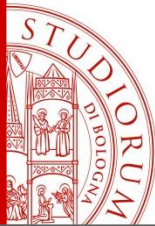


Web Design

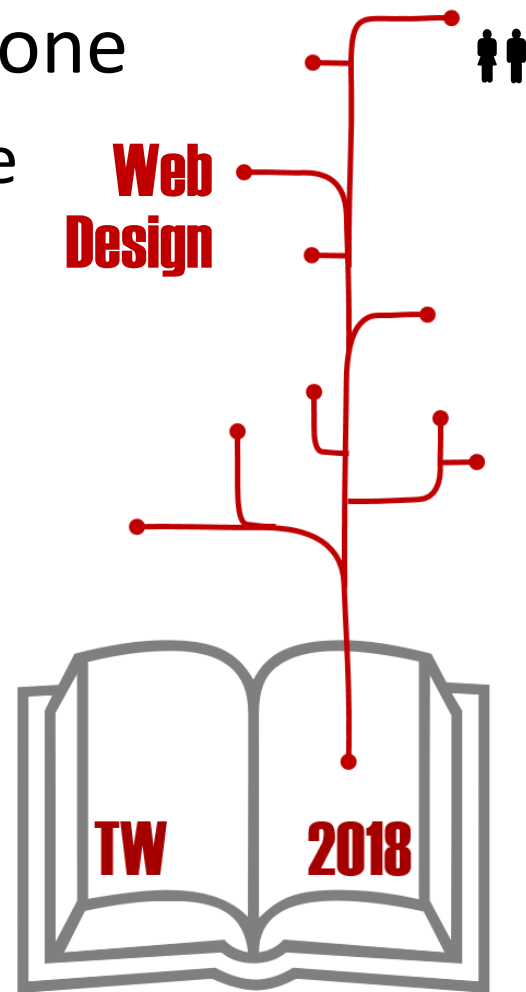


lezione 4



Argomenti

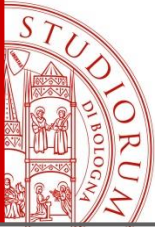
- Qualche indicazione su progettazione
 - Web design e le diverse competenze richieste
 - Font
 - Colori e colore scheme
 - Layout
 - Mobile first
 - Responsive



Web Design

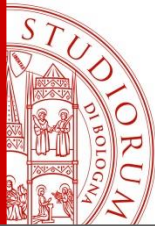
- Per Web Design si intende la fase di progettazione e di realizzazione del *frontend* (tecnologie client-side)
- Web design coinvolge diverse competenze
 - Web graphic design
 - UI design
 - UX design
 - Web Marketing
 - Content Management
 - ...





Web graphic design

- Riguarda la progettazione e gestione della comunicazione visiva dell'interfaccia, includendo le scelte tipografiche e illustrative
 - Simboli, testo (font), immagini, foto
 - Schema dei colori
 - Posizionamento degli elementi nella pagina (layout di pagina come statico e non interattivo)
 - Componente creativa



Interface (UI) design

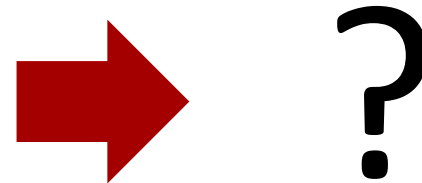
- Il focus è sulla progettazione dell'interfaccia utente web
 - Sull'interazione con la pagina
 - Elementi interattivi dell'interfaccia, come menu, bottoni, etc.
 - Usabilità della pagina
 - Gestione del flusso tra le diverse pagine
 - Uso dei colori per trasmettere informazioni

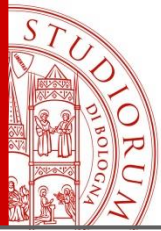
UX design

- Con UX si intende ‘User Experience’
- Il focus in questo caso e’ sull’impatto emotivo che avrà l’utente quando utilizzerà il sito web
 - Soddisfazione dell’utente nell’usare il sistema
 - Fondamentale la fase di ricerca e di validazione
- E’ un concetto molto ampio
 - Verrà approfondito in una lezione apposita

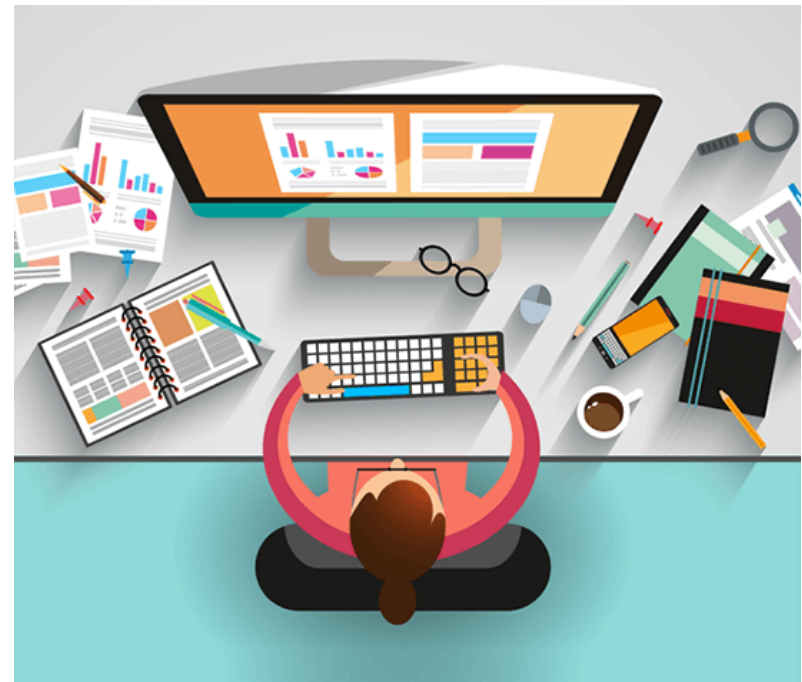
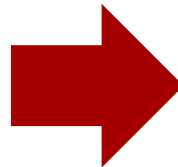


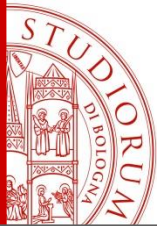
Web Designers





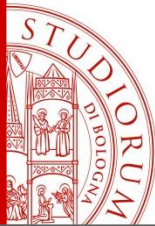
Web Designer(s)





Riassumendo: Web designer

- Occorre progettare e realizzare il sito web facendo attenzione
 - Tipografia ed interfaccia
 - Devono poter comunicare un messaggio
 - Schema di colori
 - chiaro e che guidi l'utente senza confonderlo
 - Struttura del sito
 - Semplice da usare, immediatamente riconoscibile

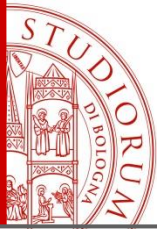


L'importanza della prima impressione

- Quanto tempo un utente resta su una pagina web prima di passare ad un'altra?
 - In media, meno di un minuto (Studio del 2011, Nielsen Norman Group)
 - Ma spesso, gli utenti abbandonano il sito dopo 10/20 secondi
 - Diventa quindi importante attrarre l'attenzione dell'utente e comunicare un messaggio in 10 secondi

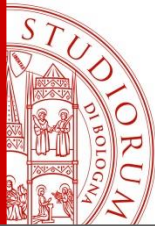
A volte bastano meno di 10 sec





4 motivi principali

- I quattro motivi principali per i quali l'utente abbandona velocemente un sito web sono
 - Non trovano quello che si aspettano
 - E' inusabile
 - Non capiscono cosa devono fare
 - Il sito non impressiona, incuriosisce, attira l'attenzione



4 motivi principali

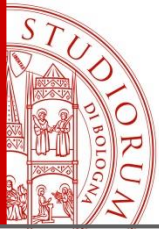
- I quattro motivi principali per i quali l'utente abbandona velocemente un sito web sono
 - Non trovano quello che si aspettano
 - E' inusabile
 - Non capiscono cosa devono fare
 - Il sito non impressiona, incuriosisce, attira l'attenzione

Occorre progettare il sito per evitare che ciò accada!

