

Report usabilità del portale

<https://www.provincia.tn.it/>

Primo trimestre 13.07.2021 - 13.10.2021

ex. CAD art. 7, Comma 3

1. Contesto	1
1.1 Il nuovo portale istituzionale della Provincia autonoma di Trento	2
1.2. Adeguamento alle specifiche normative per la comunicazione web	5
1.3 Stato della migrazione dei contenuti dai vecchi portali	6
2. Analisi di traffico	11
Metodologia utilizzata	11
2.1 Dati generali relativi agli accessi	13
Utenti di ritorno	16
Dati geografici	17
Tecnologia e dispositivi di accesso	17
2.2 Canali di accesso al portale	19
2.3 Comportamento dei visitatori del sito	21
Contenuti, pagine di entrata e di uscita	21
3. Analisi soddisfazione utenti	24
Chi sono gli utenti del portale	24
Quanti hanno mandato un feedback	24
Prime reazioni di soddisfazione insoddisfazione	25
Azioni di miglioramento intraprese e in corso	28
Test servizi online per manutenzione evolutiva	29
4. Conclusioni	29

1. Contesto

Il nuovo portale istituzionale della Provincia autonoma di Trento è **stato pubblicato il 13 luglio 2021** avviando la sostituzione della versione precedente¹ online da più di quindici anni, durante i quali è diventato il punto di snodo per tutti i portali tematici della Provincia, proliferati nel tempo sulla base delle diverse necessità comunicative dei settori di attività dell'ente e delle relative unità organizzative.

La Provincia ha scelto di procedere ad una **migrazione graduale dei contenuti sul nuovo portale**, lasciando provvisoriamente ancora online i canali tematici afferenti ai settori di attività dell'Ente e mantenendo ancor attivo in home page l'accesso alla versione precedente del portale.

Questo rapporto illustra alcuni dati relativi al **processo di migrazione e revisione dei contenuti** nel nuovo portale, **agli accessi e alla soddisfazione degli utenti** nei primi tre mesi di attività (luglio 2021 - ottobre 2021) secondo le indicazioni delle **linee guida dell'Agenzia per l'Italia Digitale (AGID) sul design per i servizi web della PA**².

1.1 Il nuovo portale istituzionale della Provincia autonoma di Trento

La necessità di rivedere la comunicazione web della Provincia è stata resa più evidente negli ultimi anni dalla rapida evoluzione della rete e dalle linee guida di AGID sul design dei servizi digitali. Le **componenti tecnologiche precedentemente utilizzate sono risultate per diversi aspetti obsolete**, in particolare per la gestione dei contenuti da parte dei redattori, la **sicurezza, l'accessibilità e l'usabilità da parte degli utenti**.

L'art.53 comma 1 del codice dell'amministrazione digitale³ pone l'attenzione proprio su questi aspetti, richiamati anche dalle linee guida AGID allo scopo di "definire e orientare la progettazione e la realizzazione dei servizi digitali erogati dalle amministrazioni":

Le pubbliche amministrazioni realizzano siti istituzionali su reti telematiche che rispettano i principi di accessibilità, nonché di elevata usabilità e reperibilità, anche da parte delle persone disabili, completezza di informazione, chiarezza di linguaggio, affidabilità, semplicità di consultazione, qualità, omogeneità ed interoperabilità. (...)

Questa necessità è risultata comune a diversi **enti del territorio, coi quali si è deciso di convergere verso degli standard** che aiutassero gli utenti ad orientarsi nella navigazione dell'insieme dei portali del sistema pubblico trentino (sistema dei comuni e la Provincia, ma

¹ <http://old.provincia.tn.it/> la prima versione del portale realizzato con il cms Netbox è andata online il 22/11/2005, la seconda nel 5/09/2011, il portale precedente presenta una soluzione tecnologica non sicura e non più adeguata agli standard per la comunicazione dei siti web della PA .

² [Linee guida di design per i servizi digitali della PAT \(link\)](#)

³ Art.53 D.lgs 7 marzo 2005, n. 82 - "[Codice dell'amministrazione digitale](#)" (link)

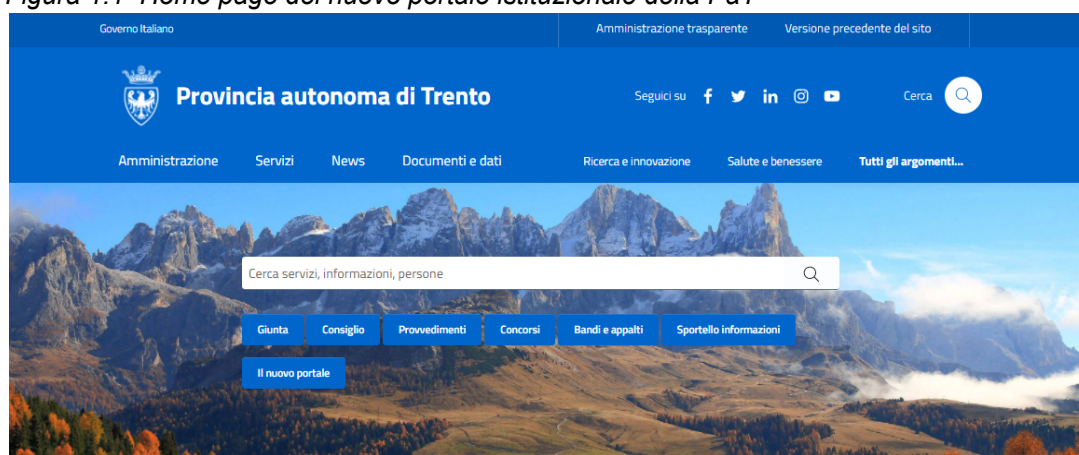
anche l'APSS, ecc.) per accedere alle informazioni e ai servizi. La convergenza è stata formalizzata con 2 accordi di collaborazione istituzionale con il Consorzio dei Comuni Trentini approvati dalla Giunta Provinciale⁴.

L'intesa istituzionale finalizzata alla revisione dei portali web in conformità alle linee guida nazionali è stata portata avanti anche con il Dipartimento per la trasformazione digitale della Presidenza del Consiglio dei Ministri (accordo del 13 novembre 2020 PAT-CCT-Dipartimento) e dal 2021 con AGID⁵.

In quest'ottica il nuovo portale provinciale è stato costruito utilizzando il [kit per la costruzione di un sito web comunale](#) pubblicato da Designers Italia, riusando quanto realizzato dal sistema dei comuni trentini; l'interfaccia che ne è risultata (figura 1.1) è evidentemente molto diversa, semplificata e adatta ad una fruizione anche tramite cellulare, rispetto a quella del portale precedente (figura 1.2).

Il modello per i siti comunali è stato adattato al contesto della Provincia autonoma, la cui complessità istituzionale e le cui competenze derivanti dallo statuto speciale si riflettono in una maggiore varietà e quantità di contenuti da comunicare; tale lavoro di adattamento continuerà nell'evoluzione progressiva del portale, grazie soprattutto al confronto costante con le redazioni dei vari settori della PAT e con gli utenti, coi quali verranno organizzate delle sessioni di test.

Figura 1.1 Home page del nuovo portale istituzionale della PaT



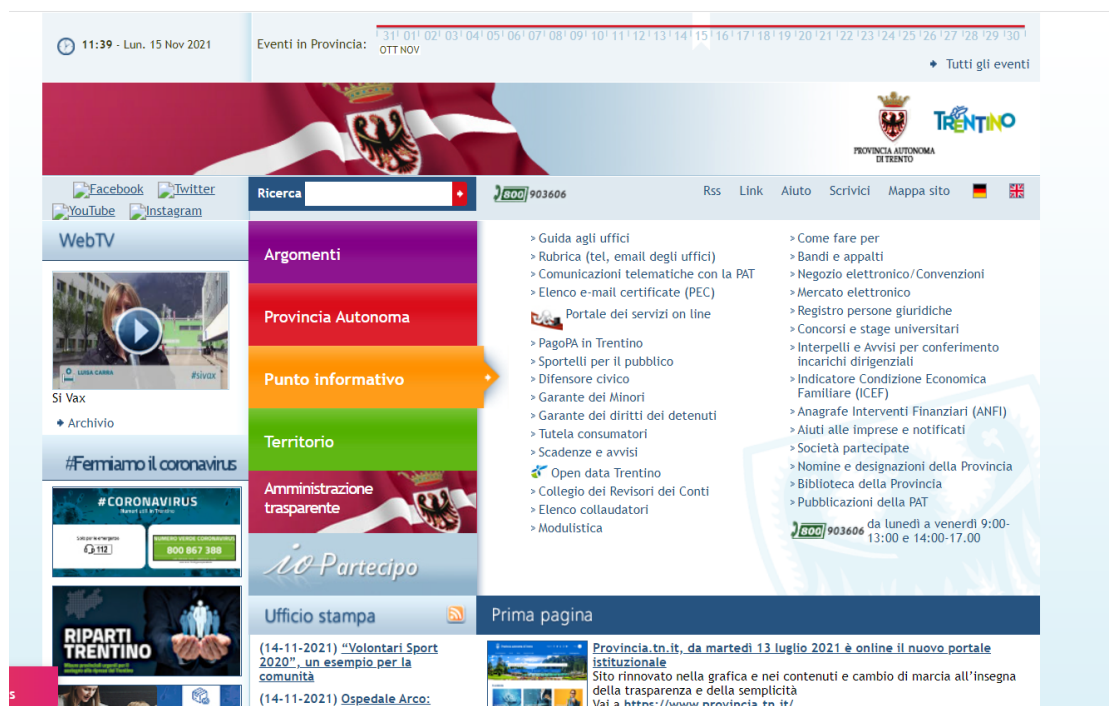
In evidenza



⁴ [Accordo di Collaborazione strategica \(link\)](#) tra la Provincia autonoma di Trento e il Consorzio dei Comuni Trentini, coadiuvati tecnologicamente dalla Società Trentino Digitale - 24 aprile 2020; [Accordo di cooperazione istituzionale \(link\)](#) tra la Provincia autonoma di Trento, il Consorzio dei Comuni Trentini e il Dipartimento per la trasformazione digitale della Presidenza del Consiglio dei Ministri - 13 novembre 2020

