonda, utilizzando i primi passi del DT in combo con altre metodologie sono riuscito a comprendere meglio il settore in cui andavo a ricercare.

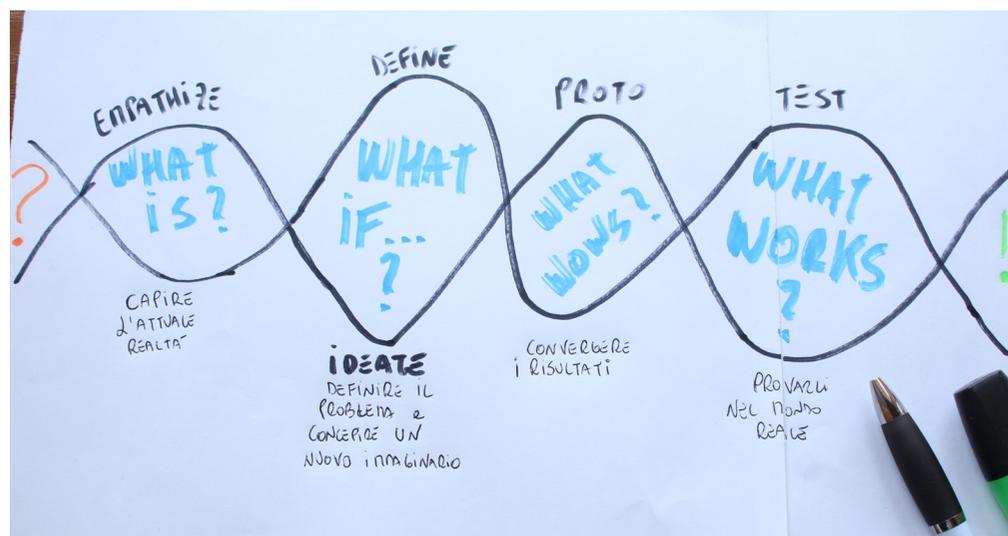
1.6 Metodo S.C.A.M.P.E.R.

Il metodo SCAMPER nasce come checklist elaborata negli anni '60 da Alex Osborn [30], il padre figurativo del brainstorming, solo successivamente negli anni '70 Bob Eberle coniò questo termine dall'acronimo dell'ordine della tecnica [31], evolutosi successivamente in una metodologia pragmatica supportando l'utilizzatore a generare nuove idee, aiutando a porre sette (o più per singola voce dell'elenco) diverse domande che aiuteranno a individuare punti critici del servizio o prodotto che si tenta di migliorare, attraverso svariati punti di vista.

Il termine S.C.A.M.P.E.R. è composto dalle iniziali di sette verbi:

1. Substitute (sostituire): cosa posso sostituire in modo da migliorare?
2. Combine (combinare): quali idee, materiali, caratteristiche, processi, persone, prodotti o componenti possono combinare?
3. Adapt (adattare): quali idee si possono adattare, copiare o prendere in prestito dai prodotti di altre persone?
4. Modify/Magnify (modificare/ingrandire): cosa posso modificare o ingrandire?
5. Put to other purposes (cambiare lo scopo): ci sono nuovi modi per usarlo nella sua forma o forma attuale?
6. Eliminate (eliminare): cosa posso rimuovere senza alterare la sua funzione?
7. Rearrange/Reverse (risistemare/invertire): cosa posso riorganizzare in qualche modo: posso scambiare componenti, pattern o layout?

Non c'è un reale flusso sequenziale nell'utilizzo di tale criterio, può a volte essere necessario porre il problema in un solo componente dello SCAMPER come per esempio immaginando il nostro servizio in un Reverse creando una situazione di "What If" (dal Design Thinking), essendo un metodo per il pensiero creativo per vedere il problema in diverse circostanze, ho scelto questa tecnica per via della sua semplice e veloce decisione nell'esplorare modi per risolvere la problematica che ho preso in analisi.



1.7 Empatizzare per capire

Ho cercato di fornire tutti gli ingredienti per far capire come la mia ricerca si sia svolta, empatizzare è stato il primo step del Design Thinking che ho applicato, capire come un cittadino interagisca con questi sistemi, volendo prendere in analisi la piattaforma del Comune di Roma Capitale e non avendo nulla per poter procedere ho seguito tutti i passi che un utente ordinario esegue, partendo dalla prima azione, la creazione dell'account di SPID (Sistema Pubblico d'identità digitale) il sistema di creazione dell'identità digitale nazionale.

1.7.1 SPID

La pagina informativa di SPID offre una vasta gamma di fornitori terzi chiamati Identity Provider (circa nove) le informazioni su ogni singolo provider risultano essere molto confusionarie, considerando che l'unica soluzione che fornisce un riconoscimento in forma del tutto gratuita è di Poste Italiane.

Per iniziare la procedura seleziono la versione di Aruba disponendo già di un account di tale servizio di hosting, rendendomi conto solo successivamente che proseguendo nella fase di registrazione i "flag" evidenziati nella finestra di registrazione di SPID siano tutti servizi a pagamento non compresi nel pacchetto utente base.

In seguito cerco di seguire l'unica scelta che dispone di un riconoscimento in forma del tutto gratuita, l'account di Poste Italiane con annesso SPID services L1.

Tutta la fase di registrazione dura all'incirca 42 minuti, avendo riscontrato problemi nella fase di attivazione del sistema OTP via sms e di quello telematico via email, in entrambi la problematica è stata dovuta dal server che non generava l'email o l'sms automatico con annesso codice di verifica, al terzo tentativo di registrazione riesco a ricevere i messaggi di conferma e a completare la registrazione del mio account PostelD più servizio SPID.

L'ultima parte di registrazione prevede la verifica in loco presso un ufficio postale (l'unica opzione gratuita), qui mi vede scontrare con il sistema di attesa delle Poste Italiane, il servizio SPID è sotto lo sportello della categoria dei "Pagamenti e Prelievi" il primo sportello con il più alto numero di richieste, che porta l'attesa in coda a circa

49 minuti, sebbene il procedimento di convalida e riconoscimento di persona richieda poco più 9 minuti.

Le ultime istruzioni dell'operatore a riconoscimento avvenuto, mi informano che l'account di SPID verrà attivato entro 10 giorni lavorativi, nonostante appena uscito dall'ufficio postale io riceva un messaggio con la conferma del completamento della pratica, dopo circa due settimane sono riuscito a completare il mio account SPID.

IDENTITY PROVIDER	LIVELLI DI SICUREZZA	AREA GEOGRAFICA	RICONOSCIMENTO DI PERSONA	RICONOSCIMENTO VIA WEBCAM	RICONOSCIMENTO CIE*, CNS	RICONOSCIMENTO FIRMA DIGITALE	Invio del codice OTP anche via sms
	1 2 3	IT EU	✓	A pagamento	✓	✓	SI
	1 2 3	IT EU	✓	A pagamento	✓	✓	SI
	1 2 3	IT EU	✓	A pagamento	✓	✓	No
	1 2 3	IT EU	✓	A pagamento - attivazione a breve	✓	✓	SI
	1 2 3	IT EU	✓		✓	✓	SI
	1 2 3	IT EU	In Ufficio Postale (gratis) A domicilio (a pagamento)		✓	✓	SI
	1 2 3	IT EU	✓	✓	✓	✓	SI

Fig. 1. Elenco degli Identity Providers

1.7.2 Il sito del Comune di Roma Capitale

L'accesso sul portale del Comune di Roma Capitale non porta via più di qualche minuto dopo aver superato i controlli richiesti da SPID e dal provider scelto, nel mio caso PosteID, l'ultimo ostacolo prima del mio obiettivo è la ricerca delle certifiche online, l'architettura delle informazioni del sito però si presenta in una quantità enorme di sezione, informazioni e sotto siti delle varie circoscrizioni.

Vediamo nel dettaglio ogni singola voce di menu.



Fig. 2. Voce di menu Amministrazione



Fig. 3. Voce di menu Dati aperti



Fig. 4. Voce di menu Attualità



Fig. 5. Voce di menu Partecipa



Fig. 1. Voce di menu Contatti

La terza voce di menu denominata “Servizi” presenta una pagina di primo livello con tutti i servizi che un cittadino può richiedere, qui in modo del tutto poco usabile presenta una barra di navigazione secondaria parallela alla primaria che crea confusione.

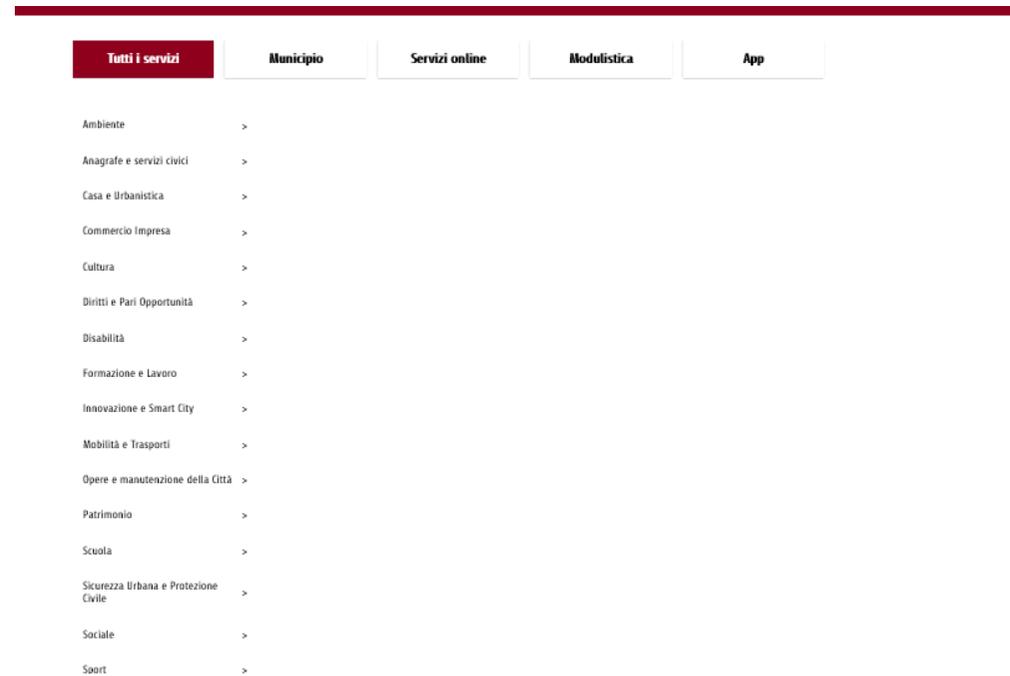


Fig. 2. Pagina di primo livello dei Servizi

In aggiunta al fatto che ricercando qualsiasi parola chiave attraverso l'apposito campo situato in alto a destra, l'esito porterà a un'infinità (immagine seguente) di risultati che guiderà sempre più in profondità senza la possibilità di raggiungimento dell'obiettivo sperato.