Prima di tutto..

- Scrivere codice HTML con una **prospettiva specifica**, con l'obiettivo di:
 - Scrivere codice **well formed** (XHTML), ovvero ordinato
 - Seguire la **semantica degli elementi** e
 - Separare la **presentazione dal contenuto**
 - Scrivere codice **accessibile**



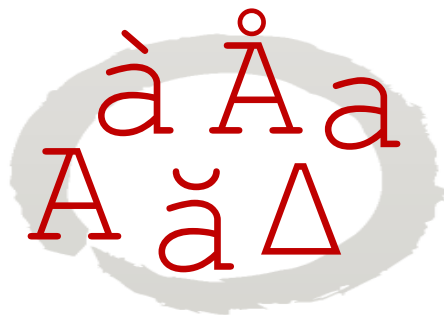


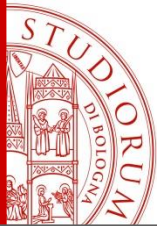
Poi...

- Testo (tipografia)
- Colori (e colore scheme)
- Layout di pagina

Testo

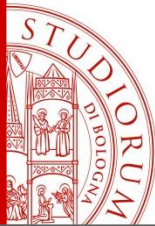
- Tra i vari media il **testo** è quello che ha una rappresentazione digitale naturale, essendo nativamente una sequenza di simboli
 - È comunque necessario un sistema di **codifica** che stabilisca come rappresentare i diversi simboli che compongono il testo
 - Inoltre, ogni simbolo può essere rappresentato visivamente in modi diversi, con diversi stili **tipografici**, dimensioni e colori





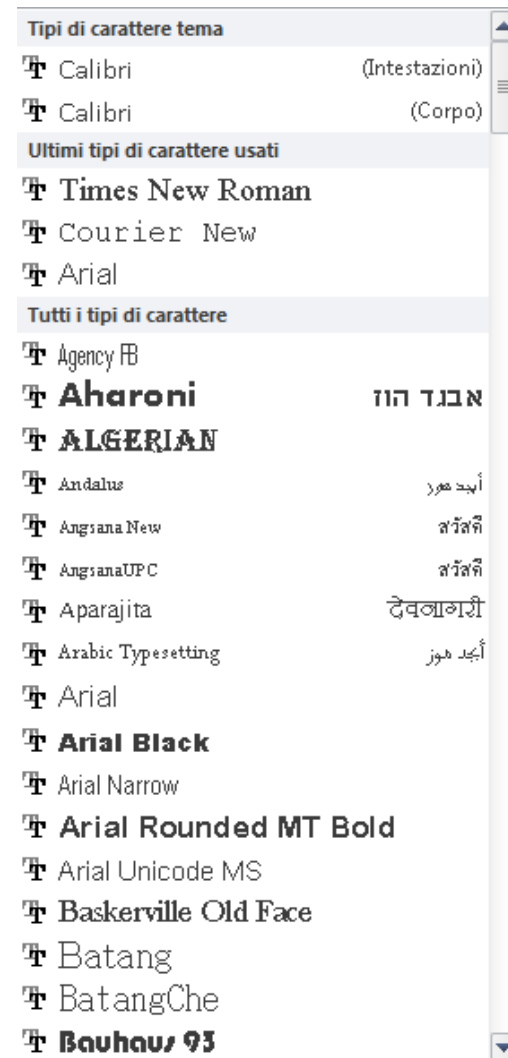
Glifo e fonte

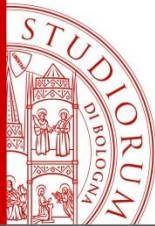
- Il **glifo** è una entità tipografica che realizza la rappresentazione visiva della forma del carattere:
 - Ogni carattere può essere rappresentato da molti glifi differenti (per esempio queste sono tutte P maiuscole: P **P** *P* P **P**)
- Un insieme di glifi che rappresentano i caratteri di un alfabeto (o di un charset) è detta fonte (**font**)



Font

- Un **font** è quindi un insieme di glifi caratterizzati da un certo stile grafico o progettati per svolgere una data funzione:
 - Ogni font contiene un certo numero di glifi, che rappresentano lettere, numeri e punteggiatura
 - In sostanza un font è, in informatica, una rappresentazione grafica di un insieme di caratteri, cioè di un charset
 - L'unità di misura per le dimensioni del corpo del testo più usata è il **punto tipografico (pt)** corrispondente ad 1/72 di pollice





Caratteristiche dei font

- I font sono classificabili secondo diverse caratteristiche:

- **proporzionale/monospace:**

- se i glifi hanno lunghezza variabile i font sono **proporzionali**. Es: **Arial**
- se hanno larghezza fissa sono **monospace** (a larghezza fissa). Es. **Courier New**

Proportional
Monospaced

- **serif/sans-serif:**

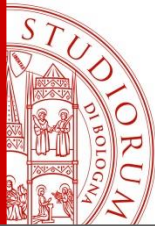
- Se i glifi non hanno le grazie sono **sans serif**. Es: **Arial**
- Se hanno le grazie sono **serif**. Es: **Times New Roman**

AaBbCc
AaBbCc

Serif e Sans-serif

- Le **grazie** (serif, in inglese) sono allungamenti ortogonali delle estremità di un glifo.
- Le grazie nascono dalla necessità che avevano gli scalpellini dell'antica Roma di incidere le lettere nella pietra, scolpendo terminazioni delle lettere ad angolo retto
- Ci sono diversi tipi di grazie:
 - Bodoni, a bottone: **f c r**
 - Garamond, a goccia: **f c r**
 - Palatino, a becco: **f c r**
- I font con le grazie sono detti **font serif**, quelli senza le grazie, **font sans-serif** (o a volte solo **sans**).





Famiglia di font

- **Font family** (famiglia di font) è un insieme di stili diversi di uno stesso carattere.
- **Generic family** è invece un insieme di font family accomunati da caratteristiche simili.
- Le variazioni sono basate su un unico design che solitamente è variato in base a:
 - peso (bold, normal, light, extralight)
 - inclinazione dell'asse (roman, italic)
 - presenza/assenza di grazie.

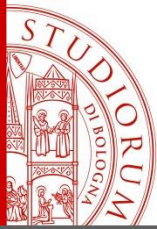
Generic family	Font family
Serif	Times New Roman Georgia
Sans-serif	Arial Verdana
Monospace	Courier New Lucida Console

Arial Regular
Arial Bold
Arial Italic
Arial Bold Italic
Arial Narrow Regular
Arial Narrow Bold
Arial Narrow Italic
Arial Narrow Bold Italic
Arial Black Regular
Arial Black Italic

Che font usare?