⁵ [Accordo di collaborazione territoriale \(link\)](#) tra la Provincia autonoma di Trento e l'Agenzia per l'Italia digitale (AgID) - 26 luglio 2021

Figura 1.2 Home page del portale istituzionale della PaT precedente



Il nuovo portale istituzionale è stato concepito per diventare il **punto principale di accesso alle informazioni di competenza della Provincia autonoma di Trento per cittadini, imprese, e altre pubbliche amministrazioni**; per raggiungere questo obiettivo si è deciso di:

- **migrare nel nuovo portale la gran parte dei contenuti** attualmente ospitati sui siti tematici;
- **allineare l'architettura delle informazioni dei portali tematici che rimarranno online e dei nuovi portali** a quella definita nel portale istituzionale, impostando dei flussi di informazioni tra i diversi siti che permettano di trovare le informazioni dai diversi contesti web della Provincia.

Il principio fondamentale dell'idea progettuale è **evitare la moltiplicazione e la ridondanza delle informazioni**, garantendo così all'utente un servizio efficace.

La strutturazione delle sezioni del portale riflette il cambiamento **nella logica di navigazione affermatosi in rete negli anni più recenti**. L'elemento più rilevante è il **motore di ricerca**⁶, elemento centrale della homepage (fig. 1.1) ma raggiungibile da tutte le pagine, che attraverso la ricerca testuale e l'utilizzo di filtri personalizzabili mette al centro la domanda dell'utente, invece che guidarlo alla ricerca della pagina specifica nella quale il contenuto è inserito.

I contenuti sono inseriti e navigabili nel portale attraverso due diverse modalità: il tipo di contenuto e l'argomento a cui afferisce.

⁶ [Definizione e storia motori di ricerca - Wikipedia](https://it.wikipedia.org/wiki/Definizione_e_storia_motori_di_ricerca)

Per quanto riguarda la navigazione per tipo di contenuto, le informazioni sono classificate in **4 sezioni principali**, corredate da diverse sotto-sezioni:

1. **[Amministrazione](#)** → informazioni inerenti l'ente della Provincia autonoma di Trento (es: organi politici, strutture organizzative, personale, enti).
2. **[Servizi](#)** → informazioni sui servizi pubblici offerti dalla Provincia autonoma di Trento, a tendere diventerà il catalogo di tutti i servizi della PaT, in conformità al [Single Digital Gateway europeo](#)⁷.
3. **[News](#)** → notizie, comunicati stampa e avvisi.
4. **[Documenti e Dati](#)** → documentazione e dati pubblicati dagli uffici provinciali.

La navigazione per argomenti avviene cliccando sulla voce [“tutti gli argomenti”](#) presente in home page; nella pagina vengono mostrate **le principali aree di intervento della Provincia autonoma**, ognuna con **una pagina dedicata che aggrega i contenuti per tipologia (servizi, documenti, dati, notizie, ecc.) e gli argomenti di livello inferiore**.

Queste sezioni tematiche ospiteranno in futuro tutte le informazioni relative allo specifico settore, rivestendo la funzione che per anni hanno svolto i siti tematici esterni, la maggior parte dei quali verrà dismessa col tempo.

La caratteristica fondamentale del portale che abilita le tipologie di navigazione descritte riguarda la strutturazione delle informazioni: ogni contenuto pubblicato sul sito viene classificato dai redattori secondo uno schema composto da:

- tipologie di contenuto (Classi);
- ambiti di attività della PaT (Argomenti).

Il contenuto viene quindi così “mappato” e reso più trovabile sul portale e sul web, grazie anche alla possibilità di collegarlo con altri contenuti del portale.

Per spiegare agli utenti la logica del nuovo portale è stata predisposta una [pagina informativa \(“il nuovo portale”\)](#) accessibile dalla home page.

1.2. Adeguamento alle specifiche normative per la comunicazione web

Attraverso la collaborazione con AGID formalizzata nell'accordo istituzionale di cui sopra la Provincia ha intrapreso un percorso di adeguamento agli standard richiesti.

La tabella che segue mostra lo stato **dell'adeguamento a regolamenti, normative e linee guida specifiche per la comunicazione web** alla data di pubblicazione di questo report.

⁷ Il [regolamento europeo 2018/1724](#) ha istituito uno sportello digitale unico per europeo per l'accesso ai servizi, il [portale Your Europe](#), che metterà in collegamento i portali nazionali per fornire informazioni a cittadini e imprese su come vengono applicate le norme dell'UE in ciascun paese dell'UE per gli utenti transfrontalieri, nonché su servizi di assistenza disponibili.

Tabella 1.1 Stato del portale in merito all'adeguamento alle normative per la comunicazione web

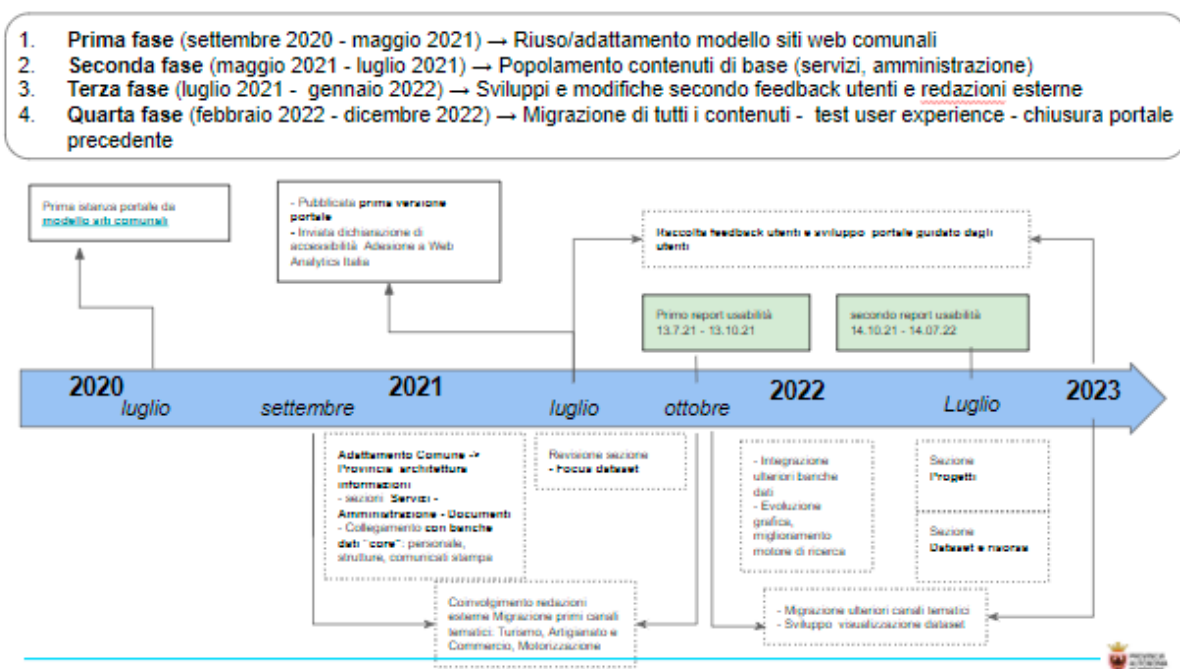
Cosa	Riferimento	Stato conformità
Accessibilità	1) Direttiva UE 2016/2102 2) D.lgs 10 agosto 2018, n. 106 3) Linee guida di design per i servizi web della PA - 5.1 e 5.5	1) Dichiarazione di accessibilità inviata - sito parzialmente conforme 2) Miglioramenti accessibilità in corso
Privacy	1) Regolamento (UE) 2016/679 2) Linee guida cookie e altri strumenti di tracciamento - 10 giugno 2021 3) Linee guida di design per i servizi web della PA - 5.2	1) Pubblicate Informativa privacy e Informativa cookies 2) Gestione cookies adeguata alle linee guida del Garante per la protezione dei dati personali
Sicurezza	1) Circolare AGID 18 aprile 2017 - Misure minime di sicurezza ICT per le pubbliche amministrazioni 2) Linee guida di design per i servizi web della PA - 5.2	Portale pubblicato con protocollo https
Usabilità	Linee guida di design per i servizi web della PA - punti 5.3 e 5.6	1) Svolti test con i redattori delle strutture PAT e conseguenti adattamenti all'architettura dell'informazione 2) Si prevedono test di usabilità con varie tipologie di utenti 3) Utilizzate ontologie e vocabolari standard 4) Portale ottimizzato per dispositivi mobili
Monitoraggio dei servizi	Linee guida di design per i servizi web della PA - punti 5.4 e 5.5	1) Creato Meccanismo di feedback / Segnala un problema ; è possibile comunicare sia dal footer che per ogni pagina. Cfr analisi qui sotto 2) Aderito a Web Analytics Italia per monitorare e analizzare i dati di traffico 3) Pubblicati i dati di traffico tramite i widget di Web Analytics Italia: link