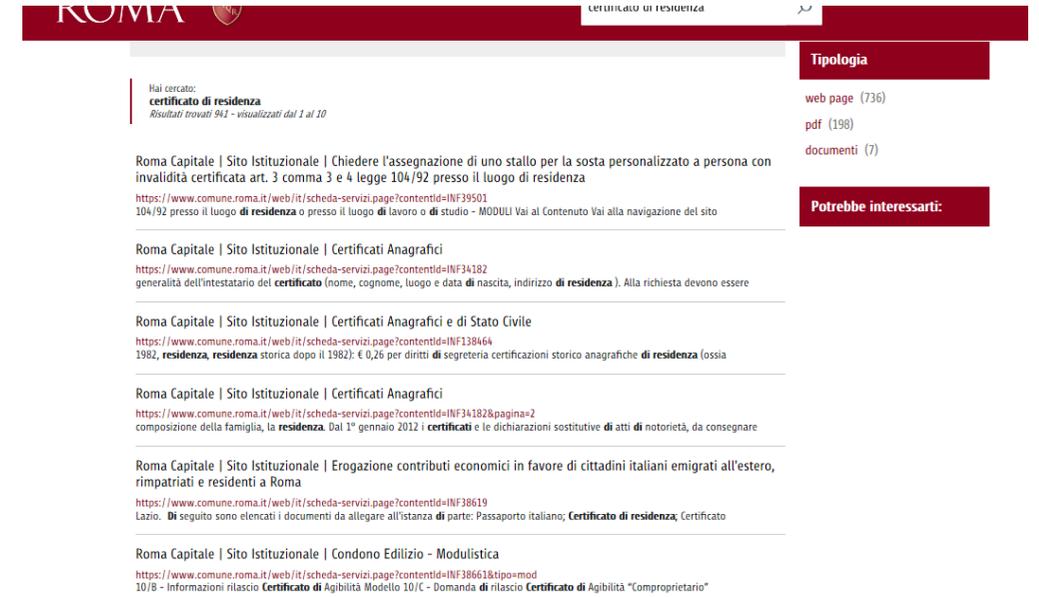


Fig. 3. Esito della ricerca

Supponendo quindi di sapere in ogni caso come raggiungere la possibilità di richiedere una certifica online, i passaggi sono comunque numerosi.

Inoltre l'interfaccia visualizzata delle richieste online appartiene al vecchio portale del Comune di Roma Capitale, ormai obsoleto e fuori standard.



Fig. 4. Piattaforma delle richieste online

Abbiamo inoltre diversi fattori da prendere in considerazione, il primo il fatto di non aver effettuato l'accesso al sito, il secondo qualora l'utente avesse già effettuato il login alla piattaforma, in aggiunta nel prosieguo della richiesta subentra anche la possibilità di richiedere le certifiche con o senza marca da bollo, ma andiamo in ordine.

Se è il primo accesso al sito possiamo delineare i passaggi nei seguenti punti:

1. Cerco il portale su un qualsiasi motore di ricerca;
2. Clic sulla voce di menu "Servizi";
3. Clic sulla seconda voce di menu "Servizi Online";
4. Clic su servizio desiderato "Anagrafe";
5. Clic su "Certificati Anagrafici e di Stato Civile Online";
6. Clic su "Accedi al Servizio";
7. Clic su "Accesso tramite SPID";
8. Entro con SPID;
 - 8.a Seleziono il mio provider;
9. Accedo a SPID del mio provider;
10. Acconsento alla condivisione dei miei dati;
11. Seleziono il membro della famiglia a cui desidero richiedere la certifica "Enrico Petrocco";
12. Scelgo il tipo di certificato;
13. Scelgo se "Semplice" o con marca da "Bollo";
14. Scelgo la motivazione dell'esenzione dal bollo;
15. Clic su avanti; (passaggio a vuoto?);
16. Redirect su pagina personale, click su stampa nel certificato appena generato (parte il download in formato pdf).

Qualora l'accesso fosse stato già effettuato:

- Cerco il portale su un qualsiasi motore di ricerca;
- Clic sulla voce di menu "Servizi";
- Clic sulla seconda voce di menu "Servizi Online";
- Clic su servizio desiderato "Anagrafe";
- Clic su "Certificati Anagrafici e di Stato Civile Online";
- Clic su "Accedi al Servizio";
- Seleziono il membro della famiglia a cui desidero richiedere la certifica "Enrico Petrocco";
- Scelgo il tipo di certificato;
- Scelgo se "Semplice" o con marca da "Bollo";
- Scelgo la motivazione dell'esenzione dal bollo;

- Scelgo la motivazione dell'esenzione dal bollo;
- Clic su avanti; (passaggio a vuoto?);
- redirect su pagina personale, clic su stampa nel certificato appena generato (parte il download in formato pdf).

Tra i 12 e 16 click per richiedere una certifica online senza marca da bollo, nel caso di una certifica con bollo i passaggi aumenterebbero di 7 in entrambi i casi dal punto 13 o 9 in base al caso sopra analizzato, una navigazione sempre più profonda, con il rischio di abbandono della richiesta con una moltitudine di passaggi da effettuare e un cambio repentino di UI.

In aggiunta osservando anche il fattore di diversi salti tra piattaforme, sito del Comune di Roma, sito per l'accesso a SPID, piattaforma su hosting terzi per il pagamento del bollo e per ultimo il sito alle richieste online che si trova sulla vecchia veste grafica del sito web, ho ritenuto tutta la fase di richiesta molto tediosa con dei click non necessari considerando inoltre quanto detto sull'usabilità e nello specifico sull'efficienza in questo caso di una piattaforma Web.

L'Empatia è stata cruciale in questa fase progettuale che ha visto l'uomo non proprio centrale al servizio come abbiamo analizzato precedentemente. Ha consentito di mettere da parte le mie ipotesi e di ottenere una visione reale dei bisogni dell'utente, vedere e "toccare" appunto l'attuale realtà delle cose. Empatizzare aiuta a capire, successivamente supporta a redigere nuove idee, a rientrare nella mentalità del progettista di servizi, facendo convergere i risultati ottenuti e stilare i primi modelli ottimizzati.



Fig. 1. I passaggi iniziali della User Journey

2.1 Una giornata amministrativa

Nella mia User Journey ho potuto toccare i touchpoint della prima parte della ricerca. In 15 riquadri ho rappresentato tutti gli step che ho dovuto eseguire, inserendo anche lo stato d'animo in quella esatta operazione e i pensieri che si sono manifestati in quel momento, ma vediamoli nel dettaglio.

- Ricerca del sito per la creazione dell'account PostelD.
- Il sito presenta una serie di identificazioni, ma in memoria del fatto che il sito di SPID specificasse che l'identificazione di persone era gratuita, seleziono questa opzione.
- Il form richiede una lunghissima serie di informazioni, cellulare, email etc.
- Il numero di cellulare e l'email vengono utilizzati anche per l'attivazione del sistema di sicurezza L1 OTP (one time password) che nel mio caso specifico però ha richiesto circa 40 minuti, per via dei server che non forniva il codice di autenticazione.
- Scansioni i documenti richiesti (codice fiscale e carta d'identità), noto solo successivamente che questa operazione era possibile farla anche successivamente in loco presso un ufficio postale.

- Allego i documenti nel formato richiesto dal sistema.
- Avviene un redirect a una landing page che informa che la pratica è stata presa in carico e ho a disposizione 30 giorni per recarmi a un ufficio postale per completarla.
- Dopo tre giorni ho la possibilità di recarmi all'ufficio postale.
- Qui resto un secondo interdetto perché non capisco la UI dell'erogatore di ticket degli sportelli, ha innumerevoli informazioni e non ricordo in quell'esatto momento quale fosse il mio sportello dedicato.

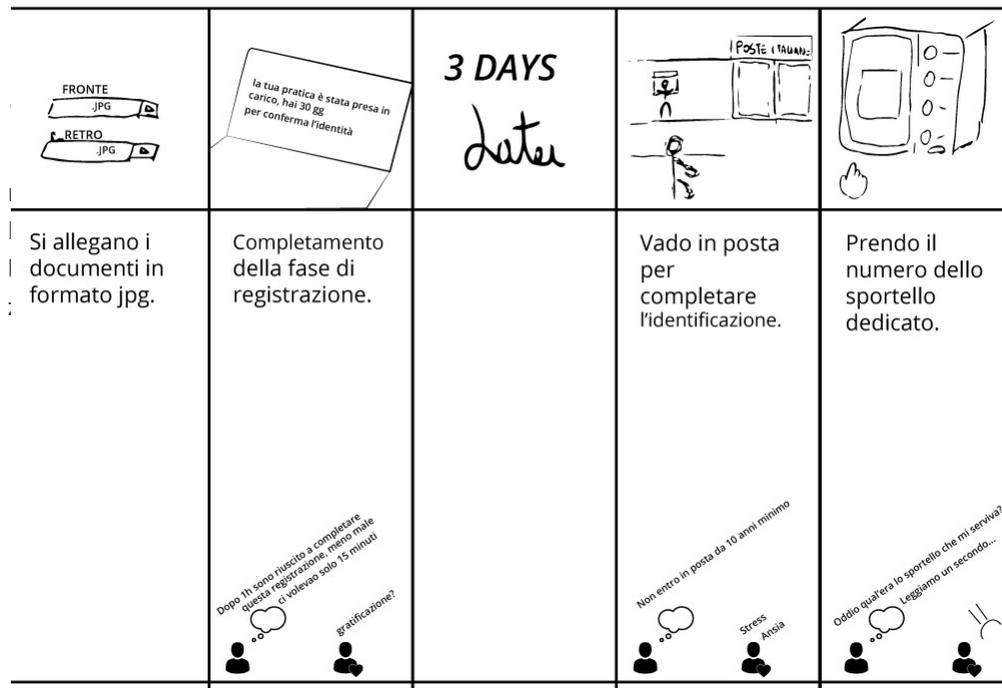


Fig. 1. I passaggi intermedi della User Journey

- Attendo il mio turno, considerando l'orario pomeridiano tardi la fila non scorre velocemente e attendo circa 36 minuti prima del mio turno.
- Richiedo all'operatore la verifica della mia persona per attivare l'account di SPID.
- Mi viene richiesto il numero di pratica insieme ai documenti d'identità fisici che allegai in fase di registrazione.
- Completo la pratica in circa 5 minuti, mi viene detto che ci vorranno circa 10 giorni per la conclusione della pratica.
- Esco dall'ufficio postale e ricevo un sms informandomi che la pratica è conclusa e posso iniziare a utilizzare il mio account SPID.