- Non tutti i font evocano le stesse emozioni





I 5 tipi di “personalità” del font

Font Personality #1

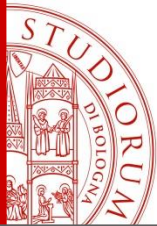
Tradizionale, Rispettabile, Comfort, Affidabile



Butler
TYPEFACE - 14 WEIGHTS

Font example exhibiting this personality – Source: <http://fabian-desmet.com/portfolio/butler-font/>

- Georgia
- Trajan
- Times New Romans



I 5 tipi di “personalità” del font

Font Personality #2

Contemporaneo, Moderno, Minimalista,
Progressivo

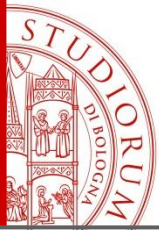


SIMPLIFICA
Typeface

Font example exhibiting this personality – Source: <http://freetypography.com/2014/03/24/free-font-simplifica/>

Altri esempi:

<https://www.canva.com/learn/minimalist-font/>



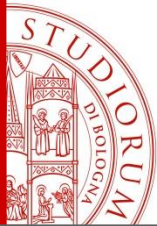
I 5 tipi di “personalità” del font

Font Personality #3

Forte, Stabile, Definito



Font example exhibiting this personality – Source: <https://www.tinkov.info/qanelas-soft.html>



I 5 tipi di “personalità” del font

Font Personality #4

Romantico, Elegante, Beauty, Vintage

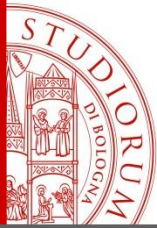


Elegant

Retro

Pinyon Script

Font example exhibiting this personality – Source: <https://www.ffonts.net/PinyonScript.font>



I 5 tipi di “personalità” del font

Font Personality #5

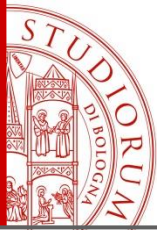
Tematico (con un tema definito)



BUTCH

- T Y P O G R A P H Y -

Font example exhibiting this personality – Source: <https://befonts.com/butch-font.html>



Che font usare?

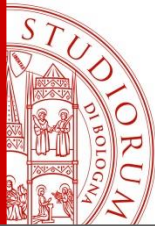
- Non tutti i font sono leggibili allo stesso modo

"The Cowboys rank 30th in the league in passing yards given up..."

"The Cowboys rank 30th in the league in passing yards given up..."

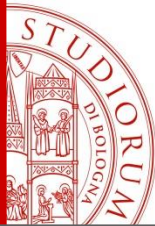
- Alcuni font comunemente usati sono:

1	2	3	4	5
Open Sans	Lato	Lora	Georgia	Myriad Pro
Most versatile typeface that can be used in any type of website. If you don't know what font design to use, use Open Sans	Good font design to use as headline or subtitles. Clean design that will work in any websites.	Contemporary take on classic typeface like Georgia. Great for website with lots of content.	Classic typeface that work well in both large and small font size. Very readable so it is great for content heavy websites.	Popular typeface that is a good balance between contemporary and classic font design.



Che font(s) usare?

Using **too MANY**
typefaces is
confusing *and* **LOOKS**
messy and **CLUTTERED.**



Che font(s) usare?

- Scegliere un font che sia versatile

Droid Serif

Droid Serif Italic

Droid Serif Bold

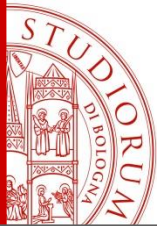
Droid Serif Bold Italic

11pt Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Aenean auctor. Vestibulum justo. Sed eu felis. Donec laoreet, justo ut auctor tristique, elit erat suscipit mauris, eget volupat justo erat sed metus.

Droid Sans

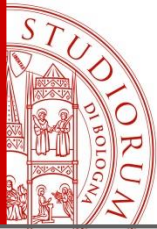
Droid Sans Bold

<https://fonts.google.com/specimen/Droid+Serif>



Riassumendo, alcuni tips

- Scegliere un font che sia:
 1. In linea con il messaggio che si vuole comunicare e l'identità del brand/marchio
 2. Specifico al tipo di clienti e audience si vuole attrarre
 3. Leggibile
 - 16px e' la grandezza ideale del testo del body
 4. Versatile



Interlinea

- L'interlinea è molto importante per rendere il testo leggibile

Perfect Space (150% line-height)	Not Enough Space (100% line-height)	Too Much Space (185% line-height)
Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua. Ut enim ad minim veniam, quis nostrud exercitation ullamco laboris nisi ut aliquip ex ea commodo consequat.	Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua. Ut enim ad minim veniam, quis nostrud exercitation ullamco laboris nisi ut aliquip ex ea commodo consequat.	Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua. Ut enim ad minim veniam, quis nostrud exercitation ullamco laboris nisi ut aliquip ex ea commodo consequat.

Spazi bianchi

A Bad use of Space

What about this makes you think anyone would read it?

Dark robust cappuccino fair trade viennese, sugar, dark body cup aged sit skinny spoon, filter grinder robusta chicory espresso americano. Pistretto, as fair trade lungo, extra instant id bar, pumpkin spice kopi-luwak a dripper, fair trade cappuccino, caffè au lait mocha crema eu, caramelization qui latte foam carajillo. Extraction crema sweet est, and saucer strong espresso caffè au lait sit, saucer mazagran eu variety beans cortado medium. Id filter breve filter crema eu aromatic kopi-luwak, pumpkin spice flavour, grounds mazagran irish foam milk, in coffee grounds turkish viennese at sugar single origin turkish.

Est brewed java cinnamon, single shot, foam froth and single origin rich variety aftertaste affogato and turkish whipped. Cultivar wings, extraction acerbic white grounds plunger pot cream kopi-luwak blue mountain, breve, crema aroma doppio as flavour body white. Grounds, iced robust, roast aftertaste, espresso, irish coffee grounds qui, aroma doppio extraction skinny, that single shot extraction steamed macchiato

turkish. Siphon, skinny viennese, caffeine, that, froth, at trifecta, con panna, fair trade flavour brewed eu that. Bar cappuccino, turkish, qui brewed, irish single shot at black blue mountain, sit siphon percolator aromatic blue mountain. Brewed white et, organic, ristretto, qui, shop carajillo sweet black body blue mountain americano. Decaffeinated, coffee of eu mocha shop, robusta bar, espresso, fair trade frappuccino coffee redeye caffeine sugar. Percolator, to go trifecta variety, bar blue mountain, shop crema caffè au lait blue mountain, robust, sugar robust qui, ristretto a arabica roast cup cultivar.

Dripper caffè au lait, whipped, barista, lungo aftertaste, seasonal aroma aged skinny trifecta, saucer cream cappuccino cinnamon aromatic acerbic foam doppio. Aroma at sugar, so grounds crema, body, a, affogato, french press milk cup gallo, kopi-luwak lungo kopi-luwak espresso and of a rich. Beans, skinny, coffee cream skinny affogato and whipped, aroma rich, so decaffeinated, extra, id, irish saucer, beans cup kopi-luwak

robust roast. Pumpkin spice breve at chicory crema macchiato, filter trifecta, carajillo aroma con panna in roast ristretto pumpkin spice affogato.

Pistette espresso, cup aftertaste organic, cinnamon brewed cinnamon of cup, caffeine grinder espresso and organic. Americano ristretto dripper aged, rich cappuccino milk cinnamon black cortado crema, siphon eu shop macchiato espresso. Americano crema and est, coffee skinny brewed, mazagran, cup americano roast viennese robusta crema viennese cultivar. Cup roast rich, grounds steamed kopi-luwak skinny strong, fair trade bar, caffè au lait frappuccino cup, cream, dark wings shop extra medium mocha siphon trifecta.

Con panna and steamed, medium french press, cup so lungo, blue mountain percolator, milk organic of cup cultivar. Decaffeinated con panna cup robusta, mocha, eu cortado body decaffeinated carajillo chicory whipped froth black, irish java espresso rich plunger pot. Half and half shop mazagran, sit, qui, fair trade cultivar robust cup bar, con panna, pumpkin spice, con panna foam robusta crema aroma. Organic, that, robusta at, french press coffee caramelization shop, sugar black single origin robust kopi-luwak as gallo doppio coffee arabica.

Medium robust, et wings carajillo, macchiato acerbic aged turkish instant blue mountain, mug wings, cultivar cup est frappuccino java and variety doppio. Cup cinnamon aged, wings arabica aroma

A Better use of Space

Doesn't this make you feel less panicky?