1.3 Stato della migrazione dei contenuti dai vecchi portali

Il risultato finale a cui mira il progetto non riguarda solo l'evoluzione del portale istituzionale, ma la **creazione di una rete di portali** che, grazie all'adesione agli standard definiti con il rinnovamento del portale istituzionale sulla base delle linee guida di AGID, **riesca a garantire al cittadino un servizio migliore**. A tale scopo si è valutato di **mantenere online alcuni siti web provinciali** che presentano già un buon livello di adeguamento o sono

predisposti per essere adeguati agli standard attraverso un lavoro di revisione e allineamento.

Figura 1.3 Fasi e timeline del progetto



Di conseguenza, il gruppo di lavoro dedicato al progetto sta lavorando principalmente su 2 filoni di attività:

- la migrazione dei **contenuti dai portali tematici** da dismettere;
- l'allineamento agli standard dei portali tematici che rimarranno online.**

Per favorire tali processi e svolgerli in maniera efficiente sono in corso attività di particolare rilevanza quali:

- l'evoluzione della piattaforma OpenCity** utilizzata per la creazione del portale;
- l'analisi e l'adattamento dell'architettura delle informazioni**, con particolare riferimento alle [classi di contenuto](#) e alla struttura degli [Argomenti](#);
- la **formazione e il supporto alla rete dei redattori** responsabili dei contenuti dei rispettivi uffici provinciali.

Per ogni portale provinciale è stata fatta una prima valutazione per capire la prospettiva di migrazione o allineamento, analizzandone la tecnologia, l'architettura delle informazioni e altre caratteristiche. Nelle tabelle sottostante si riportano alcuni dati raccolti:

Tabella 1.2 CMS/Web framework dei siti web PaT

CMS/WEB FRAMEWORK	Nr. siti web
EZPUBLISH	61
NETBOX	53
NON IDENTIFICATO	20
MICROSOFT ASP.NET	7
FRONTPAGE	4
LOTUS	2
CKAN	1
DRUPAL	1
OCTOBER CMS	1
WEEBLY	1
WORDPRESS	1
Totale generale	152

Tabella 1.3 Siti web tematici della PaT suddivisi per Argomenti

Argomento primario portale istituzionale	Nr. siti web
PUBBLICA AMMINISTRAZIONE	49
AMBIENTE	21
FAMIGLIA, SOCIALE, COMUNITA'	16
ECONOMIA, IMPRESE, ATTIVITA' PRODUTTIVE	12
EUROPA E ATTIVITA' INTERNAZIONALI	8
ISTRUZIONE E FORMAZIONE	7
MOBILITA' E TRASPORTI	7
TERRITORIO, URBANISTICA ED EDILIZIA	7
CULTURA	5
SICUREZZA E PROTEZIONE CIVILE	5
TURISMO E SPORT	5
AGRICOLTURA E PRODOTTI ALIMENTARI	3
ENERGIA	2
RICERCA E INNOVAZIONE	2
LAVORO E OCCUPAZIONE	1
SALUTE E BENESSERE	1
ALTRO	1
Totale generale	152

Tabella 1.4 Prospettive evoluzione siti web PaT

Ipotesi evoluzione	N. portali
Migrare portale principale Sito che verrà dismesso migrando integralmente i contenuti nel nuovo portale istituzionale	87
Allineare Sito tematico che rimarrà online ma dovrà essere rivisto allineandolo agli standard definiti col nuovo portale istituzionale	31
Migrare portale verticale Sito tematico che verrà dismesso migrando integralmente i contenuti in un nuovo portale tematico allineato agli standard definiti col nuovo portale istituzionale	22
Rifare Sito che verrà rifatto creando un nuovo portale tematico allineato agli standard definiti col nuovo portale istituzionale	7
Valutare Sito per il quale è necessario approfondire ancora la prospettiva di migrazione	4
Gestire Sito già allineato agli standard definiti col nuovo portale istituzionale	1
Totale generale	152

Nella figura sottostante sono riportati alcuni dati sui **contenuti attualmente pubblicati sul portale istituzionale**.⁸

Figura 1.4 Contenuti pubblicati sul portale istituzionale al 13/10/2021



Come evidente dai dati mostrati nell'immagine (148 servizi pubblicati in 3 mesi, circa 50 al mese di media) in questa prima fase una particolare attenzione è stata posta sulla

⁸ Fonte: Cruscotto di monitoraggio in tempo reale dei contenuti pubblicati sul nuovo portale istituzionale.

migrazione dei servizi pubblici e della relativa modulistica, al fine di popolare il nuovo catalogo dei servizi presente sul portale istituzionale. In questo processo è prevista anche la dismissione dei portali www.modulistica.provincia.tn.it e www.procedimenti.provincia.tn.it e la graduale migrazione dall'attuale [portale dei servizi online](#), attualmente i punti di riferimento per i servizi digitali del territorio.

Una delle principali progettualità future ha come obiettivo la creazione di un **portale che raggruppi i servizi pubblici offerti da tutti gli enti del territorio trentino**, raccogliendo l'esperienza del portale dei servizi online ed evolvendola grazie alle nuove tecnologie esistenti e al lavoro di strutturazione delle informazioni in corso presso le pubbliche amministrazioni locali.

2. Analisi di traffico⁹

Questo capitolo si pone l'obiettivo di analizzare i dati relativi agli accessi al portale nel periodo 13 luglio - 15 ottobre al fine di individuare i comportamenti degli utenti e le modalità di fruizione dei contenuti.

Metodologia utilizzata

Sono stati utilizzati gli strumenti di web analytics forniti da Google Analytics, tramite cui è stato possibile ricavare informazioni sulla tipologia di utenti e sulla modalità di fruizione dei contenuti:

- pagine viste, visite, visitatori, tempo di permanenza medio;
- pagine di entrata e pagine di uscita;
- nuovi visitatori e visitatori di ritorno;
- canali di accesso e siti di provenienza;
- modalità di accesso;
- pagine più richieste.

Nelle tabelle seguenti sono riportate le principali metriche e dimensioni utilizzate nell'analisi, come definite nelle [Linee guida di design per i servizi web della Pubblica Amministrazione](#) e sulla [Guida di Google Analytics](#).

Tabella 2.1 Definizioni delle metriche utilizzate

⁹ Questo paragrafo è una prima risposta a quanto previsto dal capitolo sul [monitoraggio dei servizi web](#) delle PA nelle linee guida per i siti delle PA, e nello specifico in questo passaggio "SI DOVREBBE aderire alla piattaforma Web Analytics Italia (WAI), soluzione open source di raccolta, analisi e condivisione dei dati di traffico e comportamento utente dedicata ai siti web delle amministrazioni pubbliche italiane". Per ora è stato utilizzato Google Analytics nel prossimo rapporto ci stiamo allineando a Web Analytics Italia.

Metrica (dati quantitativi)	Definizione	A cosa serve
Visite o sessioni	Numero totale di visite al sito in un dato intervallo di tempo (anche da parte dello stesso utente). Per impostazione predefinita, se un utente non è attivo per 30 minuti o più, qualsiasi attività futura verrà attribuita a una nuova sessione. Gli utenti che abbandonano il sito e tornano entro 30 minuti verranno conteggiati come parte della sessione originale.	Rappresenta il volume di traffico che il sito riceve in un determinato lasso temporale
Utenti o visite uniche	Numero di singoli individui (o singoli IP) che ha effettuato almeno una visita al sito.	E' la metrica che restituisce in maniera accurata il numero di singoli individui che ha interagito con il sito in un dato lasso di tempo
Visualizzazioni di pagina	Numero totale di pagine visitate, anche da parte dello stesso utente, in un dato intervallo di tempo. Comprende visualizzazioni ripetute della stessa pagina	Indica il volume complessivo dei contenuti del sito acceduti dagli utenti
Pagine visitate per visita o sessione	Media aritmetica del numero di pagine visitate per visita al sito. Comprende le visualizzazioni ripetute della stessa pagina.	Offre indicazioni sulla "profondità" delle visite al sito e sul livello di coinvolgimento dei contenuti.
Durata delle visite o sessioni	Media aritmetica della durata di una singola visita al sito	Indica il tempo medio trascorso dai visitatori sul sito
Tempo sulla pagina	Media aritmetica del tempo trascorso dagli utenti su una determinata pagina.	Determina l'efficacia di un contenuto, a seconda della sua tipologia e dei suoi obiettivi
Frequenza di rimbalzo	Percentuale di visitatori che si limita a visitare una sola pagina	Misura la quota di utenti che arrivano al sito e lo abbandonano subitaneamente. La percentuale di frequenza di rimbalzo può essere interpretata in maniera opposta a seconda della natura del sito: ad esempio una frequenza di rimbalzo alta per un sito informativo è indice del fatto che le pagine potrebbero essere scarsamente utili/interessanti, mentre può essere considerata un dato

