

APAT

Agenzia per la protezione dell'ambiente e per i servizi tecnici

“La Comunicazione pubblica-istituzionale on line sui temi ambientali”

Dr. Alessandro Bonfà

Tutor: Ing. Grazia Maria Chianello

Luglio 2004

“La Comunicazione pubblica-istituzionale on-line sui temi ambientali”

<u>Indice:</u>	I
<i>Premessa</i>	III
<i>Introduzione:</i>	
- Il ruolo dell' URP all'interno dell' APAT e la necessità di studi sulla comunicazione istituzionale	1
Capitolo 1: La parola <i>comunicazione</i> : così comune, così complessa	
1.1 - Alcune definizioni utili di <i>comunicazione</i>	5
1.2 - Dall'unidirezionalità all'importanza del <i>feedback</i> e del <i>contesto</i>	8
1.3 - Informazione come “ contenuto ” della comunicazione	10
Capitolo 2: La comunicazione pubblica e istituzionale: una necessità per la democrazia	
2.1 - La comunicazione pubblica in Italia: un po' di storia e alcune leggi significative	12
2.2 - L'URP come “strumento di democrazia”	15
2.3 - Alcune dimensioni utili in cui scomporre il concetto di comunicazione pubblica-istituzionale	18
Capitolo 3: La comunicazione pubblica in rete verso l' E-government	
3.1 - Internet come strumento privilegiato per migliorare la comunicazione pubblica istituzionale	22
3.2 - L' E-goverment la nuova parola d'ordine nella Pubblica Amministrazione	24
3.3 - La comunicazione istituzionale on-line, i livelli di interattività e le priorità dell'URP in Internet, lo sviluppo di <i>portali orientati ai servizi</i>	26
3.4 - La comunicazione pubblica sulle tematiche ambientali	35

Parte empirica: La ricerca sulla comunicazione ambientale nei siti istituzionali

Capitolo 4: Dagli obiettivi dell'analisi alla costruzione della scheda di rilevazione

4.1 – Gli obiettivi e metodologia usata per la ricerca sui siti	39
4.2 – Un concetto guida per la ricerca: l' Usabilità	42
4.3 – La scheda di rilevazione divisa per aree tematiche e la scelta degli indicatori	46

Capitolo 5: Analisi e commento dei dati emersi dalla rilevazione sui siti web

Premessa	60
5.1 – I siti delle Agenzie regionali e provinciali per la protezione dell'ambiente (ARPA/APPA)	61
5.2 – I siti delle regioni e delle province autonome	77
5.3 – Siti di Unioni ed Enti	93
5.4 – Altri siti istituzionali	99
5.5 – I siti dell'APAT, del Sinanet e dell'Envi	104
Conclusioni	113
<i>Bibliografia</i>	118
<i>Allegato</i>	122

Premessa

La comunicazione on line è oggetto di sempre maggiore attenzione sia per il progressivo naturale diffondersi degli strumenti, sempre più specializzati, sia per motivi di carattere, per così dire istituzionale. Basti ricordare che uno dei dieci obiettivi dell' attuale legislatura è "servizi on-line ai cittadini ed alle imprese".

I processi di comunicazione mediati dal computer devono rispettare precise regole di attenzione, memoria, riconoscimento delle immagini; il mezzo dunque condiziona la modalità di proposizione dei contenuti, né quantità e qualità dei contenuti sono necessariamente sufficienti ad attestare efficienza ed efficacia comunicativa. Lo studio, di seguito esposto, sulla comunicazione ambientale istituzionale on line si inserisce in un più ampio quadro di studio sullo stato dell' arte in tema di comunicazione pubblica e sulla ricerca di nuovi strumenti e strategie per migliorare l' efficacia della comunicazione, sia interna che esterna, proposta dall' Agenzia e dal Sistema agenziale nel suo complesso.

Lo scopo della ricerca è stato quello di analizzare, mediante la predisposizione di adeguati strumenti di analisi, come avviene la comunicazione istituzionale on line sulle tematiche ambientali, riservando particolare interesse al suo grado di usabilità, inserendo fra gli oggetti di analisi anche i siti delle Agenzie regionali e provinciali ed il sito dell' APAT.

Introduzione

Il ruolo dell'URP all'interno dell'APAT e la necessità di studi sulla comunicazione istituzionale

Il primo passo per una qualsiasi indagine in campo comunicativo è quello di definire in modo chiaro quale sia la “missione” dell'APAT, mettendo in risalto lo stretto rapporto tra le sue attività e l'ambito della comunicazione delle stesse.

Dalla pubblicazione informativa, stampata nel 2003, è possibile ricavare le attività e i compiti dell'APAT, di seguito saranno sottolineati quei termini che risultano importanti per l'ambito della ricerca che si è voluto svolgere.

Il ruolo principale dell'APAT è quello di svolgere attività tecnico-scientifiche di interesse nazionale per la protezione dell'ambiente.

La sua organizzazione è stabilita dall'art. 8 dello Statuto approvato con decreto del Presidente della Repubblica n.207 dell'Agosto 2002 e prevede lo studio, la raccolta, l'elaborazione e la **diffusione sistematica** dei dati ambientali, attraverso la realizzazione del sistema informativo e di monitoraggio, con operatività nel campo della **divulgazione** e della formazione.

Ho sottolineato i termini “diffusione sistematica” e “divulgazione” per far notare come sia importante il problema della comunicazione già a livello di definizione dei compiti dell'Agenzia.

Nei settori di propria competenza, l'APAT interviene, definendo apposite convenzioni, collaborazioni, consulenze, servizio e supporto alle altre pubbliche Amministrazioni.

Quindi uno dei *target principali* a cui dovrebbe rivolgersi la comunicazione dell'APAT è proprio la **Pubblica Amministrazione** e in questo tipo di “pubblico” possiamo inserire oltre che i comuni, le province e le regioni

anche gli enti di ricerca nazionali (come ad es. l'ENEA) come pure le Università e le Biblioteche pubbliche.

Per quanto riguarda il **settore privato** il *pubblico di riferimento* può essere molteplice ed è legato a tutti quegli organismi operanti nella protezione ambientale (dalle imprese alle organizzazioni no-profit, passando per l'associazionismo e ovviamente i centri di studio e di ricerca privati) sino ad arrivare al singolo cittadino.

L'APAT si pone come un Agenzia fortemente orientata a fornire servizi che siano di supporto ai processi decisionali di attori pubblici quanto privati. Importante, e non solo come riferimento al tema della comunicazione, è considerare che l'APAT è integrata in un sistema a rete che conta oggi la presenza sul territorio nazionale di 21 tra le Agenzie Regionali (ARPA) e delle Province autonome di Trento e di Bolzano (APPA). Questo *Network ambientale*, che si collega con il più ampio contesto europeo tramite l'Agenzia Europea per l'Ambiente, si configura (citando testualmente la brochure) come potente strumento di coesione tra soggetti operanti nel medesimo settore, ma con esperienze e realtà spesso differenti: per tale motivo i criteri di cooperazione, di *massimo scambio delle informazioni* tecniche e gestionali, di *coinvolgimento del cittadino* tramite adeguata **divulgazione** di tematiche ambientali trovano nel **Sistema Agenziale** l'equilibrio tra l'obiettivo comune all'interno della rete ed una coerente visibilità finalizzata alla crescita di una *cultura ambientale condivisa*.

Un *obiettivo* che si pone l'Agenzia è quello di diventare un punto di riferimento tanto istituzionale quanto tecnico-scientifico per l'intero Paese e coerentemente con questo obiettivo il suo sito internet www.apat.it dovrebbe diventare un vero e proprio sito-portale che sia uno strumento importante per la conoscenza, la valorizzazione e la protezione dell'ambiente, riferimento nazionale sul web nella materia "ambiente".

Risulta quindi estremamente rilevante per la valorizzazione dei servizi dell'APAT la qualità della comunicazione prodotta.

All'interno di questo panorama si evidenzia prepotentemente il fondamentale e difficile ruolo dell'URP che si pone come punto di congiunzione e come **canale di comunicazione** privilegiato tra la struttura interna dell'Agenzia (con i suoi vari dipartimenti e servizi) e gli interlocutori esterni (utenza reale e potenziale).

Al Servizio per i rapporti con il pubblico precisamente sono affidati (secondo quanto espresso dalla legge 7 Giugno 2002, n.150) i compiti di informazione, garanzia di accesso ai servizi dell'Agenzia, di promozione e innovazione della comunicazione, nonché della verifica della soddisfazione del cittadino rispetto ai servizi erogati, garantendo la massima trasparenza dei processi gestionali e comunicativi dell'Agenzia.

Il sistema del **WEB** con le sue potenzialità può essere uno strumento privilegiato per l'assolvimento di questi compiti.

Uno **studio sulla comunicazione pubblica-istituzionale ambientale on-line** si inserisce a pieno titolo in questo contesto lavorativo e può essere utile per migliorare la qualità della comunicazione che l'APAT fa verso l'esterno, ma anche verso l'interno, essendo il sito web dell'APAT ad esempio un punto di riferimento non solo per l'utenza esterna ma, verosimilmente, anche per gli stessi dipartimenti dell'Agenzia.

Di seguito sono elencati i passi principali su cui è stato sviluppato il lavoro del mio stage all'APAT.

Piano del lavoro che è stato effettuato:

- 1) Preliminare *Ricerca Bibliografica* e di studio per definire teorie e modelli utili a tracciare le linee guida per la ricerca, in particolare, sono sembrati utili riferimenti, testi sulle seguenti tematiche:
 - Comunicazione pubblica e comunicazione istituzionale: i soggetti, gli ambiti, gli obiettivi;
 - Comunicazione della pubblica amministrazione e innovazione (alcune parole chiave: trasparenza, ascolto, semplificazione, partecipazione, valutazione e correzione, efficienza ed efficacia);
 - La pubblica amministrazione on-line ed e-government;
 - La comunicazione ambientale;
 - Ricerche sulla comunicazione on-line.

- 2) Parte empirica: studio del panorama attuale della comunicazione ambientale istituzionale on-line, una **ricerca su alcuni siti internet che “comunicano l’ambiente”**.
 - Suddivisione dei siti ambientali in varie categorie (istituzioni; enti; Agenzie regionali ...) e scelta dei siti su cui attuare l’analisi;
 - Individuazione degli obiettivi dell’indagine;
 - Costruzione di uno strumento di ricerca che rilevi alcune delle fondamentali caratteristiche del sito: usabilità, veste grafica, interattività, possibilità di accesso alle informazioni, tipo di informazione (specialistica vs. divulgativa), chiarezza dell’informazione, componenti della comunicazione (dimensione informativa, promozionale e educativa).
 - Rilevazione tramite la compilazione della scheda costruita su foglio di lavoro Microsoft Excel;
 - Analisi e commento dei dati.

Capitolo 1

La parola *comunicazione*: così comune, così complessa

1.1 Alcune definizioni utili di *comunicazione*

E' utile iniziare la nostra riflessione soffermandoci sul concetto di comunicazione, infatti troppo spesso il termine *comunicazione* viene usato con facilità, senza neanche sapere bene cosa si intenda.

Prima di indicare la definizione della parola *comunicazione* che è stata usata per questo studio, penso sia doveroso avvicinarsi all'argomento partendo da una rassegna di alcune definizioni che sono state date a questo sfuggente concetto tratte dagli studi fatti su questa materia e proposte da Luciano Gallino nel *Dizionario di Sociologia (Utet 1988)*.

L'intero spettro delle sei definizioni di seguito proposte è ordinato secondo il loro grado di complessità.

La comunicazione come trasferimento di risorse

Questa prima descrizione è la più omnicomprensiva a cui è possibile far riferimento, siamo di fronte ad una definizione "evanescente" che non tiene in considerazione il contesto e che data la sua genericità può essere assunta come definizione-quadro. La sua utilità deriva proprio dal *de-contestualizzare* la comunicazione rendendo possibile la costruzione di modelli generali utili in diversi ambiti conoscitivi.

La comunicazione come influenza

Comportamento di un essere vivente che ne influenza un altro, al semplice trasferimento di risorse si deve accompagnare una modificazione *osservabile* nel destinatario come conseguenza del rapporto comunicativo.

Tra i due comunicanti si articola una relazione che presuppone la possibilità che il soggetto comunicatore possa modificare l'altro senza modificare se stesso.

Siamo ancora di fronte ad una definizione molto "generale" applicabile sia alle società umane che a quelle animali.

La comunicazione come *scambio di valori*

Da questa definizione deriva a sua volta una visione della società come un insieme di individui messi in comunicazione attraverso vari aspetti della cultura. Gli uomini non comunicano solo attraverso il sistema linguistico, ma anche attraverso aspetti non verbali che funzionano come "*sistemi simbolici*".

La comunicazione come *trasmissione*

Trasferimento di informazioni da un soggetto ad un altro mediante veicoli di varia natura, apparentemente questa definizione può sembrare simile alla prima (comunicazione come trasferimento di risorse), ma tra le due vi sono due differenze sostanziali.

La prima riguarda la sostituzione del termine *risorse* con quello di *informazioni*, questa è una maggiore specificazione dell'oggetto del trasferimento che porta a considerare l'obiettivo di fornire delle nozioni che siano utili a "dare forma" alla realtà.

La seconda discordanza riguarda l'accento di questa definizione al veicolo usato per la trasmissione.

Questa definizione è stata alla base della teoria dell'informazione, nata nell'ambito della radiotelegrafia allo scopo di calcolare la *perdita dell'informazione* durante la trasmissione a causa dell'elemento "rumore". L'idea di comunicazione come trasmissione di dati si è rivelata straordinariamente utile per poter studiare i flussi comunicativi tramite

coordinate teoriche semplici e ha conquistato negli anni '50 del secolo scorso una incontrastata egemonia culturale.

Possiamo descrivere questa visione della comunicazione attraverso il seguente schema:

Fonte-Messaggio-Canale-Codice-Ricevente

In questo schema l'importanza che viene data a ogni passaggio dell'atto della trasmissione rivela la tensione verso un processo in cui la perdita di informazione sia la più bassa possibile.

Veniamo ora a due definizioni più vicine e utili al contesto in cui si inserisce lo studio che si vuole portare avanti in questa sede.

La comunicazione come *condivisione*

Comunicazione come condivisione tra due soggetti di un medesimo significato, questo tipo di definizione segna un passaggio importante e si differenzia dalle precedenti in modo sostanziale, infatti, introducendo il termine "condivisione" si passa dalla considerazione del procedimento comunicativo all'attenzione verso il suo risultato, inteso come raggiungimento di un significato comune tra i soggetti che interagiscono. Nell'interazione sociale i soggetti possono scambiare una enorme quantità di messaggi, ma è molto complesso e meno frequente il raggiungimento della condivisione di un significato nella stessa misura e con connotazioni uguali.

La comunicazione è vista in questo caso come un vero e proprio atto sociale in cui gli attori coinvolti partecipano attivamente e reciprocamente alla costruzione di senso.

La comunicazione come *relazione sociale*

Formazione di un'unità sociale a partire da individui singoli, mediante l'uso di un linguaggio o di segni. In questo tipo di definizione si aggiunge alla

condivisione di un significato anche la comunione di insiemi di regole e di modelli comportamentali. Possiamo quindi parlare di vera e propria *comunicazione sociale* che si lega al riconoscimento della comunicazione come atto in grado di soddisfare un rilevante segmento di bisogni umani.¹

1.2 Dall'unidirezionalità all'importanza del *feedback* e del *contesto*

Dopo aver passato in rassegna queste varie definizioni, può essere utile sottolineare che per quanto riguarda i modelli costruiti per lo studio dei processi comunicativi la tendenza generale è stata quella di un passaggio lento, ma costante da modelli più semplici e “unidirezionali” di comunicazione a modelli più complessi e meno lineari, dove emerge l'importanza del contesto e della componente bi-direzionale, di *feedback* del messaggio comunicativo.

Mi sembra utile l'esposizione di alcuni di questi modelli per capire questo cambiamento di prospettiva, molto importante per gli studi sulla comunicazione.

Possiamo iniziare dal semplice, quanto utile, schema descrittivo dell'atto comunicativo fornitoci da Harold Laswell.

Per questo studioso un modo appropriato per descrivere un atto di comunicazione è rispondere a 5 domande fondamentali:

1. *Chi dice;*
2. *Che cosa;*
3. *Attraverso quale canale;*
4. *A chi;*
5. *Con quale effetto.*

¹ Mario Morcellini /Giovanbattista Fatelli, 1996, *Le scienze della comunicazione*, NIS, pp.121-133

A ciascun quesito si può associare lo studio di un aspetto in particolare per il primo l'analisi dell'emittente, poi del messaggio, dei mezzi tecnici, dell'audience per arrivare agli effetti della comunicazione.

Ci troviamo di fronte ad uno schema di tipo "unidirezionale" dove l'emittente del messaggio gioca un ruolo attivo mentre i destinatari sono relegati a "subire" il processo comunicativo innescato dalla fonte, in questa impostazione risulta essere assente la nozione di *feedback* e del contesto nel quale si svolge la *comunicazione*.

Il carattere della comunicazione è di tipo intenzionale e si accompagna alla previsione di un cambiamento immediato e diretto (*effetto*) nelle opinioni o nei comportamenti del pubblico.

Una versione rinnovata di questo schema ci è fornita dallo studioso Denis Mc Quail che propone anch'esso una serie di 5 domande per poter studiare un atto di comunicazione:

1. *Chi* comunica *con chi*? (emittenti e riceventi);
2. *Perché* si comunica? (funzioni e scopi);
3. *Come* avviene la comunicazione? (canali, linguaggi, codici);
4. Su quali *temi*? (contenuti, oggetti di riferimento, tipi di informazione);
5. Quali sono le *conseguenze* della comunicazione? (intenzionali e no).

Si supera, con questo schema, l'unidirezionalità presente invece nel modello proposto da Laswell, già dal primo punto ci rendiamo conto che il predominio della fonte lascia il posto ad un ruolo di co-protagonismo tra emittente e ricevente.

Altro importante elemento è la specificazione del motivo per cui si comunica.

L'importanza della "circolarità" del messaggio comunicativo viene ribadita dal *modello semiotico-informazionale* di Umberto Eco (1965) in cui il messaggio che proviene dalla fonte viene ricevuto dal destinatario e da questi

re-interpretato. Tramite la decodifica del messaggio i destinatari ricostruiscono e spesso costruiscono ex-novo il significato dei messaggi ricevuti.²

Tutti i modelli successivi insistono sull'importanza del *contesto* sociale e culturale in cui avviene la comunicazione considerando la comunicazione come una vera e propria azione sociale che subisce necessariamente l'influenza della situazione in cui avviene.

1.3 Informazione come “*contenuto*” della comunicazione

Molto spesso l'attuale società è stata definita come la *società dell'informazione*, infatti nell'epoca post-industriale la produzione e il trasferimento di informazione ha finito per assumere un ruolo preponderante.

Ma il concetto di informazione è legato fortemente a quello di comunicazione ed è importante fare una distinzione tra questi due concetti; assumeremo in questa sede come punto di riferimento che *l'importanza dell'informazione derivi dal suo essere inserita in un processo comunicativo*.

Questo assunto teorico deriva dalla definizione che Luhmann ci fornisce della comunicazione, per il sociologo tedesco possiamo intendere la comunicazione come un insieme di tre attività:

- 1) informazione; 2) atto del comunicare; e 3) comprensione.

Per quanto riguarda il primo momento della comunicazione, questo riguarda la selezione del contenuto da comunicare, quindi qui l'informazione è vista come una parte essenziale della comunicazione.

Il secondo passaggio indica invece l'atto di comunicare vero e proprio e quindi la scelta dei comportamenti da attuare praticamente in relazione agli

² *Ibidem*, pp. 146-149, 166

obiettivi che ci si pone, ai mezzi a disposizione e alle possibilità di interazione.

Successivamente è necessario considerare che l'obiettivo è che il messaggio sia compreso e accettato.³

In quest'ultimo passaggio è possibile inserire la particolarità della comunicazione come messa in comune di uno o più significati, che si differenzia dall'*informazione* che invece è **parte del suo contenuto** in qualità di notizia, di dato semplice.

La radice stessa del termine "comunicazione" risale ai verbi greci *koinóo* (rendo comune) e *koinonéo* (partecipo) e al latino *communico* (metto in comune, condivido)⁴ che evidenziano chiaramente l'importanza della comunicazione intesa come capacità di mettersi anche "in ascolto" dell'altro per poter arrivare ad un significato condiviso (ad una visione comune).

La comunicazione, così intesa, mira al coinvolgimento del destinatario del messaggio ed è fondamentale, perché ci sia vera condivisione, che sia presente prima di tutto il rispetto e il riconoscimento reciproco tra gli attori sociali come soggetti degni di attenzione.

Per ritornare al contesto lavorativo in cui è inserito questo studio, ossia l'URP, possiamo affermare che questa definizione di comunicazione sia da prendere come modello di riferimento per orientare al meglio il servizio offerto e per poter rispondere ai propri compiti.

Nel prossimo capitolo verrà approfondita la tematica della comunicazione pubblica e istituzionale, prendendo in considerazione il fondamentale ruolo dell'URP nel cambiamento in atto e cercando di porre poi l'attenzione sulla spinta verso la comunicazione on-line come acceleratore dell'innovazione.

³ Paolo Mancini, 1996, *Manuale di comunicazione pubblica*, GLF Editori Laterza, pp. 115-116.

⁴ Giovambattista Fatelli / Sara Bentivegna, 1994, *Teorie della comunicazione* Piccola Biblioteca Stampa Alternativa, pp. 20.

Capitolo 2

La comunicazione pubblica e istituzionale: una necessità per la democrazia.

2.1 La comunicazione pubblica in Italia: un po' di storia e alcune leggi significative

Se consideriamo brevemente la storia della comunicazione istituzionale in Italia possiamo accorgerci che questa ricalca a grandi linee l'andamento rilevato nelle riflessioni teoriche sull'argomento esposte sinteticamente nel precedente capitolo: un lento processo da un modello unidirezionale (dall'alto verso il basso) verso un approccio di tipo decisamente bi-direzionale, almeno nelle intenzioni.

E' lo studioso Paolo Mancini (1996) che collega il cambiamento di prospettiva al mutamento sociale e ci spiega come dal dopoguerra fino agli anni '70 si può parlare di una fase per così dire "propagandistica". In questa prima epoca l'obiettivo della comunicazione non era quello di promuovere un migliore e più funzionale rapporto con gli utenti, di informarli e di recepirne le esigenze, bensì quello di dare una migliore immagine di sé stessi; identità politica e identità amministrativa si identificavano ed erano proprio i politici i soli a comunicare, l'idea che fosse l'istituzione stessa a dover comunicare era poco diffusa.

Con l'aumentare della complessità sociale e i contemporanei processi legati alla progressiva specializzazione delle funzioni e delle competenze si sente la necessità all'interno delle amministrazioni pubbliche di dover comunicare meglio le proprie specificità.

A questa prima fase segue dunque un secondo periodo (dalla fine anni '70 e per tutti gli anni '80) in cui inizia a svilupparsi una maggiore coscienza del

sistema di diritti e doveri che collega reciprocamente le istituzioni pubbliche con i cittadini. Un evento significativo avviene a metà degli anni settanta, quando con l'istituzione delle regioni e la riorganizzazione delle amministrazioni locali inizia un importante processo di decentramento amministrativo. Si tratta di una tappa fondamentale nel processo di modernizzazione del Paese, che evidenzia nuove sensibilità anche in tema di comunicazione pubblica, in molti statuti regionali viene infatti citato il diritto all'informazione da parte dei cittadini.

In generale, comincia ad emergere la necessità di informare i cittadini su quello che ciascuna istituzione può offrire loro, in termini di servizi e di opportunità. Iniziano le prime richieste di trasparenza da parte dei cittadini sempre più attenti e consapevoli dei propri diritti e non più disposti ad accettare passivamente il ruolo di "sudditi" dello Stato.

Nonostante le spinte provenienti sia dalla società civile che dall'interno del sistema, ci troviamo ancora davanti ad un modello monodirezionale, infatti, il cittadino è ancora percepito come recettore passivo di una comunicazione pubblica che proviene dall'alto. In questo modo l'utente è messo nell'impossibilità di esprimere direttamente i propri bisogni e il suo coinvolgimento nel processo di comunicazione rimane relegato alla fase di interpretazione e comprensione del messaggio emesso dall'amministrazione pubblica.

L'ultima fase illustrata dall'autore Paolo Mancini (1996) è quella della comunicazione bi-direzionale in cui finalmente il cittadino-utente è percepito come soggetto attivo del processo di comunicazione. Nasce un marketing dei servizi, non si cerca più solo di verificare la riuscita del messaggio, attraverso la verifica di comportamenti coerenti nei cittadini, ma lo si costruisce insieme a loro, tramite l'ascolto. Lo schema di sotto riportato (tratto dal testo di P. Mancini, p. 135)⁵ descrive in modo chiaro questo nuovo modello "circolare"

⁵ Paolo Mancini, 1996, *Manuale di comunicazione pubblica*, GLF Editori Laterza, p. 135.

in cui è molto importante il ruolo svolto dalle “informazioni in entrata” provenienti dagli uffici preposti per le relazioni con il pubblico (URP) oppure derivanti da sondaggi, indagini di mercato o internet.



Nello schema si intende per comunicazione “autoprodotta” tutto l’insieme dei messaggi che l’istituzione produce e fa circolare autonomamente, mentre per “eteroprodotta” ci si riferisce ai messaggi dell’informazione dei media o di altre istituzioni e all’insieme dei fatti e degli eventi che riguardano una determinata istituzione e che sono di dominio pubblico.⁶

Questa terza fase della comunicazione bi-direzionale, di fatto non si è ancora realizzata ma si sono poste le basi per farlo, anche grazie all’emissione di alcune leggi fondamentali e veramente rivoluzionarie a riguardo.

Prima tra tutte la legge 241/1990, la cosiddetta legge sulla “trasparenza” che garantisce il diritto di accesso ai procedimenti amministrativi, questa legge cambia radicalmente e in modo ufficiale la logica dominante nell’attività della pubblica amministrazione, in particolare viene dato un duro colpo alla cosiddetta cultura del “segreto”, che era ancora dominante in quell’ambiente lavorativo.

L’amministrazione diventando “trasparente“, risulta visibile dall’esterno e ciò comporta un maggiore controllo possibile da parte della collettività e

⁶ *Ibidem*, pp.131-136.

l'assunzione di una più grande responsabilità del proprio operato di fronte ad essa.

Per la prima volta poi i criteri dell'efficienza, economicità e pubblicità vengono esplicitamente indicati come guida per l'agire della pubblica amministrazione. Mentre nel passato il criterio dell'efficacia dell'azione amministrativa era considerato quasi come inconciliabile con quello della sua pubblicità.

Ancora ci troviamo di fronte ad una comunicazione di tipo "passivo" da parte dell'amministrazione, infatti, sono i cittadini a dover fare richiesta, su domanda motivata, degli atti amministrativi che li riguardano, ma tutto ciò è comunque un importante passo avanti.

A partire dagli anni '90 la riforma della pubblica amministrazione si intreccia indissolubilmente con i percorsi della comunicazione pubblica e tra gli aspetti fondamentali per questa riforma troviamo oltre la trasparenza sopracitata, anche l'attivazione di luoghi finalizzati al miglioramento sia della comunicazione interna alle amministrazioni, sia della comunicazione esterna con i cittadini, tramite l'ascolto delle loro richieste e proposte.

2.2 L'URP come "strumento di democrazia"

E' in questo quadro che si inserisce l'introduzione dell'**URP**, sancita proprio da un decreto attuativo della legge 241/1990, il Decreto Legislativo n. 29 del 1993.

L'Ufficio Relazioni con il Pubblico è il banco di prova per l'attuazione pratica di un processo di "vera" comunicazione tra amministrazione e cittadini e costituisce il segno evidente dell'avvio di un reale rinnovamento istituzionale, infatti agli URP sono affidati compiti che, se svolti efficacemente,

comportano necessariamente un radicale processo di innovazione nelle amministrazioni e nel loro rapporto con i cittadini.

Proprio dalla Direttiva del Presidente del Consiglio dei Ministri del 11 Ottobre 1994 sui principi per l'istituzione e il funzionamento degli URP si può desumere che il loro ruolo deve essere centrale nel processo di innovazione della pubblica amministrazione.

In particolare, per i compiti, gli URP devono garantire:

- i servizi per il diritto all'accesso amministrativo e alla partecipazione;
- le informazioni sugli atti amministrativi, sui responsabili, sullo svolgimento e sui tempi di conclusione dei procedimenti e sulle modalità di erogazione dei servizi;
- le ricerche e le analisi per conoscere i bisogni dell'utenza e le proposte per migliorare il rapporto con essa;
- la promozione e la realizzazione di iniziative di comunicazione di pubblica utilità per far conoscere le norme, le strutture pubbliche, i servizi erogati e i diritti dell'utenza nei rapporti con le amministrazioni.

Per quanto riguarda le finalità, le attività degli URP è orientata a:

- attuare il principio della trasparenza amministrativa, il diritto di accesso alla documentazione e a una corretta informazione;
- rilevare sistematicamente i bisogni e il livello di soddisfazione dell'utenza per i servizi erogati e collaborare per adeguare conseguentemente i fattori che ne determinano la qualità;
- proporre adeguamenti e correttivi per favorire la modernizzazione delle strutture, la semplificazione dei linguaggi e l'aggiornamento delle modalità con cui le amministrazioni si propongono all'utenza.

Possiamo concludere che l'URP viene gravato da una grave onere e, contemporaneamente, da un altrettanto grande "onore", infatti dalla sua

attività dipende la possibilità di una reale innovazione che porti ad una forte modernizzazione della pubblica amministrazione.

Un ulteriore specificazione del ruolo dell'URP e della sua importanza all'interno del quadro di rinnovamento delle istituzioni viene fornita dall'art. 8 della Legge n. 150 del 7 Giugno 2000 sulla "Disciplina delle attività di informazione e di comunicazione delle Pubbliche Amministrazioni".⁷

Da questa legge si desume che l'attività dell'URP deve essere indirizzata ai cittadini singoli e associati e si ribadiscono alcuni concetti già messi in luce dalle precedenti disposizioni e legati alla garanzia dell'esercizio del diritto all'informazione, alla partecipazione, alla verifica della qualità dei servizi offerti (e del loro gradimento) tramite l'ascolto dei cittadini e al miglioramento della comunicazione interna. Si insiste poi sull'importanza dell'adozione di sistemi di interconnessione telematica per favorire e velocizzare i processi comunicativi (interni ed esterni).