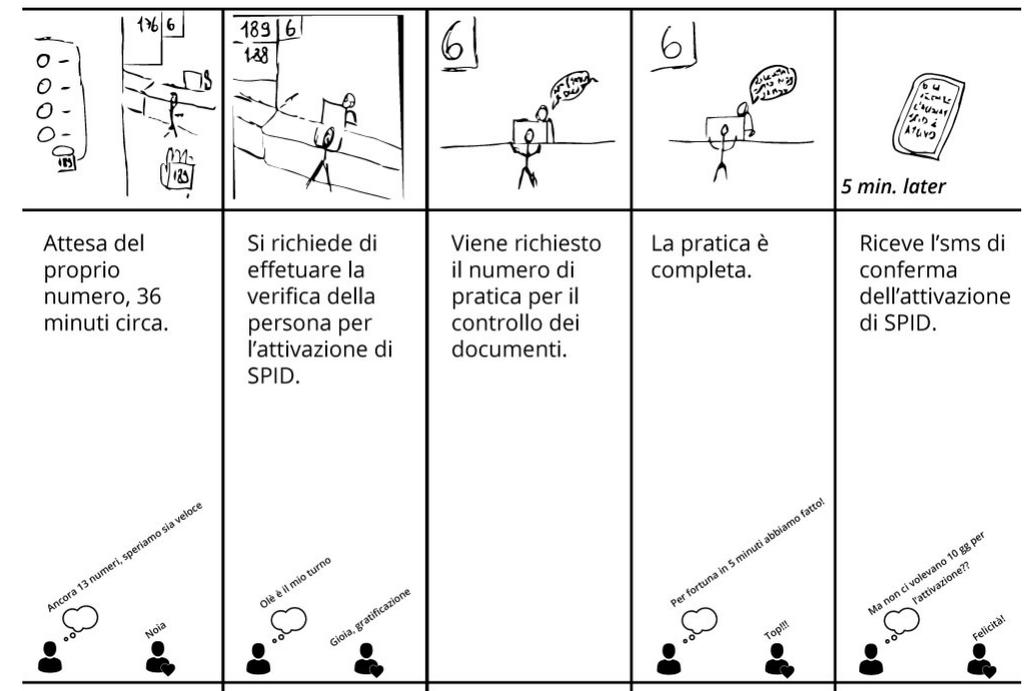


Fig. 2. I passaggi finali della User Journey

Concluso questo passaggio ho potuto poi effettuare le richieste di certificati online presso il sito web del Comune di Roma Capitale che ormai avendo la piena conoscenza della piattaforma dopo la mia approfondita ricerca, non impiego più di 15 minuti per arrivare al mio obiettivo.

2.2 S.C.A.M.P.E.R. applicato

In questo template realizzato su carta del metodo S.C.A.M.P.E.R. ho ipotizzato come in quattro delle componenti della logica, Sostituire, Combinare, Modificare ed Eliminare nel processo che abbiamo analizzato nella User Journey, avere un quadro completo e visivo mi ha aiutato ad arrivare a una conclusione definitiva, in questa parte di progettazione la convergenza delle idee arriverà al culmine.

Ma entriamo nel dettaglio: in Sostituire, ho immagino la realizzazione di un unico sistema di autenticazione SPID a gradi di separazione in abbonamento (con altri vantaggi unici per provider), dove la versione free è dettata dal provider Poste Italiane (come l'attuale servizio "imposta"), i pacchetti successivi a prezzo aumentato di 5€ è determinato dal fatto che SPID attualmente per l'autenticazione con dispositivi fisici (CNS) siano erogati dal gestore (provider oppure l'utente lo acquisti in modo autonomo), nel mio caso è compreso nel pacchetto che l'utente sceglie in comodato d'uso senza spesa alcuna, in caso di rinuncia dell'abbonamento con conseguenza chiusura dell'identità digitale il dispositivo dovrà essere restituito al provider di appartenenza. Questo però non vieta a Poste Italiane o altri provider di fornire servizi di sicurezza free o di livello più alto.

In Combinare, analizzando tutto il processo che mi ha visto richiedere le certificazioni online, unire in un'unica piattaforma il sito attuale del Comune di Roma Capitale e la parte delle richieste online, migliorando l'architettura delle informazioni dell'intera struttura del sito, senza richiedere un grande sforzo cognitivo da parte dell'utente.

In Modificare, scenario del tutto utopistico per il momento, che vede unificare le piattaforme delle Pubbliche Amministrazioni Italiane sotto un unico cappello nazionale, in modo da ridurre i costi su vasta scala, centralizzando le richieste.

Con Eliminare anche qui ho ipotizzato per assurdo eliminando SPID del tutto dall'immaginario collettivo, scegliendo di autenticare l'utente tramite i sistemi che ritiene migliori, preferisce o dispone.

Nei due componenti rimanenti del metodo che non ho disegnato (Adattare non è rientrato nel mio flusso di ideazione), la motivazione deriva dal fatto che nel mio obiet-

-tivo finale convogliarono in un unico quadro complessivo, supponendo che nel caso di applicare Sostituire e Combinare attivando l'autenticazione di persona in loco a un ufficio postale, l'ente Poste Italiane dedicherà uno sportello dedicato a SPID con fasce d'orario (es. dalle 16-18 di tutti i lun-merc-ven) in modo tale che l'utente possa prenotare direttamente un appuntamento tramite il sito (e non un ticket per la coda), quindi ponendo a un altro scopo il personale poste e riarrangiare gli uffici postali.

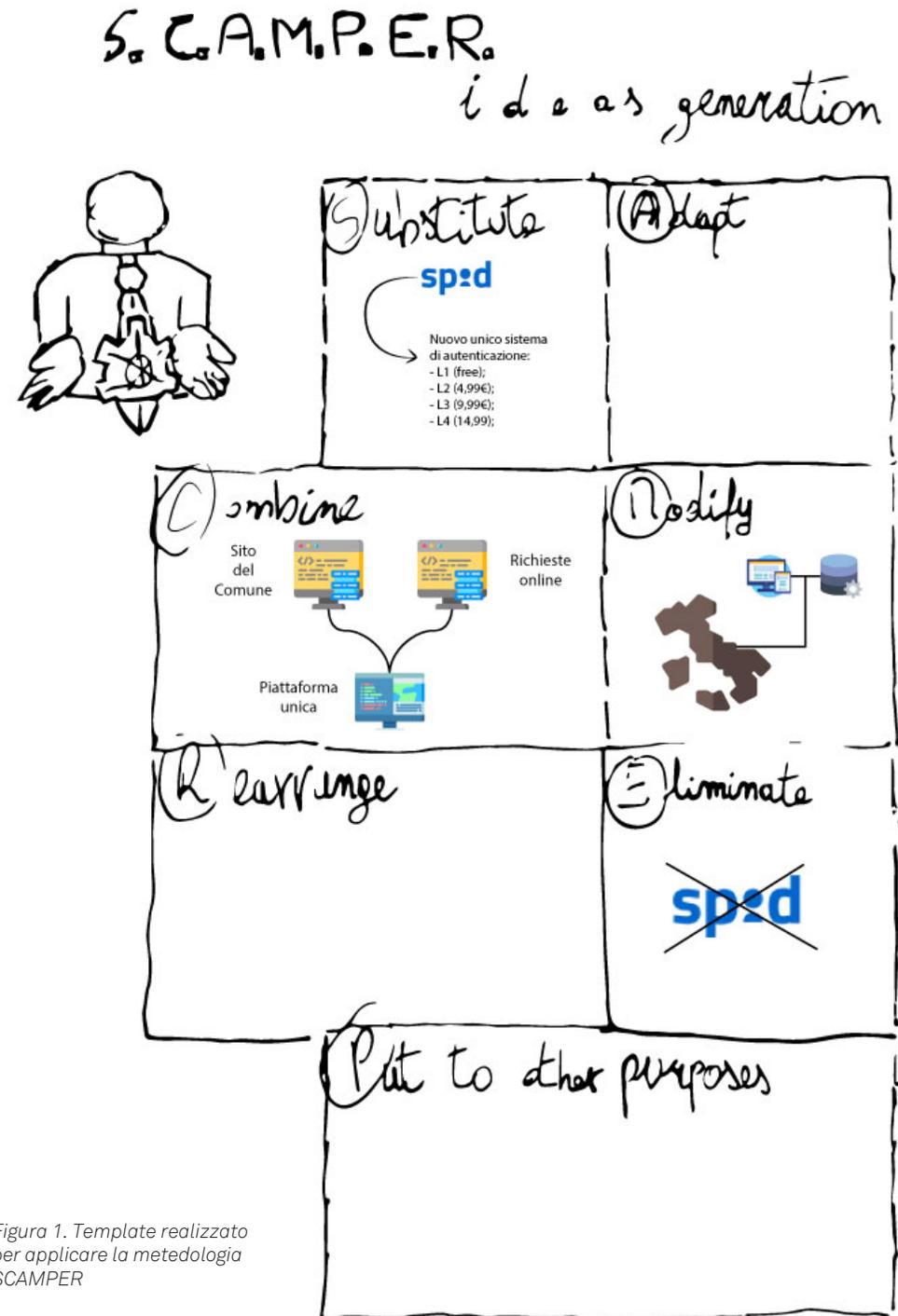


Figura 1. Template realizzato per applicare la metodologia SCAMPER

2.3 L'importanza del prototipare

La divergenza delle idee comincia nella fase sperimentale e di prototipazione, ha l'obiettivo di identificare la migliore soluzione possibile per ciascuno dei problemi identificati durante la prima fase. Generalmente i team di progettazione produrranno una serie di versioni del prodotto poco costose e ridotte in scala (o con solo delle caratteristiche specifiche presenti all'interno del prodotto).

Il prototipare può avere diverse sfaccettature, che possiamo suddividere in prototipi Low Fidelity (paper proto, wireframe, navigation flow) privi di alcun elemento grafico ma con dei segnaposti per le immagini i testi non definitivo possono essere rimpiazzati da un semplice "Lorem Ipsum", mentre l'High Fidelity (mockup, interactive UI, versioni in HTML e CSS) avrà già tutti gli elementi grafici richiamando la versione finale del prodotto, i placeholder saranno sostituiti con immagini definitive e i testi saranno semi-definitivo o di richiamo al progetto stesso.

L'utilità fondamentale è per capire se quello che stiamo progettando è usabile (svolgendo degli user test), per capire se è gradevole alla vista, analizzare i punti critici e soprattutto i punti di forza, realizzare un prototipo low-fi è molto economico, tendenzialmente si preferisce usare degli sketch su carta, di facile revisione e modifica senza contare lo svolgere test sui prototipi per raccogliere veloci feedback dagli utenti, sull'estetica del progetto, sull'usabilità.