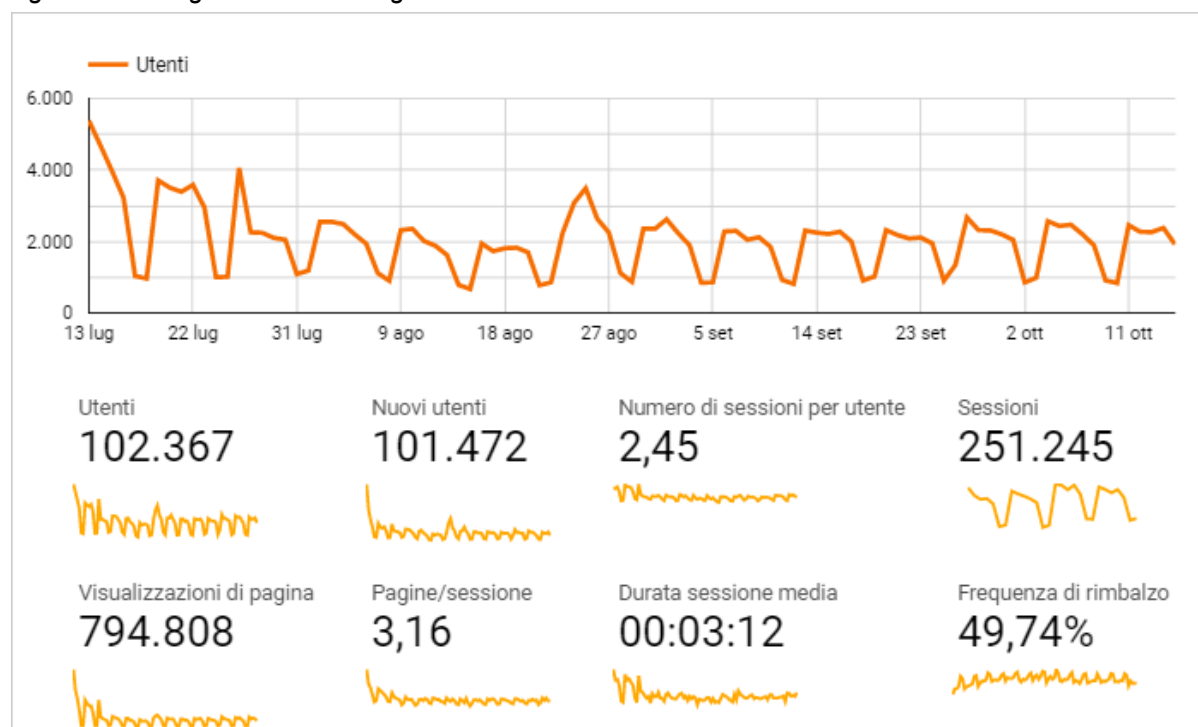
		positivo per un sito o una pagina che hanno il semplice scopo di direzionare gli utenti altrove.
Nuove visite o nuovi utenti	Percentuale delle prime visite al sito sul totale delle visite	Metrica utile in particolare quando l'obiettivo del sito è quello di accrescere i volumi di traffico provenienti da nuove tipologie di visitatori.

Tabella 2.2 Definizioni delle dimensioni utilizzate

Dimensione (attributo qualitativo dei dati)	Definizione
Provenienza geografica	Luogo da cui provengono le visite degli utenti
Tecnologia utilizzata	Strumenti tecnologici utilizzati dagli utenti per la navigazione sul sito (tipologia di dispositivo, browser, sistema operativo)
Contenuti	Le pagine visitate, le pagine di entrata e di uscita dal sito
Canali di acquisizione del traffico	Canali web tramite cui gli utenti arrivano al sito. Il raggruppamento di canali principali comprende: traffico diretto, ricerca organica (cioè traffico proveniente dai motori di ricerca), siti referenti, social.

2.1 Dati generali relativi agli accessi

Figura 2.1 Dati generali relativi agli accessi

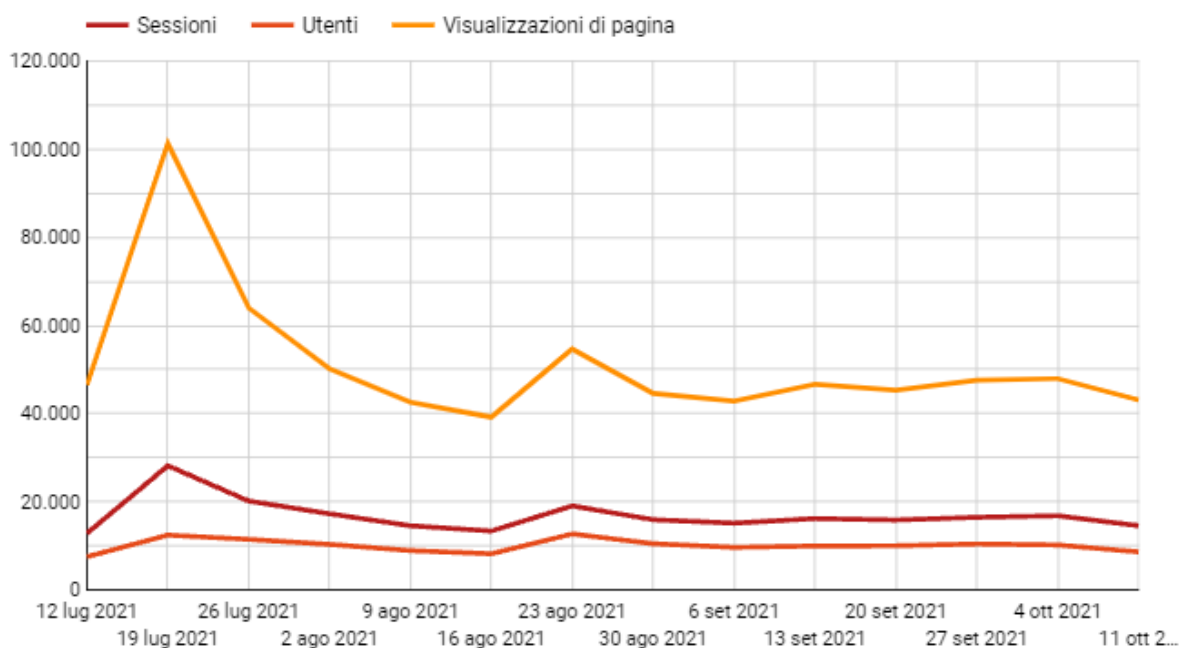


Nel periodo di analisi il sito è stato visitato da 102.367 utenti, di cui 101.472 nuovi utenti: in media ciascun utente ha avviato 2,45 sessioni della durata media di circa 3 minuti, per un totale di 251.245 sessioni. Sono state visualizzate in totale 794.808 pagine, in media circa 3 per sessione. In media si è registrata una [frequenza di rimbalzo](#) del 49,74%, che sale al 53,26% se consideriamo solo i nuovi utenti.

Durante il periodo considerato, si sono registrati in media 1.923 utenti giornalieri, 9.799 utenti settimanali, 32.535 utenti mensili.

Nel grafico di Figura 2.2 si riportano il numero di *utenti*, il *numero di sessioni* e il *numero di pagine* viste in ciascuna settimana del periodo di analisi.

Figura 2.2: Numero di sessioni, numero di utenti e numero di pagine visualizzate nel periodo di analisi. Dati settimanali



Il grafico evidenzia una fase iniziale di attività più intensa, associabile all'uscita del nuovo portale, una successiva flessione negativa nel periodo di ferie estive, in cui l'utenza è fisiologicamente poco attiva, e, a partire dalla seconda metà del mese di agosto una ripresa e un successivo assestamento del traffico su valori abbastanza costanti.

Il rapporto fra visite e visite uniche (linea rossa e linea arancione del grafico), che può fornire informazioni su quanto i visitatori siano fedeli, risulta abbastanza costante, tolte le prime settimane di assestamento dopo l'uscita del portale.

Il grafico in Figura 2.3 riporta gli stessi dati su base giornaliera: oltre a confermare il periodo iniziale di attività più intensa e il successivo progressivo assestamento, è evidente come la maggior parte del traffico si concentri nei giorni lavorativi della settimana, con un evidente calo nelle giornate di sabato e domenica.