Partendo dalla considerazione generale che la comunicazione pubblica, intesa come capacità di realizzare luoghi, iniziative e processi volti ad aumentare la relazione di scambio tra istituzioni e cittadini, è da considerare uno degli ingredienti fondamentali della democrazia perché può contribuire ad aumentare la possibilità di partecipazione dei cittadini alla vita culturale, sociale e politica del Paese (art. 3, comma 2 della Costituzione), possiamo considerare l'URP come un vero e proprio strumento di democrazia.

L'URP diventa il motore di avviamento di una innovazione amministrativa, che non deve rimanere solo sulla carta, l'URP in primo luogo deve riuscire ad attivare dei processi grazie ai quali i cittadini vengano coinvolti e sentano di poter essere finalmente ascoltati, in questo modo si riuscirà ad abbattere lentamente quel muro costruito sulla diffidenza reciproca ed erettosi negli anni tra le istituzioni e cittadini.

⁷ Legge 7 Giugno 2000, n.150 "Disciplina delle attività di informazione e di comunicazione delle Pubbliche Amministrazioni", G.U.n.136 del 13 Giugno 2000.

Inoltre l'URP deve essere in grado di trasformare i dati e le informazioni che riceve in comunicazione e per questo motivo deve promuovere un efficace e continuo flusso di comunicazione "interna", sia per comprendere bene ciò che la struttura pubblica, nella quale è inserito, può offrire ai cittadini in termini di servizi, sia per trasmettere ai vari dipartimenti le indicazioni che provengono dagli stessi utenti, in modo che queste siano utili per migliorare i servizi.

In questo nuovo quadro i cittadini da semplici utenti diventano una "risorsa" utile per far funzionare meglio le amministrazioni, quindi hanno un'opportunità da non perdere, possono essere i protagonisti di un processo di mutamento sociale che ha al centro il rinnovamento istituzionale dello Stato che cerca di riconquistare la fiducia della popolazione e di ricostruire la propria identità in modo da apparire affidabile e credibile nel suo ruolo di tutela dell'interesse della collettività. In questo quadro le parole d'ordine diventano: trasparenza, partecipazione, ascolto, efficienza ed efficacia.

Dove questi principi vengono tradotti in pratiche e in contenuti dei servizi offerti, si creano solide premesse per una sempre maggiore fiducia e collaborazione reciproca all'interno di un nuovo e più proficuo rapporto tra istituzioni e cittadini.

2.3 Alcune dimensioni utili in cui scomporre il concetto di comunicazione pubblica-istituzionale.

Prima di analizzare la comunicazione istituzionale on-line, che sarà l'oggetto della ricerca esposta nei prossimi capitoli è importante precisare che in questa sede parlando di comunicazione pubblica si farà riferimento sempre a quella di tipo istituzionale, in quanto è questo l'ambito che ci interessa come URP all'interno dell'APAT. Fatta questa doverosa premessa può essere utile

scomporre il concetto di comunicazione istituzionale in alcune dimensioni per riuscire a capirne meglio i contenuti e i significati.

Prima di tutto è possibile distinguere la comunicazione dell'istituzione pubblica a seconda del target a cui si rivolge, in:

- comunicazione *interna*: che si realizza all'interno di ciascun ente e tra enti diversi;
- comunicazione *esterna*: che si rivolge verso i cittadini (sia singoli che associati) o anche verso i mass media;⁸

Citando il lavoro di Franca Faccioli (2000)⁹:

“in particolare la comunicazione *interna* si rivolge agli operatori istituzionali, cura la circolazione all'interno dello stesso ente e tra enti diversi, e ciò promovendo anche un'adeguata opera di informatizzazione. Si occupa, inoltre, della formazione e dell'aggiornamento del personale, nella prospettiva di creare adesione degli operatori alle finalità dell'ente, anche sollecitando una loro maggiore responsabilizzazione e un più diretto coinvolgimento nel perseguire tali finalità. Si pone quindi alla base del processo di modernizzazione e di adeguamento delle strutture pubbliche alle esigenze dei cittadini”.

Sempre attenendoci a quanto indicato dalla studiosa di comunicazione pubblica Franca Faccioli (2000)¹⁰, possiamo suddividere a sua volta la comunicazione *esterna*, e in particolare quella rivolta ai cittadini, in cinque dimensioni principali:

- 1) - la comunicazione *normativa*: che ha come oggetto la diffusione della conoscenza sulle leggi e come finalità il compito di facilitare la comprensibilità e la fruibilità delle stesse. In relazione a questi ultimi aspetti bisogna precisare come spesso il linguaggio risulti “oscuro” a

⁸ Franca Faccioli, 2000, *Comunicazione pubblica e cultura del servizio*, Carocci, p. 44

⁹ *Ibidem* pp. 45

¹⁰ *Ibidem*, pp. 46-57.

causa dell'utilizzo di una terminologia molto tecnica, "per addetti ai lavori". L'obiettivo quindi deve essere quello di rendere sempre più chiara la comunicazione sulle leggi, tramite la redazione di testi più comprensibili e facilmente reperibili;

- 2) - la comunicazione *delle attività istituzionali*: che fa riferimento all'illustrazione delle attività delle istituzioni dello Stato e in particolare delle amministrazioni. Essa può ricorrere a strumenti molto diversi che vanno dai notiziari sui lavori del Parlamento, alla lettera del sindaco che periodicamente informa i cittadini in merito alle principali attività svolte dal Comune, alla divulgazione dei criteri seguiti alla redazione dei bilanci e così via;
- 3) - la comunicazione *di pubblica utilità*: che si caratterizza per la sua specifica dimensione di "servizio" rivolto a facilitare i cittadini-utenti nel loro rapporto con la pubblica amministrazione e la sua "offerta". Gli strumenti per promuovere questo tipo di comunicazione e orientare meglio l'utente nel labirinto dei servizi sono molteplici: segnaletiche chiare all'interno degli uffici, guide ai servizi, dèpliant, numeri verdi, siti internet, ecc;
- 4) - la comunicazione *per la promozione di immagine*: che serve allo Stato e alle amministrazioni per suscitare consenso e per far aumentare la fiducia dei cittadini nei confronti del loro operato. Bisogna considerare però anche il rischio di un effetto "boomerang" che scaturisce dalla rappresentazione di un'immagine dell'istituzione pubblica non corrispondente alla realtà, in termini di servizi inadeguati a fronte delle promesse fatte;
- 5) - la comunicazione *sociale*: il cui oggetto sono i grandi temi sociali nei confronti dei quali è necessario sensibilizzare l'opinione pubblica. In questo caso le istituzioni mirano a fornire ai cittadini elementi utili ad aumentare la conoscenza e la consapevolezza, in merito a problemi di

interesse collettivo, in modo da favorire un cambiamento nei loro atteggiamenti e nei loro comportamenti (un esempio può essere quello delle iniziative per la raccolta differenziata dei rifiuti).

Grazie all'uso opportunamente orientato delle nuove tecnologie informatiche, con internet e le sue molteplici applicazioni in testa, si può sperare di migliorare la comunicazione pubblica in tutte le sue dimensioni cercando di superare la separazione che si è formata negli anni, non solo tra istituzioni e società civile, ma anche tra le stesse istituzioni.

Questi argomenti saranno approfonditi nel prossimo capitolo.

Capitolo 3

La comunicazione pubblica in rete verso l' E-government.

3.1 Internet come strumento privilegiato per migliorare la comunicazione pubblica istituzionale .

La storia della comunicazione istituzionale on-line in Italia è piuttosto recente, l'anno di decollo della diffusione di Internet nella Pubblica Amministrazione è stato il 1998, in quell'anno si è registrata la nascita dei primi siti pubblici. All'inizio si trattava di pure vetrine istituzionali, ma lentamente questi siti hanno incominciato a diventare strumenti di erogazione prima di informazioni e poi di servizi.

Ad una prima fase di "istituzionalizzazione", in cui il sito internet diventa uno dei canali principali di comunicazione pubblica delle amministrazioni centrali e locali, subentra una fase di "professionalizzazione dei servizi", che è ancora in pieno svolgimento, in cui i siti in questione oltre alla funzione "informativa" si caratterizzano come erogatori di servizi on-line al cittadino (singolo o associato).

In pochi anni si è registrata la presenza on-line di gran parte degli enti locali italiani, ma, secondo il "7° Rapporto Le Città Digitali" (2003), nonostante circa l'80% dei siti degli enti monitorati mette a disposizione *on-line* informazioni sul vertice politico e amministrativo dell'ente, pochissimi sono quei siti in grado di fornire servizi on-line, anche solo di livello elementare.¹¹

In ogni caso il sito web è ormai da considerare come uno degli strumenti più importanti per l'attività di comunicazione istituzionale di un ente pubblico, non solo verso l'esterno, ma anche verso l'interno. Infatti la diffusione di

¹¹ Rur, Censis, Dip. Funzione Pubblica, Fornez , Roma 24 Febbraio 2003, 7° *Rapporto Le Città Digitali - 2003*.

Internet ha portato miglioramenti notevoli anche nel panorama della comunicazione interna agli enti e tra le diverse amministrazioni.

Possiamo pensare ai siti web istituzionali, opportunamente implementati, come a strumenti fondamentali di accelerazione dell'innovazione e come garanti della già più volte citata "trasparenza" amministrativa.

Perché diventino gli strumenti privilegiati di una reale comunicazione istituzionale di tipo bi-direzionale è necessario, però, che i siti web vengano dotati di più strumenti interattivi avanzati che agevolino la partecipazione attiva del cittadino.

L'alleanza tra la rete e la pubblica amministrazione deve essere mantenuta e alimentata, infatti secondo i dati del Censis il numero degli utenti abituali di Internet in Italia è passato dai 12,4 milioni del 2000 ai 18,6 milioni del 2003 (circa il 32% della popolazione complessiva) ed è ancora in crescita.¹²

A questa grande popolazione del web è ancora negata nella maggior parte dei casi la possibilità di partecipare attivamente alla "cosa pubblica" ed essere ascoltata tramite forum o chat ad esempio, ed è ancora carente la messa on-line di servizi, manca infatti un effettiva "digitalizzazione" delle procedure. In compenso, grazie alla presenza di un enorme quantità di informazioni e di molti moduli scaricabili è possibile per il cittadino-utente risparmiare tempo e avviare molte pratiche, ad esempio, senza più doversi recare gli sportelli della P.A. solo per prendere un modulo.

A livello europeo è stato predisposto dalla Commissione U.E. il piano di azione "eEurope 2005" che ha posto come obiettivo dell'estensione della connettività in rete, l'aumento di efficienza del sistema produttivo e il miglioramento della qualità e della accessibilità on line per tutti i cittadini e le imprese. L'attuazione di questo obiettivo presuppone l'utilizzo, da parte di

¹² Uff. Stampa e del Portavoce del Ministero per l'innovazione e le Tecnologie. Roma 5 Febbraio 2004, *Le iniziative per l'alfabetizzazione informatica degli italiani* - "Rai - Presentazione del progetto Tv : Non è [m@i](#) troppo tardi.

ogni unità della P.A., centrale o locale, di modalità di comunicazione in rete particolarmente efficaci.

Dalle stesse “Linee Guida del Governo Italiano per lo Sviluppo della Società dell'Informazione” è possibile rilevare come la modernizzazione del Paese debba passare attraverso un ampio numero di riforme strutturali che assicurino una crescita sociale e civile e che questa può essere attuata sfruttando come “leve” le moderne tecnologie dell'informazione e della comunicazione (ICT), con il loro grande potenziale di innovazione. Se è pur vero che queste tecnologie sono e rimangono uno strumento, non va sottovalutata la loro “carica di trasformazione”, la pervasività in quasi tutti i settori della vita di un Paese, la capacità di innescare e scatenare una serie di cambiamenti, la loro continua evoluzione in grado di offrire sempre nuove opportunità di impiego¹³.

La comunicazione istituzionale on-line deve essere capace di rendere le informazioni facilmente comprensibili e utilizzabili anche per quei cittadini meno “abili” a causa di motivi culturali, di ragioni di età o di handicap fisico, deve quindi essere garantita l’accessibilità dei siti web.

3.2 L’ E-government la nuova parola d’ordine nella P. A.

Nonostante, come è stato accennato, ci sia un forte ritardo nella diffusione di servizi on line è necessario spiegare cosa si intenda per E-Government. Con questo termine ci si riferisce in modo generico all’utilizzo di tecnologie innovative nei processi amministrativi per fornire servizi ai cittadini, a cui si associa spesso l’idea di realizzare veri e propri “sportelli virtuali”.

Utile risulta essere la definizione dell’**Ocse** che descrive l’E-Government come *“l’uso delle nuove tecnologie dell’informazione e della comunicazione*

¹³ *Linee Guida del Governo per lo Sviluppo della Società dell'Informazione*,
[<http://www.innovazione.gov.it/ita/news/linneguida.shtml>, 15/03/2004]

(ICT) da parte delle pubbliche amministrazioni applicato ad un vasto campo di azioni amministrative. In particolare, il potenziale networking offerto da internet e dalle sue tecnologie ha il potenziale di trasformare le strutture e le procedure amministrative” e accanto a questa definizione possiamo considerare anche il parere della Commissione Europea per la quale l’E-Government consiste nell’ *“usare le nuove tecnologie per aumentare la partecipazione al processo democratico”* .

L’impatto delle nuove tecnologie sui processi amministrativi della P.A. deve essere quello di migliorare il rapporto con i cittadini e le imprese in termini di:

- maggiore efficienza dell’atto amministrativo;
- maggiore trasparenza dei procedimenti;
- maggiore rapidità nel compimento dei compiti istituzionali e nella risposta alle richieste dei cittadini;
- maggiore adattamento ai bisogni degli utenti ed alla richiesta di servizi innovativi.

Lo scopo principale dei siti della P.A. è quello di creare veloci flussi di informazione e comunicazione tra Governo e Governo, tra Governo e cittadini e tra Governo e Aziende contribuendo in questo modo a "snellire" la burocrazia.¹⁴

In questo senso appare fondamentale l’importanza dell’utente finale e quindi anche del ruolo dell’ URP come strumento di rapporto privilegiato della P.A. con il suo pubblico. Abbiamo visto precedentemente (paragrafo 2.2), che tra i compiti dell’URP vi è quello di individuare le richieste e i bisogni dell’utenza e il successo delle iniziative di e-government appare strettamente legato proprio alla capacità di organizzare l’offerta di servizi innovativi on-line sulla base delle esigenze dei cittadini. In più, bisogna scegliere strumenti e modalità di erogazione che si adattino quanto più possibile alle necessità e

¹⁴ Indagine CARAT, *La comunicazione nella Pubblica Amministrazione: Strategie e Modelli*.

alle peculiarità dell'utenza. Solo così ci potrà essere uno spostamento verso l'uso dei nuovi canali di erogazione dei servizi in sostituzione di quelli tradizionali.

In questo quadro è opportuno:

- capire quali siano i servizi prioritari e quindi di maggiore utilità per gli utenti;
- superare il gap tecnologico che può rendere difficile o addirittura impossibile l'uso dei servizi on-line per alcune particolari categorie di utenti, garantendo, contemporaneamente, accessibilità universale e una buona *usabilità dei siti* ♦;
- rafforzare le infrastrutture che garantiscono sicurezza e tutela della privacy, in special modo dove l'interazione richieda l'inserimento, da parte dell'utente, di dati personali e sensibili.¹⁵

Tra i compiti dell'URP poi c'è anche quello di rilevare la soddisfazione dell'utenza tramite opportune azioni di “*customer satisfaction*”.

3.3 La comunicazione istituzionale on-line, i livelli di interattività e le priorità dell' URP in Internet, lo sviluppo di portali orientati ai servizi

Mi sembra utile per poter definire meglio la mia ricerca sui siti-web, chiarire ulteriormente il concetto di comunicazione istituzionale on-line, sia approfondendo il tema della sua interattività e bidirezionalità e sia considerando il ruolo prioritario dell'URP on-line.

♦ Il concetto di *usabilità* sarà approfondito meglio più avanti (Cap. 4) essendo uno dei principali parametri su cui è stata basata la ricerca sui siti.

¹⁵ A cura di Emilio Simonetti, URP degli URP – Dip. Della Funzione Pubblica Regione Emilia Romagna, 2003, *Guida alla comunicazione istituzionale on-line – per gli URP e gli altri servizi di comunicazione pubblica*, p.2.

Le parti seguenti che considerano questi importanti temi sono tratte dall'utilissimo "*Vadecum della comunicazione istituzionale on-line*" curato dal Laboratorio di benchmarking URPdegliURP sulla qualità della comunicazione pubblica su internet (da pag. 37 a pag. 48).¹⁶

In sintesi, per comunicazione istituzionale on line si intende l'attività delle amministrazioni pubbliche (artt. 1 e 8 della legge 7 giugno 2000, n. 150) tesa al perseguimento di obiettivi concernenti la comunicazione:

- di certezza (pubblicità legale od obbligatoria degli atti pubblici) della normativa;
- della normativa;
- dei procedimenti amministrativi;
- delle attività istituzionali;
- delle attività di semplificazione e modernizzazione;
- di pubblica utilità e sociale;
- di promozione d'immagine.

Secondo codici simbolici, modalità di interazione, opportunità di partecipazione e accesso, propri dei processi di comunicazione della rete Internet.

La comunicazione istituzionale on line è parte integrante della comunicazione pubblica. Grazie alle essenziali caratteristiche di velocità, connettività universale, interattività e bassi costi di trans-azione tipiche della rete, rappresenta la forma più adeguata all'attuale sviluppo della "Società della Informazione" e uno strumento strategico per il miglioramento delle relazioni delle Istituzioni con i cittadini. E' utile, quindi, per migliorare ogni servizio della comunicazione istituzionale.

¹⁶ Laboratorio di benchmarking URPdegliURP, *Vadecum della comunicazione istituzionale on-line* in "*Guida alla comunicazione istituzionale on-line – per gli URP e gli altri servizi di comunicazione pubblica*", a cura di Emilio Simonetti, URP degli URP – Dip. Della Funzione Pubblica Regione Emilia Romagna, 2003.

Il beneficio del canale web consiste, come è stato più volte ripetuto, nella specifica proprietà di essere un canale potenzialmente interattivo “a due vie”, particolarmente adatto ad una amministrazione attenta ai bisogni degli utenti e in costante dialogo con i cittadini.

Bisogna però, considerare che ci sono vari livelli di interattività dei servizi on-line.

Qui di seguito saranno esposti i quattro livelli di interazione di questi servizi, tratti sempre dal *Vadecum* sopra citato. Successivamente alcuni aspetti di questi livelli di interazione guideranno la selezione degli indicatori (Cap. 4.3) per l’elaborazione della scheda di rilevazione della ricerca sulla comunicazione pubblica-istituzionale on-line sulle tematiche ambientali.

Livelli di interazione dei servizi on-line:

Livello 1 – Informazione

Sono fornite informazioni sul servizio e/o sulle sue modalità di erogazione (es. Guida ai servizi).

Perché questo livello sia raggiunto a un livello di eccellenza il sito web dovrebbe essere sempre aggiornato e, in particolare, sarebbe importante:

- Pubblicare un insieme completo, attendibile, accessibile e di facile consultazione di informazioni relative ai servizi e alle attività di pubblico interesse dell’ente rappresentato, dell’URP, ed, eventualmente, di altri enti di riferimento.
- Verificare, controllare e aggiornare con frequenza programmata tali contenuti presso gli organi o gli uffici che li producono o li detengono in banche dati.

- Sottoporre il linguaggio usato alle regole del “Manuale di stile” (www.funzionepubblica.it) per le comunicazioni scritte delle pubbliche amministrazioni e di web-writing, prima che entri nel ciclo di web-publishing.
- Mantenere la consistenza tra le informazioni veicolate via web e quelle veicolate tramite altri canali (stampa, bacheche, altri sportelli).
- Garantire la coerenza fra le informazioni date in diverse parti dello stesso sito o in diversi siti.

Livello 2 – Interazione a una via

E' possibile ottenere on line i moduli per la richiesta di erogazione del servizio che dovrà poi essere inoltrata per canali tradizionali (ad es. Modulo di accesso ai dati ambientali o moduli di autocertificazione).

Per raggiungere questo livello risulta importante in particolare:

- Rendere disponibile nelle pagine dell'URP o del sito, in formato elettronico, tutta la *modulistica* relativa ai servizi e le *pratiche necessarie* per accedere ai servizi.
- Creare e gestire un *indice ragionato della modulistica*, curandone l'aggiornamento continuo, l'usabilità e la navigabilità.
- Predisporre il formato elettronico dei moduli e degli stampati, secondo le regole del “Manuale di stile” per le comunicazioni scritte delle pubbliche amministrazioni.
- Seguire le direttive e le linee guida in tema di accessibilità e design universale.
- Rendere disponibile, per ciascun modulo, una *guida alla compilazione*, interattiva o stampabile assieme al modulo.

- Prevedere diversi formati dei moduli (.pdf, .doc, .txt,.rtf, .xls) compatibili con le diverse piattaforme presenti sul mercato, dando la preferenza a soluzioni non proprietarie e open- source.
- Garantire l'allineamento fra la modulistica di "sportello" e quella su Web.

Livello 3 – Interazione a due vie

E' possibile avviare on line la procedura di erogazione del servizio (ad es. Modulo da riempire e inviare on line), ma viene garantita solo la presa in carico dei dati e non la loro elaborazione.

Per raggiungere questo livello occorre:

- Prevedere la possibilità, da parte degli utenti, di attivare una richiesta di servizio inviando, tramite Web, la modulistica necessaria.
- Gestire la compilazione dei moduli on line, con help interattivi e contestuali e finestre di dialogo realizzate ad hoc.
- Gestire lo scambio di moduli, dati e comunicazione con gli utenti in formato elettronico, con pulsanti di controllo e finestre di verifica.
- Gestire l'identificazione degli utenti (per esempio user id e password) e le regole di autorizzazione ai diversi servizi.
- Disporre sistemi integrati che diano agli utenti la certezza dell'invio/ricezione delle pratiche tramite posta elettronica certificata, protocollazione informatica dei documenti inviati elettronicamente, sistemi di document flow management.
- Disporre di un sistema di back-office integrato che gestisca il trattamento dei dati/info/documenti inviati tramite Web, anche nel rispetto della l. 675/96.

Livello 4 – Transazione completa

Il servizio viene erogato interamente on line, incluso l'eventuale pagamento del suo costo.

Per arrivare al massimo livello di interazione è necessario:

- Realizzare una piena e completa erogazione su Web di tutti i servizi di sportello dell'Ente (anche nel caso in cui il processo di erogazione coinvolga più enti).
- Indicizzare i servizi e ridisegnare i processi di servizio in ottica web.
- Garantire l'aderenza dei servizi erogati on line, con i servizi tradizionali e con le regole dettate dalla normativa vigente.
- Affiancare l'utente con sistemi di help on line e call center.
- Gestire l'accesso sicuro ai servizi e le liste di autorizzazione tramite la identificazione certa e *forte* degli utenti con smart card, carta d'identità elettronica, carta nazionale dei servizi.
- Adeguare l'infrastruttura di sicurezza ai servizi erogati ed ai dati (ai sensi della l. 675/96) trattati.
- Integrare le procedure informatiche di backend con il front end, curando particolarmente, nel caso di servizi multiente, l'integrazione e lo scambio di dati fra gli enti coinvolti.
- Tracciare lo stato dei processi di erogazione dei servizi, attivando sistemi di workflow management.

Molti degli aspetti citati saranno utili per orientare l'analisi sui siti svolta, per adesso è opportuno ritornare a considerare il ruolo dell'URP come soggetto attivo in questo processo di cambiamento. Sono qui esposte le priorità dell'URP on line sempre tratte dal *Vadecum della comunicazione istituzionale on line*, alcuni aspetti di queste saranno molto utili per l'elaborazione dello strumento di rilevazione usato per la ricerca.

Le 5 priorità dell'URP on-line:

1) Il rapporto con le redazioni dei siti web

Gestire la presenza dell'URP all'interno delle redazioni dei siti web, puntando su un ruolo attivo di coordinamento della comunicazione interna dell'ente e di raccordo tra le necessità di comunicazione degli Uffici con i cittadini e la comunicazione via web. Gestire o contribuire a gestire la catena del *content management* del sito, presidiando i contenuti on line e il loro tempestivo aggiornamento.

2) Il Web come front-office dell'URP

Gestire la presenza dell'URP come ufficio di front-office on line, tenendo conto delle peculiarità della forma telematica della relazione con gli utenti e in base allo specifico ruolo di "URP on line". L'URP deve essere sempre raggiungibile dalla homepage del sito istituzionale tramite link reso visibile da elemento grafico caratteristico o da logo. La pagina e/o le pagine di un eventuale ramo di navigazione deve/devono inoltre contenere tutti gli elementi di informazione "a catalogo" sia dell'URP fisico, sia dell'URP del web.

3) L'URP come facilitatore di accesso ai servizi

Fornire supporto e consulenza per tutti i servizi che l'ente eroga via web anche se non direttamente gestiti dall'URP, sulla base della sua missione generale di facilitatore di accesso. In particolare, promuovendo l'allargamento dell'accesso alle pratiche on line, con riferimento ai diversi livelli di interazione con gli utenti che tali servizi comportano prima, durante e dopo il contatto effettivo con i visitatori del sito.

4) *Monitoraggio dell'utenza, verifica della qualità dei servizi on line, Internet marketing*

Promuovere e fornire informazione sui *servizi on line* dell'ente sia sul versante dei pubblici virtuali di riferimento, sia su quello del pubblico tradizionale, curando l'applicazione di programmi di verifica e controllo della qualità e del livello di soddisfazione dei servizi.

5) *Accessibilità e usabilità*

Promuovere, informare e adottare gli standard di accessibilità e usabilità - previsti dalle norme italiane e internazionali per i siti web pubblici – puntando al più alto livello di accessibilità e usabilità possibile secondo le linee guida del progetto WAI del W3C (WCAG, UAAG, ATAG, XAG). Valutare anche la possibilità di svolgere test di usabilità sulla home page del sito e le stesse pagine dell'URP secondo una metodologia di valutazione euristica e/o di analisi empirica.¹⁷

Alcuni strumenti utili e ancora poco usati dalla P.A. per il coinvolgimento del cittadino nella discussione su argomenti di portata generali possono essere ad esempio le *chat* o i *forum*, in cui potrebbero emergere valutazioni o anche lamentele utili per orientare meglio i servizi offerti.

¹⁷ *Ibidem* op. cit. pp. 46-48

Lo sviluppo di portali orientati ai servizi

Per concludere il quadro sulla comunicazione istituzionale on-line è importante fare nuovamente riferimento al “7° Rapporto sulle città digitali” . In questo importante studio viene fatto rilevare come negli ultimi tempi siano nati e si siano affermati sempre di più i *portali orientati ai servizi* che si pongono come punti di riferimento per i cittadini in quanto crocevia di esperienze sia istituzionali che di soggetti privati, volte a soddisfare più velocemente i loro bisogni.

Questi portali infatti hanno sviluppato una propensione verso la dimensione *transazionale* e non solo *informativa* dei servizi. Pagamenti di imposte e bollette, inoltre di richieste, iscrizioni scolastiche da effettuare *on line* sono quindi disponibili attraverso queste nuove realtà telematiche, in parte alternative, in parte complementari ai siti delle amministrazioni.

Gli enti pubblici sono spesso gli ispiratori di queste iniziative, in alcuni casi in maniera esclusiva, come il Comune di Torino per “Torino Facile” e la Provincia di Parma per “Portale Parma”. Interessante è però notare come altri progetti siano stati realizzati tramite una collaborazione tra enti istituzionali e soggetti privati: tra i promotori di portali come “e-Cremona”, “Tu6Genova” e “Portale Prato”, ad esempio, figurano aziende municipalizzate, banche, Camere di Commercio e ASL. La realizzazione di questi nuovi luoghi di accesso all’amministrazione è talvolta affidata ad una società creata *ad hoc* e partecipata in maggioranza dagli enti pubblici.

La scelta di operare una collaborazione con soggetti privati consente alle amministrazioni di alleviare gli oneri economici derivanti dall’adeguamento tecnologico necessario per rendere operative e sicure le procedure di transazione a distanza. Tale cooperazione costituisce, inoltre, una valida opportunità per gli enti locali di diventare promotori dell’innovazione sul territorio.

Riguardo alla relazione di questi portali con il sito istituzionale, le amministrazioni hanno compiuto scelte differenti. A Torino e a Genova si assiste ad una completa integrazione tra le due dimensioni: “Torino Facile” e “Tu6Genova” costituiscono di fatto le sezioni dei siti istituzionali relative ai servizi al cittadino. I portali di Cremona, Parma e Prato, risultano, invece, paralleli ai siti istituzionali e si configurano più come efficaci guide ai servizi, capaci di indirizzare l’utente ai siti dove potrà effettivamente completare le transazioni.¹⁸

Si è scelto di concludere questa parte più teorica, facendo questo riferimento ai nuovi portali, anche perché lo stesso sito dell’APAT si pone come obiettivo quello di diventare un vero e proprio sito-portale specializzato sulle tematiche ambientali e punto di riferimento sui servizi a queste connessi.

3.4 La comunicazione pubblica sulle tematiche ambientali

L’oggetto della ricerca più avanti esposta è la comunicazione sulle tematiche ambientali nei siti istituzionali.

La comunicazione ambientale ha assunto negli ultimi anni un’ importanza sempre più rilevante e ciò è avvenuto a vari livelli: da diversi anni, infatti, la comunicazione relativa alle problematiche ambientali locali e globali e a prodotti e servizi “ecologici ed ambientali” è promossa in varie forme e con diversi strumenti da una pluralità di soggetti, quali mass media, enti pubblici, aziende pubbliche e private, associazioni del volontariato, attori politici, agenzie ed enti di controllo e dalla pubblicità.

I linguaggi usati sono molteplici e in questo ampio spazio si possono trovare dai contenuti molto semplificati sino a informazioni altamente tecniche, i

¹⁸ Rur, Censis, Dip. Funzione Pubblica, Fornez , Roma 24 Febbraio 2003, 7° *Rapporto Le Città Digitali – 2003*, p. 26.

canali utilizzati sono i più svariati con alto tasso di sviluppo di riviste specializzate e di siti web dedicati a questo tema.

Dal punto di vista della comunicazione istituzionale sulle tematiche ambientali questa è entrata in competizione, ma anche in cooperazione con una crescente comunicazione pubblica ambientale portata avanti da moltissime associazioni fiorite con l'obiettivo della protezione dell'ambiente.

La mole di comunicazione fatta su le tematiche ambientali è enorme e come stato fatto rilevare all'interno del Salone della Comunicazione Pubblica e dei servizi al cittadino (2000)¹⁹ c'è un serio pericolo di arrivare ad un "inquinamento comunicativo", ovvero una inflazione di messaggi non distinguibili che anziché tradursi in conoscenza e consapevolezza producono smarrimento.

