



(Autore: Michele Visciola - President Usability Professionals' Association Italian Chapter) Il 3 di Novembre, giovedì della prossima settimana, ci sarà la Prima Giornata Mondiale dell'Usabilità. La giornata è organizzata a cura della Usability Professionals Association e si svolgerà in contemporanea in 35 Nazioni ed in più di 70 città. L'evento curato dal Chapter Italiano dell'Associazione si terrà a Roma con il patrocinio dell'Istituto Superiore delle Comunicazioni. Il programma completo è pubblicato sul sito di UPA Italia [www.webusabile.it](http://www.webusabile.it) Vorrei spiegare perché questa Giornata è importante, chi vi parteciperà, quali sono gli obiettivi. Innanzitutto perché è importante. Il tema della facilità d'uso è uno dei cardini dell'innovazione. Le aziende che sono sul mercato e che competono a livello globale hanno bisogno di comprendere quali siano i bisogni ed i comportamenti delle persone. I modelli di business sono quotidianamente messi alla prova di strategie che devono necessariamente includere una profonda attenzione al consumatore/utilizzatore. Sappiamo tutti che il consumatore odierno è spesso anche produttore, ad esempio, di informazioni e di servizi. È diventato quindi molto più sofisticato, ed oramai è capace di distinguere un'informazione o un servizio pensato per l'utente, da informazioni e servizi auto-referenziali, messi sul mercato per compiere degli adempimenti a prescindere da un'analisi del destinatario. Ciò vale per qualunque contenuto le aziende intendano veicolare con i media tecnologici. L'utente, il cittadino, il consumatore è molto più attento a cosa viene proposto; è in grado di distinguere; può scegliere; ascolta con disincanto e nutre concrete aspettative di miglioramento della propria esperienza di interazione con il mezzo, con l'Istituzione cui si rivolge, con l'azienda che sceglie. Le practice dell'usabilità aiutano a progettare e valutare contenuti e ad incrementare la facilità e la qualità d'uso, l'esperienza interattiva delle persone. Aiutano quindi ad innovare, ad avvicinare le Istituzioni ai cittadini, a farne apprezzare meglio il servizio. Aiutano le aziende ad offrire un valore sul mercato ed a farne percepire l'utilità ed a sentire e provare il piacere nell'uso. Le aziende e le Istituzioni italiane hanno molto da apprendere dalle aziende globali e più innovatrici che fanno ampio uso delle practice e dei metodi di progettazione centrate sull'utente. Noi italiani abbiamo dimostrato nel passato di saper innovare con il design e la creatività. Ora occorre dimostrare di saper innovare con il design e l'usabilità. Da questo connubio si possono infatti conseguire risultati eccellenti in termini di creatività. Questa giornata sarà dunque un banco di prova, molto atteso

per i professionisti italiani, che proveranno a documentare quanto si fa da noi per migliorare l'esperienza d'uso e di interazione, affiancandosi e confrontandosi con i professionisti delle altre nazioni che, molto spesso, trovano un terreno sicuramente più favorevole di quello nostro. Oltre ai professionisti che, nelle e per le aziende italiane, utilizzano i più diversi metodi dell'usabilità a corredo delle attività di progettazione, ci aspettiamo un'ampia partecipazione di altri soggetti. Manager, funzionari, esperti di comunicazione, progettisti, ingegneri del software, giornalisti (benvenuti quanti vorranno dedicare un servizio all'evento), ci affiancheranno per dire la loro e per ascoltare le esperienze italiane in corso. È indubbio che lo scambio sarà fruttuoso e, mi auguro, costituisca l'inizio di aperture di dialogo e di approfondimenti futuri. Restano da presentare gli obiettivi. L'obiettivo primario che UPA mondo si è dato è curare le attese della gente nei riguardi dell'innovazione tecnologica. Vorremmo che la stampa dia una mano nel far conoscere quello che i professionisti dell'usabilità fanno nei più diversi angoli della terra. I tempi sono abbastanza maturi per dimostrare l'utilità di questa professione ad un pubblico più ampio. Innovare con il design centrato sull'utente è quello che fanno i professionisti dell'usabilità e questa giornata offrirà il contesto per darne prova e visibilità (si veda [www.worldusabilityday.org](http://www.worldusabilityday.org) per conoscere gli altri eventi). Un altro obiettivo, correlato a questo, è di sfatare il falso mito che le attività di usabilità siano costose e comportino un aggravio delle spese di progetto. È vero esattamente il contrario: chi spende in progetti che non abbiano una chiara componente dedicata alla cura dell'esperienza, butta gran parte del proprio investimento nel momento stesso in cui si esce sul mercato. Lo dimostrano questi anni dell'Internet di massa. L'errore di andare on-line trascurando il design dell'interazione e dell'esperienza d'uso è stato compiuto invariabilmente da tutte le aziende, con rarissime eccezioni. Oggi, le aziende globali che sono ancora su Internet dedicano risorse al miglioramento dell'esperienza interattiva e partono da questo obiettivo per innovare. Anche le aziende italiane dovranno porsi questo obiettivo con più lucidità e lungimiranza. Il mio augurio è che a partire da questa giornata, si sappia in giro che gli usabilityisti desiderano svolgere bene la propria parte e dare una mano verso l'internazionalizzazione delle imprese italiane e verso una maggiore rispondenza ai bisogni ed ai comportamenti delle persone.