



**Analisi e valutazione dei canali web  
delle aziende di servizio pubblico  
della città di Roma**

(aprile 2007)

Agenzia

**Analisi e valutazione dei canali web delle aziende di  
servizio pubblico della città di Roma**

**Roma**

**Aprile 2007**

## Indice

PARTE I.....	4
La ricerca 2007 .....	5
1.0 Nuovi scenari per l'analisi dei canali web delle Public utility capitoline .....	7
1.1 L'evoluzione normativa .....	8
2.0 I nuovi ambiti di rilevazione .....	12
3.0 Universo di indagine e Metodologia adottata per l'analisi dei siti web delle Public Utility .....	15
4.0 Descrizione delle macro categorie di analisi degli Indici e degli Indicatori.....	25
4.1 Trasparenza ed accesso .....	25
4.1.1 <i>Trasparenza Aziendale</i> .....	26
4.1.2 <i>Accesso</i> .....	26
4.1.3 <i>Trasparenza normativa</i> .....	27
4.2 Qualità e interattività dei servizi in rete .....	27
4.2.1 <i>Visione dei servizi</i> .....	28
4.2.2 <i>Gestione del contratto</i> .....	29
4.2.3 <i>Gestione bollette e fatture</i> .....	29
4.2.4 <i>Consumi e tariffe</i> .....	30
4.2.5 <i>Trasporto</i> .....	30
4.2.6 <i>Trasporto Disabili</i> .....	31
4.2.7 <i>Mobilità</i> .....	31
4.2.8 <i>Mobilità Disabili</i> .....	32
4.2.9 <i>Servizi di Igiene Urbana</i> .....	32
4.2.10 <i>Igiene Urbana : Fornitura e Tariffe</i> .....	33
4.3 Usabilità e accessibilità.....	33
4.3.1 <i>Navigabilità</i> .....	34
4.3.2 <i>Accessibilità</i> .....	35
4.3.3 <i>Usabilità</i> .....	35
4.4 Comunicazione, partecipazione, relazionalità .....	36
4.4.1 <i>Comunicazione on line</i> .....	37
4.4.2 <i>Comunicazione istituzionale</i> .....	37
4.4.3 <i>Customer care</i> .....	38
4.4.4 <i>Partecipazione</i> .....	38
4.4.5 <i>Gestione del reclamo e contenzioso</i> .....	39
4.5 Sviluppo Tecnologico .....	39

4.5.1	<i>Qualità server e connessioni</i> .....	40
4.5.2	<i>Qualità dell'HTML e web design</i> .....	41
5.0	Elenco degli indicatori e loro articolazioni.....	42
Parte II	.....	51
6.0	I Risultati della ricerca : il quadro generale.....	52
6.1	Il confronto Nazionale ed Internazionale.....	57
7.0	Le analisi dei siti.....	60
7.1	Analisi e valutazione di <a href="http://www.atac.roma.it">www.atac.roma.it</a> (Sezione Trasporti).....	61
7.2	Analisi e valutazione di <a href="http://www.atac.roma.it">www.atac.roma.it</a> (Sezione Mobilità).....	71
7.3	Analisi e valutazione di <a href="http://www.aceaspa.it">www.aceaspa.it</a> (Sezione Elettrica).....	80
7.4	Analisi e valutazione di <a href="http://www.italgaspiu.it">www.italgaspiu.it</a> .....	90
7.5	Analisi e valutazione di <a href="http://www.aceaspa.it">www.aceaspa.it</a> (Sezione Idrica).....	100
7.6	Analisi e valutazione di <a href="http://www.amaroma.it">www.amaroma.it</a> .....	110

# PARTE I

## La ricerca 2007

Nel mese di gennaio 2007 a distanza di poco meno di due anni dalla prima indagine sui canali web delle public utility capitoline, l'Agenzia ha condotto una nuova analisi e valutazione del livello di offerta dei servizi on line delle aziende di pubblico servizio romane, con l'obiettivo di misurare la capacità delle stesse aziende di innovarsi e adattare la propria organizzazione on line alle esigenze dei cittadini-consumatori ma anche per continuare a valutare e confrontare i risultati raggiunti rispetto al periodo precedente.

La prima indagine aveva evidenziato, in realtà, risultati solo parzialmente soddisfacenti: i siti delle aziende di pubblica utilità capitoline avevano mostrato, a fronte di una sostanziale adeguatezza informativa e comunicativa, una ancora parziale diffusione della interattività per quasi tutti gli ambiti di gestione dei rapporti di clientela. Rispetto ai 21 servizi di rete prioritari, emergeva, infatti, da quella prima analisi, come le imprese di pubblico servizio attive a Roma riuscivano complessivamente ad offrirne in modo adeguato solo 10. Tra di essi, servizi on line utili per comunicare i consumi effettivi, per effettuare richieste di modifica del recapito delle fatture/bollette o ancora (in un caso) per pagare on line. La gestione dei contratti, le volture e le disdette, non trovavano, invece, spazio sui canali web esaminati i quali al più permettevano di scaricare formulari da inviare, successivamente, per posta o da presentare direttamente allo sportello. Le aziende di pubblico servizio romane non fornivano, poi, sistemi on line per chiedere preventivi o nuovi allacci, come pure manutenzioni e interventi in loco, o ancora, nell'ambito dei trasporti, strumenti per l'acquisto degli abbonamenti/Card, o servizi interattivi per ottenere permessi di transito per zone a traffico limitato (ZTL), conoscere il traffico in tempo reale, o in ambito ambientale, per gestire la tariffa sui rifiuti.

Con la nuova indagine del 2007, l'Agenzia ha cercato, perciò, in primo luogo di misurare gli eventuali progressi ed i miglioramenti nel livello di offerta di servizi on line rispetto alla rilevazione precedente, quindi, ha ampliato la prospettiva di analisi individuando (ancora una volta attraverso l'esame comparativo delle migliori pratiche esistenti a livello nazionale ed internazionale) nuovi indicatori in modo da cercare di valutare l'efficacia dei servizi transattivi presenti anche alla luce delle evoluzioni tecnologiche come pure dei cambiamenti nei modelli di fruizione nel sia pur breve periodo intercorso tra le due rilevazioni.

L'analisi 2007 si è concentrata, come già effettuato nel 2005, sui siti delle imprese di pubblica utilità della città di Roma ma ha ampliato lo sguardo e l'analisi anche sui siti delle public utility delle città metropolitane italiane (Torino, Milano, Venezia, Trieste, Genova, Bologna, Firenze, Roma, Bari, Napoli, Cagliari, Messina, Palermo, Catania) e di 4 grandi capitali europee (Berlino, Londra, Madrid, Parigi) relativamente alla sola macroarea della qualità e interattività dei servizi di rete.

L'analisi dei siti web capitolini, con il confronto nazionale ed europeo è stata condotta nel mese di Gennaio 2007. Tutti i risultati sono stati comparati per esigenze di uniformità a quel periodo e non si è perciò tenuto conto al fine della analisi generale di eventuali modifiche ed eventuali miglioramenti nei diversi web esaminati, successivamente al periodo ufficiale di rilevazione.

La ricerca è stata realizzata da un gruppo di lavoro di Ware.it diretto da Mauro Di Giacomo e composto da Paolo Subioli, Elga Apostoli, Marco Cadin, Micaela Latini e Marta Pieroni, sotto il coordinamento e la supervisione di Filippo Lobina dell'Agenzia.

## **1.0 Nuovi scenari per l'analisi dei canali web delle Public utility capoline**

L'intervallo di poco meno due anni tra la prima e la seconda rilevazione, nella tempistica del web rappresenta un lasso di tempo sufficiente non solo per valutare i cambiamenti nell'offerta ed i progressi raggiunti dagli sportelli on line delle public utility ma anche per misurare le risposte dei canali web rispetto all'evoluzione delle tecnologie, dei modelli di fruizione e delle aspettative dell'utenza, nonché degli indirizzi istituzionali e normativi.

Il nuovo dato che è emerso e rispetto al quale occorreva ragionare prima di affrontare una nuova indagine, è rappresentato dalla difficoltà dell'utenza delle aziende di servizio nello stabilire attraverso il web proficui rapporti di clientela, anche in presenza di un sistema di servizi di rete ben organizzato.

Una indagine condotta dal Censis nel 2006 sui cittadini di Roma ha evidenziato questo aspetto in modo assai chiaro: solo il 9,1% dei cittadini della capitale nel 2006 sceglieva, infatti, il web per interagire con le aziende a fronte di una quota quasi doppia (17,3%) che preferiva, invece, spostarsi verso gli sportelli ed un ulteriore 46,8% che si affidava al telefono per dialogare e ottenere servizi dalle public utility cittadine.

Sulla scarsa attrattività dei servizi Internet delle aziende di pubblica utilità pesano probabilmente una serie di concause:

- il deficit di immediatezza della risposta rispetto al bisogno, che Internet registra nei confronti del telefono;
- la diffusa diffidenza verso i nuovi strumenti telematici di una utenza, qual è quella che fruisce dei servizi di pubblica utilità, che non appare strutturalmente indirizzata all'innovazione tecnologica, essendo formata essenzialmente da individui adulti o anziani appartenenti a tutte le condizioni sociali, comprese anche quelle meno alfabetizzate tecnologicamente ;
- un fattore motivazionale legato più che alla carenza dei servizi di rete, alla mancanza di una effettiva percezione da parte dell'utenza dell'efficacia dell'azione avviata attraverso Internet, sia rispetto alle modalità di risposta che rispetto ai tempi necessari per trattare la richiesta. L'incertezza nell'utente dei servizi di rete delle public utility circa lo svolgimento della procedura on line e soprattutto circa l'effettività del risultato, limiterebbe, quindi, fortemente il ricorso al web accentuando la tendenza, già evidenziata, al ridotto utilizzo di Internet, strutturale per questo segmento di popolazione.

Ai fini di una corretta valutazione dei parametri da esaminare con la nuova indagine è stata presa in considerazione anche l'evoluzione, nell'ultimo biennio, del quadro normativo e degli atti di indirizzo ufficiali per la comunicazione on line istituzionale e a tali riferimenti occorrerà guardare, almeno fino alla probabile approvazione delle norme, attualmente in discussione, sulla liberalizzazione dei servizi pubblici locali.

## 1.1 L'evoluzione normativa

Il sito web istituzionale, in quanto strumento chiave di gestione dei rapporti dell'ente o dell'azienda pubblica con l'esterno, può, ormai contare su un impianto normativo consolidato, che costituisce oggi l'unico criterio ufficiale a disposizione delle amministrazioni e delle aziende di servizio pubblico. Il riferimento principale<sup>1</sup> da prendere in considerazione è il Codice dell'amministrazione digitale (D.Lgs. 7 marzo 2005, n. 82, integrato dal D.Lgs. 4 aprile 2006, n. 159), che norma temi quali i contenuti dei siti, le modalità di gestione dei dati e quelle di accesso. L'altra norma cardine è la Legge 9 gennaio 2004, n. 4 sull'accessibilità. Per il resto, valgono norme di ambito più vasto, ma con conseguenze dirette sulla gestione dei siti, come quelle sul diritto d'autore o sulla privacy.

All'interno del Codice della Pa digitale sono contenuti tutti i principi fondamentali, come ad esempio quello dell'obbligatorietà del sito web per ogni soggetto pubblico. È anche stabilito che il sito deve rispettare i principi di usabilità, reperibilità ed accessibilità. Esso, poi, deve essere caratterizzato da "completezza di informazione, chiarezza di linguaggio, affidabilità, semplicità di consultazione, qualità, omogeneità ed interoperabilità".

Per quanto riguarda i servizi on line il nuovo Codice dell'amministrazione digitale, che dedica a tale argomento tutta la sezione III (composta da 3 articoli) del capo IV (Dati delle pubbliche amministrazioni e servizi in rete), stabilisce, specificatamente, che le amministrazioni (e le aziende di servizi) "progettano e realizzano i servizi in rete mirando alla migliore soddisfazione delle esigenze degli utenti, in particolare garantendo la completezza del procedimento, la certificazione dell'esito e l'accertamento del grado di soddisfazione dell'utente".

Il contenuto dei siti delle Pubbliche Amministrazioni e delle aziende pubbliche deve essere realizzato con rigore, secondo i canoni stabiliti, in particolare, dall'articolo 57 del Codice dell'Amministrazione digitale. Le pagine web dei soggetti pubblici devono dunque rendere inequivocabilmente trasparente l'organizzazione interna, con tutte le attribuzioni di responsabilità e con ogni informazione relativa ai procedimenti

---

<sup>1</sup> I riferimenti normativi o di indirizzo precedenti al Codice della amministrazione digitale sono :

- la Direttiva della Funzione Pubblica 13 marzo 2001 "Linee guida per l'organizzazione, l'usabilità e l'accessibilità dei siti web delle Pubbliche Amministrazioni", la quale prescrive i criteri di usabilità ed accessibilità per i siti web istituzionali;
- la Circolare AIPA 6 settembre 2001 "Criteri e strumenti per migliorare l'accessibilità dei siti web e delle applicazioni informatiche a persone disabili";
- la Direttiva 21 dicembre 2001 "Linee guida in materia di digitalizzazione della Pubblica Amministrazione" del Ministro per l'Innovazione e le Tecnologie, la quale, tramite il lancio del portale nazionale Italia.gov.it, introduce come interfaccia standard per la presentazione dei servizi on line, quella degli "eventi della vita";
- la Direttiva del Presidente del Consiglio dei Ministri, 30 maggio 2002 per la conoscenza e l'uso del dominio internet ".gov.it" e l'efficace interazione del portale nazionale "italia.gov.it" con le pubbliche amministrazioni e le loro diramazioni territoriali.

di ciascun ufficio. La norma dispone che la modulistica venga particolarmente curata, sia nel caso essa venga resa disponibile per essere scaricata, sia in quello di compilazione diretta on line. Il Codice assegna a questa funzione del sito un ruolo primario, al punto che dà alle amministrazioni due anni di tempo - cioè fino alla fine del 2007 - per organizzarsi, trascorsi i quali i cittadini o le imprese avranno diritto a completare i procedimenti senza produrre alcuna documentazione, se quest'ultima non sia stata adeguatamente esplicitata sul sito. Né si può pensare di trasferire *tout-court* sul web la modulistica esistente: i moduli vanno infatti "razionalizzati e semplificati" (articolo 15), al pari dei procedimenti amministrativi, delle attività gestionali e dei documenti. Anche la scelta di quali servizi rendere disponibili è soggetta alle norme del Codice, il quale stabilisce che bisogna ricorrere a criteri di valutazione di efficacia, economicità ed utilità, oltre che rispettare i principi di eguaglianza e non discriminazione, tenendo presenti le dimensioni dell'utenza, la frequenza dell'uso e l'eventuale destinazione all'utilizzazione da parte di categorie in situazioni di disagio.

### *La prospettiva della multicanalità*

Dato il carattere strategico che la normativa assegna ai servizi on line, sono anche determinanti le modalità di accesso. Il principio di non discriminazione richiede che essi siano alla portata di tutte le categorie di utenti, ma anche che vengano erogati con i mezzi opportuni, facendo dunque ricorso alla "multicanalità", che consiste nell'affiancare al web mezzi più diffusi, come il telefono.

Dal punto di vista normativo, interessa però sapere soprattutto quali sono i sistemi di identificazione consentiti. La nostra legislazione, sin dalla prima delle leggi Bassanini (la n. 59 del 1997), ha identificato nella firma digitale il mezzo preferenziale di riconoscimento in rete, equiparandola alla firma autografa apposta in presenza di pubblico ufficiale. Il Codice impone che, per accedere ai servizi in rete delle amministrazioni, gli utenti si facciano identificare tramite Carta d'Identità Elettronica (CIE) o Carta Nazionale dei Servizi. Questa norma vale anche per i gestori di servizi pubblici.

Ma le linee strategiche dell'attuale Governo contengono una revisione di questo principio, che porterà con ogni probabilità a ridurre alla sola CIE la modalità consentita. Fino al 31 dicembre 2007, salvo proroghe (probabili), è anche possibile ricorrere a sistemi diversi, come la semplice password o il PIN.

### *Privacy e copyright*

Due aspetti importanti da considerare - tipici del mondo on line - sono anche quelli relativi al trattamento dei dati personali ed alla tutela del diritto d'autore. Per quanto riguarda la privacy, la norma di riferimento è il Codice in materia di Protezione dei Dati Personali (D.Lgs. 30 giugno 2003, n. 196). La materia è assai complessa, ma per quanto riguarda i siti, è sufficiente chiarire che deve essere resa disponibile, in buona evidenza, una "informativa" che descriva le modalità con cui l'ente prevede di trattare i dati raccolti. Raccolta che può avvenire sia tramite i moduli on line che con altri sistemi, come i "cookies".

Rispetto al copyright, valgono le norme generali sul diritto d'autore, ma anche - e soprattutto - i principi stabiliti nell'articolo 50 del Codice della Pa digitale (coerenti con la Direttiva europea 2003/98/CE, recepita in Italia col D.Lgs. 24 gennaio 2006,

n. 36) secondo cui i dati delle Pa e dei gestori di servizi pubblici devono essere resi disponibili e accessibili per la fruizione e riutilizzazione da parte delle altre pubbliche amministrazioni e dei privati. A tal fine, una soluzione ottimale per i gestori di servizi pubblici, data la specificità della loro missione, può essere costituita dalle licenze d'uso di tipo "Creative Commons", le quali, nel rispetto della normativa vigente, consentono un facile riutilizzo da parte degli utenti, purché se ne renda esplicita l'adozione sul sito stesso.

## **Le principali norme di riferimento**

### **SITI WEB**

- D.Lgs. 7 marzo 2005, n. 82, artt. 53 e 54 - “Codice dell’amministrazione digitale.” (G.U. 16 maggio 2005, n. 112 - S.O. n. 93)
- D.Lgs. 4 aprile 2006, n. 159 - “Disposizioni integrative e correttive al decreto legislativo 7 marzo 2005, n. 82, recante codice dell’amministrazione digitale.” (G.U. 29 aprile 2006, n. 99 - S.O. n. 105)
- Direttiva del Ministro per l’innovazione e le tecnologie di concerto con il Ministro per la funzione pubblica 27 luglio 2005 - “Direttiva per la qualità dei servizi on line e la misurazione della soddisfazione degli utenti.” (G.U. 18 ottobre 2005, n. 243)

### **ACCESSIBILITÀ**

- Legge 9 gennaio 2004, n. 4 - “Disposizioni per favorire l’accesso dei soggetti disabili agli strumenti informatici.” (G.U. 17 gennaio 2004, n. 13)
- DPR 1 marzo 2005, n. 75 - “Regolamento di attuazione della legge 9 gennaio 2004, n. 4 per favorire l’accesso dei soggetti disabili agli strumenti informatici.” (G.U. 3 maggio 2005, n. 101)
- Decreto del Ministro per l’innovazione e le tecnologie 8 luglio 2005 - “Requisiti tecnici e i diversi livelli per l’accessibilità agli strumenti informatici.” (G.U. 8 agosto 2005, n. 183)

### **DATI PUBBLICI**

- D.Lgs. 24 gennaio 2006, n. 36 - “Attuazione della direttiva 2003/98/CE relativa al riutilizzo di documenti nel settore pubblico.” (G.U. 14 Febbraio 2006, n. 37)

### **PRIVACY**

- D.Lgs. 30 giugno 2003, n. 196 - “Codice in materia di protezione dei dati personali” (G.U. 29 luglio 2003, n. 174 - S.O. n. 123)

## 2.0 I nuovi ambiti di rilevazione

La nuova indagine del 2007 pur ripetendo l'esame delle stesse dimensioni conoscitive già scandagliate in precedenza e quindi della *Trasparenza e accesso*, della *Qualità e interattività dei servizi in rete*, dell'*Usabilità e accessibilità*, della *Comunicazione partecipazione e relazionalità* e infine dello *Sviluppo tecnologico*, ha cercato, anche alla luce delle problematiche di fruizione dell'utenza, nonché delle evoluzioni dello scenario tecnologico e normativo innanzi sottolineate, di mettere a fuoco nuovi aspetti conoscitivi che possono essere ricondotti a due ambiti tematici di fondo:

- *Trasparenza del servizio, intesa come capacità del sito di creare o rafforzare la fiducia nell'utenza rispetto all'efficacia delle transazioni on line avviate*, e quindi la sua capacità di fornire adeguate informazioni sulle caratteristiche e finalità della transazione nonché sui risultati come pure sui tempi di completamento dei processi.
- *Multicanalità, intesa come capacità del sito di integrare la propria offerta di informazioni e servizi con gli altri canali resi disponibili dall'azienda*. Questo ampliamento di prospettiva è determinato dal fatto che la continua diffusione dell'uso delle tecnologie per la comunicazione presso le famiglie italiane impone di evolvere e ampliare le modalità di ascolto e valutazione dell'uso che viene fatto dei nuovi canali e strumenti disponibili on line.

Rispetto al primo punto l'indagine ha cercato di scandagliare alcuni momenti decisivi nella gestione on line dei rapporti di clientela: oltre all'esame dei processi di erogazione on line dei servizi tipici relativi allo svolgimento fisiologico del rapporto tra ente ed utente nell'ambito del contratto di fornitura, con la nuova analisi ci si è soffermati sul processo di gestione dei reclami e quindi sulle prassi on line e sulle procedure di segnalazione di problematiche nei rapporti di clientela, sui meccanismi di presa in carico attraverso il web e di trasparenza rispetto all'iter procedurale ed all'esito della segnalazione.

La necessità di introdurre questo nuovo ambito di valutazione è scaturita anche dall'approvazione nel 2005 del "Regolamento per la gestione ed il trattamento dei reclami, delle segnalazioni e dei suggerimenti nel Comune di Roma", valido anche per le aziende di pubblico servizio. Tale disposizione, stabilisce che i Contratti di servizio e le eventuali Carte dei servizi devono contenere "specifiche clausole che impongono alle Aziende l'adozione almeno degli stessi standard di qualità dei servizi previsti per il Comune di Roma". In particolare per le due fasi di più stretta "comunicazione" con i cittadini, cioè l'accoglienza della segnalazione/reclamo e la relativa risposta, si prevede "l'obbligo della creazione di strutture fisiche (come sportelli e *call center*)" e la presenza di "modulistica, personale, linee telefoniche adeguate a ricevere i reclami in tutte le forme ammissibili (lettera, fax, telefono, posta elettronica, ecc...)" e "l'obbligo del rispetto dei tempi di istruttoria e risposta, almeno uguali" a quelli previsti dal Regolamento Comunale (anche in questo caso 30 giorni).

Rispetto al secondo tema si è scelto di valutare, invece, la capacità dei siti delle public utility di integrare i contenuti informativi e di rappresentare i processi di erogazione dei servizi aziendali come sistema multicanale intrecciato, dove è ad esempio possibile avviare un percorso informativo o transattivo via web e concluderlo tramite Sms o telefono. Questa prospettiva scaturisce dalla considerazione, che ove risulti necessario od opportuno, per l'esecuzione delle

diverse fasi del servizio, si possano utilizzare i diversi canali disponibili e che quindi alcune fasi del processo possano essere svolte con il ricorso ad altri strumenti di comunicazione a distanza di uso comune, come ad esempio il fax o la posta o il telefono<sup>2</sup>.

La nuova indagine, ha cercato, perciò, di cogliere oltre al semplice conteggio dell'accesso ai diversi canali e sportelli, anche il quadro d'insieme del sistema di interazioni e relazioni ente-utente, sia prevedendo un nuovo indicatore specificamente rivolto all'uso degli Sms, distinto dal nuovo indicatore relativo, invece, alla multicanalità (contact center, radio e Tv), sia considerando il riferimento al contact center o a specifici recapiti telefonici all'interno delle pagine relative ai singoli processi di erogazione di servizi on line, come un livello di interazione superiore alla mera presenza di generici contenuti informativi o al download di moduli.

Nel contesto di una strategia multicanale, l'erogazione dei servizi on line consente di far emergere la domanda latente in alcuni settori e di rispondere ai nuovi bisogni reali; essa permette inoltre di spostare parte della domanda su una modalità più rapida e maggiormente personalizzata. Inoltre, le moderne tecnologie a supporto dei servizi on line consentono di raccogliere ed elaborare un ingente volume di dati e informazioni, dai quali trarre conoscenze sulle tipologie dei bisogni, sui segmenti di utenza, su eventuali barriere culturali e sociali all'utilizzo dei servizi. Tali informazioni, integrate con quelle provenienti dagli altri canali di erogazione, consentono di ridurre, o addirittura eliminare, il rischio di autoreferenzialità nell'azione dei soggetti erogatori di servizi pubblici.