Le caratteristiche e le modalità con cui la comunicazione e l'informazione sul tema dell'ambiente vengono proposte sono troppo spesso caratterizzate da elementi di unilateralità, settorialità, episodicità, sensazionalismo, superficialità che lasciano, nell'insieme, insoddisfatti i diversi attori della comunicazione. L'insieme di questi ed altri fattori introduce il rischio, nonostante le buone intenzioni, di rendere inefficaci gli obiettivi e le iniziative di comunicazione tra i promotori e i destinatari di questi processi di comunicazione, impedendo un' effettivo dialogo tra i vari attori e una migliore comprensione dei problemi in gioco e delle soluzioni appropriate.²⁰

Se negli ultimi anni si è parlato sempre più prepotentemente di sviluppo sostenibile risulta necessario parlare anche di una comunicazione ambientale di tipo sostenibile ossia utile, efficace e soprattutto "usabile" e comprensibile per il pubblico a cui è rivolta.

¹⁹ A cura di Walter Sancassiani e Paolo Tamburini su invito del Coordinamento Agende 21 Locali italiane. COM-PA Bologna, 21 settembre 2000 - Salone della Comunicazione Pubblica e dei servizi al cittadino, *Appunti per una Carta di riferimento su Comunicazione e Agenda 21 Locale*.

²⁰ ibidem

Lo stesso Programma di *Agenda 21*, sancito alla Conferenza ONU su Ambiente e Sviluppo nel 1992 a Rio De Janeiro e sottoscritto da Governi, organizzazioni non governative e settori del mondo industriale, afferma poi esplicitamente il ruolo e il valore chiave dell'*informazione*, dell'*educazione*, della *formazione*, della consapevolezza e della *partecipazione* di tutti gli attori ad ogni livello, al fine di definire strategie e soluzioni e intraprendere azioni per attuare modelli di sviluppo sostenibile. E' sottinteso il ruolo fondamentale della *comunicazione* ambientale in tutto questo processo; una *comunicazione* non solo come strumento di supporto alla realizzazione di programmi e azioni, ma come un vero e proprio elemento integrante e co-essenziale alla programmazione.

Un approccio di questo tipo è necessario in un'azione volta a risolvere gli incalzanti problemi ambientali a livello locale e planetario, secondo la strategia, propria dello *sviluppo sostenibile*, che affronta tali problemi non più ex-post ma preoccupandosi di riorientare sulla qualità ambientale e sociale il modo di produrre e di consumare.

Il passaggio dalle politiche orientate al "comando e controllo" alle politiche proattive, preventive e responsabilizzanti, richiede conseguenti cambiamenti nel mondo della comunicazione che, come abbiamo già ampiamente visto, da unidirezionale deve diventare bi-direzionale, partecipativa.

Per il raggiungimento di questo obiettivo il ricorso ai nuovi mezzi informatici e tecnologici risulta quanto mai utile e necessario, per questo motivo si è deciso di studiare come viene fatta la comunicazione ambientale nei siti-web istituzionali.

Una definizione generale (nel senso che può essere applicabile sia alle imprese che alle organizzazioni pubbliche) ed utile della comunicazione ambientale viene fornita dallo studioso Emilio Conti²¹:

“La comunicazione ambientale è l’insieme di tutte le attività e strumenti di comunicazione che un’organizzazione realizza, coinvolgendo sia gli interlocutori interni sia quelli esterni, con l’obiettivo di diffondere in maniera integrata le politiche di carattere ambientale [...]”. La comunicazione ambientale deve quindi: “informare e aggiornare sulle iniziative ambientali dell’organizzazione; motivare e coinvolgere sui progetti ambientali dell’organizzazione; sviluppare all’interno sensibilità verso i temi ambientali; sviluppare una nuova cultura ambientale.”

²¹ Emilio Conti in E. Invernizzi, "Relazioni Pubbliche 2: le competenze e i servizi specializzati", McGraw-Hill. (p. 356 e p. 359)

Parte empirica:

La ricerca sulla comunicazione ambientale nei siti istituzionali

Capitolo 4

Dagli obiettivi dell'analisi alla costruzione della scheda di rilevazione.

4.1 Obiettivi e metodologia usata per la ricerca sui siti

La ricerca nasce all'interno del contesto dell'URP dell'APAT e in particolare dall'esigenza di capire come viene comunicato l'ambiente attraverso i siti istituzionali.

Non credo sia necessario ripetere l'importanza dell'URP per l'innovazione della P.A. e la sua responsabilità di creare le migliori condizioni di un possibile sviluppo in questo senso, temi questi già trattati nei precedenti capitoli.

La ricerca vuole porsi come uno strumento propositivo per l'attività dell'URP e collegarsi in modo costruttivo con le altre attività promosse da questo Servizio, in particolare cercherà di essere utile per il miglioramento della comunicazione ambientale on-line dell'APAT.

Lo studio è di natura esplorativa e verrà effettuato tramite l'elaborazione di una scheda di rilevazione che sarà usata per l'analisi della comunicazione ambientale presente nei siti web istituzionali; questo tipo di studio è basato sul metodo del confronto (*benchmarking*).

L'obiettivo è conoscere come le tematiche ambientali sono affrontate e comunicate sui siti istituzionali utilizzando come linee guida alcuni concetti come: la presenza di tematiche ambientali all'interno dei siti, la loro rilevanza rispetto agli altri argomenti, la quantità delle informazioni prodotte, l'usabilità

e la navigabilità dei siti in merito a questi temi, l'interattività della comunicazione ambientale: i canali di contatto, l'offerta di servizi on line. Altri importanti componenti possono essere: la veste grafica del sito, il tipo di informazione offerta (specialistica vs. divulgativa). La visibilità e i contenuti delle pagine dell'URP all'interno dei siti.

Tutti questi concetti comunque saranno meglio esposti successivamente.

Sempre nel quadro del metodo del **benchmarking** un'analisi dell'usabilità sarà effettuata anche per i due siti preferenziali: il sito dell'APAT e il sito Sinanet (Rete nazionale di informazione in campo ambientale). Come abbiamo visto nel precedente capitolo questo tipo di studio rientra tra le priorità dell'URP indicate dalla "Guida alla comunicazione istituzionale on-line" per gli URP e gli altri servizi di comunicazione pubblica.²²

Un'analisi basata sul confronto: il benchmarking

Si è scelto di fare un'analisi esplorativa, tramite una scheda di rilevazione unica per tutti i siti analizzati in quanto, per l'URP e gli altri uffici coinvolti nella progettazione, sviluppo e mantenimento dei siti pubblici, è importante portare avanti analisi basate sul *confronto* con l'esterno.

Un'indagine sui "siti concorrenti" tramite il monitoraggio di alcune caratteristiche interessanti, nel nostro caso ad esempio legate alle tematiche ambientali, consente di individuare esperienze innovative, possibili nuove direzioni di sviluppo e fornire in questo modo nuove idee per il proprio sito. Infatti nel caso della P.A. l'obiettivo non è superare la concorrenza, ma cercare di prendere spunto da altri in modo da poter costruire modelli e strategie adattabili al proprio contesto, stabilendo magari collaborazioni o contatti con altri enti.

²² A cura di Emilio Simonetti, URP degli URP – Dip. Della Funzione Pubblica Regione Emilia Romagna, 2003, *Guida alla comunicazione istituzionale on-line – per gli URP e gli altri servizi di comunicazione pubblica.*

E' opportuno che la fase di **benchmarking** sia preceduta dalla individuazione degli indicatori su cui interessa confrontarsi e sugli obiettivi del confronto.

In questo caso come è già stato accennato l'analisi è volta a conoscere come avviene la comunicazione su tematiche ambientali sui siti istituzionali per trarre utili spunti da applicare poi per eventuali future implementazioni in APAT.

Per quanto riguarda gli indicatori, nonostante non ci sia un modello unico di riferimento a cui attenersi, si è cercato in questa sede di utilizzare come strumenti di analisi, spesso riadattandoli, alcuni indicatori tratti dal metodo ARPA-L (Analisi delle Reti delle Pubbliche Amministrazioni Locali) utilizzati in importanti ricerche come il rapporto sulle città digitali²³, altra fonte importantissima è stata la *“Guida alla comunicazione istituzionale on-line – per gli URP e gli altri servizi di comunicazione pubblica”*.²⁴

Le aree tematiche di maggiore interesse sono state quelle legate al concetto di **usabilità** dei siti analizzati, al ruolo dell'**URP** sul web, alla **fruibilità** e ai **contenuti** delle informazioni ambientali on line, al grado di **interattività** dei processi comunicativi offerti dai siti.

Nella rilevazione delle caratteristiche non si è tenuto conto della pur importante dimensione dell'accessibilità in quanto non si sarebbe potuta effettuare tecnicamente una valutazione sufficiente su questo punto per limiti sia di esperienza in questo campo e sia di mancanza di conoscenze tecniche necessarie.

²³ Rur, Censis, Dip. Funzione Pubblica, Formez, Roma 24 Febbraio 2003, *7° Rapporto Le Città Digitali – 2003*.

²⁴ A cura di Emilio Simonetti, URP degli URP – Dip. Della Funzione Pubblica Regione Emilia Romagna, 2003, *Guida alla comunicazione istituzionale on-line – per gli URP e gli altri servizi di comunicazione pubblica*.

Invece uno dei concetti guida è stato quello di cercare di rilevare l'usabilità dei siti analizzati in merito alle tematiche ambientali. Mi sembra importante incominciare con il chiarire che cosa si intende per "usabilità".

4.2 Un concetto guida per la ricerca: l' Usabilità.

Anche se, nella scheda usata poi per la ricerca si è deciso di non occuparsi dell'accessibilità dei siti oggetto di rilevazione, è importante chiarire brevemente questo concetto per poter capire meglio anche cosa si intende per "usabilità".

Scopo dell'**accessibilità** è rendere fruibile l'informazione on-line all'universalità degli utenti. Ossia nella costruzione di un sito web si devono adottare accorgimenti che permettano agli utenti di usufruire del web anche se portatori di handicap fisici (ad esempio problemi alla vista: ipovedenti, daltonici), inoltre deve essere garantita la possibilità di accesso al sito anche a coloro che presentino un eventuale *deficit* tecnologico, ad esempio non abbiano a disposizione le ultime versioni dei software in uso.

Su questo tema il governo è intervenuto per mezzo della direttiva "*Per la conoscenza e l'uso del dominio Internet .gov.it e l'efficace interazione del Portale 'Italia.gov.it' con le pubbliche amministrazioni e loro diramazioni locali*"²⁵, in cui si afferma che, nell'ambito della pubblica amministrazione, i siti devono essere conformi al livello "A" degli *standard* elaborati dal W3C/WAI. Proprio il W3C costituisce la più alta autorità in materia e, pur non essendo un ente governativo, è seguito da numerose istituzioni e dall'Unione Europea. Sempre in materia di accessibilità, esistono degli strumenti, chiamati validatori, che analizzano la struttura realizzata e segnalano gli errori presenti.

²⁵ Direttiva P.C.M. 30 Maggio 2002

L'accessibilità quindi si attua aderendo a standard globali.

Per quanto riguarda lo scopo dell' **usabilità** di un sito web ci si riferisce, invece, alla facile navigabilità e comprensibilità dei suoi contenuti da parte dell'utenza per la quale è stato progettato.

Su questo tema la direttiva sul dominio di secondo livello ".gov.it" afferma che «la rispondenza alle raccomandazioni WAI non assicura che il sito sia "usabile"».

Rendere i siti *web* semplici ed intuitivi dovrebbe essere un principio cardine, in fase di progettazione di un sito rivolto potenzialmente a tutti i cittadini, ma questa attenzione richiede un livello di professionalità che è riscontrato solo in parte delle amministrazioni locali che si sono dotate di un sito Internet. Nella direttiva recante: *“Linee guida per l'organizzazione, l'usabilità e l'accessibilità dei siti Web delle pubbliche amministrazioni”*²⁶ si afferma che: «I siti devono essere usabili. L'usabilità del *web* implica che le informazioni debbano essere organizzate e strutturate in maniera da garantire la massima fruibilità».²⁷

Secondo la definizione data dalla norma ISO 9241, l'usabilità è il "grado in cui un prodotto può essere usato da particolari utenti per raggiungere certi obiettivi con efficacia, efficienza e soddisfazione in uno specifico contesto d'uso." L'usabilità nasce nell'ambito dell'interazione uomo/computer (HCI): un sito usabile è il risultato di una progettazione fondata sulla conoscenza dell'utente (le sue preferenze, abitudini, modelli mentali). L'usabilità coinvolge quindi aspetti psicologici, sociali, fattori umani complessi che coinvolgono saperi e sensibilità assai vasti e interdisciplinari.

Da tutte queste osservazioni si può desumere che l'usabilità rispetto all'accessibilità non è misurabile tramite standard globali di tipo “oggettivo”,

²⁶ Circolare Dipartimento della Funzione Pubblica 13 marzo 2001, n. 3/2001.

²⁷ Rur, Censis, Dip. Funzione Pubblica, Formez, Roma 24 Febbraio 2003, 7° *Rapporto Le Città Digitali – 2003*.

sono necessari test continuativi nel tempo e uno dei test più diffusi è quello mediante l'osservazione sistematica degli utenti.

Nonostante non sia codificabile in modo standard è comunque possibile individuare delle regole da seguire per perseguire un sufficiente grado di usabilità dei siti:

- Conservare la coerenza delle pagine con l'uso di elementi uguali o simili;
- Disporre le informazioni salienti nella parte in alto a sinistra della pagina, evitare lo scrolling orizzontale e curare l'indipendenza dai diversi tipi di browser e dalle diverse risoluzioni;
- Avvertire l'utente di cosa accade se si compie un'azione (ad esempio fornire il "peso" in Kb dei file da scaricare);
- Dare la possibilità di scegliere tra almeno tre modalità di navigazione (link, mappa, motore di ricerca interno);
- Far sapere in tutte le pagine dove ci si trova (tramite descrizione sintetica del percorso più lineare per arrivare alla pagina dall'homepage: Home → Sezione Ambiente → Sottosezione Norme ambientali → Pagina specifica di una norma ambientale);
- Ottimizzare le immagini e cercare di evitare le animazioni per velocizzare il caricamento;
- Utilizzare uno stile di scrittura sintetico e paragrafi brevi;
- Fornire un aiuto on line (come ad es. le FAQ).

Possiamo indicare una serie di item di domande a cui sarebbe necessario rispondere analizzando l'usabilità di un sito. Tratte dalla lista di controllo sull'usabilità presente nella "*Guida alla comunicazione istituzionale on-line*" e i cui primi 15 item sono ripresi dalla documentazione allegata alla Direttiva

PCM 30 maggio 2002, scaricabile dal sito del Ministro per l'Innovazione le Tecnologie, www.innovazione.gov.it : ²⁸

- Sono disponibili motori di ricerca nel sito?
- E' possibile raggiungere le informazioni e i servizi più importanti dalla homepage?
- Esiste un mappa del sito o un indice delle informazioni?
- E' presente in ogni pagina un titolo ben visibile, chiaro e coerente con il dettaglio?
- E' presente almeno nei primi due livelli una barra di navigazione sulla sinistra o sulla destra dello schermo?
- E' possibile tornare alla homepage da qualsiasi pagina?
- E' comprensibile la localizzazione della pagina che si sta visitando nell'architettura informativa del sito?
- Le immagini presenti sono tutte funzionali ai servizi offerti dal sito?
- Le immagini hanno un peso complessivo per pagina inferiore a 70K?
- E' possibile escludere l'uso della grafica?
- Sono assenti le pagine splash, pagine introduttive ricche di grafica e prive di contenuto?
- Il sito è compatibile con i principali browser e le principali piattaforme tecnologiche?
- Il tempo di scaricamento medio delle pagine è uguale o inferiore a 10'' con un modem a 56K?
- E' disponibile un aiuto alla navigazione (help on line, call center, ecc.)?
- Il numero di azioni (click) che l'utente deve compiere per ottenere un servizio è mediamente inferiore a 5?

²⁸ A cura di Emilio Simonetti, URP degli URP – Dip. Della Funzione Pubblica Regione Emilia Romagna, 2003, *Guida alla comunicazione istituzionale on-line – per gli URP e gli altri servizi di comunicazione pubblica.*

In particolare per quanto riguarda i contenuti delle pagine dell'URP:

- Recapiti fisici.
- Recapiti telematici.
- Nome del Responsabile e/o Dirigente e degli addetti di front-office.
- Orari di apertura (con info utili per raggiungere l'ufficio: mappa via, linee bus ecc.).
- Missione, competenze e attività URP (Regolamento ex lege 150/2000 e collocazione nell'organigramma).
- Guida (o link) a modulistica.
- E-mail o form per segnalazione disservizi, reclami, suggerimenti.

Possono essere presenti anche:

- Missione, competenze e attività ente.
- Info (o link) di pubblica utilità (lavoro, turismo, tempo libero).
- Guida (o link) di presentazione alle info presenti sul sito sui servizi dell'ente.

4.3 La scheda di rilevazione divisa per aree tematiche e la scelta degli indicatori

In questo paragrafo si cercherà di spiegare come è stata costruita la scheda di rilevazione e come è avvenuta la scelta degli indicatori utilizzati.

E' importante dire prima di tutto che l'analisi è stata effettuata su un totale di 61 siti, così distribuiti:

- Tutti e 17 i siti delle ARPA Regionali più 2 di APPA provinciali (per le province autonome di Trento e di Bolzano);

- Tutti e 20 i siti istituzionali delle regioni italiane più 2 siti provinciali (per le province autonome di Trento e di Bolzano);
- 3 siti di unioni: a livello regionale il sito della conferenza permanente dei presidenti delle regioni e delle province autonome (www.regioni.it), a livello provinciale sito dell'U.p.i. (Unione Province Italiane) e per i comuni il sito web dell'A.n.c.i. (associazione nazionale comuni italiani);
- 5 siti di enti di ricerca (ENEA; ENIT; CNR; ISTAT; ISS)²⁹;
- 9 siti istituzionali: Camera dei Deputati, Senato, Ministero dell'Ambiente; Ministero delle politiche agricole e forestali; Ministero delle Comunicazioni; Ministero dei Beni culturali; Dipartimento delle politiche comunitarie; Dipartimento della protezione civile; Corpo Forestale dello Stato.
- Sito del portale italiano di comunicazione ambientale promosso dall'associazione AICA - Associazione Internazionale di Comunicazione Ambientale (www.envi.info);
- Sito dell'APAT e del Sinanet.³⁰

La scheda di rilevazione è stata divisa in 6 macro aree tematiche che riguardano rispettivamente:

- 1) Usabilità;
- 2) URP;
- 3) Fruibilità delle informazioni ambientali nel sito;
- 4) Interattività;
- 5) Contenuti;
- 6) Variabili legate ai differenti tipi di siti analizzati.

²⁹ Ente per le Nuove Tecnologie l'Energia e l'Ambiente (ENEA); Ente Nazionale Italiano per il Turismo (ENIT); Consiglio Nazionale delle Ricerche (CNR); Istituto Nazionale di Statistica (ISTAT); Istituto Superiore di Sanità (ISS).

³⁰ L'elenco completo dei siti analizzati, con i relativi indirizzi internet è disponibile in allegato del presente lavoro (p. 123-125).

Oltre che cartacea, la scheda di rilevazione è stata costruita anche a livello informatico tramite l'uso del programma Microsoft Excel, dove, ad ogni indicatore è stato associato un valore di 1 o di 0 a seconda della presenza o meno della caratteristica considerata, oppure il valore numerico in caso di variabili con più di due modalità mutuamente esclusive.

La rilevazione sui siti è stata effettuata nel mese di Aprile 2004.

Usabilità

La prima caratteristica che si è cercato di rilevare è stata l'**usabilità** del sito, gli indicatori che si riferiscono a questo concetto sono stati scelti facendo riferimento alle considerazioni fatte nel paragrafo precedente.

Nella scheda usata per la rilevazione il concetto di usabilità è stato suddiviso per comodità in tre dimensioni principali:

- 1] la prima riguarda gli *aspetti grafici*;
- 2] la seconda si riferisce alla *navigabilità*;
- 3] la terza fa riferimento alla *modalità di scrittura*.

Per quanto riguarda gli *aspetti grafici* sono stati individuati 6 *item* utili a descrivere la presenza o meno di elementi giudicati come indicatori di caratteristiche “grafiche” che migliorano l'usabilità di un sito. Il sito che soddisfa tutte e 6 queste affermazioni può essere considerato graficamente usabile.

Il primo indicatore si riferisce alla “coerenza grafica” del sito tramite l'uso di elementi uguali o simili in tutte le pagine ad esempio l'uso di un particolare font o di determinati colori predominanti.

Il secondo è stato inserito considerando il modo di lettura e di scrittura occidentale che va dall'alto a sinistra della pagina. Gli altri tre indicatori si riferiscono rispettivamente alla presenza di scrolling orizzontale e alla riconoscibilità dei link.

1] Aspetti grafici (0-6):

- □ Vi è coerenza delle pagine del sito tramite l'uso di elementi uguali o simili;
- □ Le informazioni salienti sono situate nella parte in alto a sinistra della pagina;
- □ Non vi è presenza di scrolling orizzontale;
- □ E' presente il logo identificativo dell'ente nella maggior parte delle pagine del sito;
- □ I Link sono immediatamente riconoscibili (ad es.:colore e carattere diversi dagli altri testi);
- □ I Link visitati o attivi sono ben visibili (ad esempio assumono un colore diverso).

E' possibile assegnare, quindi, un punteggio sintetico sull'usabilità "grafica" del sito che varierà tra 0 e 6 (contemporanea presenza di tutte le 6 caratteristiche sopra citate).

Altro aspetto considerato è quello legato alla *navigabilità* del sito e riguarda la rilevazione di alcuni aspetti importanti per ciò che concerne la possibilità per gli utenti di "orientarsi" agevolmente all'interno delle pagine e di poter ricercare, senza troppe difficoltà, gli argomenti e le informazioni di loro interesse.

Per l'aspetto della navigabilità in tutto gli indicatori scelti sono stati 9.

2] Navigabilità (0-9):

- E' possibile scegliere tra più modalità di navigazione: in particolare
 - □ link,
 - □ mappa,
 - □ motore di ricerca interno.
- □ E' presente almeno nei primi due livelli una barra di navigazione sulla sinistra o sulla destra dello schermo (oppure in alto);
- □ E' possibile tornare alla homepage da qualsiasi pagina del sito;
- □ E' sempre chiaro per l'utente capire dove si trova nel sito e quanto "dista" dall'homepage (tramite descrizione sintetica del percorso più lineare per arrivare alla pagina dall'homepage: Home → Sezione "Ambiente" → Sottosezione "Norme ambientali" → Pagina specifica di una norma ambientale);
- □ Sono assenti pagine introduttive ricche di grafica e prive di contenuto;
- □ E' disponibile un aiuto alla navigazione (FAQ, help on line, call center, ecc.).
- □ L'utente è avvertito di cosa accade se si compie un'azione (ad esempio fornire il "peso" in Kb dei file da scaricare);

In questo caso il punteggio varierà tra un minimo di 0 e un massimo di 9 (sito con il massimo grado di navigabilità).

L'ultimo aspetto dell'area che riguarda l'usabilità è quello che si riferisce alla *modalità di scrittura*. Per la rilevazione di caratteristiche di scrittura usabili sono stati scelti i seguenti 2 indicatori che attestano la presenza o meno di modalità di scrittura che possono agevolare l'identificazione e la lettura degli

argomenti d'interesse per gli utenti del sito e che riguardano, in particolare, lo stile utilizzato, la lunghezza dei paragrafi e la titolazione.

3] Modalità di scrittura (0-3):

- □ Viene utilizzato uno stile di scrittura sintetico e paragrafi brevi;
- □ E' presente in ogni pagina un titolo ben visibile, chiaro e coerente con il dettaglio;

La presenza contemporanea di tutte le caratteristiche individuate dal totale dei 17 items sopra esposti indica il massimo grado di usabilità. E' possibile quindi costruire un indice sintetico dell'usabilità di un sito che va da 0 a 17 e che sia la somma dei punteggi espressi dalle tre dimensioni principali: aspetti grafici (0-6); navigabilità (0-9); modalità di scrittura (0-3). Considerando un'usabilità sufficiente per tutti quei siti per cui si sia rilevato almeno un punteggio uguale a 10. I punteggi possono essere riassunti in 5 livelli di usabilità:

[0-5] = Molto bassa; [6-9] = Bassa; [10-11] = Sufficiente; [12-14] Medio alta; [15-17] = Alta. Con $(0 < \text{Usabilità} < 17)$

Si è scelto di etichettare le posizioni [12-14] e [15-17] in "Medio alta" e "Alta" e non, specularmente alle posizioni riferite ai punteggi bassi, in "Alta" e "Molto alta" in quanto data la difficoltà di rilevare il complesso concetto di usabilità tramite una scheda di questo tipo non si voleva dare dei giudizi sui siti troppo positivi (quanto poco esaustivi).

URP

La seconda area inserita nella scheda di rilevazione è quella legata all' **URP** .

Caratteristiche che si è cercato di rilevare sono state:

la *presenza* e alla *visibilità* dell'URP nel sito,

4] Visibilità dell'URP sul sito (0-2):

- 0) Non presente nel sito;
- 1) Presente nel sito come pagina informativa;
- 2) Presente in una sezione strutturata appositamente;

poi se l'URP è presente, la *raggiungibilità* delle sue pagine,

5] Grado di raggiungibilità delle sue pagine all'interno del sito: numero di link che il navigatore deve attivare per entrare in contatto con l'URP dall'homepage (0-3):

- 0) URP “nascosto” (4 o più click);
- 1) Basso (3 click necessari per raggiungere la pagina dell'URP);
- 2) Medio (2 click): link presente in una pagina collegata all'homepage;
- 3) Alto (1 click): link in Homepage.

la loro usabilità legata alla *tipologia di informazioni e servizi* offerti nel sito,

6] La tipologia delle informazioni e dei servizi eventualmente erogati (0-6):

- Recapiti fisici;
- Nome del responsabile (o dirigente) e degli addetti al front-office;
- Orari di apertura;
- Missione, competenze e attività dell'URP;
- Attività ente;

- □ Guida ai servizi o alla modulistica.

considerando anche loro *interattività*,

7] La presenza dei contenuti informativi secondo il loro grado d'interattività (0-7):

- □ Recapito telefonico o fax;
- □ Numero Verde;
- □ E-mail per comunicazioni;
- □ Moduli da stampare e consegnare;
- □ Moduli da inviare tramite e-mail;
- □ Moduli da compilare on line;
- □ Forum, mailing list, chat.

Anche nel caso dell'URP come precedentemente visto per l'usabilità è possibile costruire un indice sintetico tramite la somma dei punteggi rilevati sulle singole variabili e che in questo caso sarebbe compreso tra 0 e 18. Anche se in chiave di commento dei dati questo indice sarà considerato solo in alcuni casi ritenendo più utile un'analisi della presenza delle singole caratteristiche. Inoltre in molti casi non è stata proprio rilevata la presenza dell'URP sui siti.

Fruibilità delle informazioni ambientali nel sito

La terza area di interesse è quella legata alla **fruibilità** delle informazioni ambientali presenti nel sito, concetto, questo, legato ad esempio alla presenza nel sito di una sezione "ambientale", che magari si presenta, dal punto di vista grafico anche con colori differenti per essere meglio riconoscibile.

Altre caratteristiche considerate come importanti sono state la raggiungibilità delle informazioni ambientali nel sito (praticamente quanti click sono necessari per arrivare alla pagina con info ambientali partendo

dall'homepage), quanti collegamenti a siti a carattere ambientale sono presenti nella pagina dei link e infine la presenza nel sito di contenuti sull'ambiente in una o più lingue straniere.

8] La visibilità delle informazioni ambientali è sufficiente?

E' presente una sezione "ambientale" nel sito. (0-1)

0) No; 1) Si.

9] Se sì, e' utilizzato un colore diverso dalle altre sezioni. (0-1)

10] La raggiungibilità delle informazioni ambientali è (0-4):

- 0) Molto Bassa o "nascosta" (4 o più click necessari);
- 1) Bassa (3 click necessari per raggiungere la pagina con info ambientali);
- 2) Media (link presente in una pagina collegata all'homepage /2 click);
- 3) Alta (link dall'homepage / 1 click);
- 4) Molto Alta (info sulle tematiche ambientali in homepage).

11] Quanti collegamenti "ambientali" presenta il sito nella pagina dei link (0-2)?

0) 0; 1) da 1 a 5; 2) più di 6.

12] Presenza di contenuti sull'ambiente in lingua straniera (0-2):

- 0) Solo lingua italiana;
- 1) 1 lingua straniera;
- 2) 2 o più lingue straniere.

Anche in questo caso è possibile dare un unico punteggio alla fruibilità del sito che questa volta andrà da 0 a 10.

Molto bassa (0-2); Bassa (3-5); Sufficiente (6); Alta (7-8); Molto alta (9-10).

Con $[0 < \text{Fruibilità} < 10]$.

Interattività

Un'altra area importante è quella che riguarda il grado di interattività del sito in termini di servizi offerti on line o anche di possibilità di partecipazione concreta offerta agli utenti tramite per esempio la presenza di forum.

13] Livello di interazione e possibilità di usufruire di servizi on line (0-5):

- 1) Sono fornite informazioni sui servizi offerti dall'ente;
- 2) Sono fornite informazioni sulle modalità di erogazione dei servizi (es. Guida ai servizi);
- 3) E' possibile scaricare i moduli da dover poi compilare e portare agli uffici competenti;
- 4) E' possibile compilare ed inviare i moduli on line;
- 5) Viene offerto un servizio completamente on line (incluso l'eventuale pagamento del suo costo).

14] Possibilità di partecipazione a dibattiti su tematiche ambientali tramite (0-3):

- Compilazione di questionari per sondaggi d'opinione;
- Forum o Chat tra utenti;
- Forum con amministratori dell'ente;

15] Esistenza di procedure di registrazione per la richiesta di informazioni o di servizi personalizzati, o per l'iscrizione a newsletter o forum.

Per quanto riguarda l'interattività del sito è possibile dare un punteggio sintetico complessivo che va da 0 a 9. Molto bassa (0-1); Bassa (2-3); Sufficiente (4-5); Alta (6-7); Molto alta (8-9), con $[0 < \text{Interattività} < 9]$.

E' possibile assegnare un **punteggio complessivo** (P) che sarà dato dalla somma dei valori rilevati sulle singole dimensioni (Usabilità; URP; Fruibilità e Interattività) e che varierà tra 0 e 54. Per quei siti in cui non sono presenti pagine "URP" il punteggio varierà tra 0 e 36. $[0 < P < 54]$; $[0 < P(\text{senza URP}) < 54]$.

