



# **UNIVERSITÀ “CA’ FOSCARI” - INFORMATICA**

## **ANALISI DEL SITO “BLUETORINO.EU”**

di Paolo Vedorin – Gruppo “Wishmasters”

Corso di “Web Design”

Versione 1.0 – 28/11/2016

**SOMMARIO**

1 ANALISI COMPETITIVA.....3

    1.1 OBIETTIVI.....4

    1.2 UTENZA .....5

    1.3 CONTENUTI E SERVIZI.....6

    1.4 STRUTTURA GERARCHICA.....7

    1.5 PROFILO TECNOLOGICO .....9

    1.6 SCREENSHOT .....9

    1.7 BREAKPOINTS.....10

2 ANALISI DEL SISTEMA DI TAGGING.....13

3 WIDGET DI NAVIGAZIONE .....13

# 1 ANALISI COMPETITIVA

Il sito che andremo ad analizzare è:

**bluetorino.eu**

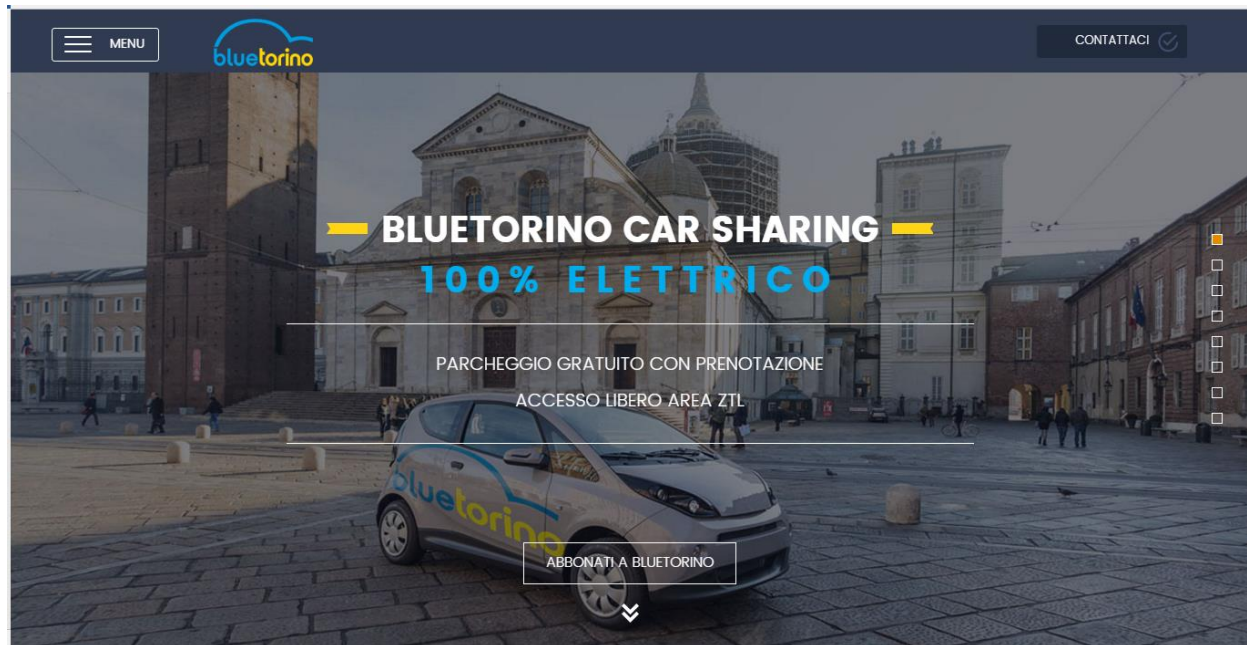


Figura 1 – Versione desktop - Size 1360x768



Figura 2 – Versione mobile – 720x1280 (portrait)



Figura 3 – Versione mobile – 1280x720 (landscape)

- **Versione desktop:** ho riscontrato un lievissimo rallentamento nella schermata iniziale nella versione desktop utilizzando:

- Chrome	versione 54.0.2840.87 m
- Microsoft Edge	versione 38.14393.0.0
- Firefox	versione 49.0.2
- Internet Explorer	versione 11

Tuttavia risulta accettabile.