I servizi on line vanno dunque considerati nella loro accezione più ampia, di prestazioni non mediate da sportello, a cui è possibile accedere in modalità remota tramite diversi canali: web, chioschi telematici, tv digitale, call center, telefoni cellulari. La scelta del canale, o dei canali, tramite cui erogare uno specifico servizio, viene effettuata tenendo conto di tre distinti elementi:

- il livello di interazione necessario alla sua completa erogazione (ad esempio, se il servizio richiede o meno l'invio di dati da parte dell'utente, se comprende un pagamento, se richiede autenticazione, ecc);
- i dati che occorre scambiare con l'utente (il livello di complessità di tali dati determina la scelta del terminale più adatto: il computer si adatta meglio all'invio di testi, il telefono ad un'interazione sofisticata, ecc.);
- le specifiche esigenze di fruizione (l'utente in movimento deve poter usare un terminale mobile, quello non alfabetizzato all'informatica deve poter usare il telefono, ecc.).

Tale scelta non può che essere il risultato di un'attenta mediazione fra i punti di forza dello specifico canale e le caratteristiche salienti del servizio considerato, anche se rimane centrale l'importanza di rilevare la percezione ed i comportamenti dell'utenza

---

<sup>2</sup> Questa prospettiva scaturisce dalla stessa direttiva del 27 luglio 2005 del ministero dell'Innovazione, per la qualità dei servizi on line e la misurazione della soddisfazione degli utenti (Gazzetta Ufficiale n. 243 del 18-10-2005) che fa rientrare nell'accezione più ampia di "servizi on line" i servizi pubblici non mediati da sportello a cui è possibile accedere in modalità remota tramite i seguenti canali: web, chioschi telematici, tv digitale, call center, telefoni cellulari. In questa prospettiva la scelta dei canali on line di erogazione di uno specifico servizio, per ciascuna azienda, deve perciò essere effettuata tenendo conto sia del livello di interazione necessario alla sua completa erogazione, sia dei dati che occorre scambiare con l'utente, sia delle specifiche esigenze di fruizione.

stessa, tramite specifici strumenti di rilevazione, nell'ambito della *customer satisfaction*.

Nei prossimi anni vedremo quale sarà l'evoluzione in questo senso nell'area dei servizi di pubblica utilità. Servizi che per le loro caratteristiche (si pensi ad esempio alla mobilità urbana) e per la vastità ed eterogeneità dell'utenza si prestano particolarmente ad essere erogati tramite canali differenziati.

### 3.0 Universo di indagine e Metodologia adottata per l'analisi dei siti web delle Public Utility

L'indagine 2007 ha mantenuto la metodologia parametrica di valutazione, già adottata nella precedente rilevazione, incentrata sulla valutazione delle 5 macro aree relative a:

- *Trasparenza e accesso;*
- *Qualità e interattività dei servizi in rete;*
- *Usabilità e accessibilità;*
- *Comunicazione, partecipazione, relazionalità;*
- *Sviluppo tecnologico.*

Partendo da un approccio comparativo, e sulla base di una metodologia di *benchmark* già utilizzata nel 2005 è stata, perciò, ripetuta l'analisi dello stato dell'arte a livello nazionale ed europeo delle attività di informazione, assistenza, ascolto dell'utenza, nonché di erogazione dei servizi on line da parte delle *public utility*, individuando sulla base degli studi, della pubblicistica, e soprattutto dell'osservazione diretta di circa 120 siti di enti ed aziende nazionali ed europee, le migliori pratiche esistenti a livello nazionale ed europeo rispetto all'implementazione di questo tipo servizi di rete.

L'esame delle principali aziende erogatrici di servizi di pubblica utilità italiane (a partire da quelle attive nelle città metropolitane) ed europee, ha condotto in primo luogo ad una nuova mappa aggiornata dei servizi on line disponibili in Europa.

Una volta messa a punto la nuova mappa dei servizi on line, si è passati a revisionare, sempre a partire dalle 5 macro aree tematiche generali, il set di indicatori specifici capaci di descrivere singoli aspetti dei macro fenomeni e in grado quindi di rappresentare specifiche dimensioni conoscitive relative alle aree tematiche in esame.

Sono stati, così, integrati 8 nuovi indicatori che hanno portato a 115 gli item di rilevazione (contro i 107 del 2005) ed è stata aggiunta una nuova area conoscitiva alle 22 preesistenti relativa, al tema dei reclami e del contenzioso.

L'analisi parametrica, applicata al modello di rilevazione anche nell'indagine 2007, è stata condotta facendo assumere a ciascun indicatore o item di rilevazione caratteristiche dicotomiche (presenza / assenza di un fenomeno) o caratteristiche articolate e gerarchizzabili sulla base del possibile livello di risposta al bisogno dell'utenza nella fruizione del servizio di rete.

Attribuendo punteggi alle diverse tipologie di risposte (1 – 2) nel caso di risposte dicotomiche o da 1 a 3 o da 1 a 5 nel caso risposte articolate, è stato possibile arrivare a costruire indici sintetici standardizzando il punteggio totale in centesimi per ciascun indice in relazione a ciascuna tipologia di sito (siti delle aziende di trasporto – siti della mobilità – siti dell'energia elettrica – siti dell'acqua – siti del gas – siti dell'ambiente) senza effettuare successive ponderazioni.

Sulla base dei punteggi ottenuti per ciascuna delle 5 macro aree generali (trasparenza e accesso, qualità e interattività dei servizi di rete, usabilità e accessibilità, comunicazione partecipazione e relazionalità, sviluppo tecnologico) e per ciascuno degli indici specifici, è stato individuato un valore sintetico così da evidenziare 5 indici di primo livello e 23 indici di secondo livello per ciascun sito delle aziende di

pubblico servizio e stabilire, sempre per ciascun sito, un indice generale capace di esprimere il valore finale complessivo attraverso la media dei punteggi di tutti e 5 gli indici di primo livello (Tav. 1).

Il confronto tra i risultati generali e settoriali riportati dai canali web delle imprese di pubblica utilità romane nel 2007 con gli stessi valori ottenuti nel 2005 ha permesso, in primo luogo di tracciare un primo quadro significativo dell'evoluzione del sistema di offerta di servizi di rete delle public utility che operano nella capitale.

L'analisi 2007 si è poi concentrata, come già effettuato nel 2005, sui siti delle imprese di pubblica utilità delle città metropolitane italiane (Torino, Milano, Venezia, Trieste, Genova, Bologna, Firenze, Roma, Bari, Napoli, Cagliari, Messina, Palermo, Catania) e su quelli di 4 grandi capitali europee (Berlino, Londra, Madrid, Parigi) relativamente alla sola macroarea della qualità e interattività dei servizi di rete. Confrontando i punteggi specifici attribuiti ai siti delle aziende del servizio pubblico capitolino con quelli ottenuti dai siti degli enti e delle aziende attive nei centri urbani italiani e nelle maggiori capitali europee, è stato quindi possibile effettuare, anche nel 2007, il rating finale di categoria, nazionale ed europeo.

**Tav. 1 Indici sintetici sulla qualità dei servizi web delle public utilities**

	<b>INDICI di 2° livello</b>	<b>MACRO AREE (INDICI Sintetici di I° livello)</b>
<b>1</b>	<b>Trasparenza aziendale</b>	<b>I ) Trasparenza e accesso</b>
<b>2</b>	<b>Accesso</b>	
<b>3</b>	<b>Trasparenza normativa</b>	
<b>4</b>	<b>Visione dei servizi</b>	<b>II) Qualità e interattività dei servizi in rete</b>
<b>5</b>	<b>Gestione del contratto</b>	
<b>6</b>	<b>Gestione bollette e fatture</b>	
<b>7</b>	<b>Consumi e tariffe</b>	
<b>8</b>	<b>Trasporto</b>	
<b>9</b>	<b>Trasporto dei disabili</b>	
<b>10</b>	<b>Mobilità</b>	
<b>11</b>	<b>Mobilità dei disabili</b>	
<b>12</b>	<b>Servizi di Igiene Urbana</b>	
<b>13</b>	<b>Igiene urbana tariffazione</b>	
<b>14</b>	<b>Navigabilità</b>	<b>III) Usabilità e accessibilità</b>
<b>15</b>	<b>Usabilità</b>	
<b>16</b>	<b>Accessibilità</b>	
<b>17</b>	<b>Comunicazione on line</b>	<b>IV) Comunicazione, partecipazione, relazionalità</b>
<b>18</b>	<b>Comunicazione istituzionale</b>	
<b>19</b>	<b>Customer care</b>	
<b>20</b>	<b>Partecipazione</b>	
<b>21</b>	<b>Reclami e Contenzioso</b>	
<b>22</b>	<b>Qualità server e connessioni</b>	<b>V) Sviluppo Tecnologico</b>
<b>23</b>	<b>Qualità dell'Html e web design</b>	

Fonte : Analisi e valutazione dei canali web delle aziende di Servizio pubblico della città di Roma - Gennaio 2007

**Tav 2 Siti delle aziende di pubblico trasporto delle 14 città metropolitane italiane**

<b>Roma</b>	<b>Atac</b>	<a href="http://www.atac.roma.it">www.atac.roma.it</a>
Genova	Amt	<a href="http://www.amt.genova.it">www.amt.genova.it</a>
Milano	Atm	<a href="http://www.atm-mi.it">www.atm-mi.it</a>
Firenze	Ataf	<a href="http://www.ataf.net">www.ataf.net</a>
Cagliari	Ctm	<a href="http://www.ctmcagliari.it/">www.ctmcagliari.it/</a>
Torino	Gtt	<a href="http://www.comune.torino.it/gtt">www.comune.torino.it/gtt</a>
Napoli	Anm	<a href="http://www.anm.it">www.anm.it</a>
Bologna	ATC	<a href="http://www.atc.bo.it">www.atc.bo.it</a>
Bari	Amtab	<a href="http://www.amtabservizio.it">www.amtabservizio.it</a>
Trieste	Trieste Trasporti	<a href="http://www.triestetrasporti.it">www.triestetrasporti.it</a>
Palermo	Amat	<a href="http://www.amat.pa.it">www.amat.pa.it</a>
Venezia	Actm	<a href="http://www.actm.it">www.actm.it</a>
Messina	Atm	<a href="http://www.atmmessina.it">www.atmmessina.it</a>
Catania	Amt	<a href="http://www.amt.ct.it">www.amt.ct.it</a>

*Fonte: Analisi e valutazione dei canali web delle aziende di Servizio pubblico della città di Roma - Gennaio 2007*

**Tav.3 Siti di aziende e servizi per la di Mobilità delle 14 città metropolitane italiane**

<b>Città</b>	<b>Enti /Aziende</b>	<b>Web</b>
<b>Roma</b>	<b>Atac</b>	<b>www.atac.roma.it</b>
Venezia	Asm Spa / Comune / Urbis Limen	www.Urbislimen.it
Torino	5T Spa / Comune	www.5t.torino.it
Bologna	Comune	urp.comune.bologna.it/Mobilita/Mobilita.nsf
Milano	Comune – Agenzia Mobilita	www.ama-mi.it/Infomobilita/default.asp
Cagliari	Comune	www.comune.cagliari.it
Napoli	Comune - Anm azienda napoletana mobilità	www.anm.it
Firenze	Comune – Firenze Parcheggi	www.firenzeparcheggi.it/
Genova	Comune	www.tu6genova.it
Bari	Servizi trasporti e mobilità Bari	www.stmbari.it
Trieste	Comune - Azienda per la Mobilità Territoriale	www.retecivica.trieste.it
Catania	Comune -Sostare	www.sostare.it
Messina	Nd	Nd
Palermo	Nd	Nd

*Fonte: Analisi e valutazione dei canali web delle aziende di Servizio pubblico della città di Roma - Gennaio 2007*

**Tav. 5 Siti di aziende di erogazione di energia elettrica nelle 14 città metropolitane italiane**

<b>Città</b>	<b>Enti /Aziende</b>	<b>Web</b>
<b>Roma</b>	<b>Acea</b>	<b>www.aceaspa.it</b>
Torino	Iride	www.iride-energia.it
Genova	Iride	www.iride-energia.it
Milano	Aem	www.aem.it
Trieste	Acegas-Aps	www.acegas.trieste.it
Venezia	Enel	www.enel.it
Bologna	Enel	www.enel.it
Firenze	Enel	www.enel.it
Cagliari	Enel	www.enel.it
Napoli	Enel	www.enel.it
Bari	Enel	www.enel.it
Messina	Enel	www.enel.it
Palermo	Enel	www.enel.it
Catania	Enel	www.enel.it

*Fonte : Analisi e valutazione dei canali web delle aziende di Servizio pubblico della città di Roma - Gennaio 2007*

**Tav.6 Siti di aziende di erogazione del gas nelle 14 città metropolitane italiane**

<b>Città</b>	<b>Enti /Aziende</b>	<b>Web</b>
<b>Roma</b>	<b>Italgas</b>	<b>www.italgaspiu.it</b>
Torino	Italgas	www.italgaspiu.it
Venezia	Vesta	www.vestagas.net
Napoli	Italgas	www.italgaspiu.it
Messina	Italgas	www.italgaspiu.it
Firenze	Fiorentinagas	www.fiorentinagasclienti.it/
Bologna	Hera	www.gruppohera.i
Milano	Aem	www.aem.it
Trieste	Acega-Aps	www.estagas.com
Bari	A.M.Gas	www.amgasbari.it
Genova	Gruppo iride	www.iride-acquagas.it
Palermo	AMG Energia	www.amg.pa.it
Cagliari	Isgas	www.isgas.it
Catania	Asec	www.asec.ct.it

*Fonte: Analisi e valutazione dei canali web delle aziende di Servizio pubblico della città di Roma - Gennaio 2007*

**Tav. 7 Siti di aziende di erogazione dell'acqua nelle 14 città metropolitane italiane**

<b>Città</b>	<b>Enti /Aziende</b>	<b>Web</b>
<b>Roma</b>	<b>Acea</b>	<b>www.aceaspa.it</b>
Venezia	Vesta	www.vestaspa.net
Bologna	HERA	www.gruppohera.it
Palermo	Amap	www.amap.it
Bari	Acquedotto pugliese AQP	www.aqp.it
Genova	Gruppo Iride	www.mediterraneadelleacque.it
Napoli	ARIN	www.arin.na.it
Trieste	Acegas-aps	www.acegas-aps.it
Catania	Sidra	www.sidraspa.it
Firenze	Publiacqua	www.publiacqua.it
Torino	SMA Torino	www.smatorino.it
Messina	AMAM	www.amam.it
Milano	Metropolitana Milanese	www.metropolitanamilanese.it
Cagliari	Abbanoa	www.abbanoa.it

*Fonte : Analisi e valutazione dei canali web delle aziende di Servizio pubblico della città di Roma - Gennaio 2007*

**Tav. 8 Siti di aziende di erogazione di servizi di igiene urbana nelle 14 città metropolitane**

<b>Città</b>	<b>Enti /Aziende</b>	<b>Web</b>
<b>Roma</b>	<b>Ama</b>	<b>www.amaroma.it</b>
Milano	Amsa	www.amsa.it
Firenze	Quadrifoglio	www.quadrifoglio.org
Bologna	Hera	www.gruppohera.it
Genova	Amiu	www.amiu.genova.it
Venezia	Vesta	www.vestaspa.net
Cagliari	Comune	www.comune.cagliari.it
Torino	Amiat	www.amiat.it
Trieste	Acegas-aps	www.acegas-aps.it
Napoli	Asia Napoli	www.asianapoli.it
Bari	Amiu	www.amiubari.it
Palermo	Amia	www.amianet.it/
Messina	Messina Ambiente	www.messinambiente.it
Catania	Comune	www.comune.catania.it

*Fonte : Analisi e valutazione dei canali web delle aziende di Servizio pubblico della città di Roma - Gennaio 2007*

**Tav 9 – Campione per il confronto Europeo : Siti di aziende di pubblico Servizio di Berlino, Londra, Madrid e Parigi**

<b>Settori</b>	<b>Londra</b>	<b>Parigi</b>	<b>Berlino</b>	<b>Madrid</b>
Trasporti	<a href="http://www.transportforlondon.gov.uk">http://www.transportforlondon.gov.uk</a>	<a href="http://www.ratp.fr">www.ratp.fr</a>	<a href="http://www.bvg.de">www.bvg.de</a>	<a href="http://www.emtmadrid.es">www.emtmadrid.es</a> <a href="http://www.metromadrid.es/">www.metromadrid.es/</a>
Elettricità	<a href="http://www.edfenergy.com/">http://www.edfenergy.com/</a>	<a href="http://particuliers.edf.fr/">http://particuliers.edf.fr/</a>	<a href="http://www.vattenfall.de/bewag/">http://www.vattenfall.de/bewag/</a>	<a href="http://www.iberdrola.es">www.iberdrola.es</a>
Gas	<a href="http://www.edfenergy.com">http://www.edfenergy.com</a>	<a href="http://monagence.gazdefrance.fr">http://monagence.gazdefrance.fr</a>	<a href="http://www.gasag.de">www.gasag.de</a>	<a href="http://www.unionfenosa.es">www.unionfenosa.es</a>
Acqua	<a href="http://www.thameswater.co.uk/">http://www.thameswater.co.uk/</a>	<a href="http://www.compagnie-des-eaux-de-paris.com">www.compagnie-des-eaux-de-paris.com</a>	<a href="http://www.bwb.de">www.bwb.de</a>	<a href="http://www.cyii.es/">www.cyii.es/</a>
Ambiente	<a href="http://www.cityoflondon.gov.uk*">http://www.cityoflondon.gov.uk*</a>	<a href="http://www.paris.fr/fr/environnement/proprete">www.paris.fr/fr/environnement/proprete</a>	<a href="http://www.bsr.de">www.bsr.de</a>	<a href="http://www.madrid.es">www.madrid.es</a>

\*[http://www.cityoflondon.gov.uk/Corporation/our\\_services/health\\_safety/cleansing.htm](http://www.cityoflondon.gov.uk/Corporation/our_services/health_safety/cleansing.htm)

Fonte : *Analisi e valutazione dei canali web delle aziende di Servizio pubblico della città di Roma - Gennaio 2007*

## **4.0 Descrizione delle macro categorie di analisi degli Indici e degli Indicatori**

Il modello analitico adottato nel 2007 è identico a quello del 2005. Rispetto alla rilevazione precedente, come già osservato, permangono le 5 macro categorie di analisi e gli indici di secondo livello, che diventano in totale 23 con l'aggiunta dell'indice sulla gestione dei reclami e del contenzioso, inserito nella macro categoria della "Comunicazione partecipazione e relazionalità". I 115 item di rilevazione o indicatori sono commentati di seguito, all'interno dei paragrafi relativi alle macro aree a cui essi appartengono.

### **4.1 Trasparenza ed accesso**

La possibilità di accesso è una delle qualità più ampiamente riconosciute alla Rete. In associazione con la gestione in forma digitalizzata delle informazioni e della documentazione, la connessione in rete consente la massima facilità di accesso e quindi un'effettiva messa in pratica della metafora della trasparenza. Migliore accesso alle informazioni, alla documentazione ed alle procedure dell'organizzazione può essere considerato quale sinonimo di maggiore democrazia, in un'accezione sociale, ma anche preconditione per la tutela degli interessi del consumatore.

Il concetto stesso di accesso ha subito un'evoluzione, proprio a causa delle tecnologie dell'informazione e della comunicazione. Sin dai primi anni di diffusione dell'internet "di massa", infatti, ha cominciato a svilupparsi un dibattito sull'uso delle nuove tecnologie da parte degli enti pubblici, in relazione alle esigenze di trasparenza amministrativa, sfociato nella pubblicazione, nel 1999, del "Libro verde dell'Unione europea sull'informazione del settore pubblico nella società dell'informazione".

Quel documento ci offre oggi una testimonianza indispensabile per capire i caratteri di quello che possiamo considerare un passaggio cruciale, rispetto al concetto stesso di diritto all'accesso, e che ci serve per coglierne meglio il valore anche nell'attualità: da un'idea di accesso alla documentazione legato ad uno specifico interesse giuridico (che era alla base della nostra legge 241 del 1990) a quella di un ruolo attivo del settore pubblico nel rendere facilmente accessibili almeno alcune tipologie di informazione. Un ruolo che, senza particolari forzature, possiamo attribuire anche alle aziende di servizi pubblici.

Su questo punto è intervenuta una legislazione specifica, costituita dal Decreto legislativo del 4 Marzo 2005 sul Codice dell'amministrazione digitale, il quale - in base all'assunto che il trattamento digitalizzato della documentazione e delle procedure sia un dovere per le amministrazioni - prescrive in maniera stringente

alcune caratteristiche base per i siti web del settore pubblico, le quali si applicano anche alle aziende che gestiscono servizi d'interesse pubblico.

Le prescrizioni del testo normativo suddetto sono state assunte come riferimento di base per la definizione degli indicatori che compongono il criterio di "Trasparenza ed accesso".

Di seguito vengono fornite delle descrizioni sintetiche degli indicatori di 2° livello che compongono il criterio di "Trasparenza ed accesso": *Trasparenza aziendale*, *Accesso* e *Trasparenza normativa*.

#### *4.1.1 Trasparenza Aziendale*

La trasparenza è la prima, tra le qualità che vengono richieste ad un sito web di attinenza del settore pubblico. La conoscenza della struttura organizzativa e dei diversi procedimenti, con le relative attribuzioni ai vari uffici, costituisce la garanzia maggiore per il cittadino/consumatore. Il Codice della PA digitale dedica a questi aspetti l'art. 57 (Contenuto dei siti delle pubbliche amministrazioni).

"Trasparenza Aziendale" comprende i seguenti indicatori (di 3° livello):

- Informazioni sulla struttura dell' azienda/ente
- Informazioni sull'organigramma dell' azienda/ente
- Presentazione servizi
- Mission dell'azienda/ente
- Informazioni sul sistema di Qualità
- Informazioni sulla durata di ciascun procedimento
- Indicazione degli uffici e dei responsabili dei procedimenti
- informazioni sulla privacy/ uso dei dati
- Spazio per comitati etici

#### *4.1.2 Accesso*

A questo gruppo appartengono gli indicatori relativi a quelle funzionalità che consentono forme di contatto diretto tra l'utente e l'azienda, che cioè permettono di attivare canali di comunicazione ulteriori, oltre al web stesso.

"Accesso" comprende i seguenti indicatori di 3° livello:

- Indicazioni sull'ubicazione fisica degli uffici/sportelli
- Informazioni relative agli orari di apertura degli uffici/ sportelli
- Presenza di forme di contatto uffici/settori (fax/telefono e-mail)
- Informazioni e/o transazioni relative a bandi/appalti

### 4.1.3 Trasparenza normativa

In questo gruppo sono compresi tutti quei servizi informativi che garantiscono una trasparenza rispetto alle norme generali di funzionamento. E' infatti essenziale che l'utente conosca i propri diritti, in modo che sia più efficace il controllo sull'operato dell'Azienda.

“Trasparenza normativa” comprende i seguenti indicatori di 3° livello:

- Pubblicazione di testi delle delibere aziendali o dell'ente
- Pubblicazione pagine relative al Bilancio
- Pubblicazione pagine relative al Bilancio sociale
- Informazioni sulla normativa di riferimento

## 4.2 Qualità e interattività dei servizi in rete

Rispetto ai servizi on line, ovvero il punto di arrivo del processo di digitalizzazione dei procedimenti, da un lato, e della ridefinizione dell'interfaccia di comunicazione con l'utente, dall'altro, la nuova indagine 2007 riprende lo standard di riferimento già adottato nel 2005 basato su 4 possibili livelli di interazione tra amministrazione e utente<sup>3</sup>:

- 1 sola offerta d'informazioni;
- 2 possibilità di scaricare moduli (interazione a una via o one way);
- 3 possibilità di presentare moduli on line, inclusa l'autenticazione dell'utente (interazione a due vie o two ways);
- 4 possibilità di evadere l'intera pratica, compresa la decisione e l'ottenimento del servizio.