Contenuti

Un'altra area riguarda i contenuti presenti nel sito, il tipo di esposizione complessiva del messaggio, ma anche l'aggiornamento del sito in quanto la rilevanza dei contenuti presenti in esso dipendono imprescindibilmente da questa componente.

16] Quali sono i contenuti della comunicazione ambientale presente nel sito?

- Notizie;
- Campagne;
- Opportunità di studio o lavoro;
- Convegni, conferenze, incontri e seminari;
- Leggi, norme, direttive;
- Dati ambientali, rapporti tecnici e monitoraggi;
- Commenti.

17] L' esposizione complessiva del messaggio è prevalentemente:

- 1) Tecnico-specialistica;
- 2) Divulgativa.

18] Aggiornamento del sito

- 0) Il sito non viene aggiornato da più di 1 mese;
- 1) Il sito non viene aggiornato da più di 15 giorni (e meno di 30);

- 2) □ Il sito non viene aggiornato da più di 3 giorni (e da meno di 15 giorni);
- 3) □ Il sito è stato aggiornato negli ultimi 2 giorni.

19] Promozione turistica dell'ambiente nel territorio (nel caso di siti di regioni, province, comuni):

- □ Presenza di informazioni utili per promozione turistica dell'ambiente (come ad esempio info su visite ad aree verdi, galleria fotografica del contesto paesaggistico).

Altre variabili legate ai differenti tipi di siti analizzati:

Sono state inserite poi delle variabili specifiche per alcuni tipi di siti:

La prima di queste variabili, che è stata utilizzata per l'analisi di **tutti i siti (meno quelli del Sistema Agenziale e quelli regionali/provinciali)**, è volta a conoscere il collegamento del sito analizzato con il Sistema Agenziale in termini di link e informazioni.

- □ E' presente nel sito analizzato un link a siti: APAT; Sinanet; Agenzie ARPA/APPA.
- □ Sono presenti informazioni sul Sistema Agenziale (APAT + ARPA/APPA).

Questi indicatori possono essere utile per orientare una comunicazione efficace verso quelle istituzioni o enti i cui siti non riportano sufficienti informazioni sul Sistema Agenziale inteso come rete comprendente l'APAT più le ARPA/APPA.

Per quanto riguarda **i siti regionali e provinciali** si è cercato di costruire degli item capaci di rilevare qualcosa di interessante sul rapporto tra i siti delle regioni e quelli delle Agenzie regionali per la protezione dell'ambiente (le ARPA).

Rapporto tra siti regionali/provinciali e ARPA/APPA

- Rilevanza delle ARPA/APPA (e del S.A.) all'interno dei siti regionali o provinciali:
 - 0) □ Non sono presenti informazioni sul Sistema Agenziale (APAT +ARPA/APPA) e neanche un link.
 - 1) □ E' presente solo un link al S.A.
 - 2) □ Sono presenti info sull' ARPA/APPA e un link.
 - 3) □ L'ARPA si delinea come "parte integrante" del sito regionale (è una sezione, una pagina del sito oppure un sottosito).

Se ci sono informazioni sulle ARPA/APPA o se il sito dell'Agenzia si delinea come parte integrante del sito della regione o provincia autonoma:

- Grado di raggiungibilità delle sue pagine all'interno del sito: numero di link che il navigatore deve attivare per entrare in contatto con l'ARPA/APPA dall'homepage:
 - 0) □ ARPA/APPA "nascosta" (4 o più click);
 - 1) □ Basso (3 click necessari per raggiungere la pagina dell'ARPA/APPA);
 - 2) □ Medio (2 click): link presente in una pagina collegata all'homepage;
 - 3) □ Alto (1 click): link in Homepage.

Sono stati scelti poi degli indicatori descrittivi del collegamento tra i vari **siti del Sistema Agenziale** (APAT, ARPA/APPA e Sinanet), quindi queste variabili sono state utilizzate solo per questo tipo di siti.

Interconnettività interna al Sistema Agenziale:

- Nel sito dell'APAT sono presenti link aggiornati a tutte le ARPA/APPA.
- Nel sito del Sinanet sono presenti link aggiornati a tutte le ARPA/APPA.
- Nei siti dell'**ARPA/APPA** - è presente il collegamento al sito:
 - □ APAT;
 - □ Sinanet;
 - □ Altre ARPA/APPA.

E infine una parte dedicata solamente ai **siti delle ARPA o APPA**, con una attenzione particolare al tipo di informazioni e di servizi presenti su questi siti web, e alla presenza di un eventuale link al sito regionale (o della provincia autonoma).

Informazioni utili presenti nei siti ARPA/APPA:

- La tipologia delle informazioni e dei servizi eventualmente erogati:
 - □ Recapiti fisici;
 - □ Recapito telefonico o fax;
 - □ Nomi del direttore e dei responsabili;
 - □ Attività ente;
 - □ Info sul Sistema Agenziale (APAT +ARPA/APPA);
 - □ E-mail per comunicazioni;
 - □ Newsletter;
 - □ Tariffario.

□ Presenza di un link al sito della regione o provincia autonoma.

Data la quantità di dati rilevati, in fase di analisi e di commento saranno esposti solamente i risultati più interessanti e significativi.

Capitolo 5

Analisi e commento dei dati emersi dalla rilevazione sui siti web

Premessa

In questo capitolo verranno commentati i dati emersi dalla rilevazione sui 61 siti web che sono stati analizzati tramite la scheda che abbiamo presentato al capitolo precedente, ricordiamo che la rilevazione sui siti è stata condotta nel mese di Aprile 2004.

Si è scelto di procedere per tipi diversi di siti, dando attenzione via via ai principali aspetti di interesse per la ricerca, ossia alle dimensioni dell'*Usabilità*, dell'*URP*, della *Fruibilità* e *Interattività* delle informazioni ambientali sino ai *contenuti* presenti nei diversi siti, non tralasciando ovviamente il commento delle variabili costruite “ad hoc” per le varie categorie di siti.

Verranno analizzati e confrontati prima i dati riferibili ai 19 siti delle Agenzie locali ARPA/APPA, poi quelli emersi dall'analisi dei siti delle Regioni (20 + 2 province autonome) e così di seguito sino a rivolgere una particolare attenzione al sito dell'APAT.

Successivamente per alcuni dati saranno proposti dei confronti tra i vari tipi di siti. Ad esempio verranno confrontati i valori medi rilevati sui siti delle ARPA regionali e provinciali con quelli del sito dell'APAT, ciò può essere utile a far emergere degli spunti per la costruzione di buone pratiche volte al miglioramento dei siti sia delle ARPA/APPA che dello stesso sito portale dell'APAT.

Sarà positivo, in quest'ottica prendere qualche indicazione utile emersa dall'analisi degli altri siti esterni al Sistema Agenziale.

Tabella riassuntiva dei siti internet analizzati divisi per tipologia:

<i>Tipologia di siti</i>	<i>Numero di siti</i>
Agenzie regionali o provinciali per la protezione dell'ambiente (ARPA / APPA)	19
Siti di tutte le regioni e delle province autonome di Trento e di Bolzano	22
I siti delle principali unioni di regioni (conferenza permanente dei presidenti delle regioni e delle province autonome), province (U.p.i.) e comuni (A.n.c.i.)	3
Siti di Enti scelti per la rilevanza delle tematiche ambientali	5
Siti Istituzionali considerati importanti per l'analisi della comunicazione pubblica su tematiche ambientali	9
Sito dell' APAT , del Sinanet e del portale italiano di comunicazione ambientale (www.envi.info)	3
<i>Totali dei siti analizzati</i>	<i>61</i>

5.1 I siti delle Agenzie regionali e provinciali per la protezione dell'ambiente (ARPA/APPa)

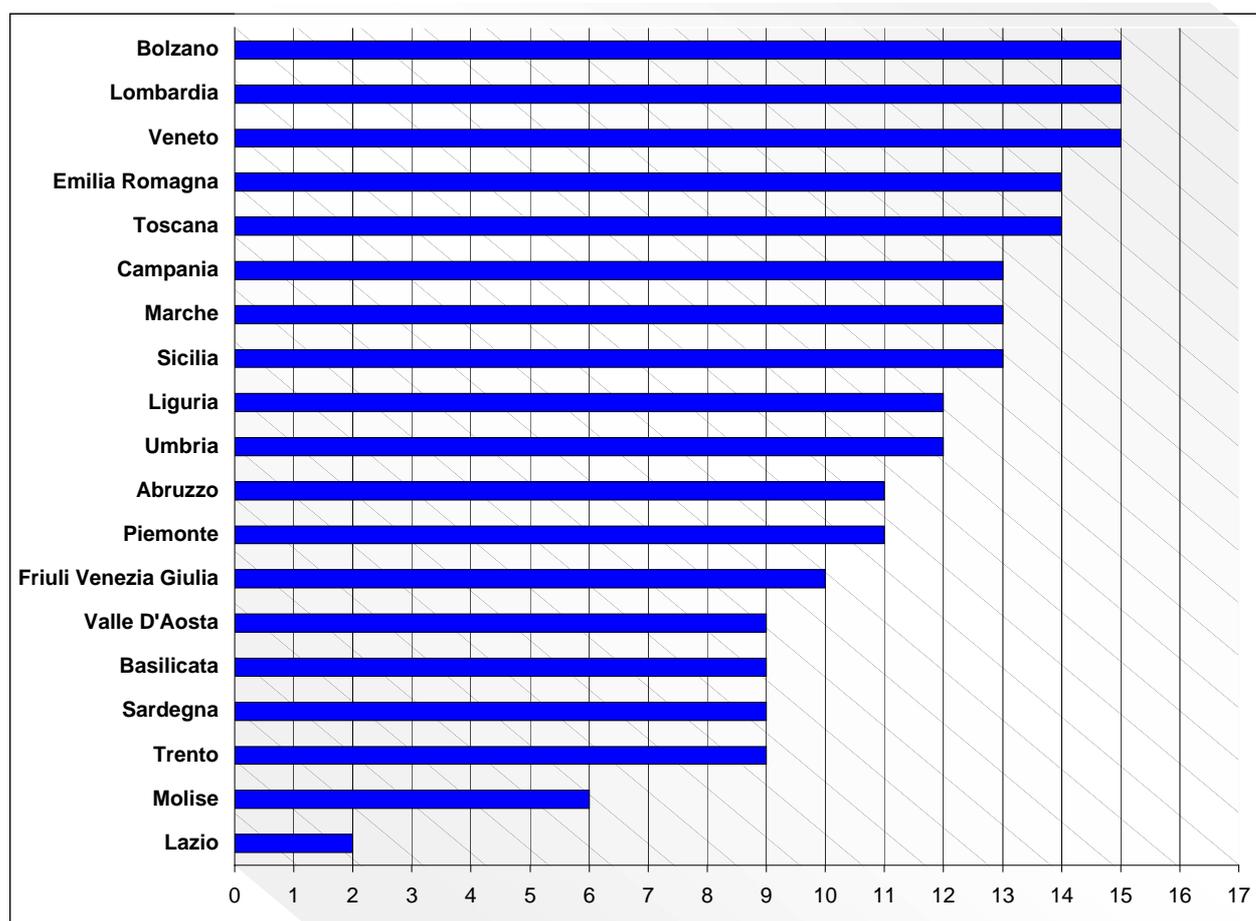
Usabilità

La prima dimensione analizzata per i siti delle ARPA (e lo sarà anche per i restanti siti) è quella dell'usabilità.

Ricordiamo che il punteggio risultante per questa componente è compreso tra 0 e 17 ed è fornito dalla presenza o assenza nel sito analizzato di 17 caratteristiche che si riferiscono ai tre aspetti, considerati fondamentali dell'usabilità, riguardanti rispettivamente: la grafica, la navigabilità e la modalità di scrittura (per ulteriori specificazioni si rimanda al par. 4.3).

Il grafico presentato nella pagina seguente rappresenta i siti analizzati per ordine di punteggio assegnato, dai più usabili ai meno usabili.

Usabilità dei siti delle Agenzie regionali per la protezione dell'ambiente



[0<Usabilità<17]

Per i siti delle Agenzie regionali per la protezione dell'ambiente (ARPA/APPA) vediamo attestarsi tra le prime posizioni, i siti delle ARPA "storiche" in particolare delle Agenzie della Lombardia, del Veneto, dell'Emilia Romagna e della Toscana e anche del sito dell'APPA provinciale di Bolzano.

Piuttosto negativa la situazione invece per Valle d'Aosta, Sardegna e Basilicata, per non parlare dei siti "in allestimento" di Molise e soprattutto Lazio. Da considerare come dato importante il ritardo delle Agenzie di Calabria e Puglia, che non si sono ancora dotate di un sito web.

Con un punteggio medio di 11,1 i siti delle ARPA regionali presentano nel complesso una usabilità sufficiente.

Per un'analisi più profonda possiamo considerare i valori medi che si riferiscono ai tre aspetti principali dell'usabilità:

Medie parziali dell'usabilità

Aspetti Grafici (0-6)	Navigabilità (0-9)	Mod. di scrittura (0-2)	Media Totale Usabilità
4,2	5.1	1,7	11,1

Se per quanto riguarda gli *aspetti puramente grafici* e la *modalità di scrittura* i siti presentano buoni risultati di usabilità, è invece l'importante aspetto della *navigabilità* a non risultare sufficiente (punteggio medio uguale a 5 su 9). In particolare solo in 6 dei 19 siti delle Agenzie regionali è presente una "mappa" che aiuti l'utente nella navigazione e in solo 9 risulta chiaro per l'utente capire "dove" si trova nel sito e quanto dista dall'homepage, non è presente nelle pagine una indicazione del percorso più lineare per raggiungere quella pagina partendo dalla pagina iniziale del sito. Sempre 9 sono i siti in cui l'utente viene avvertito di cosa succede se si compie un'azione, ad esempio capita che con un semplice click l'utente si trovi di fronte ad un download inaspettato del tutto ignaro del "peso" (in Kb) dei file che sta scaricando.

Infine solamente 3 siti offrono agli internauti un aiuto alla navigazione tramite ad esempio "help on line", f.a.q., call center.

Può essere utile a questo punto costruire una tabella in cui i siti delle Agenzie siano divisi per gradi di usabilità a seconda dei punteggi rilevati:

Usabilità: tabella riassuntiva

Molto bassa (0-5)	Bassa (6-9)	Sufficiente (10-11)	Medio alta (12-14)	Alta (15-17)
Lazio	Valle D'Aosta, Basilicata, Sardegna, Trentino e Molise	Friuli Venezia Giulia, Abruzzo e Piemonte	Umbria, Liguria, Sicilia, Marche, Campania, Toscana, Emilia Romagna	Veneto, Lombardia, Bolzano

Come è stato precedentemente sottolineato si è scelto di non classificare i punteggi più elevati (12-14 e 15-17) con le etichette “Alta” e “Molto alta”, in quanto siamo consapevoli che la scheda di rilevazione costruita non può pretendere di esaurire completamente tutti gli aspetti che comprendono l’usabilità dei siti .

Nel complesso sono 10 i siti che presentano caratteristiche di buona usabilità, tra questi, i punti di riferimento (almeno per l’usabilità) sono sicuramente i siti delle ARPA Veneto e Lombardia e della Agenzia provinciale di Bolzano.

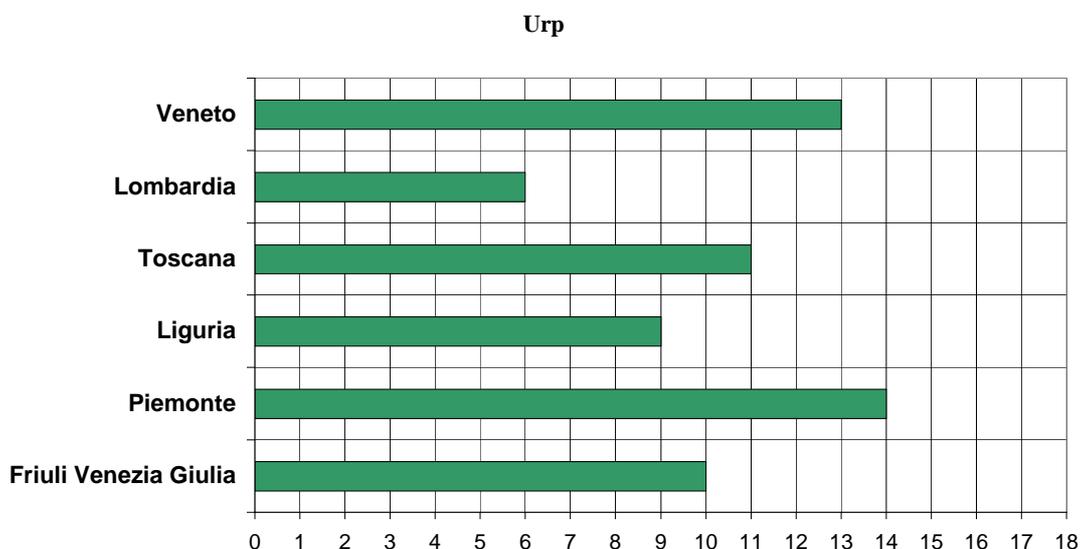
URP

Altra area che è stata considerata nella costruzione della scheda è quella relativa alla presenza dell’URP sui siti analizzati.

Per le Agenzie per la protezione dell’ambiente la situazione è abbastanza negativa, infatti solo 7 sono quelle in cui l’URP è presente nel sito.

Anche per l’URP, come precedentemente per l’usabilità, è possibile assegnare un punteggio che descriva sinteticamente la qualità delle pagine dedicate all’URP con la possibilità di classificare i siti.

Il punteggio è compreso tra 0 e 18, qui sotto viene presentato il grafico con i punteggi assegnati ai 7 siti:



[0<URP<18]

Tra i 6 siti delle Agenzie in cui sono presenti pagine dedicate all'URP, i 3 in cui le pagine "URP" sono più visibili, raggiungibili, interattive e in cui sono presenti maggiori informazioni risultano quelli dell'Agenzie del Piemonte, del Veneto e della Toscana.

In particolare, nei siti dell'Agenzie del Piemonte e del Veneto, l'URP è presente in una sezione strutturata appositamente e non come per gli altri casi solo come pagina informativa.

Per quanto riguarda la tipologia di informazioni presenti [Variabile numero 6 della scheda di rilevazione], bisogna rilevare che solo nel sito dell'ARPA Friuli Venezia Giulia viene indicato il nome del responsabile dell'URP. Nella maggior parte dei casi vengono indicati i recapiti fisici, gli orari di apertura dell'ufficio, mentre la missione e le attività dell'ente sono presenti solo in tre casi. Abbastanza scarsa nel complesso la presenza di contenuti informativi di tipo "interattivo", infatti al di là dei recapiti telefonici o e-mail, solo la metà dei siti (3 casi: Piemonte, Veneto e Toscana) presenta la possibilità di scaricare moduli poi da stampare e consegnare. Non viene data la possibilità di inviare moduli via e-mail e solo in un caso si può compilare moduli on-line (ARPA Veneto).

I siti migliori per gli aspetti che riguardano l'URP sono quelli delle Agenzie del Piemonte e del Veneto.

Fruibilità delle informazioni ambientali presenti nel sito

Altra dimensione che si è cercato di analizzare nella ricerca è stata quella della fruibilità delle informazioni ambientali presenti nel sito.

Buoni, nel complesso, i risultati della rilevazione, infatti la maggior parte dei siti si attesta su punteggi abbastanza alti con un punteggio medio di 7 a fronte di un massimo possibile uguale a 10.

Anche se era prevedibile non trovarsi di fronte a valori negativi, in quanto stiamo sempre parlando di siti internet di Agenzie per la protezione dell'ambiente.

Fruibilità: tabella riassuntiva

Molto bassa (0-2)	Bassa (3-5)	Sufficiente (6)	Alta (7-8)	Molto alta (9-10)
-	Valle D'Aosta	Friuli Venezia Giulia	Basilicata, Sardegna, Liguria, Marche, Trento, Molise Umbria, Campania, Toscana, Abruzzo, Sicilia, Piemonte e Bolzano	Veneto, Lombardia, Emilia Romagna

Fruibilità



[0<Fruibilità<10]

Se la visibilità e la raggiungibilità delle informazioni ambientali risultano essere abbastanza buone per la maggioranza dei siti, una nota negativa è presentata dal fatto che solo in pochi siti (5 su 19) gli argomenti sono presentati anche in lingua straniera, da questo punto di vista sono ancora da considerare come punti di riferimento i siti delle Agenzie di Veneto e Piemonte che offrono i loro contenuti in due o anche più lingue straniere.

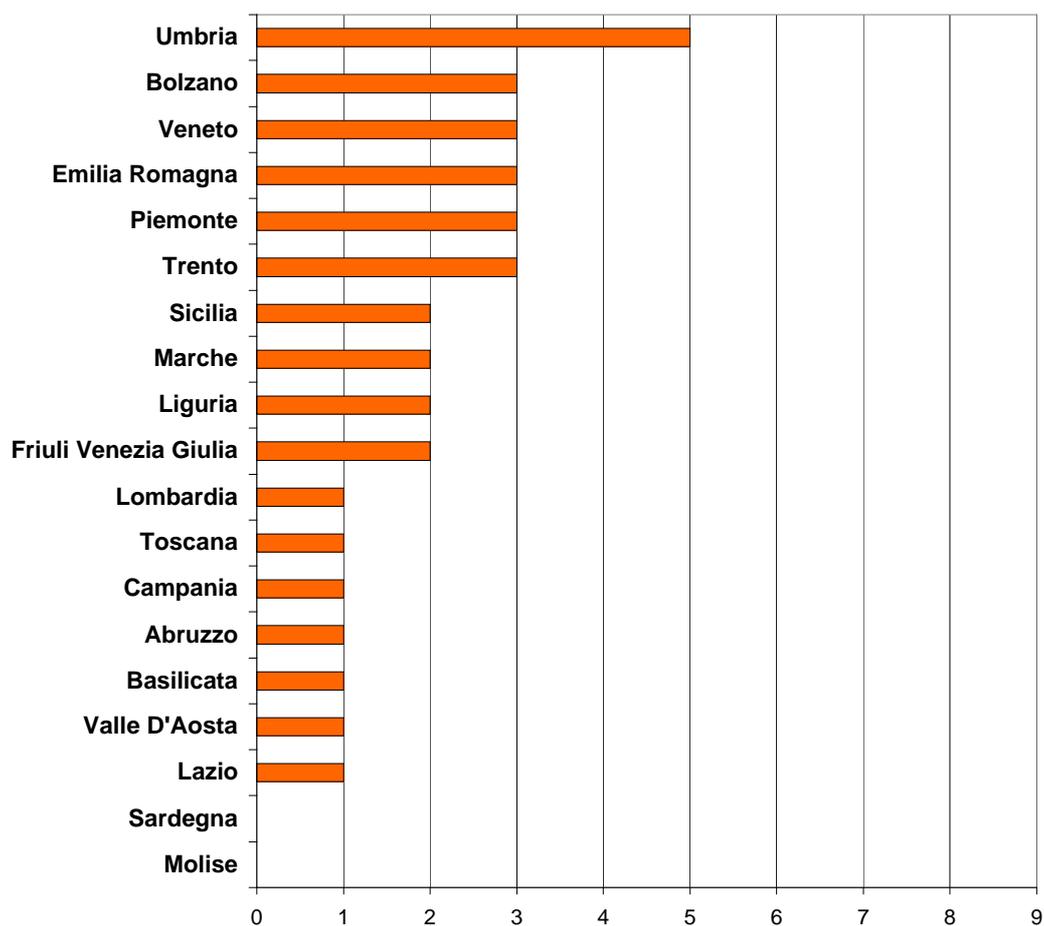
Interattività

Valori molto bassi sono stati rilevati per ciò che riguarda l'interattività dei siti delle Agenzie, non sono presenti servizi on line e al massimo è possibile scaricare i moduli da dover compilare e portare agli uffici (ciò è vero solo per 5 siti). Sono assenti strumenti che diano la possibilità di partecipazione a dibattiti su tematiche ambientali come forum o chat . Scarsissima la presenza di opzioni volte al monitoraggio e all'ascolto dell'utenza (ad esempio tramite la compilazione di sondaggi on line o l'esistenza di procedure di registrazione per la richiesta di informazioni particolari o di servizi specifici).

Interattività: tabella riassuntiva

Molto bassa (0-1)	Bassa (2-3)	Sufficiente (4-5)	Alta (6-7)	Molto alta (8-9)
Valle D'Aosta, Lombardia, Friuli Venezia Giulia, Basilicata, Sardegna, Molise, Campania, Toscan a, Abruzzo, Lazio	Emilia Romagna, Veneto, Trento, Bolzano, Liguria, Marche, Piemonte, Sicilia	Umbria		

Interattività

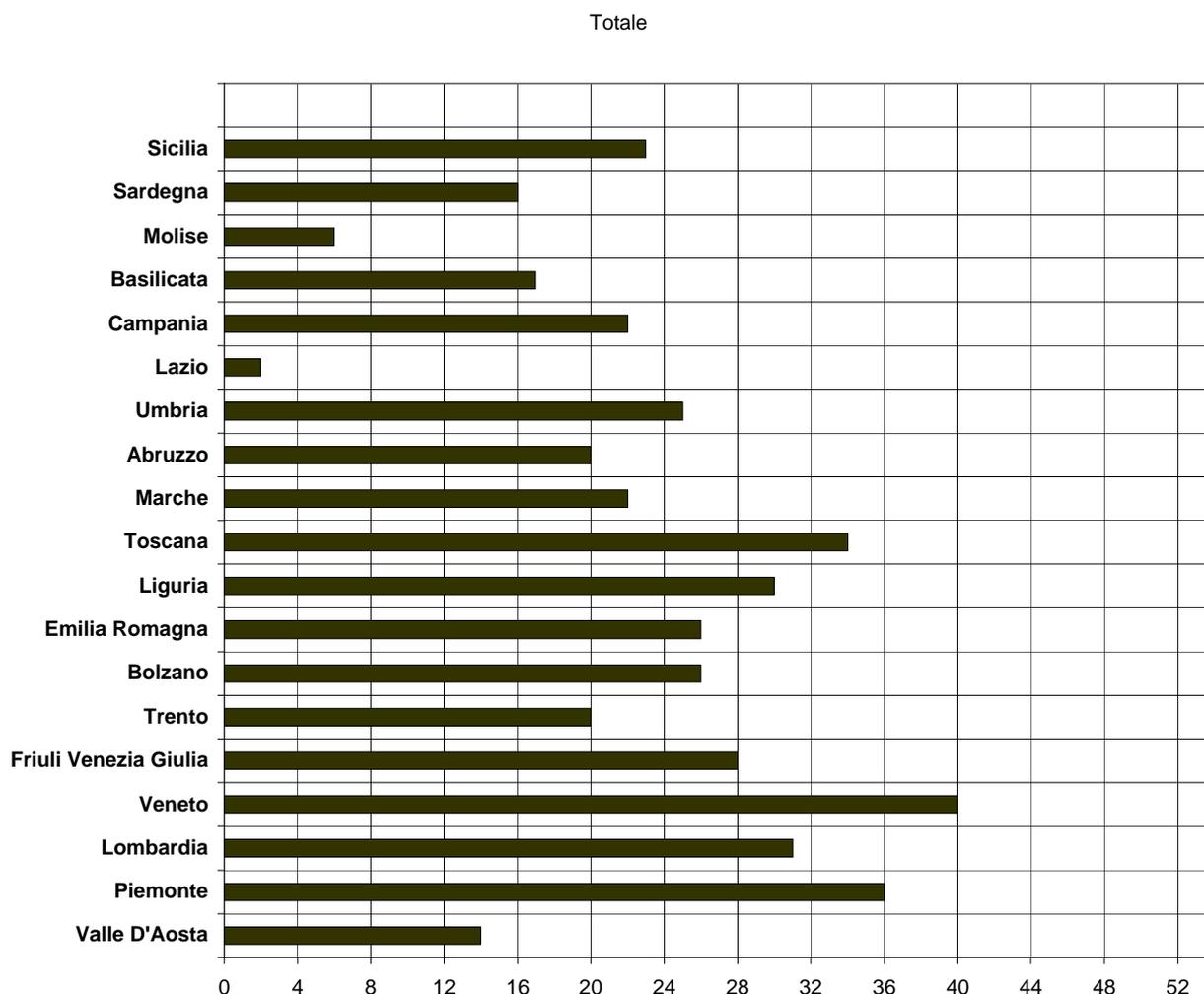


[0<Interattività<9]

L'unica Agenzia regionale ad offrire qualcosa in più per quanto riguarda l'interattività del sito è quella umbra (possibilità di scaricare moduli e presenza di procedure di registrazione dell'utenza).

Totali (ARPA/APPA):

Considerando adesso la somma dei punteggi rilevati sulle quattro aree, è possibile dare un giudizio sintetico sui siti delle singole Agenzie. Il grafico qui sotto rappresenta i punteggi sintetici delle ARPA.



