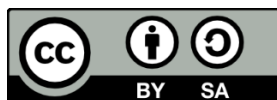


# La navigazione dei servizi web



Questo materiale didattico è stato realizzato da Formez PA nel *Progetto PerformancePA*, Ambito A Linea 1, in convenzione con il Dipartimento della Funzione Pubblica, organismo intermedio del Programma Operativo Nazionale Governance e Azioni di Sistema (PON GAS), Asse E Capacità istituzionale. Il PON GAS è cofinanziato dal Fondo Sociale Europeo ed è a titolarità del Ministero del Lavoro e delle Politiche Sociali.

L'opera è distribuita con Licenza [Creative Commons Attribuzione - Condividi allo stesso modo 4.0 Internazionale](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/).



*Autore:* Maurizio Boscarol, Alessandra Cornero, Elvira Zollerano

*Creatore:* Formez PA

*Diritti:* Dipartimento della Funzione Pubblica

*Data:* Ottobre 2015

## La navigazione dei servizi web

Avere menu comprensibili e utili è indispensabile per permettere agli utenti di trovare ciò che stanno cercando sui nostri siti, servizi web, app o prodotti in genere. Progettare menu utili coinvolge molte scelte, alcune delle quali dipendono fortemente dal tipo di sito, dal servizio online che state preparando. Riassumiamo in questa videolezione alcuni aspetti fondamentali nella costruzione di buoni strumenti di navigazione.

Innanzitutto, esistono dei menu che restano visibili su tutte le pagine e altri che cambiano a seconda delle sezioni. I primi sono detti anche menu persistenti, principali o primari (non vi è un modo univoco di definirli). Di solito i menu persistenti sono presentati in forma di barra orizzontale, sopra o sotto il logo, mentre i menu di sezione sono presentati in colonne laterali a fianco del contenuto principale, a destra o a sinistra, ma non è una regola assoluta: dipende da come organizzate la pagina, e da come il sito si svilupperà.

Ciò che non è consigliabile è variare il menu persistente. In particolar modo se lo collocate nella barra orizzontale. Se lo posizionate in quel posto, dovrete non cambiarlo nelle altre pagine del sito, perché, come tutto ciò che compare nella testata, viene visto come una specie di punto di riferimento stabile. Dunque: non è indispensabile usare un menu persistente in forma di barra orizzontale, ma se lo usate, non cambiatelo a seconda delle sezioni: per i menu che cambiano a seconda delle sezioni è preferibile usare le colonne laterali.

Il menu orizzontale dovrebbe inoltre sempre ospitare anche una voce, sempre visibile, per il ritorno alla home page: non tutti gli utenti sanno che possono cliccare sul logo, che dovrebbe essere sempre linkato alla home page, o usare il percorso “a briciole di pane”.

Va detto che non sempre esiste un unico menu persistente. A volte è possibile scegliere di mettere in forma di menu orizzontale alcune voci di servizio (l'help, i contatti, la funzione di ricerca, e così via), e di articolare i contenuti o le funzionalità di un servizio in un menu laterale che però, potendo espandersi verso il basso, può contenere molte più voci di un menu orizzontale, e dunque essere più adatto a mantenere sempre visibili quelle voci per i navigatori.

Questo tipo di soluzione però potrebbe creare dei problemi quando si passa ai dispositivi mobili, specialmente per gli *smartphone*, sui quali lo spazio disponibile è molto ridotto. Se il menu ne occupa troppo, ne rimarrà di meno per il contenuto. Di solito si usa nascondere il menu principale, quello persistente, dietro un'icona che si apre a comando. Il menu di base è quindi nascosto, anche se sempre accessibile per l'utente, sebbene al costo di un'azione in

più.

Il problema sorge con la scelta dell'icona da usare per segnalare questo menu a comparsa. Molte applicazioni usano l'icona con tre linee orizzontali, nota anche come icona ad "hamburger". Molte ricerche e test suggeriscono però che il significato di questa icona non sia chiaro a tutte le tipologie di utenti. In particolare, non lo è per utenti che non usano spesso gli *smartphone*, ma non solo. Una soluzione consigliata è di usare sempre, accanto all'icona, anche la parola "menu", in modo da segnalare semanticamente il significato del bottone.

I menu di navigazione non sono il solo strumento che è indispensabile curare per favorire la navigazione. Nei prodotti web è bene infatti inserire anche e sempre il percorso a briciole di pane, che indica dove si trova l'utente all'interno della tassonomia del sito, che non è il percorso fatto per arrivarci: per quello è sufficiente il pulsante "indietro" del browser.

Oltre ai menu e ai percorsi a briciole di pane, sono importanti i titoli di ogni pagina, che indicano dove siamo arrivati cliccando sulla precedente voce di menu e confermano che abbiamo raggiunto proprio la pagina attesa. Dunque, label dei menu, voci nel percorso a briciole di pane e titolo di pagina dovrebbero sempre essere congruenti fra di loro, per non generare ambiguità.

Ma quante voci vanno inserite nei menu? Alcuni ritengono che non vadano inserite nei menu più di 5-9 voci, citando un famoso studio di psicologia della memoria secondo il quale non riusciremmo a tenere a mente più di 5-9 elementi. Benché lo studio sia corretto, la sua applicazione ai menu è del tutto priva di senso. I menu non presentano voci da memorizzare: le mostrano perché possano essere viste e valutate direttamente. Quindi non è corretto applicare in questo caso studi sulla memoria!