Con la nuova rilevazione in considerazione del fatto che la continua diffusione dell'uso delle tecnologie per la comunicazione presso le famiglie italiane impone di evolvere e ampliare le modalità di valutazione dell'uso che viene fatto dei nuovi canali e strumenti disponibili on line, si è cercato di considerare la capacità dei siti delle public utility di integrare i contenuti informativi e di rappresentare i processi di erogazione dei servizi aziendali come sistema multicanale intrecciato, dove è ad esempio possibile avviare un percorso informativo o transattivo via web e concluderlo tramite Sms o telefono, nella considerazione, appunto, che ove risulti

---

<sup>3</sup> Si tratta dello standard che l'Unione Europea ha fissato attraverso la *Web-based Survey on Electronic Public Services*

necessario od opportuno, per l'esecuzione delle diverse fasi del servizio, si possano utilizzare i diversi canali disponibili.

Nell'ambito dei servizi transattivi sono stati, perciò, revisionati i livelli di interazione (Tavola 10) che costituiscono i parametri di valutazione degli indicatori. I primi due livelli utilizzati nell'indagine 2005 relativi alla "offerta di informazioni" ed alla "possibilità di scaricare moduli" (interazione a una via), sono stati accorpati in un unico livello iniziale. Come grado di interazione successivo è stata introdotta, invece, la capacità di proporre all'utente del web, interessato a fruire di un servizio, un sistema integrato di offerta con il contact center o con uno sportello telefonico dedicato, mentre sono stati mantenuti i livelli 3 e 4 di interazione già previsti nella precedente indagine ossia la formulazione di richieste tramite form (livello 3) e la possibilità di concludere la pratica o ottenere il servizio direttamente on line (livello 4).

**Tavola 10 Servizi transattivi : i livelli di interazione 2007**

<b>1) Offerta d'informazioni o possibilità di scaricare moduli (interazione a una via o <i>one way</i>)</b>
<b>2) Integrazione della procedura on line con un contact center o sportello telefonico</b>
<b>3) Possibilità di presentare moduli on line, inclusa l'autenticazione dell'utente (interazione a due vie o <i>two ways</i>);</b>
<b>4) Possibilità di evadere l'intera pratica on line, compresa la decisione e l'ottenimento del servizio.</b>

Gli Indici di secondo livello compresi in questa macro area sono: *Visione dei servizi, Gestione del contratto, Gestione bollette e fatture, Consumi e tariffe, Trasporto, Trasporto dei disabili, Mobilità, Mobilità dei disabili, Servizi di Igiene Urbana, Igiene urbana: tariffazione.*

#### *4.2.1 Visione dei servizi*

La possibilità per l'utente di ottenere una visione d'insieme dei servizi è considerata di particolare importanza nel testo del decreto legislativo sul Codice della PA digitale, che assumiamo anche in questa nuova indagine come riferimento normativo importante per definire criteri di valutazione dell'offerta on line. Il predetto decreto stabilisce che le amministrazioni devono attivare "sul proprio sito istituzionale l'elenco dei servizi forniti in rete già disponibili e dei servizi di futura attivazione, indicando i tempi previsti per l'attivazione medesima". Questo quadro di riferimento costituisce una garanzia aggiuntiva di massima trasparenza.

"Visione dei servizi" comprende i seguenti indicatori di 3° livello:

- Elenco dei servizi in rete già disponibili
- Disponibilità dell'elenco dei servizi in rete di futura attivazione
- Presenza di area demo per accesso a servizi
- Sezione accesso protetto (password) per parti note (es. clienti, rivenditori)

#### *4.2.2 Gestione del contratto*

Nel rapporto tra utente ed aziende di servizi pubblici il contratto costituisce l'elemento principale di riferimento. Anzi, tipicamente, le occasioni di contatto diretto tra consumatore e fornitore si esauriscono nell'ambito del contratto stesso. Pertanto, tra i servizi che il gestore può mettere a disposizione in rete, quelli relativi al contratto assumono l'importanza maggiore.

“Gestione del contratto” comprende i seguenti indicatori di 3° livello:

- Stipula del contratto
- Voltura dei contratti
- Nuovo allaccio
- Disdetta della fornitura
- Gestione fornitura - modifica di potenza
- Richiesta intervento on site

#### *4.2.3 Gestione bollette e fatture*

Il pagamento delle bollette costituisce la forma di interazione più frequente tra utente e gestore dei servizi, quindi uno dei fattori che incide maggiormente sulla qualità percepita del servizio.

Per essere in grado di offrire il servizio completo, cioè comprensivo del pagamento, i gestori necessitano di accordi con istituti di credito che svolgano il ruolo di concessionari.

Va tenuto presente, in ogni caso, che il servizio può essere fornito all'utente non soltanto direttamente tramite il sito, ma consentendo anche il pagamento tramite domiciliazione bancaria. Per questo motivo è stato aggiunto con la nuova rilevazione l'indicatore relativo alla presenza di informazioni o sistemi on line per attivare la domiciliazione bancaria, che si affianca al nuovo indicatore che registra, invece, la presenza del servizio di pagamento effettuato tramite Poste.it .

Le Poste italiane consentono di pagare on line i bollettini emessi da molte società fornitrici di pubblici servizi con cui sono state stipulate apposite convenzioni. Il

pagamento varia in funzione della convenzione stipulata con l'azienda di servizio e può prevedere sia l'utilizzo del conto BancoPosta, sia delle carte di credito VISA e MasterCard o ancora della carta Postepay.

“Gestione bollette e fatture” comprende i seguenti indicatori di 3° livello:

- Pagamento
- Controllo e comunicazione stato delle bollette (pagamenti)
- Modifica recapito bollette
- Informazioni su cosa fare se non è arrivata la bolletta (Richiesta duplicato bolletta)
- Poste.it
- Domiciliazione Bancaria

#### *4.2.4 Consumi e tariffe*

Un altro elemento cruciale, rispetto alla qualità percepita del servizio, è la trasparenza in merito ai costi, la quale non può che essere ottenuta tramite un servizio personalizzato, cioè consentendo all'utente di interrogare il data base direttamente dal sito. L'accesso a dati in forma digitalizzata consente, anche, di fornire servizi aggiuntivi, quali ad esempio la visualizzazione dello storico dei consumi, i quali possono essere considerati alla stregua di azioni di incremento dell'efficienza sul lato della domanda, poiché costituiscono un'implicita opera di sensibilizzazione rispetto al tema del risparmio energetico.

“Consumi e tariffe” comprende i seguenti indicatori di 3° livello:

- Richiesta preventivi
- Comunicazione consumi effettivi
- Visualizzazione consumi /telelettura
- Visualizzazione storico consumi
- Richiesta verifiche guasti, manutenzioni misuratori e contatori
- Richiesta posa nuovo contatore

#### *4.2.5 Trasporto*

Questo indicatore si riferisce solamente ai siti dei gestori di trasporto pubblico, rispetto al quale riassume i diversi possibili servizi che attualmente possono essere forniti in rete.

Il massimo del valore si ottiene quando l'interazione è completamente a due vie, quando cioè, accanto ad un completo e tempestivo servizio di informazione da parte dell'azienda, si ha anche la possibilità per l'utente di inviare proprie segnalazioni o di stabilire procedure di tipo *return* ricevendo risposte tempestive sul livello di servizio o potendo concludere transazioni rispetto ai titoli di viaggio.

“Trasporto” comprende i seguenti indicatori di 3° livello:

- Possibilità di segnalare anomalie nel trasporto
- Segnalazioni delle variazioni dei percorsi e degli scioperi
- Acquisto degli abbonamenti / Card
- Informazioni sugli orari dei mezzi pubblici alle fermate
- Calcolo percorso - itinerario consigliato

#### 4.2.6 *Trasporto Disabili*

La presenza o meno di informazioni relative alla disponibilità di opzioni per persone con disabilità è rilevante per questa categoria di utenti, per la quale è indispensabile, ai fini dell'accessibilità al servizio stesso, conoscere in anticipo le opzioni disponibili.

“Trasporto e Disabili” comprende i seguenti indicatori di 3° livello:

- Informazioni su autobus accessibili (percorsi, orari, ecc)
- Informazioni su trasporto a prenotazione
- Informazioni su trasporto scolastico

#### 4.2.7 *Mobilità*

Questo indicatore di secondo livello si riferisce solamente ai siti dei gestori di trasporto pubblico. La disponibilità di informazioni in tempo reale per la mobilità, oltre che di relativi servizi, è cruciale per gli automobilisti ed in generale di chi deve muoversi nei centri urbani dovendo scegliere tra diverse forme di trasporto. Le aspettative in tal senso da parte del pubblico sono inevitabilmente alte, a causa dell'ampia diffusione che negli ultimi anni hanno avuto servizi analoghi forniti da operatori privati, ed anche della sempre maggiore diffusione di navigatori satellitari negli autoveicoli. La disponibilità di tali servizi sul web è dunque strategica, ma va inquadrata in una logica più ampia, che contempra l'utilizzo di più canali, specialmente destinati a terminali mobili.

Con la nuova Indagine sono stati aggiunti gli indicatori relativi al pagamento dei parcheggi via web e alla verifica dei permessi di ingresso per le zone ZTL.

“Mobilità” comprende i seguenti indicatori di 3° livello:

- Rilascio permessi di transito per zone a traffico limitato (ZTL)
- Calcolo percorso - itinerario consigliato
- Informazioni sul traffico in tempo reale
- Informazioni sui posti liberi nei parcheggi
- Webcam sui nodi critici del traffico
- Pagamento parcheggi
- Verifica permessi

#### *4.2.8 Mobilità Disabili*

I servizi specifici sulla mobilità, destinati alle persone con disabilità, costituiscono il classico caso nel quale Internet consente di soddisfare esigenze speciali senza particolari sforzi. Per tale categoria di utenti, infatti, avere in anticipo le informazioni è indispensabile, mentre per l’Ente pubblico è sufficiente allestire un’interfaccia adeguata di interrogazione di informazioni che già sono strutturate.

“Mobilità e Disabili” comprende i seguenti indicatori di 3° livello:

- Rilascio contrassegni speciali per circolazione e parcheggio
- Indicazione presenza parcheggi per disabili

#### *4.2.9 Servizi di Igiene Urbana*

Si tratta di un indicatore relativo ovviamente ai soli gestori di servizi ambientali individuato sulla base delle considerazioni che negli ultimi anni, anche per i servizi di igiene urbana, si è affermata una concezione sempre più orientata al soddisfacimento di esigenze specifiche, anche in corrispondenza di una nuova politica tributaria locale commisurata ai livelli effettivi di fruizione dei servizi ambientali che presuppone la necessità di stabilire un meccanismo di maggiore prossimità con il cittadino utente dei servizi ambientali. In tale contesto, Internet rappresenta lo strumento più adatto per la messa a punto di servizi personalizzati, legati ai consumi effettivi e finalizzati a rispondere ad una casistica articolata.

“Servizi di Igiene Urbana” comprende i seguenti indicatori di 3° livello:

- Calcolo tariffa domestica
- Denuncia per l’applicazione della tariffa

- Richiesta smaltimento rifiuti ingombranti
- Controllo delle date di pulizia stradale
- Scelta dei contenitori per raccolta differenziata

#### *4.2.10 Igiene Urbana: Fornitura e Tariffe*

Il pagamento dei servizi di igiene urbana deve poter essere effettuato on line, come per qualsiasi altra utenza. Tale possibilità va a vantaggio del rapporto tra cittadino ed ente pubblico, anche se il pagamento viene di fatto gestito da un concessionario della riscossione.

“Igiene Urbana Fornitura e Tariffe” comprende i seguenti indicatori di 3° livello:

- Pagamento tariffa
- Disdetta o modifica della fornitura

### **4.3 Usabilità e accessibilità**

Usabilità ed accessibilità sono qualità centrali in un sito web. Per quanto riguarda la definizione del concetto di usabilità, è possibile partire da quella proposta dall'ISO (l'International Standard Organization). Nello standard ISO 9241 (“Ergonomic Requirements for Office Work with Visual Display Terminals”) l'usabilità viene definita come “la efficacia, efficienza e soddisfazione con cui specificati utenti raggiungono specificati obiettivi in particolari ambienti.”

Delle tre caratteristiche segnalate nello standard: l'efficacia è definita come “la accuratezza e completezza con cui specificati utenti possono raggiungere specificati obiettivi in particolari ambienti”; l'efficienza, invece, riguarda “le risorse spese in relazione all'accuratezza e alla completezza degli obiettivi raggiunti”; la soddisfazione, infine, è “il comfort e l'accettabilità del sistema di lavoro per i suoi utenti e per altre persone influenzate dal suo uso.”

Ma nella realtà l'usabilità non è una scienza esatta, nel senso che non si basa su criteri univoci e rilevabili automaticamente. La valutazione dell'usabilità di un prodotto, di un software o di un sito comporta una serie di riflessioni di natura complessa e soggettiva, in cui è necessario coordinare aspetti estetici con aspetti tecnici, elementi che favoriscano la semplicità (e quindi la facilità d'uso) di un prodotto, con elementi graficamente apprezzabili.

L'accessibilità intesa come insieme di caratteristiche tecnico-editoriali che consentono a soggetti con ridotte abilità percettivo motorie di fruire a pieno dei contenuti veicolati via web risponde invece a criteri tecnici ben definiti, ed è persino normata in Italia da una legge specifica, la n. 4 del 9 gennaio 2004

“Disposizioni per favorire l'accesso dei soggetti disabili agli strumenti informatici”, della quale si è già accennato innanzi.

Secondo il World Wide Web Consortium (W3C), l'organismo che stabilisce gli standard tecnici per il web, “per accessibilità web si indica la capacità di un sito web di essere acceduto efficacemente (alla sua interfaccia e al suo contenuto) da utenti diversi in differenti contesti. Rendere un sito web accessibile significa permettere l'accesso all'informazione contenuta nel sito anche a persone con disabilità fisiche di diverso tipo e a chi dispone di strumenti hardware e software limitati.”

Lo stesso W3C, nell'ambito della Web Accessibility Initiative (WAI) fornisce precisi consigli tecnici, del tipo “Utilizzare l'attributo alt per descrivere la funzione di ogni elemento grafico”.

L'accessibilità di un sito è una qualità oggettiva al punto da essere misurabile con strumenti automatici. Non solo il W3C, ma anche diversi altri soggetti, anche in Italia, hanno messo a punto servizi on line di validazione, che consentono di valutare il grado di accessibilità di un sito a partire dall'inserimento del suo indirizzo web (URL).

Di seguito sono descritte le caratteristiche degli indicatori di 2° livello di cui è composto il criterio “Usabilità e accessibilità” ai fini della presente indagine: *Navigabilità, Usabilità, Accessibilità*.

#### 4.3.1 Navigabilità

Nell'ambito di questo gruppo sono stati inseriti tutti quei valori che consentono all'utente di reperire nel minor tempo possibile le informazioni o i servizi di proprio interesse, ma anche di percepirsi all'interno di un ambiente confortevole, privo di sorprese e dotato di funzionalità intuitive.

“Navigabilità” comprende i seguenti indicatori di 3° livello:

- Presenza di logo istituzionale
- Link alla home page in ogni pagina interna
- Percorso indicato in ogni pagina
- Visibilità dei link attivi
- Prevedibilità dei link
- Esistenza ed efficacia del motore di ricerca interno
- Presenza di mappa del sito (entro i primi 2 livelli)

#### 4.3.2 Accessibilità

Nel gruppo sono inclusi i diversi indicatori relativi all'accessibilità del sito. A tal fine, sono stati selezionati i sette parametri più significativi tra quelli deducibili dalle linee guida sull'accessibilità dei siti web del Word Wide Web Consortium. "Accessibilità" comprende dunque i seguenti indicatori di 3° livello:

- Ricorrenza di elementi uguali e riconoscibili in tutte le pagine
- Disponibilità di un'alternativa di testo sulle immagini usate come link e descrizione delle zone attive nel caso di immagini con mappe sensibili
- Coerenza assoluta nel caso dell'utilizzo di colori per definire settori tematici
- Possibilità di ingrandire i caratteri dello schermo
- Pagine "splash" o introduzioni flash (senza possibilità di saltare l'animazione)
- Navigazione rapida tramite tastiera
- Utilizzo dei fogli di stile nella definizione della struttura della pagina

#### 4.3.3 Usabilità

Oltre agli indicatori già evidenziati in "Navigabilità", l'usabilità è anche determinata da altri fattori, qui raggruppati al fine di individuare elementi in grado di descrivere la capacità del sito di rendere più agevole l'esperienza di fruizione di contenuti di rete per gli utenti che sperimentano modelli di utilizzo avanzati che scaricano moduli che scelgono percorsi interattivi con uso di form e moduli on line.

"Usabilità" in questa accezione comprende i seguenti indicatori di 3° livello:

- Qualità del *download* della modulistica
- Presenza di *help*
- Esistenza e chiarezza dei messaggi di errore

## 4.4 Comunicazione, partecipazione, relazionalità

La scelta di questo criterio deriva dalla constatazione delle peculiarità del web, in quanto mezzo di trasmissione delle informazioni. Esso, infatti, non può in alcun modo qualificarsi quale medium *broadcast*, cioè limitato ad una comunicazione unidirezionale, dall'ente che emette le informazioni al pubblico che le riceve. Nel web, e più in generale in Internet - del quale costituisce parte di un sistema integrato di strumenti tra loro complementari - le possibilità di comunicazione bidirezionale e multidirezionale sono molte. Si pensi soltanto all'email, con le sue varianti (mailing list, newsletter), ma anche ai forum ed alle chat strumenti di comunicazione bidirezionale asincrona e sincrona. E ciò nell'ambito del settore pubblico assume un significato del tutto particolare. Si pensi, ad esempio, al fatto che i primi servizi telematici locali erano stati annunciati ed accolti come metafore della piazza, o anche della stessa agorà: luoghi di incontro, scambio, comunicazione. Prevaleva, nei primi anni di diffusione di queste tecnologie, l'idea che attraverso di esse si potesse dare vita a forme di democrazia telematica.

La creazione di una dimensione di *community* tra gli utenti del sito accresce il senso di appartenenza al luogo e costituisce la base per un rapporto più interattivo, non solo tra amministrazione (o azienda di servizi) e cittadino, ma anche tra più soggetti in modo multidirezionale. I cittadini possono trovare utile non solo parlare con l'organizzazione che gestisce il servizio, ma anche tra loro, ed essa può trarre reale vantaggio da questo interscambio.

Tra le azioni prioritarie per la creazione delle comunità suddette, vi è quella di prevedere un'iscrizione (o "registrazione") per l'ottenimento di alcuni servizi, o distribuire una newsletter elettronica, possibilmente con gli aggiornamenti del sito. Ciò contribuisce non solo ad avere un riscontro più diretto con gli utilizzatori del sito (chi sono? quali servizi preferiscono?), ma anche a fidelizzarli, offrendo loro un motivo per ritornare a visitarne le pagine.

Il massimo sfruttamento delle potenzialità del mezzo si ha invece quando si riesce a dare vita a comunità più partecipative, poiché basate sulla disponibilità, e sul reale utilizzo, di strumenti interattivi quali i forum, le chat o le mailing list.

La disponibilità di strumentazioni e servizi on line in grado di favorire lo scambio e la comunicazione con i cittadini è centrale per una public utility che intenda mettere a disposizione degli utenti strumenti volti a "dare voce" ai cittadini, in maniera tale da realizzare forme strutturate di dialogo con l'azienda, sviluppando e consolidando una rete di relazioni il più possibile permanente.

La nuova indagine del 2007 ha posto, poi, una particolare attenzione alle prassi on line adottate rispetto alla *gestione dei reclami* evidenziando la presenza di procedure di segnalazione, di presa in carico, gestite attraverso il web come pure la trasparenza rispetto all'iter procedurale ed all'esito della segnalazione.

Questa area di interesse è stata oggetto di una specifica valutazione attraverso la definizione di 3 nuovi indicatori che hanno dato vita ad un nuovo indice di secondo livello denominato “Reclami e contenzioso”.

Di seguito sono descritti gli indici di 2° livello della macroarea ed i relativi indicatori.

#### *4.4.1 Comunicazione on line*

In questo gruppo sono inclusi indicatori eterogenei, accomunati dal fatto di facilitare il flusso di informazioni verso l’utente. La sola disponibilità on line di informazioni, infatti, di per sé non ne garantisce la reperibilità, ed allora è necessario che l’ente si attivi per fornire ulteriori informazioni di supporto, oppure per facilitare la fruibilità da parte delle diverse categorie di utenti, anche tramite il ricorso a canali di comunicazione alternativi al web.

“Comunicazione on line” comprende i seguenti indicatori di 3° livello:

- Reperibilità della URL sul motore di ricerca Google a partire dal nome dell’Azienda/ Ente
- Popolarità del sito basata sui link dall'esterno verso la url del sito
- Presenza Faq
- Link utili
- Esplicitazione aggiornamento del sito
- Uso della multicanalità nell'offerta di informazioni e servizi (WAP/UMTS, newsletter, call/contact center, TV digitale terrestre, TV on line, televideo)
- Area dell'home page o pagina dedicata al primo piano (news istituzionali)
- Pubblicazione di newsletter e/o mailing list destinata all’utenza

#### *4.4.2 Comunicazione istituzionale*

In questo gruppo troviamo gli indicatori relativi agli elementi specifici della comunicazione istituzionale. La loro presenza sul sito è importante per caratterizzarlo quale organo ufficiale e quindi per i suoi caratteri distintivi rispetto alle iniziative di carattere commerciale e/o privato.

“Comunicazione istituzionale” comprende i seguenti indicatori di 3° livello:

- Glossario
- Presenza Campagne di comunicazione istituzionale

- Progetti sul territorio scuole, progetti formativi
- Cooperazione e relazioni esplicite con enti o soggetti non istituzionali  
Associazioni/enti locali

#### *4.4.3 Customer care*

Il gruppo “Customer care” comprende tutti quelli elementi di trasparenza che attengono al rapporto contrattuale tra fornitore di servizi ed utente. La specificità del mezzo consente non solo di fornire informazioni di carattere generale, come quelle relative alla Carta dei servizi, ma anche mirate al singolo utente, a seguito di autenticazione da parte di quest’ultimo. “Customer care” comprende i seguenti indicatori di 3° livello:

- Informazioni generali sulle condizioni contrattuali
- Lettura fattura/bolletta
- Informazioni sulla Carta dei servizi
- Presenza in home page di riferimento a contact center (numero verde, numero facile ecc contatto on line) entro il II livello
- Pagina/e informative relative al servizio di customer care
- Presenza di canali per target

#### *4.4.4 Partecipazione*

E’ nella partecipazione degli utenti che il web può esprimere al massimo le proprie potenzialità. In un ambito “sensibile” come quello dei servizi urbani, è essenziale che gli utenti percepiscano la possibilità non solo di essere tempestivamente informati, ma anche di potere esprimere attivamente le proprie istanze.

“Partecipazione” comprende i seguenti indicatori di 3° livello:

- Possibilità di inviare consigli e segnalazioni reclami all’ente
- Presenza di forum
- Disponibilità di sondaggi on line
- Questionari valutazione del servizio erogato dall’azienda/ente

#### 4.4.5 Gestione del reclamo e contenzioso

La necessità di introdurre questo ambito di valutazione è scaturita anche dall'approvazione nel 2005 del "Regolamento per la gestione ed il trattamento dei reclami, delle segnalazioni e dei suggerimenti nel Comune di Roma", valido anche per le aziende di pubblico servizio. Tale disposizione, stabilisce che i Contratti di servizio e le eventuali Carte dei servizi devono contenere "specifiche clausole che impongono alle Aziende l'adozione almeno degli stessi standard di qualità dei servizi previsti per il Comune di Roma". In particolare per le due fasi di più stretta "comunicazione" con i cittadini, cioè l'accoglienza della segnalazione/reclamo e la relativa risposta, si prevede "l'obbligo della creazione di strutture fisiche (come sportelli e *call center*)" e la presenza di "modulistica, personale, linee telefoniche adeguate a ricevere i reclami in tutte le forme ammissibili (lettera, fax, telefono, posta elettronica, ecc...)" e "l'obbligo del rispetto dei tempi di istruttoria e risposta, almeno uguali" a quelli previsti dal Regolamento Comunale (anche in questo caso 30 giorni). Per quanto riguarda i servizi on line il nuovo Codice dell'amministrazione digitale, stabilisce che le amministrazioni (e le aziende di servizi) "progettano e realizzano i servizi in rete mirando alla migliore soddisfazione delle esigenze degli utenti, in particolare garantendo la completezza del procedimento, la certificazione dell'esito e l'accertamento del grado di soddisfazione dell'utente".

"Gestione del reclamo e contenzioso" comprende i seguenti indicatori di 3° livello:

- Servizio on line di Gestione del Reclamo
- Info sui reclami
- Procedura di conciliazione.

