

i quaderni del viminale

# LA COMUNICAZIONE

# DIGITALE

giugno 2016

**Testi a cura di:**

REDAZIONE WEB

Claudio BUTTINELLI, Michele CIERVO, Maria Gabriella COSTANTINO, Massimo GERIA,  
Maria Grazia LORETO, Giancarlo MESSINA, Benny PISTONE, Sonia SEGHETTA.

**Progetto editoriale e grafica**

UFFICIO COMUNICAZIONE ISTITUZIONALE

Cristina PASCALE

CC BY-NC 3.0 Ministero dell'Interno

GIUGNO 2016 [interno.gov.it](http://interno.gov.it)

## Introduzione

*Non possiamo pretendere che le cose cambino,  
se continuiamo a fare le stesse cose.*

**Albert Einstein**

Occuparsi di comunicazione istituzionale ai tempi della crisi economica e di rivoluzione digitale è una delle sfide della Pubblica amministrazione degli ultimi anni.

Ridotta ad ancella per decenni, talvolta confusa con la comunicazione politica o con l'URP, la comunicazione istituzionale è oggi cruciale per garantire informazione in tempo reale, per spiegare ed erogare servizi e per riavvicinare i cittadini alle istituzioni. La comunicazione non si limita a narrare, è essa stessa politica attiva.

La comunicazione digitale, in particolare, è diventata in poco tempo lo strumento più utilizzato da amministrazioni centrali e periferiche. E non si tratta di mera tecnicità. Ogni contenuto informativo, tanto più se pubblico e di servizio, deve essere pensato, ragionato, espresso oggettivamente, sempre nel rispetto delle norme e della missione istituzionale dell'ente che si rappresenta. In sintesi ogni contenuto anche minimo deve essere reso chiaro sia nel senso che nel segno grafico. Comprensibile, facile da individuare ed accessibile. Ed ovviamente trasparente.

Protagonista della comunicazione on line del Viminale è il Portale.

Oggi **interno.gov.it** è quasi un "giornale on line" e molto di più di una vetrina del ministero; in esso si uniscono finalità divulgative sulla missione istituzionale dell'ente con quella di servizio. È un portale con 26 collegamenti fra siti tematici e di interesse pubblico: con più di 2.500 contenuti annui e oltre **46.900 follower twitter**, in continua crescita.

I **Quaderni del Viminale** hanno dedicato un approfondimento al tema con l'obiettivo di mettere a sistema esperienze e professionalità che lavorano da anni nell'area della comunicazione istituzionale e del web del ministero.

Non si tratta – ovviamente – di un manuale di comunicazione, né di una raccolta di buone pratiche o istruzioni per l'uso. Il testo contiene una introduzione alla comunicazione digitale e dei social media generali in una visione prospettica e di evoluzione della pubblica amministrazione; cenni su aree di crescente attenzione nel pubblico

ad esempio sui temi dell'accessibilità e dell'usabilità; ci sono anche indicazioni sul web writing e sui criteri di notiziabilità. È il risultato di studi, letture, seminari di approfondimento, monitoraggio di siti e di blog, presenza consapevole ai vari Forum della Pubblica amministrazione e naturalmente delle esperienze di anni di lavoro. Le immagini sono il frutto di ricerche on line in alcuni casi attingendo proprio alle fonti di studio.

Il lavoro è stato **realizzato con i contributi dei redattori del portale web** che dal 2000 – con grande dedizione, impegno, professionalità e spirito di servizio – alimentano il portale quotidianamente.

Il progetto editoriale e grafico è dell'**Ufficio Comunicazione Istituzionale** che dal 2008 cura con precisione e tenacia la creazione di pubblicazioni, opuscoli, brochure per raccontare le molteplici azioni dell'amministrazione dell'interno a garanzia della libertà e della sicurezza delle persone.

Abbiamo lavorato insieme, ci siamo confrontati e abbiamo voluto condividere i risultati delle nostre esperienze.

*Serenella Ravioli*

## LA COMUNICAZIONE DIGITALE

<b>LA COMUNICAZIONE PUBBLICA ONLINE</b> .....	»	6
La comunicazione di un sito web della pubblica amministrazione .....	»	14
Verso un nuovo sistema nervoso tra ingessature e cecità.....	»	18
<b>WEB WRITING</b> .....	»	22
Il “manuale di stile” di interno.gov.it .....	»	29
<b>CONSIGLI PER UNA COMUNICAZIONE EFFICACE: IL COMUNICATO STAMPA</b> .....	»	31
<b>ACCESSIBILITÀ E USABILITÀ</b> .....	»	37
L’accessibilità dei siti web delle amministrazioni pubbliche .....	»	38
L’usabilità dei siti web delle amministrazioni pubbliche .....	»	46
I test di usabilità eGLU.....	»	49
<b>SOCIAL MEDIA E SOCIAL NETWORK</b> .....	»	55
Essere social.....	»	68
Glossario Twitter .....	»	69
<b>INTERNO.GOV.IT: NUMERI E STATISTICHE</b> .....	»	71
L’account twitter @Viminale .....	»	77
<b>INTERNO.GOV.IT: EVOLUZIONE IN IMMAGINE</b> .....	»	80
<b>MANIFESTO PER L’USABILITÀ DEI SITI WEB DELLA PA</b> .....	»	86

**LA COMUNICAZIONE**  
**DIGITALE**

## LA COMUNICAZIONE PUBBLICA ONLINE

Il termine **comunicazione pubblica** appare sottrarsi a una definizione rigida. La vastità del campo di studio, che interessa varie discipline, richiede almeno due approcci di analisi diversi. Il primo, focalizzato sui soggetti che mettono in atto la comunicazione: cioè tutti gli enti del settore pubblico definiti per legge. Il secondo, invece, fa riferimento all'oggetto della comunicazione pubblica, vale a dire l'interesse generale, e comprende:

- la **comunicazione dell'istituzione pubblica**, prodotta dagli enti pubblici:
  - verso l'interno, dentro la struttura organizzativa, per influire sulla qualità del lavoro, favorire il cambiamento, rafforzare l'identità dell'ente e quindi migliorarne prestazioni e visibilità;
  - verso l'esterno, un'attività ricca di sfaccettature che dipende dai canali di comunicazione utilizzati, dai materiali in uso per la raccolta dei contenuti, dalle finalità comunicative, ecc.;
- la **comunicazione sociale**, realizzata prevalentemente dal cosiddetto “terzo settore” allo scopo di sensibilizzare i cittadini su argomenti di interesse generale la cui soluzione può essere facilmente condivisa;
- la **comunicazione politica**, i cui soggetti sono il mondo politico e i cittadini elettori, che mira a costruire il consenso su questioni più controverse<sup>1</sup>.

Il concetto di comunicazione pubblica rimanda all'idea di flussi informativi di tipo bidirezionale, tra cittadini e pubblica amministrazione, ed è caratterizzata quindi, non solo dall'intenzione da parte dell'emittente di comunicare qualcosa, ma anche dalla capacità o dalla possibilità di ricezione del destinatario. In questa evidente bipolarità, qualsiasi mutazione nell'attività di comunicazione, che riguardi i mezzi impiegati, la quantità, il tipo d'informazione erogata, la scelta dello stile comunicativo,

---

<sup>1</sup> Mattia Miani, Comunicazione pubblica e nuove tecnologie, Il Mulino 2005

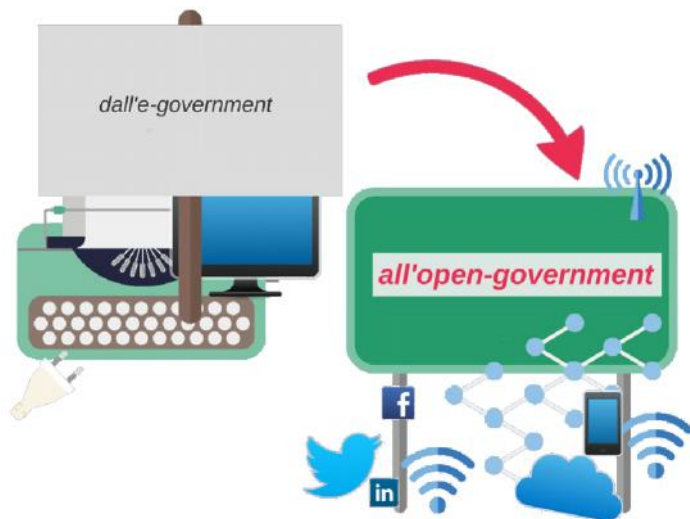
le strategie adottate, ecc., comporta inevitabilmente un cambiamento anche nei rapporti. E il cambiamento si realizza già dagli anni Ottanta, ma ancor più concretamente negli anni Novanta, con l'introduzione di normative riformiste che permettono alla cultura della comunicazione di affermarsi, insieme ai concetti di semplificazione, pubblicità e trasparenza.

Per svolgere un'azione efficace ed efficiente di informazione e di comunicazione, l'amministrazione pubblica ha bisogno di professionalità specifiche, di formare i propri dipendenti, di sviluppare al suo interno una cultura orientata alla trasparenza e alla condivisione. Con la **legge 150/2000**<sup>2</sup>, si stabilisce che l'attività di informazione rivolta ai media deve essere svolta dal portavoce e dall'ufficio stampa. In particolare, il portavoce lavora in stretto contatto con il vertice politico-istituzionale e ha il compito di curare i rapporti con gli organi di informazione. L'ufficio stampa, invece, opera in un ambito più vasto indirizzando la sua attività ai mezzi di informazione di massa, sui quali vigila affinché diffondano correttamente servizi, iniziative e programmi predisposti dall'amministrazione; lavora con i tempi concitati dettati dall'agenda politica e pone, al centro della sua attività, la notizia, il comunicato stampa e gli altri materiali destinati agli organi di informazione. Le attività di comunicazione sono a carico dell'ufficio per le relazioni con il pubblico (Urp) o di analoghe strutture (sportelli per il cittadino, sportelli unici della pubblica amministrazione, sportelli polifunzionali, sportelli per le imprese). In prima applicazione, la legge consente che le funzioni di informazione e comunicazione siano confermate al personale che già le svolge, per il quale prevede "interventi formativi e di aggiornamento" che vengono disciplinati in un secondo momento con il regolamento attuativo (D.P.R. 21 settembre 2001, n. 422). Il decreto definisce, tra l'altro, i profili preposti a queste attività: "i rapporti con i mass media devono essere curati da giornalisti, le strutture di relazione con i cittadini devono prevedere profili nuovi e differenziati, di alta complessità perché si pongono al confine di discipline e di competenze diverse".

---

<sup>2</sup> Legge 7 giugno 2000 n. 150 "Disciplina delle attività di informazione e di comunicazione delle pubbliche amministrazioni"





Durante questa stagione di riforme, la pubblica amministrazione diviene sempre più permeabile all'impiego delle nuove tecnologie, utilizzate per migliorare l'efficienza comunicativa interna alla macchina burocratica e per instaurare rapporti più diretti con i cittadini.

La rete **Internet**, in particolare, interpreta un ruolo centrale nello sviluppo delle strategie di comunicazione e delle relazioni sociali favorendo la nascita di una “nuova società<sup>3</sup>” in cui le tecnologie non intervengono come in passato a migliorare i processi produttivi, ma agiscono sull'informazione stessa. La loro diffusione pervasiva in ogni settore impone una logica di rete che trova una puntuale applicazione anche alle forme di interazione umana. Con Internet nascono comunità virtuali spesso molto volatili, ma capaci di diffondere velocemente, con l'impiego di modeste risorse, idee, informazioni, tendenze. Lo strumento tecnologico si mostra subito capace di stimolare la partecipazione dei cittadini alla vita pubblica.

Alla fine degli anni Novanta, in Italia si moltiplicano iniziative per la realizzazione di **siti web e portali istituzionali**. Migliaia di realtà disomogenee, che coinvolgono le pubbliche amministrazioni centrali e locali, vanno a costituire una variegata quanto caotica selva di domini e sottodomini sulla rete Internet. Molte amministrazioni, soprattutto quelle regionali, adottano il modello del «portale», inteso come luogo privilegiato sul web in cui sono raccolte e organizzate numerose risorse rese accessibili attraverso canali e siti specialistici. L'utente si affaccia su questo nuovo mondo attratto e disorientato dalle opportunità che offre (inizialmente soprattutto contenuti informativi centrati sulle attività dell'ente). I siti delle istituzioni hanno nomi poco intuitivi e le pagine web sono spesso gestite in modo disorganico dal punto di vista della grafica e dell'organizzazione dei contenuti<sup>4</sup>.

<sup>3</sup> La c.d. *società informazionale* - M. Castells, *La nascita della società in rete*, Egea, Milano, 2002

<sup>4</sup> Vedi Appendice

Negli anni, per i siti web degli enti pubblici matura una certa **attenzione alla qualità**. Viene riconosciuta<sup>5</sup> l'importanza strategica delle tecnologie digitali e della rete Internet per le pubbliche amministrazioni e continuano ad affermarsi alcuni principi fondamentali per la costruzione dei siti web. In particolare, l'attività di progettazione e sviluppo è inserita nel contesto organizzativo dell'amministrazione e vengono indicati precisi criteri di usabilità e di accessibilità da rispettare. L'obiettivo per la pubblica amministrazione "digitale" è quello di offrire contenuti sempre aggiornati per presentarsi quale fonte primaria e certa di dati.

---

#### AGGIORNAMENTO DEI CONTENUTI:

*STATICI* – informazioni che possono restare sul web più a lungo (es. pagine descrittive relative alla storia o all'attività dell'ente);

*DINAMICI* – informazioni che richiedono verifiche frequenti (es. news o contenuti d'agenda); in questi casi può essere utile indicare la data dell'ultima revisione o la periodicità di aggiornamento;

*A TERMINE* – informazioni con scadenza precisa (es. bandi di gara o concorsi), devono sempre indicare la data oltre la quale perdono validità o utilità.

---

Un **contesto organizzativo** aperto alle moderne tecnologie e alla rete permette la formazione di nuovi flussi comunicativi, una maggiore partecipazione del personale alla creazione e all'aggiornamento dell'informazione e una più intensa attività di interazione. Il web, dunque, inizia ad essere considerato una "tecnologia organizzativa"<sup>6</sup> che non si riferisce semplicemente alla pianificazione delle attività istituzionali di un ente, ma interessa dinamiche relazionali, attività di negoziazione, rapporti di potere, scelta dei linguaggi, capacità di mettersi in gioco, superamento di resistenze culturali e di abitudini consolidate. Molto è stato fatto negli ultimi anni per rovesciare lo stereotipo che vede la pubblica amministrazione penalizzata da immagini negative e cattivi risultati. È in atto un processo evolutivo che lentamente sta spostando l'organizzazione da un modello gerarchizzato, focalizzato sul procedimento, a uno più attento alla prestazione, ai risultati, alla soddisfazione dell'utente. Ad ogni modo, è

---

<sup>5</sup> Direttiva 3/2001 del Ministro della Funzione pubblica "Linee guida per l'organizzazione, l'usabilità e l'accessibilità dei siti web".

<sup>6</sup> "Affermare che l'organizzazione fa parte della qualità della comunicazione pubblica online, significa riconoscere che senza un'adeguata organizzazione anche il progetto di comunicazione online più banale è destinato a fallire" Miani, 2005.

evidente che l'introduzione di un nuovo modello comunicativo non può prescindere dall'organizzazione; per un cambiamento reale, cioè, non è sufficiente introdurre normative all'avanguardia, ma occorre creare identità e cultura dell'istituzione, diffondere valori condivisi e rafforzare la partecipazione ai processi di cambiamento, far emergere le capacità del personale motivandolo e rafforzandone il senso di appartenenza, condividere conoscenze e processi di innovazione<sup>7</sup>.

**Usabilità** e **accessibilità** diventano in breve nuovi paradigmi della comunicazione online delle pubbliche amministrazioni. In particolare, l'**usabilità** dei siti "implica che le informazioni debbano essere organizzate e strutturate in maniera da garantire la massima fruibilità" da parte dell'utente .

---

#### USABILITÀ È PROGETTAZIONE CENTRATA SULL'UTENTE<sup>8</sup>:

- informazioni e comandi facilmente percepiti e sempre disponibili;
  - comprensibilità dei contenuti;
  - coerenza nei simboli, nei messaggi e nelle azioni;
  - sicurezza dei dati e delle transazioni;
  - prevenzione e tolleranza degli errori
- 

Il concetto di **accessibilità** riguarda invece la capacità di un contenuto web di mostrarsi aperto anche a "individui con disabilità fisiche o sensoriali, o condizionati dall'uso di strumenti con prestazioni limitate o da condizioni ambientali sfavorevoli"<sup>9</sup>.

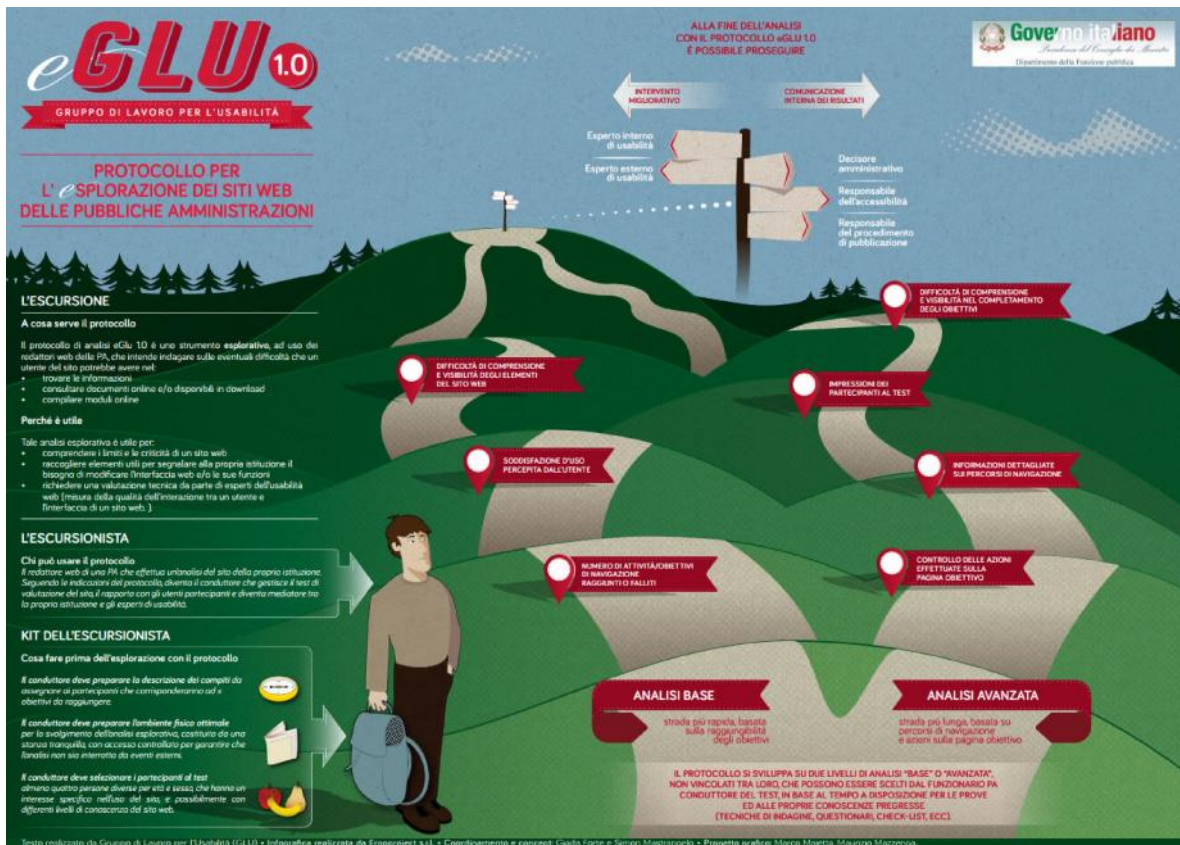
---

<sup>7</sup> Graziella Priulla, La comunicazione delle PA, Laterza 2008

<sup>8</sup> In Linee guida per i siti web della PA 2011

[http://www.funzionepubblica.gov.it/media/835828/linee\\_guida\\_siti\\_web\\_delle\\_pa\\_2011.pdf](http://www.funzionepubblica.gov.it/media/835828/linee_guida_siti_web_delle_pa_2011.pdf)

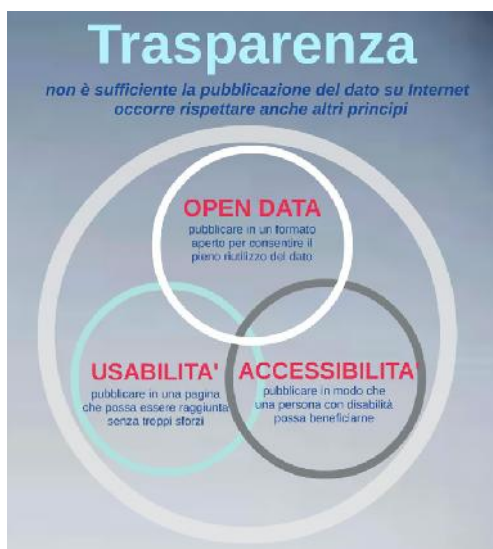
<sup>9</sup> Questa indicazione e le regole sull'accessibilità contenute in allegato nella direttiva 3/01, fanno riferimento a documenti conclusivi delle Conferenze Ministeriali di Lisbona e di Feira del 2000, nonché alle linee guida sull'accessibilità dei siti web del Consorzio Mondiale del Web (W3C).



I principi base dell'accessibilità: la disponibilità, la gestione, l'accesso, la trasmissione, la conservazione e la fruibilità dell'informazione digitale, sono contenuti nel [Codice per l'amministrazione digitale \(CAD\)](#), un testo normativo integrato, che riunisce decreti e leggi dal 2004: una «costituzione» del mondo digitale che riscrive l'azione amministrativa e sancisce le regole per la circolazione dei dati e delle informazioni<sup>10</sup>. Nel 2011, a fronte di un panorama tecnologico in continua evoluzione, entra in vigore il [nuovo CAD](#)<sup>11</sup> che introduce ulteriori aggiornamenti: in particolare, dà piena validità ai documenti informatici, alla posta elettronica certificata, alla firma elettronica avanzata, ai documenti d'identità elettronici e spinge verso un profondo cambiamento le pubbliche amministrazioni che devono garantire la trasparenza delle prassi, attivare procedure di pagamento elettroniche, rilevare il grado di soddisfazione dell'utente riguardo ai servizi resi on line. Sempre nel 2011, un gruppo di esperti - DigitPA, Dipartimento per la funzione pubblica, Dipartimento per la digitalizzazione e l'innovazione tecnologica e FormezPA –

<sup>10</sup> Graziella Priulla, La comunicazione delle PA, Laterza 2008

<sup>11</sup> Decreto legislativo n. 235/2010



ha elaborato le [Linee guida per i siti web della PA 2011](#)<sup>12</sup> allo scopo di razionalizzare i contenuti sulla rete Internet, indicandone i principi generali, le modalità di gestione e di aggiornamento e i contenuti minimi da pubblicare. L'obiettivo è in primo luogo quello di ridurre i siti obsoleti e migliorare quelli attivi. I destinatari sono gli oltre 40.000 siti gestiti dalle pubbliche amministrazioni, a partire da una distinzione di base: da un lato i siti istituzionali, realizzati allo scopo di promuovere

e far conoscere le amministrazioni, i compiti che sono chiamate a svolgere e i servizi offerti; dall'altro i siti tematici, che nascono in occasione di particolari eventi, per un progetto o per specifici target di utenza.

Oltre alle Linee guida il Dipartimento della Funzione pubblica ha aggiunto alcuni vademecum di approfondimento, curati da Formez PA, il cui scopo è fornire alle pubbliche amministrazioni indicazioni operative su specifici temi e su aspetti tecnico-operativi e normativi.

#### I VADEMECUM DEL DIPARTIMENTO DELLA FUNZIONE PUBBLICA

- [Misurazione della qualità dei siti web delle PA](#)  
*Affronta il tema della valutazione della qualità dei siti istituzionali verificando la loro corrispondenza ai requisiti previsti dalle Linee guida;*
- [Open data. Come rendere aperti i dati delle pubbliche amministrazioni](#)  
*Un compendio per attuare i principi dell'Open Government: trasparenza, partecipazione e collaborazione. Mettere a disposizione del cittadino e delle imprese i dati pubblici, gestiti dalle pubbliche amministrazioni in formato aperto, infatti, significa procedere nella direzione di apertura e trasparenza proprie dell'Open Government.*

<sup>12</sup> Direttiva del Ministro per la pubblica amministrazione e l'innovazione 26 novembre 2009, n. 8 (art.4)

## MISURARE LA QUALITÀ DEI SITI WEB CON STRUMENTI AUTOMATICI

- **Bussola della trasparenza dei siti web**  
*Analisi completa della rispondenza di un sito a decine di requisiti normativi sulla trasparenza amministrativa;*
- **Radar WEB PA**  
*Rappresentazione grafica dei sei indici di rilevazione e confronto dei dati con quelli di altre amministrazioni.*

Modifiche e integrazioni al **Codice dell'amministrazione digitale** vengono apportate, ad oltre dieci anni dall'emanazione dell'ultimo CAD, quando il Parlamento, con la legge 7 agosto 2015, n. 124, delega il Governo a intervenire sulla disciplina per promuovere e rendere effettivi i diritti di cittadinanza digitale di cittadini e imprese. Con la legge delega si intende accelerare l'attuazione dell'Agenda digitale europea e razionalizzare e semplificare, anche nel linguaggio, tutta la disciplina affinché possa mantenersi al passo con i continui cambiamenti. Il primo dei decreti attuativi revisiona e semplifica le disposizioni in materia di prevenzione della corruzione, pubblicità e trasparenza. È il decreto legislativo 25 maggio 2016, n. 97, cosiddetto **Freedom Of Information Act (FOIA)** che, in linea con la normativa da tempo adottata nei Paesi anglosassoni, intende garantire l'accesso a tutti i dati gestiti dalla pubblica amministrazione, promuovere la partecipazione dei cittadini e favorire forme diffuse di controllo sulle attività delle istituzioni e sull'utilizzo delle risorse pubbliche. Tramite l'**accesso civico**, infatti, chiunque può entrare in possesso dei dati, pur

**LA BUSSOLA DELLA TRASPARENZA DEI SITI WEB**

Accesso rapido  
Colora la trasparenza  
Classifica  
Verifica il sito  
Esprimi la tua opinione  
Confronta i siti  
Consulta i siti

Esprimi la tua opinione

In questa sezione puoi verificare il sito di una amministrazione presente in archivio inserendone la denominazione.