[0<Totale<54]

Punteggio Medio: 26,7 (su 54)

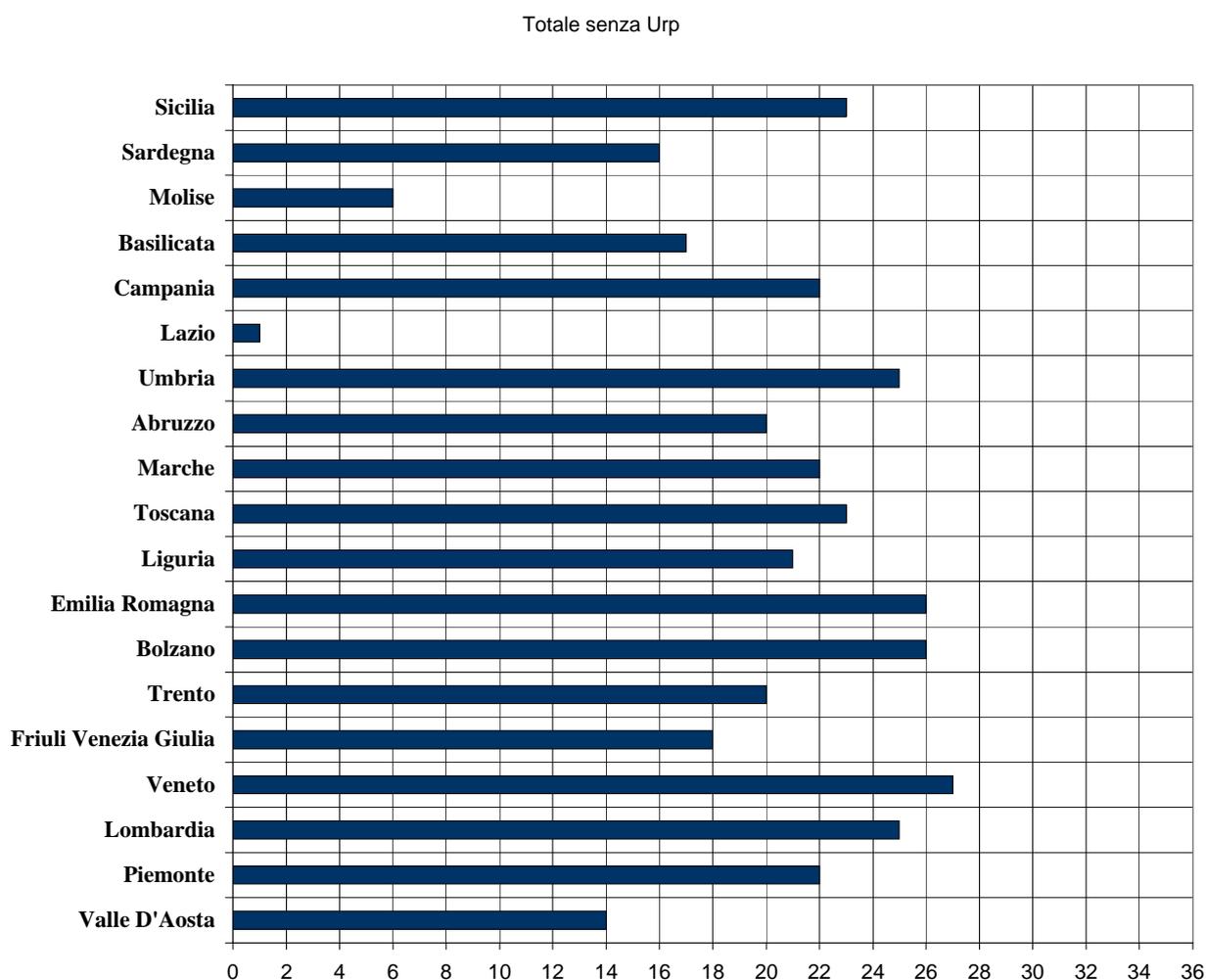
I siti da prendere come punto di riferimento sono quelli dell’Agenzia del Veneto, del Piemonte e della Toscana, seguiti da quelli della Liguria e del Friuli Venezia Giulia.

Il punteggio medio è 26,7; ma è influenzato dal valore minimo espresso dall’ARPA Lazio e dal fatto che nella maggior parte dei siti non è presente l’URP.

In ogni caso se consideriamo il punteggio medio totale senza considerare i totali relativi all’area “URP” questo è di 19,7 (su un massimo di 36), quindi il giudizio complessivo che emerge dalle variabili considerate sui siti delle Agenzie regionali per la protezione dell’ambiente non arriva alla sufficienza.

In particolare i 7 siti che dovrebbero essere migliorati in molte delle loro parti sono quelli delle Agenzie del Lazio, del Molise, della Val D'Aosta, della Sardegna, della Basilicata, dell'Abruzzo, della provincia autonoma di Trento. Occorre ricordare ancora che le Agenzie di Puglia e Calabria non si sono ancora dotate di uno spazio virtuale sulla rete.

Qui sotto viene presentato il grafico con i punteggi totali senza considerare la componente "URP":



[0<Totale<36]

Punteggio Medio: 19,7 (su 36)

In questa particolare classifica il sito di maggior interesse rimane quello dell'Agenzia del Veneto, seguito in questo caso da i siti delle Agenzie

dell'Emilia-Romagna, dell'Umbria, della Lombardia e della provincia autonoma di Bolzano.

Di seguito saranno analizzati i risultati rilevati sulle variabili legate ai contenuti presenti nei siti e alle informazioni utili presenti nei siti ARPA/APPA.

Contenuti della comunicazione ambientale e informazioni presenti nei siti delle Agenzie

Per ciò che concerne i contenuti presenti nei siti delle Agenzie la maggioranza dei siti presenta notizie (nel senso di “news”); informazioni su convegni o seminari; testi di leggi, norme e direttive; molto presenti, data la natura di queste Agenzie, anche dati ambientali, rapporti tecnici e monitoraggi.

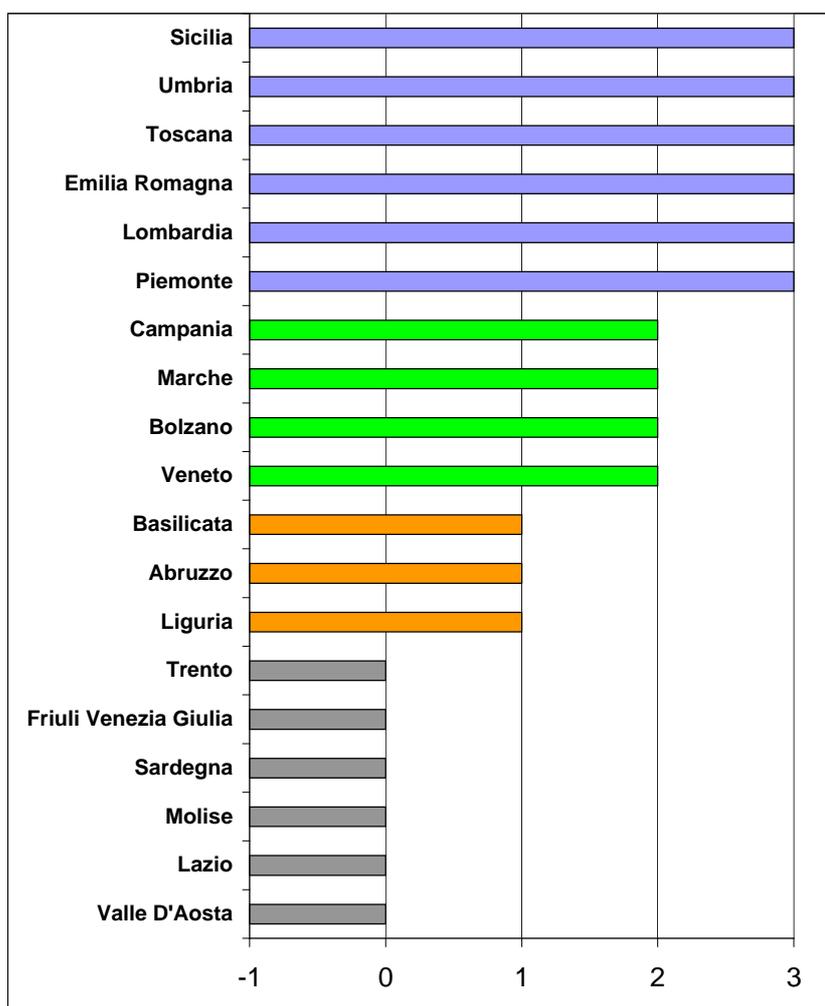
Nella tabella seguente sono riportati accanto alla tipologia dei contenuti il numero di siti in cui sono presenti.

Contenuti: tabella riassuntiva (valori sul totale dei 19 siti)

<i>Tipologia di contenuti presenti</i>	Numero di siti in cui sono presenti tali contenuti
Notizie	16
Campagne	11
Opportunità di lavoro o studio	13
Convegni, conferenze, incontri, seminari	14
Leggi, norme e direttive	18
Dati ambientali, rapporti tecnici e monitoraggi	15
Commenti	4

L'esposizione complessiva del messaggio è prevalentemente divulgativa, per quanto riguarda l'aggiornamento dei siti, 10 siti su 19 sono abbastanza aggiornati; il grafico seguente espone i risultati della rilevazione:

Aggiornamento del sito



[0= Il sito non viene aggiornato da più di 1 mese; 1= Il sito non viene aggiornato da più di 15 giorni (e meno di 30); 2= Il sito non viene aggiornato da più di 3 giorni (e da meno di 15 giorni); 3= Il sito è stato aggiornato negli ultimi 2 giorni]

Complessivamente solo in 6 dei siti analizzati, l'aggiornamento è stato effettuato molto recentemente (negli ultimi 2 giorni), in nove casi il sito non viene aggiornato da molto tempo e in particolare per 6 siti l'aggiornamento non viene fatto da più di un mese.

Il poco aggiornamento del sito è interpretabile come una scarsa attenzione verso le notizie fornite attraverso il mezzo informatico ed è da considerare come un indicatore negativo per l'immagine che l'Agenzia fornisce ai suoi possibili interlocutori.

I siti più aggiornati risultano essere quelli delle Agenzie della Lombardia, Toscana, Emilia Romagna, Sicilia, Umbria e del Piemonte.

Per ciò che concerne le informazioni utili presenti nei siti ARPA-APPA, nella tabella seguente sono presentati il numero di siti per tipo di informazioni e servizi presentati.

Informazioni: tabella riassuntiva (valori sul totale dei 19 siti)

<i>Tipologia di informazioni e dei servizi</i>	Numero di siti in cui sono presenti
Recapiti fisici	17
Recapito telefonico o fax	16
Nomi del direttore e dei responsabili	14
Attività ente	15
Info sul Sistema Agenziale (APAT/ ARPA-APPA)	2
E-mail per comunicazioni	17
Newsletter	4
Tariffario	8

Nella maggior parte dei siti vengono forniti i recapiti sia fisici che telefonici o e-mail, sono resi pubblici i nomi del direttore e dei responsabili e viene spiegata l'attività dell'Agenzia.

Solo 7 siti sui 19 analizzati presentano on-line il tariffario delle prestazioni dell'Agenzia, solo 2 siti (Piemonte e Emilia Romagna) presentano informazioni sul Sistema Agenziale.

Siti delle Agenzie in cui è presente il tariffario: Piemonte, Lombardia, Veneto, Friuli Venezia Giulia, Emilia Romagna, Liguria, Umbria.

Altri aspetti che sono stati considerati riguardano la presenza o no di determinati link nei siti, la presenza di collegamenti ai siti dell'APAT, del Sinanet, o di altre ARPA o APPA ci può dare un'idea sulla dimensione

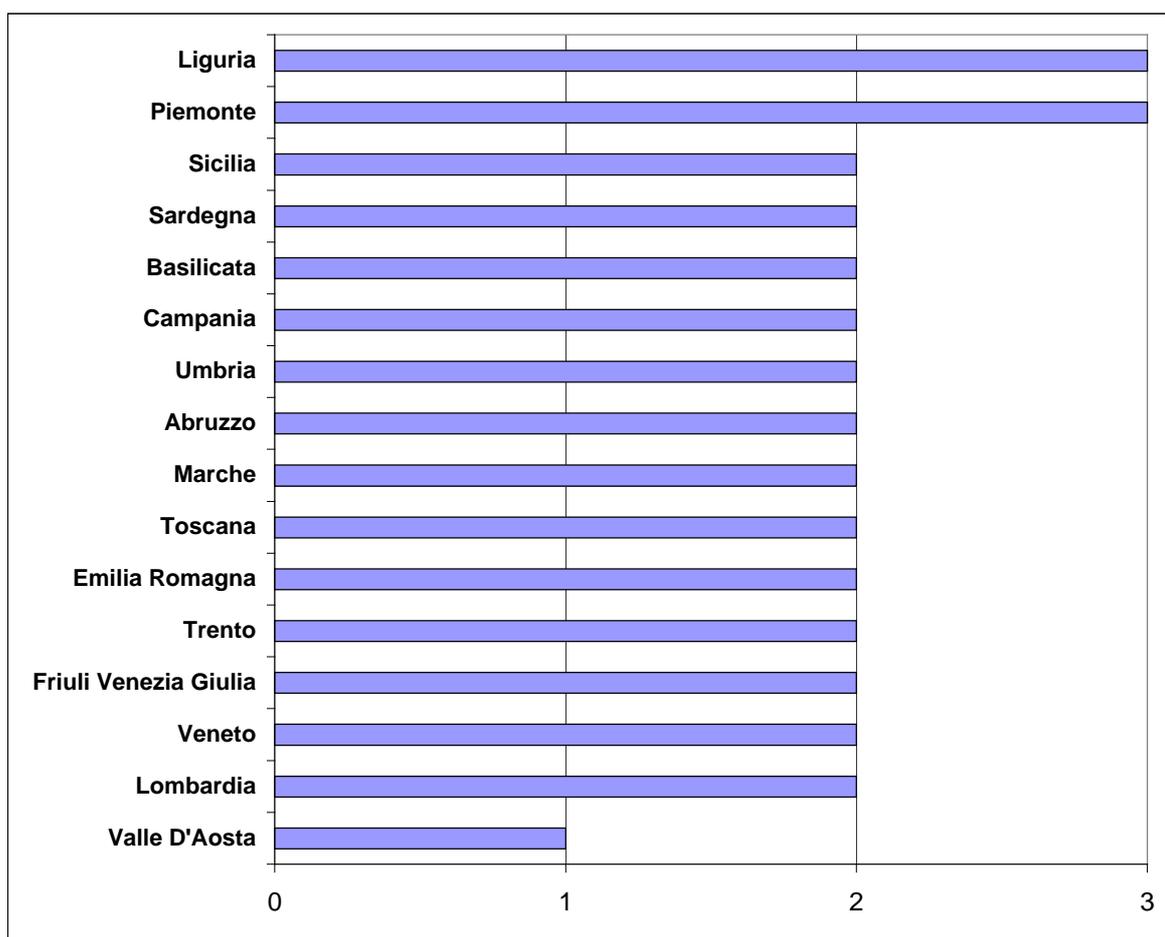
dell'interconnettività interna al Sistema Agenziale. Un altro collegamento considerato come importante è stato quello al sito della regione, essendo le ARPA istituite da leggi regionali. La maggior parte dei siti presenta il link alla regione, come anche al sito dell'APAT e ai siti di altre Agenzie locali per la protezione dell'ambiente. Qui di seguito è presentata una tabella sintetica sui link ai vari siti.

Links: tabella riassuntiva (valori sul totale dei 19 siti)

<i>Siti</i>	Numero di siti in cui sono presenti i link
APAT	14
Sinanet	5
Altre ARPA o APPA	14
Regione	14

E' possibile costruire un punteggio sintetico sulla dimensione dell'interconnettività interna al Sistema Agenziale in modo da poter confrontare i siti delle varie Agenzie regionali. Ciò può essere fatto sommando i valori associati alla presenza dei singoli link. Il punteggio totale varierà quindi da un minimo di 0 a un massimo di 3.

Interconnettività dei siti all'interno del Sistema Agenziale



[0<Totale<3]

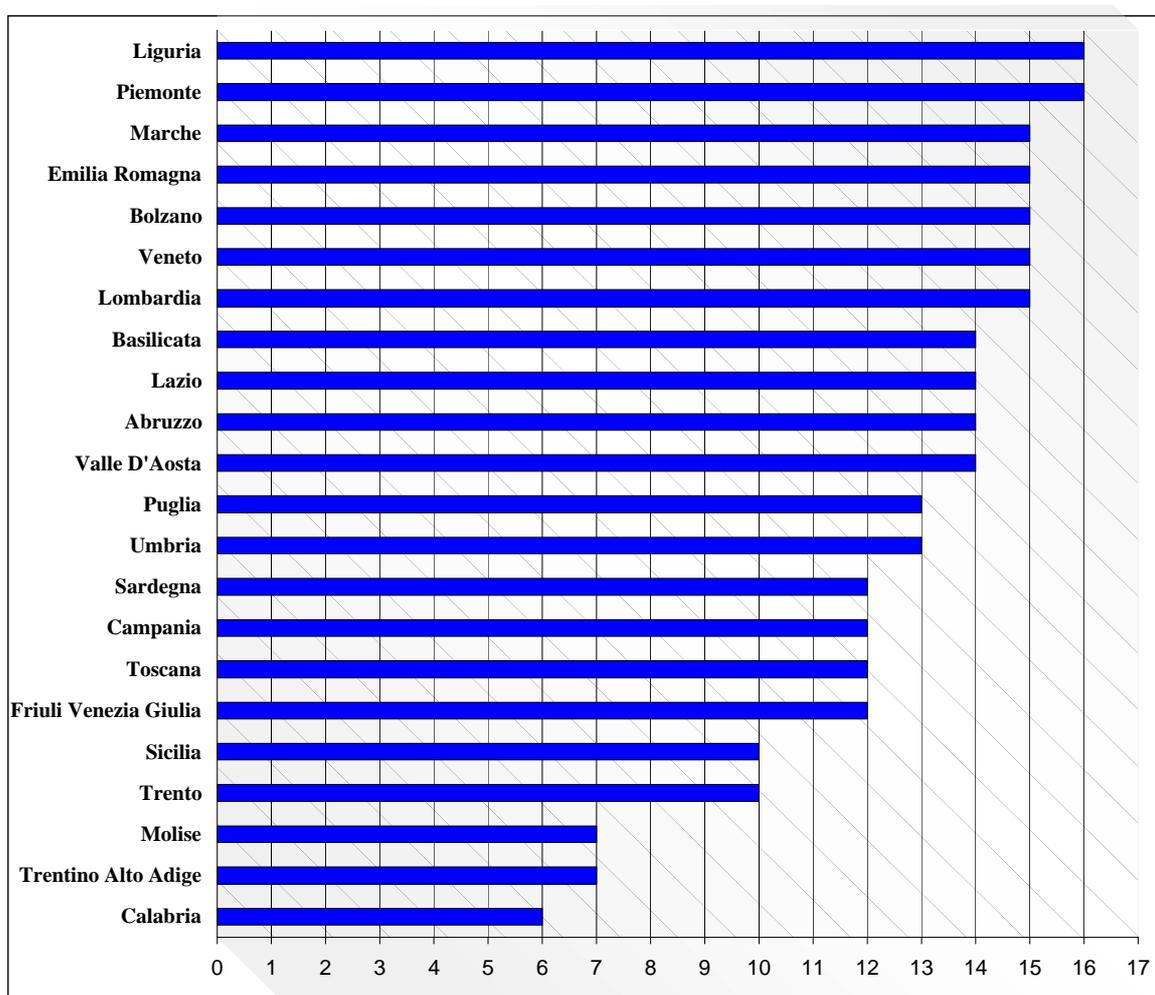
I due siti che presentano contemporaneamente il link sia al sito dell'APAT, che a quello del Sinanet oltre ai link di altre Agenzie regionali, sono quelli delle ARPA Piemonte e Liguria, che risultano quindi i meglio connessi con il Sistema Agenziale "on-line" nel suo complesso.

5.2 I siti delle regioni e delle province autonome

Usabilità

Rispetto alle Agenzie regionali per la protezione dell'ambiente i siti delle regioni³¹ risultano essere nel complesso più professionali, il punteggio medio dell'usabilità è in questo caso di 12,6 (invece di 11,1).

Usabilità dei siti regionali



[0<Usabilità<17]

³¹ Per le regioni Toscana, Marche ed Umbria l'analisi è stata condotta su sottositi a carattere ambientale collegati comunque direttamente al sito regionale, in particolare:

- sottosito ambientale della regione Toscana: <http://www.rete.toscana.it/sett/pta/>
- sottosito ambientale della regione Marche: <http://www.ambiente.marche.it/>
- sottosito ambientale della regione Umbria: <http://www.cridea.it/index.php>

I siti più usabili risultano essere quelli di Liguria e Piemonte seguiti ad una lunghezza da i siti di Marche, Emilia Romagna, Veneto, Lombardia e della provincia autonoma di Bolzano.

I meno usabili sono quelli della regione Calabria, del Molise e del Trentino Alto Adige.

Nella tabella seguente vengono indicati i valori medi dei tre aspetti che compongono l'usabilità, calcolati su tutti i siti regionali

Medie parziali dell'usabilità

Aspetti Grafici (0-6)	Navigabilità (0-9)	Mod. di scrittura (0-2)	Media Totale Usabilità
4,3	6,5	1,8	12,6

I siti regionali presentano nel complesso sufficienti valori per quanto riguarda gli *aspetti grafici* analizzati, anche se solo in 12 siti sui 22 vi è coerenza nelle pagine del sito tramite l'uso di elementi uguali o simili, a fronte di ciò, elementi positivi risultano essere l'assenza del fastidioso scrolling orizzontale e la presenza di link immediatamente riconoscibili.

Valori mediamente sufficienti per l'aspetto della *navigabilità* dei siti, anche se con alcune considerazioni critiche da fare:

- troppo pochi sono i siti (13 su 22) che presentano come modalità di navigazione, oltre ai normali link, anche una mappa funzionante;
- solo nella metà dei siti analizzati (11 su 22) risulta sempre chiaro per l'utente capire dove si trova nel sito e quanto "dista" dall'homepage, non è quindi presente una indicazione sintetica del percorso del tipo: Home→Sezione "Ambiente"→Sottosezione "Norme ambientali"→Pagina specifica di una norma ambientale;

- in pochi casi (solo in 9 siti) è presente un aiuto alla navigazione tramite ad esempio F.A.Q., help on line, call center o altre modalità;
- sempre troppo pochi in tutto sono i siti (12 su 22) in cui l'utente viene sistematicamente avvertito di cosa accade se si compie un'azione, ad esempio risulta chiaro che clickando un area o un testo si avvia un download e contemporaneamente viene fornito il "peso" in Kb dei file da scaricare.

Le *modalità di scrittura* dei contenuti dei siti risultano essere molto usabili, viene privilegiato nella maggior parte dei casi uno stile di scrittura sintetico e con paragrafi brevi, con la presenza in ogni pagina di un titolo ben visibile, chiaro e coerente con il dettaglio.

Nella seguente tabella vengono divisi i siti delle regioni per livello di usabilità.

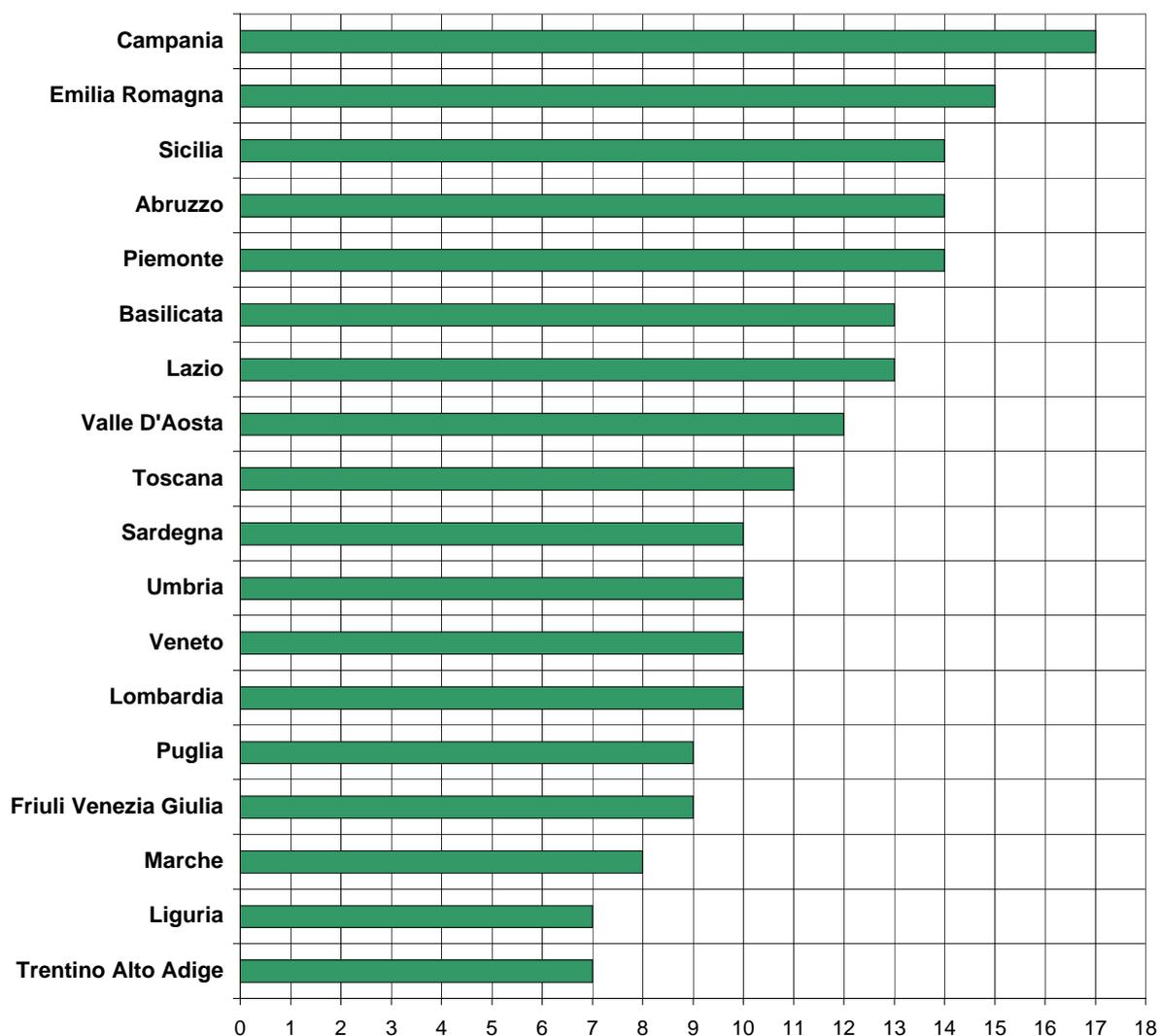
Usabilità: tabella riassuntiva per i siti regionali

Molto bassa (0-5)	Bassa (6-9)	Sufficiente (10-11)	Medio alta (12-14)	Alta (15-17)
	Calabria, Molise, Trentino Alto Adige.	Trento e Sicilia	Valle D'Aosta, Lazio Basilicata, Sardegna, Puglia, Umbria, Campania, Toscana, Friuli Venezia Giulia, Abruzzo	Liguria, Marche, Veneto, Lombardia, Emilia Romagna, Piemonte e Bolzano

URP

Passiamo ora ad analizzare i dati relativi agli URP dei siti regionali, partendo dalla prima considerazione che l'URP non è presente solamente nei siti delle

province autonome di Trento e di Bolzano (mentre è presente, anche se solo come pagina informativa nel sito della regione Trentino Alto Adige) e in quelli delle regioni Molise e Calabria che, come abbiamo visto precedentemente, sono risultati anche i siti con il minore grado di usabilità.



[0<URP<18]

Complessivamente i siti che presentano i migliori valori per quanto riguarda gli aspetti legati all'URP on line sono quelli delle regioni Campania, Emilia Romagna, Sicilia, Piemonte e Abruzzo.

Può essere utile fare una divisione dei siti regionali tra quelli in cui l'URP è presente solo come pagina informativa e quelli in cui è inserito in una sezione strutturata appositamente:

URP: visibilità all'interno del sito regionale

URP presente come pagina informativa	URP presente in una sezione strutturata appositamente
Lombardia, Veneto, Friuli Venezia Giulia, Trentino Alto Adige, Liguria, Marche, Puglia	Valle D'Aosta, Piemonte, Emilia Romagna, Toscana, Abruzzo, Umbria, Lazio, Campania, Basilicata, Sardegna, Sicilia

Il grado di raggiungibilità delle pagine URP è abbastanza alto nella media, infatti in ben 11 siti sui 18 in cui è presente l'URP, l'utente trova il link alle pagine URP direttamente nell'Homepage (quindi occorre un click solo per raggiungerle). In 4 casi il link alle pagine dell'URP è presente in una pagina collegata all'Homepage e solo in 3 casi (regioni: Trentino Alto Adige, Liguria e Lazio) occorrono sino a 3 click per accedere alle pagine URP.

Per quanto riguarda la tipologia di informazioni presenti [Var. 6 della scheda di rilevazione], bisogna rilevare che in tutti e 18 i siti sono indicati i recapiti fisici dell'ufficio, mentre in soli 8 casi vengono indicati i nomi dei responsabili o degli addetti al front-office, in 11 siti sono indicati gli orari di apertura dell'ufficio ed è presente una guida ai servizi o alla modulistica, nella maggior parte dei casi (15) viene indicata la missione e l'attività dell'ufficio, ma in pochi (6) viene indicata l'attività dell'ente.

Il grado di interattività delle pagine URP risulta nel complesso abbastanza basso infatti a parte l'indicazione di un recapito telefonico ed e-mail, pochi sono i siti (rispettivamente 7 e 8) in cui dalle pagine "URP" è possibile scaricare modulistica o anche inviare moduli on line. Del tutto assenti nelle pagine dedicate all'URP dei siti regionali modalità che permettano all'utente di interagire direttamente on line con l'ufficio, come ad esempio forum e chat.

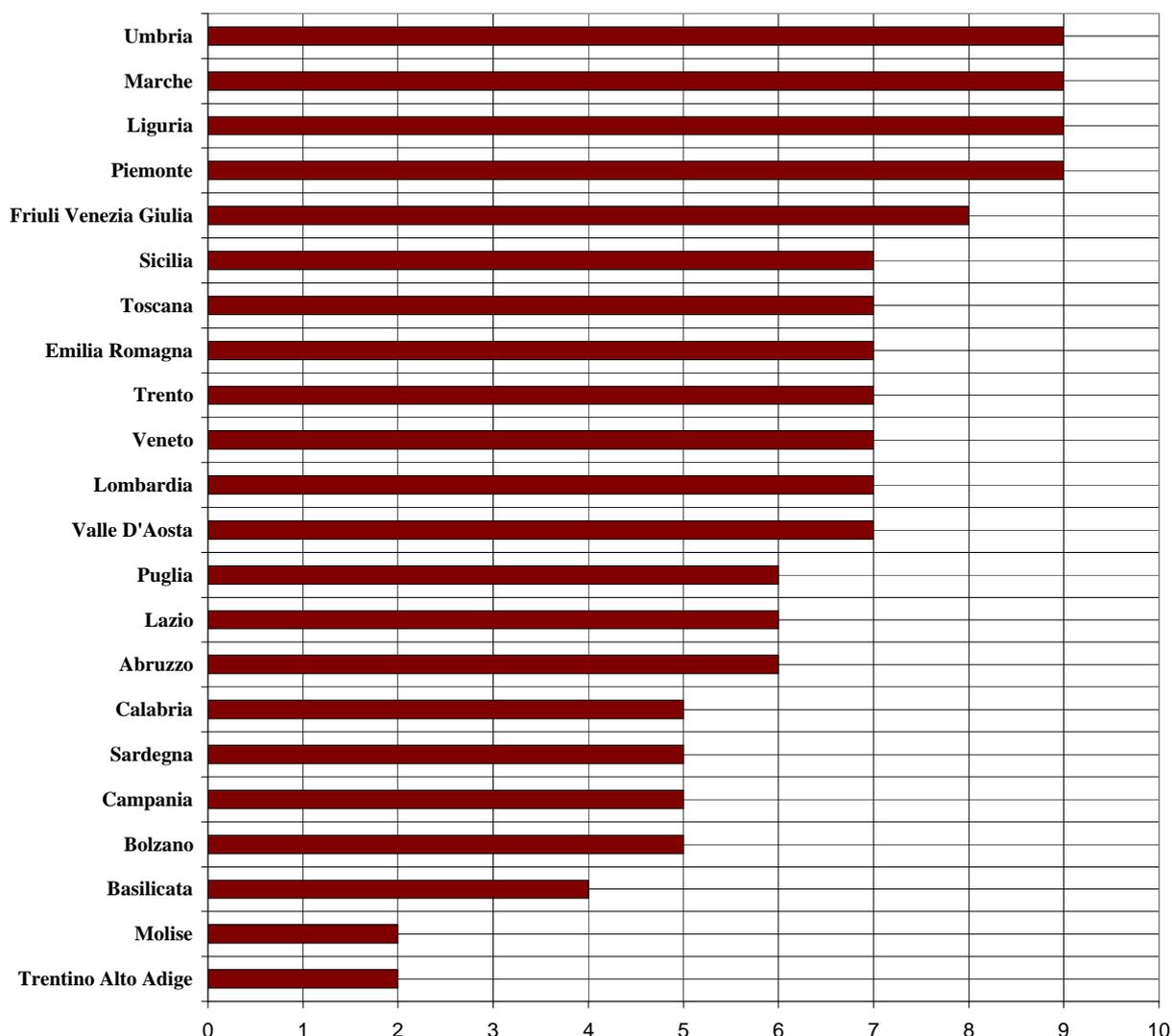
Fruibilità delle informazioni ambientali presenti nel sito

Sufficienti nel complesso i risultati della rilevazione sulla fruibilità delle informazioni ambientali, infatti sono di più i siti che fanno rilevare punteggi abbastanza alti, con una media uguale a 6,3.