La parte di prototipazione viene spesso messa da parte perché superflua ma come lo studio del Nielsen Norman Group afferma [32] i progetti che hanno visto una fase di prototipazione e test hanno rilevato un'esperienza utente soddisfacente, grazie appunto alla raccolta dati fatta in precedenza, considerando anche il fatto che apportare modifiche su un prototipo è meno costoso di mettere mano al codice successivamente a sito ormai in deploy.

La fase di ideazione inizia dalla carta disegnando, seguendo le linee guida fornite dal team di Designer Italia, un wireframe 1.0 privo di ogni elemento grafico, testando l'effettivo equilibrio tra i componenti, ipotizzando anche come poter riorganizzare determinati contenuti di ridondanza nella versione attualmente pubblicata.

Riorganizzando le sezione interne del body, in modo da snellire la homepage, anticipando già come era mia intenzione di accertare determinati contenuti sin dalla prima fase di progettazione.

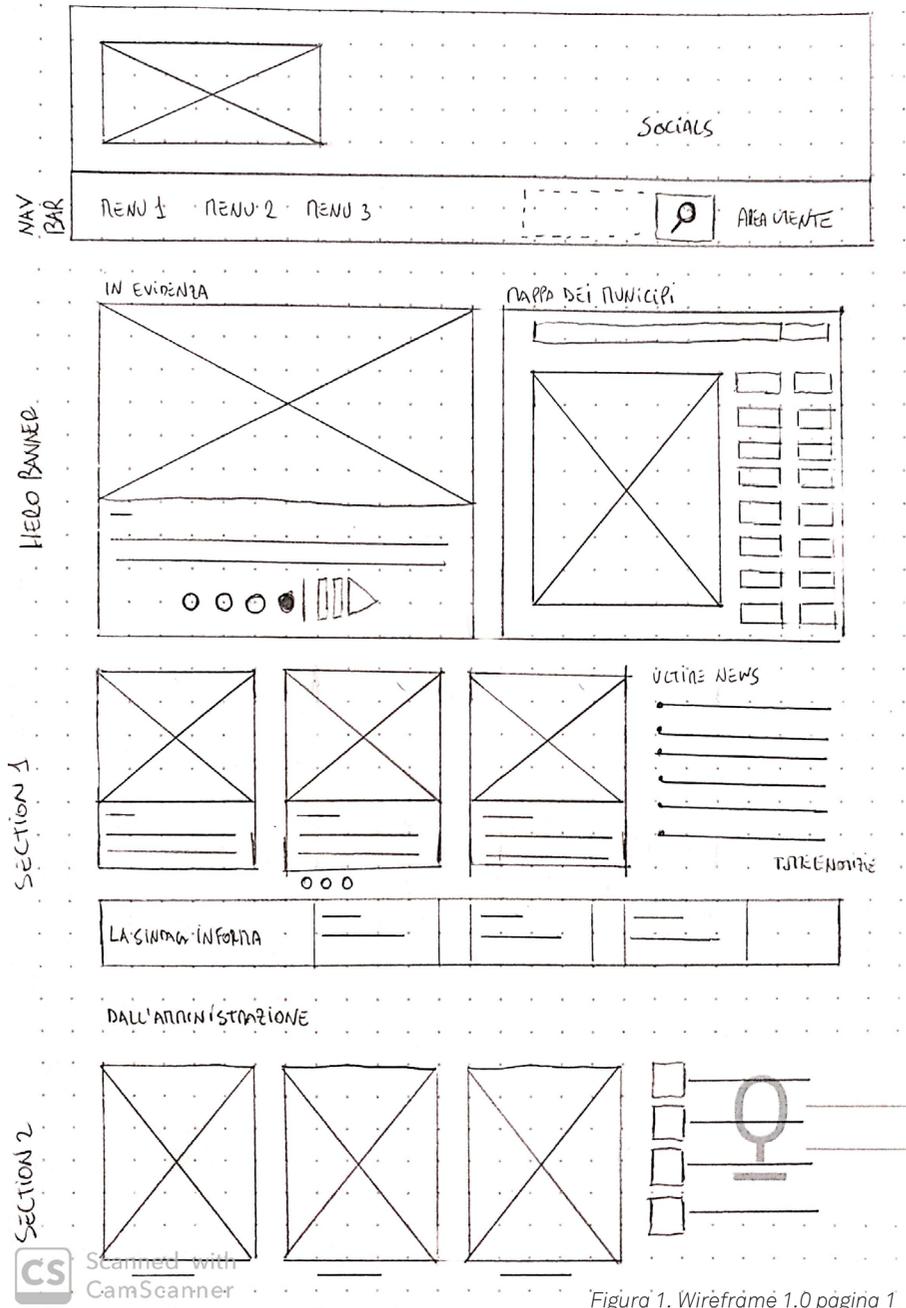


Figura 1. Wireframe 1.0 pagina 1

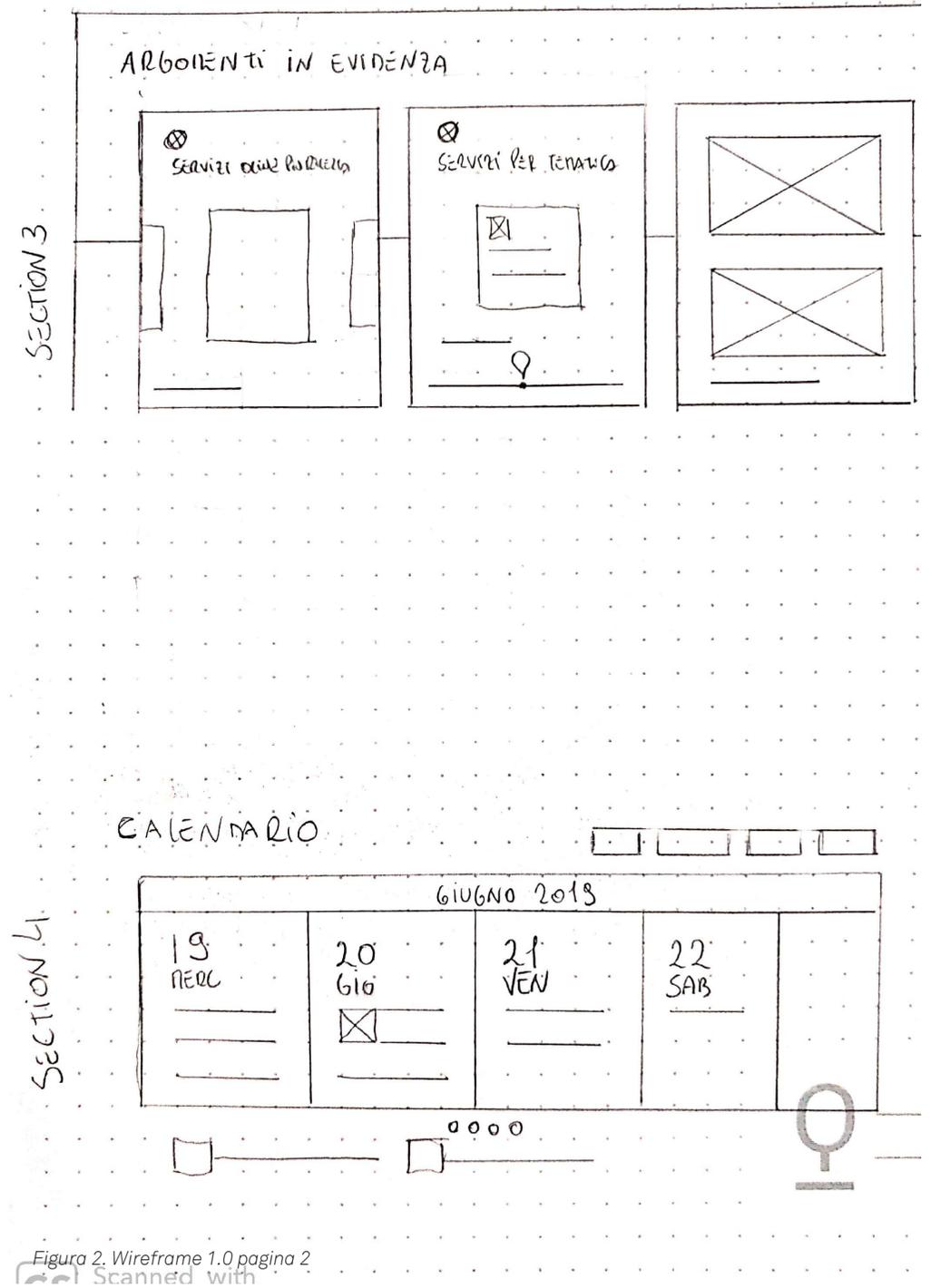


Figura 2. Wireframe 1.0 pagina 2

2.4 Il prototipo High-Fidelity

La riprogettazione della piattaforma parte dal predisporre una nuova architettura delle informazioni, ponendo l'obiettivo di migliorare l'esperienza delle persone attraverso l'interazione delle informazioni, concentrandosi sull'organizzazione della struttura e l'etichettatura dei contenuti in modo efficace e sostenibile abbracciando una mentalità cross-channel, intrecciando prodotti, servizi, processi e persone attraverso settori fisici che includono esperienze digitali, alla base della riprogettazione mi sono posto quattro domande.

- Sono nel posto giusto?
- C'è quello che sto cercando?
- Se non c'è ciò che sto cercando, c'è qualcosa di meglio?
- Cosa devo fare?

Questi interrogativi sono alla base di un ottima IA (architettura delle informazioni) per far capire ai visitatori dove si trovino, che sia semplice trovare quello che cercano, offrire loro anche delle opzioni e far comprendere loro gli spunti chiari delle CTA (call to action).

2.4.1 L'architettura delle Informazioni

Come appurato durante la mia ricerca e dalle domande poste per capire se l'architettura attuale del sito fosse adeguata, rispondendo ai primi due quesiti possiamo asserire che la ricerca per keyword porta a un risultato che non frutta l'esito aspettato dall'utente, qualora l'utente conoscesse il percorso per richiedere le certifiche online, l'efficienza della lunga selezione e di clic partendo dalla navigation richiede uno sforzo cognitivo eccessivo, rendendo la pratica lenta e tediosa.