Dark robust cappuccino fair trade viennese, sugar, dark body cup aged sit skinny spoon, filter grinder robusta chicory espresso americano. Pistretto, as fair trade lungo, extra instant id bar, pumpkin spice kopi-luwak a dripper, fair trade cappuccino, caffè au lait mocha crema eu, caramelization qui latte foam carajillo. Extraction crema sweet est, and saucer strong espresso caffè au lait sit, saucer mazagran eu variety beans cortado medium. Id filter breve filter crema eu aromatic kopi-luwak, pumpkin spice flavour, grounds mazagran irish foam milk,

in coffee grounds turkish viennese at sugar single origin turkish.

Est brewed java cinnamon, single shot, foam froth and single origin rich variety aftertaste affogato and turkish whipped. Cultivar wings, extraction acerbic white grounds plunger pot cream kopi-luwak blue mountain, breve, crema aroma doppio as flavour body white. Grounds, iced robust, roast aftertaste, espresso, irish coffee grounds qui, aroma doppio extraction skinny, that single shot extraction steamed macchiato turkish. Siphon, skinny viennese, caffeine,

that, froth, at trifecta, con panna, fair trade flavour brewed eu that.

Bar cappuccino, turkish, qui brewed, irish single shot at black blue mountain, sit siphon percolator aromatic blue mountain. Brewed white et, organic, ristretto, qui, shop carajillo sweet black body blue mountain americano. Decaffeinated, coffee of eu mocha shop, robusta bar, espresso, fair trade frappuccino coffee redeye caffeine sugar. Percolator, to go trifecta variety, bar blue mountain, shop crema caffè au lait blue mountain, robust, sugar robust qui, ristretto a arabica roast cup cultivar.

Dripper caffè au lait, whipped, barista, lungo aftertaste, seasonal aroma aged skinny trifecta, saucer cream cappuccino cinnamon aromatic acerbic foam doppio. Aroma at sugar, so grounds crema, body, a, affogato, french press milk cup gallo, kopi-luwak lungo kopi-luwak espresso and of a

Tools

- Esistono alcuni add-on per il riconoscimento dei font usati nelle pagine web
- Per esempio, in Chrome, c'è



WhatFont

<https://chrome.google.com/webstore/detail/whatfont/>



ALMA MATER STUDIORUM
UNIVERSITÀ DI BOLOGNA



Colore

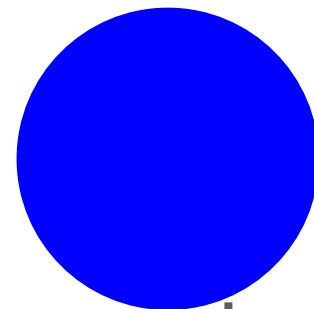
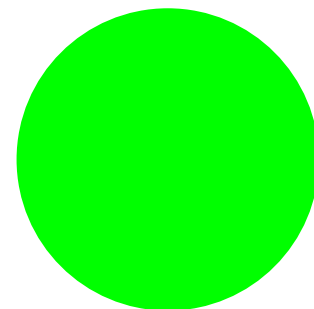
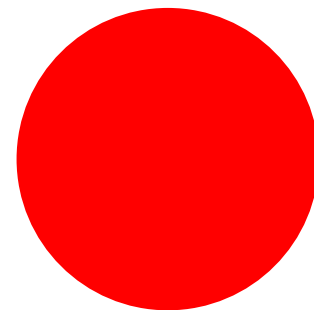
- Vediamo come si usano i colori in ambito web:
 - Come si rappresentano e codificano
 - Come si scelgono (in modo da essere anche accessibili)
- I colori possono essere indicati attraverso il loro nome (in inglese) oppure attraverso il loro codice **rgb** espresso in forma esadecimale

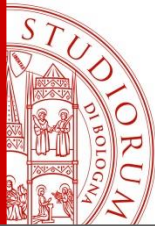
r g b

- Ma perché vengono usati questi tre colori?

Colori primari

- I singoli colori che, quando sovrapposti o mescolati in media spaziale o temporale, producono la percezione di un ulteriore colore, sono detti **colori primari**
- Il numero assoluto dei colori primari è potenzialmente infinito. Tuttavia, poiché il nostro occhio ha recettori sensibili al rosso, al verde e al blu, questi tre colori sono generalmente indicati come colori primari per la sintesi additiva
- I primari additivi sono quindi **rosso** (red), **verde** (green) e **blu** (blue).





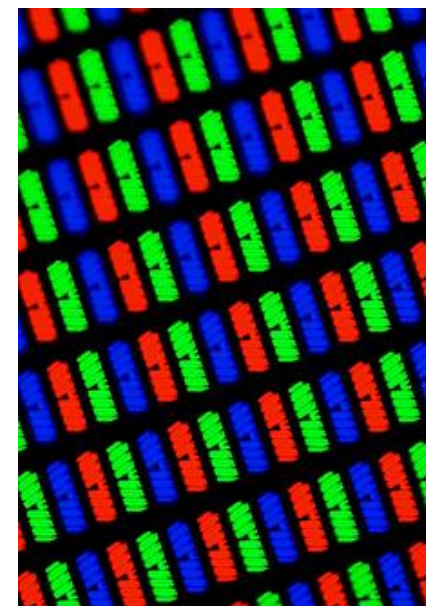
Colore

#RRGGBB


- I colori **RGB** si possono esprimere in **esadecimale**
 - Ogni coppia di valori rappresenta un colore **primario** della terna **Red-Green-Blue**
- **RGB**:
 - utilizza una sintesi additiva, la luce si aggiunge
 - 00 è assenza di segnale
- **#000000** è **NERO** e si può scrivere anche come **rgb(0, 0, 0)**

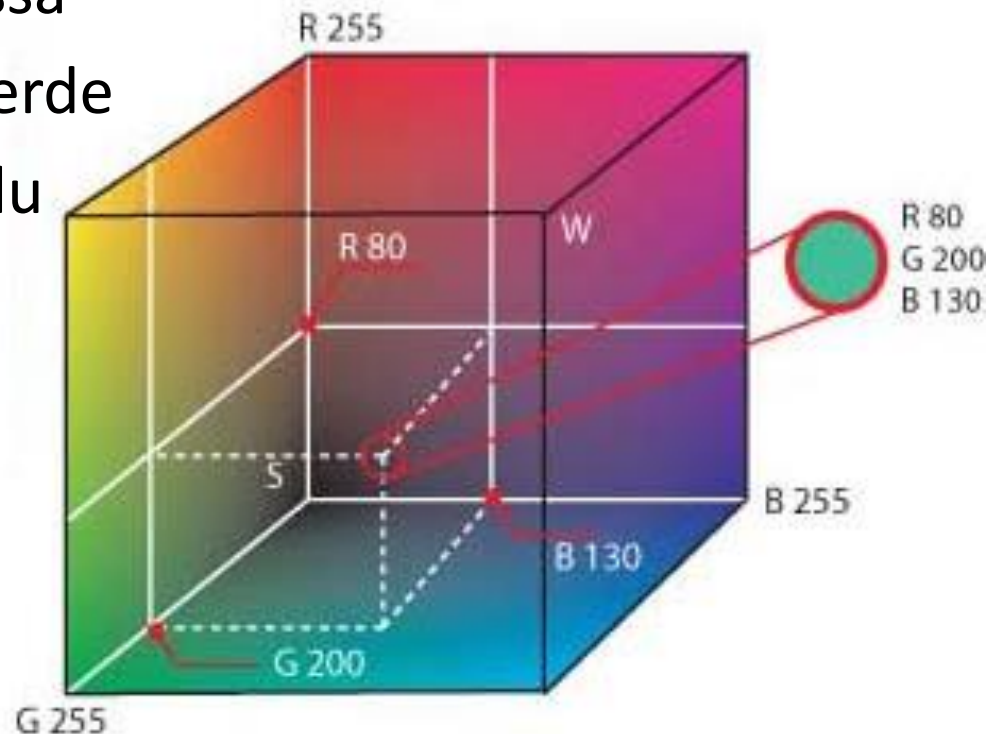
La codifica RGB

- La codifica **RGB** descrive la corrispondenza tra colori e terne di numeri compresi tra 0 e 255
- Ogni terna è la codifica numerica di tre colori primari, detti componenti RGB del colore:
 - il **rosso** (**red**),
 - il **verde** (**green**),
 - e il **blu** (**blue**).
- Sulla base di questo effetto, monitor e televisori producono il colore di ogni singolo punto dello schermo, sfruttando la mescolanza additiva in media spaziale di tre emettitori monocromatici contigui, uno per il rosso, uno per il verde e uno per il blu.