## 1.1 OBIETTIVI

Il comune di Torino in collaborazione con l’azienda Bluetorino<sup>1</sup> vuole rendere il più fruibile possibile uno dei mezzi di trasporto più innovativi degli ultimi tempi, che sta prendendo sempre più piede nelle grandi città italiane come Torino, Milano e Roma e che all’estero, in particolare negli Stati Uniti, è già molto in voga: il car sharing. L’obiettivo di questo tipo di servizi è di rendere più **vivibili** le città densamente popolate, eliminando i **gas di scarico** generati, i **rumori** fastidiosi generati dalle macchine “normali” e dal **traffico** che ne consegue. In ottica di praticità, date le **dimensioni contenute** delle macchine elettriche in questione, il **parking** risulta essere molto meno impegnativo rispetto al solito. Inoltre, si vogliono facilitare anche coloro che sono sprovvisti di auto, come i giovani studenti provenienti da altre città o paesi, che per ovvie ragioni non possono avere una macchina propria. Infine, tra i propositi che il Comune e BlueTorino si propongono vi è quello di far circolare l’**economia** a livello locale.

Un sito ben organizzato e dettagliato, insieme ad articoli di giornale<sup>2</sup>, hanno aiutato questo servizio ad ampliare la propria fama e quindi anche la relativa offerta, aprendo nuove rotte e nuovi punti di ricarica in tutta la città, permettendo a sempre più cittadini di poter utilizzare questo servizio.

---

<sup>1</sup> Le macchine associate a questa azienda appartengono al gruppo Bolloré, già noto per il servizio car sharing offerto in altre città europee e americane. BlueTorino fa parte di questa realtà ed è una delle prime in Italia

<sup>2</sup> [LA STAMPA](#), [TGCOM24](#) o ancora [IL SOLE24ORE](#) su BLUETORINO

## 1.2 UTENZA

Il car sharing è indirizzato a quegli utenti che non possono usufruire dell'automobile o dei mezzi di trasporto all'interno della città, per diverse ragioni. Gli **studenti** fuori porta (ma non per forza solo loro), per esempio, potrebbero utilizzare questo tipo di servizio qualora avessero bisogno di spostarsi in orari notturni in luoghi distanti dalla loro abitazione, rendendo quindi improponibile l'utilizzo dei mezzi pubblici tradizionali. A loro, infatti, è riservata un'offerta particolare, molto vantaggiosa rispetto alle altre, considerato che il target in questione è forse quello economicamente meno accattivante. Il car sharing potrebbe essere rivolto anche ad un **uomo d'affari** che, impossibilitato per qualsiasi ragione a raggiungere col proprio mezzo la città di Torino, decide di prendersi un mezzo di trasporto personale, sempre a sua disposizione, ad impazzo 0 sull'ambiente e del tutto silenzioso. A lui sarà riservata un'offerta diversa rispetto alla precedente, in cui i costi andranno aumentando, in relazione anche al differente potere economico che le due potenziali utenze possiedono.

Comunque, l'offerta di questo tipo di servizi potrebbe ampliarsi anche ai **cittadini stessi**, qualora fossero senza possibilità di utilizzare la propria macchina o non la possedessero proprio per ragioni personali<sup>3</sup>, o anche ai **turisti**, che vogliono essere indipendenti dai mezzi pubblici e girare liberamente per la città.

Insomma, il car sharing è al servizio di **qualsiasi tipo di utenza**: dai neopatentati ai turisti, dai cittadini privi di possibilità economiche per potersi pagare una macchina propria agli studenti, passando per uomini d'affari.

---

<sup>3</sup> Condizioni economiche sfavorevoli potrebbero portare alcuni cittadini a non possedere la macchina. In questo modo, il comune di Torino mette a disposizione delle auto il cui costo è solo in relazione al noleggio della macchina. Inoltre, è previsto un computer di bordo che ti aiuta in caso di necessità, fungendo anche da navigatore satellitare. In aggiunta, è prevista una assistenza 24h 7/7

## 1.3 CONTENUTI E SERVIZI

In questo sito non è presente una sezione facilmente raggiungibile in cui venga descritto tutto ciò che c'è da sapere sul sito, l'azienda, bug reporting, altri canali attraverso cui mettersi in contatto con loro, eccetera. Infatti, queste informazioni vengono fornite in maniera sparsa, alcune in maniera parziale, come quelle riguardo l'azienda BlueTorino<sup>4</sup> di cui vengono date solo la via in cui sono ubicati gli uffici e il capitale sociale, e altre ancora invece sono del tutto inesistenti.