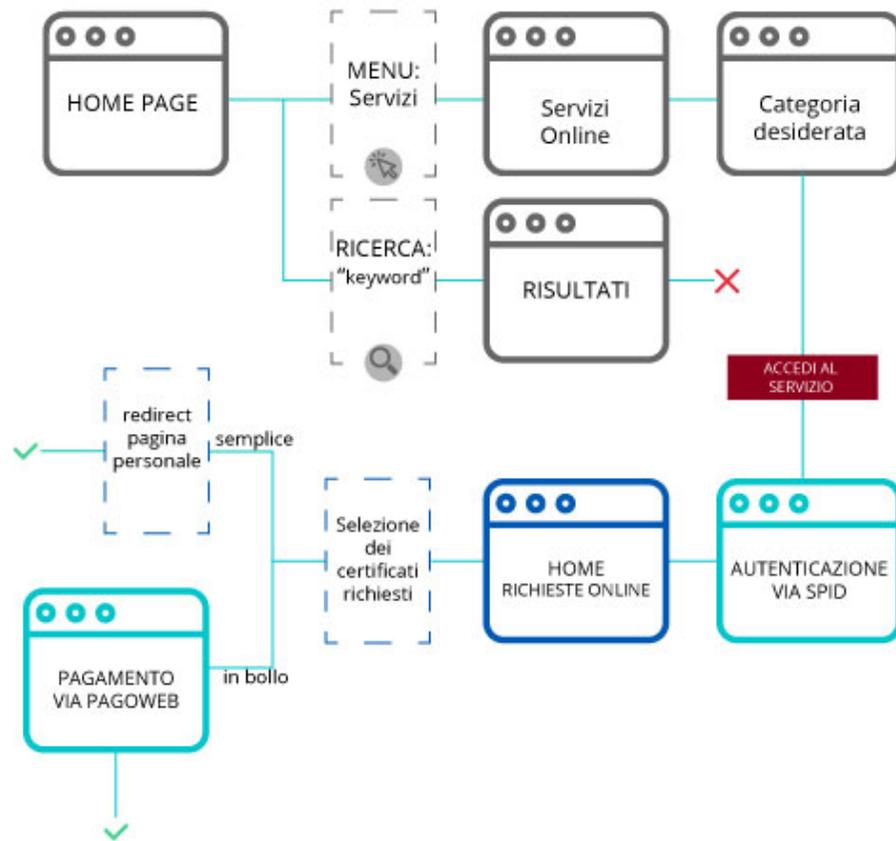


Fig. 1.

2.4.2 La barra di navigazione

Snellire la barra di navigazione (navbar) in ottica delle richieste online non è stata un'operazione da poco, ho preso in analisi ogni singola voce di menu con le relative sottovoci, per capirne la finalità e l'utenza di riferimento, ho deciso quindi di ridurre le voci di menu a tre inserendo "Dati e Statistiche" sotto "Amministrazione" e la voce "Partecipa" sotto la nuova categoria denominata "Il Comune Informa", inoltre ho rimosso il menu "Municipi" avendo inserito la mappa interattiva nell'hero banner, analogamente la sezione contatti ho deciso di rimuoverla essendo una ridondanza dei contatti che generalmente trovano posto nel footer del sito.

La barra di ricerca scende di una posizione, dall'header passa alla navbar dove una transizione di 0.3 secondi accompagna il riempimento del box.



Fig. 2. Hover sul pulsante di ricerca

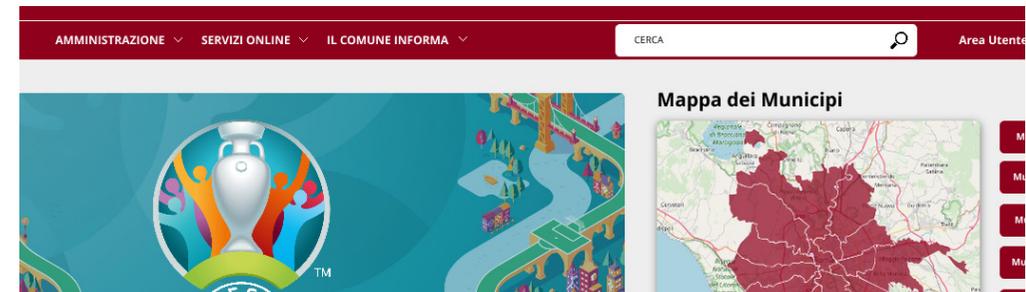


Fig. 3. Box di ricerca per keyword

In amministrazione vediamo rimuovere la prima voce "Organi Politici" poiché avrà una sezione dedicata nella home del sito poco sotto l'hero banner, "Dati e Statistiche" viene assorbito da questa voce di menu.



Fig. 4. Voce di menu Amministrazione

Il fulcro della mia tesi si concentra sulle richieste online, come abbiamo potuto verificare in fase di ricerca, l'eccesso di informazioni della sezione dei "Servizi" con ricerca spesso inconcludente, vede stabilire un sottomenu con solamente tre voci per raggiungere velocemente le richieste online per il cittadino, filtrare i servizi "Per Municipio" e mantenere la sezione "Modulistica".

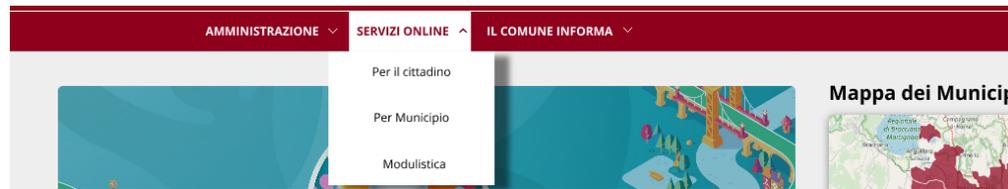


Fig. 1. La voce di menu Servizi Online



Fig. 2. Hover sulla selezione del menu

La terza e ultima voce di menu vede raggruppare tutte le restanti sezioni di “Attualità” e “Partecipa”.



Fig. 3. Hover sulla selezione del menu

L'ultima parte rivista vede riconcepire la tendina di login, attualmente non prevista nella versione originale, mettendo subito nella vista gli accessi con dispositivo CNS, gli accessi rapidi per SPID sia per il cittadino che per le imprese e la sezione area riservata rimasta invariata dove sono presenti tutte le informazioni relative all'accesso.



Fig. 4. Menu a tendina per il log-in veloce



Fig. 5. Hover sul pulsante di SPID per il cittadino

2.4.3 Le Sezioni

L'hero banner vede aggiunta la “Mappa dei Municipi”, elemento interattivo che nella piattaforma attuale trova posizione a metà della pagina avendo rimosso il collegamento dalla navbar, ho inoltre ottimizzato la gestione dei pesi degli spazi interni delle notizie presenti nel carousel e aggiunta la possibilità di vedere subito tutte le news attraverso un link posizionato in linea con i controlli del carousel, sezione di sito che al momento prende posto poco sotto l'hero banner.



Fig. 4. Voce di menu Amministrazione

Tutta la sezione 1 del sito, ho deciso di trasformarla nella parte relativa agli Organi Politici del Comune di Roma Capitale, in aggiunta i link relativi all'amministrazione e le news della Sindaca restano invariati.

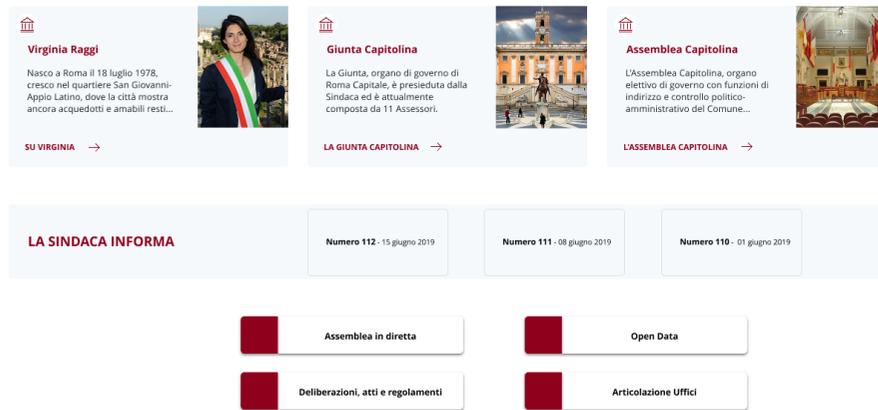


Fig. 1. Sezione 1

Nella sezione 2 denominata “Argomenti in Evidenza” ho inserito in modo più sintetico i servizi online suddivisi per tematica e per più ricercati, in una veste dissimile dall’attuale, nella piattaforma corrente i pulsanti dei servizi sono messi tutti a vista prendendo uno spazio notevole per lo scroll della pagina, nella mia versione rivisitata uno slider permetterà all’utente di navigare all’interno dei servizi in base al box dove è posizionato, una soluzione elegante e di poco ingombro.

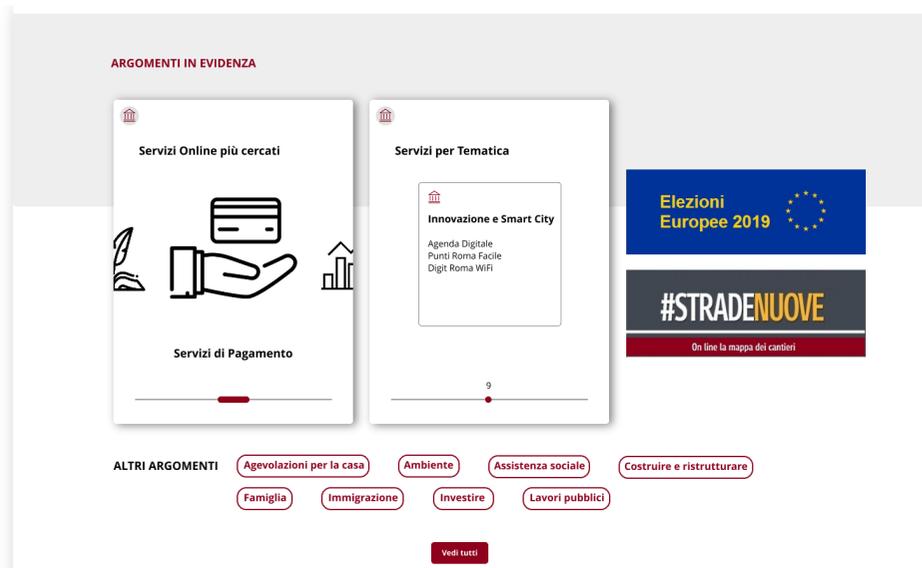


Fig. 2. Sezione 2

L’ultima sezione vede racchiudere attraverso un calendario le sezioni per gli “Eventi” e “Attività e progetti” dove sono inclusi le scadenze dei bandi e tutte le attività comunali come ad esempio i consigli comunali o le assemblee.

Restano invariati invece i collegamenti per i luoghi di partecipazione e per inviare una propria idea.

