

4. Conoscere i metodi

4.1 Metodologie di analisi della qualità dei siti della PA

4.1.1 Quali azioni possibili di valutazione, confronto e miglioramento

Tutte le amministrazioni pubbliche di più grandi dimensioni dispongono ormai di un proprio sito *web*, riconoscibile nel suo carattere ufficiale e facilmente raggiungibile. Talvolta si tratta di una vera e propria "rete" connettiva, promossa dalla pubblica amministrazione, che coinvolge altri soggetti pubblici, associazioni e privati in un progetto comune; talvolta il sito Internet si limita alle funzioni istituzionali di informazione e interazione con il cittadino in modo autoreferenziale. Entrambi i modelli di sviluppo (la rete civica, il sito istituzionale) attribuiscono ad Internet il ruolo di canale innovativo della comunicazione amministrazione/cittadino. A vari livelli di capacità di offerta e relativa risposta di utilizzo, i siti delle pubbliche amministrazioni locali sono ormai pienamente entrati a far parte delle opzioni di contatto poste al cittadino. Con l'evoluzione di Internet e la professionalizzazione di alcune esperienze e sperimentazioni, si fa strada la consapevolezza che "esserci", in rete con altri soggetti o autonomamente, non basta più. Non basta pubblicare un sito, aumentare il numero dei settori interni coinvolti nel suo mantenimento, se la pianificazione e la progettazione che ne sono alla base non seguono specifiche linee di crescita e sviluppo, non si pongono precisi obiettivi per raggiungere un buon livello di qualità. Ormai i siti istituzionali devono rispettare regole di funzionalità (accessibilità e usabilità in primo luogo) e anche di contenuto (tecniche di scrittura appropriate, esaustività dei temi di interesse per l'utenza).

In questo quadro risulta evidente che gli URP e gli altri uffici coinvolti nella progettazione, nello sviluppo e nel mantenimento dei siti pubblici, devono impegnarsi ad elevare il valore delle esperienze: conoscere la documentazione disponibile, normativa e circolari, e applicare linee guida e tutto quanto sia utile a consentire di raggiungere un buon livello qualitativo. Devono tenere sotto costante monitoraggio il proprio sito, per valutare la congruenza con gli standard e gli obiettivi prefissati e confrontarsi con quanto circonda.

Per la realizzazione metodica e programmata di questo compito, è necessario pertanto seguire tre fondamentali linee di azione:

- confrontarsi con l'esterno (il benchmarking);
- rispettare direttive e linee guida;
- predisporre metodologie di autovalutazione.

4.1.2 L'analisi competitiva: il benchmarking

Come per altri aspetti e ambiti di interesse dell'amministrazione, è importante avviare e mantenere un costante monitoraggio di quanto esiste nel panorama nazionale e internazionale, ovvero valutare e trarre spunto dalle strade intraprese e le soluzioni adottate da soggetti con simili compiti e finalità. L'indagine sui "siti concorrenti" consente di individuare esperienze innovative, nuove direzioni di sviluppo, fornire idee per il proprio sito. Contrariamente ad altri generi di confronto, come potrebbe essere quello tra aziende rivali, l'obiettivo per la pubblica amministrazione non deve essere "superare" la concorrenza quanto trarre da altri modelli e strategie che si possano adattare al proprio contesto, stabilendo magari contatti diretti con gli altri enti e avviando talvolta collaborazioni. E' opportuno che la fase di benchmarking sia preceduta dalla individuazione degli aspetti/indicatori su cui interessa confrontarsi e degli obiettivi del confronto.

Un benchmarking è inoltre di notevole interesse se condotto all'interno di un contesto territoriale, per valutare la propria posizione, l'esistenza di una sinergia tra enti che si accostano alla stessa cittadinanza. Un buon esempio di questo tipo è quello della Provincia di Parma con l'indagine condotta sul suo territorio dal titolo: "Emilia Romagna Digitale – Misurare per governare. Benchmarking dello sviluppo telematico in provincia di Parma" (www.regionedigitale.net/documenti/studi/download/vol_quattro/uno.htm).

Questo tipo di metodologia di analisi si rivela particolarmente utile in fase di restyling e di progettazione del sito.

4.1.3 Metodologie investigative

L'interesse e la particolare attenzione che negli ultimi tempi si concentra sul tema della qualità hanno favorito lo sviluppo di linee guida e analisi esplicitamente rivolte ad analizzare i siti *web* istituzionali. Sebbene infatti non esista un modello esplicito di riferimento ed ogni esperienza cresca in modo sostanzialmente autonomo, tuttavia ci sono indicazioni e regole da cui non si può prescindere o che sono comunque di estrema utilità per migliorare la qualità delle prestazioni. Indagini di tipo investigativo sul proprio sito consentono di riscontrare autonomamente il rispetto di linee guida, direttive e risolvere problemi di utilizzo del sito.