Scorrendo verso le altre pagine della home (analizzeremo successivamente cosa significa questo), è possibile arrivare ad una parte in cui vi sono 5 forme geometriche (4 quadri e 1 rettangolo) in cui vengono offerte diverse possibilità di scelta, come “**Contattaci**”, “**Vai alle FAQ**”, “**Prova BLUETORINO**”, “**ZTL**”, una mappa con le zone a traffico limitato del capoluogo piemontese, e “**Brochure**”

Nell'header (testa) del sito (fatta eccezione per la sezione “**Il mio account**”) viene sempre data la possibilità di contattare l'azienda in caso di necessità o domande.

Viene offerta anche la possibilità di utilizzare l'app per Android e iOS per prenotare il parcheggio per la propria macchina a noleggio. Discutibile, tuttavia, la scelta di inserire questo servizio in una sezione molto “profonda” del sito: una maggiore visibilità della stessa renderebbe sicuramente più facile alle persone più sbrigative di avere una visione più ampia e pressoché totale dei servizi offerti da BlueTorino. Questo argomento tuttavia andremo a discuterlo in seguito.

---

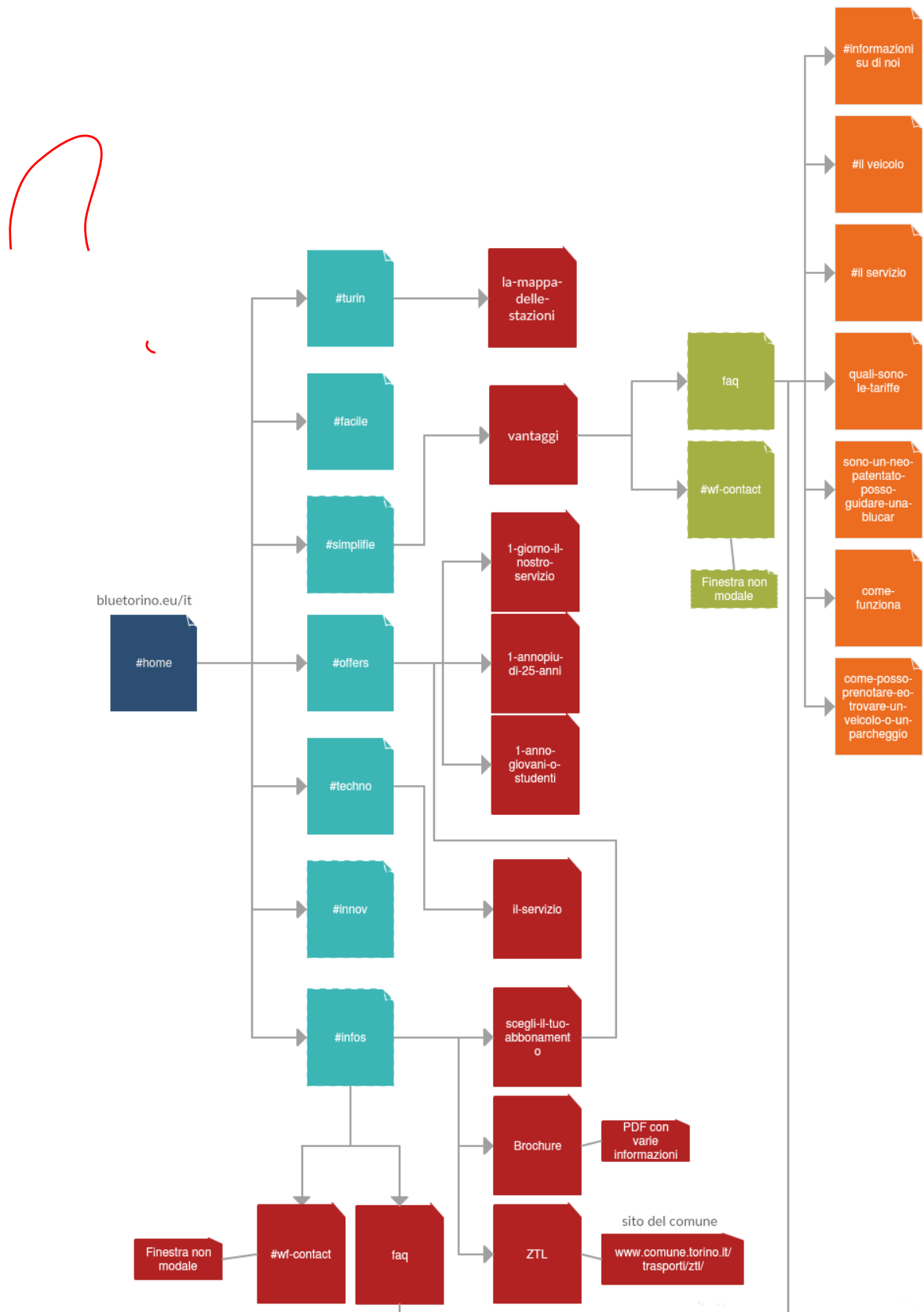
<sup>4</sup> Nel sito non sono presenti riferimenti a questo gruppo. Notizie riguardo il gruppo Bolloré, BlueTorino e le altre realtà simili a quella di cui il sito in questione, si trovano nella brochure a pag. 14, raggiungibile tramite [l'ultima pagina](#) del portale principale