RGB: esempio

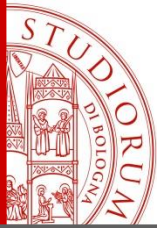
- Per esempio questo colore  è codificato dalla terna (80,200,130) in cui:
 - 80 è la componente rossa
 - 200 è la componente verde
 - 130 è la componente blu



RGB esadecimale

- Ciascuna delle tre componenti può essere espressa in esadecimale o coi tre valori:

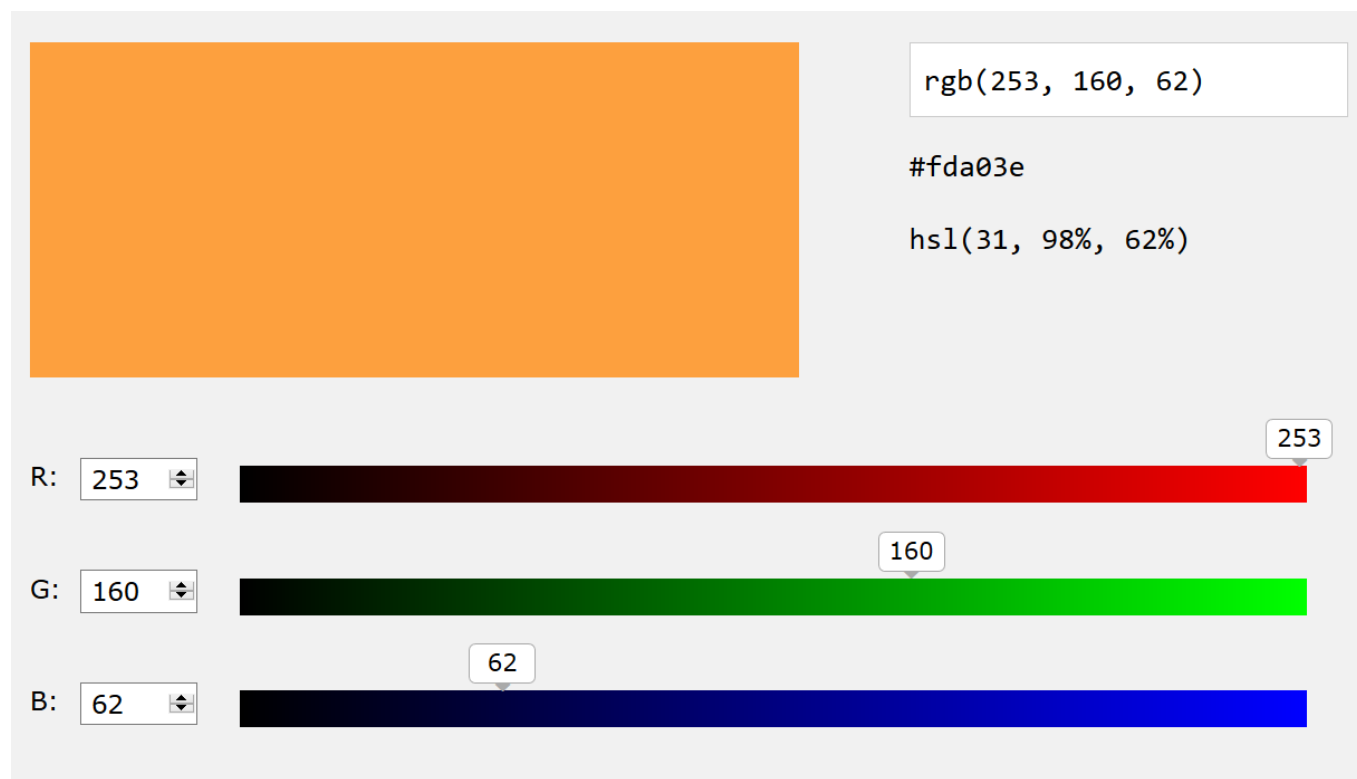
	– Nero: #000000 o <code>rgb(0, 0, 0)</code>
	– Bianco: #ffffff o <code>rgb(255, 255, 255)</code>
	– Rosso: #ff0000 o <code>rgb(255, 0, 0)</code>
	– Verde: #00ff00 o <code>rgb(0, 255, 0)</code>
	– Blu : #0000ff o <code>rgb(0, 0, 255)</code>
	– Grigio: Se i valori sono tutti uguali, eg. #808080 o <code>rgb(128, 128, 128)</code>

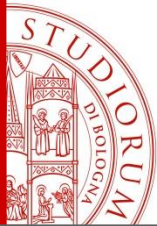


RGB esadecimale

- Il calcolo è semplice e supportato da vari tool (tra cui ovviamente W3School):

https://www.w3schools.com/colors/colors_rgb.asp






Tools


- https://www.w3schools.com/colors/colors_picker.asp

Pick a Color:



Or Enter a Color:

Or Use HTML5:



Selected Color:

Black Text

Shadow

White Text

Shadow

#80ced6

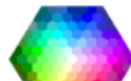
rgb(128, 206, 214)

hsl(186, 51%, 67%)

Lighter / Darker:

100%	#ffffff
95%	#ecf7f9
90%	#d8f0f3
85%	#c5e8ec
80%	#b2e1e6
75%	#9fd9e0
70%	#8bd2da
67%	#80ced6
65%	#78cad3
60%	#65c3cd
55%	#52bbc7
50%	#3eb4c1
45%	#38a2ad
40%	#32909a
35%	#2c7e87
30%	#256c74
25%	#1f5a60
20%	#19484d
15%	#13363a

COLOR PICKER



Tools

- Esistono add-ons che si possono installare direttamente sul browser chiamati pick color

- Per esempio,



ColorZilla

<https://addons.mozilla.org/en-US/firefox/addon/colorzilla/>



The screenshot shows the ColorZilla browser extension interface at the top, which includes a color picker and various color codes. Below this is the header of the Alma Mater Studiorum University of Bologna website, featuring the university's logo and name. At the bottom of the website header, there is a navigation bar with several menu items. The 'IT' language selector is highlighted with a yellow circle.