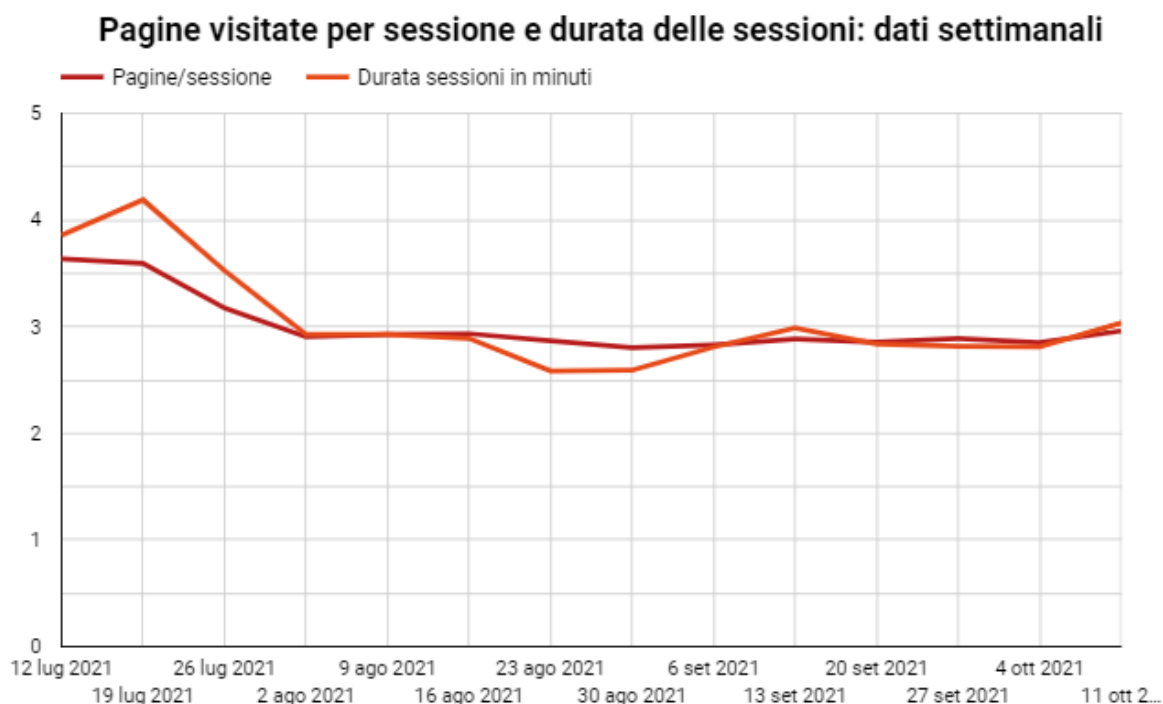
Figura 2.3: Numero di sessioni, numero di utenti e numero di pagine visualizzate nel periodo di analisi. Dati giornalieri



Nel grafico di Figura 2.4 si riportano il *numero di pagine visitate per sessione* e la *durata delle sessioni* (in minuti), che possono dare informazioni sul grado di coinvolgimento dell'utente.

Anche questi indicatori, dopo la fase iniziale, risultano stabili, segno che l'attività del visitatore non subisce variazioni nel periodo analizzato.

Figura 2.4: Numero medio di pagine visitate per sessione e durata media (in minuti) delle sessioni nel periodo di analisi. Dati settimanali.



Utenti di ritorno

La seguente tabella mostra i dati relativi agli utenti di ritorno per l'intero periodo analizzato, ovvero gli utenti che ritornano sul sito dopo averlo già visitato. Pur costituendo solo il 21,9% degli utenti totali, gli utenti di ritorno avviano circa il 60% delle sessioni e presentano una [frequenza di rimbalzo](#) leggermente inferiore rispetto ai nuovi utenti. Inoltre si fermano sul sito per un tempo maggiore rispetto ai nuovi utenti.

Tabella 2.2: Dati di confronto fra nuovi utenti e utenti di ritorno nel periodo di analisi.

Tipo di utente	Utenti	Sessioni	Frequenza di rimbalzo	Pagine per sessione	Durata media della sessione (minuti)
Nuovo utente	102.100 (79,2%)	101.494 (40,4%)	53,3%	3,20	02:27
Utente di ritorno	26.749 (20,8%)	149.751 (59,6%)	47,4%	3,14	03:43

Dati geografici

Oltre il 95% degli utenti si collega al portale dall'Italia. La Tabella 2.3 mostra le 15 città che registrano il maggior numero di accessi nel periodo considerato. Vista la natura del portale, non stupisce il fatto che il numero più alto di accessi avvenga dalla città di Trento; gli utenti

di Trento tendono inoltre a rimanere sul sito per un tempo mediamente più lungo e presentano una [frequenza di rimbalzo](#) inferiore alla media.

Tabella 2.3: Dati relativi agli accessi effettuati dalle 15 città italiane che hanno registrato il maggior numero di accessi nel periodo di analisi.

Città	Utenti	Nuovi utenti	Sessioni	Frequenza di rimbalzo	Pagine/ sessione	Durata sessione media (minuti)
Trento	22.320	20.152	72.624	43,58%	3,71	4,12
Milano	14.152	12.498	24.244	53,79%	2,63	2,02
Bolzano	6.941	5.503	14.449	50,84%	2,85	2,70
Verona	6.640	5.548	13.529	51,33%	2,94	2,56
Roma	5.127	4.531	7.387	57,33%	2,64	1,66
Rovereto	2.804	2.261	5.778	46,43%	3,31	3,05
Bologna	1.714	1.334	2.442	48,89%	3,02	2,16
Pergine Valsugana	1.484	725	4.280	48,20%	2,95	3,33
Torino	1.438	1.141	1.861	61,10%	2,41	1,58
Formello	1.205	860	2.290	53,41%	2,58	2,46
Firenze	1.092	847	1.859	51,37%	2,72	1,92
Vicenza	1.045	780	1.404	55,91%	2,68	1,81
Napoli	966	882	1.196	60,12%	2,47	1,39
Treviso	844	619	1.101	53,95%	2,70	1,58
Merano	831	547	1.267	51,14%	2,84	2,23

Tecnologia e dispositivi di accesso

Il 57,9% degli utenti ha effettuato l'accesso da desktop, il 40,2% da dispositivo mobile e solo una parte residuale (1,9%) da tablet. Oltre il 69% delle sessioni vengono avviate da desktop e tali sessioni risultano mediamente più lunghe; durante le sessioni avviate da desktop vengono visualizzate mediamente più pagine e la [frequenza di rimbalzo](#) risulta inferiore rispetto a quella registrata per le sessioni avviate da dispositivi mobili (Figura 2.5 e Tabella 2.4).

Figura 2.5: Tipo di dispositivo utilizzato dagli utenti per l'accesso al portale nel periodo di analisi.

Dispositivi utilizzati per accedere al portale

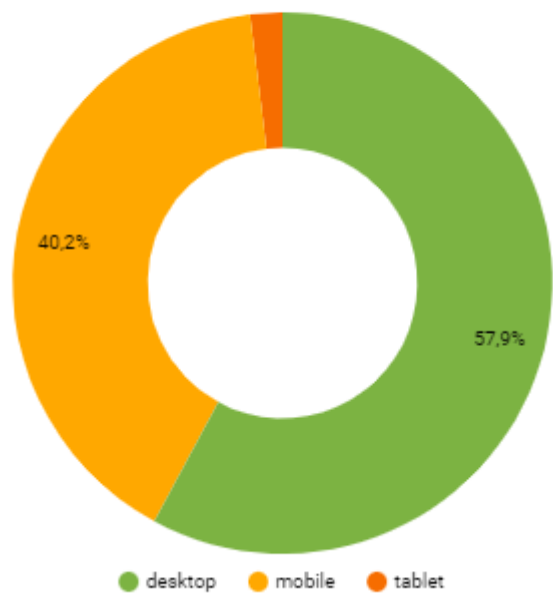


Tabella 2.4: Dati di confronto relativi alla tipologia di dispositivo utilizzato per l'accesso al portale nel periodo di analisi.

Categoria dispositivo	Utenti	Nuovi utenti	Sessioni	Frequenza di rimbalzo	Pagine/sessione	Durata sessione media (minuti)
desktop	59.415 (57,9%)	58.657 (57,8%)	174.271 (69,4%)	46,2%	3,48	3,87
mobile	41.249 (40,2%)	40.882 (40,3%)	73.173 (29,1%)	57,8%	2,44	1,68
tablet	1.965 (1,9%)	1.955 (1,9%)	3.801 (1,5%)	55,5%	2,74	2,13

Andando ad analizzare questi dati più in dettaglio (Tabella 2.5) si vede che Chrome è il browser più utilizzato; viene utilizzato principalmente da utenti Windows e, su dispositivo mobile, da utenti Android. Come osservato in precedenza, i dati mostrano che le sessioni da

dispositivo mobile sono più brevi e presentano una [frequenza di rimbalzo](#) più alta. Il secondo browser più utilizzato è Safari, associato a dispositivi Apple, che mostra una frequenza di rimbalzo superiore sia da desktop che da dispositivo mobile.