In realtà, non vi è un numero minimo o massimo di voci che è consigliabile presentare in un menu. Alcuni menu sono lunghissimi e funzionano benissimo, se organizzati e comprensibili. Ovviamente, va valutato lo spazio occupato, il grado di dettaglio delle voci e secondo quale criterio è possibile organizzarle. Dipende molto da quale contenuto dovete organizzare. In un servizio web è presumibile che non sia necessario un menu molto lungo, perché vi saranno solo un certo numero di funzionalità, per cui non dovrebbe essere un problema evidenziarle tutte anche nel menu.

I menu tematici, che organizzano un materiale relativamente omogeneo, dovrebbero essere disposti secondo un ordine utile per l'utente. Il più delle volte tale ordine è quello alfabetico, in

rari casi può invece essere quello di importanza o frequenza delle voci, che si ottiene facendo scalare verso l'alto le voci più scelte dagli utenti. A volte le soluzioni possono essere miste. Il menu è alfabetico, salvo la voce o le voci più cliccate che vengono strategicamente posizionate in cima all'elenco, dove è più facile identificarle. Va dunque scelto caso per caso, ma l'obiettivo è sempre quello di scegliere la soluzione più comoda per il vostro utente. Nel dubbio, come sempre, testate!

Gli indici alfabetici - indicati di solito come Indice A-Z o diciture simili - e creati apposta per riassumere l'intero corpo di contenuti di un sito, sono un modo a volte alternativo ai menu per organizzare i contenuti in modo non gerarchico. Il risultato è un elenco piatto di voci organizzate secondo un semplice criterio alfabetico. Poiché evitano complicate navigazioni, sono utili, a patto che le voci scelte per descrivere i contenuti siano realmente comprensibili all'utente.

Spesso gli indici alfabetici richiedono un'articolazione a due livelli: cioè cliccando su un argomento non si arriva a un contenuto, bensì a una pagina di disambiguazione che presenta tutti i contenuti disponibili per quell'argomento. Questo perché spesso quella voce non presenta un unico contenuto, e così l'indice alfabetico si comporta in questo caso come una directory, per cui ogni voce porta a un dettaglio su quella voce.

A volte un unico livello di navigazione per i menu non è sufficiente, ma va detto che sarebbe preferibile mantenere la struttura del sito e del servizio il più piatta possibile. Quindi, anche quando non è possibile usare un unico livello, è bene sforzarsi di ridurre il numero di livelli oltre al primo. Inoltre, è bene espandere il numero di voci presenti al primo livello. Non riassumerle, cioè, sotto poche etichette al cui interno raggruppare il resto degli argomenti, ma espandere quanti più argomenti possibile fin dal primo livello, e ridurre le scelte successive. In questo modo l'utente capirà la ricchezza e l'articolazione delle possibilità offerte dal servizio meglio di quanto farebbe cliccando su poche voci per poi doverle esplorare separatamente entrandoci dentro.

La significatività semantica deve essere massima nei momenti cruciali della scelta della voce da cliccare: dunque, sicuramente all'inizio della navigazione, cioè con i menu presenti in home page o eventualmente con quello persistente. Ridurre i livelli di navigazione è utile anche per i navigatori da *smartphone*, che hanno un compito più disagiata sia per la minor facilità di selezione delle voci e di ritorno indietro in caso di errore, sia per una maggior lentezza delle connessioni mobili.

C'è un'altra tipologia di menu ancora da considerare: il menu a comparsa, detto anche menu

a tendina o *dropdown menu*. Sto parlando di tutti quei menu che si attivano cliccando su una voce e aprono una tendina o un riquadro con altre voci di menu. Questo tipo di menu sono efficaci e graditi agli utenti, purché ben realizzati. Innanzitutto non deve risultare difficile la loro apertura. Non deve essere difettosa la temporizzazione del menu che si apre, tutto deve essere raggiungibile da tutti gli utenti, anche quelli che hanno difficoltà motorie e dunque si muovono più lentamente. Devono inoltre essere facilmente operabili anche solo con il click e non con lo stato di *hover*, cioè passando con il cursore del mouse sopra la voce, per poter essere così utilizzati anche sui dispositivi mobili. Questo aiuta anche a rendere questi menu più facilmente utilizzabili con la sola tastiera, requisito indispensabile per ottemperare alle normative sull'accessibilità.

Il problema principale per i menu è far capire all'utente cosa significa, e quindi cosa troverà cliccando su una determinata voce. Le voci devono essere adeguate agli utenti di riferimento, siano essi specialisti o semplici cittadini. Per ottenere un menu composto da voci adeguate bisogna scegliere parole ad alta frequenza. Tuttavia, è importante che siano contemporaneamente significative: cioè che indichino chiaramente cosa si trova sotto quella voce. Infine, non dovrebbero essere troppo simili le une alle altre.

Per tanti aspetti, conta molto come vengono implementati i menu, come vengono scelte le voci, come vengono gestiti i dettagli tecnici: nel dubbio però è bene ricordarsi che ogni soluzione va testata e verificata con gli utenti.