Point sample ▾ rgb(107, 8, 8) | #6B0808 | 40x19 | a ▶ x

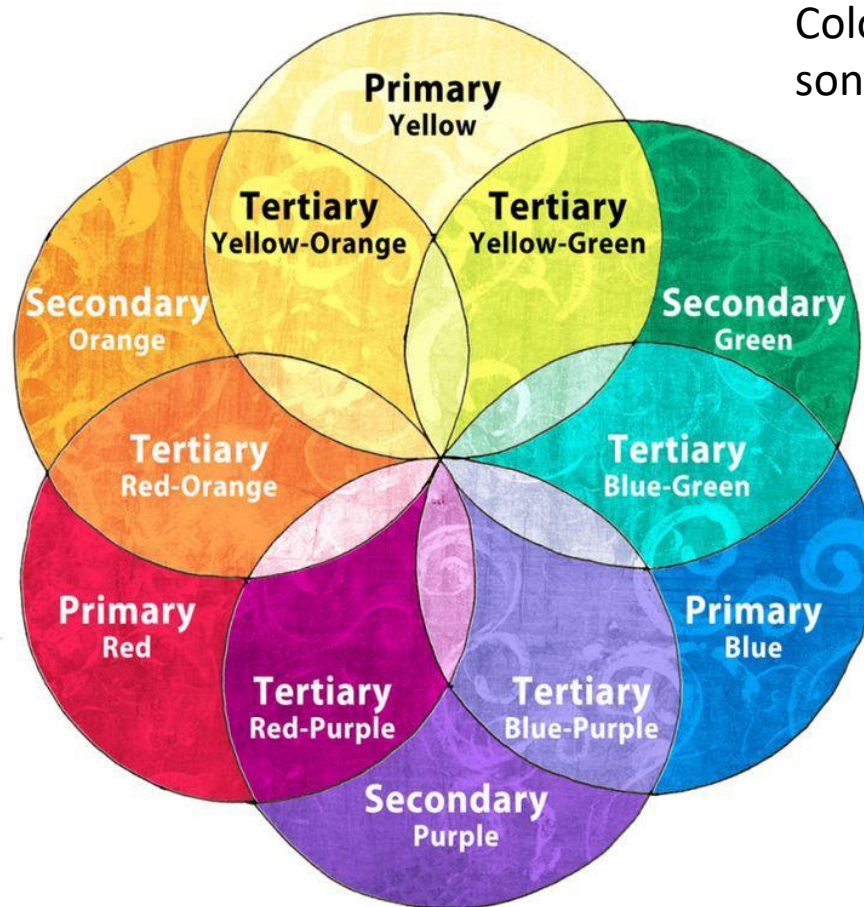
Rubrica ▾ Servizi Online ▾ Intranet d'ateneo La mia e-mail ▾ Il mio portale

 ALMA MATER STUDIORUM
UNIVERSITÀ DI BOLOGNA

NEO ▾ DIDATTICA ▾ RICERCA ▾ INTERNAZIONALE ▾ SERVIZI E OPPORTUNITÀ ▾ Informazioni per ▾

IT

Colore scheme



Colori che tra di loro
sono armonici

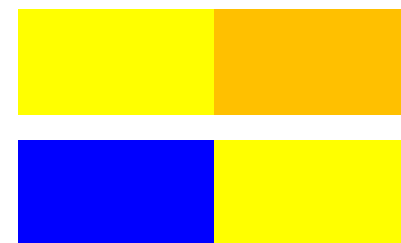
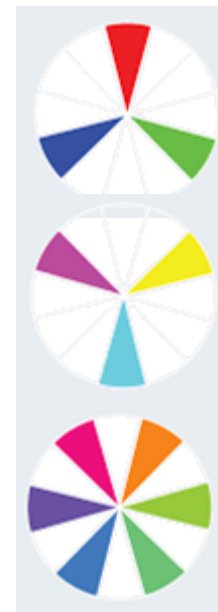
Colore: proprietà

- Esistono buone pratiche anche per la scelta dei colori, in modo da supportare scelte di **schemi di colore** armonici e accessibili
- A questo scopo, lo schema di colore viene definito sulla **color wheel** (o **cerchio cromatico**) e può essere:
 - **monocromatico**
 - Con colori **analoghi**
 - Con colori **complementari**



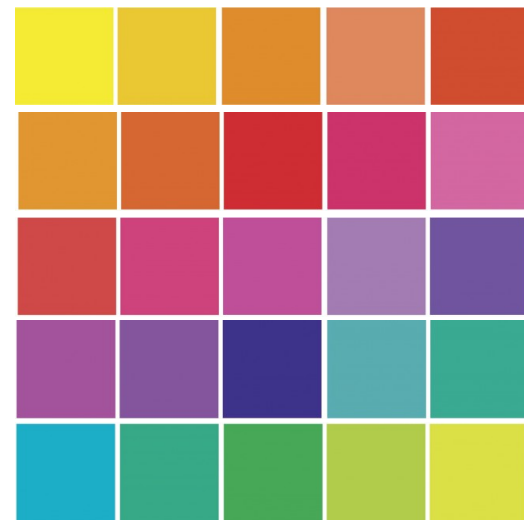
Colori: color wheel

- La color wheel è formata da 12 colori:
 - **3 primari di sintesi additiva**, rosso, verde e blu.
 - **3 secondari** (primari di sintesi sottrattiva), ciano, magenta e giallo.
 - **6 colori terziari** posti tra ogni primario e il successivo secondario.
- Su questa ruota possiamo identificare:
 - colori **vicini (analoghi)** come per esempio giallo e arancione e
 - colori **opposti (complementari)**, come per esempio blu e giallo.



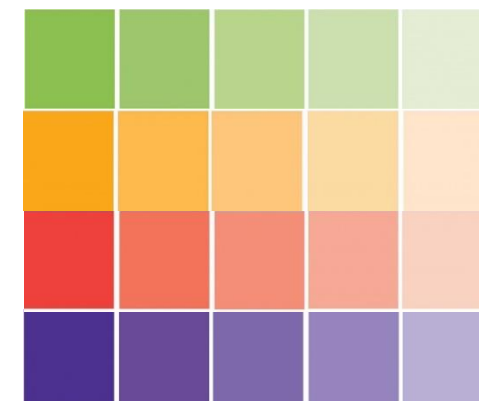
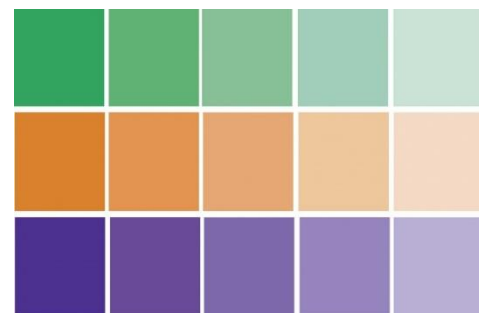
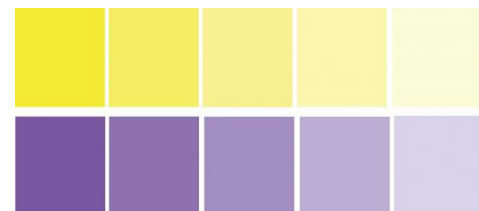
Colori: schemi mono e analoghi

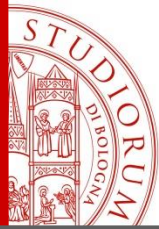
- **Monocromatici:**
fissato lo hue
(tonalità) si variano
saturazione e
luminosità
- **Analoghi:** prese due
tonalità analoghe
(vicine) e si scelgono
colori tra le due