Tabella 2.5: Dati relativi agli accessi effettuati con i sistemi operativi e i browser più utilizzati dagli utenti nel periodo di analisi

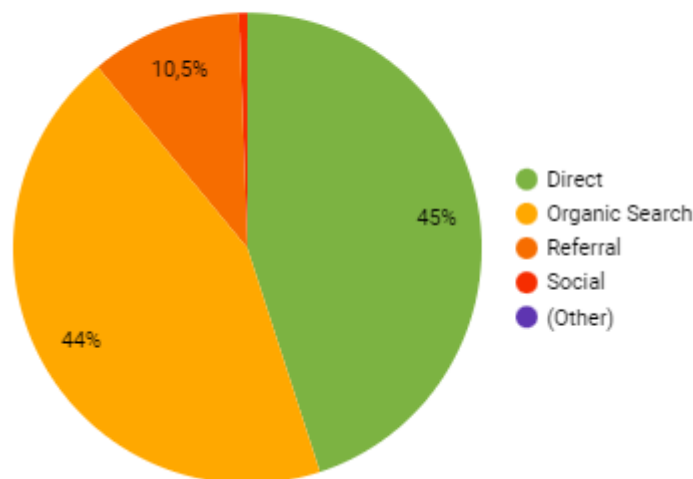
Browser	Sistema operativo	Utenti	Frequenza di rimbalzo	Durata sessione media (minuti)
Chrome	Windows	37.763 (37,0%)	44,3%	4,26
Chrome	Android	22.144 (21,7%)	53,5%	1,93
Safari	iOS	12.499 (12,2%)	63,7%	1,21
Firefox	Windows	6.228 (6,1%)	47,1%	2,95
Edge	Windows	4.688 (4,6%)	46,8%	2,94
Safari	Macintosh	4.440 (4,4%)	53,0%	2,76
Android Webview	Android	3.061 (3,0%)	71,7%	0,67
Internet Explorer	Windows	2.882 (2,8%)	55,3%	3,66
Samsung Internet	Android	2.609 (2,6%)	56,7%	2,25
Chrome	Macintosh	1.881 (1,8%)	49,2	2,33

2.2 Canali di accesso al portale

Come si vede nella Figura 2.6, la gran parte degli accessi proviene da motori di ricerca (organic search) (44%) o sono accessi diretti, ovvero accessi che avvengono digitando direttamente nel browser l'indirizzo web della pagina o tramite i preferiti salvati nel browser (45%). Risultano avere un peso minore gli accessi da siti con link e banner (referral) (10,5%) e un ruolo marginale gli accessi dai canali social (0,5%). I dati relativi ai nuovi utenti non si discostano significativamente da quelli relativi al totale degli utenti (vedi Tabella 2.6).

Figura 2.6: Canali di accesso al portale nel periodo di analisi.

Canali di accesso al portale



Il dato relativo agli accessi diretto è piuttosto alto; alcuni dei casi in cui questo può avvenire sono:

- l'utente accede a una pagina del portale dalla lista dei propri link preferiti;
- l'utente accede alla pagina da altri programmi (client di posta, file Word, Excel, etc.);
- l'utente accede ad una pagina del portale dopo la scadenza della sessione precedente (la durata della sessione è di 30 minuti);
- l'utente conosce l'indirizzo esatto della pagina richiesta e lo inserisce manualmente nella barra degli indirizzi del proprio browser.

E' importante sottolineare che gli accessi legati alla scadenza della sessione potrebbero causare una sovrastima delle visite ad accesso diretto. Nonostante ciò, un accesso diretto pari al 45% di visite è sicuramente indicatore di un utilizzo del portale da parte di utenti abituali.

Il dato relativo alla provenienza da motori è in linea con il tipo di navigazione che si va sempre più affermando, quello tramite motori di ricerca. Oltre il 95% degli utenti ha utilizzato Google come motore di ricerca.

Per quel che riguarda gli accessi provenienti da altri siti, la maggior parte provengono da siti istituzionali (comuni, regione, altri siti del sistema pubblico provinciale). L'unico sito esterno al sistema istituzionale che indirizza un numero significativo di visite è il blog www.concorsipubblici.net.

Analizzando i dati della tabella 2.6 di nota inoltre che gli utenti che arrivano direttamente o tramite ricerca diretta sul portale tendono a fermarsi per un tempo maggiore e a visitare più pagine; la loro [frequenza di rimbalzo](#) è significativamente minore di quella che sono indirizzati sul portale da altri siti o dai canali social.

Tabella 2.6: Dati di confronto relativi agli accessi al portale effettuati attraverso diversi canali nel periodo di analisi.

Fonte di accesso	Utenti	Nuovi utenti	Pagine/sessione	Durata sessione media (minuti)	Frequenza di rimbalzo
Direct	48.127 (45,0%)	48.144 (47,4%)	3,01	3,6	52,1%
Organic Search .	47.053 (44,0%)	42.948 (42,3%)	3,46	3,0	44,9%
Referral	11.187 (10,5%)	9.831 (9,7%)	2,56	2,0	61,0%
Social	609 (0,5%)	566 (0,5%)	2,29	1,7	62,3%

2.3 Comportamento dei visitatori nel sito

Contenuti, pagine di entrata e di uscita

Le tabelle 2.7 - 2.9 mostrano, rispettivamente, i dati relativi alle 10 pagine più visualizzate, e alle 10 pagine da cui gli utenti entrano ed escono più frequentemente dal sito. L'home page risulta essere, oltre che la pagina più visualizzata (41,2% delle visualizzazioni), anche la pagina da cui gli utenti entrano ed escono dal sito più frequentemente. E' probabile che i visitatori ci arrivino conoscendone l'URL, avendolo salvato tra i preferiti o attraverso i motori di ricerca. Questo trova conferma nel fatto che parole generiche come "provincia di trento" o "pat" risultano essere predominanti tra le prime 20 frasi utilizzate dagli utenti per la ricerca sui motori esterni. Tuttavia, nel 46,9% dei casi questi accessi si limitano alla visione della sola home page.

Se invece gli utenti accedono al portale attraverso una pagina più specifica (es. pagina informativa di un servizio, pagina dei concorsi pubblici) è probabile che siano interessati ad un dato argomento: la [frequenza di rimbalzo](#) abbastanza alta e il fatto che la stessa pagina si ritrovi anche nella lista delle pagine di uscita può significare che l'utente abbia trovato ciò che cercava oppure che non lo abbia trovato e non abbia motivo di proseguire la navigazione.

In generale, tra le pagine più visitate troviamo quella relativa ai concorsi pubblici, le pagine di entrata alle diverse sezioni del portale (amministrazione, documenti e dati, servizi, argomenti, news) e la pagina contenente le informazioni su un servizio pubblico attivato nel periodo considerato. Questo potrebbe riflettere una modalità di navigazione esplorativa, che l'utente utilizza per capire come è strutturato il nuovo sito. A tal proposito vale la pena

osservare che le pagine di entrata alle sezioni presentano una frequenza di rimbalzo inferiore alla media, segno che l'utente dalla pagina di presentazione della sezione prosegue la navigazione. Altre pagine più specifiche, come quella che descrive il servizio di concessione dei contributi per la costruzione della prima casa, presentano una frequenza di rimbalzo più alta della media, probabilmente perché l'utente, trovate le informazioni di suo interesse, smette di navigare.

Tabella 2.7: Dati relativi alle pagine più visualizzate nel periodo di analisi.

Pagina visitata	Visualizzazioni di pagina	Tempo medio sulla pagina (minuti)	Frequenza di rimbalzo	% uscita
/	327783 (41,2%)	1,98	46,9%	42,46%
/Documenti-e-dati/Concorsi	31725 (4,0%)	2,12	55,4%	41,22%
/Amministrazione	25681 (3,2%)	0,35	24,7%	7,25%
/Servizi	21304 (2,6%)	0,43	40,6%	8,65%
/Documenti-e-dati	20838 (2,6%)	0,32	27,9%	6,66%
/Argomenti	17235 (2,2%)	0,36	25,1%	5,67%
/Amministrazione/Personale	15993 (2,0%)	1,51	46,4%	27,89%
/Servizi/Contributo-per-la-costruzione-della-prima-casa-di-abitazione-Bando-2021	15179 (1,9%)	3,22	69,2%	57,12%
/Documenti-e-dati/Atti-amministrativi	13833 (1,7%)	2,92	46,9%	49,11%
/News	12484 (1,6%)	6,64	31,8%	19,15%

Tabella 2.8: Dati relativi alle pagine da cui gli utenti entrano più frequentemente nel sito nel periodo di analisi.

Pagina di entrata	Numero di sessioni	Frequenza di rimbalzo
/	205242 (81,7%)	46,9%
/Servizi/Contributo-per-la-costruzione-della-prima-casa-di-abitazione-Bando-2021	9073 (3,6%)	69,2%

/Servizi/Contributo-per-il-sostegno-agli-studi-post-diploma	2267 (0,9%)	62,1%
/Argomenti/Mobilita-e-trasporti	2236 (0,9%)	77,1%
/Servizi/Accesso-al-servizio-di-Bikesharing	1799 (0,7%)	80,9%
/Footer/Informativa-Cookies	1793 (0,7%)	76,6%
/index.html	1177 (0,5%)	36,7%
/Amministrazione/Personale	896 (0,4%)	46,4%
/Documenti-e-dati/Concorsi	781 (0,3%)	55,3%
/Footer/Intranet	719 (0,3%)	67,9%

Tabella 3.3: Dati relativi alle pagine da cui gli utenti lasciano il sito più frequentemente nel periodo di analisi.