## 4.5 Sviluppo Tecnologico

Lo sviluppo di servizi on line non ha a che fare solamente con l'acquisizione di un'attitudine nuova al rapporto col cliente, ma richiede - da parte delle organizzazioni - un'adeguata capacità di utilizzo delle tecnologie.

Sia che i servizi on line vengano gestiti completamente all'interno, sia che vengano esternalizzati, essi comportano elevati livelli di competenza. Nel primo caso, si tratta di disporre di tutte le professionalità necessarie, oltre che di curarne il continuo aggiornamento, nel secondo, si tratta invece di avere un livello di

competenza sufficiente ad esercitare un'azione di controllo su quanto viene realizzato.

La competenza tecnologica - e di conseguenza lo sviluppo che l'organizzazione è in grado di esprimere - si esplica su tre livelli differenti.

a) Ad un primo livello, troviamo la competenza rispetto alle diverse opzioni tecnologiche disponibili, la quali si collocano ormai su un piano di continuo cambiamento. E' necessario conoscere non solo tutte le novità disponibili, ma anche avere la capacità di prevederne gli sviluppi e la diffusione. Spesso capita, infatti, che tecnologie o standard apparentemente promettenti non riescano poi a svilupparsi e conseguentemente declinino.

b) Ad un secondo livello, si colloca invece la capacità di tradurre le diverse opzioni disponibili in soluzioni dei problemi che l'organizzazione stessa ed i suoi clienti devono fronteggiare. L'adozione di una tecnologia piuttosto che un'altra, infatti, non può mai essere fine a se stessa, ma deve derivare dalla constatazione che essa può consentire opzioni altrimenti impossibili.

c) Il terzo livello è quello che richiede la maggiore sofisticazione, poiché consiste nella capacità di utilizzare le varie tecnologie, per quanto complesse, col fine di semplificare - e non di rendere più macchinosa - l'esperienza dell'utente. Si tratta, in pratica, di saper mettere le varie opzioni tecnologiche al servizio dell'usabilità. In questo ambito va anche compresa la capacità di tradurre la strumentazione tecnologica disponibile in comunicazione semplice ed efficace per il target di riferimento.

Di seguito sono descritte le caratteristiche degli indicatori di 2° livello di cui è composto il criterio "Sviluppo tecnologico" ai fini della presente indagine: *Qualità server e connessioni, Qualità dell'Html e web design.*

#### *4.5.1 Qualità server e connessioni*

Questo gruppo di due indicatori ha una finalità molto chiara: misurare la capacità dei siti di essere efficaci anche con connessioni lente o problematiche, privilegiando quindi le esigenze dell'utente rispetto a forme di "esibizionismo" tecnologico molto frequenti in rete.

In questo caso, vengono premiati i siti nei quali si riesce a coniugare la sofisticatezza tecnologica con la semplicità d'uso, mettendo la prima al servizio della seconda.

"Qualità server e connessioni" comprende i seguenti indicatori di 3° livello:

- Tempo medio di connessione (connect time)
- Download: tempo virtualmente necessario allo scaricamento di 10k

#### *4.5.2 Qualità dell'HTML e web design*

Con questo gruppo di indicatori si entra in un ambito molto tecnico, ma si va anche al cuore del problema. Le pagine web, infatti, sono la traduzione di istruzioni in HTML, il linguaggio che è alla base della comunicazione in rete, e che richiede una buona padronanza per ottenere buoni risultati, specialmente in termini di usabilità ed accessibilità.

“Qualità dell'HTML e web design” comprende i seguenti indicatori di 3° livello:

- Controllo di validità dei link a partire dall'home page
- Numero assoluto di errori rilevati nel codice HTML dell'home page del sito
- Numeri di errori della home page con le diverse tipologie di browser
- Peso complessivo dell'home page
- Peso Grafica dell'home page
- Rapporto tra grafica e totale dell'home page
- Immagini in home page eccedenti il limite di 20 K
- Tempo necessario al caricamento completo della pagina principale con connessione analogica (56k)

## **5.0 Elenco degli indicatori e loro articolazioni**

**Tav. 11 Indicatori della macro area “Trasparenza e accesso”**

Trasparenza e accesso	Indici 2° livello	Indicatori	Risposta 1	Risposta 2	Risposta 3	Risposta 4	Risposta 5	
	Trasparenza Aziendale 19 punti	Informazioni sulla struttura dell' azienda/ente	assente	presente				
		Informazioni sull'organigramma dell' azienda/ente	assente	presente				
		Presentazione servizi	assente	presente				
		Mission dell' azienda/ente	assente	presente				
		Informazioni sul sistema di Qualità	assente	presente				
		Informazioni sulla durata di ciascun procedimento	assente	presente				
		Indicazione degli uffici e dei responsabili dei procedimenti	assente	presente Indicazione uffici	indicazione uffici e responsabili			
		informazioni sulla privacy/ uso dei dati	assente	presente				
		Spazio per comitati etici	assente	presente				
Accesso 13 punti	Indicazioni sull'ubicazione fisica degli uffici/sportelli	assente	presente					
	Informazioni relative agli orari di apertura degli uffici/ sportelli	assente	presente					
	Presenza di forme di contatto uffici/settori (fax/telefono email)	assente	Presenti forme di contatto (form) con uffici settori	Presenza di telefono e/o e-mail con cui contattare uffici e settori	Presenza di forme di contatto (form) verso i responsabili dei processi e/o dei servizi			
	Informazioni e/o transazioni relative a bandi/appalti	Assenti informazioni	Informazioni	interazione one way (Download Bandi Capitolati)	interazione two way (Form per presentare domande o per inviare autocertificazioni)	transazione completa (possibilità di presentare bando)		
Trasparenza normativa 8 punti	Pubblicazione di testi delle delibere aziendali o dell'ente	assente	presente					
	Pubblicazione pagine relative al Bilancio	assente	presente					
	Pubblicazione pagine relative al Bilancio sociale	assente	presente					
	Informazioni sulla normativa di riferimento	assente	presente					

Legenda :interazione (one way) Possibilità di download di documenti o materiali relativi al servizio / contenuto in esame interazione two way Possibilità di invio di comunicazioni/richieste e ricevere risposte  
transazione completa : Chiusura on line del processo/servizio transazione

Tav 12 Indicatori della macro area “Qualità e interattività dei servizi in rete”

Qualità e interattività dei servizi in rete	Indici 2° livello	Indicatori	Risposta 1	Risposta 2	Risposta 3	Risposta 4	Risposta 5
	Qualità e interattività dei servizi in rete	<b>Visione dei servizi</b> Per servizi C) ENERGIA ELETTRICA; D) GAS; E) IDRICO <b>9 punti</b>	Elenco dei servizi in rete già disponibili	assente	informazioni		
Disponibilità dell'elenco dei servizi in rete di futura attivazione			assente	informazioni	indicazione dei tempi previsti per l'attivazione		
Presenza di area demo per accesso a servizi			assente	presente			
Sezione accesso protetto (password) per parti note (es. clienti, rivenditori)			assente	presente			
<b>Gestione del contratto</b> Per servizi C) ENERGIA ELETTRICA ; D) GAS ; E) IDRICO <b>30 punti</b>		Stipula del contratto	assente	Informazioni / int. one way (download moduli )	Integrazione con Contact Center / N° verde	int. two way (formulazione richieste )	trans. Completa (stipula on line)
		Voltura dei contratti	assente	Informazioni / int. one way (download moduli )	Integrazione con Contact Center / N° verde	int. two way (formulazione richieste )	trans. Completa (esecuzione voltura)
		Nuovo allaccio	assente	Informazioni / int. one way (download moduli )	Integrazione con Contact Center / N° verde	int. two way (formulazione richieste )	trans. Completa (esecuzione nuovo allaccio)
		Disdetta della fornitura	assente	Informazioni / int. one way (download moduli )	Integrazione con Contact Center / N° verde	int. two way (formulazione richieste )	trans. Completa (disdetta del contratto)
		Gestione fornitura - modifica di potenza	assente	Informazioni / int. one way (download moduli )	Integrazione con Contact Center / N° verde	int. two way (formulazione richieste )	trans. Completa (modifica la fornitura)
		Richiesta intervento on site	assente	Informazioni / int. one way (download moduli )	Integrazione con Contact Center / N° verde	int. two way (formulazione richieste )	trans. Completa (prenotazione del servizio)
<b>Gestione bollette e fatture</b> Per servizi C) ENERGIA ELETTR.; D) GAS;E) IDRICO <b>27 punti</b>		Pagamento	assente	Informazioni / int. one way (download moduli )	Integrazione con Contact Center / N° verde	int. two way (formulazione richieste )	trans. Completa (pagamento)
		Poste.it	assente	presente	Presenti tutte le possibilità di pagamento		
		Domiciliazione Bancaria	assente	Informazioni / int. one way (download moduli )	Integrazione con Contact Center / N° verde	trans. Completa (attivazione modifica)	
		Controllo e comunicazione stato delle fatture (pagamenti)	assente	Informazioni / int. one way (download moduli )	Integrazione con Contact Center / N° verde	int. two way (formulazione richieste )	trans. Completa (controllo stato bollette e com. dati)
		Modifica recapito fatture	assente	Informazioni / int. one way (download moduli )	Integrazione con Contact Center / N° verde	int. two way (formulazione richieste )	trans. Completa (cambio domiciliazione)
		Informazioni su cosa fare se non è arrivata la fattura (Richiesta duplicato bolletta)	assente	Informazioni / int. one way (download moduli )	Integrazione con Contact Center / N° verde	int. two way (formulazione richieste )	trans. Completa (acquisizione duplicato bollette)

**Tav 12 - Segue - Indicatori della macro area “Qualità e interattività dei servizi in rete”**

	Indici 2° livello	Indicatori	Risposta 1	Risposta 2	Risposta 3	Risposta 4	Risposta 5
<b>Qualità e interattività dei servizi in rete</b>	<b>Consumi e tariffe</b> Per servizi C)ENERGIA ELETTRICA; D) GAS; E) IDRICO <b>23 punti</b>	Richiesta preventivi	assente	Informazioni / int. one way (download moduli )	Integrazione con Contact Center / N° verde	int. two way (formulazione richieste )	trans. Completa ( ricezione preventivo)
		Comunicazione consumi effettivi	assente	Informazioni / int. one way (download moduli )	Integrazione con Contact Center / N° verde	int. two way (formulazione richieste )	trans. Completa (comunicazione dei consumi)
		Visualizzazione consumi / telelettura	assente	Informazioni / int. one way (download moduli )	Integrazione con Contact Center / N° verde	Letture on line propri consumi	
		Visualizzazione storico consumi	assente	Informazioni / int. one way (download moduli )	Integrazione con Contact Center / N° verde	Informazioni per periodi scelti	
		Richiesta verifiche guasti, manutenzioni misuratori e contatori Richiesta posa nuovo contatore	assente	Informazioni / int. one way (download moduli )	Integrazione con Contact Center / N° verde	int. two way (formulazione richieste )	trans. Completa (interventi di manutenzione)
	<b>Trasporto</b> (Per servizi di Trasporto) <b>17 punti</b>	Possibilità di segnalare anomalie nel trasporto	assente	Informazioni / int. one way (download moduli )	Integrazione con Contact Center / N° verde	int. two way (formulazione richieste )	
		Segnalazioni delle variazioni dei percorsi e degli scioperi	assente	Informazioni / int. one way (download moduli )	informazioni in tempo reale		
		Acquisto degli abbonamenti / Card	assente	Informazioni / int. one way (download moduli )	Integrazione con Contact Center / N° verde	int. two way (formulazione richieste )	trans. Completa (acquisto abbonamenti)
		Informazioni sugli orari dei mezzi pubblici alle fermate	assente	Informazioni / int. one way (download moduli )	informazioni in tempo reale		
		Calcolo percorso - itinerario consigliato	assente	Informazioni / int. one way (download moduli )			
	<b>Trasporto e Disabili</b> (Per servizi di Trasporto) <b>11 punti</b>	Informazioni su autobus accessibili (percorsi, orari, ecc)	assente	Informazioni / int. one way (download moduli )			
		Informazioni su trasporto a prenotazione	assente	Informazioni / int. one way (download moduli )	Integrazione con Contact Center / N° verde	prenotazione on line	
		Informazioni su trasporto scolastico	assente	Informazioni / int. one way (download moduli )	Integrazione con Contact Center / N° verde	int. two way (formulazione richieste )	trans. Completa (l'iscrizione al servizio )

**Tav 12 Segue - Indicatori della macro area “Qualità e interattività dei servizi in rete”**

Qualità e interattività dei servizi in rete	Indici 2° livello	Indicatori	Risposta 1	Risposta 2	Risposta 3	Risposta 4	Risposta 5
	<b>Mobilità</b> (Per servizi di Mobilità) <b>25 punti</b>	Rilascio permessi di transito per zone a traffico limitato (ZTL)	assente	Informazioni / int. one way (download moduli )	Integrazione con Contact Center / N° verde	int. two way (formulazione richieste )	trans. Completa (acquisizione permessi)
		Pagamento Parcheggi	assente	Informazioni / int. one way (download moduli )	Integrazione con Contact Center / N° verde	int. two way (formulazione richieste )	trans. completa (Pagamento)
		Verifica permessi ZTL	assente	Informazioni / int. one way (download moduli )	Verifica on line		
		Calcolo percorso - itinerario consigliato	assente	presente	informazioni in tempo reale		
		Informazioni sul traffico in tempo reale	assente	presente	Calcolo tempi di percorrenza		
		Informazioni sui posti liberi nei parcheggi	assente	informazioni	informazioni in tempo reale	Prenotazione	
		Webcam sui nodi critici del traffico	assente	presenti			
	<b>Mobilità e Disabili</b> (Per servizi di Mobilità) <b>7 punti</b>	Rilascio contrassegni speciali per circolazione e parcheggio	assente	Informazioni / int. one way (download moduli )	Integrazione con Contact Center / N° verde	int. two way (formulazione richieste )	trans. Completa (acquisizione contrassegno)
		Indicazione presenza parcheggi per disabili	assente	informazioni			
<b>Servizi di Igiene Urbana</b> (Per servizi di Igiene Urbana) <b>19 punti</b>	Calcolo tariffa domestica	assente	informazioni	Calcolo on line			
	Denuncia per l'applicazione della tariffa	assente	Informazioni / int. one way (download moduli )	Integrazione con Contact Center / N° verde	int. two way (formulazione richieste )	trans. completa (inoltro denuncia)	
	Richiesta smaltimento rifiuti ingombranti	assente	Informazioni / int. one way (download moduli )	Integrazione con Contact Center / N° verde	int. two way (formulazione richieste )		
	Controllo delle date di pulizia stradale	assente	Informazioni / int. one way (download moduli )	Ricerca on line	Ricerca on line e avviso via mail		
	Scelta dei contenitori per raccolta differenziata	assente	Informazioni / int. one way (download moduli )	Ricerca on line			
<b>Igiene Urbana Fornitura e Tariffe</b> (Per servizi di Igiene Urbana) <b>10 punti</b>	Pagamento tariffa	assente	Informazioni / int. one way (download moduli )	Integrazione con Contact Center / N° verde	int. two way (formulazione richieste )	trans. completa (Pagamento)	
	Disdetta o modifica della fornitura	assente	Informazioni / int. one way (download moduli )	Integrazione con Contact Center / N° verde	int. two way (formulazione richieste )	trans. Completa (Possibilità di disdire o modificare il contratto)	

**Tav 13 Indicatori relativi alla macro area "Usabilità e accessibilità"**

	Indici 2° livello	Indicatori	Risposta 1	Risposta 2	Risposta 3	Risposta 4
Usabilità e accessibilità	Navigabilità 15 punti	Presenza di logo istituzionale	assente	presente		
		Link alla home page in ogni pagina interna	assente	presente		
		Percorso indicato in ogni pagina	assente	presente		
		Visibilità dei link attivi	assente	presente		
		Prevedibilità dei link	assente	presente		
		Esistenza ed efficacia del motore di ricerca interno	assente	presente	raggiungibile da ogni pagina	
		Presenza di mappa del sito (entro i primi 2 livelli)	assente	presente		
	Accessibilità 15 punti	Ricorrenza di elementi uguali e riconoscibili in tutte le pagine	assente	presente		
		Disponibilità di un'alternativa di testo sulle immagini usate come link e descrizione delle zone attive nel caso di immagini con mappe sensibili	assente	presente	Assenza di immagini usate come link	
		Coerenza assoluta nel caso dell'utilizzo di colori per definire settori tematici	assente	presente		
		Possibilità di ingrandire i caratteri dello schermo	assente	presente		
		Pagine "splash" o introduzioni flash (senza possibilità di saltare l'animazione)	presente	assente		
		Navigazione rapida tramite tastiera	assente	presente		
		Utilizzo dei fogli di stile nella definizione della struttura della pagina	assente	presente		
	Usabilità 9 punti	Qualità del download della modulistica	assente	documenti non html integrati nel browser	Possibilità di scaricare in un formato standard	Presenza Help contestuale/percorso guidato per il download di documenti
		Presenza di help	Assente	presente		
		Esistenza e chiarezza dei messaggi di errore	Nessun messaggio	Messaggio di errore visibile	Messaggio di errore visibile e ben comprensibile	

**Tav 14 Indicatori relativi alla macro area “Comunicazione, partecipazione, relazionalità”**

	Indici 2° livello	Indicatori	Risposta 1	Risposta 2	Risposta 3	Note
Comunicazione, partecipazione, relazionalità	Comunicazione on line 23 punti	Reperibilità della URL sul motore di ricerca Google a partire dal nome dell'Azienda/ Ente	assente	presente nelle prime 3 pagine	presente nella prima	
		Popolarità del sito basata sui link dall'esterno verso la url del sito	1 classe	2 classe	3 classe	
		Presenza Faq	assente	presente		
		Link utili	assente	presente		
		Esplicitazione aggiornamento del sito	assente	presente		
		Uso della multicanalità nell'offerta di informazioni e servizi (WAP/UMTS, newsletter, call/contact center, TV digitale terrestre, TV on line, televideo, radio)	assente	Presenti servizi call/contact center	presenza informativa su più canali oltre al web	
		Sms nell'erogazione del servizio	assente	Info via sms	Invio di dati da parte dell'utente	Feed back o possibilità di concludere transazioni
		Area dell'home page o pagina dedicata al primo piano (news istituzionali)	assente	presente		
		Pubblicazione di newsletter e/o mailing list destinata all'utenza	assente	presente		
	Comunicazione istituzionale 10 punti	Glossario	assente	presente		
		Presenza Campagne di comunicazione istituzionale	assente	presente		
		Progetti sul territorio scuole, progetti formativi	assente	presente	progetti in comune	
		Cooperazione e relazioni esplicite con enti o soggetti non istituzionali Associazioni/enti locali	relazionalità assente	solo informazioni	sezioni tematiche dedicate	
	Customer care 13 punti ( PER GAS ENERGIA ACQUA) 10 punti ( PER IGIENE E TRASPORTI MOBILITA')	Informazioni generali sulle condizioni contrattuali	assente	informazioni		
		Lettura fattura/bolletta	assente	presente	presente lettura dinamica/animazioni	Per servizi c)energia elett.; d) gas; e) idrico
		Informazioni sulla carta dei servizi	assente	presente		
		Presenza in home page di riferimento a contact center (numero verde, numero facile, contatto on line) entro il II livello	assente	presente		

**Tav 14 Segue - Indicatori relativi alla macro area “Comunicazione, partecipazione, relazionalità”**

		Pagina/e informative relative al servizio di customer care	assente	presente		
		Presenza di canali per target	assente	presente		
	Partecipazione 11 punti	Possibilità di inviare consigli e segnalazioni	assente	presente		
		Presenza di forum	assente	disponibili, non frequentati (no messaggi ultimi 7 gg.)	presenza di forum frequentati	
		Disponibilità di sondaggi on line	assente	presente		
		Sondaggio sulle caratteristiche del sito web	assente	presente		
		Questionari valutazione del servizio erogato dall'azienda/ente	assente	presente		
Reclami e contenzioso 12 punti	Servizio on line di gestione del reclamo	assente	Presente m con esito non certo	Presente con esito certo	Presente con esito certo e ricevuta di consegna	
	Info sui reclami	assente	Testo esplicativo trattamento reclami	Presente info con email e telefono	Presente email e telefono e indicazione esplicita dell'ufficio	
	Procedura di conciliazione	assente	Presente info con email e telefono	Download moduli	int. two way (formulazione richieste )	

**Tav 15 Indicatori relativi alla macro area “Sviluppo tecnologico”**

	Indici 2° livello	Indicatori	Risposta 1	Risposta 2	Risposta 3	Risposta 4	Risposta 5	
Sviluppo tecnologico	Qualità server e connessioni 8 punti	Tempo medio di connessione (connect time)	1 classe	2 classe	3 classe			
		Download: tempo virtualmente necessario allo scaricamento di 10k	1 classe	2 classe	3 classe	4 classe	5 classe	
	Qualità dell'Html e web design 20 punti							
		Controllo di validità dei link a partire dall'home page ( N° errori)	1 classe	2 classe				
		Numero assoluto di errori rilevati nel codice HTML dell'home page del sito	1 classe	2 classe				
		Numeri di errori della home page con le diverse tipologie di browser	1 classe	2 classe				
		Peso complessivo dell'home page ( in KB)	1 classe	2 classe	3 classe			
		Peso Grafica dell'home page	1 classe	2 classe	3 classe			
		Rapporto tra grafica e totale dell'home page	1 classe	2 classe	3 classe			
		Immagini in home page eccedenti il limite di 20 K	1 classe	2 classe				
	Tempo necessario al caricamento completo della pagina principale con connessione analogica (56k) <i>(In secondi)</i>	1 classe	2 classe	3 classe				

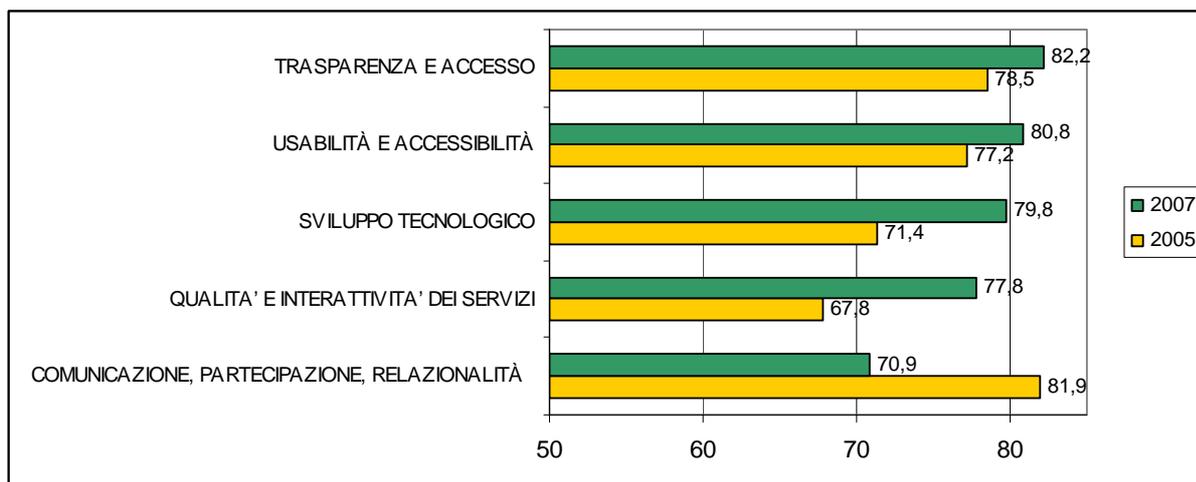
\* Le classi sono definite in base dei risultati dell'analisi

## **Parte II**

## 6.0 I Risultati della ricerca : il quadro generale

La ripetizione dell'indagine, con i medesimi criteri, a due anni di distanza ha consentito all'Agenzia di operare una lettura trasversale del fenomeno dell'offerta di servizi on line da parte delle imprese di pubblica utilità della città di Roma che, prima ancora di offrire i risultati relativi a ciascuno dei siti analizzati, può restituire una fotografia della situazione complessiva che si presenta ai cittadini della capitale che utilizzano il web per interagire con le public utility. Per ciascuno degli indici presi in considerazione, ricavato dalla interpolazione di diversi indicatori, sono state calcolate le medie e confrontate con il 2005 (Tab.1).