Puoi anche esprimere la tua opinione sui singoli contenuti.  
(In fase di sperimentazione)

1. Inscrivi la denominazione dell'amministrazione di cui vuoi verificare il sito web:  
[input field with "MINISTERO DELL'INTERNO"]  
oppure: **seleziona l'amministrazione**

2. Avvia la ricerca... CERCA

Amministrazione: Ministero dell'Interno  
Indirizzo: Roma (RM)  
Sito Web: <http://www.interno.gov.it/>  
Ultima modifica: 24/03/2016 alle ore 08:11

**Risultati Indicatori Ordine Trasparenza**  
Numero indicatori analizzati: 56 su 65

Sezione	Livello	Esito	Pagina Organo scaturita	Valuta la sezione	Opinioni promosse	
					Tutti i monitoraggi	monitoraggio esecrate
1. Amministrazione trasparente	100%	OK	Vai	100% su (2)		
2. Programmi per la trasparenza e l'open data	100%	OK	Vai	100% su (1)		
3. Atti generali	100%	OK	Vai	100% su (1)		
4. Canali informativi per cittadini e imprese	100%	OK	Vai	100% su (1)		

nel rispetto dei limiti posti a tutela di interessi pubblici e privati giuridicamente rilevanti.

Infine, l'attivazione della piattaforma di accesso "Italia Login", che integra il Sistema pubblico d'identità digitale (Spid) e l'Anagrafe nazionale della popolazione residente, consentirà di interagire con la pubblica amministrazione con un unico nome utente e

un'unica password, per effettuare, ad esempio, prenotazioni di visite mediche, iscrizioni a scuola, pagamenti dei tributi, ecc.

## La comunicazione di un sito web della pubblica amministrazione

La comunicazione istituzionale non può prescindere dalle tecnologie digitali. Il web, in particolare, rappresenta oggi il canale più utilizzato per l'erogazione di servizi istituzionali e quello che meglio può sfruttare le tecnologie disponibili: siti e portali stanno diventando veri e propri “sportelli virtuali”, “punto di accoglienza e di accesso per un bacino di utenza potenzialmente, e auspicabilmente, molto più esteso e diversificato di quello di qualunque sportello tradizionale”<sup>13</sup>.

I siti web delle pubbliche amministrazioni, oltre essere considerati canali permanenti di dialogo e mezzi di comunicazione tra i più accessibili e meno onerosi, devono avere come obiettivo primario quello di contribuire all'affermazione del diritto per il cittadino a essere efficacemente informato. Attraverso i siti, infatti, le amministrazioni hanno il compito di garantire un'informazione completa e trasparente sulla loro attività; curare la propria immagine coordinata; promuovere contatti con cittadini, imprese e altri enti; far conoscere e facilitare l'accesso a servizi informativi e transazionali che devono essere utili, facilmente reperibili, fruibili e in costante aggiornamento.

Negli ultimi anni, si è assistito all'evoluzione del sito web verso la formula del cosiddetto **portale multicanale**, una piattaforma tecnologica per la comunicazione che facilita l'accesso ai contenuti, mettendo a disposizione strumenti diversi. Il portale multicanale, tende a rivolgersi direttamente al cittadino rispondendo alle sue richieste, dialogando con lui, secondo una filosofia di inclusione (*e-inclusion*) che tende a ridurre il rischio di “marginalizzazione telematica” causato da disparità, ad esempio, di tipo sociale o tecnologica. Questo strumento, “sempre di più, non ha utenti/destinatari passivi ma interlocutori, co-protagonisti di un processo comunicativo dialogico continuo”<sup>14</sup>. La progettazione di un sito web per la pubblica amministrazione è dunque un'operazione piuttosto delicata che deve tener conto di diversi fattori.

Secondo il modello proposto da Hassan e Li, sono sette gli ambiti su cui lavorare: *Screen Design, Content, Accessibility, Navigation, Media Use, Interactivity, Consistency*. Queste parole chiave, insieme, vanno a formare l'acronimo SCANMIC con cui è denominato il modello. L'analisi di questi elementi, oltre a illustrarne le rispettive peculiarità, evidenzia la metamorfosi cui è stata sottoposta la comunicazione pubbli-

---

<sup>13</sup> Direttiva del Dipartimento per l'Innovazione e le Tecnologie del 27 luglio 2005.

<sup>14</sup> Guidi in Lovari-Masini, Comunicazione pubblica 2.0, Franco Angeli 2008

ca negli ultimi decenni: un inarrestabile processo, tuttora in atto, che vede in campo nuovi strumenti di comunicazione, attenzioni e curiosità per ambiti prima inesplorati, straordinarie modalità di interazione con l'utente, innovazioni tecniche e linguaggi diversi per la costruzione e la trasmissione del messaggio.

Lo **Screen Design**, cioè l'aspetto grafico dello schermo, si riferisce alla gestione degli spazi, all'impiego dei colori, alla scelta dei font e alla *scannability* del testo, vale a dire alla sua facilità di lettura. I contenuti sul web, infatti, non sono semplici formati testuali che possono essere letti con un procedimento di tipo sequenziale e lineare, ma ipertesti costituiti da elementi diversi che, insieme, concorrono alla formazione del significato e la cui lettura può svolgersi attraverso spostamenti, da una pagina all'altra, decisi dal lettore in piena autonomia.

Il **Content** riguarda l'attività di elaborazione testi, siano essi a scopo normativo, operativo o informativo. Per garantire il coordinamento di tutti i contenuti digitali e seguire le attività di redazione è stata introdotta una figura nuova<sup>15</sup>: è il responsabile del procedimento di pubblicazione dei contenuti sul web. Controllare e aggiornare le informazioni, evidenziare scadenze e date di aggiornamento, monitorare accessi, bisogni e soddisfazione dell'utente, valutare eventuali revisioni nell'architettura informatica, sono attività che non possono mancare nella gestione di un sito pubblico. Molto importante, inoltre, è l'attenzione al linguaggio che deve essere semplice ed efficace.

L'**Accessibility**, il concetto, chiaramente legato al principio delle pari opportunità, viene definito come "la capacità dei sistemi informatici, nelle forme e nei limiti consentiti dalle conoscenze tecnologiche, di erogare servizi e fornire informazioni fruibili, senza discriminazioni, anche da parte di coloro che a causa di disabilità necessitano di tecnologie assistive o configurazioni particolari".

**Navigation** è l'imperativo degli utenti web che chiedono percorsi facilitati, al riparo da inestricabili selve di link e collegamenti interrotti. Per la navigazione, diventa cruciale l'architettura dei contenuti e un'organizzazione funzionale delle risorse poiché, davanti al vastissimo panorama informativo e a fronte di una maggiore autonomia nella scelta dei percorsi di lettura, l'utente web ha necessità di pratici strumenti di navigazione.

---

<sup>15</sup> Linee guida per i siti web della PA 2011



**Media Use** è un tema piuttosto controverso: da una parte si raccomanda di evitare animazioni sui siti, dall'altra si auspica il bilanciamento e l'uso dei diversi media. La pubblica amministrazione, che si trova a competere nella stessa arena dei mezzi di comunicazione di massa, deve essere capace, avvalendosi di personale qualificato, di gestire tempi, format e contenuti nel rispetto dell'immagine coordinata dell'ente. Grazie alla convergenza della tecnologia digitale, oltre ai testi, le amministrazioni devono essere in grado di fornire elementi grafici, gallerie fotografiche, registrazioni e dirette radio o video. È la multimedialità, la capacità cioè di integrare su un unico supporto elettronico l'insieme dei *bit* contenuti in formati digitali diversi. L'**Interactivity** fa riferimento alla possibilità di attivare canali di interazione nel sito per permettere all'utente di esprimere opinioni, ottenere chiarimenti o ulteriori informazioni di approfondimento. I primi siti internet delle amministrazioni pubbliche, benché concepiti come innovativi sportelli per il pubblico, si limitavano a "digitalizzare la burocrazia" non sfruttando pienamente le risorse e le potenzialità della rete. Le nuove generazioni, cresciute in un ambiente ad altissimo livello di interattività, spingono all'uso dei nuovi strumenti, verso un sistema caratterizzato dalla struttura a rete con la quale ridisegnano la società.



*"You. Yes you. You control the Information Age. Welcome to your world"* è il titolo della copertina del *Time* del Dicembre 2006 con cui la nota rivista americana assegna al navigatore web il riconoscimento di personaggio dell'anno. Denominato web 2.0, a voler sottolineare una nuova versione del web, il fenomeno riguarda milioni di navigatori nel mondo che plasmano e ridisegnano la società, una novità che non può essere più ignorata, nemmeno dalle pubbliche amministrazioni.

---

## 5 LIVELLI DI INTERAZIONE PER L'EROGAZIONE DI SERVIZI PUBBLICI

1. semplice informazione (es. descrizione della procedura);
  2. interazione a una via, attraverso la quale l'amministrazione rende disponibile la modulistica (es. moduli scaricabili);
  3. interazione a due vie, in cui l'amministrazione prende in carico i dati inviati direttamente dall'utente (es. prenotazione di un appuntamento per ritirare un documento);
  4. transazione interamente on line (es. pagamento);
  5. intero procedimento sulla rete, consente all'utente di ricevere informazioni personalizzate.
- 

Il miglioramento qualitativo e quantitativo delle relazioni che un ente pubblico riesce a realizzare, attraverso forme di partecipazione e inclusione, è considerato uno dei parametri per la valutazione della *performance*; un'interazione tra pari, dunque, deve essere considerata un supporto prezioso per affrontare decisioni o ripensamenti nelle politiche pubbliche. Il web fornisce numerosi strumenti per l'interattività, tra i quali: *forum, wiki, blog, social network, XML e RSS, podcast, georeferenziazione*, ma è l'amministrazione a dover scegliere il giusto mix tenendo conto del *target* di utenza cui si riferisce. Tali strumenti, infatti, devono essere attivati attraverso scelte inclusive di tipo tecnologico (per favorire la riduzione del divario digitale) e di tipo metodologico (per facilitare l'interazione, sincrona e asincrona, anche dei soggetti più svantaggiati).

**Consistency** riguarda una serie di accorgimenti che rendono riconoscibile un sito pubblico senza equivoci. Permettendo di raggiungere un efficace livello di coerenza all'interno delle pagine, scongiurano disorientamenti dell'utente nei diversi livelli di navigazione e, durante i percorsi di lettura, lo aiutano a identificare l'area di navigazione senza ombra di dubbio. Proprio a questo scopo, nel 2002 è stato introdotto in Italia il dominio "gov.it". Riservato ai siti della pubblica amministrazione, è una sorta di bollino di qualità che le amministrazioni possono vantare rispondendo ai requisiti di: accessibilità e usabilità, secondo le raccomandazioni del WAI e del W3C; efficacia dei contenuti - che devono essere anche chiari e affidabili - e dei servizi on line; identificazione e controllo per l'accesso dell'utente; tutela della *privacy* e della sicu-

rezza; monitoraggio della soddisfazione degli utenti. Dal 2009, l'iscrizione al dominio è obbligatoria. Le *Linee guida per i siti web della PA 2011* richiedono che siano riconoscibili la natura pubblica del sito e l'amministrazione che lo gestisce; le amministrazioni pubbliche, inoltre, devono informare gli utenti dell'esistenza del sito web segnalandolo in ogni occasione di comunicazione: nella carta stampata, nei biglietti da visita, nella firma istituzionale delle e-mail dei dipendenti, nella modulistica e in tutti i documenti, le pubblicazioni e i comunicati stampa, anche radiofonici e televisivi. Nel 2015, infine, l'Agenzia per l'Italia Digitale (AgID) ha presentato le [Linee guida di design per i siti web della pubblica amministrazione](#). Il testo raccoglie principi e strumenti per la creazione di siti web pubblici che garantiscano un'identità visiva coerente.

### Verso un nuovo sistema nervoso tra ingessature e cecità

Il rinnovamento introdotto con normative all'avanguardia e moderne politiche di *e-government* sta portando ad una profonda trasformazione dell'attività di comunicazione pubblica e alla nascita di un sistema integrato capace di produrre un flusso comunicativo attento alle diversità, rivolto all'esterno e all'interno. Più in particolare: alla tradizionale comunicazione verticale, tipica delle grandi amministrazioni centrali monolitiche, si va affiancando una comunicazione che proviene anche da micro aree pubbliche permettendo lo sviluppo di un sistema armonico micro/macro; alla comunicazione rivolta all'esterno se ne aggiunge un'altra rivolta al personale interno; da un comunicazione generica si passa a una più segmentata, indirizzata alle diverse tipologie di utenza<sup>16</sup>. Questi cambiamenti hanno richiesto, e richiedono ancora, oltre a un personale qualificato che sappia manovrare un ricco repertorio di linguaggi, anche importanti aperture culturali.

I cambiamenti, infatti, si impongono. Nella comunicazione dell'era dei media sono cambiati i concetti di individuo, di cittadino, di opinione pubblica. Si sono persi gli ancoraggi temporali e spaziali all'interno dei quali le persone attivavano il dialogo, si confrontavano, partecipavano alla vita sociale. La comunicazione oggi non si realizza nelle piazze, ma in luoghi pubblici all'interno dei mass media e dei new media, spazi

---

<sup>16</sup> Marino Cavallo, *La comunicazione pubblica tra globalizzazione e nuovi media*, Franco Angeli 2005

non localizzati che non richiedono presenze fisiche e compartecipazioni, ma consentono lo sviluppo di un rapporto non dialogico e la nascita di una sfera pubblica aperta a ogni tema, da sviluppare secondo forme diverse, a volte non ancora definite. La società contemporanea si caratterizza quale movimento sociale dinamico e sfuggente, denso di potenzialità in cui il bisogno di visibilità diventa primario e innesca feroci lotte per l'occupazione della scena mediatica. Per garantire le conoscenze a una platea che ha dimensioni globali, senza cadere nelle commistioni o nelle concentrazioni monopolistiche, diventa essenziale tenere distinte le attività dei media da quelle delle istituzioni pubbliche, favorendo l'affermazione di principi di pluralismo regolato e di democrazia deliberativa che garantiscono agli individui adeguati processi di formazione dei giudizi e delle decisioni. La nuova sfera pubblica, cioè, deve saper utilizzare le tecnologie in modo consapevole, quali strumenti per una democrazia continua, conscia che senza politiche di controllo possono essere molto alti i rischi di limitazione dei diritti e di esclusione sociale<sup>17</sup>. Negli ultimi decenni "i computer hanno cessato di essere solo oggetti, o sistemi di oggetti. Hanno imposto al mondo un mutamento sociale: il linguaggio-macchina ormai progetta, inquadra e guida non solo dispositivi e strumenti, ma anche comportamenti, competenze, ruoli, mansioni, tempi, processi, strategie. Apre orizzonti simbolici, modalità rappresentative, attitudini cognitive, modelli di relazione. Incorpora rapporti di potere"<sup>18</sup>. Proprio le tecnologie informatiche, favorendo la partecipazione attiva dei cittadini e la trasparenza dell'azione amministrativa, possono contribuire all'affermazione dei quattro diritti ribaditi dalla "Carta europea per i diritti del cittadino nella società dell'informazione e della conoscenza": il diritto all'accesso, all'informazione, alla formazione e alla partecipazione. Il processo di rinnovamento che si è innescato ha intaccato, infatti, quel castello inaccessibile al mondo esterno quale purtroppo appare a volte ancora oggi la pubblica amministrazione. "Concetti quali l'orientamento all'utenza, il cittadino come cliente, il miglioramento del servizio hanno fatto breccia nel muro della burocrazia e si sono elaborati progetti e programmi di lavoro in diversi ambiti e settori del servizio pubblico"<sup>19</sup>, dagli enti locali alle aziende sanitarie locali, dai Comuni alle Regioni. Eppure, "siamo a metà guado, tra la semplice computerizzazione e l'occasione di trasformazione". "Le amministrazioni e i cittadini «galleggiano» in re-

---

<sup>17</sup> Cit. in Cavallo (2005) – J. B. Thompson, Mezzi di comunicazione e modernità, il Mulino, 1998

<sup>18</sup> Graziella Priulla, La comunicazione delle PA, Laterza 2008

<sup>19</sup> Marino Cavallo, La comunicazione pubblica tra globalizzazione e nuovi media, Franco Angeli 2005

te, entrando sì in contatto, ma senza compiere quel passo in più che consentirebbe di rendere l'informatizzazione un fattore reale di modernizzazione"<sup>20</sup>.

Ogni novità introdotta in un contesto organizzato genera, in ogni caso, una risposta che mette in discussione tutti gli elementi che lo compongono: procedure, strumenti, flussi comunicativi, oltre ad esigere nuove professionalità e adeguate normative di riferimento. È quanto accaduto alla comunicazione pubblica con l'introduzione delle tecnologie digitali: sono aumentati i **soggetti attori** della comunicazione che si stanno organizzando in strutture di rete sempre più complesse; i **destinatari** chiedono di intervenire nei processi decisionali, dialogano attraverso i *social network*, sono sempre più autonomi nella ricerca e nella fruizione dell'informazione; gli **oggetti** della comunicazione hanno visto l'affermazione della forza dell'ipertesto che permette di comporre una comunicazione multimediale; i **mezzi** a disposizione non sono stati mai tanto numerosi e vengono utilizzati secondo strategie multicanale.

La formula comune a tutti questi cambiamenti è la **configurazione di rete**, una struttura organizzativa che appare vincente in tutti i poli della comunicazione, sia che si tratti di enti pubblici o di cittadini, di oggetti di comunicazione o di canali di trasmissione. La rete, dunque, si mostra motore strategico anche per il rinnovamento della P.A. e, a partire dalla sua stessa struttura fisica, si fa metafora del cambiamento. I siti web pubblici, dispositivi all'avanguardia, appaiono il luogo più adatto per approdare a una visione della realtà che dischiuda la pubblica amministrazione a nuove prospettive. Internet, infatti, "non è un nuovo media, è un'altra cosa" perché la rete ha cambiato, non solo gli scenari dell'informazione e della comunicazione pubblica, ma i nostri stessi stili di vita<sup>21</sup>.

Nonostante resistenze culturali e criticità, le tecnologie digitali e Internet si mostrano capaci di sconvolgere i piani di comunicazione, come accaduto già nel passato con l'introduzione di altre tecniche innovative. Se da una parte il web fagocita come un predatore tutte le prassi comunicative consolidate nel tempo assorbendole al suo interno, dall'altra fornisce strumenti più efficaci e tesse nuovi paradigmi relazionali che cambiano l'organizzazione delle strutture, i processi di interazione, le modalità di risposta alle istanze dei cittadini e delle imprese, la prospettiva stessa, infine, del "fare comunicazione pubblica".

---

<sup>20</sup> Graziella Priulla, La comunicazione delle PA, Laterza 2008

<sup>21</sup> Magrini in Lovari-Masini, Comunicazione pubblica 2.0, Franco Angeli 2008

Un'opera di revisione organizzativa e di riposizionamento della pubblica amministrazione, che mette al centro il cittadino, potrebbe fornire un punto strategico con il quale ottenere, oltre che una visione allargata del campo d'azione e nuovi dispositivi con cui svolgere l'attività di istituto, anche flussi comunicativi e paradigmi relazionali le cui potenzialità sono ancora solo in parte conosciute, ma che promettono novità da non sottovalutare.

Non è possibile parlare di *web writing*, ovvero, di come scrivere sul web, senza partire da alcuni dati oggettivi e qualche considerazione.

In primo luogo è necessario premettere che le tecnologie ICT (tecnologie della comunicazione informatica), che ci consentono la trasmissione delle informazioni, influenzano il modo in cui esprimiamo e produciamo le informazioni stesse.

Una considerazione questa, confermata oltre che dalla letteratura scientifica anche dalla nostra esperienza quotidiana: confrontando ad esempio lo stile e la lunghezza di una notizia al telegiornale e su un quotidiano ci accorgiamo facilmente che la stessa è trattata in modo completamente differente.

Anche chi scrive per il web deve tenere conto delle differenze che esistono tra media diversi e indagare, preliminarmente, quali sono i punti di forza e di debolezza, ossia le caratteristiche proprie del *medium* su cui andrà a lavorare, affinché la comunicazione possa essere quanto più efficace, efficiente e nel caso della pubblica amministrazione di servizio.

Partiamo da alcuni dati:

---

*La velocità di connessione delle reti italiane è fra le più basse d'Europa a causa di condizioni orografiche spesso ostative, di bassa domanda di servizi di connettività e di ridotti investimenti privati. La "mano pubblica" è quindi fondamentale per anticipare un mercato evitando così la creazione di divari digitali.*

---

Che riflesso può avere questo dato sul tipo di scrittura da adottare su Internet?

Sicuramente, dovremo fare attenzione a non inserire nei contenuti allegati troppo pesanti che impiegherebbero troppo tempo per essere visualizzati.

---

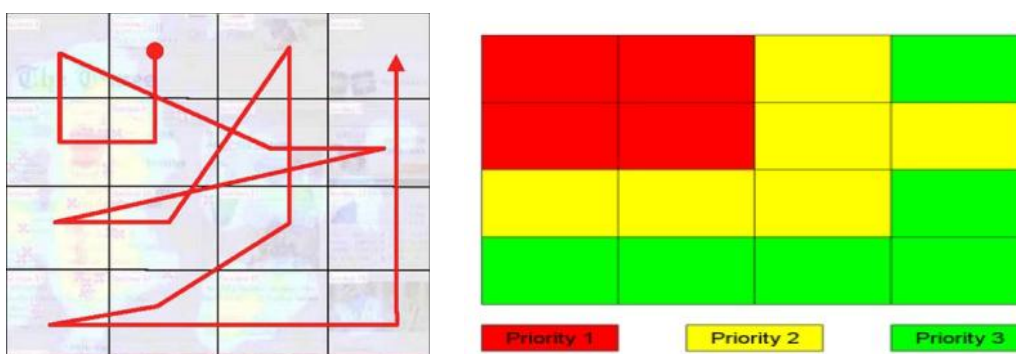
*In Italia, complice anche una struttura demografica ‘anziana’, a fronte del 60,2% di persone che usano Internet, il 39,8% non lo fa mai.*

---

Gli italiani, inoltre, a differenza dei loro colleghi internauti europei, preferiscono di gran lunga il ‘mobile’ al fisso: ed anche il fatto di visualizzare siti e contenuti su schermi notevolmente più piccoli, ha delle ripercussioni sul modo in cui è necessario elaborare, scrivere e diffondere le notizie o le informazioni.

Infine, le statistiche evidenziano che l’utente medio italiano, benché abbia relativamente poche conoscenze digitali, possiede mediamente uno o più profili sui Social Network.

Numerosi studi ed esperienze hanno dimostrato come il modo di leggere su uno schermo sia molto diverso da quello della carta stampata di un giornale e di un libro. L’occhio umano, infatti, procede su uno schermo con una sorta di lettura a scansione saltando e ricercando immediatamente punti significativi.



L’approccio ‘mobile’ alla rete e ai suoi contenuti rende dunque ancora più complessa l’interazione del cittadino-utente con le informazioni e le news presenti sul web. Quando navighiamo un sito da uno *smartphone*, infatti, anche se supportato da tecnologie in grado di adattare i contenuti ai vari formati e tipi di *device*<sup>22</sup>, le ridotte dimensioni dello schermo, fanno sì che per completarne la lettura della pagina siano necessari numerosi ‘scroll’. L’utente deve ‘memorizzare’ ciò che ha letto nella parte superiore della visualizzazione e questo determina inevitabilmente una sorta di ordine di importanza nella struttura della notizia: **le informazioni principali, quelle ri-**

---

<sup>22</sup> Tecnologia “responsive”, vedi capitolo su Accessibilità e usabilità.



**tenute più interessanti vanno sempre posizionate in alto**, all'inizio della pagina web. Inoltre, considerando le maggiori difficoltà di utilizzo e navigazione attraverso gli schermi *touch*, è necessario distinguere bene il testo vero e proprio dai vari link e collegamenti ipertestuali che andremo a inserire.

Anche il fattore tempo gioca un ruolo determinante. Poiché infatti la lettura di un testo su uno schermo è più faticosa che sulla carta stampata, è necessario, nella redazione di un testo informativo o di una notizia, considerare che questa tenderà ad essere più veloce. Mediamente la lettura di una pagina web impegna l'utente per circa una decina di secondi.

Questo significa che le notizie e le informazioni per interessare ed essere effettivamente utili agli utenti web devono essere 'presentate' in **forma chiara** e non essere particolarmente lunghe, ma semmai rimandare a spiegazioni dettagliate e di approfondimento attraverso appositi link, proprio per non appesantire la lettura e per non far 'scappare' il lettore su altre pagine o su altri siti.

---

*Capita spesso sui siti della pubblica amministrazione di imbattersi in 'cattivi esempi' di comunicazione, in cui vengono utilizzate logiche obsolete – che relegano in fondo l'oggetto e i fatti delle notizie – per nulla in linea con le caratteristiche del web e del digitale in genere.*

---

Se chiarezza e brevità valgono come indicazioni generali per il *web writing*, acquistano una valenza amplificata se riferite alla cosiddetta "mobile experience". Su dispositivi *mobile*, come *smartphone* e *tablet*, infatti, le sessioni internet, proprio perché pagate dall'utente in base al tempo d'uso, tendono ad essere notevolmente più brevi: è maggiore l'esigenza di trovare nel minor tempo possibile le informazioni di cui si ha bisogno.

Così come per le notizie, anche nella illustrazione di un servizio online è utile rispettare una scala di priorità delle informazioni. Non è utile, infatti, partire da lunghi e complessi riferimenti normativi o con lunghi indirizzi di uffici, direzioni e dipartimenti competenti o che gestiranno la 'domanda' o 'istanza'. Meglio affrontare per prima cosa l'oggetto del servizio, i requisiti e le modalità di accesso.