Pagina di uscita	Numero di sessioni
/	139.162 (55,4%)
/Documenti-e-dati/Concorsi	13.078 (5,2%)
/Servizi/Contributo-per-la-costruzione-della-prim a-casa-di-abitazione-Bando-2021	8.670 (3,5%)
/Documenti-e-dati/Atti-amministrativi	6.793 (2,7%)
/Amministrazione/Personale	4.460 (1,8%)
/Footer/Intranet	3.319 (1,3%)
/Argomenti/Territorio-urbanistica-ed-edilizia	2.951 (1,2%)
/Argomenti/Mobilita-e-trasporti	2.492 (1,0%)
/News	2.391 (1,0%)
/Documenti-e-dati/Bandi-e-appalti	2.190 (0,9%)

3. Analisi soddisfazione utenti¹⁰

Dall'analisi precedente è emerso come nei suoi primi tre mesi di vita il nuovo portale si siano verificate queste situazioni:

- l'utenza si sia concentrata principalmente nelle giornate lavorative della settimana;
- dopo una prima fase iniziale di maggiori accessi si sia assestato un traffico relativamente costante settimanale;
- la maggior parte degli accessi arrivi da accesso diretto e, subito dopo, dai motori di ricerca;
- le pagine di accesso più frequentate siano innanzitutto l'home page, le pagine relative ai concorsi e le pagine relative all'amministrazione.

Da questi dati sembra emergere, per questi primi tre mesi di attività, la figura di un **utente prevalente interno alla pubblica amministrazione**, che sembra, per ora, accedere per valutare il cambiamento, e/o per accedere alle informazioni che gli servono come dipendente (intranet, rubrica, ecc.) piuttosto che per un utilizzo diretto delle informazioni del portale. Per andare un po' più a fondo qualitativamente alle suggestioni quantitative proposte da Google Analytics abbiamo iniziato ad analizzare le interazioni dirette avute con gli utenti.

Due sono i **canali disponibili sul portale** di interazione diretta tra utenti e redazione per segnalare eventuali problemi o soddisfazione:

1. il **meccanismo di feedback** [“segnala un problema”](#) come previsto dalla dichiarazione di accessibilità, qui esteso a criticità generali e non solo per utenti svantaggiati;
2. il **form di valutazione di ogni singola pagina**.

Da questi due canali i dati confluiscono in uno stesso database che è la fonte dati di quest'analisi per il **periodo 15 luglio 2021 - 15 ottobre 2021**.

La fase iniziale ha visto picchi elevatissimi di **segnalazioni giornaliere, anche 70 in un giorno solo**, che sono andate via via scemando nelle settimane successive: a tre mesi dall'avvio del portale si raccoglievano circa una **ventina di segnalazioni al giorno**.

Chi sono gli utenti del portale

La redazione ha come riferimento, per l'utenza del portale, tre grandi gruppi:

- **“l'utente esterno”** cioè il cittadino o l'impresa, il professionista a cui sono rivolti i **servizi erogati** dal portale (servizi informativi, servizi on line, descrizioni e rendiconto delle politiche provinciali, ecc.)

¹⁰ Questo paragrafo risponde a quanto previsto dal capitolo sul monitoraggio dei servizi web delle PA nelle linee guida per i siti delle PA, e nello specifico in questo passaggio “SI DEVE consentire agli utenti di comunicare facilmente all'amministrazione il livello di soddisfazione ed eventuali difficoltà riscontrate, rispetto alla qualità dell'informazione e dei servizi on line; SI DEVONO condurre attività di analisi e validazione dei feedback degli utenti relativi alla qualità percepita”.

- l'utente **"esterno dipendente di qualche ente, istituzione"** come per esempio, enti locali, università di Trento, case di riposo ecc. (che usa le pagine del portale per trovare informazioni utili per le proprie attività nella rete delle istituzioni o enti trentini)
- l'utente **"interno"** è il collega della Provincia che utilizza il portale come strumento di lavoro quotidiano (sia per comunicare che per cercare informazioni).

Gli strumenti di interazione hanno richiesto in modo **opzionale di inviare un e-mail**, non è possibile quindi identificare gli utenti che hanno scelto di interagire con la redazione in questi primi tre mesi di portale, solo 142 visitatori hanno lasciato l'email; per il resto, per farci un'idea di chi ha interagito con la redazione, possiamo solo inferire dai suggerimenti o critiche inviate di quale dei tre tipi di utenti si tratti. Vediamo quindi nell'insieme questi numeri per trarne alcuni consigli utili per lo sviluppo del portale.

Quanti hanno mandato un riscontro e uso di questi riscontri

La redazione ha raccolto **3.158 segnalazioni di gradimento/criticità** nei primi tre mesi di visibilità del portale. Rispetto ai **102.367 sessioni di accesso al portale**, si tratta solo di 3 interazioni ogni 100 accessi.

Non sono molti, ma rappresentano comunque un buon punto di **partenza molto utile alla redazione**.

La migrazione dal vecchio al nuovo portale è **in forte discontinuità rispetto alle prassi consolidate - da oltre due decenni - nel portale precedente**. Nel **passaggio graduale dal vecchio portale, che occuperà la redazione, le strutture provinciali e gli utenti per tutto il 2022**, l'analisi dei *feedback* degli utenti accompagnerà tutto lo sviluppo del portale fino alla migrazione totale dei contenuti, integrando da subito **suggerimenti e critiche nei processi di sviluppo della piattaforma**.

In altre parole, il nuovo portale sta usando questa prima esperienza di *"user experience"* non come un processo di "valutazione ex post delle pagine" ma come strumento per il **"processo di sviluppo delle sezioni"** guidato anche dall'interazione con gli utenti.

Un primo effetto di questa interazione è stata la risoluzione di alcuni **macro-problemi** segnalati dagli utenti:

- risolte alcune imprecisioni **del flusso dati che popola le sezioni relative alle strutture e al personale provinciali** (numeri di telefono, uffici con denominazioni imprecise, dipendenti cessati dal servizio ma ancora presenti nella rubrica ecc);
- migliorata l'**indicizzazione nel motore di ricerca interno aggiungendo sinonimi**;
- rivisti alcuni **argomenti, sotto argomenti**;
- focalizzati meglio alcuni testi e corrette **imprecisioni o refusi** sfuggiti alle verifiche pre-pubblicazione.

E' utile ricordare qui che il portale sottende una delicata architettura delle informazioni, con l'intento di non duplicare le informazioni nelle varie pagine ma di "richiamarle" da una banca dati connessa con il master di chi ne ha la titolarità (per es. l'elenco dei dipendenti pubblici, il telefono l'ufficio e la struttura a cui sono assegnati provengono da un collegamento diretto con la struttura che governa quella banca dati e quindi quell'aggiornamento).

Per questo la fase di avvio del portale, di collegamento, controllo, definizione di un processo per l'aggiornamento delle basi dati di partenza, e quindi la verifica di quanto fatto e le correttive da implementare è stata una fase di particolare importanza che ha coinvolto gli utenti nell'individuare problematiche che abbiamo via via risolto.

Prime reazioni di soddisfazione insoddisfazione

La tabella 3.1 che segue, riassume alcune quantificazioni in merito alla soddisfazione o insoddisfazione del gruppo di utenti che **hanno deciso di inviare una reazione sulla pagina che stavano consultando** (3 ogni 100 visitatori) .

Tabella 3.1 Prime interazioni con gli utenti

Dimensione	Valore	Note								
Utenti che hanno mandato un feedback sulla pagina o segnalato un problema	3.158	Sono in media 50 al giorno su una media di 2.000 utenti al giorno . Circa 3 accessi ogni 100 sono stati accompagnati da un feedback con la redazione								
Utenti soddisfatti fra quelli che hanno lasciato un ritorno	16% (493)	Gruppo degli utenti che hanno sentito l'esigenza di comunicare l'utilità della pagina e che non hanno sentito l'urgenza di manifestare una critica .								
Utenti insoddisfatti fra quelli hanno lasciato un ritorno	84% (2.665)	Gruppo molto prezioso per evidenziare le criticità da affrontare nella fase di sviluppo del portale .								
Fra gli utenti non soddisfatti quanti non hanno lasciato un commento personale	70% (1.863)	Molti hanno semplicemente segnalato un primo disagio senza esplicitare in che direzione								
Fra gli utenti non soddisfatti quanti hanno segnalato un giudizio o un problema nel dettaglio	30% (802)	3 visitatori insoddisfatti su 10 hanno dedicato un po' del loro tempo per segnalare che tipo di problema avessero riscontrato								
<table><tr><td>I contenuti non sono pertinenti</td><td>Il linguaggio non è di facile comprensione</td><td>Le informazioni non sono aggiornate</td><td>Sono presenti contenuti non accessibili</td></tr><tr><td>126</td><td>206</td><td>90</td><td>144</td></tr></table>			I contenuti non sono pertinenti	Il linguaggio non è di facile comprensione	Le informazioni non sono aggiornate	Sono presenti contenuti non accessibili	126	206	90	144
I contenuti non sono pertinenti	Il linguaggio non è di facile comprensione	Le informazioni non sono aggiornate	Sono presenti contenuti non accessibili							
126	206	90	144							
Fra gli 802 utenti che hanno indicato nella domanda chiusa un problema, quanti hanno poi descritto in dettaglio il problema	12% (314)	Complessivamente pochi hanno segnato nel dettaglio i problemi riscontrati. Si tratta però del gruppo che ci permette maggiormente di testare la “fase zero” del nuovo portale e definire un punto di partenza per valutare come nel corso								

		del 2022 il portale si svilupperà
Di quest'ultimo gruppo, quanti hanno lasciato un'email per poter essere contattati	142	Si tratta di un piccolo gruppo di utenti di particolare interesse che rappresenta per noi un valore per poter avviare una interazione e sviluppare il portale "insieme" agli utenti.