**Tabella 1 Quadro complessivo dell'offerta di servizi on line delle Public utility romane. Confronto dei punteggi 2007- 2005**



Fonte : *Analisi e valutazione dei canali web delle aziende di Servizio pubblico della città di Roma - Gennaio 2007*

La situazione in poco meno di due anni registra un evidente miglioramento, almeno sotto il profilo della qualità generale dei siti. Quattro dei cinque indici settoriali risultano infatti in crescita: più lieve per trasparenza/accesso e usabilità/accessibilità; maggiore per sviluppo tecnologico e soprattutto per la qualità e interattività dei servizi che aveva registrato due anni fa i deficit maggiori. Risulta invece in arretramento la dimensione partecipativa (comunicazione, partecipazione, relazionalità).

C'è stato dunque uno sforzo, da parte delle *utility* romane, di migliorare in questi ultimi 2 anni i propri siti per renderli maggiormente adeguati alle esigenze degli utenti, in termini di disponibilità di informazioni, velocità di accesso, aderenza agli standard, adozione di tecnologie non discriminatorie. Uno sforzo che - oltre ad avere ricadute sulle aziende stesse, in termini di efficienza - è apparso indirizzato anche ad avvicinare un numero maggiore di cittadini ai servizi on line, nella direzione di una modernizzazione generale della società a livello locale.

Il dato più significativo (Tab. 2) è l'innalzamento dei livelli di interattività nei servizi di rete di tipo transattivo (+14,7%), che si riscontra grazie soprattutto ad un netto miglioramento dell'offerta da parte dell'Acea che ha aumentato i livelli di servizio del proprio sito di distribuzione di elettricità, avvicinandosi e in qualche caso raggiungendo i massimi livelli di transattività, in particolare rispetto agli indicatori che afferiscono alla "gestione del contratto". In tale ambito sono stati previsti livelli di interattività avanzati come la possibilità di presentare richieste e moduli on line, inclusa l'autenticazione dell'utente secondo una logica di interazione a due vie, per le stipule, le volture e le disdette; analoghi miglioramenti si registrano anche per la parte relativa al controllo dei consumi. Anche la gestione dei pagamenti on line ha raggiunto con l'integrazione con Poste.it un livello più adeguato rispetto a quanto osservato nel 2005. Allo stesso modo anche diversi servizi interattivi/transattivi prioritari di Atac (che è subentrata a Sta per la mobilità) e Ama, sono apparsi in netto miglioramento: sul sito Atac sono comparse ad esempio le prime *web cam* sul traffico ed è ora possibile tramite i sistemi on line di Ama e del Comune disdettare l'applicazione della tariffa sui rifiuti. Il risultato complessivo segnala come 13 dei 21 servizi prioritari, sono offerti in modo adeguato da almeno un sito web di una public utility romana, contro i 10 servizi che erano stati registrati nel 2005.

A fronte di un evidente miglioramento dei servizi di rete più transattivi, va segnalata, tuttavia una minore attenzione alla dimensione partecipativa e relazionale che stride parecchio con le attuali tendenze di Internet - quelle che sono state etichettate come "Web 2.0". La differenza tra il web e qualsiasi altro mezzo di comunicazione è la possibilità di partecipazione diretta, in varie forme, da parte degli utenti. Una possibilità che si tramuta in potere reale, quando viene concessa ai cittadini, nella loro veste di fruitori di servizi di interesse pubblico.

La macro area della Comunicazione, partecipazione, relazionalità è, così, l'unica che registra un peggioramento peraltro anche piuttosto marcato essendo pari ad oltre 13 punti percentuali. Il dato è solo in parte addebitabile ad un decadimento delle funzionalità già misurate nel 2005. Gran parte del calo è spiegabile dall'andamento complessivo del nuovo indice di secondo livello relativo alla gestione dei reclami, che ha fatto registrare il massimo (75/100) con il sito Italgas, ma livelli insoddisfacenti presso tutti gli altri siti delle utility capitoline: il risultato è un condizionamento pesante dell'andamento complessivo dell'indice generale della Comunicazione, partecipazione e relazionalità (-13,4%).

Il nuovo indice sui reclami, che è costituito come abbiamo visto da nuovi indicatori in grado di misurare la *trasparenza del servizio* di gestione del reclamo in termini di verifica dell'adeguatezza delle informazioni sulle caratteristiche e finalità della comunicazione, come pure in termini di risultati ed effetti del reclamo una volta avviato on line, sulla certezza dei tempi di completamento dell'iter del reclamo nonché delle eventuali ulteriori interazioni necessarie, evidenzia la grave carenza delle utility capitoline nell'adeguare anche il web a questa nuova funzionalità.

L'analisi dei siti registra, nell'ambito dei servizi di reclamo on line, la assenza di certezza dell'esito del reclamo stesso, come pure corredi informativi lacunosi rispetto all'intero processo di reclamo: dai tempi previsti sino agli interlocutori coinvolti. Manca

infine un'attestazione, equivalente a tutti gli effetti a quella fornita allo sportello, atta ad evidenziare, appunto, i tempi e le modalità di risposta al reclamo.

Sull'andamento complessivo dell'indice generale della "comunicazione partecipazione e relazionalità", va considerata, inoltre, anche l'influenza negativa dell'indice di secondo livello relativo alla "comunicazione on line" che ha registrato rispetto alla rilevazione precedente un calo di oltre 5 punti percentuali. Una variazione che, benché minima, riflette in realtà la presenza dei nuovi indicatori relativi alla capacità del sito di veicolare e far concludere il processo di erogazione dei servizi anche o esclusivamente verso gli altri canali on line come l'Sms o il contact center.

L'arretramento riflette, quindi, una ridotta capacità dei siti esaminati o più in generale delle organizzazioni aziendali esaminate di presentare o realizzare in modo efficace un sistema di offerta multicanale. Se l'Atac sostiene attraverso il proprio sito una adeguata politica di integrazione, dando ampia visibilità ai processi di erogazione di servizi come l'acquisto di biglietti e tessere per i parcheggi via Sms, o se ancora l'Ama attua una chiara politica di comunicazione sinergica con il contact center del comune al fine di mettere in condizione l'utente di internet di proseguire il processo transattivo su gli altri canali a distanza disponibili oltre il web, diversamente, nel caso di Italgas e soprattutto dell'Acea, che pure ha decisamente migliorato la capacità di erogare servizi via web, si registra una più scarsa attenzione rispetto alla possibilità di adottare processi multicanale e di proporre quindi all'utenza dei propri siti percorsi di fruizione di servizi diversificati, anche in ragione del livello di interazione necessario per la loro ottimale erogazione. E' ovvio che i deficit dei siti web finiscono per riflettere i deficit dell'assetto organizzativo generale degli enti rispetto alla completezza ed alla efficacia del set di canali di contatto ed erogazione di servizi realizzato.

Tornando all'indice generale che misura la dimensione partecipativa e comunicativa dei siti web delle public utility capitoline, vale la pena di osservare, infine, a fronte della osservata dinamica negativa rispetto al 2005, anche l'andamento negativo dell'indice sulla partecipazione che registra una riduzione sensibile (- 9%). In alcuni siti esaminati come nel caso dell'Ama che ha cambiato veste migliorando web design e capacità comunicativa, sono state "abbandonate", anche alcune funzioni previste nella *release* precedente. L'indice riflette questi cambiamenti che mostrano in effetti la "crisi" dei modelli seguiti nel primo decennio di diffusione del web. Quelli basati, in sostanza, su strumenti come l'email diretta dal sito ed il forum. Ma vale la pena di osservare che, mentre si inaugura sul web in tutto il mondo una nuova stagione della partecipazione basata su modalità del tutto innovative, i siti delle utility romane debbano accingersi a compiere il passaggio dai vecchi ai nuovi strumenti della partecipazione on line. La scelta di Ama di ridurre il ruolo dei vecchi strumenti di comunicazione e partecipazione sembra in definitiva segnalare questa consapevolezza, senza tuttavia passare alla fase successiva di costruzione di nuovi modelli di interazione.

Né bisogna omettere di considerare che il cosiddetto Web 2.0 che pone al centro la capacità dell'utenza di creare contenuti e servizi, si realizza attualmente in ambiti relativamente circoscritti, legati soprattutto alle attività del tempo libero, e pertanto i suoi modelli potranno essere assimilati dalle organizzazioni più istituzionalizzate solo tra un po' di tempo. Alla luce di quest'ultima considerazione i nuovi sistemi di gestione

dei reclami e dei suggerimenti più efficaci e più trasparenti, come pure una più efficace integrazione dei canali on line sul web potrebbero alimentare una nuova strategia partecipativa più orientata alle *community* di utenza, specificamente pensata per queste particolari aziende.

Per quanto riguarda, infine, le altre macroaree si è già osservato come esse evidenzino differenziazioni minime rispetto alla rilevazione precedente.

L'area **Trasparenza e accesso** presenta così un incremento di valore non alto (5% circa), e va osservato come esso dipenda dalla trasparenza normativa, il cui punteggio sintetico è salito del 13% circa. Anche se va detto che entrambi gli altri indici di secondo livello - Trasparenza Aziendale; Accesso - sono saliti. L'evoluzione sulla trasparenza normativa c'è stata in tutti i siti. Alcuni di essi (Italgas e i due siti Acea) erano già al massimo (100%), mentre gli altri sono tutti migliorati sensibilmente, la dimensione informativa del web continua a svolgere un ruolo centrale e le informazioni tendono in una certa misura a istituzionalizzarsi.

Relativamente all'**Usabilità e accessibilità** si è osservato un incremento vero e proprio solo per ciò che riguarda la navigabilità, cioè per la presenza di tutti quegli accorgimenti che rendono semplice, veloce e piacevole la navigazione del sito tra i vari contenuti. Questo andamento scaturisce soprattutto dal miglioramento dei siti dell'Atac che ha sostituito Sta e dell'Ama che ha rinnovato la propria offerta on line cambiando il proprio layout e ampliando l'offerta di servizi. Acea, rispetto alla quale abbiamo già sottolineato l'importante sforzo di miglioramento che ha determinato un notevole progresso in termini qualità dei servizi interattivi, registra ancora deficit che ne penalizzano l'usabilità: nel caso specifico si è registrato un peggioramento del punteggio del sito Acea per effetto della persistente mancanza del motore di ricerca.

**Sviluppo tecnologico.** La parte tecnica è quella dove il miglioramento è stato tra i più consistenti, con un più 12% circa. Il merito è soprattutto della migliore qualità di server e connessioni legato ad una maggiore efficienza di reti e connettività: un requisito semplice, ma essenziale per chi si rivolge a grandi numeri di utenti. Il merito, in questo caso, va soprattutto ai due siti Atac e a quello Ama. La qualità del *web design* non ha complessivamente subito variazioni di rilievo, salvo che nel caso dell'Ama, il cui sito rinnovatosi nel periodo è passato da 55 a 80 punti.

**Tabella 2 Andamento generale degli indici di secondo livello dei siti web delle public utility capitoline (Punteggi e confronto 2005 – 2007)**

		<b>2005</b>	<b>2007</b>	<b>Var. %</b>
<b>TRASPARENZA E ACCESSO</b>		<b>78,5</b>	<b>82,2</b>	<b>4,8%</b>
<i>di cui:</i>	Trasparenza Aziendale	80,7	85,1	5,4%
	Accesso	67,5	72,5	7,5%
	Trasparenza normativa	81,3	91,7	12,8%
<b>QUALITÀ E INTERATTIVITÀ DEI SERVIZI</b>		<b>67,8</b>	<b>77,8</b>	<b>14,7</b>
<i>di cui:</i>	Trasporti	82,4	82,4	0,0%
	Trasporto e disabili	54,5	72,7	33,4%
	Mobilità	64,3	76,0	18,2%
	Mobilità e disabili	57,1	71,4	25,0%
	Servizi di igiene urbana	70,0	84,2	20,3%
	Fornitura e tariffe di igiene urbana	80,0	80,0	0,0%
	Visione dei servizi (Luce, Gas , Acqua)	70,4	66,7	-5,3%
	Gestione del contratto (Luce, Gas , Acqua)	58,9	71,0	20,5%
	Gestione bollette e fatture (Luce, Gas , Acqua)	80,0	83,9	4,9%
	Consumi e tariffe (Luce, Gas , Acqua)	63,5	79,7	25,5%
<b>USABILITÀ E ACCESSIBILITÀ</b>		<b>77,2</b>	<b>80,8</b>	<b>4,6%</b>
<i>di cui:</i>	Navigabilità	78,9	85,5	8,4%
	Accessibilità	81,0	81,1	0,2%
	Usabilità	72,3	72,3	0,0%
<b>COMUNICAZIONE, PARTECIPAZIONE, RELAZIONALITÀ</b>		<b>81,9</b>	<b>70,9</b>	<b>-13,4%</b>
<i>di cui:</i>	Comunicazione on line	79,0	74,7	-5,4%
	Comunicazione istituzionale	90,0	86,7	-3,7%
	Customer care	87,8	84,9	-3,4%
	Partecipazione	68,5	62,1	-9,4%
	Reclamo e Contenzioso	Nd	51,4	Nd
<b>SVILUPPO TECNOLOGICO</b>		<b>71,4</b>	<b>79,8</b>	<b>11,7%</b>
<i>di cui:</i>	Qualità server e connessioni	62,5	75,0	20,0%
	Qualità dell'Html e web design	75,0	81,7	8,9%

Fonte : Analisi e valutazione dei canali web delle aziende di Servizio pubblico della città di Roma - Gennaio 2007

## 6.1 Il confronto Nazionale ed Internazionale

L'ampliamento del set di servizi interattivi da parte del sito Acea nell'ambito della distribuzione elettrica, il passaggio alla gestione Atac dei servizi per la mobilità, con l'ampliamento delle funzionalità, peraltro già evolute, del sito dell'azienda di trasporto anche in direzione dei temi della mobilità urbana, e infine, i miglioramenti del portale dell'Ama, hanno contribuito a rafforzare la leadership capitolina rispetto al resto del paese, già emersa nel corso della rilevazione precedente.

L'Atac conferma, così, la prima posizione ottenuta nel 2005 nell'offerta di servizi interattivi relativamente alla sezione trasporti ed estende il suo primato anche all'offerta di servizi interattivi on line dedicati alla mobilità. Il web sulla mobilità della capitale guadagna due posizioni rispetto alla rilevazione precedente raggiungendo, perciò, al primo posto, i siti della mobilità di Torino e Venezia.

La nuova analisi del 2007 conferma, poi, gli ottimi posizionamenti già evidenziati nel 2005 da Italgas, al 2° posto dopo Vesta e soprattutto di Ama che mantiene il primato, assieme alla milanese Amsa.

La classifica degli sportelli web delle aziende elettriche evidenzia, infine, in modo chiaro l'exploit di Acea rispetto all'offerta di servizi on line di tipo più interattivo. L'azienda romana beneficia, anche nel confronto nazionale, dell'ampliamento delle funzionalità di rete del proprio sito per gestire on line i rapporti di clientela connessi alla fornitura di elettricità. Acea raggiunge così il 2° posto su base nazionale posizionandosi subito dopo l'Enel, e recuperando ben 3 posizioni nella graduatoria di categoria. Tutti gli indici di secondo livello che descrivono la macroarea dell'interattività assegnano ad Acea un ruolo di primo piano in Italia: il 2° posto nell'indice relativo alla "gestione del contratto" e alla "gestione bollette, e il 3° posto nell'ambito dell'indice sui "consumi e tariffe", attestano la qualità e la completezza dello sforzo di ampliamento dell'offerta di servizi interattivi realizzato dall'azienda.

Il buon andamento della sezione elettrica di Acea fa il paio, tuttavia, con l'arretramento registrato dalla stessa azienda rispetto agli sportelli on line relativi ai servizi idrici. Rispetto a questa area di attività il sito di Acea scivola addirittura all'ottavo posto in Italia.

Il calo non riflette in realtà una diminuzione degli standard di offerta dello sportello on line idrico, rimasti sostanzialmente immutati, quanto piuttosto i progressi, anche rilevanti, riportati da molte public utility della distribuzione dell'acqua, soprattutto tra quelle attive nelle città del Mezzogiorno che sino al 2005, se si eccettua l'azienda barese, non avevano alcuna significativa presenza sul web. Queste aziende nel riorganizzare, negli ultimi due anni, i servizi di rete sono riuscite a realizzare sistemi di comunicazione on line con nuove e più efficaci funzionalità, quasi che il forte ritardo accumulato avesse consentito di reimplementare con più efficacia nuovi e più evoluti servizi di rete evitando di cadere in situazioni di *lock-in* tecnologici determinati dai sistemi arretrati preesistenti.

Se la precedente indagine del 2005, anche nel confronto nazionale, tratteggiava per Roma e per le sue aziende erogatrici di servizi di pubblica utilità l'avvio di una sorta di nuovo corso digitale incentrato sulla diffusione di servizi sempre più interattivi e alimentato da quella componente della domanda di servizi pubblici più alfabetizzata tecnologicamente e quindi più consapevole delle possibilità offerte dalle esperienze di navigazione on line, la nuova indagine 2007 con la crescita dei servizi di rete interattivi rilevata nel periodo, evidenzia come l'attenzione delle public utility romane rispetto ai servizi di rete non sia scemata: laddove l'offerta risultava più carente nell'ambito dei servizi interattivi le aziende hanno colmato i deficit raggiungendo o avvicinandosi ai migliori standard nazionali.

All'inizio del 2007 si può riconoscere come, in definitiva, l'infrastrutturazione di base dei servizi di sportello on line abbia raggiunto a Roma un livello di sostanziale adeguatezza soprattutto se si considera il quadro dell'offerta nazionale.

Nelle pagine precedenti è stata sottolineata, tuttavia, a fronte della crescita dei servizi interattivi offerti tramite i siti web, la contemporanea difficoltà delle imprese di pubblica utilità capitoline di realizzare un modello di offerta di servizi on line, funzionale rispetto ai comportamenti di fruizione del pubblico del web, pregiudicando la possibilità di questi stessi sportelli di veicolare attraverso le tecnologie di rete risposte efficaci alle tante esigenze dei cittadini consumatori e quindi, in definitiva, di attrarre pubblico.

Al di là dei miglioramenti registrati dai canali on line delle imprese di pubblico servizio romane e dell'eccellente posizionamento a livello nazionale, l'indagine si è soffermata, allora, sullo scenario europeo dell'offerta on line delle aziende di pubblica utilità, per cercare di individuare benchmark più avanzati rispetto a quelli nazionali, così da definire parametri di confronto rispetto ai quali misurare con più efficacia le performance delle aziende capitoline nell'offerta di servizi on line e mettere a fuoco più chiare prospettive di miglioramento dei servizi.

Il confronto europeo conferma, allora, le carenze già rilevate nel 2005 ma anche alcuni importanti progressi nell'ambito del macro indicatore della qualità e interattività dei servizi: resta generalmente ampio il divario delle utility romane con le imprese di pubblico servizio europee ma si registrano progressi da parte di Acea che supera Madrid in graduatoria rispetto al macro indicatore della qualità e interattività dei servizi, avvicinandosi ai livelli di offerta di Londra, Parigi e Berlino. Italgas dal canto suo, pur ottenendo un significativo terzo posto, rimane ancora distante dai migliori standard europei, rappresentati da Berlino e Parigi.

In generale il quadro europeo di offerta di servizi on line riflette un sistema di public utility attrezzate per fornire strumenti web sempre più transattivi e trasparenti riguardo i servizi on line realmente offerti e riguardo risultati e gli effetti delle azioni di volta in volta intraprese sullo sportello Internet.

Roma dovrà, però, riuscire ad accompagnare le significative dinamiche di crescita ancora in atto dell'infrastruttura on line con nuovi modelli di servizio in grado di dare massima efficacia ai processi transattivi di rete e alimentare quindi la fiducia dell'utenza rispetto alla possibilità di ottenere effettivamente tutti i servizi proposti via web. Solo

agendo in questo modo i web delle public utility capoline si trasformeranno da strumenti residuali di contatto con il pubblico, troppo poco utilizzati per giustificare gli sforzi organizzativi necessari per prendere in carico efficacemente i processi di rete, filtrare le esigenze e metterle in relazione con la struttura interna degli enti, a nodi strategici per la gestione dei rapporti di clientela e di interazione con il pubblico, capaci di ottimizzare i flussi verso tutti i canali di contatto disponibili, soddisfare direttamente sempre più necessità dell'utenza, creare valore sociale.

## **7.0 Le analisi dei siti**

## 7.1 Analisi e valutazione di [www.atac.roma.it](http://www.atac.roma.it) (Sezione Trasporti)

Anche con questa seconda rilevazione il sito dell'azienda di trasporto romana ottiene risultati positivi su tutte le dimensioni indagate, migliorando il proprio punteggio complessivo calcolato su tutte le macro aree di analisi, che ha raggiunto 79,6 punti su 100 contro i 75,5 su 100 del 2005. L'Atac si conferma al primo posto nella classifica dei migliori siti delle aziende per il trasporto pubblico locale rispetto alla principale macro area di rilevazione quella della qualità e interattività dei servizi rispetto alla quale ha ottenuto 78,6 punti. Il sito si conferma quindi come un'efficace strumento di informazione e di erogazione di servizi in un ambito di particolare interesse per l'utenza, sempre più abituata ad utilizzare internet per pianificare i propri spostamenti all'interno della città. Rispetto ai canali on line delle aziende di trasporto delle capitali europee, l'Atac nonostante il miglioramento nell'ambito della qualità e interattività mantiene il posizionamento del 2005 e si conferma al 4 posto dietro Berlino, Parigi e Londra, posizionandosi davanti solo a Madrid.

### Trasparenza e accesso

Il sito dell'Atac, rispetto alla precedente rilevazione, migliora sotto il profilo della "Trasparenza e accesso", macroarea su cui raggiunge gli 85 punti su 100. Invariata è l'ampia disponibilità di informazioni sull'azienda (**Trasparenza aziendale**). Un'accresciuta apertura alle esigenze dell'utente telematico in termini di **Accesso** si esprime attraverso modalità di contatto non generico (ad esempio con i responsabili diretti di processi e servizi) che facilitano l'utente e indirizzano la sua domanda direttamente all'ufficio competente. Più completa è anche la pubblicazione di documenti sull'azienda, (dimensione della **Trasparenza normativa**): sono pubblicate non solo informazioni circa il bilancio di esercizio ma anche pagine dedicate al bilancio sociale. Nel complesso, la sezione dedicata alla presentazione delle strutture è ben collocata in home page e completa, sia nella parte di presentazione dell'organizzazione (organigramma, network commerciale, governance) che dal punto di vista storico-culturale (archivio fotografico e storia del trasporto a Roma). Offre quindi il quadro esauriente di quello che l'azienda rappresenta per la città di Roma, dei temi di cui si occupa, degli altri soggetti con cui è in contatto. La costante presenza di e-mail e numeri di telefono per servizi e settori di interesse (con indicazione degli orari di apertura degli sportelli) mostra una significativa propensione al contatto a distanza. Interattiva è anche la pubblicazione di bandi di gara per procedure aperte e riservate con relativa pubblicazione degli esiti.

### Qualità e interattività dei servizi in rete

Sulla macroarea dedicata ai servizi in rete il sito ottiene un punteggio superiore alla precedente rilevazione: passa dai 71,4 punti ai 78,6 punti su 100. Tale avanzamento è particolarmente legato al miglioramento della qualità dei servizi in rete dedicati ai **disabili**. Sono presenti infatti in forma più adeguata, contrariamente a prima, tutti i servizi presi in considerazione per questo specifico target: dalle informazioni sui mezzi pubblici disponibili, alla possibilità di prenotare una forma di trasporto per una determinata occasione, all'iscrizione al servizio di trasporto scolastico. La sezione "Diversamente abili" è raggiungibile direttamente dalla home page e fornisce informazioni ampie e dettagliate circa i servizi disponibili. Per il servizio di prenotazione trasporto si rimanda al sito dell'azienda Trambus (azienda romana per i

trasporti di superficie) che consente di completare on line la procedura di prenotazione. Relativamente alla più generale dimensione dei servizi di **Trasporto** (si confermano 82,4 punti su 100), diversi servizi possono essere fruiti in modo completo: l'utente può cioè segnalare anomalie nel trasporto, ricevere tempestive segnalazioni di eventuali variazioni dei percorsi o di scioperi previsti e può calcolare il percorso per gli spostamenti in città con il trasporto pubblico. Nell'area "percorsi e mappe" il servizio "trova linea" consente di accedere alle pagine dedicate alle singole linee di mezzi pubblici, con indicazione dei percorsi sugli orari previsti presso le fermate. Il form che consente il calcolo del percorso attraverso l'indicazione dei mezzi del trasporto pubblico consigliati è correttamente posto in home page: rappresenta infatti uno dei motivi principali della visita al sito Atac. Ugualmente, un link molto in evidenza è quello relativo a "biglietti e abbonamenti". Sono indicati in modo esauriente i punti di acquisto per gli abbonamenti e la Roma Pass Card turistica. Non è possibile acquistare direttamente on line biglietti e abbonamenti, ma esiste la possibilità di iscriversi on line al servizio multimediale "BIT via sms" per pagare il biglietto attraverso il cellulare.