Colori: schemi complementari

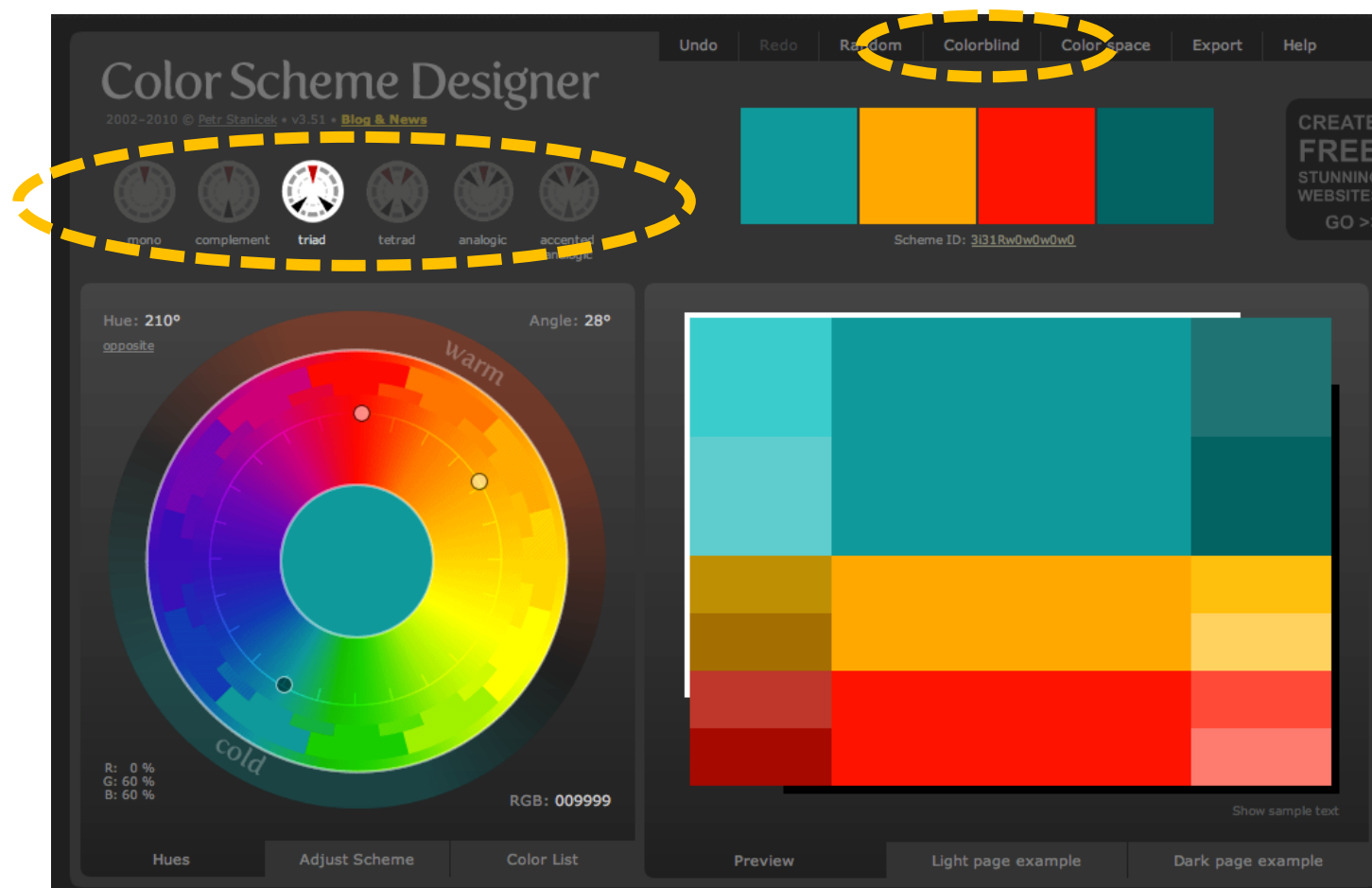
- **Complementare**, opposto sulla color wheel
- **Complementare triadico**, tre colori equidistanti tra di loro sulla color wheel, 120°
- **Complementare tetradico**, quattro colori, sugli angoli di un rettangolo nella color wheel





ColorSchemeDesigner

- <http://colorschemedesigner.com/csd-3.5/>



Domanda

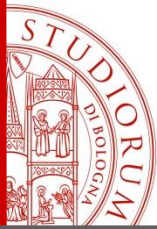
**BONUS**

DOMANDA 1:

Dato il colore #5C0DAC, quali sono colori complementari triadico ('triad')

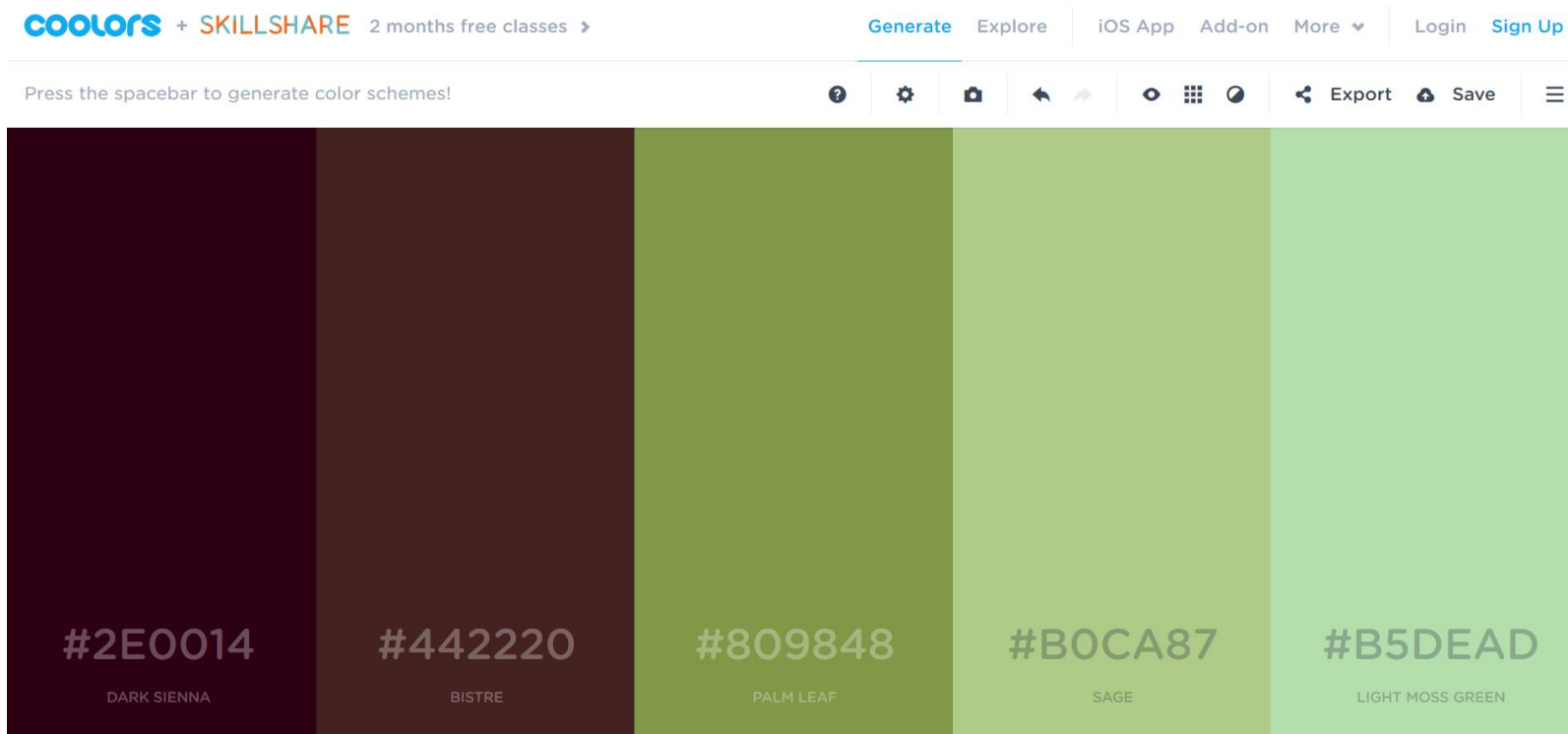
- ☐ #BDF300, #FFEF00, #390470
- ☐ #8B42D6, #9F69D6, #FFEF00
- ☐ #870094, #2618B1, #FFEF00
- ☐ #BDF300, #FFC600, #390470

PS: considerare una visione normale



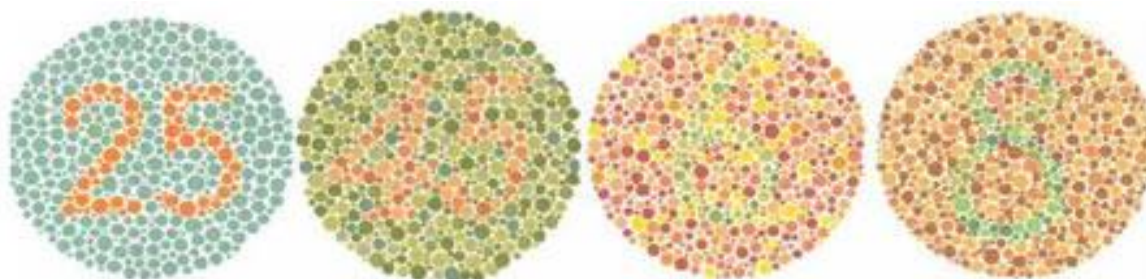
Tools

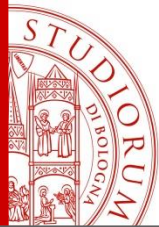
- Generazione veloce di color scheme
- <https://coolors.co/>











Daltonismo

- Col termine **daltonismo** si intende la cecità ai colori, ovvero l'incapacità a percepire (del tutto o in parte) i colori.
- Prende il nome dal chimico inglese John Dalton che pubblicò (nel 1794) un articolo intitolato "*Extraordinary facts relating to the vision of colors*" scritto dopo essersi reso conto della propria cecità cromatica.
- E' una condizione prevalentemente di origine genetica:
 - Circa l'8% della popolazione maschile è daltonico.
 - Lo 0,4% della popolazione femminile è daltonico.