Fruibilità: tabella riassuntiva per i siti regionali

Molto bassa (0-2)	Bassa (3-5)	Sufficiente (6)	Alta (7-8)	Molto alta (9-10)
Trentino Alto Adige, Molise	Basilicata, Puglia, Lazio, Campania, Abruzzo, Sardegna, Calabria, Bolzano		Friuli Venezia Giulia, Sicilia, Emilia Romagna, Toscana, Valle D'Aosta, Lombardia, Veneto, Trento	Liguria, Marche, Umbria, Piemonte,

Fruibilità per i siti regionali



[0<Fruibilità<10]

Punteggio Medio: 6,3

I siti che hanno fatto evidenziare una maggiore attenzione verso le tematiche ambientali, favorendo la visibilità e la raggiungibilità dei contenuti riguardanti l'ambiente risultano essere quelli delle regioni Liguria, Marche, Piemonte, Umbria e del Friuli Venezia Giulia.

Analizzando nel particolare le variabili che caratterizzano il concetto di fruibilità è possibile osservare che per quanto riguarda la visibilità delle informazioni ambientali, nonostante in ben 18 siti è presente una sezione

“ambientale” solo in 8 di questi viene utilizzato un colore differente dalle altre sezioni del sito. Senza contare che in ben 4 siti regionali (Trentino Alto Adige, Basilicata, Molise e Sardegna) non è presente proprio una sezione ambientale. La raggiungibilità dei contenuti ambientali nel sito, nella maggior parte dei casi risulta essere abbastanza buona, infatti per 19 siti analizzati occorrono al massimo 2 click dall’homepage per accedere ad informazioni di questo tipo.

Come è già stato rilevato per i siti delle ARPA/APPA, un aspetto negativo è quello che si riferisce alla disponibilità di contenuti ambientali in più lingue: ben 9 siti riportano i loro contenuti solamente in lingua italiana. I migliori da questo punto di vista sono i siti delle regioni Piemonte, Liguria, Marche e Sardegna che offrono i loro contenuti in 2 o anche più lingue straniere.

Interattività

Non sono molto diffuse nei siti regionali modalità che permettano un sufficiente grado di interattività dei servizi e di scambio di informazioni con gli utenti. Nella maggior parte dei casi per quanto riguarda i servizi offerti online, i siti si limitano ad offrire la possibilità di ottenere, tramite un’operazione di download, la modulistica necessaria per avviare alcune pratiche e procedimenti, moduli che una volta compilati dovranno essere sempre portati “fisicamente” agli uffici competenti.

In pochi casi (3 siti: Abruzzo, Campania e Basilicata) viene data la possibilità di compilare moduli online e solamente in un sito, quello della regione Toscana, viene offerto un servizio completamente online riguardante, in particolare, la procedura di valutazione di impatto ambientale (V.I.A.).

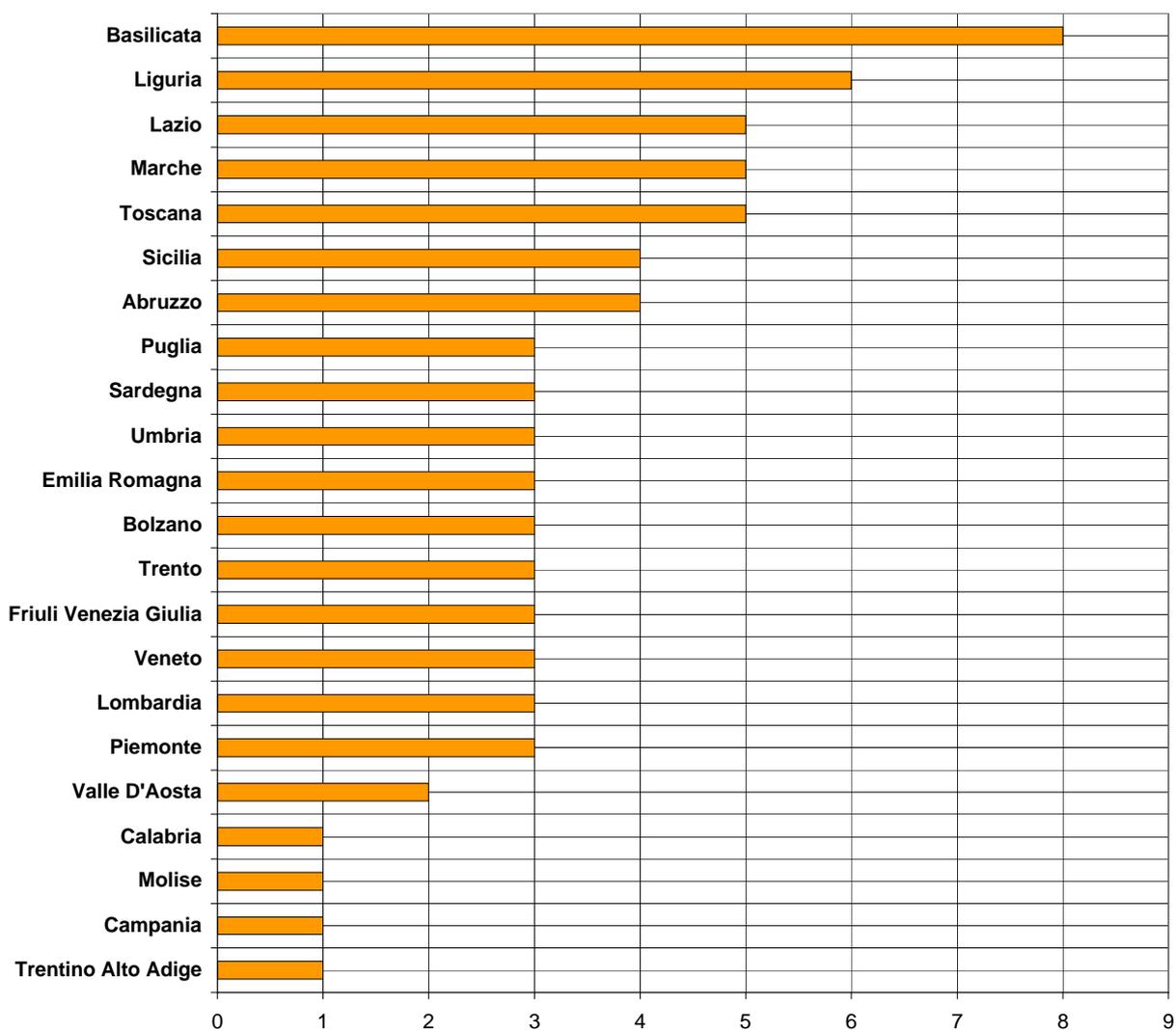
Quasi mai viene offerta agli utenti la possibilità di partecipazione diretta a dibattiti su tematiche ambientali tramite forum o chat (ciò avviene solo nei siti delle regioni Liguria, Marche, Basilicata). In pochi casi sono inseriti online

dei questionari volti ad attuare dei sondaggi d'opinione tra gli utenti e solo in 6 siti regionali esistono delle procedure di registrazione degli utenti per la richiesta di informazioni o di servizi particolari, come ad esempio l'iscrizione alla newsletter.

Interattività: tabella riassuntiva per i siti regionali

Molto bassa (0-1)	Bassa (2-3)	Sufficiente (4-5)	Alta (6-7)	Molto alta (8-9)
Trentino Alto Adige, Campania, Molise, Calabria	Valle D'Aosta, Piemonte, Lombardia, Veneto, Friuli Venezia Giulia, Trento, Bolzano, Emilia Romagna, Umbria, Sardegna, Puglia	Toscana, Marche, Abruzzo, Lazio, Sicilia	Liguria	Basilicata

Interattività per i siti regionali



[0<Interattività<9]

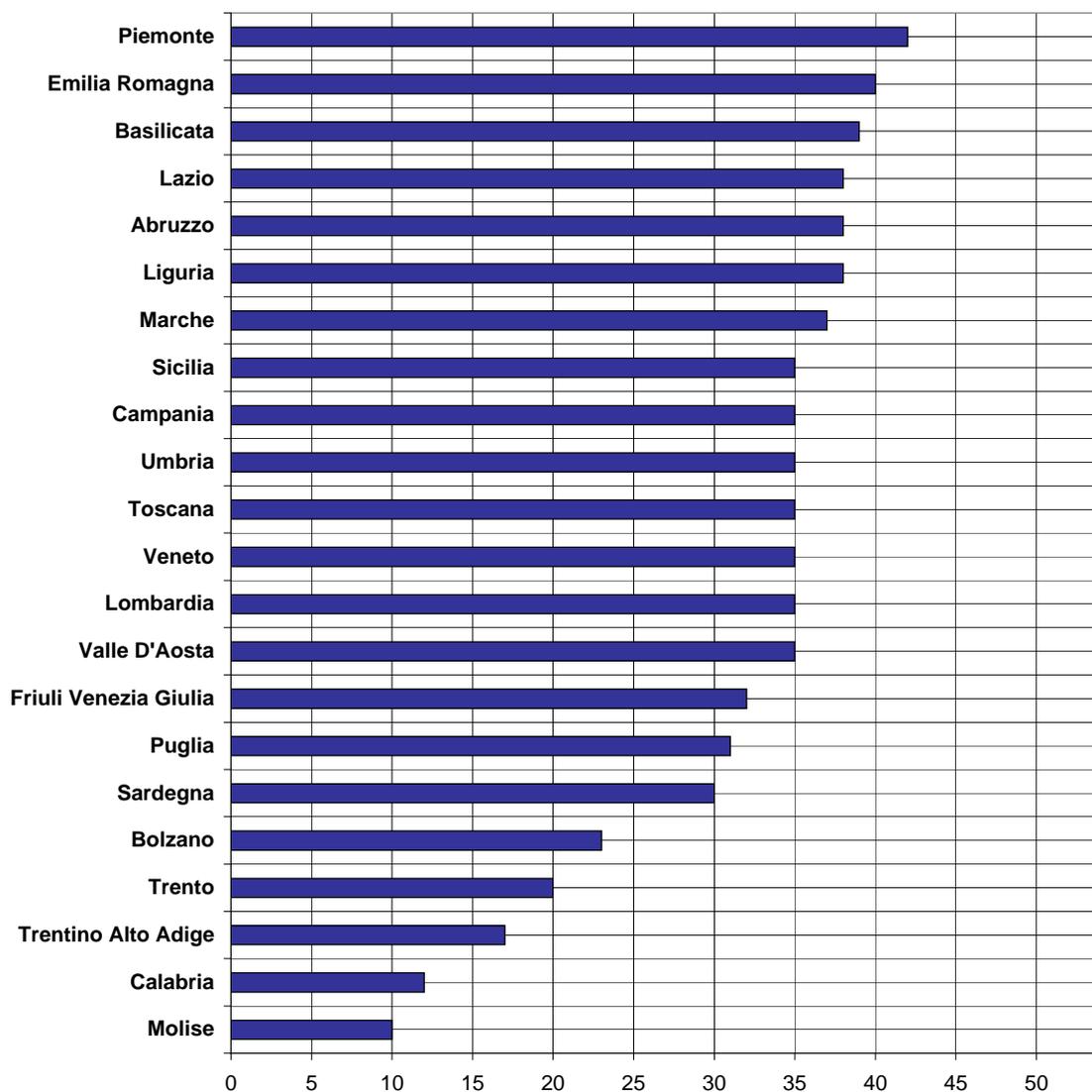
Punteggio Medio: 3,3 (su 9)

I siti migliori per quanto riguarda la componente dell'interattività sono quindi quelli delle regioni Basilicata e Liguria, sufficienti da questo punto di vista, anche i siti internet di Toscana, Marche, Abruzzo, Lazio e Sicilia.

Totali:

Sommando i punteggi rilevati sulle quattro aree (Usabilità; URP; Fruibilità; Interattività), si può dare un giudizio sintetico sui siti delle singole regioni, così come è stato precedentemente fatto per i siti delle Agenzie regionali.

Il grafico qui sotto rappresenta i punteggi sintetici dei siti regionali:



[0<Totale<54]

Punteggio Medio: 31,5 (su 54)

Per quanto riguarda la comunicazione ambientale il sito regionale che è risultato migliore considerando le quattro dimensioni è quello della regione Piemonte, seguito da Emilia Romagna e Basilicata. Buoni risultati sono stati ottenuti anche dai siti delle regioni Lazio, Abruzzo, Liguria e Marche. Per quanto riguarda in particolare queste ultime due regioni, i buoni risultati sono confermati anche dal rapporto “Regioni on line 2004”, un’analisi sulla comunicazione istituzionale condotta dal Com.Pu.Lab. (Laboratorio di ricerca

e documentazione in Comunicazione pubblica) dell'Università degli Studi di Palermo. Secondo questo rapporto i siti delle regioni Marche e Liguria sono ai primi due posti e guidano la graduatoria 2004 dei siti regionali classificati secondo la loro capacità comunicativa.³²

Ritornando alla nostra ricerca i punteggi più bassi sono stati rilevati per le regioni Molise e Calabria, anche se, il giudizio su questi siti viene influenzato dal fatto che questi ultimi non presentano nessuna pagina "URP" on line.

Contenuti della comunicazione ambientale dei siti regionali

Nella maggioranza dei siti delle regioni i contenuti ambientali riguardano principalmente notizie, leggi e direttive a carattere ambientale e in misura minore campagne per la prevenzione e per la tutela del territorio, informazioni su convegni o seminari tematici e dati ambientali (spesso all'interno di rapporti tecnici).

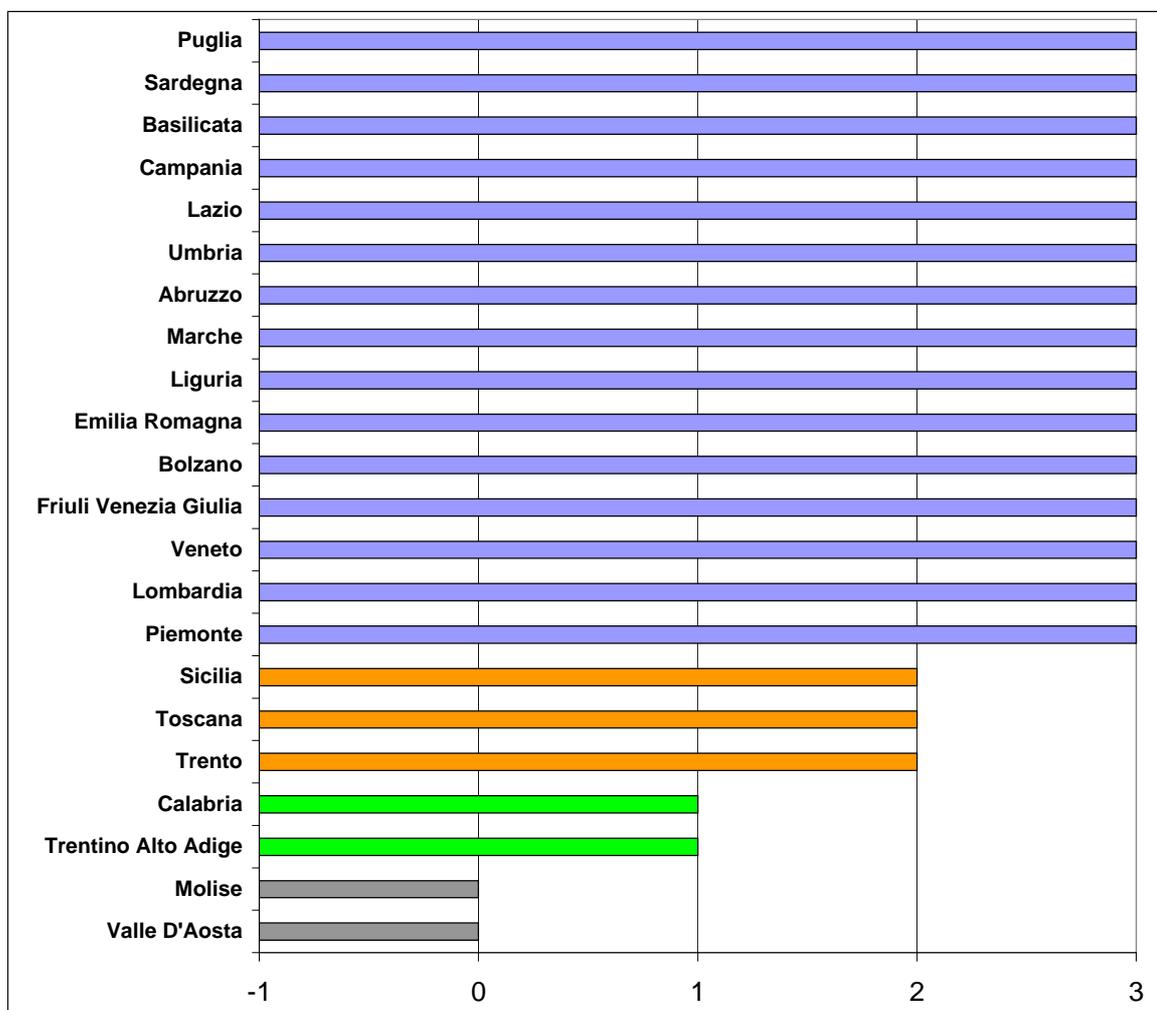
Contenuti: tabella riassuntiva (valori sul totale dei 22 siti)

<i>Tipologia di contenuti presenti</i>	Numero di siti in cui sono presenti
Notizie	19
Campagne	16
Opportunità di lavoro o studio	1
Convegni, conferenze, incontri, seminari	16
Leggi, norme e direttive	21
Dati ambientali, rapporti tecnici e monitoraggi	16
Commenti	13

³² L'analisi sulla comunicazione istituzionale dei siti internet delle 20 regioni italiane è stata effettuata valutando la capacità comunicativa dei siti sulla base di una teoria multidimensionale della comunicazione elaborata da uno degli autori della ricerca, Stefano Martelli, professore ordinario di Teoria e Tecniche della Comunicazione Pubblica. (Fonte Gabriella Polizzi – segreteria scientifica, documentazione e archivio del Com.Pu.Lab- su URPnews@list.nextr.it)

L'esposizione del messaggio è di tipo divulgativo e nel complesso i siti delle regioni vengono aggiornati costantemente, anche se ci sono delle eccezioni, come nel caso dei siti di Molise e Valle D'Aosta i cui contenuti "ambientali" non vengono aggiornati da più di 1 mese.

Aggiornamento del sito



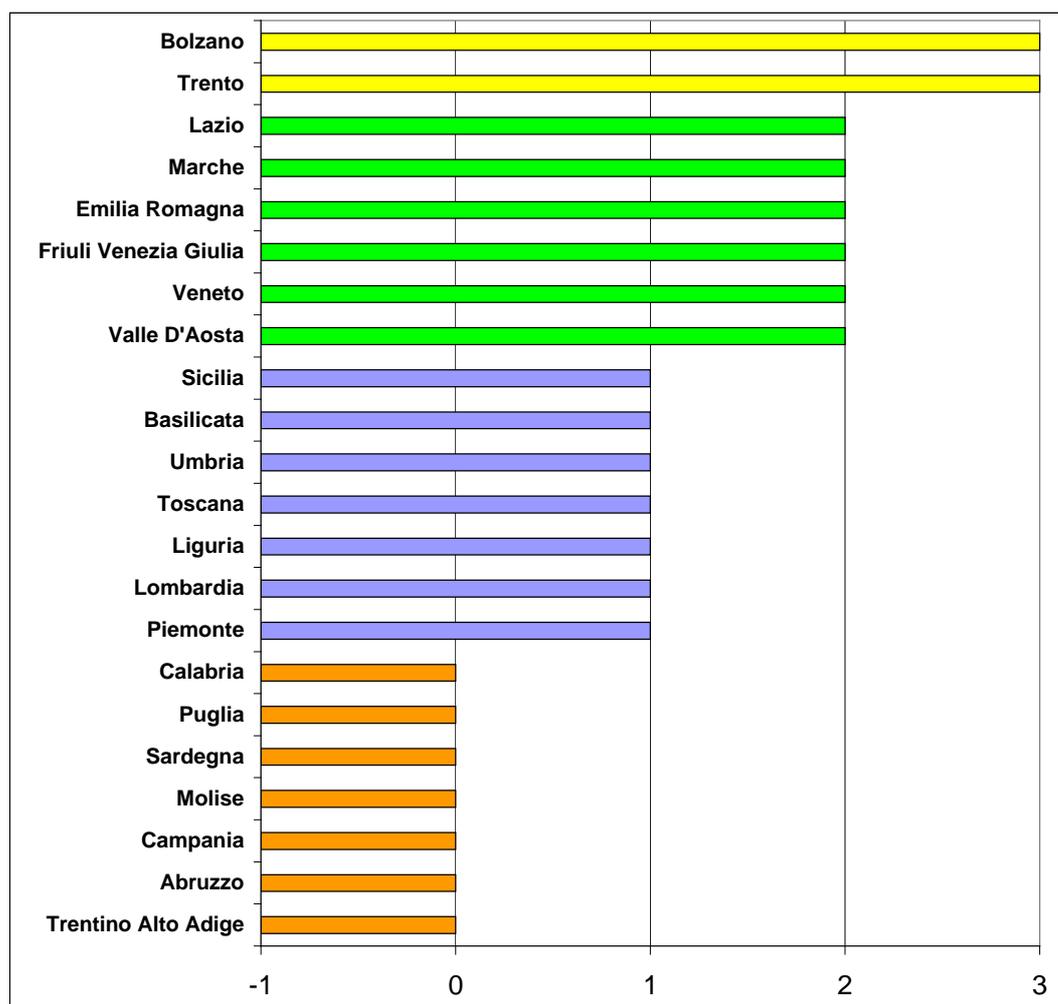
[0= Il sito non viene aggiornato da più di 1 mese; 1= Il sito non viene aggiornato da più di 15 giorni (e meno di 30); 2= Il sito non viene aggiornato da più di 3 giorni (e da meno di 15 giorni); 3= Il sito è stato aggiornato negli ultimi 2 giorni]

Rapporto tra siti regionali/provinciali e ARPA/APPA:

Le ultime due variabili inserite nella scheda di rilevazione adottata per l'analisi dei siti regionali, sono state costruite per cercare di comprendere quale sia l'importanza che viene data alle Agenzie regionali o provinciali per la protezione dell'ambiente (ARPA/APPA) all'interno dei siti regionali o provinciali (province di Trento e Bolzano), ad esempio se siano presenti informazioni sulle Agenzie nelle pagine dei siti regionali e il grado di raggiungibilità di queste informazioni all'interno dei siti regionali.

Per i due siti delle province autonome di Trento e di Bolzano, l'APPA si delinea come "parte integrante" rappresentando un vero e proprio sottosito del sito provinciale. Nei siti delle regioni Lazio, Marche, Emilia Romagna, Friuli Venezia Giulia, Veneto e Valle D'Aosta sono presenti informazioni sulle ARPA e un link ad esse. Mentre nei siti regionali di Piemonte, Lombardia, Toscana, Umbria, Basilicata, Sicilia è presente solo un link al Sistema Agenziale (inteso come ARPA e APAT) senza ulteriori informazioni. Nei rimanenti siti regionali, quindi nei siti di ben 7 regioni (grafico successivo) non sono presenti ne informazioni e neanche un link ai siti del Sistema Agenziale.

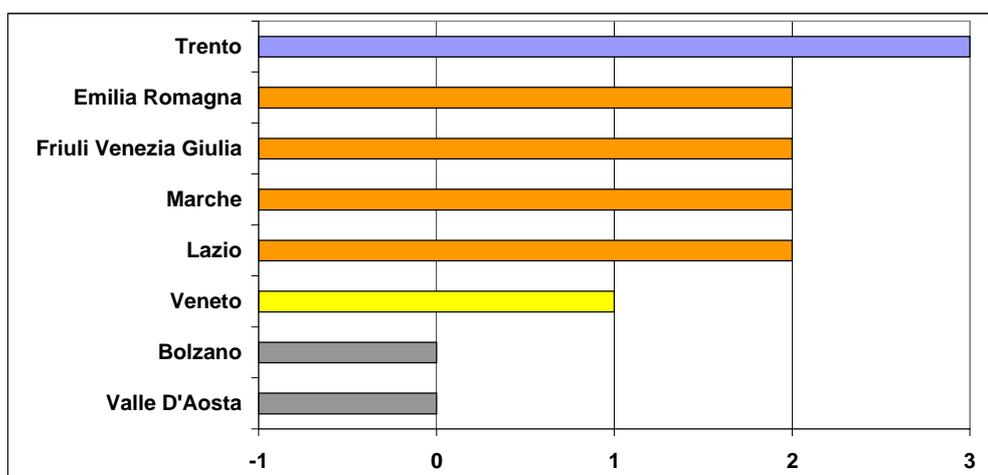
Rilevanza delle ARPA/APPa (e del S.A.) all'interno dei siti regionali o provinciali:



[0= Non sono presenti informazioni sul Sistema Agenziale (APAT +ARPA/APPa) e neanche un link; 1= E' presente solo un link al S.A.; 2= Sono presenti info sull' ARPA/APPa e un link. 3= L'ARPA si delinea come "parte integrante" del sito regionale (è una sezione, una pagina del sito oppure un sottosito)]

Se ci sono pagine con informazioni sull'ARPA/APPa o se questa si delinea come parte integrante del sito regionale, può essere interessante sapere quale è il *grado di raggiungibilità* di queste pagine all'interno del sito regionale e quindi il numero di link che il navigatore deve attivare per entrare in contatto con esse partendo dall'homepage.

Grado di raggiungibilità delle pagine “ARPA” nei siti regionali



[**0**= ARPA/APPA “nascosta” (4 o più click); **1**= Basso (3 click necessari per raggiungere la pagina dell’ARPA/APPA); **2**= Medio (2 click): link presente in una pagina collegata all’homepage; **3**= Alto (1 click): link in Homepage]

Se per i siti della provincia di Trento e per quelli di Emilia Romagna, Friuli Venezia Giulia, Marche e Lazio si può parlare di raggiungibilità medio alta, le pagine con info sul Sistema Agenziale sono più “nascoste” nei siti del Veneto, della Valle d’Aosta e della provincia di Bolzano.

5.3 Siti di Unioni ed Enti di ricerca

Dopo esserci soffermati sui i siti delle Agenzie (ARPA/APPA) e sui siti delle regioni e delle province autonome, passiamo ora ad analizzare i dati che sono stati rilevati per gli altri siti, ciò prima di occuparci, nel prossimo paragrafo, dell'analisi del sito dell'APAT.

L'analisi sarà effettuata cercando di far emergere gli aspetti più importanti e di riportare i risultati più significativi, in modo da essere abbastanza sintetica.

Unioni: regioni.it (Conferenza dei presidenti delle regioni e delle province autonome); U.p.i. (Unione Province Italiane); A.n.c.i. (Associazione nazionale comuni italiani).

Usabilità, fruibilità e interattività

Per quanto l'*usabilità* dei siti che “uniscono” le regioni o le province troviamo dei valori abbastanza alti mentre per quanto riguarda il sito dell'Anci (comuni), un valore appena sufficiente.

Ciò a causa soprattutto di una minore navigabilità di quest'ultimo sito che, ad esempio non dispone di una mappa e neanche dell'indicazione sintetica del percorso, in grado di orientare l'utente e di fargli capire in che punto del sito si trovi.

Usabilità: tabella riassuntiva

<i>Sito</i>	<i>Punteggio</i>
Regioni.it	13
U.p.i.	14
A.n.c.i.	10

[0<Usabilità<17]

[Molto bassa (0-5); Bassa (6-9); Sufficiente (10-11); Medio alta (12-14); Alta (15-17)]

Quanto alla dimensione della *fruibilità* delle informazioni ambientali presenti nel sito è bassa per quanto riguarda il sito “regioni.it”, che non dispone neanche di una sezione ambientale, mentre è sufficiente per gli altri due siti che presentano una sezione ambientale e una migliore raggiungibilità delle informazioni ambientali.

Fruibilità: tabella riassuntiva

<i>Sito</i>	<i>Punteggio</i>
Regioni.it	4
U.p.i.	6
A.n.c.i.	6

[0< Fruibilità <10]

[Molto bassa (0-2); Bassa (3-5); Sufficiente (6); Alta (7-8); Molto alta (9-10)]

L'*interattività* che presentano questi 3 siti non è molto sviluppata e sono fornite solo informazioni generiche sui servizi offerti dai vari enti.

Interattività: tabella riassuntiva

<i>Sito</i>	<i>Punteggio</i>
Regioni.it	2
U.p.i.	2
A.n.c.i.	3

[0< Interattività <9]

[Molto bassa (0-1); Bassa (2-3); Sufficiente (4-5); Alta (6-7); Molto alta (8-9)]

Altri aspetti

I *contenuti* della comunicazione ambientale riguardano principalmente news, informazioni su convegni, conferenze o incontri, legislazione e dati ambientali ed informazioni utili per la promozione turistica del territorio.

L'esposizione del messaggio è divulgativa per il sito dell'U.p.i. e dell'A.n.c.i., mentre risulta più tecnica e per addetti ai lavori per quello della Conferenza dei presidenti delle regioni (www.regioni.it).

Tutti e tre i siti sono *aggiornati* frequentemente.