## Regole pratiche per scrivere sul web

Nel lavoro presso la redazione del portale web del ministero dell'Interno si affronta quotidianamente la questione della semplificazione del linguaggio amministrativo.

Spesso, infatti, il linguaggio utilizzato per leggi, bandi, protocolli, ecc., è caratterizzato dalla presenza di tecnicismi e periodi macchinosi che lo rendono poco adatto ad essere utilizzato efficacemente dal cittadino-utente.

Dopo aver brevemente illustrato il contesto in cui si muove il *web writer*, dunque, è necessario introdurre alcune 'regole' pratiche da seguire per la semplificazione del linguaggio burocratico e per adattare al meglio i contenuti spesso complessi da comunicare alle caratteristiche del web.

Partendo dal presupposto che la comunicazione della PA ha l'obiettivo di soddisfare i requisiti di chiarezza, semplicità e sinteticità garantendo allo stesso tempo completezza e correttezza delle informazioni<sup>23</sup>, e che ciò vale ancora di più se ci riferiamo alla comunicazione web, possiamo dire che per una ottimale redazione dei testi:

- le **frasi devono essere brevi**, non contenere più di 25/30 parole e non più di due frasi per ogni periodo. È opportuno evitare di fornire al lettore troppe informazioni in una sola frase. Quando le informazioni sono molte, è preferibile dividere il periodo in più proposizioni. Eventuali dettagli, infatti, possono essere inseriti in box laterali all'articolo, in un file allegato;
- **soggetto, predicato verbale e complemento non devono essere separati da frasi con incisi**, perché costringono il lettore a uno sforzo per rimettere insieme la frase;
- per l'uso dei verbi, **è sempre preferibile usare la forma attiva** piuttosto che quella passiva, perché in questo modo il soggetto dell'azione è subito identificato all'inizio della frase. La stessa considerazione vale anche per la forma impersonale, spesso abusata nel linguaggio burocratico;
- per rendere la lettura più agevole **è preferibile usare i tempi più comuni nella lingua parlata**: presente, passato prossimo, futuro e indicativo piuttosto che il congiuntivo. Per far questo, le congiunzioni più usate nella lingua parlata (perché, quando, ecc.) che reggono l'indicativo sono preferibili a quelle di tono più elevato (a condizione che, qualora, ove, purché, benché, dal momento che, affinché, ecc.) che richiedono invece l'uso del congiuntivo.

---

<sup>23</sup> Direttiva sulle attività di comunicazione della PA, 7 febbraio 2002.



13 gennaio 2016 | Temi: Territorio

*Un'applicazione su smartphone e tablet permetterà al non udente di essere localizzato e soccorso. Il prefetto di Firenze: «Un'innovazione tecnologica con un alto valore sociale»*

Arriva in Toscana un nuovo servizio di emergenza per le persone sorde. Si tratta di un'apposita App che permette al non udente di inviare dal proprio smartphone o tablet alla sala operativa della questura una richiesta di aiuto, completa dei suoi dati e della sua posizione geografica, in modo da essere facilmente localizzato e soccorso. L'iniziativa è stata presentata oggi a Palazzo Medici Riccardi, sede della prefettura di Firenze, dal prefetto Alessio Giuffrida insieme ai questori della Toscana, dal presidente regionale dell'ENS - Ente Nazionale Sordi Giovanni Tafi e dal consigliere direttivo nazionale dell'Ente e responsabile del progetto Giuseppe Corsini.

Il servizio, che nasce da un accordo tra il ministero dell'Interno e l'Ente Nazionale Sordi, è stato ideato per aiutare quelle persone la cui disabilità può risultare molto problematica nelle situazioni critiche.

In Toscana sono circa 2500 le persone con questo handicap. Il funzionamento della nuova App è semplice. Basta cliccare su un'apposita icona che appare sul telefonino o sul tablet e alla questura arriverà una mail con il nome del non udente, la sua precisa posizione geografica e l'indicazione di un'eventuale interprete della lingua dei segni. Inoltre la persona sorda potrà scegliere, tra le varie icone fornite dal programma, quella che corrisponde all'emergenza in atto, come per esempio un malore, un incidente stradale, un infortunio, un reato, un incendio. In questo modo la sala operativa avrà un quadro completo e potrà disporre l'azione più appropriata. Le forze dell'ordine invieranno una risposta scritta con i tempi di intervento e le prime indicazioni da seguire.

«E' un'innovazione con alto valore sociale - ha detto il prefetto Alessio Giuffrida al termine dell'incontro - e grazie all'ausilio delle nuove tecnologie favorisce l'accessibilità e la fruibilità dei servizi di emergenza anche alle persone sorde».

L'uso del modo indicativo, non è sinonimo di 'poca conoscenza' della lingua italiana o di basso profilo culturale; piuttosto deve essere inteso come mezzo per raggiungere tutte le tipologie di utenti, in particolare coloro che utilizzano in prevalenza un vocabolario semplice;

- **è preferibile limitare anche l'uso del gerundio**, specialmente se ha un soggetto diverso da quello della frase principale. Il gerundio, tra l'altro, crea difficoltà di comprensione agli utenti audiolesi;
- uno strumento molto efficace per la chiarezza dei testi, è **l'utilizzo di elenchi puntati o numerati**. Le liste, infatti, aiutano la leggibilità e la comprensione, chiariscono la sequenza e la relazione tra le idee e i fatti esposti;
- **suddivisione in paragrafi**: una regola di primaria importanza per chiunque scriva sul web. La presenza di spazio tra paragrafi consente al lettore di focalizzare meglio l'attenzione sulle informazioni;

- **uso del grassetto:** è un ottimo aiuto per l'ottimizzazione SEO<sup>24</sup> dei testi scritti per il web. Per i motori di ricerca le parole in grassetto sono rilevanti ai fini della categorizzazione del contenuto;
- **utilizzare le immagini,** per dare maggiore chiarezza all'articolo. Le immagini devono avere l'alt text (il testo che appare facendo scorrere il puntatore del mouse). È consigliabile inserire nella descrizione le parole chiave per essere trovati dai motori di ricerca;
- **il ruolo dei link è molto importante,** servono a collegare le parti di una pagina web o a collegare più pagine dello stesso sito, o siti diversi tra loro. Se il link non collega un'altra pagine HTML, ma a un .pdf o a un altro formato occorre sempre specificarlo;

---

#### *È MEGLIO EVITARE:*

- *parole e formule dotte, arcaiche e letterarie;*
- *grecismi e latinismi;*
- *locuzioni solenni;*
- *termini stranieri (quando esiste un termine corrispondente in italiano).*

- 
- per sigle e acronimi, è bene spiegare per esteso, la prima volta che si incontra nel testo, a che cosa si riferiscono. La tendenza attuale è quella di scrivere soltanto la prima lettera maiuscola (es. Onu, Usa, Asl, Confindustria).

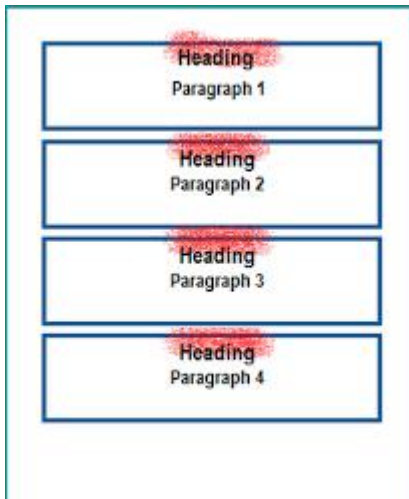
#### **Il titolo prima di tutto**

Accanto ad una scrittura gradevole ed alle regole proprie del web writing, bisogna fare attenzione ad alcuni accorgimenti utili al miglior posizionamento dell'articolo sui motori di ricerca.

Un buon inizio è la **scelta del titolo "giusto"**. Il titolo, infatti, è l'elemento più importante che si ha a disposizione per convincere l'utente web a continuare la lettura. È necessario per questo che sia chiaro, coerente e breve. Un titolo ben fatto, con parole chiave ben collocate, è il primo passo per una idonea indicizzazione sui motori di ricerca e per essere sicuri che l'articolo – anche se lungo – sia letto.

---

<sup>24</sup> SEO – Search Engine Optimization: attività volte ad ottenere la migliore rilevanza, analisi e lettura del sito web da parte dei motori di ricerca.



Un'altra parte 'sensibile' della titolazione online è la **meta description**: in pratica, la parte di testo che compare sotto il titolo nei risultati del motore di ricerca.

Per indicizzare al meglio l'articolo che andremo a pubblicare è necessario che contenga le parole chiavi utili - *keywords density* - per essere posizionato al meglio sui motori di ricerca. La scelta delle *keyword* è importante: più volte un termine compare in un articolo, più è alta la keyword density di

quel termine, più è probabile che il motore di ricerca ritenga rilevante quella pagina per quella chiave di ricerca. Inoltre, per essere efficaci, le keyword devono trovare la giusta collocazione all'interno del contenuto: meglio dunque collocarle nel titolo, nella prima e nell'ultima frase.

Infine, l'uso dei titoletti per suddividere l'articolo contribuisce a facilitare la lettura del testo evidenziando i temi principali<sup>25</sup>, mentre l'inserimento di collegamenti ipertestuali (iperlink) sia interni al sito che esterni, aiutano il lettore a trovare velocemente le informazioni di cui ha bisogno.

---

<sup>25</sup> È utile ricordare che ogni header (tipo di titolo) ha un proprio livello (grandezza del carattere) e per ogni livello c'è un uso corretto: più grande per il titolo, più piccoli per gli altri argomenti.

## Il “manuale di stile” di interno.gov.it

Il manuale di stile di interno.gov.it raccoglie le linee guida adottate dalla Redazione Web per mantenere uno stile unico e riconoscibile all'interno del portale istituzionale del ministero dell'Interno.

Non vuole essere un elenco di principi inderogabili, ma rappresenta – allo stesso tempo – uno strumento di uniformità e riconoscibilità indispensabile per la redazione di contenuti provenienti da fonti diverse e spesso pubblicati su differenti canali (es. twitter, youtube).

- 
- **Discorsi diretti:** usare unicamente virgolette inglesi («...»); mentre per titoli e sottotitoli virgolette con le doppie (“...”);
  - **Accentate:** sono à, è, é, ì, ò, ù, e NON a', e', i', o', u', anche per le maiuscole;
  - **Spazio:** va dopo la punteggiatura e NON prima. Fanno eccezione: il trattino e i punti di omissione che devono essere preceduti e seguiti da spazio, le parentesi e le virgolette, le sigle (es. Spa);
  - **Grassetto:** si usa soltanto per ciò che realmente va evidenziato (es. parole chiave), NON abusarne;
  - **Parole straniere:** usare unicamente quelle che non sono entrate nel linguaggio comune, devono essere scritte in corsivo e al singolare (evitare le "s" finali del plurale in inglese);
  - **Maiuscolo:** è obbligatorio per:
    - inizio del discorso diretto, inizio del periodo, dopo un punto fermo, un punto interrogativo o un punto esclamativo;
    - nomi propri di persone o di animali, nomi che indicano epoche, avvenimenti di grande importanza, secoli, periodo storici, movimenti letterari, artistici, filosofici (es. Novecento, Rivoluzione francese, Medioevo); le regioni geografiche (es. America del Nord, la crisi del Medio oriente); nei nomi geografici solo il nome proprio (es. mar Mediterraneo); Stato, Costituzione, organi costituzionali e reparti militari;
    - solo la prima parola dei nomi propri di enti (es. Banca del lavoro, Cassa di risparmio);
    - Chiesa, quando indica la comunità dei credenti (es. Chiese cristiane), altrimenti va sempre minuscolo, come anche basilica, messa, cappella, ecc.;
    - festività civili o religiose (es. Natale), i corpi celesti (es. Luna);
    - Papa, quando viene usato come nome proprio (es. il Papa ha ricevuto in udienza).
-

- 
- **Minuscolo:** va sempre utilizzato per scuola elementare, scuola media, scuola superiore, giunta regionale, consiglio regionale, regione, università, facoltà, ateneo, direzione del personale, direzione generale, prefettura, ministero, dipartimento. Si utilizza il minuscolo anche per: ministro, prefetto, capo dipartimento, capo della Polizia e per le fonti normative (legge, decreto legge, ecc.);
  - **Acronimi e sigle:** nella prima citazione va indicato il nome per esteso e tra parentesi la sigla - con soltanto la prima lettera maiuscola - ad es. Scuola superiore dell'amministrazione dell'interno (Ssai); dalla seconda citazione si può usare la sola sigla.
- 

---

**È consigliabile sempre:** utilizzare frasi brevi, semplici e chiare, moderare l'uso di aggettivi e avverbi, evitare i superlativi.

**TO LEAD** in inglese significa condurre, essere guida. È l'incipit dell'articolo, quello su cui si gioca l'attenzione del lettore. Poche parole, al massimo una riga e mezza, che devono "fare centro". Il lead porta in primo piano un particolare dell'avvenimento o della vicenda; può essere una enunciazione, una situazione, una dichiarazione, un interrogativo, ecc.

L'articolo giornalistico classico, di origine anglosassone e ancora insuperato, è basato sulle cinque W:

- WHO? CHI?
- WHERE? DOVE?
- WHEN? QUANDO?
- WHAT? COSA?
- WHY? PERCHÉ?

In un articolo, dopo il lead seguono da 3 a 5 (massimo) periodi brevi, non più lunghi di 5 righe. Nel primo periodo è necessario rispondere al maggior numero possibile di W (minimo 3).

Il consiglio è di limitare al massimo l'ipertesto, dirottando i link interni ed esterni allo spazio "link correlati"; negli Speciali, Approfondimenti, schede, ecc. cercare sempre la brevità del testo categorizzando e suddividendo i contenuti in altrettante schede linkabili da destra.

---

## CONSIGLI PER UNA COMUNICAZIONE EFFICACE: IL COMUNICATO STAMPA

La sezione del portale interno.gov.it – accesso privilegiato ai servizi e alle articolazioni dell'Amministrazione – che per prima crea un contatto con gli utenti web è quella informativa, composta quotidianamente di articoli, approfondimenti, brevi news, interviste, gallery di immagini, video, tweet.

L'informazione, infatti, è fornita principalmente sotto forma di notizia, che viene prodotta categorizzandola per aree tematiche e, talvolta, pubblicata nella prima pagina (*homepage*) secondo una gerarchia tra le notizie aderente alla linea editoriale.

In questo quadro, i comunicati stampa sono per la redazione web la prima fonte di notizie, uno degli strumenti principali di lavoro.

### Comunicati, fatti, notizie

Il primo compito della redazione è produrre informazione rivolta agli utenti sui temi dell'Amministrazione. Va specificato che quando si parla di utenti si intendono gli *stakeholder* (portatori d'interesse) ai quali si rivolge il lavoro della redazione e cioè non soltanto i cittadini genericamente intesi come titolari di diritti e interessi, ma anche i media, le associazioni, le organizzazioni sociali, i partiti, gli amministratori, gli utenti interni.

Il **comunicato stampa** è lo strumento con il quale un ente o una azienda comunica con i media, con la finalità che siano loro, i media, a diffonderne il contenuto sotto forma, appunto, di notizia. Non è quindi uno strumento con il quale si comunica direttamente con il pubblico di riferimento: non siamo più da secoli alle “grida”, non è un editto, non è la Gazzetta Ufficiale.

Il comunicato stampa è uno dei principali mezzi attraverso il quale l'ente emittente presenta ai media (stampa, TV, internet, radio, social) contenuti e informazioni affin-



ché siano trasformati in notizia appetibile, adeguata per ciascun medium e conforme ai rispettivi parametri di pubblicabilità.

È definito notiziabile quel fatto o avvenimento che abbia i criteri minimi necessari per diventare notizia, in funzione della rilevanza in un dato ambito e dell'interesse suscitato nel pubblico. Innumerevoli sono i fatti che accadono, ben pochi divengono notizia (The New York Sun: "Quando un cane morde un uomo non fa notizia, perché capita spesso. Ma se un uomo morde un cane, quella è una notizia").

Anche nel settore dell'informazione e della comunicazione, dunque, è importante procedere **dalla cultura dell'adempimento** (eseguire tutte le procedure necessarie alla produzione di un comunicato) per approdare **a quella del risultato** (il messaggio che contiene il comunicato deve arrivare alla persona giusta, essere letto, apprezzato e pubblicato). Dall'adempimento al risultato, dall'efficienza all'efficacia.

### La funzione dell'addetto stampa

Per avere una buona probabilità di pubblicazione, un comunicato stampa deve contenere una notizia che sia di interesse per un pubblico generico e/o per i pubblici di riferimento. Il comunicato dovrà perciò contenere una informazione che cambia qualcosa nella vita dei lettori, ascoltatori o telespettatori, a livello di servizi erogati, di modalità di fruizione degli stessi, di appuntamenti di interesse o anche a livello di cronaca o a livello emozionale. Compito dell'addetto sarà dunque quello di redigere un comunicato che contenga 'informazioni interessanti'; per fare questo dovrà mediare tra il fatto e la notizia.

Un comunicato stampa va perciò redatto soltanto se c'è qualcosa da dire.

---

#### *È PREFERIBILE EVITARE COMUNICATI STAMPA:*

- **ripetitivi, seriali e che non contengono una notizia** (es. una riunione interlocutoria in cui dirigenti e funzionari si danno appuntamento al mese successivo) ;
- **quotidiani**, che potrebbero ingenerare il c.d. effetto "al lupo al lupo" e che toglierebbero interesse ad un probabile comunicato notiziabile;
- **autoreferenziali** (es. la partecipazione di vertici a un convegno come semplici uditori) che potrebbero essere controproducenti in termini reputazionali.

---

Per l'addetto stampa, ovvero chiunque sia chiamato a questa funzione, è fondamentale tener presente – prima di tutto – il target di riferimento.

È necessario per questo:

- **predisporre un elenco delle testate** (*press list*) che si vuole raggiungere, non sottovalutando le radio in ambito locale;
- **stilare**, per ciascuna testata, anche *online*, **l'elenco dei giornalisti** che si occupano della materia. È importante stabilire un contatto attraverso la posta elettronica (*mailing list*) e all'occorrenza via fax;
- **pubblicare tempestivamente il comunicato nel sito internet dell'ente**. Se di particolare interesse e notiziabilità, la redazione web potrà scegliere di creare una propria notizia a carattere istituzionale.

Per essere quanto più sicuri che il comunicato stampa si traduca in notizia è importante che l'invio del messaggio sia mirato al giornalista che si vuole indurre a scrivere il pezzo. Soprattutto nei casi di organizzazione di un evento o di una conferenza stampa, all'invio del messaggio dovrà seguire una chiamata telefonica (*call*) per sincerarsi che il comunicato sia stato ricevuto e letto, e che venga assicurata la partecipazione all'evento, nell'imminenza del quale andrà effettuata una nuova chiamata (*recall*).

---

#### TRASMETTERE UN COMUNICATO STAMPA

*I tempi per la pubblicazione:*

- *per la carta stampata, è meglio inviare il messaggio entro le ore 12, al più tardi nel primissimo pomeriggio;*
- *per un telegiornale, è importante tenere presente l'orario delle varie edizioni. Per un servizio nei TG serali, il comunicato dovrà essere inviato al più tardi nel primo pomeriggio mentre, per la semplice lettura, non più tardi delle 19.30.*

---

#### Il messaggio

Il contenuto di un buon comunicato stampa deve essere – quanto più possibile – già pronto per la pubblicazione. Bisogna, infatti, tenere conto che in alcuni casi il redattore generico della testata che lo riceve – specie se con molto lavoro - è spesso più propenso a cestinarlo che a scrivere daccapo la notizia, per 'passarlo' al capo redattore.

Dunque, nella struttura del comunicato è fondamentale posizionare in alto l'**intestazione univoca dell'ente** dal quale promana: è proprio l'intestazione, infatti, a indicare l'autorevolezza della fonte. Al di sotto va sempre riportata la scritta '**comunicato stampa**', seguito da un **titolo**, di non più di poche parole (massimo 2 righe corte di un quotidiano). Meglio è scritto il titolo e più facilmente sarà pubblicato.

Il titolo punterà direttamente all'elemento centrale e sostanziale della notizia, cioè il fatto (es. se in una riunione viene deciso il cambio degli orari dell'Urp, il fatto consiste nel cambio degli orari e non nella riunione).

---

### ***È PIÙ EFFICACE UN TITOLO 'NOMINALE', CIOÈ SENZA VERBO.***

---

Sotto il titolo, è possibile eventualmente prevedere un **sottotitolo**, di non più di 2 righe, con elementi aggiuntivi al titolo ed esplicativi della notizia. È importante evitare ripetizioni tra titolo e sottotitolo.

Il 'pezzo' dovrà iniziare con il cosiddetto "attacco" (*lead*) da 3 a 5 righe, nel quale devono essere comprese le risposte alle 5 classiche domande: who, what, when, where, why (chi, cosa, quando, dove, perché)<sup>26</sup>.

Nello **sviluppo del testo** del comunicato si approfondisce la notizia, fornendo curiosità, dichiarazioni e pochi dati. Per rendere il comunicato più ricco e interessante è possibile inserire la dichiarazione – efficace e chiara – di una personalità (es. il prefetto); oppure, in altri casi, il contenuto della dichiarazione può essere trasformato utilizzando il discorso indiretto. È consigliabile citare solo alcuni (non più di 3) dati numerici o statistici che possono essere rimandati eventualmente a una scheda allegata. Infine, è meglio evitare l'elencazione di tutte le personalità presenti a un evento, ma citarne uno o pochi solo se rilevanti per l'informazione che si vuole dare.

Per rendere più semplice e intuitiva la lettura e per facilitare il 'copia-incolla' del redattore, il comunicato stampa non deve superare le 25 righe (5 lead + 20 sviluppo testo) e deve essere presentato graficamente suddiviso in blocchi di massimo 5 righe. In generale, è preferibile scrivere frasi brevi 'alto e basso' (maiuscole e minuscole), evitare ripetizioni, titoli accademici, discorsi aulici o 'burocratese', eccessi di grassetto. Ricordare sempre di **indicare la data** poiché consente di scrivere nel testo soprastante 'oggi, stamattina, questo pomeriggio' (when) e **firmare il comunicato** quale

---

<sup>26</sup> Vedi capitolo Web writing.

‘addetto stampa’, indicando i propri riferimenti (tel. ufficio, tel. mobile, casella mail, social, ecc.) per essere eventualmente chiamato dal giornalista per precisazioni, domande, ulteriore materiale o documenti.

### Un esempio

Di seguito un esempio di comunicato stampa, il cui testo è preso a caso da uno degli articoli pubblicati nel portale interno.gov.it. Il comunicato è proposto suddiviso in blocchi di diverso colore per evidenziare ogni peculiarità che il comunicato deve rispettare.

#### Titolo (42 battute)

## ‘Una vita da social’ al Festival di Sanremo

Il comunicato parte dal titolo ‘Una vita da social’ al Festival di Sanremo: sufficientemente breve, come detto, che può andare anche su 2 righe. Sono 42 battute, spazi inclusi, che possono essere resi graficamente anche in grassetto.

#### Sottotitolo eventuale (173 battute)

Esperti della Polizia di Stato incontrano nella settimana della rassegna musicale studenti, insegnanti e genitori per dare consigli sull’uso sicuro e responsabile di internet

Segue un sottotitolo, che si ricorda è facoltativo. Sono 173 battute, né grassetto né corsivo, che possono occupare circa 2 righe, a seconda del corpo del carattere.

#### Lead

Stare in internet al passo con i tempi dei social network, conoscere le opportunità offerte ma evitare anche di cadere nelle tante trappole tese dalla rete (**why**). E’ in piazza Colombo a Sanremo (**where**), per tutta la settimana del Festival della canzone italiana (**when**), il truck multimediale della Polizia di Stato (**who**) per presentare la campagna educativa itinerante ‘Una vita da social’ (**what**).

L’attacco del pezzo, il lead, contiene le risposte alle 5 domande classiche (evidenziate in rosso). La notizia è tutta lì, deve essere tutta lì se ricordiamo che la finalità dell’addetto stampa è quella di veder pubblicato il proprio comunicato. Il redattore che lo riceverà potrà facilmente trovare un ‘buco’ nella pagina per pubblicare massi-

mo 5 righe significative, con più difficoltà troverà lo spazio per un intero articolo di circa 25 righe. Se poi dovrà riscriverlo in tutto o in parte, la destinazione del comunicato è certa: il cestino.

### Sviluppo del testo

L'iniziativa, partita da Roma e realizzata in collaborazione con il ministero dell'Istruzione, vede gli operatori della Polizia di Stato impegnati fino al 22 febbraio, dalle 9 alle 18, nell'aula didattica e nelle postazioni internet della struttura di 18 metri in incontri con studenti, genitori, insegnanti e cittadini sull'utilizzo sicuro, consapevole, responsabile e critico di internet.

Numerosi gli ospiti del truck che daranno il loro contributo di esperienza social, incontri inaugurati ieri dal conduttore del Festival Fabio Fazio che si è intrattenuto a lungo con i giovani di una scuola superiore della città ligure.

Illustrate, tra le novità, la pagina Facebook [www.facebook.com/unavitadasocial](http://www.facebook.com/unavitadasocial) e l'account Twitter <https://twitter.com/unavitadasocial>, dove sono dettagliate le attività, i consigli per l'uso e i contributi dei testimonial. Un vero e proprio 'diario di bordo' dove vengono postate le impressioni dei giovani internauti durante tutte le tappe del truck, e dove gli 'amici' del web, ma anche tutti i cittadini, possono trovare risposte alle curiosità, ai dubbi e alle problematiche della navigazione.

C'è poi lo sviluppo del testo nel quale viene approfondita la notizia. Si rammenta che è importante la divisione in blocchi di testo e non superare le 20 righe.

Il comunicato termina con la data e con la firma dell'addetto stampa, un ipotetico signor Rossi. A fondo pagina i riferimenti dell'addetto.