### **Usabilità e accessibilità**

Buon risultato è quello ottenuto dal sito dell'azienda trasporti sugli aspetti di usabilità e accessibilità. Il sito passa dal punteggio complessivo di 76,3 su 100 della precedente rilevazione al punteggio di 84,6 su 100. Migliora soprattutto la **navigabilità** all'interno delle pagine, ovvero la facilità con cui l'utente visita il sito alla ricerca di informazioni e fruisce di servizi. Il motore di ricerca interno al sito e l'indicazione del percorso di navigazione rendono più facile l'orientamento: nel primo caso è possibile raggiungere immediatamente un'informazione di dettaglio su cui si hanno riferimenti precisi, nel secondo caso "sfogliando" le pagine l'utente non perde cognizione dei passi precedenti, può tornare indietro, o comunque creare una mappa logica mentale che lo aiuta a capire se si sta indirizzando nella giusta direzione. La navigabilità è agevolata anche dall'organizzazione dei menu in sottomenu che facilitano ulteriormente l'individuazione delle informazioni. In termini di **accessibilità**, il sito presenta la possibilità di consultare le pagine in modalità solo testo e ad alto contrasto, opzioni che facilitano la lettura ad utenti disabili. Da segnalare tuttavia che tale opzione di visualizzazione è disponibile solo per le pagine principali. La presenza di chiare segnalazioni in caso di errore accresce l'**usabilità** del sito soprattutto per quanto riguarda l'uso dei servizi on line. Non esiste tuttavia un "help" di soccorso all'utente in difficoltà, come guida alle operazioni più interattive come il download dei documenti.

### **Comunicazione, partecipazione, relazionalità**

Il punteggio su questa macroarea diminuisce rispetto alla precedente rilevazione, passando da 83,3 punti a 71,2 punti su 100. Tale flessione è dovuta in particolar modo all'introduzione di una nuova dimensione di analisi, quella relativa al **reclamo e contenzioso** che definisce aspetti di fondamentale interesse nel rapporto tra un'azienda e i propri utenti. Favorire l'espressione di reclami è infatti non solo un dovere per le aziende che offrono servizi pubblici, ma anche un'opportunità per puntare al continuo miglioramento della propria mission. Il sito dell'Atac presenta attualmente informazioni e contatti su come sporgere reclami. Non esiste un servizio on line di gestione del reclamo né informazioni o transazioni su procedure di conciliazione. Attivare tale strumenti in effetti richiede un impegno maggiore rispetto ad altro tipo di strumenti di raccolta di feedback: la risposta deve necessariamente essere certa e pronta, data la delicatezza dei motivi del contatto.

Il sito dell'azienda trasporti capitolina ottiene tuttavia ottimi punteggi sulla dimensione della **comunicazione on line** e della **comunicazione istituzionale**. Nel primo ambito, la capacità comunicativa del sito dell'azienda trasporti migliora per una maggiore propensione alla multimedialità, testimoniata dai diversi servizi resi disponibili via sms. Nel secondo ambito, sono presenti ampie informazioni relative a collaborazioni e progetti. E' stata riscontrata assente una sezione dedicata al glossario di termini specialistici, strumento interessante ma forse meno urgente per un'azienda trasporti rispetto ad aziende che offrono altri servizi al territorio.

Sul sito non esistono canali per diversi target né pagine esplicitamente dedicate alla **customer care**, ma è data comunque in quest'ottica ampia informazione relativa alle condizioni contrattuali e informazioni sulla carta dei servizi, oltre che indicazioni per il contatto immediato tramite il call center. Sul piano della **partecipazione** vera e propria, sono presenti strumenti per l'invio di consigli e segnalazioni e forum. Minore la tendenza a raccogliere feedback in modo più sistematico, come attraverso sondaggi o questionari ad hoc su temi relativi ai servizi o al gradimento e all'uso dello stesso sito web.

### **Sviluppo tecnologico**

La macroarea dedicata allo sviluppo tecnologico migliora, passando da 71,4 punti su 100 a 78,6 punti su 100. In particolare, si riduce il tempo medio di connessione, mentre sulle altre dimensioni le prestazioni restano sostanzialmente invariate. Margini di miglioramento rimangono sia dal punto di vista della qualità del codice di scrittura delle pagine, sia nella riduzione del peso delle pagine e, conseguentemente, nei tempi di caricamento completo delle pagine.

Trasparenza e accesso - [www.atac.roma.it](http://www.atac.roma.it) (Trasporti)

	Indici 2° livello	STANDARD TENDENZIALI da raggiungere	STANDARD RAGGIUNTI			PUNTEGGIO Indici 2°livello		PUNTEGGIO Macroarea Generale	
			2007	2005	Var. 2007-2005	2007	2005	2007	2005
TRASPARENZA E ACCESSO	Trasparenza Aziendale	Presenza Informazioni sulla struttura dell' azienda/ente	Si	Si	=	89,5/100	89,5/100	85,0/100	80,5/100
		Presenza Informazioni sull'organigramma dell' azienda/ente	Si	Si	=				
		Presenza Presentazione servizi	Si	Si	=				
		Presenza Mission dell' azienda/ente	Si	Si	=				
		Presenza Informazioni sul sistema di Qualità	Si	Si	=				
		Presenza Informazioni sulla durata di ciascun procedimento	No	No	=				
		Indicazione degli uffici e dei responsabili dei procedimenti	Si	Si	=				
		Presenza informazioni sulla privacy/ uso dei dati	Si	Si	=				
	Presenza di Spazi per comitati etici	Si	Si	=					
	Accesso	Presenza di Indicazioni sull'ubicazione fisica degli uffici/sportelli	Si	Si	=	76,9/100	71,4/100		
		Presenza di Informazioni relative agli orari di apertura degli uffici/ sportelli	Si	Si	=				
		Presenza di telefono e/o e-mail dei responsabili dei processi e/o dei servizi	Parzialmente	Parzialmente	+				
		Presenza di servizi di e-procurement con possibilità di partecipare a bandi	Parzialmente	Parzialmente	=				
	Trasparenza normativa	Presenza di testi delle delibere aziendali o dell'ente	No	No	=	87,5/100	75,0/100		
		Presenza di pagine relative al Bilancio	Si	Si	=				
		Presenza pagine relative al Bilancio sociale	Si	No	+				
		Presenza di Informazioni sulla normativa di riferimento	Si	Si	=				

Qualità e interattività dei servizi in rete - [www.atac.roma.it](http://www.atac.roma.it) (Trasporti)

								MACRO AREA GENERALE	
INDICI 2° Livello	STANDARD TENDENZIALI da raggiungere	STANDARD Raggiunti			Punteggio Indici 2° livello		Punteggio		
		2007	2005	Var. 2007-2005	2007	2005	2007	2005	
QUALITÀ E INTERATTIVITÀ DEI SERVIZI  Trasporto	Possibilità di segnalare anomalie nel trasporto	Si	Si	=	82,4/100	82,4/100	78,6/100	71,4/100	
	Segnalazioni delle variazioni dei percorsi e degli scioperi (informazioni in tempo reale)	Si	Si	=					
	Acquisto degli abbonamenti / Card	Parzialmente	Parzialmente	=					
	Informazioni sugli orari dei mezzi pubblici alle fermate (informazioni in tempo reale)	Parzialmente	Parzialmente	=					
	Calcolo percorso - itinerario consigliato	Si	Si	=					
Trasporto e Disabili	Informazioni su autobus accessibili (percorsi, orari, ecc)	Si	Si	=	72,7/100	54,5/100			
	prenotazione on line su trasporto a prenotazione	Si	Si	=					
	Iscrizione on line al servizio trasporto scolastico	Parzialmente	Parzialmente	+					

Usabilità e accessibilità - [www.atac.roma.it](http://www.atac.roma.it) (Trasporti)

USABILITÀ E ACCESSIBILITÀ	Indici 2° livello	STANDARD TENDENZIALI da raggiungere	STANDARD RAGGIUNTI			PUNTEGGIO Indici 2° livello		PUNTEGGIO Macroarea Generale	
			2007	2005	Var. 2007-2005	2007	2005	2007	2005
			Navigabilità	Presenza di logo istituzionale	Si	SI	=	93,3/100	73,3/100
Link alla home page in ogni pagina interna	Si	Si		=					
Percorso indicato in ogni pagina	Si	No		+					
Visibilità dei link attivi	Si	Si		=					
Prevedibilità dei link	Si	Si		=					
Esistenza ed efficacia del motore di ricerca interno	Si	No		+					
Presenza di mappa del sito (entro i primi 2 livelli)	No	No		=					
Accessibilità	Ricorrenza di elementi uguali e riconoscibili	Si	Si	=	86,7/100	85,7/100	84,6/100	76,3/100	
	Alternativa di testo sulle immagini usate come link e descrizione delle zone attive delle mappe sensibili	Si	No	+					
	Coerenza assoluta nel caso dell'utilizzo di colori per definire settori tematici	Si	Si	=					
	Possibilità di ingrandire i caratteri dello schermo	Si	Si	=					
	Assenza Pagine "splash" o introduzioni flash (senza possibilità di saltare l'animazione)	Si	Si	=					
	Navigazione rapida tramite tastiera	No	No	=					
	Uso dei fogli di stile per strutturare le pagine	Si	Si	=					
Usabilità	Qualità del download della modulistica	Parzialmente	Parzialmente	=	66,7/100	66,7/100	84,6/100	76,3/100	
	Presenza di help	No	No	=					
	Esistenza e chiarezza dei messaggi di errore	Si	Si	=					

Comunicazione, partecipazione, relazionalità - [www.atac.roma.it](http://www.atac.roma.it) (Trasporti)

	Indici 2° livello	STANDARD TENDENZIALI da raggiungere	STANDARD RAGGIUNTI			PUNTEGGIO Indici 2° livello		PUNTEGGIO Macroarea Generale	
			2007	2005	Var. 2007-2005	2007	2005	2007	2005
COMUNICAZIONE, PARTECIPAZIONE, RELAZIONALITÀ	Comunicazione on line	Reperibilità su Google del nome dell'Azienda/ Ente	Si	Si	=	87,0/100	89,5/100	71,2/100	83,3/100
		Popolarità del sito basata sui link dall'esterno verso la url del sito	Si	Si	=				
		Presenza Faq	Si	Si	=				
		Link utili	No	Si	-				
		Esplicitazione aggiornamento del sito	No	Si	-				
		Multicanalità nell'erogazione del servizio ( Contact center – Radio, ipTv)	Si	Parzialmente	+				
		SMS nell'erogazione del servizio	Si	Nd	+				
		Area dell'home page o pagina dedicata al primo piano (news)	Si	Si	=				
		Pubblicazione di newsletter e/o mailing list destinata all'utenza	No	No	=				
	Comunic. istituzionale	Glossario	No	No	=	90,0/100	90,0/100		
		Presenza Campagne di comunicazione istituzionale	Si	Si	=				
		Progetti sul territorio scuole, progetti formativi	Si	Si	=				
		Relazioni esplicite con enti locali e soggetti non istituzionali	Si	Si	=				
	Customer care	Informazioni generali sulle condizioni contrattuali	Si	Si	=	80,0/100	80,0/100		
		Informazioni sulla carta dei servizi	Si	Si	=				
		Presenza entro il II livello di riferimenti a contact center numero verde	Si	Si	=				
		Pagina/e informative relative al servizio di customer care	No	No	=				
		Presenza di canali per target	No	No	=				
	Partecipazione	Strumenti per inviare consigli e segnalazioni all'ente	Si	Si	=	72,7/100	66,7/100		
		Presenza di forum (attivi)	Si	Si	=				
		Disponibilità di sondaggi on line	No	No	=				
		Questionari valutazione del servizio erogato dall'azienda/ente	No	No	=				
		Sondaggio sulle caratteristiche del Sito web	No	Nd	Nd				
Reclamo e Contenz.	Servizio on line di gestione del reclamo	No	Nd	Nd	41,7/100	Nd			
	Info sui reclami	Parziale	Nd	Nd					
	Procedure di conciliazione	No	Nd	Nd					

Sviluppo tecnologico - www.atac.roma.it (Trasporti)

SVILUPPO TECNOLOGICO	Indici 2° livello	STANDARD TENDENZIALI da raggiungere	STANDARD RAGGIUNTI			PUNTEGGIO Indici 2°livello		PUNTEGGIO Macroarea Generale	
			2007	2005	Var. 2007-2005	2007	2005	2007	2005
			Qualità server e connessioni	Download: tempo virtualmente necessario allo scaricamento di 10k	Si	Si	=	75,0/100	50,0/100
Tempo medio di connessione (connect time)	Parzialmente	Parzialmente		+					
Qualità dell'Html e web design	Controllo di validità dei link a partire dall'home page ( N° errori)	Parzialmente	Parzialmente	=	80,0/100	80,0/100			
	Numero assoluto di errori rilevati nel codice HTML dell'home page del sito	Parzialmente	Parzialmente	=					
	Numeri di errori della home page con le diverse tipologie di browser	Parzialmente	Parzialmente	=					
	Peso complessivo dell'home page	Parzialmente	Parzialmente	=					
	Peso Grafica dell'home page	Parzialmente	Parzialmente	=					
	Rapporto fra l'impianto grafico dell'home page e il numero di immagini caricate	Si	Si	=					
	Immagini in home page eccedenti il limite di 20 K	Parzialmente	Parzialmente	=					
Tempo necessario al caricamento completo della pagina principale con connessione analogica (56k)	Parzialmente	Parzialmente	=						

Qualità dei servizi on line dell'Atac e delle aziende di trasporto locali delle 14 città metropolitane italiane - Anno 2007

Città	Azienda o Ente	WEB	Trasporto	Rank Trasporto	Trasporto disabili	Rank Trasporto Disabili	VALORE COMPLESSIVO	RANK 2007	Variazione RANK 2007-2005
Roma	Atac	www.atac.roma.it	82,4	3°	72,7	1°	78,6	1°	0
Genova	Amt	www.amt.genova.it	94,1	1°	54,5	4°	78,6	1°	+1
Milano	Atm	www.atm-mi.it	75,0	7°	72,7	1°	76,5	3°	-1
Firenze	Ataf	www.ataf.net	88,2	2°	36,4	7°	67,9	4°	0
Cagliari	Ctm	www.ctmcagliari.it/	70,6	8°	63,6	3°	67,9	4°	+4
Torino	Gtt	www.comune.torino.it/gtt	76,5	4°	45,5	6°	64,3	6°	-2
Napoli	Anm	www.anm.it	76,5	4°	36,4	7°	60,7	7°	-2
Bologna	Atc	www.atc.bo.it	76,5	4°	27,3	11°	57,1	8°	+2
Bari	Amtab	www.amtabservizio.it	52,9	10°	54,5	4°	53,6	9°	+1
Trieste	Trieste Trasporti	www.triestetrasporti.it	58,8	9°	27,3	11°	46,4	10°	0
Palermo	Amat	www.amat.pa.it	47,1	11°	36,4	7°	42,9	11°	+3
Venezia	Actm	www.actm.it	47,1	11°	29,3	10°	39,3	12°	-5
Messina	Atm	www.atmmessina.it	41,2	11°	27,3	11°	35,7	13°	0
Catania	Amt	www.amt.ct.it	41,2	11°	27,3	11°	35,7	13°	-1

Fonte : Analisi e valutazione dei canali web delle aziende di Servizio pubblico della città di Roma - Gennaio 2007

**Atac - Confronto con i siti web delle Public utility di trasporto pubblico locale delle Capitali Europee: Indicatore "Qualità dei Servizi" – Anno 2007**

Qualità dei Servizi					
Città	Azienda /Ente	Url	Trasport	Trasport e Disabilità	Valore Complessivo
Parigi	Ratp	www.ratp.fr	94,1	81,8	89,3
Berlino	Bvg	www.bvg.de	100,0	72,7	89,3
Londra*	Transport for London	www.transportforlondon.gov.uk	100,0	54,5	85,7
Roma	Atac	www.atac.roma.it	82,4	72,7	78,6
Madrid	Emt Madrid	www.emtmadrid.es www.metromadrid.es/	70,6	54,5	64,3

Fonte : *Analisi e valutazione dei canali web delle aziende di Servizio pubblico della città di Roma - Gennaio 2007*

## 7.2 Analisi e valutazione di [www.atac.roma.it](http://www.atac.roma.it) (Sezione Mobilità)

La precedente rilevazione condotta nel 2005 rispetto ai servizi sulla mobilità faceva riferimento al sito della Sta. Il passaggio alla gestione Atac avvenuto alla fine del 2005 dei servizi di mobilità, ha ricondotto la dimensione on line di questa importante funzione al sito dell'Atac che ha ampliato le proprie funzionalità, peraltro già evolute, anche in direzione dei temi della mobilità urbana. Tale cambiamento ha fatto segnare ai servizi on line per la mobilità un significativo miglioramento: il punteggio complessivo calcolato su tutte le macro aree di analisi, è passato da 67,1 a 78,8 punti. Roma sale al primo posto nella classifica nazionale dei migliori siti di mobilità urbana rispetto alla principale macro area di rilevazione quella della qualità e interattività dei servizi con 75,0 punti contro i 61,9 del 2005.

### **Trasparenza e accesso**

Il sito ottiene, su questa macrodimensione un punteggio di 89,5 punti su 100 rispetto ai 73,7 su 100 della precedente rilevazione. La presentazione dell'azienda, nella sua nuova collocazione telematica oltre che istituzionale, migliora complessivamente su tutte le dimensioni. Si presenta infatti in modo completo dal punto di vista della **Trasparenza aziendale**, fornendo informazioni sul proprio organigramma, le strutture e i servizi disponibili, ma anche le modalità di contatto con i responsabili dei servizi. Sono presentate informazioni circa il sistema Qualità e il trattamento dei dati personali e sono presenti spazi dedicati ai comitati etici. Particolarmente interessante è la sezione dedicata ai progetti, dove viene data ampia trattazione alle iniziative del Comune di Roma e dell'azienda in termini di mobilità sostenibile, controllo e miglioramento della mobilità urbana (Centrale della mobilità, impianti semaforici).

Cresce la presenza di elementi capaci di favorire l'accesso alle strutture (dimensione dell'**Accesso**), come le informazioni di contatto circa i responsabili dei servizi e la pubblicazione di bandi di gara on line. La pubblicazione del bilancio sociale e la presenza di informazioni sulla normativa di riferimento contribuiscono invece alla completezza della **Trasparenza amministrativa**.

### **Qualità e interattività di servizi di rete**

Il risultato complessivo in tema di servizi on line è di 75 punti su 100 (era di 61,9 punti per il sito della Sta). Con riferimento ai generali servizi di **Mobilità**, sul sito è presente il servizio di calcolo di percorsi, offerto in quattro lingue, opzione indispensabile per servire la variegata utenza della città di Roma. Sono disponibili anche webcam sui nodi critici del traffico (sezione "Infotrafficco") per verificarne in tempo reale la scorrevolezza. Non tutte le telecamere attive attualmente trasmettono dati on line e il servizio di pubblicazione delle immagini non funziona nel weekend. Tuttavia, come utile corredo al servizio, sono pubblicati bollettini sul traffico ed eventi che possono ostacolare o comunque modificare la mobilità ed è stato avviato un servizio sperimentale per il calcolo dei tempi di percorrenza. Sul sito è disponibile anche il servizio di pagamento parcheggi. E' messa a disposizione una mappa interattiva con la loro collocazione, a partire dalla quale è possibile cliccare su

ciascun parcheggio per consultarne le caratteristiche. Sono presenti anche mappe dettagliate sulle zone con parcheggi a pagamento (elenco delle vie e orari). Da ottobre 2006 è poi possibile pagare il parcheggio via cellulare grazie al servizio “Pagososta via sms”. Esiste un servizio informativo di segnalazione di parcheggi per **disabili**. Moduli e ampia informazione è anche fornita relativamente al rilascio di contrassegni speciali per circolazione e parcheggio.

### **Usabilità e accessibilità**

La nuova collocazione telematica dei servizi per la mobilità giova particolarmente dal punto di vista dell’usabilità e accessibilità. Il punteggio passa infatti da 65,8 a 84,6. Migliori in particolare le dimensioni della **Navigabilità** il cui valore passa da 73,3 a 93,3: il percorso di navigazione è indicato in ogni pagina, i link sono “prevedibili” (cioè viene chiarito se portano fuori dal sito o se si tratta di documenti in formato diverso dall’html). E’ presente anche un utile motore di ricerca interno posto in ogni pagina. Migliore anche l’**Accessibilità** complessiva che raggiunge gli 86,7 punti: le immagini presentano sempre un’alternativa di testo (utile per la comprensione del contenuto delle immagini da parte dei non vedenti), c’è coerenza nell’utilizzo dei colori usati per la navigazione, è possibile ingrandire i caratteri di schermo e, come già indicato per il sito Atac Trasporti, è possibile scegliere diverse visualizzazioni delle pagine principali del sito. Anche per queste sezioni del sito, sono presenti chiare segnalazioni in caso di errore che ne accrescono l’**Usabilità** complessiva ma non esiste un “help” di soccorso all’utente in difficoltà, come guida alle operazioni più interattive come il download dei documenti.

### **Comunicazione, partecipazione, relazionalità**

Sulla macroarea che riassume aspetti di comunicazione, partecipazione e relazione, il punteggio del sito Atac relativamente alle sezioni mobilità è 75,8. Particolarmente alto è il punteggio sulla dimensione della **comunicazione istituzionale** che raggiunge i 90 punti. A tale completezza concorre la pubblicazione di informazioni sui progetti sul territorio e campagne di comunicazione istituzionale. La **comunicazione on line** raggiunge gli 87 punti: sono presenti faq (*frequently asked questions*) riassuntive delle principali domande degli utenti, news su principali eventi e iniziative nonché elementi di multicanalità soprattutto per quanto riguarda i servizi on line. Sul sito non esistono canali per diversi target né pagine avanzate dedicate alla **customer care**, ma sono disponibili informazioni circa le condizioni contrattuali e la carta dei servizi e il call center.

La dimensione della **partecipazione** raggiunge i 72,7 punti. L’utente interessato può inviare all’ente consigli e segnalazioni, partecipare a forum nell’area “Contatti”. Mancano però strumenti per raccogliere feedback puntuali sui servizi offerti o sul sito web stesso. Aprire chiaramente l’azienda a questo tipo di riscontri è non solo una dimostrazione di predisposizione all’ascolto ma anche un’utile azione per riscontrare inefficienze. Come per le sezioni Trasporti del sito Atac, relativamente alle possibilità di esporre **reclami**, sono disponibili informazioni e contatti ma non strumenti maggiormente interattivi.

## **Sviluppo tecnologico**

La macroarea dedicata allo sviluppo tecnologico raggiunge discreti risultati. Se il sito Sta otteneva 64,3 punti su questa dimensione, il sito Atac relativamente alla sezione mobilità ne raggiunge 78,6. Tuttavia permangono alcune criticità legate al peso complessivo della home page e alla conseguente lentezza nei tempi di caricamento. Un sito agile e veloce da caricare è particolarmente importante per pagine web che offrono servizi di frequente uso per l'utente: calcolare il percorso on line, consultare informazioni sul traffico diventano azioni consuete per un utente interessato. Spesso si tratta anche di un utente che ha necessità di raccogliere l'informazione necessaria in tempi rapidi. Anche la qualità dell'html presenta margini di miglioramento. Il controllo di validità dei link ha dato comunque esiti migliori rispetto alla precedente rilevazione.