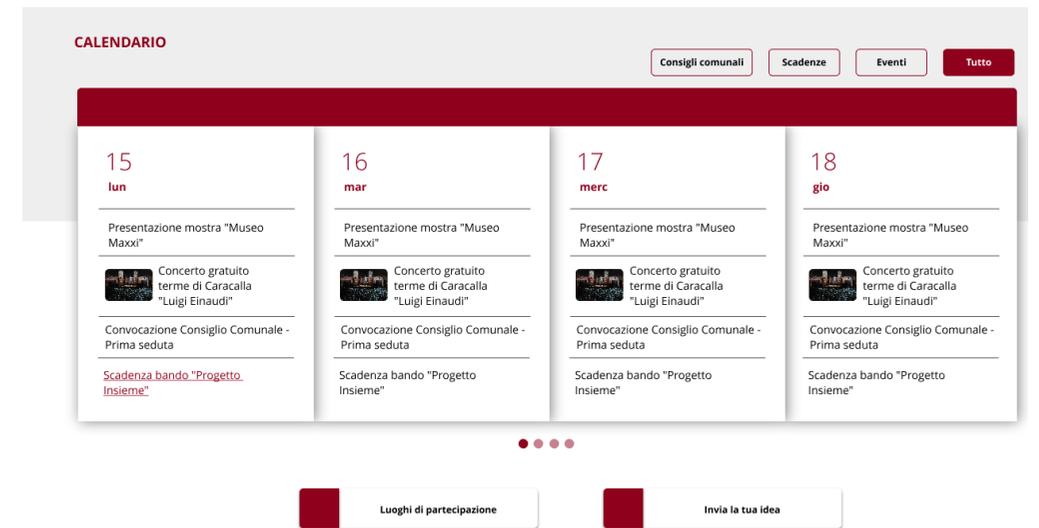


Fig. 3. Sezione 3

Complessivamente la Home Page diventa più snella e fruibile, mantenendo però l’identità del sito istituzionale.

2.4.4 Le richieste Online

Ispirato dal risultato della metodologia S.C.A.M.P.E.R. l’unire i due sistemi a oggi pubblicati è stato l’obiettivo primario, la pagina di primo livello si presenterà in due colonne, dove nel lato sinistro possiamo trovare I servizi “Online più richiesti”, nella colonna di destra tutte le informazioni per accedere alla piattaforma.

Servizi Online per il Cittadino

Nido	Casa	Anagrafe
Cultura	Servizi di Pagamento	S.U.A.P.

Per tutte le richieste online è necessario effettuare il log-in al sito.
 Tutti i cittadini possono accedere all'area riservata utilizzando credenziali SPID.
 Per sapere come ottenere un'identità digitale SPID segui il link: <http://www.spid.gov.it>
 Se sei già in possesso di un'identità digitale, **accedi** con le credenziali del tuo gestore.
Si ricorda che dal 01 gennaio 2019 non è più possibile ottenere credenziali d'accesso ai servizi online, rilasciate da Roma Capitale, mentre chi ne è già in possesso potrà continuare ad utilizzarle fino al 30 giugno 2020.
Successivamente a questa data le credenziali rilasciate da Roma Capitale non saranno più valide e si potrà accedere solo tramite credenziali SPID.

[Tutti i servizi online](#)

Fig. 1. Pagina di livello 1 dei Servizi per il Cittadino

Servizi Online per il Cittadino

Ambiente	Anagrafe	Casa e Urbanistica
Commercio Impresa	Cultura	Diritti e Pari Opportunità
Disabilità	Formazione e lavoro	Innovazione e Smart City
Mobilità e Trasporti	Opere e manutenzione	Patrimonio
Scuola	Sicurezza Urbana e Protezione civile	Sociale
Sport	Tributi e contravvenzioni	Turismo

Per tutte le richieste online è necessario effettuare il log-in al sito.
 Tutti i cittadini possono accedere all'area riservata utilizzando credenziali SPID.
 Per sapere come ottenere un'identità digitale SPID segui il link: <http://www.spid.gov.it>
 Se sei già in possesso di un'identità digitale, **accedi** con le credenziali del tuo gestore.
Si ricorda che dal 01 gennaio 2019 non è più possibile ottenere credenziali d'accesso ai servizi online, rilasciate da Roma Capitale, mentre chi ne è già in possesso potrà continuare ad utilizzarle fino al 30 giugno 2020.
Successivamente a questa data le credenziali rilasciate da Roma Capitale non saranno più valide e si potrà accedere solo tramite credenziali SPID.

[Servizi Online più cercati](#)

Fig. 2. Pagina di livello 1 di Tutti i Servizi Online

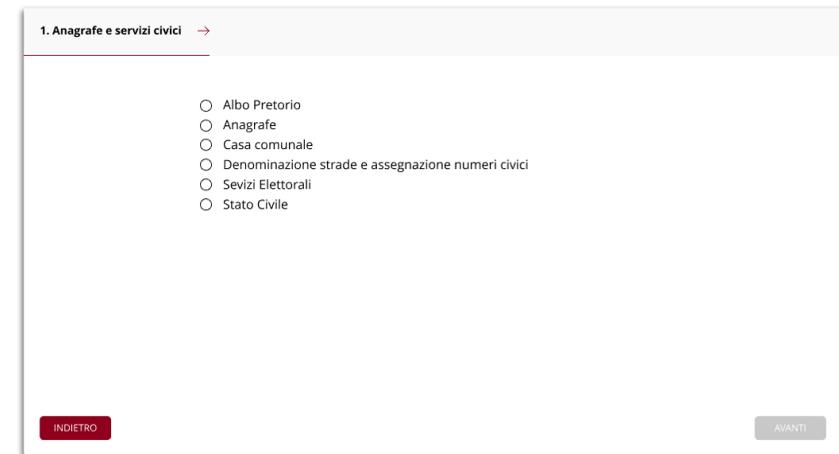


Fig. 3. I servizi sono raccolti con un semplice elenco cliccabile.



Fig. 4. La selezione del servizio attiverà il pulsante "Avanti"

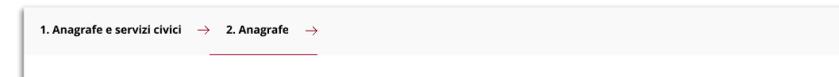


Fig. 5. Navigazione veloce per prevenire l'errore dell'utente

Qualora l'utente non abbia effettuato l'accesso utente un overlay informerà che per proseguire deve effettuare il log-in, fornendo le due soluzioni, l'accesso tramite SPID e il vecchio sistema che sarà dismesso da giugno 2020.

Servizi Online per il Cittadino

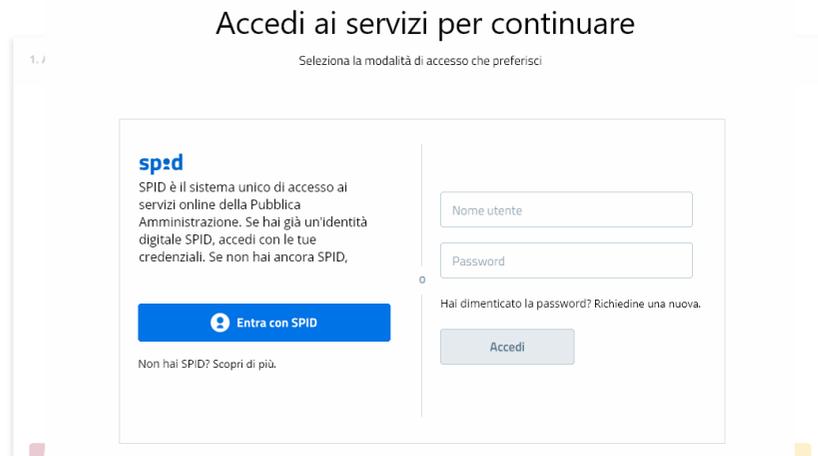


Fig. 1. Overlay per l'accesso a SPID

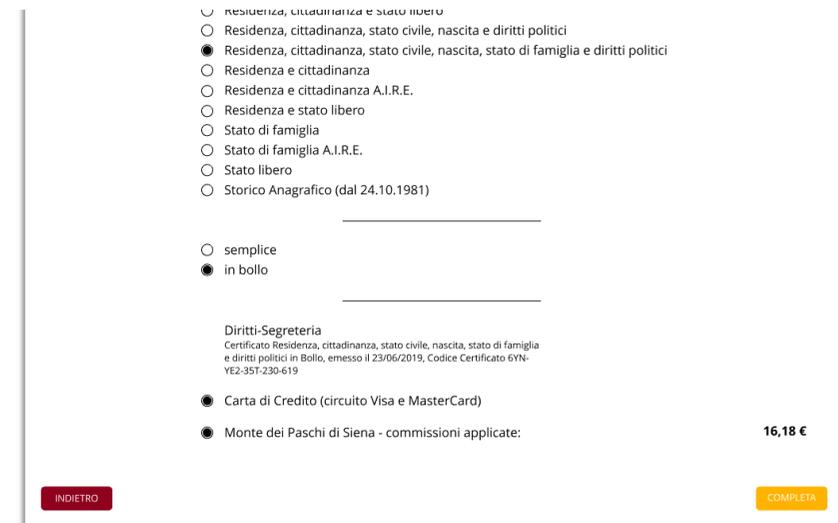


Fig. 3. Scelte di selezione per il pagamento

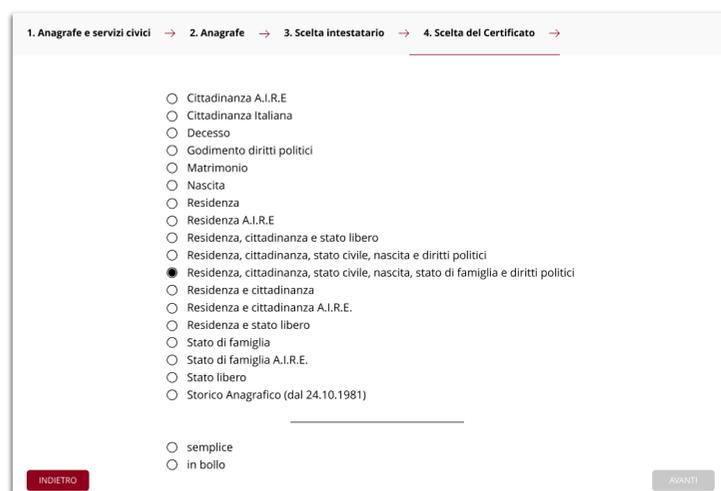


Fig. 2. Selezione espansa della tipologia di certificato

Al click sul pulsante “Completa” verrà effettuato un redirect verso la piattaforma di terzi per il pagamento tramite carta precedentemente selezionato.

In caso di certifica semplice si proseguirà verso l'ultimo passaggio dove verrà richiesto il motivo dell'esenzione di bollo.