### Data

Roma, 1° marzo 2014

### Firma e riferimenti

L'addetto stampa  
Mario Rossi

Mario Rossi  
Tel. 0623456789  
Mob. 3333333333  
Email: [mario.rossi@prefettura.it](mailto:mario.rossi@prefettura.it)  
Social: @mario.rossi



## L'accessibilità dei siti web delle Amministrazioni Pubbliche

Il web ha nel suo codice genetico una vocazione 'sociale', come dimostra il progressivo passaggio a dimensioni sempre più interattive e 'intelligenti' nelle relazioni con gli utenti.

Se un decennio fa si consolidava il web 2.0, caratterizzato in particolare dalla possibilità per l'utente di produrre contenuti (*content user generated*) contribuendo a generare intelligenza collettiva - pensiamo ai blog - oggi si parla di web 3.0, caratterizzato da un approccio semantico sempre più *user oriented* che sfrutta i sistemi di intelligenza artificiale (algoritmi, metodi di archiviazione) per incrociare dati e informazioni secondo combinazioni che tendono a corrispondere a preferenze e bisogni dell'utente, profilati in base ai suoi comportamenti nella rete.

Il web è intrinsecamente 'sociale' perché consente la comunicazione, lo scambio di informazioni, la condivisione di conoscenza, l'accesso e la fruizione dei servizi. Ed è intrinsecamente 'neutro' dal punto di vista della fruizione di servizi e contenuti da parte dell'utente finale.

Perché queste potenzialità si realizzino pienamente, le pagine web devono essere **accessibili**, cioè fruibili da tutti gli utenti indistintamente, a prescindere dalle loro condizioni psico-fisiche (disabilità fisiche e/o sensoriali, epilessia, fotosensibilità, daltonismo, ridotte capacità visive e/o uditive o cognitive, ecc.) ma anche, ampliando il concetto, dal grado di istruzione o dalla lingua parlata, dalla localizzazione geografica, dalle competenze e/o dotazioni tecnologiche a disposizione (disponibilità o meno di software aggiornati, browser non performanti, problemi di connettività, ecc.).

Per i siti web delle amministrazioni pubbliche, al servizio del cittadino, questa considerazione diventa un imperativo, tanto che la normativa<sup>30</sup> prevede l'individuazione di un responsabile dell'accessibilità informatica per ogni PA.

L'accessibilità, per questo motivo, è stata progressivamente disciplinata nell'ambito di un quadro normativo in continua evoluzione che si rifà agli standard internazionali, le *recomandation*, definiti dal World wide web Consortium-[Web Accessibility Initiative](#), (W3C-WAI ) attraverso le Web Content Accessibility Guidelines (WCAG) – Linee guida per l'accessibilità, la cui prima versione è stata rilasciata nel 1999.

---

<sup>30</sup> Articolo 9 del Decreto del Presidente della Repubblica n.75/2005; Circolare Agid n. 1/2016.

## Il quadro di riferimento nazionale. Obiettivi di accessibilità e segnalazioni

L'accessibilità dei siti web diventa un obbligo per le PA nel 2004 con la cosiddetta **legge Stanca**<sup>31</sup>.

La legge definisce l'**accessibilità** come “capacità dei sistemi informatici, nelle forme e nei limiti consentiti dalle conoscenze tecnologiche, di erogare servizi e fornire informazioni fruibili, senza discriminazioni, anche da parte di coloro che a causa di disabilità necessitano di tecnologie assistive o configurazioni particolari”, e le **tecnologie assistive** come “strumenti e soluzioni tecniche, hardware e software, che permettono alla persona disabile, superando o riducendo le condizioni di svantaggio, di accedere alle informazioni e ai servizi erogati dai sistemi informatici”<sup>32</sup>, garantendo “(...) il **diritto di accesso** ai servizi informatici e telematici della pubblica amministrazione e ai servizi di pubblica utilità da parte delle persone disabili, in ottemperanza al principio di uguaglianza ai sensi dell'articolo 3 della Costituzione”.

Insieme al [Codice dell'amministrazione digitale](#)<sup>33</sup>, che individua l'accessibilità tra le caratteristiche dei siti web delle PA, essa costituisce insieme ai propri decreti attuativi, il perno del quadro di riferimento normativo nazionale.

- 
- [circolare del ministero della Funzione pubblica 13 marzo 2001, n.3](#)
  - [decreto del Presidente della Repubblica 1° marzo 2005, n.75](#)
  - [decreto ministeriale 8 luglio 2005](#)
  - [decreto ministeriale 30 aprile 2008](#) sull'accessibilità degli strumenti didattici a favore degli alunni disabili
  - [direttiva n.8/2009](#) sui siti web delle PA e sul miglioramento della qualità di info e servizi
  - [decreto ministeriale 20 marzo 2013](#)
  - [circolare dell'Agenzia per l'Italia digitale \(Agid\) n.61/2013](#) sugli obblighi delle pubbliche amministrazioni in materia di accessibilità, aggiornata dalla [circolare n.1/2016](#).
- 

<sup>31</sup> [legge 9 gennaio 2004, n.4](#)

<sup>32</sup> Esempi di tecnologie assistive: screen reader, tastiere braille, ingranditori dello schermo, tastiere virtuali, emulatori di mouse, strumenti di eye-tracking, joystick, dispositivi o software di accesso al computer, ecc.

<sup>33</sup> Cad, decreto legislativo 7 marzo 2005, n.82.



Tra i provvedimenti di modifica e integrazione, merita un cenno a parte il [decreto legge 18 ottobre 2012 n.179](#) (Ulteriori misure urgenti per la crescita del Paese), in particolare l'articolo 9, (Documenti informatici, dati di tipo aperto e inclusione digitale), che ha modificato in modo significativo la legge Stanca e il Cad.

La platea dei soggetti erogatori indicati dalla **legge Stanca** è stata ampliata ricomprendendo “tutti i soggetti che usufruiscono di contributi pubblici o agevolazioni per l'erogazione dei propri servizi tramite sistemi informativi o internet”. Gli stessi soggetti “non possono stipulare, a pena di nullità, contratti per la realizzazione e la modifica di siti Internet quando non è previsto che essi rispettino i requisiti di accessibilità”.

I datori di lavoro pubblici e privati devono mettere a disposizione dei **dipendenti disabili**, anche in caso di telelavoro, postazioni dotate di strumentazioni hardware e software e tecnologie assistive adeguate al tipo di disabilità, le cui specifiche tecniche sono definite dall'Agid<sup>34</sup>.

Anche il Cad, integrato dal decreto legge n.179/2012, ha introdotto novità importanti, stabilendo l'obbligo per le PA di garantire l'accessibilità delle **informazioni** pubblicate sui siti istituzionali, dei **documenti amministrativi** informatici, **moduli e formulari**, che devono poter essere fruibili a prescindere da condizioni di disabilità. Ha specificato, inoltre, che le politiche di formazione dei dipendenti pubblici devono tenere conto anche dei temi dell'accessibilità e delle tecnologie assistive.

“Last but not least”, con il DI è stato introdotto l'obbligo per le PA di pubblicare annualmente sui propri siti web (entro il 31 marzo) gli **obiettivi di accessibilità** - ovvero le azioni individuate per l'adeguamento costante dei siti e dei servizi web - attraverso la [procedura guidata](#) messa a punto dall'Agid.

The screenshot shows the Agid website interface. At the top, there is a header with the Agid logo and the text 'Agenzia per l'Italia Digitale' and 'Presidenza del Consiglio dei Ministri'. Below the header, there is a navigation bar with the text 'Menu del sito' and 'Dati e contatti'. The main content area is divided into two columns. The left column is titled 'Obiettivi di accessibilità' and contains text about the annual reporting requirement for public administrations. The right column is titled 'Registrazione' and contains a registration form with fields for 'E-mail', 'Indirizzo Internet (indirizzo web)', and 'Conferma e-mail'. There is a 'Sei già registrato?' link and a 'Se non sei registrato accedi al sito' link. At the bottom of the page, there is a footer with the Agid logo and the text 'Agenzia per l'Italia Digitale' and 'Presidenza del Consiglio dei Ministri'.

Proseguendo in questa panoramica, altra novità importante introdotta dal 2012 è la possibilità per i cittadini interessati di effettuare [segnalazioni](#) all'Agid su inadempienze in tema di accessibilità. L'Agenzia verifica le segnalazioni, con eventuale richiesta di adeguamento all'amministrazione inadempiente.

<sup>34</sup> [Circolare n.2/2015](#)

La disciplina dell'accessibilità è, come si vede, molto articolata e in costante evoluzione, in linea con il progresso tecnologico e con il quadro di riferimento europeo e internazionale ([Convenzione delle Nazioni unite sui diritti delle persone con disabilità](#) del 13 dicembre 2006, ratificata con la legge 3 marzo 2009, n.18).

Per quanto riguarda principi, requisiti e specifiche di accessibilità, il punto di riferimento è costituito dagli standard internazionali definiti dal W3C, le WCAG, attualmente alla versione 2.0, alle quali è improntata la normativa italiana.

### Gli standard internazionali: le WCAG 2.0

Le [WCAG 2.0](#)<sup>35</sup> sono rivolte a un pubblico molto ampio che va dal legislatore alle diverse professionalità del web: sviluppatori di software e web designer, responsabili e redattori dei siti web.

Si tratta di 12 linee guida, e relativi criteri di successo, basate su **4 principi di accessibilità globali**:

- **percepibilità**: informazioni e componenti dell'interfaccia utente devono poter essere fruiti attraverso differenti canali sensoriali;
- **utilizzabilità**: i componenti dell'interfaccia utente e i suoi comandi devono essere utilizzabili senza disagi o vincoli ingiustificati per l'utente;
- **comprensibilità**: gli utenti devono poter comprendere le modalità di funzionamento dell'interfaccia e le azioni necessarie per reperire le informazioni e attivare i servizi;
- **robustezza**: il contenuto deve essere abbastanza robusto da poter essere interpretato in modo affidabile da una vasta gamma di programmi utente, comprese le tecnologie assistive, presenti e future.

Le indicazioni e le specifiche contenute nelle WCAG e nella documentazione di supporto si riferiscono alle pagine web (statiche e dinamiche) e ai documenti informatici. A ciascuna linea guida corrispondono criteri di successo verificabili.

Proprietà fondamentali per la conformità delle pagine web agli standard di accessibilità sono:

- la capacità di contenuti e funzionalità di essere **determinati programmaticamente**, ovvero formati e forniti in modo che i programmi usati dagli utenti,

---

<sup>35</sup> WCAG 2.0: Web Content Accessibility Guideline 2.0

dai browser alle tecnologie assistive siano in grado di estrarre tutte le informazioni che contengono;

- la capacità di contenuti e funzionalità di essere utilizzabili in modo **compatibile con l'accessibilità**.

Le WCAG prevedono **3 livelli di conformità** delle pagine web: A, AA, AAA.

Affinché una pagina web sia conforme è necessario che soddisfi tutti i criteri di successo del livello in questione, o, altrimenti, che il sito fornisca una versione alternativa conforme al livello.

**La normativa italiana attualmente recepisce il livello di conformità AA.**

---

#### CRITERI DI CONFORMITÀ:

- soddisfazione della totalità dei requisiti tecnici;
- utilizzo di tecnologie web compatibili con l'accessibilità;
- non interferenza, ovvero la presenza di tecnologie web non compatibili all'interno di una o più pagine web deve comunque consentire agli utenti l'accesso al resto dei contenuti (informazioni e servizi).

---

#### Requisiti tecnici di accessibilità: l'ALLEGATO A

Sulla base delle WCAG e dei 4 principi globali del WAI<sup>36</sup> sono stati definiti i **12 requisiti tecnici di accessibilità** riportati nell'[allegato A](#)<sup>37</sup> del decreto ministeriale 8 luglio 2005<sup>38</sup>. Ogni requisito è collegato a uno o più punti di controllo, ovvero gli elementi da prendere in considerazione per la verifica di conformità dei siti web ai requisiti stessi. I punti di controllo fanno riferimento ai Criteri di successo delle WCAG 2.0. Ciascun requisito, quindi, va letto e applicato alla luce dei rispettivi punti di controllo. Ad esempio:

- tra i punti di controllo del requisito 8) “Navigabile: fornire all'utente funzionalità di supporto per navigare, trovare contenuti e determinare la propria posizione nel sito e nelle pagine”, ci sono il titolo che ogni pagina web deve avere, che ne descrive l'argomento o la finalità (8.2), la comprensibilità dello scopo di ogni collegamento (8.4), la correttezza di titoli ed etichette (8.6) che

---

<sup>36</sup> WAI: Web Accessibility Initiative

<sup>37</sup> Per l'intero elenco dei requisiti e dei relativi punti di controllo contenuti nell'Allegato A, e per la Metodologia per la verifica tecnica si rinvia alla [corrispondente pagina](#) della sezione Accessibilità del sito dell'Agid.

<sup>38</sup> Decreto ministeriale 8 luglio 2005, aggiornato dal dm 20 marzo 2013, a seguito del rilascio delle WCAG 2.0.

spiegano l'organizzazione degli argomenti, le funzionalità dei blocchi o la natura dei documenti (es.: .doc, .pdf);

- tra i punti di controllo del requisito 9) “Leggibile: rendere leggibile e comprensibile il contenuto testuale”, c'è la definizione della lingua della pagina web (9.1), determinata tramite la tecnologia compatibile con l'accessibilità utilizzata (ad esempio il linguaggio di markup html, oggi “accessibile” anche nella versione 5, avendo raggiunto nel 2015 lo status di W3C Recommendation), e l'indicazione di parti di contenuto in lingua diversa (sempre tramite codice, o tecnologia, compatibile) (9.2).

Tutto questo insieme di regole si applica sia alle informazioni e ai servizi erogati dalle PA via Internet, Intranet, su supporti informatici removibili come cd-rom o dvd, utilizzabili anche da postazioni di lavoro non collegate a una rete telematica, sia alle applicazioni web, ai documenti disponibili on line.

Le PA possono verificare il livello di conformità dei propri siti web tramite servizi di validazione come quelli forniti dal W3C ([Markup Validation Service](#)), da [VaMoLà](#) o da [Colour Contrast Analyser](#).



I siti web che superano le verifiche tecniche di accessibilità previste dal decreto ministeriale del 2005 possono chiedere all'Agid il [rilascio del logo di accessibilità](#).

### Accessibilità dei documenti informatici

Tutti i documenti informatici pubblicati sui siti web delle PA (atti, moduli, provvedimenti, ecc.) devono essere prodotti e resi disponibili con modalità e tecnologie compatibili con l'accessibilità, sia per quanto riguarda il formato che i contenuti.

Garantirne sicurezza, integrità, ufficialità, accessibilità e usabilità è un aspetto fondamentale del processo di produzione dei documenti delle PA, che entro il 2016 dovranno adeguare i propri sistemi di gestione documentale per arrivare a produrre esclusivamente documenti digitali validi per tutti gli usi previsti dalla legge<sup>39</sup>.

I documenti normalmente pubblicati su un sito web sono prevalentemente testuali, eventualmente con immagini e altri elementi multimediali a corredo e completamento di un testo. I **principali formati** utilizzabili con tecnologie compatibili con l'accessibilità sono: .pdf, .rtf, .xlsx, .csv.

<sup>39</sup> [Decreto del presidente del Consiglio dei ministri 13 novembre 2014](#)

---

Uno dei formati più diffusi è il **.pdf**.

*Non sempre però i file .pdf sono accessibili.*

*Infatti, se il documento è fisicamente un'immagine (ad es. perché creato da scanner), non potrà essere decodificato da uno screen reader che legge solo testo. Lo stesso accade nei casi in cui la firma contenuta in un documento è autografa e non digitale.*

**Un .pdf accessibile non può essere un'immagine, ma deve rispettare tutte le regole di accessibilità definite nelle [linee guida Adobe](#).**

---

Problemi di accessibilità possono esserci anche per le **tabelle** inserite in file word o excel: la mancanza di titolo della tabella e la mancata intestazione di righe e colonne possono infatti renderle inaccessibili.

Per i documenti in formato non utilizzabile con tecnologie compatibili con l'accessibilità, oppure con contenuti non conformi ai requisiti tecnici di accessibilità, è necessario fornire sempre sommario e descrizione degli scopi in formati utilizzabili con tecnologie compatibili, indicando le modalità di accesso alle informazioni equivalenti a quelle presentate negli stessi documenti non accessibili<sup>40</sup>.

Per fare il punto...

---

## I PUNTI CHIAVE DELL'ACCESSIBILITÀ

- **utilizzare fogli di stile (CSS)** per produrre contenuto, struttura e presentazione di una pagina, in modo da rendere sempre il contenuto fruibile indipendentemente dalla veste grafica;
  - **utilizzare tag semantici**, disponibili in html5 (come <article>, <header>, <footer> invece del generico divisore <div>) per una corretta definizione della struttura gerarchica dei contenuti;
  - **limitare uso e frequenza di effetti, animazioni, flash;**
  - **fornire sempre una descrizione testuale per i contenuti multimediali**, come immagini (title, alt), icone (tooltip), file video, file audio;
  - **assicurare adeguato contrasto tra testo e sfondo;**
- 

<sup>40</sup> Per ulteriori sintetiche indicazioni sull'accessibilità dei documenti digitali, si rinvia a una breve guida (link al 'file dei tecnici').

- 
- **utilizzare caratteri e componenti pagina con dimensioni “scalari”** (ad esempio, più grandi per il titolo del paragrafo e più piccoli per il testo);
  - **non giustificare il corpo del testo, ma distribuirlo da sinistra a destra secondo il verso naturale di lettura;**
  - **consentire il ridimensionamento dei caratteri;**
  - **consentire il controllo del volume audio;**
  - **consentire che possano essere interrotti o nascosti da tastiera eventuali effetti di scorrimento o lampeggiamento;**
  - **rendere tutte le funzionalità del contenuto utilizzabili da tastiera;**
  - **fornire ogni pagina web di un titolo che ne descriva l'argomento o la finalità;**
  - **utilizzare titoli ed etichette appropriati per descrivere l'organizzazione logica degli argomenti, la finalità dei blocchi di contenuto, la destinazione dei link e lo scopo dei componenti interattivi della pagine, ad esempio quelli tramite i quali l'utente compie le azioni di input richieste;**
  - **se si usano icone, è necessario associare a ciascuna, in tutte le pagine del sito in cui compare, lo stesso significato, o funzione, spiegati da un tooltip (finestra di testo che si visualizza con il puntatore del mouse).**
- 

Una panoramica aggiornata e dettagliata sui requisiti di accessibilità dei siti web pubblici, sulla loro usabilità e più in generale sui servizi on line delle PA si trova nelle [Linee guida di design dei siti web delle PA](#) coordinate dall'Agid, progettate per “garantire le migliori condizioni di utilizzo e il più ampio accesso possibile ai servizi” agli utilizzatori.

La finalità di un sito web, in particolare di una PA, è infatti quella di poter essere utilizzato con soddisfazione dagli utenti, garantendo una buona **user experience**. Se informazioni, contenuti e servizi non sono accessibili a tutti a prescindere da disabilità o gap tecnologici o dispositivi utilizzati (come mobile o tablet), l'obiettivo è fallito. Sono, dunque, le pagine web a doversi 'adattare' alle caratteristiche/esigenze dell'utente, secondo un approccio [responsive](#)<sup>41</sup> basato sul principio della progettazione universale, del “design for all”, che è anche alla base dell'usabilità di un sito. Un sito accessibile, infatti, è necessariamente anche un sito usabile<sup>42</sup>.

---

<sup>41</sup> vedi paragrafo successivo Eglu-M: la nuova frontiera dell'usabilità

<sup>42</sup> La metodologia e i criteri di valutazione per la verifica soggettiva dell'accessibilità (individuati nell'[Allegato B](#) del Dm 8 luglio 2005), sono improntati su test e principi di usabilità. Tra i criteri di valutazione, la percezione e la comprensibilità (informazioni e comandi necessari per eseguire le attività

## L'usabilità dei siti web delle amministrazioni pubbliche

Leggi di Krug, euristiche di Nielsen, quale approccio scegliere per migliorare l'usabilità di un sito web? Che si applichi il buon senso, come propone Steve Krug, o si punti sull'indagine ispettiva condotta da esperti di usabilità, come sostiene Jacob Nielsen, affidarsi alle tecniche della 'discount usability' o usabilità a basso costo, teorizzata a partire dagli anni '90 dai due esperti, non soltanto è utile, ma conviene. Basso costo non significa necessariamente bassa qualità, anzi. In contesti di scarsità di risorse, queste tecniche sono uno strumento prezioso che, partendo “dal basso”, attraverso il coinvolgimento degli utenti da parte di chi progetta e/o gestisce il sito web consente di ottenere risultati efficaci attivando al tempo stesso un processo di “empowerment” dei dipendenti e quindi di tutta l'organizzazione.

L'usabilità è tra i requisiti dei siti web delle PA indicati dal Codice dell'amministrazione digitale<sup>43</sup> ed è uno degli indici di misurabilità della loro qualità<sup>44</sup>, ma c'è un motivo in più per fare dell'usabilità una mèta costante.

Oggi, infatti, le PA devono garantire agli utenti non solo servizi efficienti, ma anche, e forse prima di tutto, una relazione soddisfacente con l'istituzione, in termini di informazione, comunicazione e assistenza. Il tutto secondo un approccio orientato a valorizzare la User Experience (UX), cioè l'esperienza derivante dall'interazione tra l'utente e il “prodotto” sito web, della quale la facilità d'uso è una delle componenti. Internet e i social network - che ormai non sono più la nuova frontiera, ma la nuova dimensione di questa relazione - da un lato facilitano questi compiti, dall'altro li esigono. L'utente medio 2.0, infatti, a prescindere dalla sua abilità di 'internauta', ha sviluppato determinate aspettative nei confronti di un sito web “che funziona”.

Bisogna quindi entrare nell'ottica del 'Mai Più Not Found!<sup>45</sup>

---

devono essere percettibili e disponibili in tutte le pagine e facili da capire e usare), l'apprendibilità (caratteristiche di utilizzo facili e di rapido apprendimento) e l'operabilità (le operazioni devono poter essere portate a termine, tramite informazioni e comandi che consentano di scegliere l'azione adeguata in relazione all'obiettivo voluto).

<sup>43</sup> Cad, articolo 53

<sup>44</sup> [Vademecum sulla qualità dei siti web delle pubbliche amministrazioni](#)

<sup>45</sup> [Manifesto per l'usabilità dei siti web delle PA](#)

---

*FACILITÀ D'USO SIGNIFICA: **semplicità, chiarezza, comprensibilità, completezza, coerenza dei contenuti** e della loro architettura allo scopo di agevolare l'orientamento e la navigazione dell'utente nel sito e per consentirgli di raggiungere nel modo più semplice e lineare il suo obiettivo d'uso: reperire un'informazione, trovare un documento, scaricare un modulo, registrarsi per usare un servizio, ecc.*

---

Diventa più chiara, così, la **definizione di usabilità** secondo la normativa ISO<sup>46</sup>: la misura in cui un prodotto può essere usato da specifici utenti per raggiungere specifici obiettivi con efficacia, efficienza e soddisfazione in uno specifico contesto di uso.

Oltre alla sua efficacia - capacità di portare a termine il compito o svolgere la funzione per i quali il servizio o la funzione specifici sono stati pensati - e alla sua efficienza - capacità di portare a termine il compito con il minore impiego di risorse: tempo, numero di tentativi, di errori, sforzo cognitivo - **un sito usabile è quello nel quale è facile orientarsi, le informazioni sono facilmente reperibili e comprensibili, le funzioni e i servizi di facile apprendimento e utilizzo.**

Per muoversi in quest'ottica è importante partire da una buona **organizzazione dei contenuti** e impostare l'interfaccia utente facendo attenzione ad alcuni aspetti essenziali:

- la **scelta delle sezioni in cui ripartire il sito**, sia a livello concettuale che grafico;
- l'**organizzazione gerarchica dei menù**, che metta in risalto quelle ritenute più importanti e via via le altre;
- la **scelta delle etichette**, ossia delle definizioni, delle voci di menù e dei link, che devono essere comprensibili, non ambigue, non ridondanti, per evitare ogni forma di “rumore”, ovvero di confusione che possa creare dubbi nell'utente e, di conseguenza, la necessità di pensare a lungo prima di proseguire nella navigazione, violando la semplice regola alla base della prima legge di Krug: “Don't make me think”;

---

<sup>46</sup> International Organization for Standardization.



- la **chiarezza**, l'**univocità** e la **non ridondanza dei link**, che devono indicare la pagina o la funzionalità specifica a cui fanno riferimento;
- **chiarezza e comprensibilità delle informazioni** sono importanti anche per i messaggi di errore, che devono segnalare la disfunzione (dovuta al sito o a un passaggio di navigazione errato) e fornire istruzioni altrettanto chiare per uscirne;
- la **tracciabilità del percorso di navigazione**, per esempio tramite strumenti come le *breadcrumb* o briciole di pane (solitamente un percorso orizzontale che si forma nella parte superiore della pagina web sotto gli header e indica il percorso di navigazione compiuto), per aiutare l'utente a muoversi nel sito.

A monte di queste indicazioni c'è una considerazione di base: se è importante che l'utente raggiunga il suo obiettivo con il minor numero di passaggi, è anche vero che, per raggiungerlo agevolmente, non conta tanto il numero dei 'click' quanto la loro consequenzialità, e ciò è possibile solo se etichette, menù e link sono comprensibili e univoci.

Un sito usabile lo è anche rispetto ai **testi**. Per facilitarne la comprensione e fruizione è dunque preferibile adottare un **linguaggio** chiaro, diretto, sintetico e di uso comune<sup>47</sup>.

---

#### CARATTERISTICHE DELLA LETTURA SUL WEB:

- *scorrimento da sinistra a destra più veloce,*
  - *tempi di concentrazione molto più bassi,*
  - *accesso soprattutto da dispositivi mobili, che riduce ancora di più il tempo dedicato a ogni pagina web.*
- 

Altri elementi fondamentali per migliorare l'usabilità di un sito, facilitando la navigazione e la ricerca, sono l'impaginazione e la grafica, che devono essere coerenti e coordinate, nel rispetto delle norme sull'accessibilità, in tutte le pagine.