Trasparenza e accesso - [www.atac.roma.it](http://www.atac.roma.it) (Mobilità)

Indici 2° livello	STANDARD TENDENZIALI da raggiungere	STANDARD RAGGIUNTI			PUNTEGGIO Indici 2°livello		PUNTEGGIO Macroarea Generale	
		2007	2005	Var. 2007-2005	2007	2005	2007	2005
Trasparenza Aziendale	Presenza Informazioni sulla struttura dell' azienda/ente	Si	Si	=	89,5/100	73,7/100	85,0/100	80,5/100
	Presenza Informazioni sull'organigramma dell' azienda/ente	Si	Si	=				
	Presenza Presentazione servizi	Si	Si	=				
	Presenza Mission dell' azienda/ente	Si	Si	=				
	Presenza Informazioni sul sistema di Qualità	Si	No	+				
	Presenza Informazioni sulla durata di ciascun procedimento	No	No	=				
	Indicazione degli uffici e dei responsabili dei procedimenti	Si	Parzialmente	+				
	Presenza informazioni sulla privacy/ uso dei dati	Si	No	+				
	Presenza di Spazi per comitati etici	Si	No	+				
Accesso	Presenza di Indicazioni sull'ubicazione fisica degli uffici/sportelli	Si	Si	=	76,9/100	64,3/100	85,0/100	80,5/100
	Presenza di Informazioni relative agli orari di apertura degli uffici/ sportelli	Si	Si	=				
	Presenza di telefono e/o e-mail dei responsabili dei processi e/o dei servizi	Parzialmente	Parzialmente	+				
	Presenza di servizi di e-procurement con possibilità di partecipare a bandi	Parzialmente	Parzialmente	+				
Trasparenza normativa	Presenza di testi delle delibere aziendali o dell'ente	No	No	=	87,5/100	62,5/100	85,0/100	80,5/100
	Presenza di pagine relative al Bilancio	Si	Si	=				
	Presenza pagine relative al Bilancio sociale	Si	Parzialmente	+				
	Presenza di Informazioni sulla normativa di riferimento	Si	Parzialmente	+				

Qualità e interattività dei servizi in rete - [www.atac.roma.it](http://www.atac.roma.it) (Mobilità)

QUALITÀ E INTERATTIVITÀ DEI SERVIZI IN RETE	Indici 2° livello	STANDARD TENDENZIALI da raggiungere	STANDARD RAGGIUNTI			PUNTEGGIO Indici 2° livello		PUNTEGGIO Macroarea Generale	
			2007	2005	Var. 2007-2005	2007	2005	2007	2005
Mobilità	Rilascio permessi di transito per zone a traffico limitato (ZTL) (transazione on line)	Parzialmente	Parzialmente	=	76,0/100	64,3/100	75,0/100	61,9/100	
	Calcolo percorso - itinerario consigliato	Si	No	+					
	Informazioni sul traffico in tempo reale	Si	Si	=					
	Informazioni sui posti liberi nei parcheggi	Parzialmente	Parzialmente	=					
	Pagamento parcheggi	Si	Nd	+					
	Verifiche permessi ZTL	Parziale	Nd	+					
	Webcam sui nodi critici del traffico	Si	No	+					
Mobilità Disabili	Rilascio contrassegni speciali per circolazione e parcheggio	Parzialmente	Parzialmente	=	71,4/100	57,1/100			
	Indicazione presenza parcheggi per disabili	Si	No	+					

Usabilità e accessibilità - [www.atac.roma.it](http://www.atac.roma.it) (Mobilità)

USABILITÀ E ACCESSIBILITÀ	Indici 2° livello	STANDARD TENDENZIALI da raggiungere	STANDARD RAGGIUNTI			PUNTEGGIO Indici 2° livello		PUNTEGGIO Macroarea Generale	
			2007	2005	Var. 2007-2005	2007	2005	2007	2005
			Navigabilità	Presenza di logo istituzionale	Si	SI	=	93,3/100	73,3/100
Link alla home page in ogni pagina interna	Si	Si		=					
Percorso indicato in ogni pagina	Si	No		+					
Visibilità dei link attivi	Si	Si		=					
Prevedibilità dei link	Si	No		+					
Esistenza ed efficacia del motore di ricerca interno	Si	Parzialmente		+					
Presenza di mappa del sito (entro i primi 2 livelli)	No	Si		-					
Accessibilità	Ricorrenza di elementi uguali e riconoscibili	Si	Si	=	86,7/100	71,4/100	84,6/100	65,8/100	
	Alternativa di testo sulle immagini usate come link e descrizione delle zone attive delle mappe sensibili	Si	No	+					
	Coerenza assoluta nel caso dell'utilizzo di colori per definire settori tematici	Si	No	+					
	Possibilità di ingrandire i caratteri dello schermo	Si	No	+					
	Assenza Pagine "splash" o introduzioni flash (senza possibilità di saltare l'animazione)	Si	Si	=					
	Navigazione rapida tramite tastiera	No	No	=					
	Uso dei fogli di stile per strutturare le pagine	Si	Si	=					
Usabilità	Qualità del download della modulistica	Parzialmente	Parzialmente	=	66,7/100	66,7/100	84,6/100	65,8/100	
	Presenza di help	No	No	=					
	Esistenza e chiarezza dei messaggi di errore	Si	No	+					

Comunicazione, partecipazione, relazionalità - [www.atac.roma.it](http://www.atac.roma.it) (Mobilità)

	Indici 2° livello	STANDARD TENDENZIALI da raggiungere	STANDARD RAGGIUNTI			PUNTEGGIO Indici 2° livello		PUNTEGGIO Macroarea Generale	
			2007	2005	Var. 2007-2005	2007	2005	2007	2005
COMUNICAZIONE, PARTECIPAZIONE, RELAZIONALITÀ	Comunicazione on line	Reperibilità su Google del nome dell'Azienda/ Ente	Si	Si	=	87,0/100	73,7/100	75,8/100	75,0/100
		Popolarità del sito basata sui link dall'esterno verso la url del sito	Si	Parzialmente	+				
		Presenza Faq	Si	No	+				
		Link utili	No	No	=				
		Esplicitazione aggiornamento del sito	No	Si	-				
		Multicanalità nell'erogazione del servizio ( Contact center – Radio, ipTv)	Si	Parzialmente	+				
		SMS nell'erogazione del servizio	Si	Nd	+				
		Area dell'home page o pagina dedicata al primo piano (news)	Si	Parzialmente	+				
	Comunic. istituzional e	Pubblicazione di newsletter e/o mailing list destinata all'utenza	No	No	=	90,0/100	80,0/100		
		Glossario	No	Si	-				
		Presenza Campagne di comunicazione istituzionale	Si	Si	=				
		Progetti sul territorio scuole, progetti formativi	Si	No	+				
	Customer care	Relazioni esplicite con enti locali e soggetti non istituzionali	Si	Si	=	80,0/100	80,0/100		
		Informazioni generali sulle condizioni contrattuali	Si	Si	=				
		Informazioni sulla carta dei servizi	Si	No	+				
		Presenza entro il II livello di riferimenti a contact center numero verde	Si	Si	=				
		Pagina/e informative relative al servizio di customer care	No	Si	-				
	Partecipazione	Presenza di canali per target	No	No	=	72,7/100	66,7/100		
		Strumenti per inviare consigli e segnalazioni all'ente	Si	Si	=				
		Presenza di forum (attivi)	Si	No	+				
		Disponibilità di sondaggi on line	No	Si	-				
		Questionari valutazione del servizio erogato dall'azienda/ente	No	No	=				
	Reclamo e Contenzioso	Sondaggio sulle caratteristiche del Sito web	No	Nd	Nd	41,7/100	Nd		
Servizio on line di gestione del reclamo		No	Nd	Nd					
Info sui reclami		Parzialmente	Nd	Nd					
		Procedure di conciliazione	No	Nd					

Sviluppo tecnologico - [www.atac.roma.it](http://www.atac.roma.it) ( Mobilità )

SVILUPPO TECNOLOGICO	Indici 2° livello	STANDARD TENDENZIALI da raggiungere	STANDARD RAGGIUNTI			PUNTEGGIO Indici 2°livello		PUNTEGGIO Macroarea Generale	
			2007	2005	Var. 2007-2005	2007	2005	2007	2005
	Qualità server e connessioni	Download: tempo virtualmente necessario allo scaricamento di 10k	Si	Parzialmente	=	75,0/100	50,0/100	78,6/100	64,3/100
Tempo medio di connessione (connect time)		Parzialmente	Si	+					
Qualità dell'Html e web design	Controllo di validità dei link a partire dall'home page ( N° errori)	Parzialmente	Parzialmente	+	80,0/100	70,0/100			
	Numero assoluto di errori rilevati nel codice HTML dell'home page del sito	Parzialmente	Parzialmente	=					
	Numeri di errori della home page con le diverse tipologie di browser	Parzialmente	Parzialmente	=					
	Peso complessivo dell'home page	Parzialmente	Si	-					
	Peso Grafica dell'home page	Parzialmente	Parzialmente	=					
	Rapporto fra l'impianto grafico dell'home page e il numero di immagini caricate	Si	Parzialmente	+					
	Immagini in home page eccedenti il limite di 20 K	Parzialmente	Parzialmente	=					
Tempo necessario al caricamento completo della pagina principale con connessione analogica (56k)	Parzialmente	Parzialmente	=						

Qualità dei servizi on line dell'Atac ( sezioni dedicate alla Mobilità) e delle aziende locali per la Mobilità delle 14 città metropolitane italiane – Anno 2007

Città	Azienda o Ente	WEB	Valore Mobilità'	Rank Mobilità'	Mobilità' disabili	Rank "Mobilità' Disabili	VALORE COMPLESSIVO	RANK 2007	Variazione RANK 2007-2005
<b>Roma</b>	<b>Atac</b>	www.atac.roma.it	<b>76,0</b>	<b>1°</b>	<b>71,4</b>	<b>2°</b>	<b>75,0</b>	<b>1°</b>	<b>+2</b>
Venezia	Asm Spa / Comune / Urbis Limen	www.Urbislimen.it	72,0	4°	85,7	1°	<b>75,0</b>	<b>1°</b>	+7
Torino	5T Spa / Comune	www.5t.torino.it	76,0	1°	71,4	2°	<b>75,0</b>	<b>1°</b>	0
Bologna	Comune	urp.comune.bologna.it/Mobilita/Mobilita.nsf	76,0	1°	57,1	5°	<b>71,9</b>	<b>4°</b>	-1
Milano	Comune – Agenzia Mobilita	www.ama-mi.it/Infomobilita/default.asp	56,0	5°	57,1	5°	<b>56,3</b>	<b>5°</b>	-4
Cagliari	Comune	www.comune.cagliari.it	52,0	6°	57,1	5°	<b>53,1</b>	<b>6°</b>	0
Napoli	Comune - Anm azienda napoletana mobilità	www.anm.it	44,0	9°	71,4	2°	<b>50,0</b>	<b>7°</b>	+1
Firenze	Comune – Firenze Parcheggi Spa	www.firenzeparcheggi.it/	48,0	7°	57,1	5°	<b>50,0</b>	<b>7°</b>	+1
Genova	Comune	www.tu6genova.it	48,0	7°	42,9	9°	<b>46,9</b>	<b>9°</b>	+4
Bari	Servizi trasporti e mobilità Bari SpA	www.stmbari.it	32,0	10°	28,6	11°	<b>31,3</b>	<b>10°</b>	Nd
Trieste	Comune - Azienda per la Mobilità Territoriale	www.retecivica.trieste.it	28,0	11°	28,6	11°	<b>28,1</b>	<b>11°</b>	0
Catania	Comune -Sostare	www.sostare.it	20,0	12°	42,9	9°	<b>25,0</b>	<b>12°</b>	-2

Fonte : Analisi e valutazione dei canali web delle aziende di Servizio pubblico della città di Roma - Gennaio 2007

## 7.3 Analisi e valutazione di [www.aceaspa.it](http://www.aceaspa.it) (Sezione Elettrica)

Il sito web di Acea (sezione elettrica) registra i migliori progressi dal 2005 tra tutte le public utility capitoline esaminate rispetto all'offerta di servizi on line di tipo più interattivo. L'azienda romana beneficia dell'ampliamento delle funzionalità di rete del proprio sito per gestire on line i rapporti di clientela connessi alla fornitura di elettricità. Con la rilevazione 2007 il sito rispetto alla qualità e interattività dei servizi raggiunge, così, con 82 punti contro i 58 del 2005, il 2° posto su base nazionale posizionandosi subito dopo l'Enel, e recuperando ben 3 posizioni nella speciale graduatoria di categoria. Anche a livello europeo il miglioramento nei servizi interattivi fa superare Madrid, avvicinando Roma ai livelli di offerta di Londra, Parigi e Berlino. Tutti gli indici di secondo livello che descrivono la macro area dell'interattività assegnano ad Acea un ruolo di primo piano su base nazionale: il 2° posto nell'indice relativo alla "gestione del contratto", ancora il 2° posto rispetto all'indice sulla "gestione bollette, e il 3° posto nell'ambito dell'indice sui "consumi e tariffe", attestano la qualità e la completezza dello sforzo di ampliamento dell'offerta di servizi interattivi realizzato dall'azienda. Il punteggio complessivo, relativo alla media di tutte le macro aree del sito, registra tuttavia solo un piccolo incremento con 78,8 punti contro i 77,2 della rilevazione del 2005. Pesano sul valore generale le flessioni delle macro aree della "Comunicazione partecipazione relazionalità" e dell' "usabilità e accessibilità".

### Trasparenza e accesso

Il risultato ottenuto su caratteristiche di trasparenza e accesso rimane invariato rispetto alla precedente rilevazione (82,9 punti). Nessuno degli elementi cambia e rimane il "primato" di completezza relativo alla **Trasparenza normativa** su cui il sito ottiene massimi risultati per la presenza di documenti legati all'attività dell'azienda, pagine dedicate al bilancio (anche quello sociale) e normativa di riferimento. Il sito è quindi completo delle informazioni necessarie all'utente per avere un'adeguata conoscenza circa l'azienda (**Trasparenza aziendale**): informazioni generali, organigramma dell'ente, presentazione della mission, dei servizi, degli uffici responsabili, ecc. Offre inoltre, per favorire l'accesso all'utente, chiare indicazioni sull'ubicazione fisica degli sportelli, gli orari di apertura e i contatti con responsabili di processi e servizi (**Accesso**). E' parzialmente possibile anche accedere a bandi on line: sono pubblicati on line bandi e moduli di partecipazione. Le informazioni sull'azienda e l'accesso sono disponibili in più aree del sito: una sezione specifica accessibile dalla home page è dedicata all'azienda, ben distinta dalle aree di servizi (energia e gas). Alcune pagine sono messe più in evidenza con link nel menu di sinistra (regole e valori, informazioni per gli azionisti, qualità e sicurezza). Le informazioni per il contatto sono invece inseriti nella barra di navigazione in basso (area clienti).

## Qualità e interattività dei servizi in rete

La macroarea dedicata a qualità e interattività dei servizi migliora nettamente passando da 58,8 punti a 82. In particolare, è sulla dimensione della **Gestione del contratto** che si ottengono risultati significativamente diversi (il punteggio relativo passa da 43,3 a 80 punti) rispetto al passato e dove la scorsa rilevazione individuava le principali criticità. Si tratta dei servizi gestiti da Acea Electrabel. L'utente può oggi chiedere un nuovo allaccio on line (anche con l'ausilio del fax), attivare un subentro, attivare un'utenza, modificare la potenza energetica contrattuale secondo le proprie necessità. E' possibile anche richiedere una voltura e interrompere una fornitura. Tutti i servizi on line prevedono l'invio della richiesta attraverso un apposito modulo di facile compilazione, chiaro nell'indicare i contenuti delle varie stringhe di testo e degli *step* per completare la procedura (passaggi necessari al completamento dell'operazione).

Anche la **Gestione di bollette e fatture** cresce sul piano dell'interattività, passando da 70 a 85,2 punti. E' possibile il pagamento on line sul sito di Poste.it, controllare e comunicare lo stato delle fatture, modificare il recapito delle fatture e richiedere il duplicato della fattura nel caso di mancata ricezione. La domiciliazione bancaria può essere attivata scaricando il modulo R.I.D. da consegnare poi compilato presso lo sportello presso cui si ha il conto.

I servizi on line per **Consumi e tariffe** (87 punti su 100) comprendono la possibilità di comunicare on line i consumi effettivi, visualizzare la telelettura e lo storico dei consumi. E' possibile segnalare un guasto e chiedere una verifica ricorrendo al numero verde.

## Usabilità e accessibilità

Sotto il profilo dell'usabilità e accessibilità, il sito di Acea nelle sezioni dedicate all'elettricità passa da 81,6 a 74,4 punti. A peggiorare è soprattutto la dimensione della **Navigabilità**: in particolare, non è presente un motore di ricerca interno e il sistema dei link non è del tutto efficace. La mancata visibilità dei link e la loro non "prevedibilità" (non sempre si capisce quale documento o altro sito web si sta per aprire nel momento in cui si clicca su un link) rischia di indurre nell'utente un senso di disorientamento, aggravato dalla possibile confusione che può generare un sito effettivamente molto ricco di informazioni e servizi.

Il valore della dimensione **Accessibilità** diminuisce leggermente (da 78,6 a 73,3) per la mancanza di alcuni elementi importanti per la visualizzazione corretta e la navigazione facile nel sito per utenti disabili: alternative di testo significative alle immagini, possibilità di ingrandire i caratteri del testo e opzione di navigazione rapida con la tastiera (indispensabile per chi non può o fatica ad usare il mouse). Da migliorare anche aspetti di **usabilità**, come per quanto riguarda il download dei documenti (la rilevazione precedente aveva riscontrato qualche caso la disponibilità di scelta tra più formati di documenti), chiari messaggi in caso di errore e "help" soprattutto associati al download e compilazione on line di modulistica.

## Comunicazione partecipazione relazionalità

Anche sotto questo aspetto o macroarea il sito di Acea elettricità peggiora le sue prestazioni rispetto al passato, con un punteggio che passa da 82,4 a 69,6.

Rimane sostanzialmente invariata la dimensione della **Comunicazione on line**: sono presenti faq, link utili e news; mancano ancora strumenti per la comunicazione ad una via con i propri clienti (newsletter, sms). Ottimo ancora il risultato relativo alla **Comunicazione istituzionale**: è presente un glossario di termini tecnici, sono presentate campagne di comunicazione istituzionale e progetti, rese esplicite collaborazioni e relazioni. Anche l'area del customer care mantiene l'alto livello già riscontrato, in particolare per la presenza del numero verde e di chiari canali di navigazione per l'utenza.

Peggiora invece la dimensione della **Partecipazione**. Non sono presenti forum, il che rappresenta una scelta possibile da parte dell'azienda, ma non sono messi a disposizione altri utili strumenti per la raccolta di feedback (sondaggi on line, questionari sulla qualità dei servizi o per la raccolta di opinioni sul sito web). Pesa sul valore finale di questa macro area ancora una volta la nuova dimensione di analisi **Reclamo e contenzioso** che è solo in parte disponibile con un servizio di gestione del reclamo e con informazioni su come effettuare reclami. Il servizio si appoggia anche al numero verde ma mancano quegli elementi che rendono il servizio on line di reclamo realmente efficace: la *certezza dell'esito del reclamo stesso, con informazioni chiare sui tempi previsti e un'attestazione, equivalente a tutti gli effetti a quella fornita allo sportello, atta ad evidenziare, appunto, i tempi e le modalità di risposta del proprio reclamo*. Invece, per quanto riguarda le procedure di conciliazione è possibile scaricare la modulistica che consente l'attivazione dell'iter.

### **Sviluppo tecnologico**

Dal punto di vista tecnologico il punteggio del sito Acea elettricità migliora, passando da 82,1 a 85,8. Migliora la validità del sistema dei link e la qualità del codice html, mentre restano invariati gli altri elementi. Lievi criticità permangono nella visualizzazione del sito attraverso browser diversi, per cui sono stati registrati tuttora alcuni errori, e nel peso complessivo dell'home page e in particolare dell'apparato grafico, elemento che rende più lungo il tempo di caricamento della pagina, specie con collegamenti in banda stretta.

Trasparenza e accesso - www.aceaspa.it - (Elettricità)

Indici 2° livello	STANDARD TENDENZIALI da raggiungere	STANDARD RAGGIUNTI			PUNTEGGIO Indici 2°livello		PUNTEGGIO Macroarea Generale	
		2007	2005	Var. 2007-2005	2007	2005	2007	2005
Trasparenza Aziendale	Presenza Informazioni sulla struttura dell' azienda/ente	Si	Si	=	84,2/100	84,2/100	82,9/100	82,9/100
	Presenza Informazioni sull'organigramma dell' azienda/ente	No	No	=				
	Presenza Presentazione servizi	Si	Si	=				
	Presenza Mission dell' azienda/ente	Si	Si	=				
	Presenza Informazioni sul sistema di Qualità	Si	Si	=				
	Presenza Informazioni sulla durata di ciascun procedimento	No	No	=				
	Indicazione degli uffici e dei responsabili dei procedimenti	Parzialmente	Parzialmente	=				
	Presenza informazioni sulla privacy/ uso dei dati	Si	Si	=				
	Presenza di Spazi per comitati etici	Si	Si	=				
Accesso	Presenza di Indicazioni sull'ubicazione fisica degli uffici/sportelli	Si	Si	=	71,4/100	71,4/100	82,9/100	82,9/100
	Presenza di Informazioni relative agli orari di apertura degli uffici/ sportelli	Si	Si	=				
	Presenza di telefono e/o e-mail dei responsabili dei processi e/o dei servizi	Parzialmente	Parzialmente	=				
	Presenza di servizi di e-procurement con possibilità di partecipare a bandi	Parzialmente	Parzialmente	=				
Trasparenza normativa	Presenza di testi delle delibere aziendali o dell'ente	Si	Si	=	100,0/100	100,0/100	82,9/100	82,9/100
	Presenza di pagine relative al Bilancio	Si	Si	=				
	Presenza pagine relative al Bilancio sociale	Si	Si	=				
	Presenza di Informazioni sulla normativa di riferimento	Si	Si	=				

TRASPARENZA E ACCESSO

Qualità e interattività dei servizi in rete www.aceaspa.it - (Elettricità)

Indici 2° livello	STANDARD TENDENZIALI da raggiungere	STANDARD RAGGIUNTI			PUNTEGGIO Indici 2° livello		PUNTEGGIO Macroarea Generale	
		2007	2005	Var. 2007-2005	2007	2005	2007	2005
Visione dei servizi	Elenco dei servizi in rete già disponibili	Si	Si	=	66,7/100	66,7/100	82,0	58,8/100
	Elenco dei servizi in rete di futura attivazione	No	No	=				
	Presenza di area demo per accesso a servizi	No	No	=				
	Accesso protetto (password) per .clienti, rivenditori ecc.	Si	Si	=				
Gestione del contratto	Stipula del contratto	Parzialmente	Parzialmente	+	80,0/100	43,3/100		
	Voltura dei contratti	Parzialmente	Parzialmente	+				
	Nuovo allaccio	Parzialmente	Parzialmente	+				
	Disdetta della fornitura	Si	Parzialmente	+				
	Gestione fornitura - modifica di potenza	Si	Parzialmente	+				
	Richiesta intervento on site	Parzialmente	Parzialmente	=				
Gestione bollette e fatture	Pagamento	Parzialmente	Parzialmente	=	85,2/100	70,0/100		
	Pagamento attraverso Poste.it	Si	Nd	+				
	Domiciliazione Bancaria	Parzialmente	Nd	+				
	Controllo e comunicazione stato delle fatture (pagamenti)	Si	Si	=				
	Modifica recapito fatture	Si	Si	=				
	Informazioni su cosa fare se non è arrivata la fattura (Richiesta duplicato fattura)	Si	Parzialmente	+				
Consumi e tariffe	Richiesta preventivi	Parzialmente	Parzialmente	+	87,0/100	66,7/100		
	Comunicazione consumi effettivi	Si	Si	=				
	Visualizzazione consumi / telelettura	Si	Parzialmente	+				
	Visualizzazione storico consumi	Si	Si	=				
	Richiesta verifiche guasti, manutenzioni misuratori e contatori Richiesta posa nuovo contatore	Parzialmente	Parzialmente	+				

Usabilità e accessibilità - www.aceaspa.it - (Elettricità)