## 1.4 STRUTTURA GERARCHICA

Il sito è composto da una homepage principale e da sottosezioni che si sviluppano ideologicamente nella stessa pagina principale. Questa homepage, infatti, dà accesso tramite scroll o click nei quadrati bianchi nella parte centrale a destra (pag.3) dello schermo ad altre pagine in cui in alcuni casi vi sono delle voci cliccando le quali verrà a svilupparsi un altro gruppo di sotto-siti. Per spiegare questo concetto che può risultare non facile, viene proposta la mappa concettuale del sito nelle sue parti principali: da notare che le sottosezioni che fanno riferimento alla pagina da cui sono state indicizzate presentano il loro indirizzo con un “#” iniziale mentre quelle che richiedono la creazione di una pagina nuova ne sono sprovviste. Inoltre, la sezione #infos -> ZTL ti rimanda al sito del comune in cui viene descritta la viabilità cittadina in relazione alle a traffico limitato, mentre in #infos -> brochure viene aperta una sezione in cui vi è un opuscolo dettagliato sul servizio BlueTorino e altre info.

L’immagine che segue è la mappa non complessiva del sito in questione. Ho preferito rendere visibile solo la parte principale per ragioni di spazio e praticità, oltre che di comprensibilità.

Un esempio di semplificazione è relativo alle faq: all’interno di questa sezione vi erano molti rimandi ad altre parti del sito su cui tuttavia ho preferito non dilungarmi, prendendo ad esempio solo la parte principale della stessa, creando un diagramma facile da comprendere per mezzo dell’utilizzo di colori diversi. Gli stessi vengono utilizzati in relazione alla loro posizione all’interno del sito: colori diversi corrispondono a sezioni o sottosezioni dipendenti da quella precedente.





## 1.5 PROFILO TECNOLOGICO

Il sito bluetorino.eu è scritto in HTML5 e CSS3. Questo permette al sito di poter adattarsi alle molteplici risoluzioni presenti negli smartphone, tablet e computer ad oggi in commercio. Testando il sito in [www.browserstack.com](http://www.browserstack.com), ho avuto un riscontro positivo per tutti i browser proposti, senza che si richiedesse qualcosa di aggiuntivo per rendere bluetorino.eu compatibile al 100%. Al punto successivo verranno mostrati alcuni degli screenshot provenienti da questo portale.

## 1.6 SCREENSHOT



Figura 1\_Windows 8 con Internet Explorer 10

Inoltre vi è quello a [pag.3](#) che fa riferimento ad un dispositivo personale. Os: Win10 Browser: Chrome



Figura 2 – Android Sam.Note4 con Chrome



Figura 3 – iOS iPhone 6s con Chrome

Inoltre vi sono quelli a [pag.3](#) che fanno riferimento al mio dispositivo personale Samsung Galaxy Note II. Il browser utilizzato è Chrome

## 1.7 BREAKPOINTS

Bluetorino.eu ha molteplici breakpoints all'interno del proprio sito atti a renderlo di tipo responsive. I breakpoints non sono altro che dei valori numerici espressi in pixel (px) inseriti all'interno dei fogli di stile CSS. Ogni valore espresso in px esprime la risoluzione massima accettata da quel layout superato il quale si verificherà una modifica all'aspetto complessivo del sito.

Analizzando il codice del portale, ho potuto constatare che vi sono diversi breakpoints che si riferiscono a molteplici piattaforme che vanno dagli smartphone agli schermi 4k. Di seguito, elenco gli stessi suddividendoli per categoria di riferimento.