In generale, è molto importante la costruzione di ogni **pagina web** e, a monte, la definizione delle sue funzioni, tenendo presente i bisogni e le aspettative degli utenti "tipo". Oggi, infatti, tutte le pagine web sono indicizzate; il più delle volte, si accede

---

<sup>47</sup> vedi il capitolo Web writing.

a un sito tramite un motore di ricerca, cercando un contenuto specifico. Per questo, ogni pagina dovrebbe riportare le funzioni o utilità base del sito, dette anche “voci di navigazione persistente”, quelle che danno informazioni su identità e funzioni del sito, e aiutano a conoscerlo e navigarlo, come le voci 'chi siamo', 'contatti', 'mappa del sito', 'cerca', 'come fare per', ecc..

Tutto questo vale in particolare per la **home page** che, soprattutto nei siti web istituzionali, è la pagina che più delle altre comunica l'identità dell'ente e funge da “porta” per accedere alle pagine di dettaglio e/o tematiche e ai servizi principali.

Dovrà quindi offrire, oltre all'indicazione dell'identità (logo, denominazione del sito, testata) e della *mission* (attraverso la sezione 'news' e le sezioni tematiche) una barra di navigazione e menù di servizio persistenti (cioè presenti in tutte le pagine, con i contatti, i servizi, ecc.), la funzione “cerca”.

L'usabilità, insomma, non è una proprietà intrinseca di un sito web, ma una conquista costruita su un approccio “human centred” che, sia nella fase di progettazione<sup>48</sup> (attraverso l'inserimento nei bandi di gara di riferimenti espliciti a questo tipo di progettazione) sia in quella di test su un sito già on line, metta sempre “l'utente al centro”, con test periodici e questionari di “user satisfaction”.

## I test di usabilità eGLU

Se non trovi un'informazione, non eserciti un tuo diritto. Quando non ottieni una notizia che ti interessa, o di cui hai bisogno, il dato non esiste. Sono regole che valgono anche su Internet.

Come abbiamo più volte ripetuto, i siti web, soprattutto quelli delle pubbliche amministrazioni, devono permettere al cittadino di soddisfare le sue esigenze informative. L'utente deve essere messo nelle condizioni di avere a disposizione un prodotto usabile, ovvero che permetta di raggiungere determinati obiettivi con efficacia, efficienza e soddisfazione, in un dato contesto d'uso.

Jacob Nielsen, studioso dell'usabilità del web, definisce l'usabilità come "la misura della qualità dell'esperienza dell'utente nell'interazione con qualcosa, sia esso un sito web o un'applicazione software tradizionale o qualsiasi altro strumento con il qua-

---

<sup>48</sup> [Linee guida Appalti web Human Centred Design](#)

le l'utente può operare. Un sito è usabile quando è facile da apprendere, efficiente, facile da ricordare, piacevole da usare e permette pochi errori di interazione”.

Con l'obiettivo di mettere al centro dell'azione amministrativa iniziative e strumenti per diffondere la cultura dell'usabilità, il Dipartimento della funzione pubblica della Presidenza del Consiglio dei ministri ha promosso nel 2012 l'attività del Gruppo di lavoro per l'usabilità (GLU), al quale la Redazione di [interno.gov.it](http://interno.gov.it) partecipa attivamente dal 2013.

Lo strumento chiave attraverso il quale opera il Gruppo sono i test di valutazione semplificati a basso costo, disciplinati dal protocollo eGLU – dove “e” sta per esplorazione - condotti da chi gestisce il ciclo di pubblicazione dei siti web delle pubbliche amministrazioni. I test si basano sull'osservazione del comportamento dei partecipanti durante la navigazione e sono finalizzati all'individuazione di criticità dell'interfaccia.

Ma come funzionano nel dettaglio i **test del protocollo eGLU**?

1. Nella fase preparatoria è necessario innanzitutto **definire la tipologia degli utenti** che testeranno il sito: in linea generale è opportuno creare nella stessa sessione gruppi eterogenei: addetti ai lavori e non, giovani e adulti, dirigenti e collaboratori, uomini e donne. La differenziazione crea diversi punti di vista e, di conseguenza, permette di ottenere risultati più attendibili.
2. Il **conduttore sceglie poi i compiti**, i task, **da sottoporre all'utente** individuato per cercare quali aspetti di un sito web funzionano e quali no. Nel formulare un compito è necessario usare un linguaggio chiaro, quasi vicino al parlato, non amministrativo ma neanche gergale, ma allo stesso tempo autorevole.

I task dovrebbero **creare una storia**, un percorso contestualizzato che permetta all'utente di immedesimarsi subito nelle esigenze del cittadino che si trova di fronte al sito ed ha necessità di ottenere una informazione (ad esempio: sei madre di un bambino di 6 anni che deve iniziare la scuola elementare. Trova il modulo online per l'iscrizione). Il compito deve essere **attinente al sito, mai generico**. Tra le tipologie di attività che è possibile svolgere sul sito è opportuno scegliere uno o due task tra: trovare una informazione, compilare un modulo online o scaricare materiale.

3. La **cura dell'ambiente di test** è molto importante. Una stanza tranquilla il cui accesso può essere controllato dal conduttore è l'ideale in modo da garantire che la prova non sia interrotta da eventi esterni. Per il resto è sufficiente un pc con cui navigare il sito web, una postazione comoda per l'utente ed una che permetta al conduttore di osservare le operazioni senza disturbare chi opera.

Durante l'esecuzione del task il conduttore non deve dare consigli o indicazioni all'utente, per non condizionare le sue scelte ma lasciare che, in totale autonomia e in un tempo stabilito, esegua il compito assegnato.

Per un test più efficace si può chiedere all'utente di pensare ad alta voce, descrivendo le sue azioni, per capire cosa sta cercando di fare e come pensa di proseguire nell'esecuzione del task (metodologia "thinking aloud"). Ciò permette al conduttore di raccogliere dati qualitativi su dubbi, pensieri, difficoltà per capire il grado di usabilità del sito.

Durante il test è importante cercare di mettere a suo agio l'utente e fargli **capire che non è lui ad essere testato, ma il sito**. Allo stesso tempo, non è opportuno dare troppo spazio a chi è in difficoltà perché ciò aumenta il senso di disagio: se l'utente è fuori strada nell'esecuzione del compito assegnato è opportuno interrompere il test.

4. **Alla fine del test il risultato può essere "raggiunto" o "fallito", senza vie di mezzo**. Si raccolgono, infine, informazioni attraverso dei questionari sul gradimento e sulle difficoltà incontrate.

Dal raggiungimento o meno dell'obiettivo e dalle considerazioni dell'utente, si può capire quali sono i punti di forza e quali sono quelli deboli per apportare modifiche al sito in base alle criticità evidenziate. I valori generati dall'attuazione dei test previsti dal protocollo sono relativi anche a questioni di ordine professionale, amministrativo e organizzativo.

## [interno.gov.it alla prova eGLU](#)

Il portale interno.gov.it è stato sottoposto ai test eGLU più volte sia in Redazione, coinvolgendo principalmente dipendenti del ministero dell'Interno, sia in occasione del Forum PA<sup>49</sup> con utenti esterni all'Amministrazione.

Particolarmente significativi sono stati proprio i test effettuati durante il Forum PA 2015 che hanno coinvolto 19 utenti scelti tra dipendenti pubblici e privati, studenti, insegnanti, start up. Una platea eterogenea così composta: 10 donne e 9 uomini, 7 laureati e 12 diplomati, tutti con un'esperienza alta nella navigazione in Internet. Alcuni utenti conoscevano interno.gov.it, altri lo avevano navigato in poche occasioni.

Agli utenti è stato chiesto di eseguire i seguenti task:

1. Sei un cittadino straniero che risiede da anni in Italia e vuoi chiedere la cittadinanza. Invia on line la tua domanda partendo dalla home page.
2. Da mesi è parcheggiata sotto casa tua un'auto che ti sembra "sospetta". Partendo dalla home page, verifica se la targa corrisponde a un'auto rubata.
3. Sei un cittadino extracomunitario e vuoi informarti su come si entra regolarmente in Italia. Trova le pagine sull'argomento partendo dalla home page.

I test eGLU eseguiti a Forum PA hanno permesso di ottenere risultati importanti grazie ai quali sono state apportate modifiche ad alcune sezioni del portale e proprio per questo possono essere considerati – nell'esperienza della Redazione Web – l'effettiva conferma che il principio dell'usabilità non si riferisce alla proprietà di una cosa, ma nasce da una relazione: è variabile e può cambiare a seconda dell'utente che naviga il sito o del contesto nel quale opera.

L'usabilità non è un traguardo da raggiungere; è un percorso da seguire che può permettere non soltanto di migliorare la qualità dell'interazione con l'utente, ma anche di estendere il know-how dei redattori e rendere più efficace il perseguimento della missione dell'Amministrazione.

## [eGLU-M: la nuova frontiera dell'usabilità](#)

**I dati** elaborati da Audiweb, aggiornati a dicembre 2015, parlano di un trend in continuo aumento dell'uso di device mobile con accesso ad Internet. Gli italiani che

---

<sup>49</sup> Forum PA, Roma 26-28 maggio 2015

vanno sulla Rete da cellulare o smartphone sono 32.7 milioni, +45,3% in due anni e 12.9 milioni da tablet, con un +83,6%.

Considerato che il mobile è una realtà in crescita costante e che la PA - per stare al passo - deve adeguare e valutare i suoi strumenti per la comunicazione web su tablet e mobile, il GLU ha iniziato alla fine del 2014 un progetto per adattare la procedura eGLU ad analisi esplorative di interfacce mobile.

Quando si parla di siti Internet da navigare attraverso dispositivi mobili è necessario premettere che possono essere di due tipi: **responsive** e **adaptive**. Sono due termini che nell'uso comune possono sembrare sinonimi, ma tecnicamente esprimono contenuti specifici che li differenziano profondamente:

- i primi, **responsive**, sono siti **progettati per essere visitati dagli utenti sia tramite desktop che con dispositivi mobile**. L'interfaccia è la stessa, sia che l'utente vi acceda da pc che da smartphone e tablet. Il design responsive è un approccio progettuale che prevede lo sviluppo di un sito che si adatta al comportamento e all'ambiente dell'utente in base a diversi fattori quali la dimensione e la risoluzione dello schermo, la piattaforma e l'orientamento del device. Quando l'utente passa dal suo desktop ad un device mobile, il sito dovrebbe automaticamente adattarsi alla nuova risoluzione, modificare le dimensioni delle immagini e le modalità di interazione adattandosi all'uso di chi lo naviga;
- i siti **adaptive** sono quelli **progettati con una grafica differente nella versione desktop rispetto a quelle mobile** e l'interfaccia è il risultato di un adattamento dell'architettura della struttura. Si parla di siti adaptive quando le funzioni si "adattano" appunto al dispositivo e al tipo di interazione dell'utente. In particolare, il sistema adegua il contenuto e le modalità di presentazione alle caratteristiche dell'utente, al comportamento e all'ambiente d'utilizzo. In questa tipologia di siti rientrano quelli originariamente pensati solo come desktop che sono poi divenuti accessibili ai mobile attraverso App e le piattaforme web create tramite sistemi di *content management* il cui adattamento ai dispositivi mobile è effettuato automaticamente tramite programmi e componenti software.

Le fasi dedicate alla procedura **eGLU-M**, in linea con i test per desktop prevedono specificità rivolte all'uso da tablet e smartphone principalmente nella preparazione ed esecuzione dei test:

1. Nella fase preparatoria viene effettuata un'analisi preliminare del sito per assicurarsi che la versione *mobile* non presenti criticità nell'uso da diversi dispositivi mobili. Per questa operazione è possibile utilizzare diversi strumenti disponibili online come [mobiletester.it](http://mobiletester.it) o [developers tools](https://developers.google.com/mobile-testing/) di Google. Un'alternativa è la valutazione euristica con il metodo Cello, utile per mettere meglio a fuoco i task.

Durante la fase preparatoria viene fatta dunque un'analisi per individuare problematiche strutturali e di codice come per esempio la velocità di caricamento del sito, uno degli indici principali di usabilità, o la grandezza delle immagini. Vengono poi testati eventuali problemi di interazione e di funzionamento del sito. Sempre in sede di preparazione dei test viene effettuato uno studio dell'audience per rilevare informazioni utili per classificare gli utenti in base alla provenienza geografica, il browser o il dispositivo mobile che usano.

2. Si passa poi all'esecuzione del test. Per eGlu-M, tenuto conto che si fa un'analisi del sito su dispositivi mobile che hanno come caratteristica principale la portabilità e, dunque, possono essere usati ovunque, i test devono essere eseguiti oltre che in un ambiente strutturato, ovvero tranquillo, silenzioso e controllato, anche in una location non strutturata, cioè un ambiente comune di vita quotidiana e non controllabile, per esempio un bar, un autobus, un ristorante. Per quanto riguarda l'esecuzione dei test è preferibile utilizzare la device dell'utente per ottenere risultati più veritieri.<sup>50</sup>

---

<sup>50</sup> Per l'analisi dei contenuti e dei risultati si rinvia a quanto già previsto dal protocollo eGLU.

# SOCIAL MEDIA E SOCIAL NETWORK

## Nuovi linguaggi, nuove relazioni

Pinnare, twittare, troll, storytelling, selfie, blog, hashtag, like, personal branding, li-felogging, chat. Dal 1997 (anno di nascita di *SixDegrees.com*) ad oggi, sono molte le parole introdotte nel nostro linguaggio dal mondo dei *social*. L'enciclopedia *online* collaborativa *Wikipedia* definisce il termine generico *social media* come l'insieme di tecnologie e pratiche su internet che le persone adottano per condividere contenuti testuali, immagini, video e audio. Si differenzia dal termine *social network* (o rete sociale) con cui viene rappresentato un qualsiasi gruppo di individui connessi tra loro da diversi legami sociali: dalla conoscenza casuale, ai rapporti di lavoro, ai vincoli familiari. Relazioni e neologismi che hanno modificato il nostro modo di essere e di pensare connaturandosi all'agire quotidiano e che rappresentano, a tutti gli effetti, l'affermazione del cambiamento socio-culturale in atto.

Nell'era post-moderna del Web 2.0 si assiste alla nascita del cittadino digitale. Tutto si trasforma: la comunicazione diventa "liquida", gli attori della comunicazione, *prosumers*<sup>51</sup>. La **comunicazione liquida** è smaterializzata, inorganica, mutabile nel tempo. I contenuti vengono in primo piano rispetto ai contenitori. Le macchine cedono il posto al software. Internet prende il posto della piazza, delle associazioni, delle assemblee, dei ritrovi. C'è un mondo virtuale che cambia continuamente forma, indefinito, e vive parallelamente a quello reale dove uomini e donne comunicano, hanno relazioni, scambi. In questa "società liquida", teorizzata dal sociologo e filosofo polacco Zygmunt Bauman, ognuno ha la possibilità di accesso a luoghi virtuali di informazione e dialogo dove partecipa in modo attivo. È l'evoluzione della comunicazione dove l'utente, svincolato dal classico ruolo passivo, assume un ruolo più dina-

---

<sup>51</sup> Parola composta da *professional* - o *producer* - e *consumer* - ovvero produttori e consumatori, al tempo stesso, di informazioni di vario genere che interagiscono non più secondo il modello 'da uno a molti' ma 'da molti a molti'.



mico nel processo che coinvolge le fasi di creazione, produzione, distribuzione e consumo delle informazioni.

A sostegno del cambiamento, lo sviluppo di nuove tecnologie e l'evoluzione del digitale hanno profondamente trasformato le dinamiche di relazione tra cittadini e Amministrazioni assegnando, ai siti web di queste ultime, il ruolo di canale privilegiato nei processi di comunicazione.

Sono divenuti, infatti, lo strumento principale per ottemperare agli obblighi di trasparenza, per erogare servizi online, per pubblicare dati 'aperti' e per informare in modo chiaro, corretto e tempestivo sulle attività dell'Amministrazione. Contestualmente, la diffusione dei *social network* e l'importanza che hanno assunto nel quotidiano, richiedono spesso di integrare la comunicazione, sul sito web, con una corretta e adeguata attività di interazione sulle reti sociali. Sono i nuovi luoghi nei quali si svolgono conversazioni, si dialoga, si creano opportunità di relazione tra le persone. Milioni di utenti in tutto il mondo accedono, ogni giorno, ai diversi siti sociali. Qui le informazioni nascono, circolano e si diffondono con estrema velocità e seguono percorsi del tutto nuovi. Gli spazi di *social networking* rappresentano, quindi, una grande opportunità per la Pubblica Amministrazione, non solo per informare e comunicare in maniera efficace, ma anche per costruire una relazione di fiducia, per ascoltare e monitorare il livello di soddisfazione dei cittadini.

Cambiano anche i tempi dell'informazione. L'Istituzione, con i social network, diventa una piazza virtuale dove la comunicazione è scambio (*cum munus*) e non già spazio delimitato da mura (*cum moenia*). Di qui l'importanza di un dialogo aperto e trasparente, supportato dallo sviluppo delle nuove tecnologie dell'informazione, che mira a specializzare le risorse interne e ad integrare tra loro le diverse capacità. La scrittura deve adeguarsi alle regole del web.

## Tecnologie dell'informazione, Istat e Censis fotografano l'Italia

A chi ci rivolgiamo quando comunichiamo sui *social network*? È fondamentale capire chi sono gli interlocutori, gli *stakeholders* da coinvolgere, chi in quel momento è in ascolto delle informazioni che divulghiamo e condividiamo.

Secondo i dati Istat, nel 2015 cresce il numero di famiglie che si connettono a Internet mediante banda larga, mentre è stabile e vicina alla saturazione la quota di imprese che la utilizzano. Il contributo più rilevante alla diffusione della banda larga

è fornito dalle **tecnologie mobili**; infatti, mentre rimane stabile la quota di famiglie che accedono al web esclusivamente mediante banda larga fissa (circa 1 su 3), crescono le famiglie con solo banda larga mobile (da 6,6% a 18,6%) o che dispongono di entrambe le modalità di accesso (da 1,4% a 11,5%).

Nel 2015, il 60,2% delle persone con più di 6 anni (circa 34,5 milioni di persone) si è connesso alla Rete (era il 57,5% nel 2014): circa il 40% tutti i giorni, il 16,8% almeno una volta a settimana. Soltanto nell'ultimo trimestre del 2015, il 71% delle persone che hanno navigato in Internet, lo ha fatto per fruire di contenuti culturali; il 52,5% per leggere giornali, informazioni, riviste online; quasi un terzo (32,1%) pubblica contenuti di propria creazione (come testi, fotografie, musica, video, software, ecc.) ma la quota sfiora il 50% fra i giovani di 18-24 anni.

**TAB.1. PERSONE CHE HANNO USATO INTERNET (2010-2015)**

SESSO, CLASSI DI ETÀ, RIPARTIZIONI GEOGRAFICHE E CONDIZIONE OCCUPAZIONALE	Uso di Internet (a)					
	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Maschi	54.6	56.7	58.3	60.3	62.4	65.0
Femmine	43.6	46.7	47.1	49.8	52.8	55.8
<b>Totale</b>	<b>48.9</b>	<b>51.5</b>	<b>52.5</b>	<b>54.9</b>	<b>57.5</b>	<b>60.2</b>
6-10	36.7	38.3	40.8	45.1	44.6	43.8
11-14	75.7	78.1	76.5	80.8	80.9	80.4
15-17	87.2	89.1	88.5	89.7	91.2	92.0
18-19	90.4	88.8	88.8	90.0	93.9	92.0
20-24	82.1	85.8	86.0	85.7	89.3	90.7
25-34	73.3	77.5	79.2	80.3	83.9	85.1
35-44	64.6	69.7	69.1	73.5	76.1	80.1
45-54	53.0	56.2	58.7	61.7	66.1	70.0
55-59	41.0	42.2	45.3	48.5	52.0	60.4
60-64	25.2	28.6	31.0	36.0	41.1	45.9
65-74	12.1	13.8	16.4	19.0	21.2	25.6
75 e più	2.0	2.7	3.3	3.5	4.4	6.7
<b>Totale</b>	<b>48.9</b>	<b>51.5</b>	<b>52.5</b>	<b>54.9</b>	<b>57.5</b>	<b>60.2</b>
Nord-ovest	53.6	56.4	57.3	58.3	61.5	64.6
Nord-est	51.3	55.9	57.7	60.1	61.5	65.2
Centro	51.3	54.5	55.1	57.8	60.4	61.6
Sud	41.9	43.6	43.3	46.6	49.2	53.1
Isole	44.5	43.9	47.3	49.8	53.0	53.8
<b>Italia</b>	<b>48.9</b>	<b>51.5</b>	<b>52.5</b>	<b>54.9</b>	<b>57.5</b>	<b>60.2</b>
Occupati	68.7	71.9	73.2	75.9	79.1	81.1
<i>Dirigenti, Imprenditori, Liberi professionisti</i>	85.0	84.9	86.2	87.1	88.6	91.0
<i>Direttivi, Quadri, Impiegati</i>	85.1	88.3	88.9	89.9	91.5	91.8
<i>Operai, Apprendisti</i>	48.4	53.7	56.5	59.0	66.2	69.4
<i>Lavoratori in proprio e Coadiuvanti</i>	56.8	60.5	61.8	67.0	69.0	71.9
In cerca di nuova occupazione	54.8	59.0	56.4	61.1	65.1	68.5
In cerca di prima occupazione	59.7	69.1	66.6	68.1	75.7	77.9
Casalinghe	17.1	19.4	19.3	21.5	24.3	29.8
Studenti	91.8	92.4	93.3	92.2	93.4	94.1
Ritirati dal lavoro	13.3	14.7	16.2	18.2	19.1	23.2
Altra condizione	22.6	23.0	24.5	24.9	25.5	31.0
<b>Totale</b>	<b>48.4</b>	<b>51.1</b>	<b>52.1</b>	<b>54.3</b>	<b>57.1</b>	<b>60.3</b>

(a) Negli ultimi 12 mesi.

**Il Web si rivela anche un importante strumento per l'interazione sociale.** Più della metà degli internauti (56,1%) lo ha usato per creare un profilo utente, inviare messaggi o altro su Facebook o Twitter.

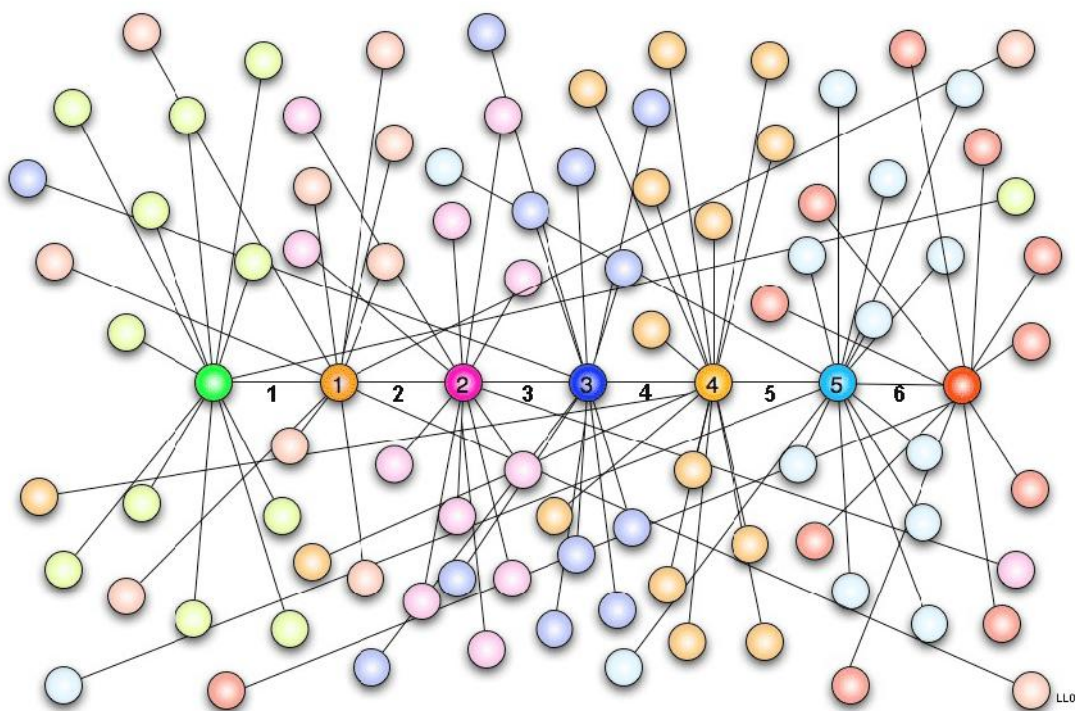
Un focus su “Comunicazione e media”, elaborato nel 49° Rapporto Censis, pone (nel 2015) la televisione ancora in testa ai consumi mediatici degli italiani con una quota di telespettatori vicina alla totalità della popolazione (il 96,7%). Aumenta, però, l'abitudine a guardare la tv attraverso i nuovi *device*: +1,6% di utenza rispetto al 2013 per la *Web tv*, +4,8% per la *mobile tv*, mentre le tv satellitari si attestano a una utenza complessiva del 42,4% e il 10% degli italiani usa la *smart tv* che si può connettere alla rete. Anche per la radio si conferma una larghissima diffusione di massa (l'utenza complessiva corrisponde all'83,9% degli italiani), con l'ascolto per mezzo dei telefoni cellulari (+2%) e via internet (+2%) ancora in ascesa. Infine, le connessioni mobili mostrano una grande vitalità: gli *smartphone* (+12,9%) sono infatti impiegati regolarmente da oltre la metà degli italiani (il 52,8%).

Per gli italiani i mezzi di informazione che negli ultimi anni hanno incrementato la loro credibilità sono stati proprio i nuovi media: per il 33,6% è aumentata quella dei *social network*, per il 31,5% quella delle tv *all news*, per il 22,2% e per il 22% rispettivamente quella dei giornali *online* e degli altri siti web di informazione. Ma su cosa si fonda la credibilità di un mezzo di informazione? Per gli italiani la credibilità si basa prima di tutto sul linguaggio chiaro e comprensibile, apprezzato dal 43,8% della popolazione. Seguono l'indipendenza dal potere (36,1%) e la professionalità della redazione (32,8%). Completano la ricetta altri ingredienti fondamentali quali, l'aderenza oggettiva ai fatti (31,7%) e la rapidità di aggiornamento delle notizie (31,1%).