Un primo tipo di analisi del proprio sito *web* deve essere tesa a constatare il rispetto delle regole contenute in direttive o circolari pubblicate da enti autorevoli che frequentemente sono corredate da apposite guide alla verifica. Tra le linee guida oggi disponibili per quanto riguarda i siti della PA italiana: circolare della Funzione Pubblica del 13 marzo 2001, n. 3; circolare AIPA del 6 settembre 2001, n. AIPA/CR/32; direttiva della Presidenza del Consiglio dei Ministri del 30 maggio 2002. (vedi **5.3 Sitografia**)

La progettazione del sito andrebbe anticipata da uno studio attento dei documenti, in modo tale da conoscere i punti che dovranno meritare una attenzione particolare, sia da parte degli sviluppatori interni che dell'eventuale società esterna incaricata della realizzazione dell'impianto grafico e strutturale delle pagine. Un esempio del prodotto che una simile riflessione può generare è all'interno della sezione "requisiti" del sito *Webxtutti* della Fondazione Bordoni (www.webxtutti.it), dove sono indicate caratteristiche che responsabili dei siti *web* della PA devono considerare nell'indire gare d'appalto per la realizzazione di siti "accessibili" o nel verificare la qualità di un sito già esistente.

Una analisi preliminare e costante del proprio sito può inoltre prevedere una “mappatura” delle pagine, per constatarne la coerenza, la correttezza dell’architettura e immaginare le future linee di sviluppo. E’ possibile effettuare una mappatura attraverso strumenti automatici. Questo tipo di analisi è importante in particolare per programmare interventi in direzione dell’usabilità, qualora si intenda favorire modi di fruizione differenziata e questo richieda un ripensamento del sistema dei link. Può essere il caso, ad esempio, della riorganizzazione del sito e del sistema dei menu secondo lo schema logico degli eventi della vita.

Indagini di tipo euristico (ovvero basate su regole ricavate dall’indagine empirica) possono inoltre essere portate avanti da esperti di usabilità, per individuare eventuali errori o eccessiva complessità di alcune procedure previste all’interno del sito.

Periodicamente possono essere condotte indagini di tipo quantitativo attraverso check list allo scopo di individuare la assenza o la presenza di determinate caratteristiche di un sito e consentire così una valutazione del miglioramento nel corso del tempo. L’interesse di una analisi di questo tipo risiede nella confrontabilità, nella ripetibilità e nella analiticità dell’indagine.

Le check list utili all’analisi possono essere prodotte artigianalmente, oppure si può ricorrere a liste già esistenti, costruite da enti che si occupano di analisi di siti web (vedi **Parte 2.1**).

4.1.4 Analisi dell’utenza

Un tipo di sguardo che è importante porre ad un sito web è inoltre quello dell’utente che ne fruisce. Le indagini sugli utenti sono talvolta l’unico modo per individuare e risolvere problemi, in particolar modo per quanto riguarda l’accessibilità e l’usabilità.

Con l’aiuto di esperti, è possibile condurre test di usabilità o accessibilità sugli utenti. Anche pochi test consentiranno di individuare problemi importanti: una analisi dei compiti potrà inoltre essere finalizzata ad individuare le prestazioni del sito concernenti uno specifico servizio.

Attraverso sistemi automatici è inoltre possibile analizzare il comportamento degli utenti sul sito, attraverso l’analisi dei log file, con cui è possibile leggere la registrazione di ciò che avviene su un server web: file richiesti, errori, tipo di software utilizzato, etc.

Per conoscere il proprio pubblico, attuale e potenziale, è inoltre valido un attento monitoraggio sul contenuto delle e-mail ed eventualmente questionari e focus group per coinvolgere sia utenti che non utenti ed eventualmente pianificare strategie inclusive.

4.1.5 Indagini auto e semi-automatiche

Talvolta per indagare le dimensioni di interesse si può ricorrere ad indagini di tipo automatico, tramite specifici software o siti web. Una analisi automatica della funzionalità del sito può essere utile a misurare aspetti che riguardano il sito nel suo complesso e si riflettono sulla qualità della sua fruizione: tempi di connessione e di caricamento delle pagine e delle immagini, funzionamento dei link e correttezza del codice HTML etc. Diversi stru-

menti possono essere utili in questo senso: ci si può rivolgere al sito del W3C per le risposte relative alla correttezza del linguaggio di programmazione (validator.w3.org/). Altre risorse su Internet consentono di validare e valutare altri aspetti, sia gratuitamente che a pagamento. Da citare, in particolare, gli strumenti che consentono di valutare l'accessibilità del proprio sito web, individuando punto per punto i problemi esistenti e indicando le azioni da compiere per risolverli. Bobby è un software (disponibile on line www.cast.org/bobby) per verificare il grado di rispetto delle linee guida del W3C in tema di accessibilità. Una versione italiana è Torquemada (www.webxtutti.it/testa.htm). (vedi **Finestre 5.1.1** e **5.1.8** e **Appendice 1**)

4.1.6 L'analisi dei siti della PA locale: l'indice ARPA-L

Un metodo di analisi che consente di trarre elementi di interesse sia dal confronto (benchmarking) sia dall'approfondimento analitico, sito per sito, di molte dimensioni di interesse, con indicatori da rilevare sia in modo automatico che manuale, è ARPA-L (Analisi delle Reti delle Pubbliche Amministrazioni Locali), sviluppato da Rur-Censis, e utilizzato per il Rapporto sulle Città Digitali in Italia, presentato ogni anno in collaborazione con il Foromez. Il gruppo di ricerca ormai da sette anni elabora l'indagine sulla qualità dei siti *web* delle pubbliche amministrazioni locali conducendo un'analisi su oltre 500 siti delle pubbliche amministrazioni locali italiane (regioni, province e comuni). Il Rapporto conclusivo della ricerca "Città Digitali" è giunto, con il 2002, alla settima edizione.

