



Joblct

Parola d'ordine: responsive Il web si adatta ai device

► I sistemi e le interfacce di navigazione diventano «mutanti» grazie al lavoro dei «nuovi» web designer. Obiettivo: cogliere la sfida mobile

DARIOBANFI

La parola chiave è “responsive”, un termine quasi intraducibile che indica come i sistemi e le interfacce di navigazione si adattino ai dispositivi che le visualizzano.

Chi l'ha imparata questa parola, e soprattutto la mette in pratica nel lavoro quotidiano di Web Design, si trova oggi un gradino più in alto nel mondo delle professioni per il Web. Un disegnatore di interfacce responsive è in buona parte l'artefice del successo dei siti per dispositivi mobili, iPad e smartphone e con la diffusione crescente di questi strumenti è in maniera indiretta anche il “responsabile” dello storico sorpasso, nell'accesso a Internet, delle reti wireless su quelle fisse. “Un Web designer è un artista del Web, in primo luogo”, spiega **Damiano Cominelli**, fondatore di **87 Magenta**. “Il suo compito è di riuscire a trasmettere con un'estetica essenziale ciò che i contenuti vogliono dire e fare in modo che chiunque, indipendentemente dall'esperienza d'uso, sia in grado di accedere rapidamente ai dati e servizi visualizzati”.

È un'arte multidisciplinare che non s'impara necessariamente all'università, anche se si stanno diffondendo master proprio su queste materie, ma che si apprende spesso in autonomia, attraverso il training-on-the-job e grazie al Web stesso, dove si trovano una base sconfinata d'informazioni, tutorial, toolkit e opportunità formative.

Al di là dei percorsi di specializzazione, tutti sono concordi nel ritenere che la frontiera delle tecnologie responsive sia oggi ineludibile per questa professione. “Con i dispositivi mobili si è modificato lo scenario tecnologico e siamo di fronte a un cambio generazionale nel Web Design”, racconta **Alberto Trussardi**, fondatore di **Bspkn Studio**. “Da semplici pagine Html siamo passati a spazi Web dinamici, che si riconfigurano in base al tipo di accesso che vanno costruite con attenzione e perizia”.

Per **Edoardo Panella**, UX Designer di **Parallela** e fondatore del coworking “**Linksesto**” di Milano, le tecniche responsive rispondono, tra l'altro, alla necessità di andare verso la mobility senza sviluppare applicazioni, ma aprono anche nuovi problemi ai quali i designer devono far fronte. “Su un dispositivo mobile non c'è spazio per tutto. Un buon designer deve saper analizzare i contenuti e ricostruire l'architettura informativa, proponendo

esperienze semplificate d'uso. La tendenza oggi è di abbandonare la ricchezza di contenuti, puntare più sugli aspetti tipografici e meno sull'estetica”. Questo trend sta influenzando, peraltro, la realizzazione degli

Un'arte multidisciplinare che si apprende spesso in autonomia attraverso il training-on-the-job



Ma le retribuzioni non sono d'oro: in Italia si va fra i 22mila e i 32mila euro lordi all'anno

stessi siti tradizionali studiati a partire da interfacce per personal computer. “Sempre più spesso - racconta **Matteo Montoli**, Design Director e fondatore di **Moze Studio** - si parte dalla costruzione di siti per smartphone e tablet, con tecnologie cosiddette “mobile forced”, per poi adattarli ai dispositivi tradizionali e non più viceversa”. Come si arriva a fare questo lavoro e apprendere queste tecniche? “Un po' per passione un po' per caso. Io sono laureato,

per esempio, in Lettere, specializzato sulla metrica novecentesca”, continua Montoli. “È una professione che ha due anime: una creativa, orientata alla forma e all'uso degli strumenti, l'altra tecnica, basata sullo sviluppo di codice e punta a produrre grafica dinamica, che si modifica in base all'uso, molto differenziale dal design tradizionale, statico e preordinato”.

Sul fronte più tecnico, per questo lavoro servono competenze specifiche, racconta **Alessandro Colia**, Web Designer di lungo corso, oggi consulente indipendente. “In primo luogo bisogna essere fortissimi sui Css, conoscere gli ambienti mobile, i linguaggi Php e Java e avere conoscenza di base di Html 5”. Non guasta saper usare gli strumenti di grafica tradizionale del pacchetto di Adobe e disporre di una buona lista di referenze tecniche, librerie di script e siti di comunità professionali tra i bookmark del proprio browser. A questi attrezzi del mestiere, indispensabili per proporre siti responsive, si somma poi l'ampia diffusione di toolkit gratuiti e piattaforme di sviluppo e supporto - come per esempio il celebre framework “Bootstrap” realizzato e distribuito in rete dagli sviluppatori di Twitter - che hanno consentito la forte crescita della professione e al contempo l'immissione sul mercato di moltissime soluzioni pronte all'uso e template grafici per siti.