### **La forza dei social media, oltre le dinamiche relazionali**

Nell'era dei *social* se siete seduti al bar, in fila alla posta, in attesa dell'autobus, molto probabilmente una delle persone che vi sta accanto conosce un vostro amico o un amico dei vostri amici. Cambia il concetto di “relazione sociale attiva” che diventa più elastico abbassando la soglia necessaria a considerare vicino qualcuno.

Nel 1929 lo scrittore ungherese Karinthy Frigyes, nel racconto 'Catene', ipotizzò la teoria dei **sei gradi di separazione**: qualunque persona può essere collegata a qualunque altra attraverso una catena di conoscenze con non più di cinque intermediari. Circa quarant'anni dopo, nel 1967, il sociologo americano Stanley Milgram trovò un sistema per testare empiricamente tale teoria. Selezione casualmente un gruppo di americani del Midwest e chiese loro di mandare un pacchetto a un estraneo che abitava nel Massachusetts a diverse migliaia di chilometri di distanza. Ognuno di essi conosceva il nome del destinatario, il suo impiego e la zona in cui risiedeva, ma non l'indirizzo preciso. Fu, quindi, chiesto a ciascuno dei partecipanti di mandare il proprio pacchetto a una persona da loro conosciuta che, a loro giudizio, potesse avere il maggior numero di possibilità di conoscere il destinatario finale. Quella persona avrebbe fatto lo stesso, e così via, fino a che il pacchetto non fosse stato consegnato al destinatario finale. Ci si attendeva il completamento della catena con non meno di un centinaio di intermediari. I pacchetti, invece, giunsero a destinazione con, in media, tra i cinque e i sette passaggi.



## Caratteristiche di un social network

Oggi sono svariati i siti di *social networking* in rete. Tutti però posso essere, grosso-modo, caratterizzati dalle seguenti funzionalità:

- **creazione e gestione di un profilo:** è la pagina principale, una sorta di *home page* personale (sia essa riconducibile ad una persona, un gruppo, un'azienda o un ente) contenente informazioni generali, immagini, video. È la vetrina dove vengono visualizzati i commenti dei contatti e le varie attività svolte all'interno del *social network*. Questa pagina può essere personalizzata sia nella struttura (foto, immagini personali, ecc.) sia nelle informazioni da pubblicare per arricchire il profilo;
- **lista di amici:** rappresenta la relazione visibile, il contatto, la modalità di ricerca per navigare nelle reti. È la funzionalità di base grazie alla quale si può interagire con gli amici, leggere le loro attività, ricevere i loro aggiornamenti e messaggi;
- **comunicazione:** invio di messaggi (privati o pubblici), inserimento di commenti, condivisione di foto, video e link, iscrizione a gruppi di interesse e partecipazione ad eventi (virtuali e reali), diffusione di inviti, partecipazione (attiva o passiva) a discussioni, ricerca in tempo reale di notizie, aggiornamenti e persone.

È utile, comunque, ricordare che le funzioni disponibili nei siti di *social network* sono sempre in continua evoluzione.

## L'esperienza di *interno.gov.it*

“Da molti a molti”. È questa la nuova rete di relazioni, il modello con il quale il ministero dell'Interno è stato chiamato a confrontarsi per essere *social*. Nella veste di *prosumer*, dialoga e si pone in ascolto in *real time* con cittadini, imprese e associazioni. Un ruolo che sottende politiche di maggiore efficienza e trasparenza e per il quale la redazione di *interno.gov.it* ha inteso sviluppare un approccio sistemico al nuovo modello di comunicazione proposto.

Due le azioni intraprese:

- la predisposizione di una *social media policy*;
- lo sviluppo di strategie di lungo periodo per costruire un ambiente interattivo stabile.

Con la pubblicazione sul sito istituzionale della [social media policy](#), sono state definite le “regole” di utilizzo dei canali *social*, stabilite le linee guida (*netiquette*) da seguire ed individuate le responsabilità per commenti ed opinioni postati.



Una scelta di indirizzo per aiutare cittadini e personale interno a comprendere il ruolo del *social network* nelle modalità di relazione e comunicazione adottate dal ministero. Nella sostanza, è formalizzato un quadro di riferimento che chiarisce limiti ed opportunità nell'utilizzo dei *social* anche in considerazione di una accresciuta “personalizzazione del bisogno” da parte del cittadino-utente derivante dal contatto diretto con l'amministrazione.

---

#### PRINCIPALI LINEE ADOTTATE:

- libero utilizzo dei contenuti testuali, fotografie, video e altri materiali multimediali prodotti (da considerarsi in licenza Creative Commons);
  - tempi più chiari per l'attività di comunicazione “social” svolta dalla redazione (dal lunedì al venerdì, dalle 9.00 alle 20.00, con un presidio negli orari serali e nei giorni festivi);
  - divieto assoluto di postare insulti, turpiloquio, minacce o atteggiamenti che ledano la dignità delle persone e il decoro delle Istituzioni, i diritti delle minoranze e dei minori, i principi di libertà e uguaglianza;
  - attività di moderazione su: commenti e contenuti non pertinenti a quel particolare argomento pubblicato (*off topic*); osservazioni pro o contro campagne politiche o indicazioni di voto; commenti e post scritti per disturbare la discussione o offendere chi gestisce e modera i canali social; spam.
-

Parallelamente alla *social media policy* è stata sviluppata una **strategia di comunicazione di lungo periodo** per aiutare i cittadini/utenti a comprendere la funzione dei canali social del ministero: non solo una linea diretta di dialogo (*hotline*) a cui rivolgersi con richieste specifiche, ma un ambiente interattivo e collaborativo dove le soluzioni ai problemi possono giungere anche dai cittadini, in ottica di comune aiuto. Tale orientamento consente, inoltre, all'amministrazione di individuare argomenti di interesse diffuso partendo dalle singole istanze che esprimono bisogni spesso eccessivamente personalizzati. In questo caso, l'attività comunicativa svolta dalla redazione di *interno.gov.it* può essere soprattutto focalizzata sul mettere a disposizione dei cittadini risorse e informazioni, in taluni casi anche semplicemente con un link al luogo dove queste possono essere trovate.

## Scelte social: YouTube e Twitter

### YouTube

Attivo dal mese di ottobre 2013, il canale *YouTube* del ministero dell'Interno è stato popolato, nella fase di avvio, con video realizzati dalla redazione del portale web, filmati prodotti da altri enti e Istituzioni e campagne informative di varia natura (elezioni, sicurezza, numeri verdi contro le discriminazioni, racket ed usura, ecc.)

The screenshot shows the YouTube channel page for the Ministero dell'Interno. The main video is titled "Varato il decreto legge antiterrorismo" and has 1,348 views. Below it, there are five recommended videos with titles like "Blitz antiterrorismo in Sardegna", "Question time di Allano alla Camera sui temi lega...", "La squadra mobile di Catania arresta il boss", "Lo Stato c'è. 800.191.000 il numero verde per le", and "Operazione antiterrorismo a Brescia".

Una *playlist*, al momento suddivisa in sei canali, aiuta il cittadino-utente a ricondurre tali video ai principali temi di competenza dell'amministrazione, che sono:

- **Ministro dell'Interno:** l'autorità politica al vertice;



**Ministro dell'Interno**  
di Ministero dell'Interno • 26 video • 621 visualizzazioni • A  
L'autorità politica al vertice

Riproduci tutto   Condividi   Salva

- 1 **Question time di Alfano alla Camera sui temi legati ai flussi migratori da**  
di Ministero dell'Interno
- 2 **Varato il decreto legge antiterrorismo**  
di Ministero dell'Interno

- **Sicurezza:** garanzia dello sviluppo di una società moderna. Sicurezza del cittadino, tutela dell'incolumità e delle libertà individuali garantite dalla Costituzione, politiche di contrasto alla criminalità comune ed organizzata;



**Sicurezza**  
di Ministero dell'Interno • 19 video • 48 visualizzazioni • A  
Garanzia dello sviluppo di una società moderna. Sicurezza criminalità comune ed organizzata

Riproduci tutto   Condividi   Salva

- 1 **Blitz antiterrorismo in Sardegna**  
di Ministero dell'Interno
- 2 **La squadra mobile di Catania arresta il boss latitante Sebastiano Mazz**  
di Ministero dell'Interno

- **Immigrazione e asilo:** le politiche migratorie hanno due principali obiettivi: garantire l'ordine e la sicurezza pubblica con il contrasto all'immigrazione clandestina; favorire l'accoglienza e l'integrazione degli immigrati regolari assicurando coesione sociale;



**Immigrazione e asilo**  
di Ministero dell'Interno • 6 video • 19 visualizzazioni • A  
Le politiche migratorie hanno due principali obiettivi: gara immigrati regolari assicurando coesione sociale

Riproduci tutto   Condividi   Salva

- 1 **Palazzo Chigi: conferenza stampa dei ministri Alfano e Pinotti sull'Op**  
di Ministero dell'Interno
- 2 **Alfano: «Mare Nostrum chiuderà e l'Europa si riappropria delle sue fro**  
di Ministero dell'Interno



- **Soccorso pubblico:** personale altamente specializzato in grado di intervenire con tempestività anche in situazioni estreme. Un'attività di prevenzione costante viene realizzata con campagne di informazione ed esercitazioni periodiche;



**Soccorso pubblico**  
di Ministero dell'Interno • 4 video • 2.683 visualizzazioni • 1

Personale altamente specializzato è in grado di intervenire con tempestività anche in situazioni estreme. Un'attività di prevenzione costante viene realizzata con campagne di informazione ed esercitazioni periodiche

▶ Riproduci tutto   ◀ Condividi   + Salva

---

1  **Campagna incendi boschivi 2014**  
di Ministero dell'Interno

---

2  **Vigili del fuoco protagonisti della semplificazione**  
di Ministero dell'Interno

- **Fondo edifici di culto:** con oltre 700 chiese e aree museali il Fec è un patrimonio ricco e variegato amministrato dal ministero dell'Interno.



**Fondo edifici di culto**  
di Ministero dell'Interno • 13 video • 223 visualizzazioni • 1

Un patrimonio ricco e variegato amministrato dalla direzione distrettuale forestale di Tarvisio e fra i suoi beni anche un fondo... espandi

▶ Riproduci tutto   ◀ Condividi   + Salva

---

1  **Uto Ughi in concerto, Chiesa S. Maria in Ara Coeli. Raccolta audio-video**  
di Ministero dell'Interno

---

2  **Intervista a Uto Ughi, Chiesa S. Maria in Ara Coeli. Raccolta audio-video**  
di Ministero dell'Interno

Pur essendo stata disattivata la funzione di commento ai video, il *feedback* dell'utenza rimane attraverso il *rating*, le statistiche e la condivisione tra i diversi *social network*.

## TIPOLOGIE DI VIDEO REALIZZATE DALLA REDAZIONE WEB:

- *brevi servizi informativi*
- *interviste*

Per entrambi si è cercato di seguire dei format prestabiliti puntando sulla riconoscibilità del prodotto (es. logo istituzionale in sovrapposizione dell'immagine per tutta la durata del filmato, durata dei servizi tra i due ai quattro minuti circa).

## Twitter

Integrato nel *restyling* del nuovo portale del ministero dell'Interno, l'account twitter [@Viminale](#) è stato attivato nel mese di settembre 2014. I primi tre cinguettii risalgono all'8 settembre 2014 ed hanno rilanciato approfondimenti su:

- calendario 2015 Polizia di Stato in collaborazione con Unicef;



- racket e usura;



- mostra a Padova del Veronese con opere appartenenti al patrimonio del Fec.



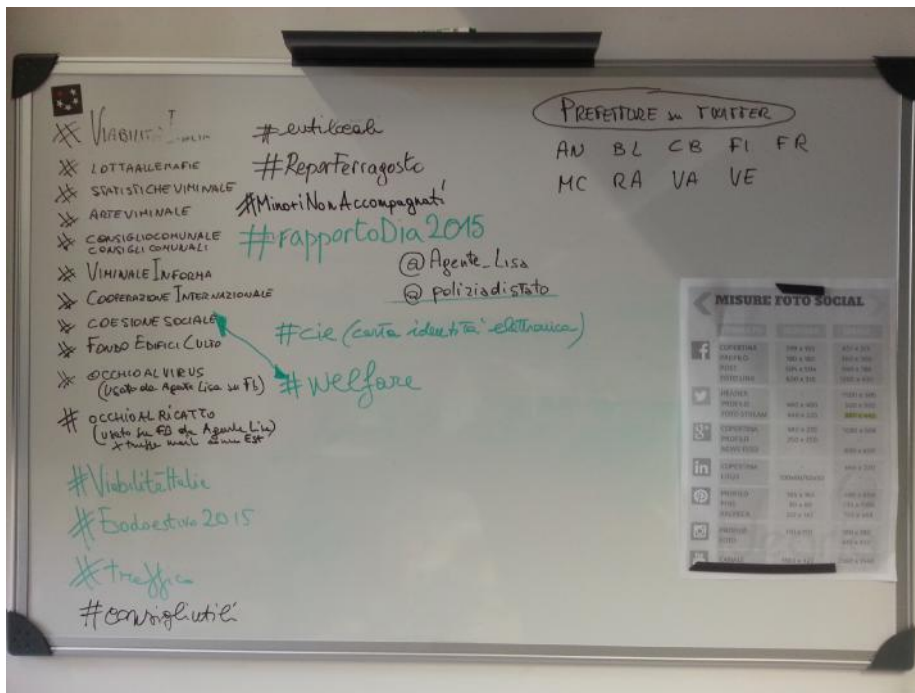
**Sintesi, immediatezza e velocità.** Sono tra le principali caratteristiche della piattaforma social con le quali la redazione si è dovuta confrontare. Un percorso di crescita che si è arricchito da un lato con la condivisione delle singole esperienze dei redattori, dall'altro con incontri mirati ad approfondire le tecniche di comunicazione utilizzate da altre realtà istituzionali. È il caso del confronto avuto, ad inizio 2015, con la responsabile dei canali social della Camera dei Deputati, Anna Masera.



Il 19 gennaio 2015 l'account @Viminale è stato certificato da *Twitter* con il classico badge azzurro con un segno di spunta all'interno.

Dopo più di un anno di attività, @Viminale ha raggiunto **oltre 44mila follower** e quasi **2mila tweet prodotti**. Un risultato raggiunto grazie anche alle linee di utilizzo che si è scelto di adottare. Fra queste:

- **individuare argomenti prioritari** sui quali insistere maggiormente (rubriche) per renderli più facilmente riconoscibili all'utenza: #statisticheviminale, #arteviminale, #viminaleinforma, #accoglienzaeasilo;



- non utilizzare tutti i 140 caratteri per comporre un *tweet*;
- creare relazioni continue con altri enti, istituzioni, associazioni citandoli nei *tweet* o inserendone i rispettivi *account* nelle foto;
- evitare *hashtag* con caratteri speciali (es. #affari&finanza);
- individuare *hashtag* pertinenti ai temi o alle notizie trattate riproponendoli ad ogni utile occasione. In tal senso ne è stata fatta una lista dalla redazione (#Anac; #anticontraffazione; #anticorruzione; #autonomielocali; #beniconfiscati; #calendario2015; #ccasgo; #cdm; #coesionesociale; #commissione-Schengen; #comunicazione; #ConsigliodiStato; #ConvenzioneIstanbul; #detenuti; #diritti; #donne; #doorstep (sotto casa, gradino della porta... in senso figurato, all'arrivo di una visita, per esempio per viaggi istituzionali del ministro); #dovere; #droga; #elezionicomunali; #elezioni2015; #emergenze; #Expo2015; #Fec; #FrontexPlus; #frontiere; #Gai; #gazzettaufficiale; #giurisprudenza; #immigrazione; #Infanzia; #Interno; #isis; #jihadisti; #legalità; #Lampedusa; #livetwitting; #lottaallacriminalità; #lottaallemafie; #MadeinItaly; #mafie; #maipiùsoli; #Mediterraneo; #migranti; #Migrantsonthemove; #ministerointerno; #minoriscomparsi; #Mgf; #MP2014; #narcotraffico; #newsletter; #ndrangheta; #noabusivismo; #noalbullismo; #noalladroga; #prefettura; #prevenzione; #Poliziadistato; #QuestionTime; #racket; #religioni; #ricorso; #scuola; #semestreeuropeo; #SemestreUe; #semplificaPA; #soc-

corso; #Sicilia; #sicurezza; #sicurezzastradale; #socialmedia; #Spendingreview; #spesapubblica; #statocivile; #terrorismo; #trafficoesseriumani; #Ue; #Unicef; #usura; #Vigilidelfuoco; #violenzacontroledonne)

## Essere social

Iscriversi ad un social network è, di solito, molto semplice. Con pochi passaggi si può registrare un account ed iniziare ad interagire sulla Rete. Di seguito una breve guida per capire quali sono le informazioni che vengono richieste al momento della registrazione sulle due piattaforme social utilizzate dal ministero dell'Interno.

---

### YOUTUBE

- Per creare un profilo su *YouTube* è necessario un account Google.
  - All'indirizzo [www.youtube.com](http://www.youtube.com), cliccare sul tasto '**Accedi**' posto in alto a destra dello schermo.
  - Nella pagina che si aprirà selezionare il bottone '**Crea un account**' per essere indirizzati al modulo di registrazione.
  - Dovranno essere compilati tutti i campi proposti (dati anagrafici, nome utente che desideri utilizzare e password) ad eccezione della voce '**Cellulare**' che può essere lasciata vuota.
  - Nel riquadro '**Digita il testo**', inserire il testo dell'immagine che verrà proposta e terminare la registrazione cliccando sul tasto '**Passaggio successivo**'.
  - A questo punto verrà creato, in automatico, un indirizzo di posta elettronica *gmail.com* con il nome utente prescelto (nomeutente@gmail.com). Sarà l'account unico gratuito per tutti i servizi di Google, ivi compreso *YouTube*.
  - Per utilizzare al meglio il proprio canale YouTube, personalizzarlo ed iniziare a condividere video è sufficiente seguire le indicazioni fornite nella guida online realizzata da 'BigG' reperibile all'indirizzo <https://support.google.com/youtube/?hl=it#topic=4355266>
-

---

## TWITTER

- Aprire nel browser la home page di Twitter ([www.twitter.com](http://www.twitter.com)).
- Nella parte destra dello schermo sono presenti due box, uno per accedere alla piattaforma (quello superiore) e l'altro per iscriversi (quello inferiore).
- Compilare il box '**Nuovo su Twitter? Iscriviti**'.
- Riempire i campi con: il nome della login; la password che si vuole utilizzare per accedere a Twitter; un indirizzo email valido.
- Per ultimare questo primo passaggio, cliccare sul pulsante giallo 'Iscriviti a Twitter'.
- Nella schermata successiva verranno visualizzate le credenziali scelte e testato il livello di sicurezza della password.
- Se tutti i dati sono corretti Twitter visualizza il simbolo della spunta verde vicino ai campi. A questo punto, per procedere, cliccare sul pulsante 'Iscriviti'.
- Viene chiesto, in seguito, di inserire il proprio numero di telefono cellulare che verrà utilizzato per inviare un codice di conferma dell'iscrizione tramite sms, per migliorare il riconoscimento dell'account, per trovare più facilmente gli amici. Questo passaggio, non è fondamentale e può essere superato cliccando sul tasto 'Salta'.
- Viene effettuata, infine, una verifica del nome utente scelto. Laddove già occupato su Twitter, un messaggio invita a sceglierne un altro. Ultimata la scelta, cliccare su 'Avanti' per terminare la registrazione.

---

## Glossario Twitter

### Tweet

Messaggio pubblicato tramite Twitter che contiene non più di 140 caratteri.

### Twittare

Inviare Tweet, twittare, essere twittati. Azione di pubblicare un messaggio tramite un Tweet.

### @

Il segno @ viene utilizzato per indicare i nomi utente nei Tweet: "Ciao @nomeutente!"  
Le persone useranno il tuo @nomeutente per menzionarti nei Tweet e per inviare messaggi o link al tuo profilo.

## Menzione

Porre un Tweet all'attenzione di un utente includendone il @nomeutente in un Tweet. Questa operazione è denominata menzione e appare al @nomeutente che hai menzionato e a tutti i tuoi follower. Puoi visualizzare le persone che ti hanno menzionato nella sezione delle menzioni del tuo profilo Twitter.

## Ritwittare

Per diffondere il Tweet di qualcuno, puoi ritwittarlo. Scegli semplicemente il pulsante Retweet per inviare il messaggio originale a tutti i tuoi follower.

## Messaggio (o MD)

Un messaggio diretto (MD) è un messaggio privato che solo tu ed il tuo destinatario potete visualizzare. Per inviare un messaggio diretto a qualcuno, inizia il tuo Tweet con le lettere MD, ad esempio: "MD @nome1234 come stai?"

## (#) Hashtag

Gli utenti aggiungono spesso il simbolo di hashtag (#) prima di parole o frasi nei propri Tweet per categorizzarli per gli altri o per organizzare le conversazioni riguardo a un tema. Gli utenti possono cliccare sugli hashtag per visualizzare i Tweet con tema analogo.

## Seguire, smettere di seguire e follower

Seguire qualcuno su Twitter significa iscriversi ai suoi Tweet presenti nella cronologia. Un follower è un utente di Twitter che ti sta seguendo. Se non si è più interessati a ciò che scrive un altro utente di Twitter è possibile smettere di seguire l'utente. Una volta scelta questa opzione, i Tweet dell'utente non appariranno più nella cronologia.

## Cronologia

La cronologia è una lista di Tweet in tempo reale provenienti dagli utenti che hai scelto di seguire.

## @risposta

Una @risposta è un Tweet pubblicato in risposta al messaggio di un altro utente. Questa azione viene in genere eseguita cliccando sul pulsante "rispondi" nel Tweet dell'utente. Le @risposte iniziano sempre con il simbolo "@", seguito dal nome utente.

## INTERNO.GOV.IT: NUMERI E STATISTICHE

Il portale web interno.gov.it è stato profondamente rinnovato, nella organizzazione dei contenuti e nella veste grafica, nel mese di dicembre 2014.

A circa un anno di distanza è stata realizzata una breve analisi statistica sulle “attività web” del portale, concentrata in particolare sugli accessi da parte degli utenti e sull’andamento dei follower dell’account Twitter @Viminale, attivo dal 5 settembre 2014.

### Visualizzazioni

Le “attività” del portale istituzionale sono monitorate attraverso un sofisticato *tool* denominato “*Google analytics*”, che mette a disposizione dei proprietari numerosi dati di analisi: si tratta, in particolare, di un monitoraggio degli accessi al sito web di riferimento. Gli ultimi 30 giorni di attività sono disponibili a tutti gli utenti web<sup>52</sup>, mentre per ottenere i dati storici occorre essere registrati come amministratori.

*Google analytics* rende disponibili molti dati tra i quali le **visualizzazioni di pagina**, ossia quante volte in totale è stata visualizzata una pagina in un determinato periodo, gli **accessi**, le **sessioni**, gli **utenti**<sup>53</sup>.

I dati di seguito esaminati fanno riferimento a tutto il 2015, con una leggera approssimazione (un anno di attività) rispetto alla messa online dell’ultima versione del portale web

- Complessivamente nel 2015 il portale del ministero ha ricevuto **15 milioni e mezzo di visualizzazioni** sulle proprie pagine, di cui circa il 50% da parte di nuovi utenti, ovvero coloro che si sono collegati da indirizzi di internet provider (IP) non conosciuti in precedenza.

---

<sup>52</sup> vedi la voce “[monitoraggio accessi](#)” in lista al fondo dell’Home page.

<sup>53</sup> Per il glossario di queste voci si può consultare [l’appendice](#) pubblicata sul sito del ministero



**TAB. 1. PAGINE VISUALIZZATE NEL 2015. PRIME 12 VOCI RILEVANTI**

	VISUALIZZAZIONI DI PAGINA
<i>Home page</i>	3.073.548
<i>tema "Cittadinanza"</i>	3.048.141
<i>Elezioni Amministrative 31/05/2015</i>	647.948
<i>tema "Immigrazione e Asilo"</i>	476.686
<i>"Servizi on line"</i>	377.466
<i>"Ministero e dipartimenti"</i>	275.110
<i>Notizie in Archivio storico</i>	181.772
<i>Elenco dei latitanti di massima pericolosità</i>	140.344
<i>Rassegna stampa</i>	128.643
<i>Errore 404 (pagina non trovata)</i>	92.848
<i>Contatti (ministero e prefetture)</i>	91.060
<i>Notizia: Cittadinanza italiana, dal 18 maggio basta un click (11 05 2015)</i>	85.832
<i>Rimanenti pagine</i>	6.899.310
<b>TOTALE</b>	<b>15.518.708</b>

Nella tabella è interessante notare come, subito dopo l'*Home page*, si colloca il tema della "Cittadinanza". La voce comprende diverse sotto voci, dato che le visualizzazioni provengono da diversi punti di accesso (pagine), come ad esempio la procedura per effettuarne la richiesta o la pagina relativa al tema generale, che spiega come tenerla.

Le voci virgolettate in tabella hanno questo significato: le visualizzazioni provengono da una varietà di pagine collocate in punti diversi del portale, ma tutte riguardanti uno specifico tema.

Il posizionamento al terzo posto per visualizzazioni del tema "elezioni" è da attribuire allo svolgimento delle consultazioni elettorali tenutesi a fine maggio 2015. È bene precisare che il conteggio di queste visualizzazioni non tiene conto (non è possibile registrare il dato) delle connessioni dirette al sito del servizio elettorale, a cui si viene direttamente reindirizzati in occasione di elezioni. Se si conteggiassero anche queste connessioni, questa voce sarebbe verosimilmente la prima in elenco<sup>54</sup>.