I ricercatori e rilevatori esperti traggono gli indicatori base dell'indagine a partire da indagini investigative e dal monitoraggio continuo dei siti, dallo studio della documentazione e dalla conoscenza di *best practices* nazionali ed esperienze estere. Il metodo di valutazione ARPA-L si propone di valutare la qualità di un sito istituzionale in modo oggettivo, per ricavarne valori sintetici che ne esprimano i caratteri fondamentali e la qualità complessiva. Gli indicatori di ARPA-L rispecchiano buone norme da seguire per la realizzazione di siti di qualità e possono rappresentare un valido ausilio *ex ante* anziché *ex post* per chi intende creare o rinnovare un sito Internet dell'amministrazione locale.

Si tratta di un metodo dinamico, perché deve adattarsi ai veloci cambiamenti che interessano le tecnologie informatiche, le tecniche di comunicazione, la PA. Il metodo prevede sei indici settoriali e un folto numero di indicatori (sono oltre 120), che rappresentano dimensioni ritenute rilevanti per un sito Internet istituzionale. Gli indici contribuiscono alla formazione di un indice sintetico e quindi all'elaborazione di un rating o classifica finale che assegna ad ogni ente un punteggio indicativo del livello qualitativo raggiunto.

Le dimensioni analizzate sono:

- *Contenuti istituzionali e trasparenza amministrativa*. Quanto un ente è capace di autorappresentarsi e coinvolgere i cittadini nell'azione di governo
- *Qualità e interattività dei servizi*. Quali servizi vengono veicolati attraverso il sito e qual è il livello di interazione raggiunto (secondo i quattro livelli di interazione stabiliti a livello europeo)
- *Usabilità e accessibilità*. Qual è la qualità della navigazione e quali sono gli ostacoli che gli utenti potrebbero incontrare in termini di visualizzazione e fruizione delle informazioni
- *Cooperazioni, relazionalità e communities*. Quanto un ente, attraverso il suo sito, è capace di "fare rete" con altri enti istituzionali e non, e quali strumenti adotta per rafforzare il senso di comunità degli utenti del sito
- *Marketing territoriale*. Quali sono gli strumenti messi a disposizione, attraverso il sito,

- al "city user", turista o imprenditore, intenzionato ad investire sul territorio
- *Professionalizzazione dei dispositivi tecnologici*. Quali sono le prestazioni del sito e quali sono le eventuali scelte di partnership e supporto tecnologico.

L'applicazione del metodo è utile allo scopo di individuare best practice e modelli a cui ispirarsi: nel 2002 tra i comuni capoluogo il miglior sito Internet è risultato essere quello del Comune di Bologna, seguito dai Comuni di Torino e Firenze. Migliori siti provinciali sono risultati quelli delle Province di Bologna, Parma e Mantova. Il sito regionale primo classificato è stato quello della Regione Liguria, seguito dai siti di Emilia Romagna e Toscana. I risultati sono comunque disponibili presso il sito www.rur.it (è possibile inoltre navigare tutte le mappe dell'indagine sul sito: http://egov.formez.it/valutare_i_siti_della_PA.html). Nel 2001, inoltre, è stata sviluppata anche una nuova versione del metodo, ARPA-C, per l'analisi dei siti delle amministrazioni centrali (www.atenea.it/html/risorse/ARPA-C.html).

4.2 Esempi di benchmarking in Europa

Analoghe indagini di confronto tra siti istituzionali sono state condotte anche a livello europeo. Ad esempio, lo European E-city Awards ha assegnato premi per siti istituzionali divisi in tre categorie, a seconda del tipo di utenza a cui i servizi si rivolgono (cittadini, turisti, imprese). L'analisi è stata condotta su 130 siti da Eckart&Partner in collaborazione con l'Istituto di marketing dell'Università di Monaco Ludwig-Maximilians-Universität. Migliori siti per il 2002 sono risultati (www.eec-award.com) i siti di Copenaghen e Berlino.

Un'indagine di benchmarking, condotta attraverso una analisi dei siti web accompagnata da interviste dirette alle migliori esperienze, è stata portata avanti da Elanet nell'ambito del progetto Keelan (www.keelan.elanet.org). Lo scopo dell'indagine era la pubblicazione di roadmap utili ad orientare le amministrazioni locali nella crescita delle proprie esperienze di e-government.

Va inoltre segnalata l'indagine della Commissione Europea sui servizi on line "Public services Summary Report - Web based Survey on Electronic Public Services" condotta periodicamente da Cap Gemini Ernst & Young, i cui risultati sono disponibili sul sito www.euro-pa.eu.int.