Da una parte questo fenomeno ha prodotto ingenti ricavi alle agenzie di sviluppo Web, ma dall'altra ha portato forte competizione e ribasso nei prezzi per gli sviluppi di siti di media e bassa complessità. A titolo di esempio si prenda il caso di **ThemeForest.net**, piattaforma di e-commerce di template per siti responsive. Qui il modello “Avada”, il più gettonato, costa soltanto 58 dollari, ha guastato le feste a molti Web Designer, ma prodotto ricavi per oltre cinque milioni di dollari alla Web Agency che l'ha messo a catalogo.

Nonostante questo il mercato del design responsive resta aperto e in forte espansione. Per chi decide di entrare in azienda le retribuzioni non sono molto elevate e oscillano in Italia tra i 22.000 e 32.000 euro lordi all'anno a seconda dell'anzianità professionale e dimensione d'impresa.

Le cose vanno meglio, invece, per i consulenti indipendenti e chi apre una società di Web Design, magari in sinergia con programmatori ed esperti di sviluppo applicativo e soluzioni integrate di backend.



L'intervista

MARCO SERPILLI
fondatore di Warda

«Filosofia reactive per il fashion iper-personalizzato»

Le tecniche di Web design “responsive” hanno permesso importanti passi avanti per migliorare la user experience e il disegno di interfacce, ma c'è chi si è spinto oltre aprendo la strada ai sistemi “reactive”, con servizi adattabili e responsive che prendono forma in base ai dati richiesti in tempo reale. Un aperto sostenitore è **Marco Serpilli**, fondatore di **Warda**, fra le poche società italiane presentate al Tech Crunch Disrupt di San Francisco e partner niente di meno che di **Moxtra** di Subrah Iyar.

Quale tecnologia avete sviluppato?

La nostra piattaforma consente di gestire gli asset digitali nel mondo del fashion. In particolare, rendiamo possibile la collaborazione e interazione sincrona, in tempo reale, su dati, immagini e video in ambienti multidevice.

Ad esempio?

Si può usare per visualizzare le immagini di tessuti con un Pc, un iPad o uno smartphone contemporaneamente, usati a distanza, da persone diverse, e discuterne in viva voce, portando modifiche in tempo reale, magari scattando foto o scrivendo.

Chi può usare le applicazioni?

Product manager, responsabili di linee e prodotti, fashion designer, responsabili di logistica e acquisti e tutta l'area di marketing e comunicazione.

A livello tecnico, non è più questione di solo Web design responsive...

No, seguiamo la filosofia dei sistemi “reactive”.



Interfaccia a misura di esperienza d'uso

Ovvero?

Sono sistemi complessi, che si adattano a seconda del dispositivo e dei dati richiesti in tempo reale. Le pagine di front-end sono responsive, ma gli elementi applicativi e i dati presentati variano a seconda di condizione d'uso e necessità. L'interfaccia, ad esempio, se visualizzata su un device con fotocamera avrà funzioni anche di cattura-immagini.

Chi crea queste soluzioni, Web designer o programmatori?

Tutti e due, lavorando insieme. Devono parlare la stessa lingua, avere competenze diverse, ma allineate. Non è un lavoro adatto a un designer che costruisce soltanto siti Web. Occorrono anche conoscenze di user experience e gestione dei dati. Questo perché l'adattabilità dell'interfaccia non deve tenere conto soltanto del dispositivo, ma di tutti i dati che appaiono di volta in volta, sempre diversi.

Si può applicare all'e-commerce?

Sì, il modello va ben oltre il mondo del fashion. È la nuova frontiera che stanno considerando molti online retailer che desiderano arricchire l'esperienza d'uso degli acquirenti. Sulla base di big data e informazioni su ciò che accade in tempo reale, per esempio a livello geografico o in base all'orario o al tipo di utente, si sta studiando il modo di offrire soluzioni d'acquisto variabili e più “interessanti”.

Com'è lavorare a stretto contatto con Moxtra su questi progetti?

Esaltante. Un po' come per un calciatore provetto andare in serie A. Subrah Iyar è uno dei primi dieci tenocrati della Silicon Valley, con lui stiamo lavorando su tecnologie di frontiera e questo ci sta dando moltissime soddisfazioni.