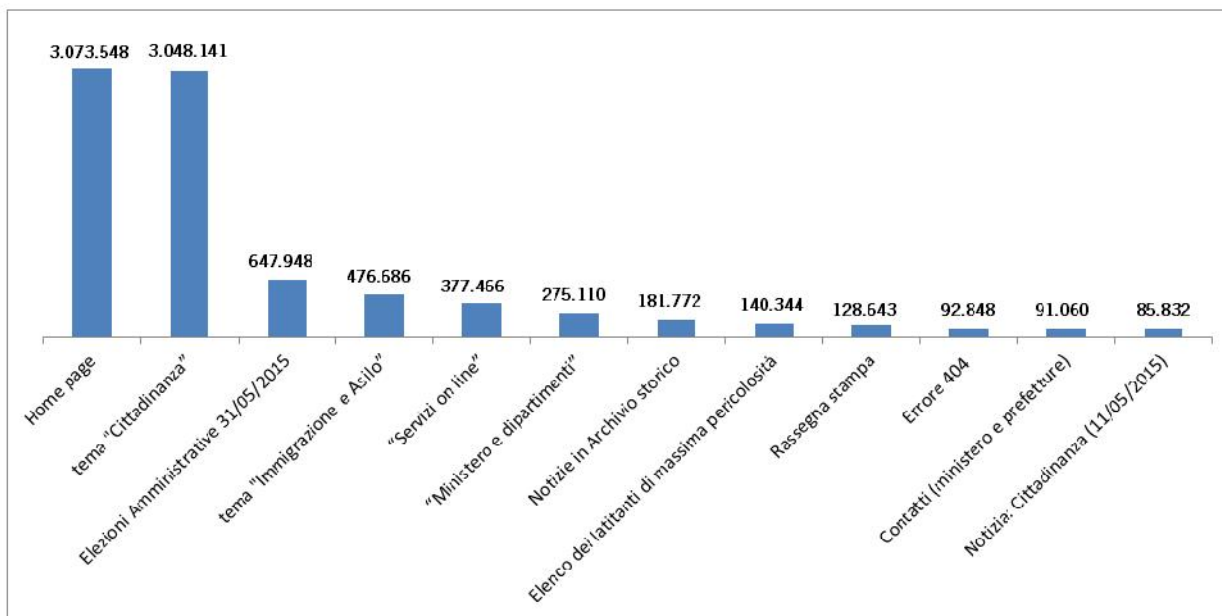
<sup>54</sup> Gli accessi e le connessioni monitorati in tempo reale durante le elezioni sono di gran lunga superiori a quelli misurati quotidianamente.

Per “Servizi on line” dobbiamo intendere tutti servizi rinvenibili nella voce corrispondente del menu a tendina dell’ *home page*, ad esclusione delle voci “Cittadinanza” e “Procedura flussi immigrazione”, conteggiati nei relativi “temi” di appartenenza.

La voce “Errore 404” indica, invece, le pagine non trovate, e seppure in valore molto basso, segnala il livello di “disallineamento” di pagine che i motori di ricerca non riescono più a individuare. Ciò è dovuto a diversi fattori come, ad esempio, in occasione di migrazione di archivi di notizie in nuovi siti, con la momentanea perdita di collegamenti (link) con pagine preesistenti.

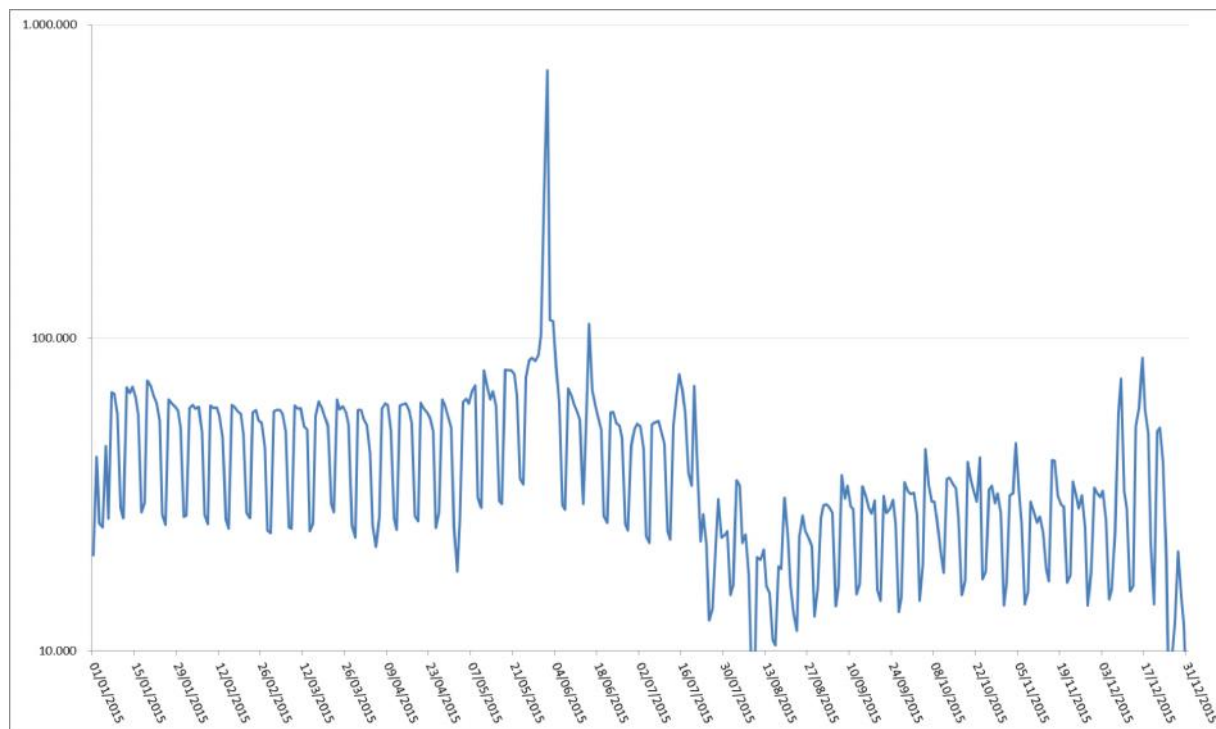
Sorprendente è invece trovare, nell’elenco delle prime 12 voci, una news: si tratta di quella che annuncia l’avvio della procedura informatizzata per la richiesta, ancora una volta, di cittadinanza italiana. A ben vedere non si tratta forse di una sorpresa quanto di una conferma, considerando che il relativo tema occupa il secondo posto.

**GRAFICO 1. VISUALIZZAZIONI DI PAGINA. PRIMI DODICI VALORI RILEVANTI**



Possiamo notare che le visualizzazioni della *home page* e del tema “cittadinanza” rappresentano – insieme – circa il 40% delle visualizzazioni complessive (oltre 6 milioni su 15,5).

**GRAFICO 2. ANDAMENTO DELLE VISUALIZZAZIONI DI PAGINA NEL 2015**

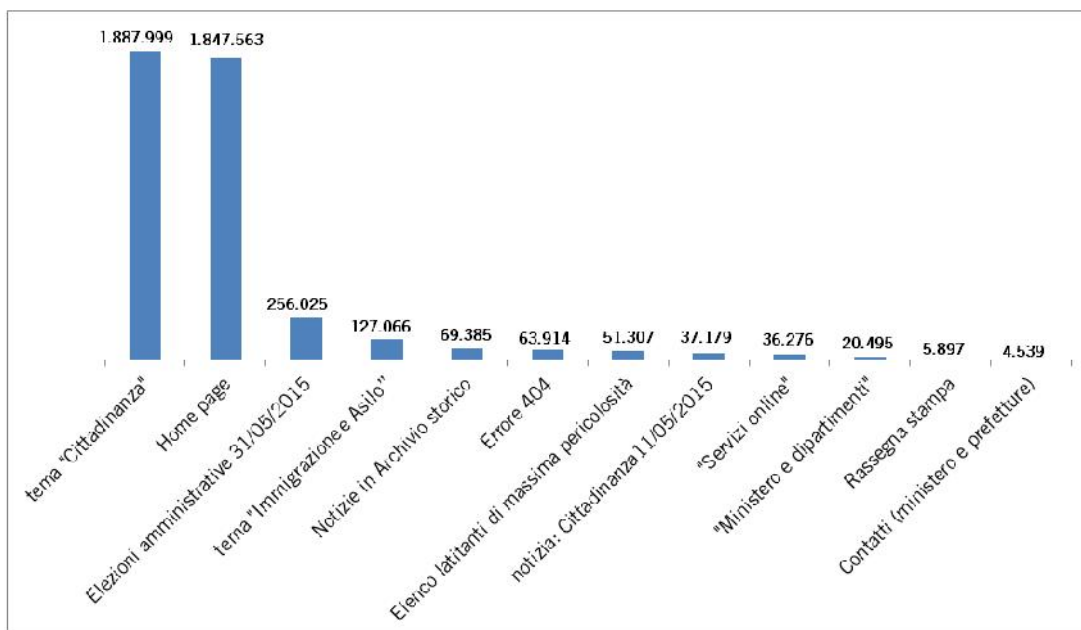


Dal grafico generale dell'andamento delle visualizzazioni di pagina per il 2015 è possibile osservare il picco di visualizzazioni tra il 30 maggio e il 1° giugno in occasione delle elezioni amministrative e regionali ed un netto calo nel periodo estivo e alla fine dell'anno.

### Accessi

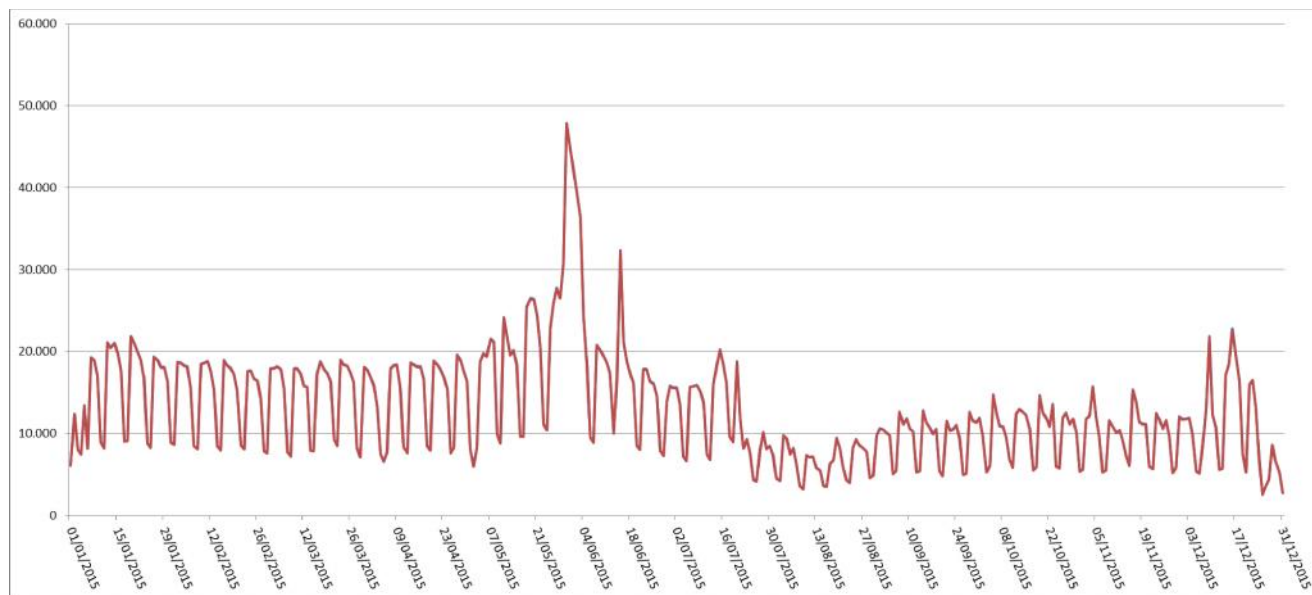
Quante volte gli utenti sono entrati sul portale interno.gov.it? E da quale pagina? La voce "accessi" di *Google analytics* ci dice proprio questo.

**GRAFICO 3. ACCESSI AL SITO NEL 2015. PRIME 12 VOCI RILEVANTI**



Per il 2015, **gli accessi complessivi al portale del ministero dell'Interno sono stati circa 5 milioni**, di cui 4,4 milioni circa (87% del totale) attraverso le pagine delle prime 12 voci in grafico. Di queste, le prime due - Home page e tema "Cittadinanza"- rappresentano il 74% del totale di accessi: 3,7 milioni.

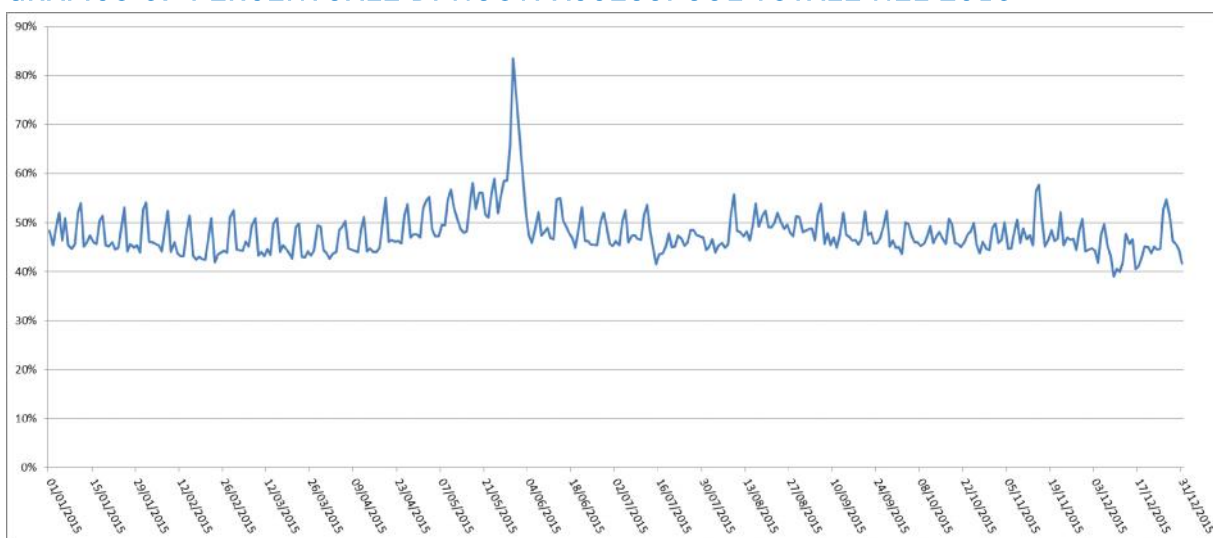
**GRAFICO 4. ANDAMENTO DEGLI ACCESSI AL SITO NEL 2015**



L'andamento degli accessi ricalca quello delle visualizzazioni di pagina. Si nota nuovamente il picco causato dalle elezioni amministrative e regionali e il decadimento nel periodo estivo e alla fine dell'anno.

Il numero degli accessi è quasi perfettamente assimilabile a quelle che *Google analytics* definisce "sessioni di collegamento" (si scostano nel valore giornaliero mediamente dello 0,38%). Grazie a questa eguaglianza possiamo individuare anche le "nuove sessioni" di collegamento (ossia i nuovi accessi) in rapporto a quelle totali. Nel corso di tutto il 2015 il dato delle "nuovi sessioni" si attesta quasi stabilmente ad un valore del 50% (valore medio 49,27%).

### GRAFICO 5. PERCENTUALE DI NUOVI ACCESSI SUL TOTALE NEL 2015



Il valore di questo rapporto, diversamente dai grafici precedenti, non ha flessioni significative nel periodo estivo e alla fine dell'anno, al contrario è possibile notare alla fine di dicembre un leggero incremento.

Le connessioni al sito avvengono dall'Italia per l'85% dei casi. Il primo Paese estero da cui avvengono connessioni sono gli Stati Uniti con il 6% del totale, seguito da Gran Bretagna con il 2% e Francia con l'1%, circa.

### Andamento dei followers

L'account @Viminale è stato ufficialmente attivato il 5 settembre 2014.

In soli due mesi, il 10 novembre 2014, è stata raggiunta la cifra simbolica di 1.000 followers.

Nei primi mesi dall'attivazione, la pubblicazione dei tweet è stata improntata a uno stretto parallelismo, in tempi e contenuti, alla corrispondente pubblicazione di notizie ritenute maggiormente rilevanti sul portale interno.gov.it.

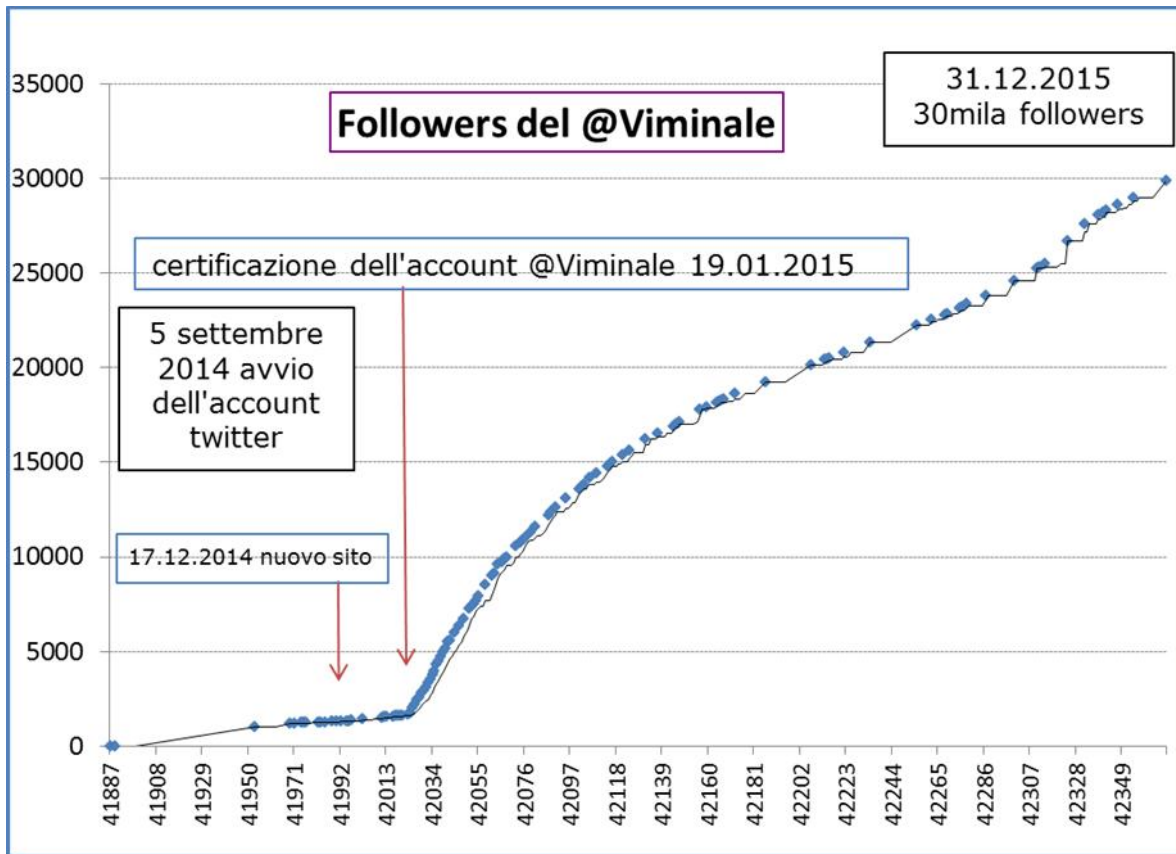
Il 17 dicembre 2014 è stato inaugurato il nuovo sito dell'amministrazione dell'Interno. Il nuovo portale, oltre a riportare sopra la testata il logo ufficiale di Twitter.com, attraverso il quale si accede alla visualizzazione del profilo dell'account @Viminale, consente la lettura, sul lato destro dell'home page, degli ultimi tre tweet pubblicati dall'account @Viminale. Tutte funzioni, quest'ultime, assenti sul precedente sito.

A seguito della pubblicazione del nuovo portale è stato possibile registrare un rinnovato tasso di incremento di followers, che nel mese precedente (novembre) aveva dato segni di affievolimento, pur dopo aver registrato una brillante partenza.

E' però a partire da circa la fine di dicembre 2014 che, con una modificata strategia comunicativa e con la **certificazione ufficiale** del profilo dell'account da parte di Twitter.com, il trend dei follower ha registrato un notevole tasso d'incremento.

La crescita, a partire dai primi giorni di gennaio 2015, è passata, infatti, a circa 100 nuovi utenti al giorno (con punte di 150/200), dai 15/20 del precedente periodo. A dicembre 2015 interno.gov.it aveva registrato circa 30mila follower e una produzione di circa 1300 tweet.

Grafico dell'andamento dei follower dell'account @Viminale.



## APPENDICE



# INTERNO.GOV.IT: EVOLUZIONE IN IMMAGINE

Dal 1 MARZO 2001 al 14 OTTOBRE 2001

democrazia  
sicurezza  
libertà e solidarietà

# cittadinItalia

Ministero dell'Interno

www.cittadinitalia.it

Protezione Civile



**LA CITTA' VIRTUALE**

- ▶ Biblioteca
- ▶ Sala Stampa
- ▶ Videoteca

Il Ministero dell'Interno (Viminale)

La Sicurezza

Il Ministro

Il Prefetto

Il Questore

La Polizia di Stato

Il Corpo Nazionale dei Vigili del Fuoco

Le Prefetture

La Formazione e l'Aggiornamento Professionale

I Rapporti Internazionali

Autonomie locali: Comuni, Province

Regioni

Votare - Elezioni

Stranieri in Italia

Minori

Anziani

Droga

Racket e Usura

Solidarietà alle Vittime della criminalità

Le Religioni e lo Stato

Chiese e Patrimonio boschivo del Fondo Edifici di Culto (F.E.C.)

Le biblioteche

**NOTIZIARIO 24h**

Parte oggi CittadinItalia, il nuovo sito del Ministero dell'Interno

**Rapporto sullo stato della sicurezza in Italia**

Il Rapporto



Le considerazioni del Ministro



Roma, 9 febbraio 2001

Il rapporto affronta le numerose tematiche relative alla sicurezza ed alla sua salvaguardia, fornendo anche indicazioni su come questa venga percepita dai cittadini. Viene analizzato l'andamento della criminalità nell'ultimo decennio...

**Scarica il testo completo**

- del Rapporto
- delle considerazioni del Ministro Bianco
- della sintesi del Rapporto

**Scuola Superiore della Amministrazione dell'Interno: Prodi inaugura l'anno accademico**

La cerimonia inaugurale si è svolta alla presenza del Capo dello Stato con l'intervento del Ministro dell'Interno. Il Presidente della Commissione Europea Romano Prodi ha tenuto la prolusione sul tema "L'Europa, nuova frontiera delle Pubbliche Amministrazioni".

**In primo piano**

**"L'Unione Europea dopo Nizza"**  
Se ne discute il 2 marzo 2001

**I Ministri dell'Interno dei Paesi dell'Unione Europea**

Come sono organizzati i Ministri dell'Interno dei Paesi dell'Unione? Per saperlo basta visitare i loro siti.

**Rapporto immigrazione 2000**

"Dall'emergenza alla programmazione" è il titolo del rapporto sull'immigrazione che, redatto in tre lingue (italiano, inglese e francese), agevola la conoscenza del fenomeno migratorio da parte degli operatori, anche stranieri.

**Il testo integrale del documento**

**La Carta d'identità elettronica**

Nasce un documento moderno che semplifica la vita delle amministrazioni comunali per cui i cittadini saranno facilitati nella quotidianità e nei rapporti con l'amministrazione. La sperimentazione in 83 comuni.

**Consigli per i bambini**

Una bussola per internet.

**Italia con vista**

I restauri della Chiesa di San Crisogono.

**I Calendari 2001**

Polizia, Vigili del Fuoco e Scuola Superiore dell'Amministrazione dell'Interno.

**Il Testo Unico degli Enti locali**

I 275 articoli del Testo Unico delle leggi sull'ordinamento degli Enti Locali riordinano circa 70 anni di legislazione su Comuni, Province e Comunità Montane e abrogano le disposizioni di oltre cinquanta leggi.

**In uno Stato moderno la prevenzione e la repressione del crimine passano attraverso la valorizzazione e il coordinamento delle risorse e la collaborazione dei cittadini**



Polizia di Stato



Carabinieri



Guardia di Finanza

**CittadinItalia segnala**

**GS: dichiarazione finale della riunione dei Ministri dell'Interno e della Giustizia.**

**Il 10 e 11 marzo il Viminale apre ai cittadini** con visite guidate attraverso i saloni di uno dei monumenti storici rappresentativi dell'Unità d'Italia. Per prenotare Tel: 06-46538114-5-6



**Il Consiglio dei Ministri ha approvato lo schema di regolamento di riorganizzazione del Ministero dell'Interno, proposto dal Ministro Enzo Bianco.** La proposta di regolamento per la riforma della struttura del Ministero, che viene ora sottoposto ai pareri del Consiglio di Stato e delle competenti Commissioni parlamentari, prevede un'articolazione in soli 4 Dipartimenti...

Concorsi

Pubblicazioni

Statistiche

Modulistica

Legislazione



Rete Interna del Viminale

## la nostra intranet



Rete Interna del Viminale



# Ministero dell'Interno

[HOME](#) | [POSTA ELETTRONICA](#) | [LINK ISTITUZIONALI](#) | [MAPPA DEL SITO](#) | [GUIDA](#)

**Il Ministero dell'Interno (Viminale)**

La Sicurezza

Il Ministro

Il Prefetto

Il Questore

La Polizia di Stato

Il Corpo Nazionale dei Vigili del Fuoco

Le Prefetture - Uffici Territoriali del Governo

Gli Uffici di diretta collaborazione con il Ministro

Le Circonizioni Generali

Gli Uffici Centrali

La Formazione e l'Aggiornamento Professionale

L'attività parlamentare

I Rapporti Internazionali

CittadiniEuropa

Autonomie locali: Comuni, Province

Regioni

Votare - Elezioni

Stranieri in Italia

Minori

Anziani

Droga

Rackett e Usura

Solidarietà alle Vittime della criminalità

Le Religioni e lo Stato

Chiese e Patrimonio boschivo del Fondo Edifici di Culto (F.E.C.)

Le biblioteche

**NOTIZIARIO>>**

**Conferenza Europea sull'immigrazione** Il 16 e 17 ottot

Cari navigatori, abbiamo cambiato nome e indirizzo mentre ci prepariamo a diventare un vero e proprio Portale dove browseremo più spazio i servizi per il cittadino e nuovi strumenti interattivi per agevolare la comunicazione con il Ministero dell'Interno. Saranno a vostra disposizione anche news, foto e filmati e potrete accedere direttamente ai siti dedicati alle aree principali di questa Amministrazione.