Per quanto riguarda il collegamento con il Sistema Agenziale, questo è sicuramente da migliorare, infatti solo nel sito dell'U.p.i. è presente un link al sito dell'APAT, che tra l'altro rimanda al vecchio riferimento, cioè al sito del sinanet (ww.sinanet.apat.it) e non al nuovo sito ufficiale dell'Agenzia (www.apat.it).

Inoltre nei tre siti non sono presenti informazioni sull'APAT o sulle Agenzie regionali (ARPA).

Potrebbe essere utile contattare i responsabili dei contenuti e i referenti web di questi 3 siti per promuovere una comunicazione su ciò che l'APAT rappresenta e su cosa è il Sistema Agenziale. In modo poi da far inserire anche i link al sito www.apat.it.

Enti: ENEA; ENIT; CNR; ISTAT; ISS

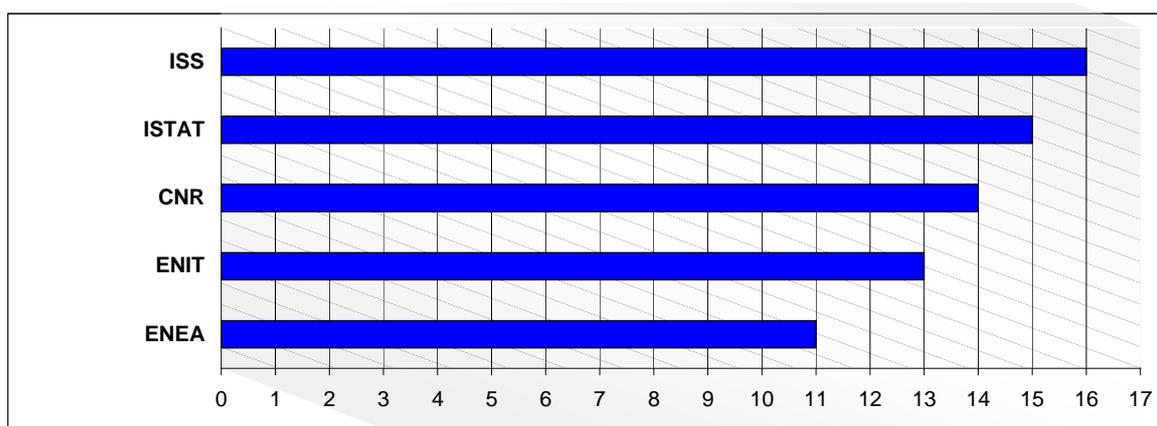
Sono stati analizzati anche i siti di 5 enti istituzionali che si occupano di tematiche legate direttamente o indirettamente all'ambiente e che quindi attuano comunicazione ambientale.

Consideriamo ora i vari aspetti che sono stati analizzati.

Usabilità, fruibilità e interattività

Il grafico seguente rappresenta i punteggi complessivi dell'usabilità dei siti degli enti.

usabilità



[0<Usabilità<17]

[Molto bassa (0-5); Bassa (6-9); Sufficiente (10-11); Medio alta (12-14); Alta (15-17)]

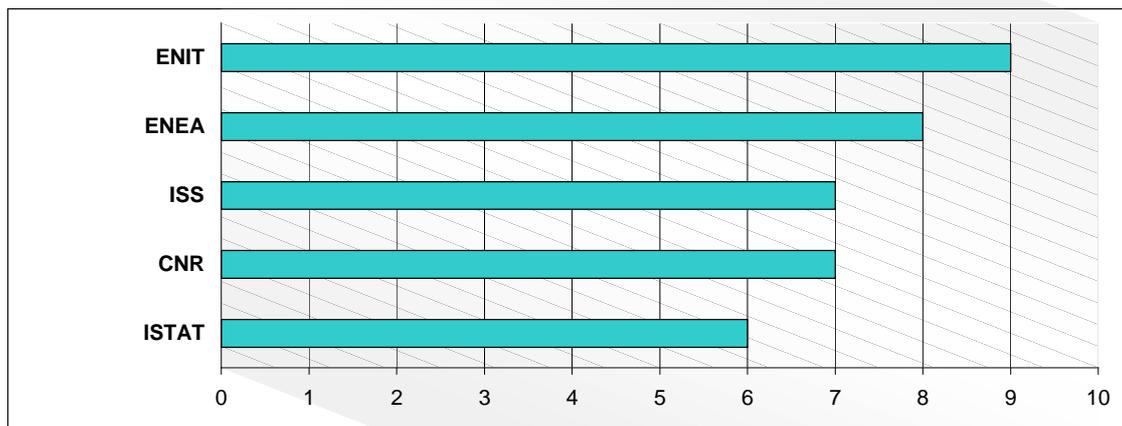
Il sito migliore da questo punto di vista è quello dell'Istituto Superiore di Sanità, sito questo ancora in allestimento. Il meno usabile tra i siti degli enti, anche se sempre sufficientemente usabile, è risultato il sito dell'ENEA, soprattutto a causa del fatto di non presentare sempre coerenza all'interno delle sue pagine, tramite l'uso di elementi uguali o simili, a volte le pagine risultano molto diverse tra loro dal punto di vista prettamente grafico con il risultato di disorientare l'utente. In più, altri aspetti che influenzano negativamente l'usabilità di questo sito sono legati alla navigabilità: non è presente una mappa del sito, né un motore di ricerca interno capace di agevolare la ricerca delle informazioni, non ci sono aiuti alla navigazione e non è indicato il percorso dall'homepage, utile per l'orientamento degli utenti del sito.

Solo il sito del CNR dispone di pagine legate all'*URP*. L'*URP* rappresenta una sezione strutturata del sito raggiungibile con un solo click dall'homepage. Le sue pagine sono ricche di contenuti e presentano anche un buon grado di interattività, infatti è possibile compilare moduli direttamente on line.

Passiamo ora all'analisi dei risultati per la fruibilità delle informazioni ambientali sui siti dei 5 enti.

Il grafico seguente presenta i risultati sintetici relativi a questa dimensione:

fruibilità



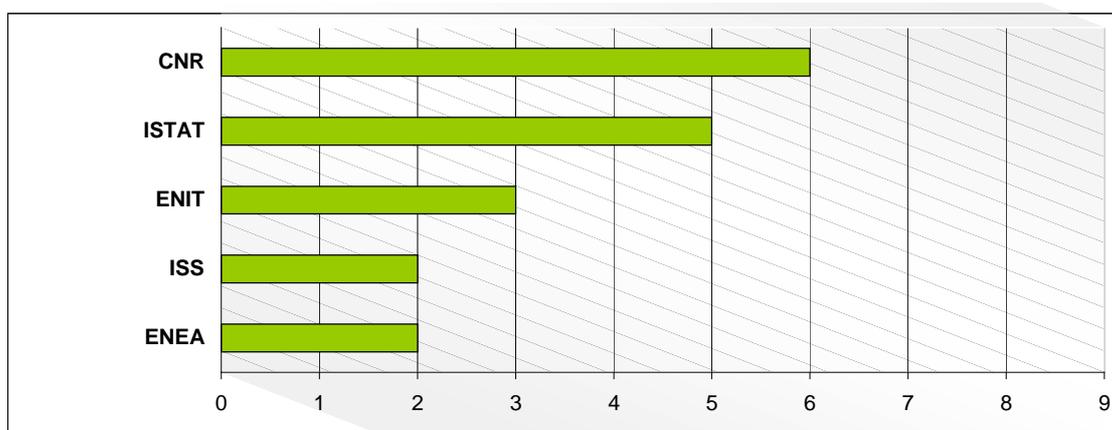
[0 < Fruibilità < 10]

[Molto bassa (0-2); Bassa (3-5); Sufficiente (6); Alta (7-8); Molto alta (9-10)]

In particolare sia la visibilità che la raggiungibilità delle informazioni ambientali è sufficiente per tutti e 5 i siti. I valori più alti rilevati per il sito dell'Enit sono dovuti alla presenza di contenuti in più lingue e al numero maggiore di collegamenti a carattere ambientale presentati da questo sito, tali caratteristiche sono fortemente legate alla natura di promozione turistica che l'Enit rappresenta.

Abbiamo già visto più sopra che l'unico sito a presentare pagine URP è stato quello del Cnr, coerentemente con questo dato, lo stesso sito ha fatto rilevare il punteggio più alto anche per quanto riguarda gli aspetti legati all'interattività. Come è visibile dal seguente grafico

interattività



[0 < Interattività < 9]

[Molto bassa (0-1); Bassa (2-3); Sufficiente (4-5); Alta (6-7); Molto alta (8-9)]

Nel sito del Cnr è possibile inviare moduli on line ad esempio per la richiesta di dati, sono presenti anche questionari per sondaggi d'opinione e vi sono procedure di registrazione per la richiesta di informazioni e di servizi particolari.

Anche nel sito dell'Istat è possibile compilare moduli on line.

Mentre poco interattivi risultano i siti dell' ENEA e dell' ISS (anche se quest'ultimo è ancora in fase di allestimento) dove è possibile avere solo informazioni sulle modalità di erogazione dei servizi (guida ai servizi), mentre non è possibile inviare moduli on line.

Contenuti

Per quanto riguarda i contenuti legati al tema dell'ambiente presenti nel sito sono molto diversi a seconda degli enti. In tutti e 5 i siti sono presenti comunque news, informazioni su convegni o seminari. L'esposizione complessiva del messaggio è prevalentemente di tipo tecnico-specialistico (meno che per il sito dell'Enit), tra i contenuti dei siti degli enti di ricerca è possibile trovare molti documenti su dati ambientali, rapporti tecnici e monitoraggi.

Molto aggiornato è il sito del Cnr, come abbastanza aggiornati risultano essere anche i siti dell' ENEA e dell'Istat, difficile comprendere, durante la rilevazione, quanto siano aggiornati gli altri due siti.

L'unico sito che tra i cinque presenta un *collegamento* al Sistema Agenziale è quello dell'ENEA, il link comunque è al sito Sinanet, inoltre l'Agenzia è ancora chiamata con la vecchia denominazione "ANPA", invece dell'attuale "APAT".

Un fatto questo che può sembrare irrilevante, ma che invece è indicatore di come la nuova denominazione e con lei la nuova identità dell'Agenzia non sia ancora stata comunicata efficacemente ad un interlocutore privilegiato ed istituzionale come può essere l'ENEA.

Sarebbe utile che l'Agenzia attivasse un processo di comunicazione verso gli altri siti istituzionali che si occupano direttamente o indirettamente di questioni ambientali, con lo scopo di comunicare quali sono i suoi compiti e il suo ruolo, ora che ha assunto il nuovo nome di APAT.

5.4 Altri siti istituzionali

Si è scelto di analizzare anche la comunicazione ambientale di altri siti istituzionali considerati importanti per capire se e in che modo avviene la comunicazione pubblica su queste tematiche.

In particolare sono stati analizzati 9 siti dell'amministrazione centrale: il sito della Camera dei deputati e quello del Senato; i siti di 4 ministeri: Ministero dell'Ambiente, Ministero delle Politiche Agricole e Forestali, Ministero delle Comunicazioni, Ministero dei Beni Culturali (di questo ministero è stato analizzato il sotto sito della Direzione Generale per i Beni Architettonici e del

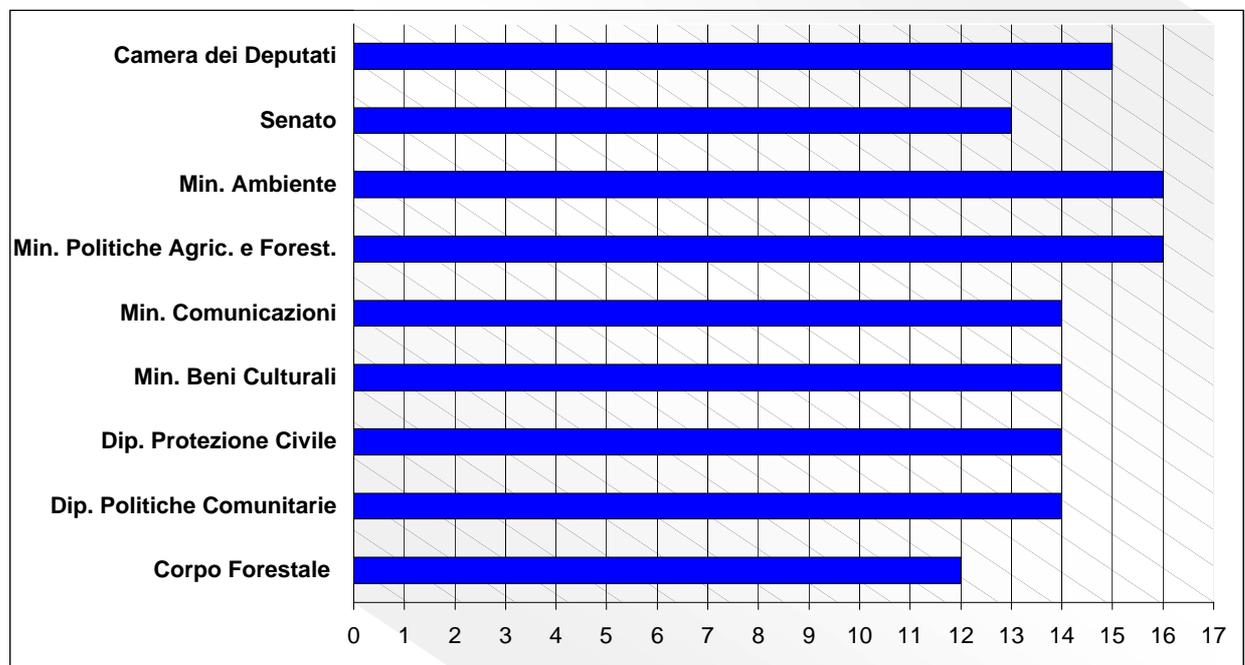
Paesaggio); 2 dipartimenti: Dipartimento Politiche Comunitarie, Dipartimento della Protezione Civile e infine il sito del Corpo Forestale dello Stato.

Usabilità, fruibilità e interattività

Passiamo ora ad analizzare i dati rilevati su questi 9 siti istituzionali iniziando sempre dal parametro dell'usabilità.

Il grafico seguente rappresenta i punteggi complessivi dell'usabilità dei siti.

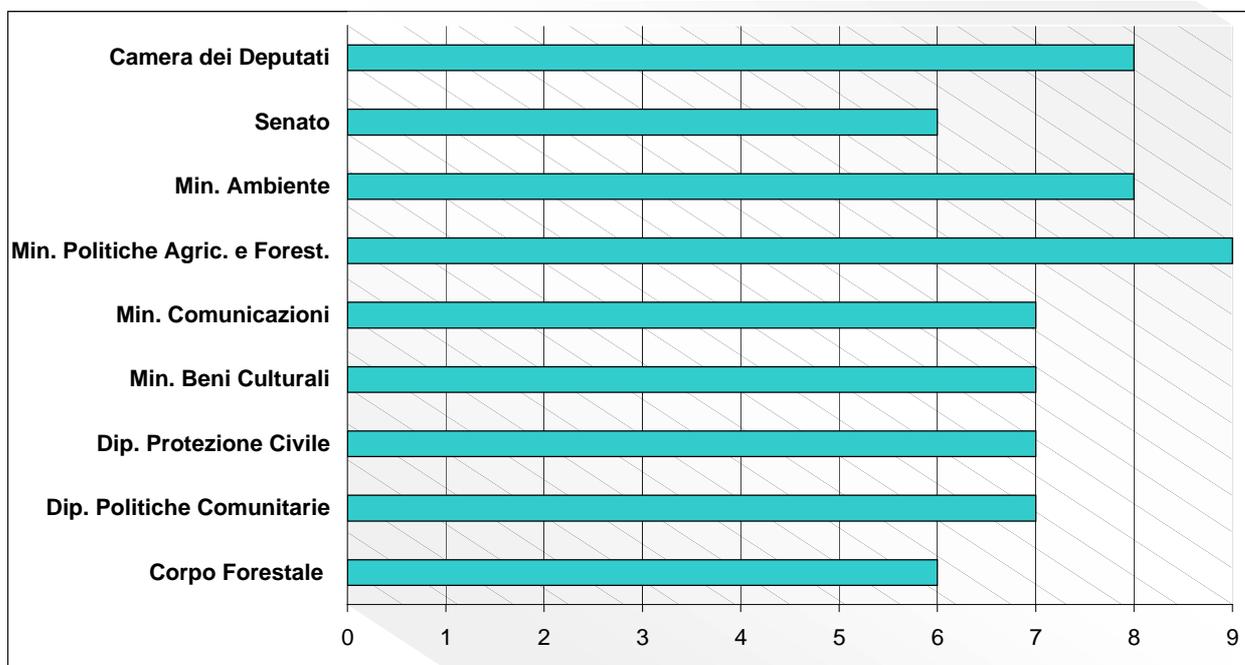
usabilità



[0<Usabilità<17]

[Molto bassa (0-5); Bassa (6-9); Sufficiente (10-11); Medio alta (12-14); Alta (15-17)]

Nel complesso i siti sono risultati sufficientemente usabili, anche se per la dimensione della *navigabilità* troviamo valori diversi tra loro, come è possibile vedere dal seguente grafico:



[0<Navigabilità<9]

[Molto bassa (0-1); Bassa (2-3); Sufficiente (4-5); Alta (6-7); Molto alta (8-9)]

I meno navigabili sono risultati il sito del Corpo Forestale e quello del Senato, in entrambi, ad esempio, non risulta sempre chiaro per l'utente capire dove si trova nel sito rispetto all'homepage (non è indicato il percorso).

Per quanto riguarda pagine legate all'URP, solamente i siti del Ministero delle Politiche Agricole, del Ministero dei Beni Culturali e quello delle Comunicazioni, presentano delle pagine informative sull'URP. Le pagine "URP" sono molto sviluppate nel sito del Ministero delle Comunicazioni, al loro interno infatti è possibile trovare i recapiti fisici-telefonici-email, il nome del responsabile, informazioni sulle competenze e l'attività dell'URP, guide ai servizi e alla modulistica, moduli da stampare e anche moduli da compilare direttamente on line.

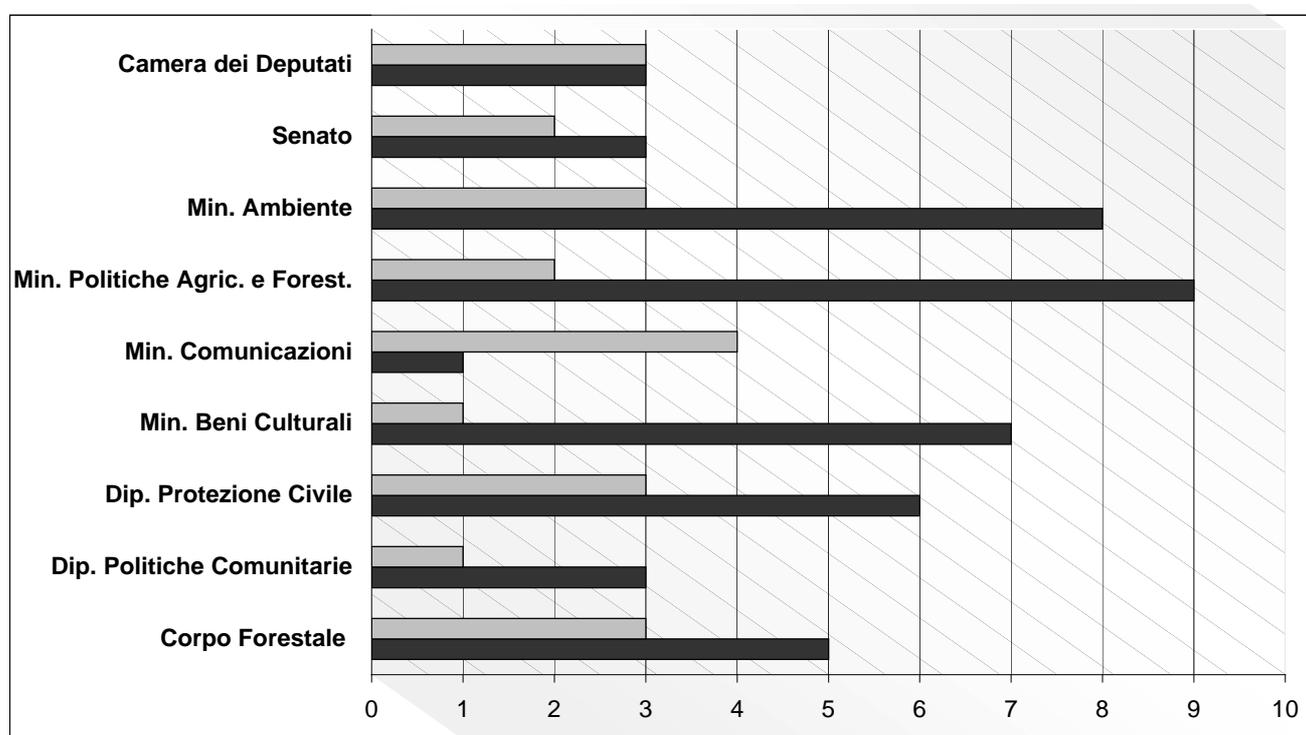
Prima di parlare di *fruibilità* delle informazioni ambientali, bisogna dire che la comunicazione ambientale in alcuni di questi siti istituzionali è veramente scarsa e le informazioni ambientali, se ci sono, rimangono spesso nascoste.

Ciò è vero in particolare, per i 4 siti (Camera, Senato, Dip. Politiche Comunitarie, Min. Comunicazione) che non presentano una sezione ambientale.

Inoltre i contenuti ambientali quasi mai sono presentati in più lingue.

Il grado di *interattività* presentato dai siti è piuttosto basso e la possibilità di usufruire di servizi on line è limitata, nella maggior parte dei casi, all'opportunità di scaricare modulistica per avviare le procedure.

Nel seguente grafico sono stati inseriti per comodità sia i valori sintetici della fruibilità che quelli sull'interattività dei siti.



[0 < Fruibilità < 10] – Colore Grigio scuro

[Molto bassa (0-2); Bassa (3-5); Sufficiente (6); Alta (7-8); Molto alta (9-10)]

[0 < Interattività < 9] – Colore Grigio chiaro

[Molto bassa (0-1); Bassa (2-3); Sufficiente (4-5); Alta (6-7); Molto alta (8-9)]

Contenuti

I contenuti della comunicazione a carattere ambientale di questi siti istituzionali varia molto sia in termini di quantità che di qualità.

Contenuti della Comunicazione Ambientale presenti nel sito:

<i>Siti</i>	<i>Notizie</i>	<i>Campagne</i>	<i>Opportuni- tà di studio o lavoro</i>	<i>Convegni, conferenze, incontri e seminari</i>	<i>Leggi, norme, direttive</i>	<i>Dati ambientali , rapporti tecnici e monitorag- gi</i>	<i>Com- menti</i>
Camera dei Deputati	0	0	0	0	1	0	0
Senato	0	0	0	0	1	0	0
Min. Ambiente	1	1	1	1	1	1	1
Min. Politiche Agricole e Forestali	1	1	0	1	1	1	0
Corpo Forestale	1	1	1	1	1	1	1
Dip. Politiche Comunitarie	1	0	0	1	0	0	0
Dip. Protezione Civile	1	1	0	1	1	1	0
Min. Beni Culturali	1	1	0	1	1	1	1
Min. Comunicazioni	1	0	0	0	0	0	0

Il sito del Ministero dell’Ambiente e quello del Corpo Forestale sono i siti in cui viene fatta comunicazione ambientale contemporaneamente su più tematiche.

Per quanto riguarda l’aggiornamento dei siti la situazione è abbastanza varia. Tre casi, Camera dei Deputati, Corpo Forestale e Min. delle Comunicazioni, risultano essere siti non molto aggiornati (i siti non vengono aggiornati da più di 15 giorni e meno di 30). Il sito del Ministero dell’Ambiente risulta, sempre al momento della rilevazione, essere abbastanza aggiornato (il sito non viene aggiornato da più di 3 giorni e da meno di 15 giorni). Mentre i rimanenti 5 siti sembrano essere molto aggiornati (aggiornati negli ultimi 2 giorni).

Risulta molto importante il dato che emerge dagli ultimi indicatori volti ad indagare sul collegamento dei siti con il Sistema Agenziale: solamente il sito del Ministero dell’Ambiente presenta un link al Sistema Agenziale e precisamente al sito del Sinanet, forse considerato ancora come il sito dell’APAT, in più spesso la parola che attiva il link non è neanche “APAT”, ma la vecchia denominazione “ANPA”. Inoltre non è presente nessun tipo di

link al nuovo sito “www.apat.it” e neanche ai siti delle Agenzie regionali o provinciali (ARPA/APPA).

5.5 I siti dell’APAT, del Sinanet e dell’Envi

Passiamo ora ad analizzare gli ultimi 3 siti.

Principalmente è stata posta l’attenzione sul sito dell’APAT (www.apat.it) che si propone in prospettiva come un sito-portale e punto di riferimento in tema di comunicazione tecnico-ambientale, pubblicato relativamente da poco (il 21/11/2003).

E’ stato analizzato poi il sito del Sistema Informativo Nazionale Ambientale³³, Sinanet (www.sinanet.apat.it), che fino a pochi mesi fa (Novembre 2003) rappresentava il punto di riferimento on-line della stessa APAT (e prima ancora dell’ANPA).

Oltre a questi due siti è stato aggiunto un sito non istituzionale, ma che è stato ritenuto importante per le tematiche di cui tratta e per l’idea che porta avanti, parliamo del portale di comunicazione ambientale “[envi.info](http://www.envi.info)” (www.envi.info) dove ENVI sta per le 4 lettere iniziali di “environment“, promosso dalla libera associazione “A.I.C.A” - Associazione Internazionale per la Comunicazione Ambientale” - nata nel 2003 ad Alba in Piemonte, regione, quest’ultima, che come abbiamo visto dispone di uno dei migliori siti internet, sia a livello regionale che a livello di Agenzia regionale.

³³ Nell’attuale sito dell’Apat questo servizio è presentato nel modo che segue: “Il Sistema Informativo Nazionale Ambientale (SINA) è stato disegnato e realizzato con l’obiettivo di consentire la razionalizzazione e il coordinamento delle iniziative di monitoraggio e di gestione delle informazioni di interesse ambientale e, quindi, di creare le condizioni affinché le conoscenze, che vengono da fonti molto differenziate, possano armonizzarsi ed integrarsi a tutti i livelli territoriali, dal regionale al comunitario.”

Come si legge sul sito “envi.info”, sponsorizzato dalla regione Piemonte:

“AICA è un progetto culturale che intende conoscere, studiare e promuovere le azioni di comunicazione ambientale.

Possono aderire ad AICA gli enti pubblici e privati e le associazioni senza fini di lucro che vogliono conoscere e contribuire alla crescita della comunicazione ambientale iscrivendosi on-line.

L’associazione nasce per...

- conoscere e mettere in rete le strategie e le campagne di comunicazione sui temi ambientali realizzate in Europa;
- studiare i possibili utilizzi dei media in rapporto alle questioni ambientali, con particolare riferimento alle opportunità offerte dalle nuove tecnologie;
- individuare e promuovere indicatori e parametri di successo delle campagne informative;
- definire strategie globali che assicurino il superamento di soluzioni solamente tecnologiche per lo sviluppo sostenibile attraverso l’integrazione della comunicazione nella progettazione;
- far comprendere l’importanza della comunicazione con i cittadini ai decisori locali;
- individuare percorsi per aumentare la coscienza ambientale nei cittadini;
- proporre soluzioni amministrative per migliorare la partecipazione attiva dei cittadini alle scelte ambientali;
- contribuire a definire una rete internazionale in grado di relazionarsi con la Comunità Europea e i Paesi Europei.”

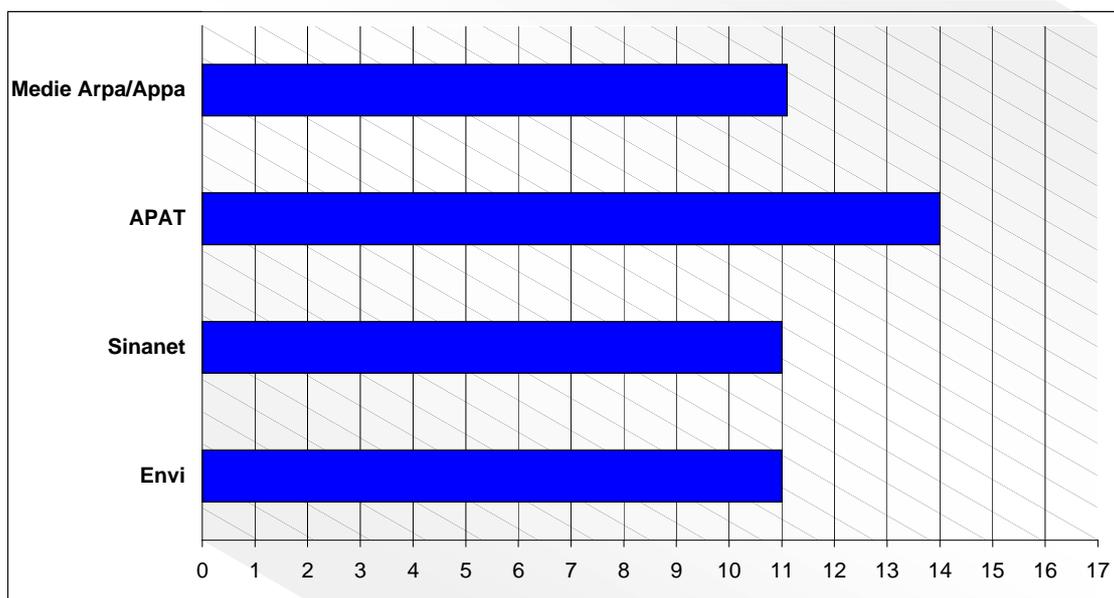
Considerati questi obiettivi ci è sembrato utile includere nello studio della comunicazione ambientale on line anche questo sito.

Nei seguenti grafici sono stati inseriti anche i valori medi rilevati sui siti delle Agenzie regionali e provinciali (ARPA/APPA) in modo da poter fare un confronto tra la situazione delle realtà locali con i due siti “nazionali” dell’ Agenzia (APAT) e del servizio (Sinanet).