Breakpoints per smartphone:

- Mobile S – 320px:
  - 350px -> @media screen and (max-width: 350px)
  - 400px -> @media screen and (max-width: 400px)
  - 475px -> @media screen and (max-width: 475px)
  - 615px -> @media screen and (max-width: 615px)
  - 640px -> @media screen and (max-width: 640px)
  - 768px -> @media screen and (max-width: 768px)
  - 789px -> @media screen and (max-width: 789px)
  - 960px -> @media screen and (max-width: 960px)
  
- Mobile M – 375px
  - 400px -> @media screen and (max-width: 400px)
  - 475px -> @media screen and (max-width: 475px)
  - 615px -> @media screen and (max-width: 615px)
  - 640px -> @media screen and (max-width: 640px)
  - 768px -> @media screen and (max-width: 768px)
  - 789px -> @media screen and (max-width: 789px)
  - 960px -> @media screen and (max-width: 960px)

- Mobile L – 425px
  - 475px -> @media screen and (max-width: 475px)
  - 615px -> @media screen and (max-width: 615px)
  - 640px -> @media screen and (max-width: 640px)
  - 768px -> @media screen and (max-width: 768px)
  - 789px -> @media screen and (max-width: 789px)
  - 960px -> @media screen and (max-width: 960px)

Breakpoints per tablet:

- Tablet – 768px
  - 480px -> @media only screen and (min-width: 480px)
  - 600px -> @media only screen and (min-width: 600px)
  - 768px -> @media screen and (max-width: 768px)
  - 789px -> @media screen and (max-width: 789px)
  - 960px -> @media screen and (max-width: 960px)

Breakpoints per laptop:

- Laptop – 1024px
  - 480px -> @media only screen and (min-width: 480px)
  - 600px -> @media only screen and (min-width: 600px)
  - 769px -> @media screen and (min-width: 769px)
  - 769px -> @media screen and (min-width: 769px)
  - 960px -> @media screen and (max-width: 960px)
  - 1024px -> @media screen and (max-width: 1024px)
  - 1200px -> @media screen and (max-width: 1200px)
  - 1300px -> @media screen and (max-width: 1300px)
  - 1470px -> @media screen and (max-width: 1470px) and (min-width: 769px)

- Laptop L – 1440px
  - 480px -> @media only screen and (min-width: 480px)
  - 600px -> @media only screen and (min-width: 600px)
  - 769px -> @media screen and (min-width: 769px)
  - 961px -> @media screen and (max-width: 961px)
  - 1100px -> @media screen and (min-width: 1100px) and (min-height: 768px)
  - 1301px -> @media screen and (min-width:1301px)
  - 1470px -> @media screen and (max-width:1470px) and (min-width:769px)
- 4k – 2560px
  - 480px -> @media only screen and (min-width: 480px)
  - 600px -> @media only screen and (min-width: 600px)
  - 769px -> @media screen and (min-width: 769px)
  - 961px -> @media screen and (max-width: 961px)
  - 1100px -> @media screen and (min-width: 1100px) and (min-height: 768px)
  - 1301px -> @media screen and (min-width:1301px)

POG MK

## 2 ANALISI DEL SISTEMA DI TAGGING

Nel sito da me analizzato, non vi è un sistema di tagging. Gli sviluppatori si sono limitati a rendere ben visibili le informazioni più importanti per comprendere al meglio ciò che è necessario per utilizzare questo servizio. Queste nozioni sono molteplici e non sempre del tutto chiare: un sistema di tagging forse avrebbe potuto semplificare la ricerca delle stesse nel sito, migliorando l’esperienza di navigazione.

## 3 WIDGET DI NAVIGAZIONE

In questo sito vi è un widget di navigazione, in cui sono presenti le voci “**Menù**”, che dà accesso a svariate sezioni per mezzo dell’apertura di un menù laterale a navigazione verticale che permette a sua volta una più rapida navigazione, “**Il mio account**”, che permette la registrazione o il log in, e “**Contattaci**”, che apre una finestra non modale in cui inserire dei dati e la richiesta da porre all’azienda BlueTorino.