**Sicurezza, lotta al terrorismo internazionale, immigrazione, incidente di Linate: i temi principali del Consiglio dei Ministri del 12 ottobre**

**L'offensiva contro il terrorismo internazionale**

Il 20 ottobre a Bruxelles la Conferenza europea sulla lotta al terrorismo. La Conferenza vedrà riuniti anche i Paesi candidati all'ingresso nell'Unione Europea, i Paesi OFTA e i Paesi dell'area balcanica. In considerazione del tema trattato e del quadro internazionale sono stati invitati a partecipare anche Russia, Ucraina e Moldavia.

- "Tutti gli obiettivi sensibili sul territorio nazionale sono sotto controllo", assicura il Ministro dell'Interno Spadolini

All'esame del Viminale misure di sicurezza mirate per gli Uffici Postali

- I Vigili del Fuoco ricordano i colleghi americani



Manifestazioni commemorative ad un mese dalla tragedia che ha scosso New York e Washington

**"Cultura ed immagini dei gruppi linguistici di antico insediamento presenti in Italia"**

L'Ufficio Centrale per i problemi delle zone di confine e delle minoranze etniche del Ministero dell'Interno, con l'intento di far conoscere ai giovani la composita realtà delle minoranze etnico-linguistiche presenti sul territorio nazionale, ha realizzato, con un CD, un'iniziativa utile a far crescere nelle nuove generazioni la coscienza della tolleranza.

Incidente all'aeroporto di Linate I risultati del Referendum Confermativo del 7 ottobre 2001

**La sicurezza nelle città d'arte**

In seguito agli allarmi su possibili attentati terroristici, è stato stabilito un piano straordinario di protezione per le città d'arte di Roma, Firenze, Venezia e Napoli

Una pagina in primo piano analizza nel dettaglio le misure speciali attivate da ciascuna Prefettura

La prima è FIRENZE

**Legge Finanziaria 2002: il disegno di legge approvato dal Consiglio dei Ministri nella seduta del 27 settembre 2001**

**Riqualficazione del personale contrattualizzato:**

le graduatorie delle posizioni economiche C2, C3 e B3

Euro

Eurocalcolatore, con gli arrotondamenti ufficiali

I Comitati Provinciali per l'Euro

Notizie e curiosità

Pubblicato sulla Gazzetta Ufficiale il piano straordinario di comunicazione sull'introduzione dell'euro

**Bandi di gara del mese**

D.I.A., Direzione Investigativa Antimafia  
Corpo Nazionale dei Vigili del Fuoco  
Prefettura di Torino

**Internet tra società e Istituzioni**

**Bando di concorso**

Concorso nei Vigili del Fuoco a 24 posti di Ispettore Antincendi  
Termine ultimo per presentare la domanda: 22 ottobre 2001

In uno Stato moderno la prevenzione e la repressione del crimine possono affermarsi la valorizzazione e il coordinamento delle risorse e la collaborazione dei cittadini



Polizia di Stato



Arma dei Carabinieri



Guardia di Finanza



Corpo Forestale



Polizia Penitenziaria



**GRATIS PER I CITTADINI UN PUNTO INTERNET DEL VIMINALE**



Consiglio Gratuito Gazzetta Ufficiale



Calcolatrice

Tutte le leggi regionali in linea

Decreto sulla violenza negli stadi: Roma all'esame del Senato dopo l'approvazione di alcuni emendamenti alla Camera

Dal 5 novembre a Roma 2000 parte l'attività elettorale

FADO: vertice di Roma a Roma


Il Prefetto Schiavi confermatario Confermatario del Senato per il economista esecutivo della Camera

Una fuga di gas provoca l'esplosione in un palazzo di Salsomaggiore: quattro persone ferite e 60 appartamenti evacuati

Corso di Formazione all'Istituto Superiore Anticrimine per i Circonieri dei Vigili del Fuoco

Concorsi | Pubblicazioni | Statistiche | Medicina | Legislazione | Bandi di Gara

la nostra intranet: rete interna del viminale



# Ministero dell'Interno

HOME
POSTA ELETTRONICA
LINK ISTITUZIONALI
MAPPA DEL SITO
GUIDA

**Il Ministero dell'Interno (Viminale)**

La Sicurezza

**Il Ministro**

**Il Prefetto**

**Il Questore**

La Polizia di Stato

Il Corpo Nazionale dei Vigili del Fuoco

Le Prefetture - Uffici Territoriali del Governo

Gli Uffici di diretta collaborazione con il Ministro

I Dipartimenti

La Formazione e l'Aggiornamento Professionale

L'attività parlamentare

I Rapporti Internazionali

CittadiniEuropa

Autonomie locali: Comuni, Province

Regioni

Votare - Elezioni

Stranieri in Italia

Minori

Anziani

Droga

Rackett e Usura

Solidarietà alle Vittime della criminalità

Le Religioni e lo Stato

Chiese del Fondo Edifici di Culto Patrimonio boschivo (F.E.C.)

Le biblioteche

**U.T.G. in rete**

**Protezione Civile**

*Le statistiche degli accessi*

**Gli Speciali**

*primo*  
**PIANO**

**A Milano il 24 giugno si inaugura il bicentenario dell'istituto prefetizio**

Un volume ed un francobollo celebrativi dell'evento saranno presentati dal Ministro dell'Interno Scajola e dal Ministro delle Comunicazioni Gasparri

**Polizia di Stato: movimento dei dirigenti disposti dal Ministro dell'Interno Scajola e dal Capo della Polizia De Gennaro**

Rinforzate alcune strutture centrali e deciso il miglioramento dei servizi di ordine pubblico

**Consigli Territoriali per l'Immigrazione: individuazione e promozione di modelli di funzionamento e di intervento a sostegno delle politiche di integrazione**

Convegno organizzato dal CNEL, d'intesa col Dipartimento per le libertà civili e l'immigrazione - Roma, 19 giugno 2002

**Cooperazione con Gibuti per la lotta all'immigrazione clandestina**

Il Ministro dell'Interno Claudio Scajola ha incontrato il Presidente della Repubblica di Gibuti Ismail Omar Guelleh

**Immigrazione: approvato con modifiche dalla Camera dei Deputati il Ddl Bossi-Fini**  
Il provvedimento ora torna all'esame della Commissione Affari Costituzionali del Senato

**Elezioni Amministrative di primavera**

I risultati del ballottaggio  
Elezioni amministrative MAGGIO 2002


**Patrimonio UNRRA: i requisiti e le modalità per accedere ai finanziamenti della Riserva Fondo Lire UNRRA per l'anno 2002, in una circolare del Dipartimento per libertà civili e l'immigrazione**

**Concorso per il conferimento di borse di studio a figli ed orfani dei segretari di comunità montane e di consorzi di comuni**  
Il testo del bando indetto dal Servizio P.U.E.L. della D. C. delle Autonomie

**E\_procurement** - Pubblicato il regolamento del D.P.R. 101 del 2002  
Le procedure telematiche per l'approvvigionamento di beni e servizi per le Amministrazioni Pubbliche


**Vigili del Fuoco**


- Norme per l'omologazione dei prodotti antincendio
- Bando di gara per la fornitura di autobottimpoma
- Bando di gara per la fornitura di tubazioni flessibili da incendio e scale all'italiana
- Bando di gara per la fornitura di calze e completi da pioggia e antifiama
- Bando di Gara per la fornitura unità navali antincendio
- Restituito lo stemma storico ai Vigili del Fuoco


 La direttiva generale del Ministro dell'Interno Claudio Scajola per l'attività amministrativa e per la gestione per l'anno 2002  
Il testo integrale della direttiva


Gli uffici centrali dirigenziali VV.F. del Dipartimento dei Vigili del Fuoco, del Soccorso Pubblico e della Difesa Civile	La nuova organizzazione del Ministero dell'Interno Gli organigrammi dei Dipartimenti
Regolamento di organizzazione degli uffici di diretta collaborazione del Ministro dell'Interno - D.P.R. 93/2002	Riqualificazione del personale contrattualizzato: risultati delle prove selettive


**In uno Stato moderno la prevenzione e la repressione del crimine passano attraverso la valorizzazione e il coordinamento delle risorse e la collaborazione dei cittadini**

  
Polizia di Stato

  
Arma dei Carabinieri

  
Guardia di Finanza

  
Corpo Forestale


  
Polizia Penitenziaria

Giovedì  
10 febbraio 2011

**SALA STAMPA**  
Comunicati  
Informazioni

*Le riviste del Ministero dell'Interno*

**CittadiniEuropa**

Consulta gratis la Gazzetta Ufficiale 

**La Costituzione**

**Pubblica Amministrazione**

**Le leggi regionali**

**Gli eventi**

**Le notizie pubblicate**

*Il sottosegretario all'Interno On.le Mantovano partecipa a Vesole (Lecce) ad un dibattito sul terrorismo*

**Il Difetto di Avellino ha incontrato i sindaci neo-elett**

**Rimozione di ordigno bellico: il 23 giugno evacuate 400 famiglie di Nettuno (RM)**

**Il Ministro della Innovazione e le tecnologie: il Portale Nazionale del cittadino dal 2 giugno on line**

Concorsi
Publicazioni
Statistiche
Modulistica
Legislazione
Bandi di Gara

**la nostra intranet: rete interna del Viminale**



# MINISTERO DELL'INTERNO

HOME | MAPPA DEL SITO | CONTATTI | NOTIZIE DELLA SEGRETERIA | LINK UTILI | HELP

Lunedì 19-04-2004

---

**il ministero**

IL MINISTRO  
IL VICEMINISTRO  
L'ORGANIZZAZIONE  
LE DIRETTORIE - M.T.G.  
LE ATTIVITÀ  
I SITI

**ATTUALITÀ**

COME FARE PER  
CONCORSI E BANDI  
DI GARA  
LEGISLAZIONE  
NEWSLETTER

**COMUNICAZIONE**

UFFICIO STAMPA E  
COMUNICAZIONE  
NEWS ED EVENTI  
SPECIALI

**CERCA NEL SITO:**

ESERCIZIO

**INTRANET**

**NEWS CENTER**

Il Portale Nazionale del Cittadino

Il Telegiornale web per i dipendenti pubblici

Consulta gratis la Gazzetta Ufficiale

### In primo piano



► Conferenza Regionale delle Autorità di Pubblica Sicurezza del Lazio e Roma  
Il Prefetto Achille Serra inaugura un ciclo di conferenze con gli attori del sistema sicurezza

SEE FOTOGRAFIE

► Carta d'Identità Elettronica italiana, documento sicuro di viaggio e di accesso ai servizi per i cittadini che il 15 aprile presso la SSdI Conferenza internazionale sulla esperienza del nuovo documento elettronico - il 17 aprile presso il comune di Prato dimostrazione pratica dell'istituto della CIE



► "L'arresto dei 15 militanti di Forza Nuova sottolinea l'irraggiungibilità dello Stato e contrasta senza tregua e a trecentosessanta gradi ogni forma di violenza politica"  
La dichiarazione del Ministro dell'Interno Pisani sull'operazione condotta a Bari

► In carcere 29 criminali appartenenti alla Sacra Corona Unita: il Ministro dell'Interno Diyas soddisfatto per l'eccezionale risultato  
Operazione condotta dalla polizia di Stato in collaborazione con la D.I.A.

► Nel territorio di Corchiano confiscati alla mafia nascono un laboratorio artigianale e un centro agriturismo  
Le due strutture saranno affidate per scopi sociali a cooperative di lavoro e aziende di giovani



► Difesa Civile: una tavola rotonda organizzata dall'Istituto di ricerca DEMO Intervento del Capo del Dipartimento dei vigili del Fuoco, del Soccorso Pubblico e della Difesa Civile, Prefetto Mario Morcone

► XIV fase dell'operazione di polizia "Via libera": 2207 arresti e 2037 denunce a piede libero  
Apprezzamento del Ministro dell'Interno Pisani per l'attività svolta dalla Polizia

► Sicurezza informativa orgoglio del Ministro dell'Interno Diyas alla Camera dei Deputati sulle misure adottate per fronteggiare il terrorismo internazionale e sui fatti di Napoli e Genova

► "Splendori d'arte del Ministero dell'Interno" al Museo Nazionale di Castel Sant'Angelo  
Il sottosegretario all'Interno Antonio Di Biase alla presentazione della mostra in esposizione dal 14 aprile al 30 maggio a Roma

SEE FOTOGRAFIE

► Vitalità e sicurezza dei grandi quartieri di Roma: Prefettura e Camera di Commercio lavorano sul quartiere iniziati il progetto di collaborazione tra forze dell'ordine e imprenditori locali  
L'iniziativa presentata nell'Aula consiliare del XVI Municipio

► Vigili del Fuoco  
Convertito il decreto con le disposizioni a favore del Corpo - Obiettivi e risultati da conseguire per il 2004

► La direttiva generale del Ministro dell'Interno per l'anno 2004

► Immigrazione  
Bisogni del Ministro dell'Interno Pisani e del sottosegretario all'Interno Alfredo Mattioli sull'immigrazione clandestina in Italia e sull'attuazione della legge 189 del 2002 - Il flusso di ingresso dei lavoratori per il 2004

► Lo stato della sicurezza in Italia

► Lotta al terrorismo

► Rifugiati e richiedenti asilo: la graduatoria dei progetti presentati dai comuni per accedere al finanziamento

► Cinque giorni d'appello dei vigili del fuoco  
Le forniture necessitano le dotazioni dei Centri assistenziali di pronto intervento e approvvigionamento (Capi)

 ► "L'Urp risponde, ma risolve?"  
Un seminario inaugura il 15 aprile il nuovo Ufficio Relazioni con il Pubblico "residente" di Prato, in convenzione tra Prefettura, Comune e Provincia

► Allargamento: si estende l'azione di garanzia

► Il Capo della Polizia Gianni De Gennaro ha inaugurato la nuova sede del 2° Reparto Mobile di Roma

► Elezioni del Parlamento Europeo: il numero dei seggi spettanti all'Italia assegnati a ciascuna circoscrizione elettorale

► Incompatibilità tra incarico di sindaco e mandato di parlamentare europeo: la disposizione inserita in un disegno di legge approvato alla Camera



► L'incarico straordinario



► CittadiniEuropa



► Il volontariato e il cambiamento di quartiere




► Le altre notizie



► Forze di Polizia



► Vigili del Fuoco



[Accessibilità](#) | [AAA](#) | [Cerca](#) | [Contatti](#) | [URP](#) | [Link](#) | [Mappa](#)

**Ministero**

Sicurezza

Immigrazione

Asilo

Cittadinanza

Minoranze

Elezioni e referendum

Enti locali

Religioni e Stato

Soccorso pubblico

Antiracket e antiusura

Vittime del terrorismo

Vittime delle mafie

Droga

Minori e disagio sociale

**Sala Stampa**

Ministro

Viceministro

Sottosegretari

Dipartimenti

**Servizi al Cittadino**

Trova subito

Rassegna Stampa

Come fare per...

Legislazione

Speciali

**2007 Elezioni Amministrative**

Gli Enti interessati al ballottaggio del 10 e dell'11 giugno. I risultati e i dati sull'affluenza alle urne per le elezioni dei Presidenti e dei consigli di 7 province e dei Sindaci e dei consigli di 856 comuni

**Celebrazioni storiche e civili**

La storia della Repubblica italiana nel contesto dell'unità europea: le iniziative delle Prefetture per celebrare il 50° della firma dei Trattati di Roma, il bicentenario della nascita di Giuseppe Garibaldi e il 60° della Costituzione

Sportello Immigrazione


Antiracket e antiusura

Fondo edifici

Concorsi

Bandi di gara

**PRIMO PIANO**




**No alle regolarizzazioni generalizzate: concordano il Ministro dell'Interno Amato ed il collega francese Brice Hortefeux nell'incontro al Viminale**

Cooperazione con i Paesi di origine del flusso migratorio, impulso agli accordi di riammissione e regole d'ingaggio per Frontex le conclusioni del colloquio [»](#) [Fotografie](#)


**Prostituzione e tratta di esseri umani: permesso di soggiorno per chi abbandona gli sfruttatori**

Il ministro Amato firma una Circolare che consente alle Questure di valutare la situazione di concreto pericolo per l'incolumità delle vittime di tratta e schiavitù



**Acquisti sicuri su internet: le 5 regole di buonsenso da seguire**

Realizzato dalla Polizia Postale, in collaborazione con eBay.it, un portale informativo per lo shopping on line



**Sport: Luca Pancalli guiderà la task force per la ristrutturazione degli stadi**

Riunito a Roma, alla presenza dei ministri Amato, Melandri e Di Pietro, il tavolo di concertazione per l'adozione del 'Programma straordinario per l'impiantistica'

**06.06.2007**

**Il Ministro Amato risponde alle domande dei cittadini in web conference**

L'appuntamento è per oggi 6 giugno, alle ore 12,00. Le domande potranno essere inviate dalle ore 09,00.

**Partecipa alla videoconferenza**

**NOTIZIE** Consulta tutte le notizie





**06.06.2007**  
Festa finale a Firenze per il progetto 'Scuola sicura'

**05.06.2007**  
Stranieri: in vigore la nuova disciplina dei soggiorni di breve durata per visite, affari, turismo e studio


**05.06.2007**  
Serrata dei benzina: il prefetto di Roma allerta i sindaci della provincia

**05.06.2007**  
La Prefettura di Imperia promuove una ricerca sul fenomeno del bullismo

© Ministero dell'Interno. Tutti i diritti riservati | Note Legali | Accesso alla Intranet

Contatti Posta elettronica certificata URP Numeri verdi Scrivi alla redazione




🔍 CERCA NEL SITO...

HOME
MINISTERO
TEMI
SERVIZI ON LINE
SALA STAMPA
VIMINALE

**Napoli: più telecamere di videosorveglianza e smantellamento del campo rom di Giugliano**

Alfano alla riunione nel Comitato ordine e sicurezza in prefettura: la città è a una svolta, chiede e ottiene risultati




**Decreto flussi stagionali e non stagionali 2016**

- dalle ore 9 del 5 febbraio precompilazione dei modelli flussi non stagionali
- dalle ore 9 del 9 febbraio invio delle domande per flussi non stagionali
- dalle ore 9 del 10 febbraio precompilazione dei modelli flussi stagionali
- dalle ore 9 del 17 febbraio invio delle domande per flussi stagionali

Vai alla precompilazione dei modelli e invio delle domande >


Vai alla notizia >

**VIDEO**




Conferenza attività 2015 ministero dell'Interno  
23 Dicembre 2015


**IN EVIDENZA**



Alfano: per election day difficoltà di natura tecnica



Misure di sicurezza nell'area del Vaticano per le celebrazioni dei santi Pio da Pietrelcina e Leopoldo



Online il dossier "La legge di stabilità 2016"

**ULTIME NOTIZIE**

5 febbraio 2016, ore 15:30

**Una delegazione bitorussa visita la prefettura di Pesaro e Urbino**

5 febbraio 2016, ore 12:30

**Niente droni a Pietrelcina e Benevento**

5 febbraio 2016, ore 11:00

**Presto uno sportello antiviolenza a Pordenone contro la violenza di genere**

**INTERNOINFORMA**

scrivi la tua e-mail

**@Viminale**

#Viminaleinforma @angeffa oggi a #Bari incontra prefetto e vertici delle Forze di polizia <https://t.co/eqp1ZKuVCl>  
<https://t.co/ROEGC7Ujvs>

Spoglie di #PadrePio a #Roma, le misure della #prefettura per il 5 e 6 febbraio #Angelo #sicurezza <https://t.co/ONFU59Uj51> @poliziadistato

On line dossier #leggestabilita con sintesi su misure per #antiloocali e #ministerointerni <https://t.co/KZ9FAJou2>  
<https://t.co/7DduM77Du>

**LE NOTIZIE SUI TEMI**

**Sicurezza**


**Immigrazione e asilo**

**Territorio**

**Cittadinanza e altri diritti civili**

**Elezioni e referendum**


**Prevenzione e soccorso**



Sprint, si ampliano di 10.000 i posti per l'accoglienza, si possono presentare le domande on line fino alle ore 12 del 14 febbraio 2016

Entra nella [Notizia](#)

**GALLERIA**



Comitato ordine e sicurezza a Napoli con il ministro Alfano  
4 Febbraio 2016

**QUESTIONARIO PER LA VALUTAZIONE DELL'USABILITA'**

**Home**

- Elenco siti tematici
- Amministrazione trasparente
- Galleria immagini
- Galleria video

**Ministero**

- Ministero
- Viceministro
- Sottosegretari
- Organi collegiali
- Uffici di diretta collaborazione
- Consiglieri del ministro
- Departamenti
- Commissariato straordinario antiterrorismo e antiscandalo
- Commissariato straordinario per le persone scomparse
- Commissariato vittime dei reati di tipo mafioso
- Uffici sul territorio
- Comitati
- Osservatori
- Istituti di formazione

**Temati**

- Sicurezza
- Immigrazione e asilo
- Territorio
- Cittadinanza e altri diritti civili
- Elezioni e referendum
- Prevenzione e soccorso

**Servizi on line**





- Come fare per... nelle prefetture
- Informazioni utili
- Cittadinanza
- Procedure flussi
- Immigrazione
- Tutela dei diritti
- Concorsi e bandi di gara
- Comitati
- Documenti
- Cinquantenni
- Pubblicità legale
- Fatturazione elettronica
- Corrispondenza Viminale

**Sala stampa**

- Rassegna stampa
- Comunicati stampa
- Interventi e interviste
- Notizie
- Multimedia
- Pubblicazioni
- Dati e statistiche
- Speciali
- Eventi
- Campagne di comunicazione
- Sindacato operativo parlamentare
- Monitoraggio accessi
- Newsletter

**Viminale**

- Storia
- Palazzo
- Biblioteca
- Ministero dal 1961
- Sottosegretari e Viceministri (dal 1886)

CC BY-NC-ND | Responsabilità della pubblicazione | Redazione | Note legali | Social media policy | Privacy | Accessibilità | W3C XHTML 2.0 | W3C CSS | Usabilità | Realizzazione del sito | Internet | Archivio storico

85

# MANIFESTO PER L'USABILITÀ DEI SITI WEB DELLE PA

## MAI PIÙ NOT FOUND!

*Noi umanisti digitali, redattori o responsabili web, attori del ciclo di pubblicazione dei siti delle PA, aderendo a questo Manifesto, ci impegniamo a:*

### **1) Favorire il diritto all'informazione e alla cittadinanza digitale**

Perché pensiamo che siti semplici da navigare, facili da usare e rispondenti ai bisogni dei cittadini, siano condizione ineludibile per l'esercizio di questi diritti e quindi della stessa democrazia. L'accesso ai siti web non deve essere una chiave che apre una casa ostile e mal progettata, in cui il bene più prezioso, l'informazione, non si trova. Nelle case digitali dei nostri siti, non trovare un'informazione significa non esercitare un diritto.

### **2) Trasformare la trasparenza in chiarezza, comprensibilità e trovabilità**

Perché la pubblicazione dei contenuti e delle informazioni sui siti web non significa di per sé trovarli e poterli usare. Per questo non vogliamo limitarci ad adempiere agli obblighi di pubblicazione e diffusione delle informazioni previsti dalla legge. Noi ci impegniamo a rendere contenuti e servizi effettivamente trovabili e fruibili.

### **3) Far valere la centralità dell'utente in modo che ad ogni clic corrisponda una soluzione, non un problema**

Perché conoscere le esigenze, le difficoltà e anche le emozioni dell'utente non è un fastidio, ma fornisce preziosi vincoli e segnali che ci indicano cosa e come migliorare, nello sforzo permanente di realizzare siti web a misura di cittadino.

### **4) Usare la grafica con moderazione e praticare l'usabilità senza timidezza**

Perché non crediamo in siti belli da vedere ma in siti *atti all'uso*, ovvero adeguati ai bisogni dei cittadini digitali. Per questo ci impegniamo a diffondere senza timidezza la cultura dell'usabilità e a svolgere test iterativi e ricorsivi. Ci impegniamo anche a far prevedere nelle attività di programmazione delle nostre amministrazioni il *Piano annuale di usabilità*.

### **5) Prevedere la progettazione centrata sull'utente (Human-Centred Design) in tutti i capitolati di gara per servizi web**

Perché una progettazione orientata all'utente (UNI EN ISO 9241-210) permette di applicare i concetti dell'usabilità attraverso un processo documentabile (es. report dei test di usabilità), misurabile (es. utilizzo di metriche) e confrontabile. Processo che può essere più efficacemente applicato se all'interno delle gare si separa chi

progetta e valuta da chi realizza, in modo da distinguere le figure che definiscono i requisiti, e ne controllano il rispetto, da quelle che li applicano.

#### **6) Far risplendere le sky-line dei siti con la luce dei nostri sky-profile**

Perché noi redattori web, umanisti digitali, che della pubblicazione di contenuti, della progettazione di menu e della messa a punto di layout, facciamo con passione e orgoglio il nostro lavoro di civil servant, non vogliamo svolgere un'arida e oscura attività autoreferenziale, ma disegnare con le nostre competenze la parola *soddisfazione* nel cielo digitale dell'utente.

#### **7) Combattere il digital divide cognitivo**

Noi crediamo fermamente che le difficoltà di accesso ai siti non siano solo difficoltà, ma pericolose forme di digital divide. Infatti, anche le difficoltà cognitive di utenti non giovani, non scolarizzati, non esperti della rete, impediscono di esercitare il diritto all'informazione.

*Sottoscrivendo questo Manifesto, prendiamo l'impegno a promuovere e realizzare periodiche e continue attività semplificate di testing delle interfacce dei nostri siti. Riteniamo infine che il protocollo eGLU 2.0, realizzato dal GLU (Gruppo di Lavoro per l'Usabilità) del Dipartimento della funzione pubblica, rappresenti uno degli strumenti più idonei a realizzare questo impegno.*



#### **MAI PIÙ NOT FOUND!**

*Perché "Error 404 – Page Not Found" per chi naviga su internet è un messaggio da incubo, il simbolo di tutte le difficoltà di accesso ai siti web delle PA.*