Usabilità, fruibilità e interattività

Per quanto riguarda la dimensione dell’usabilità dei siti, si può da subito notare che il nuovo sito dell’APAT presenta, da questo punto di vista, valori di tutto rispetto e migliori della maggior parte dei siti analizzati. Il sito soddisfa ben 14 delle 17 caratteristiche che sono state scelte come indicatori di usabilità dei siti durante l’analisi (per l’elenco degli indicatori si rimanda al paragrafo 4.3), risulta molto navigabile e le modalità di scrittura agevolano la lettura dei documenti, gli aspetti grafici sono buoni, anche se vi è presenza di “scrolling orizzontale” con una risoluzione di 800x600 pixel.

usabilità



[0<Usabilità<17]

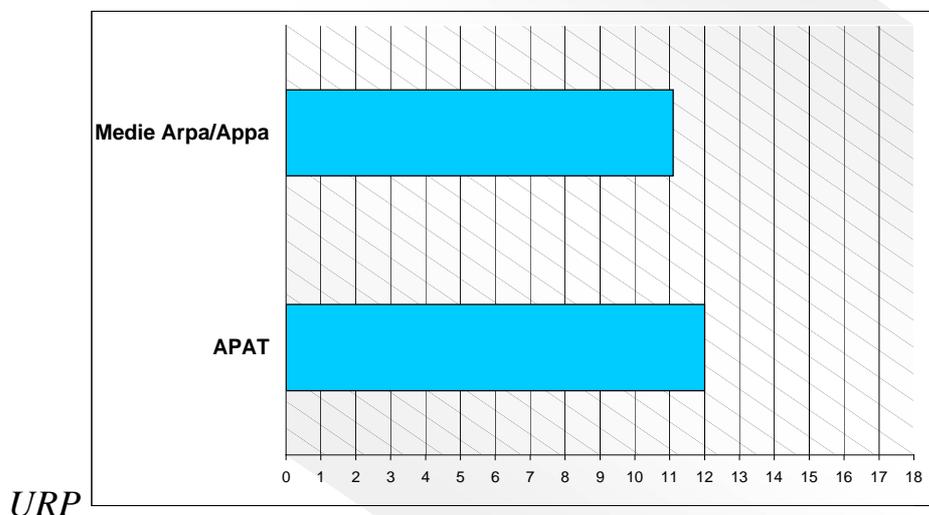
[Molto bassa (0-5); Bassa (6-9); Sufficiente (10-11); Medio alta (12-14); Alta (15-17)]

Se per il sito dell'APAT si può parlare di usabilità abbastanza alta, per i siti delle Agenzie regionali mediamente ci troviamo su valori sufficienti, lo stesso discorso vale per il sito "Sinanet" e il portale di comunicazione ambientale "ww.envi.info".

Un'analisi più dettagliata sui siti delle Agenzie è stata già fatta nel paragrafo 5.1, per quanto riguarda il sito del servizio Sinanet, i maggiori problemi, legati sempre alla dimensione dell'usabilità, sono presentati dalla mancanza di coerenza grafica tra le diverse sezioni del sito che disorientano l'utente e da una navigabilità non eccellente. In particolare non è sempre presente nel sito, almeno nei primi due livelli, una barra di navigazione, non viene indicato il percorso dall'homepage, non è disponibile nel sito un aiuto alla navigazione e, inoltre, non sempre viene avvertito l'utente di ciò che accade quando si compie un'azione (ad esempio vengono attivati dei download "inaspettati", senza che sia indicato in modo chiaro il peso dei file da scaricare).

Anche per il sito "www.envi.info" vediamo che gli aspetti che abbassano il punteggio dell'usabilità sono legati ad alcune componenti della navigabilità del sito. Più precisamente il sito non dispone di più modalità di navigazione (non è presente né una mappa del sito né un motore di ricerca interno) e come per il sito del sinanet non viene indicato il percorso sintetico della distanza dall'homepage, inoltre non sono presenti aiuti alla navigazione (help on line; f.a.q.).

Tornando al sito dell'APAT e confrontando i valori sulla qualità delle pagine dedicate all'*URP* con quelli medi dei siti delle Agenzie regionali, possiamo notare come il livello sia molto simile e nel complesso sufficiente.



[0<URP<18]

Le pagine URP dell'APAT sono inserite in una sezione strutturata appositamente del sito, facilmente raggiungibile dall'homepage (link dalla barra di navigazione sulla destra, sotto il menù "servizi per l'ambiente"), la tipologia di informazioni fornite riguardano: i recapiti fisici, telefonici/fax, email; vengono indicati i compiti dell'ufficio, vengono descritte le modalità per usufruire dei servizi, ad esempio viene spiegata la procedura per spedire il curriculum o per avere accesso ai dati ambientali. E' possibile scaricare modulistica da stampare per poter avviare alcune procedure (moduli per richiesta d'accesso ai dati ambientali o alla documentazione amministrativa), inoltre è disponibile un modulo compilabile on-line per richieste, suggerimenti e segnalazioni. Per quanto riguarda altri aspetti meno positivi, bisogna rilevare che sulle pagine dell'URP non vengono indicati gli orari di apertura dell'ufficio e neanche il nome del responsabile o degli addetti al front-office, anche perché non esiste ancora un vero e proprio front-office per questo servizio dell'Agenzia.

In un'ottica di *benchmarking* ricordiamo che i migliori siti delle Agenzie locali per quanto riguarda le pagine dedicate all'URP sono risultati quelli del ARPA Piemonte, di quella del Veneto e di quella Toscana. Questi siti

possono quindi essere considerati utili riferimenti per trarre degli spunti in una politica di costante miglioramento della sezione URP del sito dell'APAT.

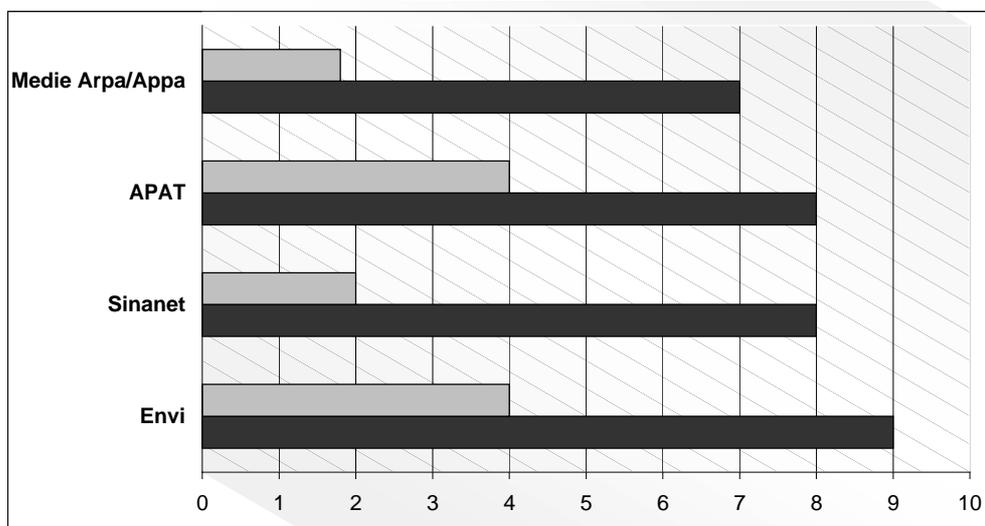
Per quanto riguarda la *fruibilità* delle informazioni ambientali, risulta elevata per tutti e tre questi ultimi siti analizzati, ma ciò dipende dalla loro stessa natura di siti specifici di informazione ambientale. Per il sito dell'APAT e del Sinanet, l'unico aspetto problematico è rappresentato dal fatto di presentare i contenuti solo in lingua italiana.

I risultati dell'*interattività* risultano essere per il sito dell'APAT migliori di quelli medi rilevati sulle Agenzie regionali, anche se, siamo lontani dalla possibilità di usufruire di reali servizi “on-line”.

Sufficiente l'interattività del sito del portale di comunicazione ambientale “envi.info” che offre la possibilità di dibattere su alcune tematiche attraverso il forum e dispone di una procedura di registrazione dell'utenza per l'abbonamento alla newsletter. Sia il sito dell'APAT che quello dell'envi risultano molto aggiornati nei loro contenuti.

Basso, invece, il grado di interattività del sito del Sinanet, che risulta anche poco aggiornato.

Di seguito sono presentati i valori rilevati sulla *fruibilità* e sull'*interattività* dei 3 siti in un unico grafico.



[0 < Fruibilità < 10] – Colore Grigio scuro

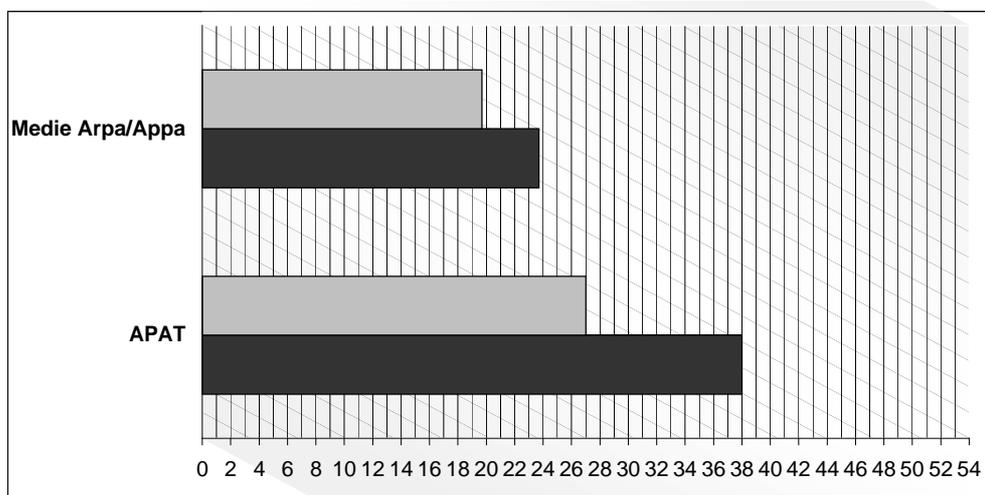
[Molto bassa (0-2); Bassa (3-5); Sufficiente (6); Alta (7-8); Molto alta (9-10)]

[0 < Interattività < 9] – Colore Grigio chiaro

[Molto bassa (0-1); Bassa (2-3); Sufficiente (4-5); Alta (6-7); Molto alta (8-9)]

Nel grafico successivo vengono presentati i valori sintetici complessivi del sito dell'APAT e i valori medi rilevati sui siti delle Agenzie regionali e delle province autonome. Sono stati indicati anche i totali senza considerare nella somma il punteggio della componente URP (*nel grafico, barre di colore giallo*), in quanto molte Agenzie non presentano pagine URP e di conseguenza il valore complessivo medio dei siti ne viene influenzato negativamente.

Anche senza considerare le pagine "URP", il sito dell'APAT risulta essere migliore della media rilevata sui siti delle Agenzie locali. Nonostante questo risultato, potrebbe essere ugualmente conveniente far riferimento ad alcune realtà locali (come l'ARPA del Veneto ad esempio) che dispongono di siti molto interessanti, usabili ed utili da cui poter trarre degli spunti per il miglioramento del sito dell'Agenzia APAT.



[0<Totale con URP<54] Colore Grigio scuro; [0<Totale senza URP<36] Colore Grigio chiaro

Contenuti

Per quanto riguarda i contenuti della comunicazione ambientale presente in questi ultimi tre siti analizzati vediamo che per il sito dell'APAT sono presenti, anche se in diversa misura, tutte le tipologie (notizie; campagne; opportunità di lavoro o studio; info su convegni, seminari o conferenze; leggi, norme e direttive; dati ambientali, rapporti tecnici e monitoraggi; commenti), mentre per il sito del sinanet non vi sono contenuti su opportunità di lavoro e nel sito dell'envi non sono presenti contenuti tecnici e dati ambientali, legati ad esempio a monitoraggi.

L'esposizione del messaggio è per i siti dell'APAT e del Sinanet a metà strada tra il linguaggio tecnico per specialisti e la divulgazione, molto dipende dalle sezioni del sito a cui si fa riferimento. Il sito dell'envi invece presenta un'esposizione abbastanza divulgativa.

Sia nel sito dell'APAT che i quello del Sinanet sono presenti i link ai siti delle ARPA regionali e provinciali, anche se alcuni collegamenti non risultano aggiornati. Sarebbe opportuna quindi una revisione in questo senso.

Come abbiamo già visto per molti altri siti, nel sito “www.envi.info” è presente solo un link ai siti del Sistema Agenziale e questo link rimanda alle pagine del Sinanet, invece che al sito dell’APAT.

Conclusioni

Dalle analisi e dai commenti dei dati della rilevazione portate avanti nel capitolo precedente ciò che emerge è che la comunicazione ambientale istituzionale on line è diversa nei vari tipi di siti analizzati ed è difficile poter fare un unico discorso valevole per tutte le situazioni.

E' possibile comunque sintetizzare e trarre dall'analisi qualche considerazione generale senza correre il rischio di cadere in generalizzazioni poco utili:

- In molti casi, sono assenti nei siti analizzati pagine dedicate all'URP, ciò può essere legato sia al fatto che il servizio per i rapporti con il pubblico non è stato istituito oppure che questo servizio ancora non dispone di uno spazio sul sito web dell'ente in questione. In entrambi i casi ci troviamo di fronte ad un grave ritardo rispetto alle direttive emanate dal Governo e soprattutto davanti ad un atteggiamento di immobilismo rispetto ad un andamento verso l'innovazione che proprio l'istituzione di un ufficio del genere dovrebbe dimostrare. Abbiamo già visto, nei capitoli iniziali di questo studio [Cap. 2.2] come l'istituzione dell'URP sia da considerare come un vero e proprio segnale di apertura verso l'esterno, capace di aumentare gli spazi di democrazia reale tramite un vero (in senso di bi-direzionale) processo di comunicazione con l'utente (cittadino singolo, azienda, altro ente ...), basato sull'ascolto. Non tutti i siti analizzati dimostrano di aver avviato questo importante processo di innovazione. In particolare come abbiamo visto (Cap. 5.1) le considerazioni fatte valgono per i siti delle ARPA: solamente 7 siti delle Agenzie, sui 19 analizzati, presentano pagine "URP". Anche per i siti degli enti (Cap. 5.3) la situazione non è certo

migliore, se pensiamo che enti di ricerca importanti e nazionali come l'ENEA non si sono ancora avvalsi dello strumento URP.

- La maggioranza dei siti analizzati dimostra avere un basso grado di interattività, infatti si trova nel primo (*informazione*) o nel secondo livello (*interazione a una via*) per quanto riguarda la scala dei livelli di interazione dei servizi “on line” [Cap. 3.3], in modo più chiaro: i siti si limitano a fornire informazioni sul servizio o sulle modalità di erogazione oppure è possibile ottenere on line i moduli per la richiesta di erogazione del servizio che dovrà poi essere inoltrata attraverso i canali tradizionali. In più in alcuni casi ci si trova di fronte a siti poco aggiornati con conseguente caduta verso il basso della qualità delle informazioni sui servizi in essi riportate.

A parte queste valutazioni di carattere generale, dall'analisi del sito dell'Agenzia APAT e del suo confronto (*benchmarking*) con i siti delle Agenzie regionali (e provinciali) ARPA/APPA e con gli altri siti istituzionali presi in esame si possono trarre alcune considerazioni utili.

La ricerca svolta sui siti fornisce un'immagine del sito dell'APAT abbastanza buona per quanto riguarda l'usabilità del sito e anche per gli altri aspetti considerati nella rilevazione, quello che emerge da un'analisi complessiva su tutti e 61 i siti presi in considerazione è che il sito dell'APAT è sì un buon prodotto, ma ancora non è riuscito a comunicarsi sufficientemente alle altre realtà istituzionali che si occupano di ambiente, ciò è dimostrato dalla scarsità di link al sito dell'Agenzia.

Per ricordare qualche dato, escludendo i siti di regioni e Agenzie (per cui si farà successivamente un discorso a parte), in tutti gli altri siti analizzati non è presente un link al sito www.apat.it, ad esempio nel sito dello stesso Ministero dell'Ambiente la pagina che si apre attivando il link al sito dell'APAT è l'homepage del sito del servizio Sinanet, che è il vecchio

riferimento dell’Agenzia sul web, quindi nel sito del Ministero il link non è stato ancora aggiornato con l’indirizzo del nuovo sito ufficiale dell’Agenzia. Lo stesso discorso vale per il sito dell’ENEA (dove ancora l’Agenzia viene chiamata con la vecchia denominazione “ANPA”) e per il sito dell’Unione delle Province Italiane (Upinet). Neanche nel sito non istituzionale dell’envi (portale di comunicazione ambientale) è presente un collegamento alle pagine dell’attuale sito dell’APAT, mentre invece è presente il link al sito del Sinanet.

Per quanto riguarda la situazione nei siti delle ARPA/APPA è sicuramente migliore, ma sono ancora 5 i siti (quelli delle ARPA di Valle D’Aosta, Lazio, Molise, Sicilia e dell’APPA di Bolzano) che non presentano un link aggiornato al sito dell’Agenzia Nazionale.

Nei siti regionali si è considerato invece il rapporto con le Agenzie regionali per la protezione dell’ambiente e con il Sistema Agenziale nel suo complesso, inteso come APAT in collaborazione con le ARPA e APPA e con il Servizio Informativo Nazionale Ambientale (che ha per sito il Sinanet). Si è rilevato (Cap. 5.2) che in ben 7 siti regionali (Calabria, Puglia, Sardegna, Molise, Campania, Abruzzo e Trentino Alto Adige) non sono presenti informazioni sul Sistema Agenziale e neanche un link ai siti referenti sul web di questa realtà istituzionale.

Perché il sito dell’APAT riesca a diventare un vero e proprio portale di comunicazione ambientale e punto di riferimento per le tematiche tecniche relative alla protezione dell’ambiente a livello nazionale occorre una migliore e più efficace comunicazione delle sue competenze e di quelle del Sistema Agenziale nel suo complesso anche attraverso i siti internet di altri enti e istituzioni collegati in maniera più o meno stretta a queste tematiche. Ad incominciare dai siti istituzionali analizzati in questa ricerca, potrebbe essere utile attivare delle comunicazioni a carattere ufficiale dall’Agenzia verso le autorità competenti che gestiscono e decidono sui contenuti sul web presenti

nei siti delle diverse istituzioni considerate, queste comunicazioni dovrebbero essere volte a pubblicizzare l’Agenzia e il suo sito internet, spiegando quali servizi è in grado di offrire e invitando ad inserire il link al sito dell’APAT.

C’è bisogno quindi di una migliore e più efficace comunicazione del “prodotto-sito” in modo da renderlo più visibile. Contemporaneamente, dalla ricerca emerge, anche la necessità di rendere più valida la comunicazione ambientale on line del Sistema Agenziale considerato nel suo complesso. Dall’analisi dei siti delle Agenzie locali, si nota che l’informazione tecnico ambientale nella rete delle Agenzie risulta abbastanza dispersiva a causa dei diversi modi di comunicare attraverso interfacce e modelli tra loro molto diversi. Ci sarebbe bisogno di un maggiore coordinamento tra i vari siti, i quali, come abbiamo visto (Cap. 5.1) presentano livelli di usabilità e professionalità molto distanti tra loro. A riguardo, sempre nel rispetto delle autonomie e delle identità delle singole Agenzie regionali e provinciali, potrebbe essere utile individuare delle specifiche e delle “buone pratiche” da applicare nei siti, volte a rendere la comunicazione ambientale on line delle diverse Agenzie locali più coerente e coordinata e di conseguenza più usabile ed efficace per gli utenti visitatori, ma anche per lo stesso personale delle Agenzie, compreso quello dell’Agenzia nazionale, APAT. Ovviamente questo processo dovrebbe essere collegato ad una politica generale volta ad un maggiore e più continuo aggiornamento e ad una costante professionalizzazione dei siti delle Agenzie regionali e provinciali.

Occorrerebbe attivare poi, un processo di comunicazione interno alla rete che fa capo all’APAT e alle ARPA/APPA volto a promuovere l’inserimento nei siti delle Agenzie di contenuti ed informazioni sul ruolo e sui compiti del Sistema Agenziale, ricordiamo che nelle attuali pagine web dei siti delle ARPA solo due siti (ARPA Piemonte e ARPA Emilia Romagna) presentano informazioni sul Sistema delle Agenzie per la Protezione dell’Ambiente.

Conseguentemente al miglioramento della comunicazione on line dei siti facenti parte di questa rete sarebbe utile attivare una comunicazione verso l'esterno con tutti quegli interlocutori (istituzionali e non) considerati come importanti partner per il lavoro e i compiti svolti dal Sistema Agenziale in modo da rendere visibili questi cambiamenti.

Nel breve periodo, come è stato accennato precedentemente, sarebbe opportuno iniziare con il pubblicizzare adeguatamente il sito ufficiale dell'Agenzia (raggiungibile all'indirizzo www.apat.it) in modo che il suo link sia inserito e reso ben visibile nei principali siti istituzionali che si occupano di protezione o gestione dell'ambiente.

La trasformazione da sito a sito-portale può essere stimata di medio-lungo termine, ma occorre considerare che il sito dell'APAT ha appena sette mesi di vita (è stato pubblicato il 21/11/2003).

Miglioramenti al sito dell'APAT potrebbero essere apportati capendo quale è il pubblico attuale e potenziale del sito, in questo senso il servizio URP, presso il quale ho svolto il mio stage, sta portando avanti indagini volte al monitoraggio dell'utenza dell'APAT. Lo scopo di tali indagini consiste nell'individuazione dei diversi *target* di utenza che si rivolgono, per esempio, al sito e delle differenti tipologie di bisogno da essi espresse. Queste indagini portate avanti dall'URP affiancano l'abituale monitoraggio degli accessi al sito internet dell'APAT; appare, infatti, necessario un monitoraggio qualitativamente più esaustivo, basato sul reale ascolto dell'utenza e delle sue richieste. Ciò per verificare anche la corrispondenza tra i contenuti presenti nel sito e la domanda espressa dai vari tipi di pubblico.

Bibliografia:

Libri

- Mario Morcellini /Giovanbattista Fatelli, 1996, *Le scienze della comunicazione*, NIS.
- Paolo Mancini; 1996, *Manuale di comunicazione pubblica*, Editori Laterza, Milano.
- Giovambattista Fatelli / Sara Bentivegna, 1994, *Teorie della comunicazione* Piccola Biblioteca Stampa Alternativa.
- Franca Faccioli; 2000, *Comunicazione pubblica e cultura del servizio*, Carocci.
- Vincenzo Ambriola - Benito Carotene; *La P.A. e Internet*, IBM IL Sole 24 ore.
- Emilio Conti in E. Invernizzi, "Relazioni Pubbliche 2: le competenze e i servizi specializzati", McGraw-Hill .
- Gianni Statera, 1997, *La ricerca sociale – Logica, strategie, tecniche*, Edizioni SEAM.

Rapporti e documenti

- Rur, Censis, Dip. Funzione Pubblica, Formez , Roma 24 Febbraio 2003, *7° Rapporto Le Città Digitali - 2003*.
- A cura di Emilio Simonetti, URP degli URP – Dip. Della Funzione Pubblica Regione Emilia Romagna, 2003, *Guida alla comunicazione istituzionale on-line – per gli URP e gli altri servizi di comunicazione pubblica*.
- A cura di Emilio Simonetti, URP degli URP – Dip. Della Funzione Pubblica Regione Emilia Romagna, 2003. Laboratorio di benchmarking URPdegliURP, *Vadecum della comunicazione istituzionale on-line* in

“Guida alla comunicazione istituzionale on-line – per gli URP e gli altri servizi di comunicazione pubblica”.

- A cura di Walter Sancassiani e Paolo Tamburini su invito del Coordinamento Agende 21 Locali italiane. COM-PA Bologna, 21 settembre 2000 - Salone della Comunicazione Pubblica e dei servizi al cittadino, *Appunti per una Carta di riferimento su Comunicazione e Agenda 21 Locale.*
- Uff. Stampa e del Portavoce del Ministero per l'innovazione e le Tecnologie. Roma 5 Febbraio 2004, *Le iniziative per l'alfabetizzazione informatica degli italiani - “Rai – Presentazione del progetto Tv : Non è m@i troppo tardi”.*
- Dipartimento della Funzione Pubblica – Ufficio per l'innovazione delle pubbliche amministrazioni ; 2001, *Indagine sullo stato di attuazione degli Uffici per le relazioni con il pubblico*, Rubettino Editore.
- Linee Guida del Governo per lo Sviluppo della Società dell'Informazione, [<http://www.innovazione.gov.it/ita/news/linneguida.shtml>; 15/03/2004].
- Indagine CARAT, *La comunicazione nella Pubblica Amministrazione: Strategie e Modelli.*
- Annalisa Gramigna, *Laboratorio “Ascolto dell’utenza e valutazione dei bisogni”* – Rapporto conclusivo.
- Mario Morcellini; *La rivoluzione copernicana della Pubblica Amministrazione.*
- Dott. Alberto Compagnone, *La realizzazione di un sito portale per l'ambiente - aspetti tecnici e organizzativi*, La Formazione Ambientale attraverso Stages APAT 2003.
- Il sito-portale dell'APAT, *Un ulteriore strumento per la conoscenza, valorizzazione e protezione dell'Ambiente*, www.apat.it .

- Relazione convegno "Internet e la Comunicazione ambientale" Alba-Palazzo mostre e congressi 27/11/2003.
- Prof. Francesco Pira, Sintesi del Monitoraggio siti no profit 2003, Università degli studi di Udine, Corso di laurea triennale in relazioni pubbliche, anno accademico 2003/2004.
- Gregorio Arena; *Gli URP e le due funzioni della comunicazione pubblica*, [<http://www.urp.it>; 11/03/2004].
- Gregorio Arena, *Informare e comunicare*, [<http://www.urp.it>; 10/03/2004].
- Anna Rita Calabrò, *Comunicazione interna e urp*, [<http://www.urp.it>; 12/03/2004].
- Emilio Simonetti, *La comunicazione istituzionale su Web*, [<http://www.urp.it>; 13/03/2004].
- Primiana Leonardini Pieri, *Comunicazione pubblica in rete*, [<http://www.urp.it>; 12/03/2004].
- Roberto Ellero, *Internet: un diritto per tutti*, [<http://www.urp.it>; 11/03/2004].
- Luca Rigoni, *Amministrazione on-line e soddisfazione dell'utenza*, [<http://www.urp.it>; 14/03/2004].
- Maurizio Boscarol, *Che cos'è l'usabilità dei siti web*, [<http://www.usabile.it>; 9/03/2004].

Leggi e direttive:

- Direttiva P.C.M. 30 Maggio 2002 .
- Circolare Dipartimento della Funzione Pubblica 13 marzo 2001, n. 3/2001.
- Legge 7 Giugno 2000, n.150 "Disciplina delle attività di informazione e di comunicazione delle Pubbliche Amministrazioni", G.U.n.136 del 13 Giugno 2000

Siti consultati

- <http://www.funzionepubblica.it/>
- <http://www.urp.it/>
- <http://www.formez.it/>
- <http://www.compubblica.it/compubblica/comunicazione/index.html>
- <http://www.forumpa.it/>
- <http://www.innovazione.gov.it>
- <http://www.usabile.it>
- <http://www.apat.it>

Allegato: Elenco dei Siti analizzati divisi per tipo:

Siti preferenziali:

APAT (Agenzia Nazionale per la Protezione dell'Ambiente e per i Servizi Tecnici)
www.apat.it

Sinanet
www.sinanet.apat.it o anche www.sinanet.anpa.it

Siti del Sistema Agenziale delle Agenzie ARPA e APPA (Agenzie Regionali o Provinciali per la Protezione dell'Ambiente):

Valle D'Aosta
www.arpa.vda.it/

Piemonte
<http://www.arpa.piemonte.it>

Lombardia
<http://www.arpalombardia.it/>

Veneto
<http://www.arpa.veneto.it/>

Friuli Venezia Giulia
<http://www.arpa.fvg.it/>

Trento - Agenzia Provinciale per la Protezione dell'Ambiente
<http://www.provincia.tn.it/appa/>

Bolzano - Agenzia Provinciale per la Protezione dell'Ambiente
http://www.provincia.bz.it/agenzia-ambiente/index_i.asp

Emilia-Romagna
<http://www.arpa.emr.it>

Liguria
<http://www.arpal.org/>

Toscana
<http://www.arpat.toscana.it/>

Marche
<http://www.arpa.marche.it/>

Abruzzo
<http://www.artaabruzzo.it/>

Umbria
<http://www.arpa.umbria.it/>

Lazio
www.arpalazio.it

Campania
<http://www.arpacampania.it/>

Basilicata
<http://www.arpab.it/>

Molise
www.arpamolise.it (sito in allestimento)

Sardegna
www.arpa.sardegna.it

Sicilia
<http://www.arpa.sicilia.it/>

Le ARPA di Puglia e Calabria non hanno un sito web.

Altri Siti:

Siti delle regioni italiane:

Tutti i siti delle singole 20 regioni italiane:

Valle D'Aosta, Piemonte, Lombardia, Veneto, Friuli Venezia Giulia, Trentino Alto Adige, Emilia Romagna, Liguria, Toscana, Marche, Abruzzo, Umbria, Lazio, Campania, Puglia, Basilicata, Molise, Calabria, Sardegna, Sicilia.

Senza elencare tutti i singoli indirizzi è possibile ricordare che l'indirizzo generico di ogni sito regionale è rintracciabile nel modo seguente: www.regione.nomedellaregione.it (il tutto minuscolo)

In più sono stati analizzati anche i siti delle province autonome di Trento e Bolzano

Siti di "unioni" di regioni, province, comuni:

Sito della Conferenza permanente dei presidenti delle regioni e delle province autonome
www.regioni.it

Unione delle Province di Italia (UPI)
<http://www.upinet.it/>

Associazione Nazionale Comuni Italiani (ANCI)
www.anci.it

Siti di Enti di Ricerca:

Ente per le Nuove Tecnologie l'Energia e l'Ambiente (ENEA)

<http://www.enea.it>

Ente Nazionale Italiano per il Turismo (ENIT)

<http://www.enit.it/>

Consiglio Nazionale delle Ricerche (CNR)

<http://www.cnr.it/>

Istituto Nazionale di Statistica (ISTAT)

<http://www.istat.it/>

Istituto Superiore di Sanità (ISS)

<http://www.iss.it/>

Altri Siti Istituzionali:

Camera dei Deputati

<http://www.camera.it/>

Senato della Repubblica

<http://www.senato.it/senato.htm>

Ministero dell'Ambiente

www.minambiente.it

Ministero delle Politiche Agricole e Forestali

<http://www.politicheagricole.it/>

Corpo Forestale dello Stato

<http://www.corpoforestale.it/>

Dipartimento per le Politiche Comunitarie

<http://www.politichecomunitarie.it/>

Dipartimento della Protezione Civile

<http://www.protezionecivile.it/>

Ministero per i Beni e le Attività Culturali

<http://www.beniculturali.it/>

Ministero delle Comunicazioni

<http://www.comunicazioni.it>

Altri Sito considerato di possibile interesse:

Portale di Comunicazione Ambientale dell'associazione AICA (Associazione Internazionale di Comunicazione Ambientale)

www.envi.info