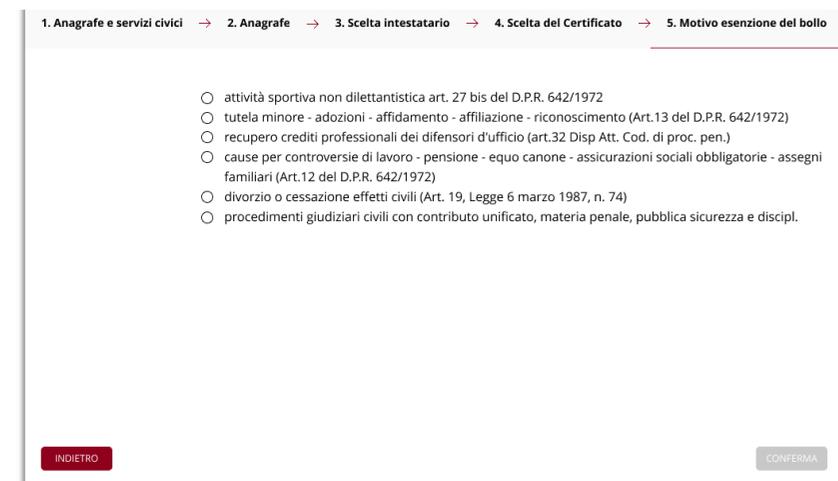


Fig. 4. Selezione dell'esenzione

Una volta completato il processo in entrambe le soluzioni, il certificato sarà disponibile per il download nella pagina personale che anch'essa ha subito un aggiornamento lato grafico, sarà presente per dare una maggiore identità e rendere meno anonima la pagina del profilo personale una piccola immagine personale con relativi dati.

Area Riserva - pagina personale

Nominativo ENRICO PETROCCO
Identificativo PTRNRC89D15H501S
Nato/a a Roma il 15/04/1989
Codice fiscale PTRNRC89D15H501S
Telefono
Cellulare +39 333 33 333 33
Fax
Professione
e-mail ep.@outlook.it
Domicilio VIA TIZIO CAIO, 17 - 00151 ROMA
Residenza VIA TIZIO CAIO, 17 - 00151 ROMA

[Modifica dati personali](#)
[Cambio password](#)

[Condizioni di utilizzo dei servizi del Portale di Roma Capitale](#)

Trattamento dei dati personali

Fig. 1. Il profilo utente nel dettaglio

I tuoi certificati

Residenza, cittadinanza, stato civile, nascita stato di famiglia e diritti politici	Intestatario: PETROCCO ENRICO Emesso il: 14/06/2019 CIU: I2Y-VA0-VSA-130-115 Codice pagamento: ESENTE DA PAGAMENTO
STAMPA	
Nascita	Intestatario: PETROCCO ENRICO Emesso il: 11/05/2019 CIU: I2Y-VA0-VSA-130-115 Codice pagamento: ESENTE DA PAGAMENTO
STAMPA	

I documenti sono in formato standard **PDF**; per la visualizzazione è possibile utilizzare il programma gratuito **Adobe Reader** o uno equivalente a scelta dell'utente.

Il timbro digitale riportato sul documento può essere verificato con il programma gratuito disponibile qui.

Attenzione: per motivi di sicurezza il tuo indirizzo di connessione (IP) verrà registrato e mantenuto a norma di legge.

[ESCI](#)

Fig. 2. Sezione relativa ai certificati

2.4.5 Ricerca per keyword

La pagina di primo livello necessaria per le ricerche per keyword, riceve un semplice aggiornamento in quanto qualora l'utente cercasse come nell'esempio in calce un certificato di residenza, il risultato ottenuto garantirà all'utente un pulsante di azione (cta) per richiedere la certifica online oppure attraverso i link correlati le due sezioni che possiamo trovare all'interno dei servizi online per il cittadino, "Servizi Online più ricercati" e "Tutti i servizi".

AMMINISTRAZIONE | SERVIZI ONLINE | IL COMUNE INFORMA | certificato di residenza | Area Utente

Hai cercato: **Certificato di residenza**
 Risultati trovati 952 - visualizzati dal 1 al 10

[Richiedi Online](#)

Tipologia
 web page (742)
 pdf (203)
 documenti (7)

Potrebbe interessarti:
 Servizi Online più cercati
 Tutti i servizi

Roma Capitale | Sito Istituzionale | Chiedere l'assegnazione di uno stallone per la sosta personalizzato a persona con invalidità certificata art. 3 comma 3 e 4 legge 104/92 presso il luogo di residenza
<https://www.comune.roma.it/web/it/scheda-servizi.page?contentid=INF39501>
 104/92 presso il luogo di residenza o presso il luogo di lavoro o di studio - MODULI Vai al Contenuto Vai alla navigazione del sito

Roma Capitale | Sito Istituzionale | Certificati Anagrafici
<https://www.comune.roma.it/web/it/scheda-servizi.page?contentid=INF34182>
 generalità dell'intestatario del certificato (nome, cognome, luogo e data di nascita, indirizzo di residenza). Alla richiesta devono essere

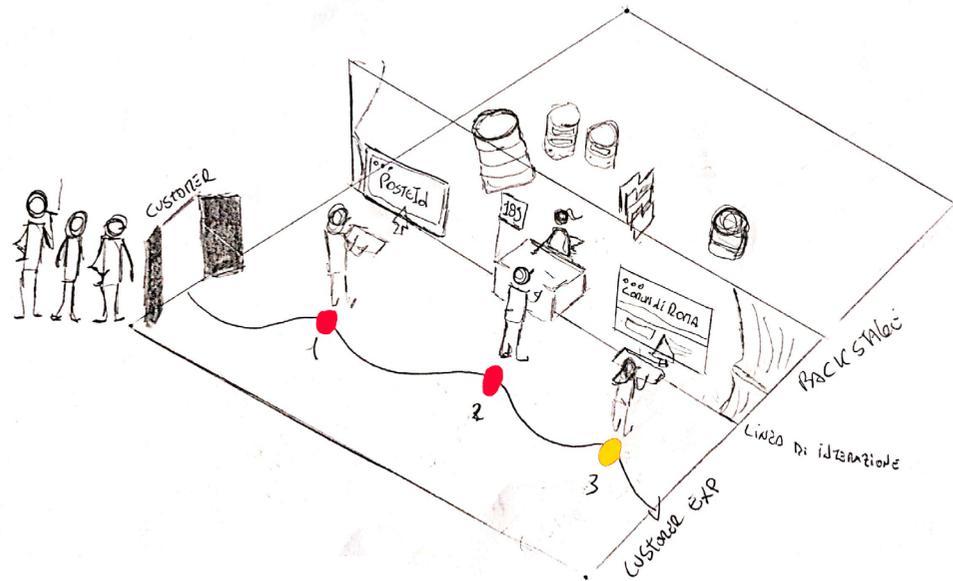
Fig. 3. Ricerca per certificato di residenza

2.5 I servizi a confronto

Dopo aver fatto tutte le considerazioni del caso e riassumendo l'attuale servizio in tre macro categorie; La registrazione a un Identity Provider; il riconoscimento di persona e la navigazione per le richieste online; identificando per singola categoria una gradazione di soddisfazione del servizio che varia da rosso a verde, dove il rosso è il punto più basso e verde il punto massimo di soddisfazione, posso affermare che la mia esperienza con tale servizio sia stata negativa.

Lavorando sui pain point riscontrati, tendenzialmente la decisione dell'Identity provider, fu una situazione spiazzante, considerando l'unica scelta totalmente gratuita non viene sponsorizzata adeguatamente, a tal proposito la metodologia S.C.A.M.P.E.R. mi ha fornito ottimi spunti di riflessione, realizzare un sistema unico in abbonamento con diversi livelli di sicurezza, fornendo anche una soluzione gratuita, è una tattica per non esporre l'utente di fronte a una scelta che possa comportare una serie di difficoltà.

Il secondo punto cruciale dell'esperienza, è il riconoscimento di persona, che è dovuto maggiormente al provider scelto, la fila alla posta la ritengo un ambiente tedioso e malsano, è possibile prenotare un ticket online, ma anche questa pratica è poco sponsorizzata, supponendo quindi di mantenere il riconoscimento attraverso le Poste Italiane, di predisporre un ufficio o sportello dedicato a SPID con giorni settimanali de-



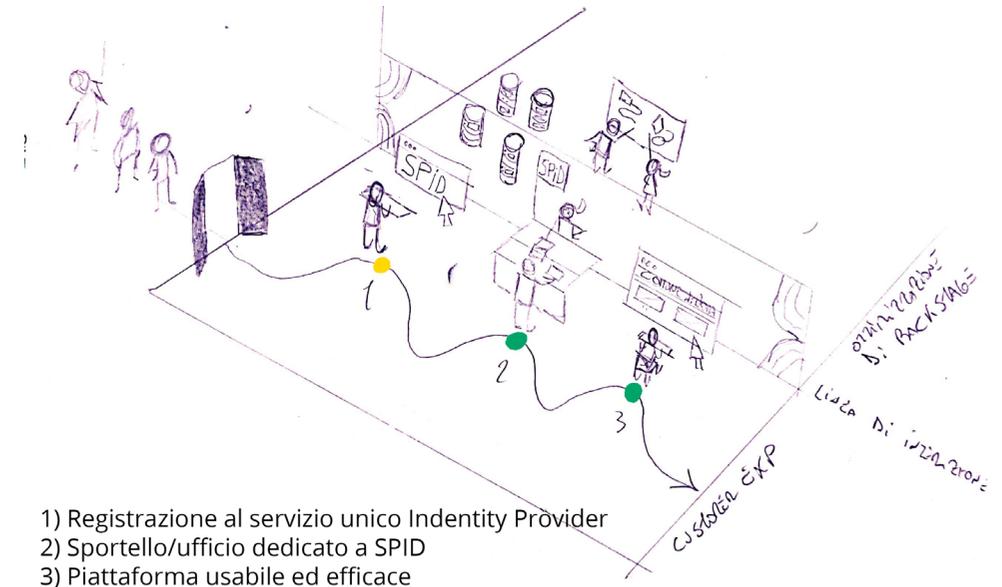
- 1) 40 Minuti di registrazione
- 2) 1 ora di attesa in Posta
- 3) Navigazione frammentaria e confusionaria

Fig. 1. Il servizio adesso

dicati per venire incontro alle esigenze dell'utente, in alternativa adibire un ufficio dedicato a SPID se qualora il provider di riconoscimento sia unico come ideato nel primo pain point.

Il terzo e ultimo pain point la piattaforma del comune di Roma Capitale, come associato la quantità di informazioni gestite in modo poco coerente, di faticosa ricerca con un processo di erogazione delle certifiche online tedioso, inglobato nell'ormai sito in disuso; ha fatto convergere nella mia riprogettazione le due piattaforme WEB in un'unica soluzione più snella e intuitiva, in modo tale da rendere chiaro all'utente finale le sue finalità, il suo posizionamento, con una veste grafica gradevole per non perdere l'identità originale.