Figura 1 – Home

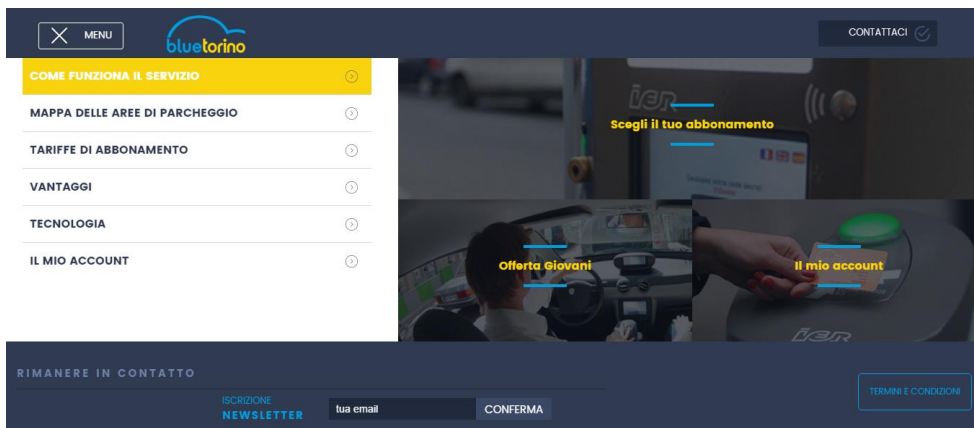


Figura 2 – Menù

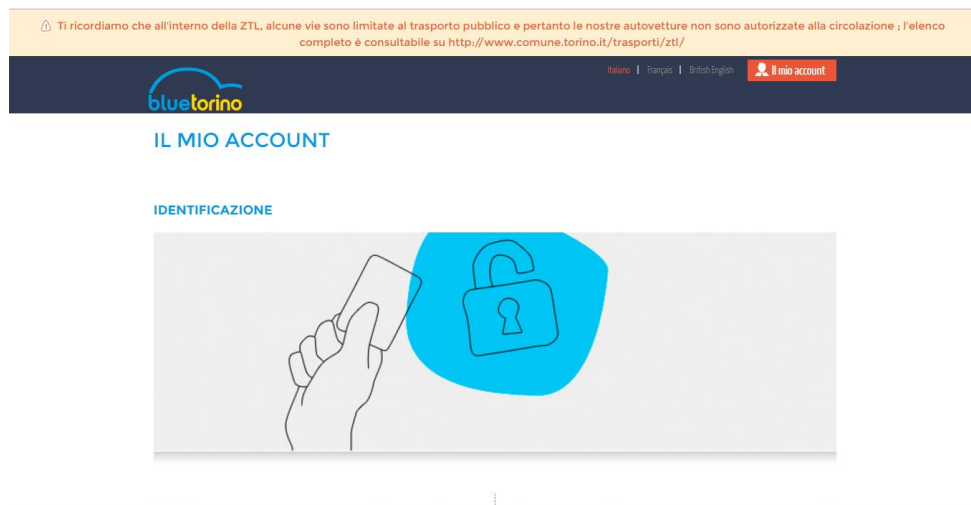


Figura 3 – Il mio account

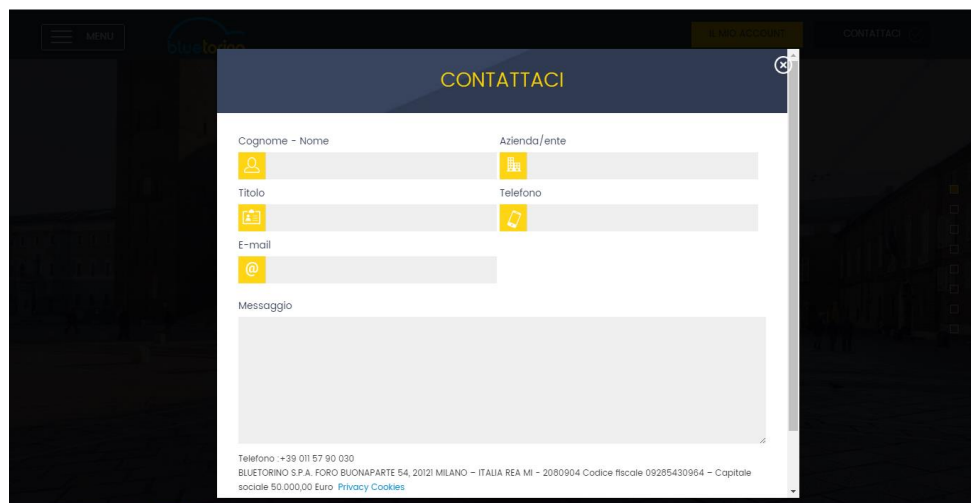


Figura 4 - Contattaci