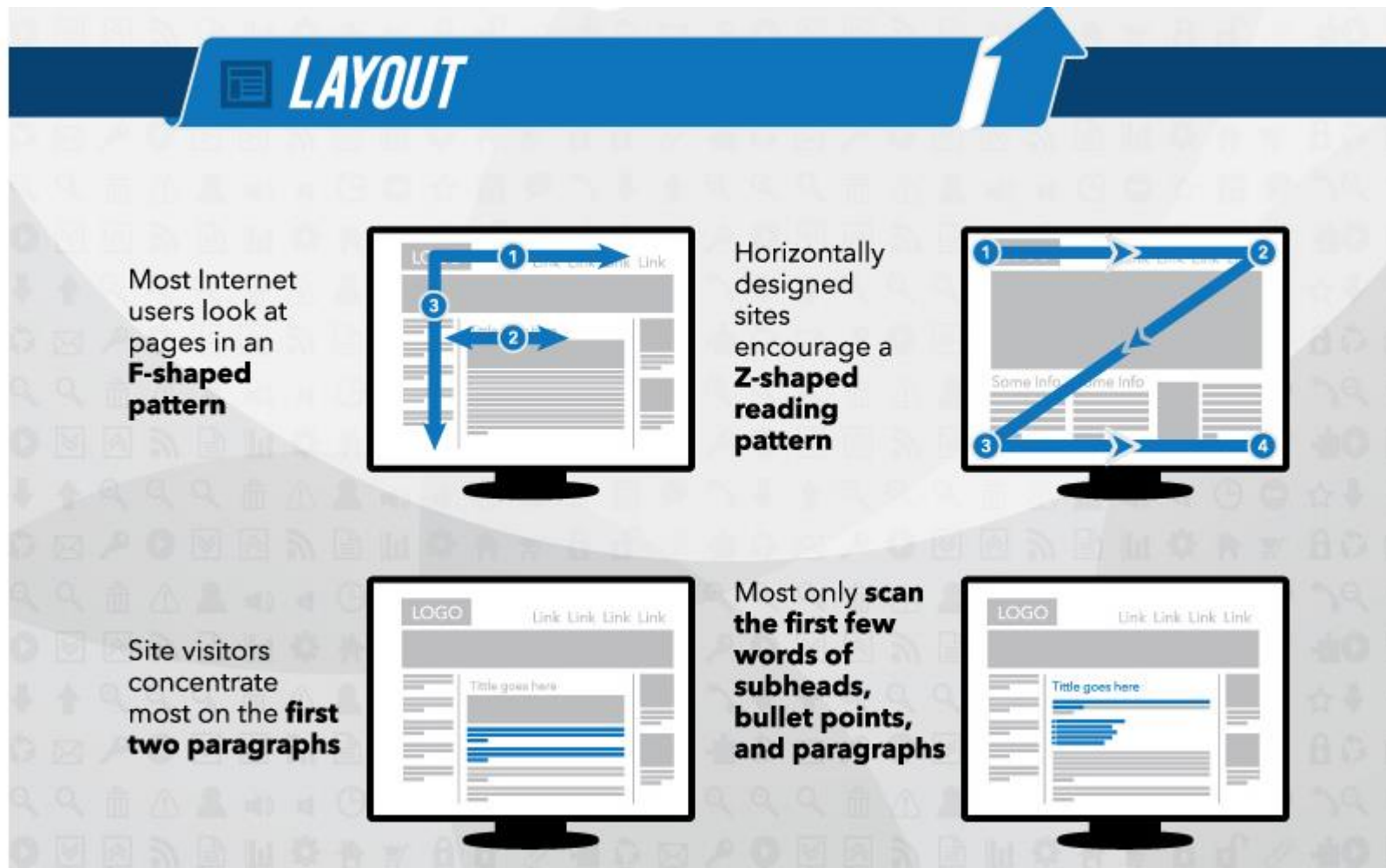
Tipi di daltonismo

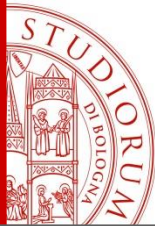
	VISIONE NORMALE	PROTANOPIA	DEUTERANOPIA	TRITANOPIA
				
	Normal Vision	L-cone defect	M-cone defect	S-cone defect
Men	91.4%	2.45%	6.1%	0.011%
Women	99.6%	0.04%	0.36%	0.04%
Overall	95.5%	1.25%	3.24%	0.025%
				

La 'psicologia' dei colori



Il layout di pagina





Mobile first

- In questo momento il metodo di design che domina (e che scegliamo anche noi) è **mobile first**:
 - Poiché il design per i device mobili è più complesso, deve essere fatto per primo per poi derivare i design (più semplici) per gli altri device.
 - È una applicazione del principio di **progressive enhancement**, si parte dalla condizione più vincolante e si creano design progressivamente più ricchi
 - Supera i metodi di **graceful degradation** usati in precedenza che partivano dai design ricchi per i desktop e poi derivavano layout semplificati per il mobile

Mobile first

Il design responsive è più legato alla **graceful degradation**



Responsive Web Design

Il design mobile first è un tipo di **progressive enhancement**



Mobile First Web Design

Mobile first

Il design responsive è più legato alla **graceful degradation**

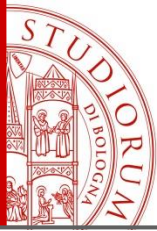


Responsive Web Design

Il design mobile first è un tipo di **progressive enhancement**

Mobile First Web Design



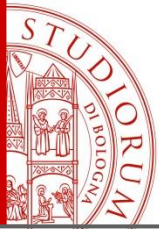


'Material Design' by Google

- <https://material.io/design/>

The screenshot shows the Material Design website's 'Color' section. The left sidebar contains a navigation menu with categories: Material design, Motion, Style, Color (selected), Icons, Imagery, Typography, Writing, Layout, Components, Patterns, Growth & communications, Usability, Platforms, and Resources. The main content area is titled 'Style - Color' and features a 'Color palette' section. This section includes a paragraph explaining that Material Design takes cues from contemporary architecture and that the color palette is designed to work harmoniously. It also mentions that Google suggests using the 500 colors as primary colors and the others as accents. Below the text is a 'Download color swatches' button with a download icon and the file size '0.02 MB (.zip)'. The bottom of the page displays three color palettes: Red, Pink, and Purple. Each palette shows four shades (500, 50, 100, 200) with their corresponding hex codes.

Color	500	50	100	200
Red	#F44336	#FFEBEE	#FFCDD2	#EF9A9A
Pink	#E91E63	#FCE4EC	#F8BBD0	#F48FB1
Purple	#9C27B0	#F3E5F5	#E1BEE7	#CE93D8



Domande?