Ma come funziona la mia piattaforma? Vi lascio il link del prototipo:
<https://bit.ly/2XyTt5m>



- 1) Registrazione al servizio unico Identity Provider
- 2) Sportello/ufficio dedicato a SPID
- 3) Piattaforma usabile ed efficace

Fig. 2. Il servizio come sarà

Esplorare una visione del futuro è la terza fase della mia tesi, dopo aver indagato come funzionano attualmente alcuni servizi che offre la Pubblica Amministrazione al giorno d'oggi, vorrei ipotizzare la costruzione seppur teorica di una nuova identità umana che sia nuovamente centrale rispetto alle derive sociali ed economiche del nostro tempo.

La nuova società che io immagino, l'evoluzione della società moderna digitale e accelerata, ma allo stesso modo complessa e ineguale, a conoscenza del passato e protesa verso la corsa al futuro, un futuro non distopico ma "facilmente" realizzabile dove ogni cittadino rispettando il diritto all'oblio abbia la possibilità di realizzare la propria identità sin dalla nascita, magari proprio alla anagrafe per i neonati.

In un piano materiale del nostro futuro dove probabilmente i dispositivi wearable avranno la potenza necessaria oppure l'evoluzione dello smartphone, device come guanti, braccialetti o dispositivi pieghevoli saranno il nostro touch point primario di accesso al nostro sistema centralizzato nazionale per qualsiasi tipologia di richiesta, dalla più semplice di una certifica online al controllare lo stato di un mezzo pubblico, dati anche visualizzabili in una quarta dimensione fittizia, digitale come la realtà aumentata o virtuale, che non sarà più una visione di nicchia, dove il fenomeno dei big data si sarà adeguato a qualsiasi normativa e tipologia di controlli in modo del tutto trasparente senza scandali di alcuna natura di carattere morale o politico; dove il riconoscimento della persona non sarà più tramite un dispositivo obsoleto come la webcam o la fila in posta, ma da una IA (intelligenza artificiale) evoluta magari chiamata PA.IR (Pubblica Amministrazione Intelligence Recognizer) dove algoritmi di nlp (natural language process) saranno così immediati da rendere una conversazione con un assistente vocale una semplice conversazione con un amico, un parente, a servizio della Pubblica Amministrazione, rendendo questo futuro non solo sostenibile lato umano per l'efficienza dei suoi processi, ma anche per la micro economia di tutte le amministrazioni locali azzardare anche un discorso di sostenibilità economica, tutto questo per un bene finale, il fabbisogno dell'utente, del cittadino, dell'umano il vero utilizzatore dei nostri servizi.

Ho passato in rassegna tutti i principali componenti del Service Design, codificando maggiormente gli elementi che lo compone.

Questo approccio che definisce la relazione tra una persona e un'organizzazione che eroga un servizio, con l'obiettivo finale di creare un'esperienza di qualità per entrambi le parti coinvolte.

Il concetto di servizio come abbiamo appurato è un qualcosa di intangibile, immateriale, che ha a che fare con una moltitudine di fattori, accomunati molto anche con la User eXperience e il Design Thinking, sia a livello metodologico che teorico e definire appunto l'inusabilità di un servizio fino a quando non si ha la possibilità di testare in prima persona tutti i suoi processi, solo in quel momento è possibile definire bene la problematica.

La mia analisi ha seguito buona parte degli step del Design Thinking, dall'empatizzare con l'ordinario utente che si avvicina a tale servizio, allo stilare idee attraverso il metodo S.C.A.M.P.E.R., solo in fine ha visto convergere i miei risultati nell'ideazione di una nuova veste grafica insieme alla trasformazione di alcuni dei suoi componenti importanti che riguardano principalmente le piattaforme WEB del momento.

Ogni singolo passaggio ho cercato di scindirlo appositamente e approfondirlo per sottolineare le difficoltà riscontrate e il miglioramento fatto a tal proposito, il mio scopo è stato sempre quello di fornire una soluzione da Designer, gradevole alla vista senza troppo discostarsi dall'identità originale, seguendo le linee guida fornite dal team di Designers Italia, a riguardo vorrei soffermarmi ponendo qualche quesito, ma com'è possibile che nessuno abbia evidenziato che tale processo, seppur semplice sia poco funzionale? è veramente sostenibile il processo allo stato attuale delle cose?

Ipotesi: senza fare un discorso generalista che si sofferma sulle solite problematiche degli insediamenti dei membri comunali, ma suppongo che tale piattaforma stia subendo delle conseguenze di un vecchio ordinamento che affidò a degli appalti la responsabilità della piattaforma comunale e di tutta la parte di gestione delle richieste online, preferendo così di lasciare così le cose invece di dover effettuare una ristrutturazione da zero del sistema alla base, perchè dalle mie analisi potrei affermare e con-

Conclusioni

-fermare di trattarsi di una soluzione abbandonata alla sue esigenze con la non cura dell'effettivo utilizzatore finale che ne consegue, il cittadino, lasciandolo in balia di un processo poco usabile, poco accessibile e umanamente non sostenibile.

Ovviamente la società che io ho immaginato è di larghe vedute, forse un modello ispirato troppo al fantascientifico che però cerca di cogliere tutte le sfaccettature delle società attuale e riproporre in salsa moderna (per il suo tempo futuro ovviamente) creando forse così una società sostenibile lato umano e perchè no anche sotto il profilo economico, dove vede veramente e realmente il cittadino al centro dei suoi processi.

*Ai miei genitori che hanno creduto in questo percorso,
ai miei nipoti, affinché io possa essere per loro una
fonte d'ispirazione,
ai miei amici che hanno visto l'evoluzione della mia
persona,
al professor Cimorelli che mi ha supportato in queste
settimane,
a Mattia, cui la vita è stata portata via troppo presto
e avrebbe voluto anche lui seguire un percorso
accademico,*

Grazie di Cuore a tutti!

E.

- [1] Comune di Roma Capitale (2019), “*Home Page*” [<https://www.comune.roma.it/web/it/home.page>]
- [2] Team per la Trasformazione Digitale (2019), “*Home Page*” [<https://teamdigitale.governo.it/>]
- [3] Agenzia per l’Italia digitale (2019), “*Home Page*” [<https://www.agid.gov.it/>]
- [4] Laurie C., *This is Service Design Doing*, 2018.
- [5] G. Lynn Shostack, *How to Design a Service* [<https://www.servicedesignmaster.com/wordpress/wp-content/uploads/2018/10/EUM000000004799.pdf> ultima consultazione 22 marzo 2019]
- [6] Marc S., *This is Service Design Thinking: Basics, Tools, Cases*, 2012.
- [7] Roberta T., #Service Designer, *Il progettista alle prese con sistemi complessi (pag. 34)*, 2012.
- [8] MIT (2017), “*DIGITAL TRANSFORMATION: A ROADMAP FOR BILLION-DOLLAR ORGANIZATIONS*” [https://www.capgemini.com/wp-content/uploads/2017/07/Digital_Transformation__A_Road-Map_for_Billion-Dollar_Organizations.pdf ultima consultazione 29 marzo 2019]
- [9] ServDes2018. Service Design Proof of Concept (2018) [<http://www.ep.liu.se/ecp/contents.asp?issue=150> ultima consultazione 30 marzo 19]
- [10] Copernicani (2019), *Dati di Bilancio* [<https://bit.ly/2IRQWEB>]
- [11] AGID (2019), Avanzamento Digitale [<https://avanzamentodigitale.italia.it/it>]
- [12] Team per la Trasformazione Digitale (2019), Strategia per il futuro della trasformazioni digitale [<https://teamdigitale.governo.it/it/future.htm>]
- [13] Developers Italia (2019), “*Home Page*” [<https://developers.italia.it/>]
- [14] Designers Italia (2019), “*Home Page*” [<https://designers.italia.it/>]
- [15] Team per la Trasformazioni Digitale (2019), “*Cittadinanza Digitale*” [<https://teamdigitale.governo.it/it/projects/cittadinanza-digitale.htm>]
- [16] Marc S., *This is Service Design Doing*, 2018.
- [17] Donald Norman (1995), *User eXperience* [<http://www.ep.liu.se/ecp/contents.asp?issue=150> ultima consultazione 15 aprile 19]
- [18] Andrich D. & Luo G. (1993) [<https://journals.sagepub.com/doi/abs/10.1177/014662169501900306?journalCode=apma> ultima consultazione 20 aprile 19]

Bibliografia

- [19] Wikipedia, *Eight dimensions of quality* [https://en.wikipedia.org/wiki/Eight_dimensions_of_quality ultima consultazione 20 aprile 2019]
- [20] Nick B., *A beginner's Guide To User Journey Mapping* [<https://uxplanet.org/a-beginners-guide-to-user-journey-mapping-bd914f4c517c> ultima consultazione 25 aprile 2019]
- [21] PWC (2017), *Customer eXperiences* [<https://www.pwc.com/it/it/publications/assets/docs/customer-experiences.pdf> ultima consultazione 01 maggio 2019]
- [22] Nick B., *A beginner's Guide To User Journey Mapping* [<https://uxplanet.org/a-beginners-guide-to-user-journey-mapping-bd914f4c517c> ultima consultazione 25 aprile 2019]
- [23] Interaction Design Foundation (2018), *What is Usability?* [<https://www.interaction-design.org/literature/topics/usability> ultima consultazione 10 maggio 2019]
- [24] NN/g Nielsen Norman Group (2012), *Definition of Usability* [<https://www.nngroup.com/articles/usability-101-introduction-to-usability/> ultima consultazione 12 maggio 2019]
- [25] David B., *Designing Interactive Systems*, 2013.
- [26] World Health Organization (2011), *World report of disability* [https://www.who.int/disabilities/world_report/2011/en/ ultima consultazione 22 maggio 2019]
- [27] Wikipedia, *Universal Design* [https://it.wikipedia.org/wiki/Universal_design ultima consultazione 02 giugno 2019]
- [28] Corey F., [https://dschool-old.stanford.edu/sandbox/groups/k12/wiki/c739e/attachments/ade8c/An_Intro_to_DT_Slides_07_10_09.pdf?sessionID=8cbdfc6129ceb041dbad2247ffc9d0112fd0ebce ultima consultazione 02 giugno 2019]
- [29] Google (2010), Design Sprint Kit [<https://designsprintkit.withgoogle.com/methodology/overview> ultima consultazione 24 giugno 2019]
- [30] Wikipedia, *Alex Faickney Osborn* [https://en.wikipedia.org/wiki/Alex_Faickney_Osborn 24 giugno 2019]
- [31] Bob E., *SCAMPER: Games for Imagination Development*, 1996.
- [32] NN/g Nielsen Norman Group (2003), *Paper Prototyping: Getting User Data Before You Code* [<https://www.nngroup.com/articles/paper-prototyping/> ultima consultazione 24 giugno 2019]