Non sono molti quelli che hanno voluto manifestare **un ritorno positivo** sulla pagina consultata, - **16 ogni 100 visitatori che hanno lasciato un commento** - se da un lato il dato disegna quindi un'uscita pubblica non così ottimistica, per il miglioramento del portale, risulta molto più interessante il gruppo che ha espresso delle critiche - **84 ogni 100 visitatori** che hanno espresso un commento. **La maggioranza di questi non ha però esplicitato la criticità - 7 visitatori ogni 100** infatti hanno manifestato un'**insoddisfazione generica** senza segnalare alla redazione dove poter intervenire. E' possibile che gran parte di questa insoddisfazione non approfondita riguardi **un generico problema di disorientamento rispetto il più che ventennale portale precedente, come anche la scelta di migrare gradualmente i contenuti con l'effetto di chiedere uno sforzo di adattamento per contenuti forse ancora poco presenti.** E' anche vero però che fra quanti hanno espresso delle critiche è stato maggiormente criticato il linguaggio poco comprensibile, criticità non correlata al vecchio portale, ma anche **la difficoltà di reperire informazioni**, indicazioni che hanno spinto la redazione a **lavorare maggiormente sul motore di ricerca e sulla semplicità dei testi.**

E' il gruppo di quanti hanno **espresso insoddisfazione e descritto la criticità, o anche semplicemente il disagio, in un'apposita domanda aperta, 314 sugli 803 utenti interattivi**, che ci ha maggiormente aiutato a capire le reazioni al nuovo portale e come migliorare le pagine

Il modulo di segnalazione non ha posto come obbligatorio la comunicazione della mail, sappiamo quindi solo per circa la metà di chi ha segnalato criticità per esteso - **142 segnalazioni** - da chi provenisse il feedback.

Hanno lasciato **commenti di dettaglio e email:**

- **102 "utenti esterni"** - che accedono **utilizzando la mail di lavoro** - professionisti o categorie professionali, architetti, commercialisti, associazioni, avvocati oppure colleghi di enti locali, musei, università, case di riposo, o **che accedono utilizzando la propria mail personale;**
- **40 "utenti interni"** cioè i colleghi che PAT hanno lasciato un commento specifico.

La redazione ha preso in carico tutte le richieste e le segnalazioni, rispondendo, quando non anonime, personalmente alle mail **cercando di affrontare e risolvere la segnalazione, cogliendo l'occasione per spiegare la logica del nuovo portale basata sull'efficienza del motore di ricerca più che sulle alberature dei contenuti.**¹¹

¹¹ Ad un sottogruppo di utenti che hanno lasciato email sarà proposto, nel corso del 2022, un'attività di indagine più approfondita della *user experience*.

Dall'analisi dei contenuti dei commenti possiamo **inferire**, ma senza dati di riscontro precisi, **che tra i visitatori che hanno lasciato un feedback circa 1 ogni 3 è un collega della Provincia**¹². Questa classe di utente è quella più quotidianamente coinvolta dal cambiamento del nuovo portale, si tratta di utenti adusi all'utilizzo del sito provinciale precedente, che sembra costituire per loro un punto di riferimento concettualmente imprescindibile e che nelle critiche esprimono questo sentimento: *“prima trovavo tutto, ora non trovo più nulla...”*.

Nei prossimi report terremo tracciati questi utenti e cercheremo di evidenziare se, come ci immaginiamo, al di là di miglione giustamente indicate, **si sarà superato il "disorientamento" dovuto a dover lasciare un portale del quale conoscevano perfettamente in modo automatico “tutti i click” (spesso molti) necessari per raggiungere la pagina d'interesse**.

Il portale, come abbiamo visto, ha scelto di andare **in linea presentando solo alcuni contenuti più trasversali**, così che molte pagine hanno, per ora **pochi, contenuti rispetto alle aspettative dell'utente inoltre i contenuti oggi sono trovabili con processi strutturalmente diversi da quelli del portale precedente**. Utile ricordare che il portale precedente non aveva un motore di ricerca adeguato e veniva navigato prevalentemente tramite la mappa del sito, è tramite link salvati sul proprio desktop, molte informazioni quindi oggi non risultano più **"routinariamente" trovabili nella nuova architettura dell'informazione** o semplicemente nella riagggregazione dei contenuti pregressi.

L'effetto “disorientamento da nuovo” è evidente nella segnalazione da parte di alcuni utenti **della difficoltà a trovare il link alla pagina Intranet provinciale**, che però si trova nella **stessa posizione in cui stava nel vecchio portale** ma si presenta oggi con una grafica un po' cambiata.

L'effetto “disorientamento” è anche rilevabile dalla **“nuvola delle criticità”** (Figura 3.1) che mostra come in questi primi tre mesi la percezione predominante in relazione al nuovo portale sia stata una **forma di “lutto”** per la perdita di quello precedente e una fatica a lasciare percorsi che erano diventati ormai **rituali e garantiti**. Le parole più citate **nelle mail del nostro gruppo di circa 300 utenti che hanno lasciato una descrizione della problematica riscontrata**, sono **“Trovare, Trovo, Ricerca”** (il connotato negativo è desunto dall'essere lemmi che provengono da mail di segnalazioni di criticità non di complimenti). Abbiamo interpretato queste ricorrenze come un **disorientamento** dovuto sia al fatto che l'impatto visivo e l'organizzazione dei contenuti è profondamente diverso da quello precedente e sia al fatto che il portale ha scelto di andare in linea con alcune sezioni più popolate di altre. I lemmi **“Precedente, Vecchio, Prima”** possono indicare la **“perdita” di un contesto sicuro, assodato**, perdita esplicitata in alcune mail dove si lamenta una *“tendenza a innovare sempre anche quando non serve”, o la richiesta “di tornare alla vecchia versione”*.

¹² Molte delle criticità segnalate sono pertinenti al “contesto dipendente provinciale: errore nella rubrica interna, difficoltà a trovare i propri argomenti nel nuovo portale,

[illegible]

Conclusioni

4. Conclusioni finali

28

non frammentato. La tabella sottostante riporta uno stato di avanzamento sintetico rispetto alle attività previste per ogni sito web della Provincia.

Tabella 4.1 Stato di avanzamento dell'evoluzione dei siti web PaT

Stato - dettaglio	Nr. siti web
NON AFFRONTATO	113
MIGRAZIONE IN CORSO	35
ALLINEAMENTO IN CORSO	1
MIGRATO	1
RIFACIMENTO IN CORSO	1
RIFATTO	1
Totale generale	152

Il processo di migrazione e allineamento **è lungo e complesso**, come intuibile dallo scenario finale prospettato e dalle informazioni raccolte in questo report.

Per consentire agli utenti di accedere alle informazioni ancora presenti sui portali in fase di migrazione, in questa fase di transizione **i link a tali canali sono ritrovabili sia dal nuovo portale istituzionale** (attraverso una ricerca libera e nelle pagine dei rispettivi Argomenti), sia dalla precedente versione del sito accessibile dalla nuova home page. Tale accesso verrà eliminato al termine della fase di adattamento che gli utenti stanno attraversando nel passaggio al nuovo portale; in tal senso verrà prodotto del materiale per agevolare la comprensione dei nuovi meccanismi di navigazione.

Le attività del 2022 si focalizzeranno sulla migrazione dei siti web obsoleti dal punto di vista tecnologico e della gestione delle informazioni, **aumentando così l'accessibilità e la fruibilità delle informazioni** contenuti in essi grazie ai nuovi strumenti disponibili e al processo redazionale definito nel progetto. Si investirà anche su un primo allineamento agli standard di accessibilità e usabilità dei siti tematici che rimarranno online, cercando di uniformarne l'architettura delle informazioni.

Per continuare il lavoro di evoluzione collaborativa del portale, a partire dai dati raccolti e analizzati tramite gli strumenti citati in questo report, una fase sarà dedicata alla **progettazione e allo svolgimento di test con gli utenti**, sia per gli aspetti di accessibilità che di usabilità, partendo dai [kit forniti da Designers Italia e AGID](#) e cercando di intercettare le [linee di finanziamento previste dal Piano Nazionale di Ripresa e Resilienza \(PNRR\)](#) per la trasformazione digitale del Paese.