USABILITÀ E ACCESSIBILITÀ	Indici 2° livello	STANDARD TENDENZIALI da raggiungere	STANDARD RAGGIUNTI			PUNTEGGIO Indici 2° livello		PUNTEGGIO Macroarea Generale	
			2007	2005	Var. 2007-2005	2007	2005	2007	2005
			Navigabilità	Presenza di logo istituzionale	Si	Si	=	73,3/100	80,0/100
Link alla home page in ogni pagina interna	Si	Si		=					
Percorso indicato in ogni pagina	Si	Si		=					
Visibilità dei link attivi	No	No		=					
Prevedibilità dei link	No	No		=					
Esistenza ed efficacia del motore di ricerca interno	No	Parzialmente		-					
Presenza di mappa del sito (entro i primi 2 livelli)	Si	Si		=					
Accessibilità	Ricorrenza di elementi uguali e riconoscibili	Si	Si	=	73,3/100	78,6/100	74,4/100	81,6/100	
	Alternativa di testo sulle immagini usate come link e descrizione delle zone attive delle mappe sensibili	No	No	=					
	Coerenza assoluta nel caso dell'utilizzo di colori per definire settori tematici	Si	Si	=					
	Possibilità di ingrandire i caratteri dello schermo	No	No	=					
	Assenza Pagine "splash" o introduzioni flash (senza possibilità di saltare l'animazione)	Si	Si	=					
	Navigazione rapida tramite tastiera	No	No	=					
	Uso dei fogli di stile per strutturare le pagine	Si	Si	=					
Usabilità	Qualità del download della modulistica	Parzialmente	Si	-	77,8/100	88,9/100	74,4/100	81,6/100	
	Presenza di help	Parzialmente	No	+					
	Esistenza e chiarezza dei messaggi di errore	Parzialmente	Si	-					

Comunicazione, partecipazione, relazionalità - www.aceaspa.it - (Elettricità)

	Indici 2° livello	STANDARD TENDENZIALI da raggiungere	STANDARD RAGGIUNTI			PUNTEGGIO Indici 2° livello		PUNTEGGIO Macroarea Generale	
			2007	2005	Var. 2007-2005	2007	2005	2007	2005
COMUNICAZIONE, PARTECIPAZIONE, RELAZIONALITÀ	Comunicazione on line	Reperibilità su Google del nome dell'Azienda/ Ente	Si	No	+	69,6	68,4/100	69,6/100	82,4/100
		Popolarità del sito basata sui link dall'esterno verso la url del sito	Parzialmente	Parzialmente	=				
		Presenza Faq	Si	No	+				
		Link utili	Si	Si	=				
		Esplicitazione aggiornamento del sito	No	No	=				
		Multicanalità nell'erogazione del servizio ( Contact center, Tv, Radio,	Parzialmente	Si	-				
		SMS nell'erogazione del servizio	No	Nd	Nd				
		Area dell'home page o pagina dedicata al primo piano (news)	Si	Si	=				
		Pubblicazione di newsletter e/o mailing list destinata all'utenza	No	No	=				
	Comunic. istituzional e	Glossario	Si	Si	=	100,0/100	100,0/100		
		Presenza Campagne di comunicazione istituzionale	Si	Si	=				
		Progetti sul territorio scuole, progetti formativi	Si	Si	=				
		Relazioni esplicite con enti locali e soggetti non istituzionali	Si	Si	=				
	Customer care	Informazioni generali sulle condizioni contrattuali	Si	Si	=	92,3/100	92,3/100		
		Lettura fattura/bolletta abbonamento	Parziale	Si	-				
		Informazioni sulla carta dei servizi	Si	Si	=				
		Presenza entro il II livello di riferimenti a contact center numero verde	Si	Si	-				
		Pagina/e informative relative al servizio di customer care	Si	Si	=				
		Presenza di canali per target	Si	No	+				
	Partecipazione	Strumenti per inviare consigli e segnalazioni all'ente	Si	Si	=	54,5/100	66,7/100		
		Presenza di forum (attivi)	No	Parzialmente	-				
		Disponibilità di sondaggi on line	No	No	=				
		Questionari valutazione del servizio erogato dall'azienda/ente	No	No	=				
		Sondaggio sulle caratteristiche del Sito Web	No	Nd	Nd				
	Reclamo e Contenzioso	Servizio on line di gestione del reclamo	Parzialmente	Nd	Nd	58,3/100	nd		
		Info sui reclami	Parzialmente	Nd	Nd				
		Procedure di conciliazione	Si	Nd	Nd				

Sviluppo tecnologico – www.aceaspa.it - (Elettricità)

SVILUPPO TECNOLOGICO	Indici 2° livello	STANDARD TENDENZIALI da raggiungere	STANDARD RAGGIUNTI			PUNTEGGIO Indici 2°livello		PUNTEGGIO Macroarea Generale	
			2007	2005	Var. 2007-2005	2007	2005	2007	2005
	Qualità server e connessioni	Download: tempo virtualmente necessario allo scaricamento di 10k	Si	Si	=	75,0/100	75,0/100	85,8/100	82,1/100
Tempo medio di connessione (connect time)		Si	Si	=					
Qualità dell'Html e web design	Controllo di validità dei link a partire dall'home page ( N° errori)	Si	Parzialmente	+	90,0/100	85,0/100			
	Numero assoluto di errori rilevati nel codice HTML dell'home page del sito	Si	Parzialmente	+					
	Numeri di errori della home page con le diverse tipologie di browser	Parzialmente	Parzialmente	-					
	Peso complessivo dell'home page	Parzialmente	Parzialmente	=					
	Peso Grafica dell'home page	Parzialmente	Parzialmente	=					
	Rapporto fra l'impianto grafico dell'home page e il numero di immagini caricate	Si	Si	=					
	Immagini in home page eccedenti il limite di 20 K	Si	Si	=					
Tempo necessario al caricamento completo della pagina principale con connessione analogica (56k)	Parzialmente	Parzialmente	=						

Qualità dei servizi on line dell'ACEA e delle aziende locali di distribuzione e vendita di energia elettrica delle 14 città metropolitane italiane – Anno 2007

Città	Azienda	WEB	Valore "Visione Servizi"	Rank Visione Servizi	Gestione Contratto	Rank Gestione Contratto	Gestione Bollette	Rank gestione Bollette	Consumie Tariffe	Rank Consumie Tariffe	VALORE COMPLESSIVO	RANK 2007	Variazione RANK 2007-2005
*	Enel	www.enel.it	77,8	1°	63,3	6°	100,0	1°	95,7	1°	<b>84,3</b>	1°	0
<b>Roma</b>	<b>Acea</b>	<b>www.aceaspal.it</b>	<b>66,7</b>	<b>3°</b>	<b>80,0</b>	<b>2°</b>	<b>85,2</b>	<b>2°</b>	<b>87,0</b>	<b>3°</b>	<b>82,0</b>	<b>2°</b>	<b>+3</b>
Trieste	Acegas-Aps	www.acegas.trieste.it	<b>66,7</b>	3°	80,0	2°	70,4	5°	91,3	1°	<b>78,7</b>	3°	+1
Milano	Aem	www.aem.it	<b>77,8</b>	1°	83,3	1°	63,0	6°	87,0	3°	<b>77,5</b>	4°	-1
Torino	Iride	www.iride-energia.it/	<b>66,7</b>	3°	66,7	4°	77,8	3°	78,3	5°	<b>73,0</b>	5°	-3
Genova	Iride	www.iride-energia.it/	66,7	3°	66,7	4°	77,8	3°	78,3	5°	<b>73,0</b>	5°	nd

\* Diffusione Nazionale

Fonte : Analisi e valutazione dei canali web delle aziende di Servizio pubblico della città di Roma - Gennaio 2007

**Acea - Confronto con i siti web delle *Public Utility* fornitrici di elettricità di alcune Capitali Europee: Indicatore “Qualità dei Servizi” - Anno 2007**

Qualità dei Servizi							
Città	Azienda /Ente	Uri	Visione Servizi	Gestione Contratto	Gestione Fatture	Consumi e Tariffe	Valore Complessivo
Berlino	Vattenfall	<a href="http://www.vattenfall.de/bewag/">http://www.vattenfall.de/bewag/</a>	77,8	86,7	92,6	91,3	88,8
Parigi	Edf	<a href="http://particuliers.edf.fr/">http://particuliers.edf.fr/</a>	66,7	86,7	85,2	91,3	85,4
Londra	Edf	<a href="http://www.edfenergy.com/">http://www.edfenergy.com/</a>	66,7	83,3	85,2	87,0	83,1
Roma	Acea	<a href="http://www.aceaspa.it">www.aceaspa.it</a>	66,7	80,0	85,2	87,0	82,0
Madrid	Iberdrola	<a href="http://www.iberdrola.es">www.iberdrola.es</a>	66,7	80,0	74,1	87,0	78,7

Fonte : *Analisi e valutazione dei canali web delle aziende di Servizio pubblico della città di Roma - Gennaio 2007*

## 7.4 Analisi e valutazione di [www.italgaspiu.it](http://www.italgaspiu.it)

Il sito dell'azienda distribuzione e vendita del Gas ottiene risultati positivi su tutte le dimensioni indagate, eccettuata la macro area della comunicazione e partecipazione, migliorando il proprio punteggio complessivo, calcolato su tutte le macro aree di analisi: 81,2 punti su 100 contro i 79,2 su 100 del 2005. Italgas si conferma così al secondo posto nella relativa classifica nazionale dei migliori siti rispetto alla principale macro area di rilevazione, quella della qualità e interattività dei servizi rispetto alla quale ha ottenuto 83,1 punti contro gli 80 del 2005. Il sito si conferma quindi come un'efficace strumento di informazione e servizi in un ambito di particolare e crescente interesse per l'utenza. Rispetto all'offerta on line delle aziende di distribuzione e vendita di Gas europee, il miglioramento ottenuto nell'ambito della qualità e interattività porta il sito di Italgas in questo ambito di rilevazione al secondo posto nel continente assieme alla consociata londinese di EDF e subito dopo il sito della utility parigina del gruppo Gaz de France, superando l'offerta di Madrid e Berlino

### **Trasparenza e accesso**

Il sito dell'azienda ottiene un punteggio di 82,5 sulla macroarea dedicata alla trasparenza e all'accesso. Rispetto alla precedente rilevazione migliora la capacità di presentare le strutture all'utente telematico, oltre che indicare le modalità di accesso e mettere a disposizione documenti.

La **Trasparenza aziendale** è resa più efficace dalla pubblicazione dell'organigramma. Per il resto, sono presentate le strutture dell'azienda, i servizi disponibili ma anche la mission, il sistema Qualità, aspetti relativi alla privacy dei dati e spazi dedicati ai comitati etici. Non sono tuttavia presenti informazioni circa la durata di ciascun procedimento o su uffici e responsabili diretti.

Sulla dimensione dell'**Accesso**, sono presenti indicazioni sull'ubicazione fisica e gli orari di apertura di uffici e sportelli e indicati gli strumenti di contatto. Sono pubblicati bandi con relativa modulistica. Molto completa (raggiunge i 100 punti su 100) è la dimensione della **Trasparenza normativa**: sono pubblicati documenti di possibile interesse, da delibere aziendali a pagine di bilancio (anche il bilancio sociale) e informazioni circa la normativa di riferimento.

### **Qualità e interattività dei servizi**

Buon risultato ottiene il sito sulla macroarea dedicata alla qualità e interattività dei servizi, per cui si nota anche un miglioramento rispetto alla scorsa rilevazione, da 80 a 83,1 punti.

Sugli aspetti di **Visione dei servizi** è presente in rete l'elenco dei servizi disponibili e presente un accesso protetto per categorie di utenza (i clienti, famiglie o imprese, possono entrare con accesso riservato). Non esiste una *demo* che illustri i servizi, né un elenco di servizi di futura attivazione.

Ai servizi relativi alla **Gestione del contratto** si accede attraverso lo sportello on line, dove è possibile visualizzare il contratto ed effettuare le principali operazioni direttamente on line: voltura contratti, attivazione del contratto, disdetta, modifiche, e pianificare la richiesta interventi.

La **Gestione delle bollette e delle fatture** pur diminuendo, in termini di punteggio, rimane una area assai evoluta con 92,6 punti ancora raggiunti nel 2007. Il pagamento è disponibile on line solo tramite Poste.it. E' invece possibile controllare lo stato delle fatture, modificare il recapito ed avviare la domiciliazione bancaria accedendo allo sportello on line.

Cresce molto rispetto alla precedente rilevazione la dimensione **Consumi e tariffe** (passa da 57,1 a 82,6 punti). E' possibile effettuare on line la comunicazione dei consumi effettivi e fare anche tramite il telefono l'autolettura. Rispetto ad altro tipo di richieste (preventivi, guasti, manutenzione, nuovo contatore) sono fornite informazioni e modulistica.

### **Usabilità e accessibilità**

Il punteggio sulla macroarea dedicata a usabilità e accessibilità del sito Italgas passa da 81,6 a 87,2. Dal punto di vista della **Navigabilità**, il sito è ben costruito, grazie alla presenza di elementi come la mappa del sito, il motore di ricerca interno, la facilità di identificazione dei link (in questo caso con alcune lacune peraltro anche in home page).

La possibilità di riportarsi costantemente alla home page e il logo istituzionale contribuiscono a favorire la riconoscibilità del contesto. Unico elemento la cui presenza non è stata riscontrata, ma che si rivela spesso un utile ausilio per la navigabilità è l'indicazione del percorso in ogni pagina.

Il punteggio sull'**Accessibilità** migliora per una maggiore attenzione alla descrizione delle immagini usate come link e alla presenza di elementi già riscontrati nella scorsa rilevazione, come la coerenza nell'utilizzo di colori per indicare settori tematici e l'utilizzo dei fogli di stile. Ma non è ancora offerta la possibilità della navigazione tramite tastiera né la possibilità di ingrandire i caratteri di schermo.

La dimensione dell'**Usabilità** ottiene un buon punteggio, grazie alla possibilità di fare ricorso ad un help on line, a chiari messaggi di errore offerti in casi di errore da parte dell'utente. La modulistica è disponibile in più formati per venire incontro alle esigenze degli utenti.

### **Comunicazione partecipazione relazionalità**

La macroarea nel suo complesso segna una flessione, da 86,3 punti a 78,3. In particolare, minore completezza rivela la **Comunicazione on line** (da 84,2 a 69,6 punti) che ha introdotto nuovi indicatori sulla multicanalità. Non esiste una multicanalità veicolata da sms nell'erogazione dei servizi (la multicanalità nel complesso non va oltre la disponibilità di servizi via telefono), né una pagina dedicata a news di utilità per il cittadino. La **Comunicazione istituzionale** offre le sole informazioni circa progetti sul territorio e relazioni esplicite con soggetti non istituzionali, senza dedicare specifiche sezioni. Sono tuttavia presenti un glossario di termini tecnici e le campagne di comunicazione on line.

Ottima invece la situazione per quanto riguarda la **Customer care**: sono presenti tutti gli elementi indagati, da informazioni generali sulle condizioni contrattuali, alla lettura della bolletta, la carta dei servizi, riferimenti a contact center, presenza di canali per diversi target.

La dimensione della **Partecipazione** passa da 77,8 punti a 72,7: la flessione è dovuta alla mancanza, attualmente, di questionari di valutazione dei servizi erogati e forum di discussione.

Buon punteggio sulla nuova dimensione **Reclamo e contenzioso**. E' disponibile sia il servizio on line di gestione del reclamo, sia informazioni piuttosto esaustive su come effettuare reclami.

### **Sviluppo tecnologico**

Su questa macroarea il punteggio di 75 su 100 rimane invariato. Buon risultato in termini di tempi di connessione e caricamento delle pagine e nel peso complessivo dell'home page. Migliorabile invece la qualità del codice html di compilazione delle pagine, la qualità di visualizzazione con diversi tipi di browser, la validità dei link. Anche l'impianto grafico sembra pesare ancora eccessivamente rispetto agli standard massimi di qualità.

	Indici 2° livello	STANDARD TENDENZIALI da raggiungere	STANDARD RAGGIUNTI			PUNTEGGIO Indici 2°livello		PUNTEGGIO Macroarea Generale	
			2007	2005	Var. 2007-2005	2007	2005	2007	2005
TRASPARENZA E ACCESSO	Trasparenza Aziendale	Presenza Informazioni sulla struttura dell' azienda/ente	Si	Si	=	84,2/100	73,7/100	82,5/100	73,2/100
		Presenza Informazioni sull'organigramma dell' azienda/ente	Si	No	+				
		Presenza Presentazione servizi	Si	Si	=				
		Presenza Mission dell' azienda/ente	Si	Si	=				
		Presenza Informazioni sul sistema di Qualità	Si	Si	=				
		Presenza Informazioni sulla durata di ciascun procedimento	No	No	=				
		Indicazione degli uffici e dei responsabili dei procedimenti	No	No	=				
		Presenza informazioni sulla privacy/ uso dei dati	Si	Si	=				
		Presenza di Spazi per comitati etici	Si	Si	=				
	Accesso	Presenza di Indicazioni sull'ubicazione fisica degli uffici/sportelli	Si	Si	=	69,2/100	57,1/100	82,5/100	73,2/100
		Presenza di Informazioni relative agli orari di apertura degli uffici/ sportelli	Si	Si	=				
		Presenza di telefono e/o e-mail dei responsabili dei processi e/o dei servizi	Si	Parzialmente	+				
		Presenza di servizi di e-procurement con possibilità di partecipare a bandi	Parzialmente	Parzialmente	=				
	Trasparenza normativa	Presenza di testi delle delibere aziendali o dell'ente	Si	Si	=	100,0/100	100,0/100	82,5/100	73,2/100
		Presenza di pagine relative al Bilancio	Si	Si	=				
		Presenza pagine relative al Bilancio sociale	Si	Si	=				
		Presenza di Informazioni sulla normativa di riferimento	Si	Si	=				

Indici 2° livello	STANDARD TENDENZIALI da raggiungere	STANDARD RAGGIUNTI			PUNTEGGIO Indici 2° livello		PUNTEGGIO Macroarea Generale					
		2007	2005	Var. 2007-2005	2007	2005	2007	2005				
Visione dei servizi	Elenco dei servizi in rete già disponibili	Si	Si	=	66,7/100	77,8/100	83,1/100	80,0/100				
	Elenco dei servizi in rete di futura attivazione	No	Parzialmente	-								
	Presenza di area demo per accesso a servizi	No	Si	-								
	Accesso protetto (password) per clienti, rivenditori ecc	Si	Si	=								
Gestione del contratto	Stipula del contratto	Parzialmente	Parzialmente	=	80,0/100	83,3/100			83,1/100	80,0/100		
	Voltura dei contratti	Parzialmente	Parzialmente	-								
	Nuovo allaccio	Parzialmente	Parzialmente	=								
	Disdetta della fornitura	Parzialmente	Parzialmente	=								
	Gestione fornitura - modifica di potenza	Parzialmente	Parzialmente	=								
	Richiesta intervento on site	Parzialmente	Parzialmente	=								
Gestione bollette e fatture	Pagamento	Parzialmente	Si	-	92,6/100	100,0/100					83,1/100	80,0/100
	Poste.it	Si	Nd	Nd								
	Domiciliazione Bancaria	Si	Nd	Nd								
	Controllo e comunicazione stato delle fatture (pagamenti)	Si	Si	=								
	Modifica recapito fatture	Si	Si	=								
	Informazioni su cosa fare se non è arrivata la fattura (Richiesta duplicato fattura)	Si	Si	=								
Consumi e tariffe	Richiesta preventivi	Parzialmente	Parzialmente	=	82,6/100	57,1/00	83,1/100	80,0/100				
	Comunicazione consumi effettivi	Si	Si	=								
	Visualizzazione consumi / telelettura	Parzialmente	No	+								
	Visualizzazione storico consumi	Si	Parzialmente	+								
	Richiesta verifiche guasti, manutenzioni misuratori e contatori Richiesta posa nuovo contatore	Parzialmente	Parzialmente	=								

USABILITÀ E ACCESSIBILITÀ	Indici 2° livello	STANDARD TENDENZIALI da raggiungere	STANDARD RAGGIUNTI			PUNTEGGIO Indici 2° livello		PUNTEGGIO Macroarea Generale	
			2007	2005	Var. 2007-2005	2007	2005	2007	2005
			Navigabilità	Presenza di logo istituzionale	Si	Si	=	93,3/100	86,7/100
Link alla home page in ogni pagina interna	Si	Si		=					
Percorso indicato in ogni pagina	No	No		=					
Visibilità dei link attivi	Si	No		+					
Prevedibilità dei link	Si	Si		=					
Esistenza ed efficacia del motore di ricerca interno	Si	Si		=					
Presenza di mappa del sito (entro i primi 2 livelli)	Si	Si		=					
Accessibilità	Ricorrenza di elementi uguali e riconoscibili	Si	Si	=	80,0/100	78,6/100	87,2/100	81,6/100	
	Alternativa di testo sulle immagini usate come link e descrizione delle zone attive delle mappe sensibili	Si	No	+					
	Coerenza assoluta nel caso dell'utilizzo di colori per definire settori tematici	Si	Si	=					
	Possibilità di ingrandire i caratteri dello schermo	No	No	=					
	Assenza Pagine "splash" o introduzioni flash (senza possibilità di saltare l'animazione)	Si	Si	=					
	Navigazione rapida tramite tastiera	No	No	=					
Utilizzo dei fogli di stile per strutturare le pagine	Si	Si	=						
Usabilità	Qualità del download della modulistica	Parzialmente	Parzialmente	+	88,9/100	77,8/100	87,2/100	81,6/100	
	Presenza di help	Si	Si	=					
	Esistenza e chiarezza dei messaggi di errore	Si	Si	=					

Indici 2° livello	STANDARD TENDENZIALI da raggiungere	STANDARD RAGGIUNTI			PUNTEGGIO Indici 2° livello		PUNTEGGIO Macroarea Generale	
		2007	2005	Var. 2007-2005	2007	2005	2007	2005
Comunicazione on line	Reperibilità su Google del nome dell'Azienda/ Ente	Si	Si	=	69,6/100	84,2/100	78,3/100	86,3/100
	Popolarità del sito basata sui link dall'esterno verso la url del sito	Parzialmente	Parzialmente	=				
	Presenza Faq	Si	Si	=				
	Link utili	Si	Si	=				
	Esplicitazione aggiornamento del sito	No	No	=				
	Multicanalità nell'erogazione del servizio ( Contact center, Tv, Radio,	Parzialmente	No	+				
	SMS nell'erogazione del servizio	No	Nd	Nd				
	Area dell'home page o pagina dedicata al primo piano (news)	No	Si	-				
Publicazione di newsletter e/o mailing list destinata all'utenza	Si	Si	=	80,0/100	90,0/100	78,3/100	86,3/100	
Glossario	Si	Si	=					
Presenza Campagne di comunicazione istituzionale	Si	Si	=					
Progetti sul territorio scuole, progetti formativi	Parzialmente	Si	-					
Relazioni esplicite con enti locali e soggetti non istituzionali	Parzialmente	Parzialmente	=	100,0/100	92,3/100	78,3/100	86,3/100	
Informazioni generali sulle condizioni contrattuali	Si	Si	=					
Lettura fattura/bolletta abbonamento	Si	No	+					
Informazioni sulla carta dei servizi	Si	Si	=					
Presenza entro il II livello di riferimenti a contact center numero verde	Si	Si	=					
Pagina/e informative relative al servizio di customer care	Si	Si	=					
Presenza di canali per target	Si	Si	=	72,7/100	77,8/100	78,3/100	86,3/100	
Strumenti per inviare consigli e segnalazioni all'ente	Si	Si	=					
Presenza di forum (attivi)	No	No	=					
Disponibilità di sondaggi on line	Si	Si	=					
Questionari valutazione del servizio erogato dall'azienda/ente	No	Si	-					
Sondaggio sulle caratteristiche del sito web	Si	Nd	Nd	75,0/100	Nd	78,3/100	86,3/100	
Servizio on line di gestione del reclamo	Si	Nd	Nd					
Info sui reclami	Si	Nd	Nd					
Procedure di conciliazione	No	Nd	Nd					

COMUNICAZIONE, PARTECIPAZIONE, RELAZIONALITÀ

SVILUPPO TECNOLOGICO	Indici 2° livello	STANDARD TENDENZIALI da raggiungere	STANDARD RAGGIUNTI			PUNTEGGIO Indici 2°livello		PUNTEGGIO Macroarea Generale	
			2007	2005	Var. 2007-2005	2007	2005	2007	2005
	Qualità server e connessioni	Download: tempo virtualmente necessario allo scaricamento di 10k	Parzialmente	Parzialmente	=	75,0/100	75,0/100	75,0/100	75,0/100
Tempo medio di connessione (connect time)		Si	Si	=					
Qualità dell'Html e web design	Controllo di validità dei link a partire dall'home page ( N° errori)	Parzialmente	Parzialmente	=	75,0/100	75,0/100			
	Numero assoluto di errori rilevati nel codice HTML dell'home page del sito	Parzialmente	Parzialmente	=					
	Numeri di errori della home page con le diverse tipologie di browser	Parzialmente	Parzialmente	=					
	Peso complessivo dell'home page	Si	Si	=					
	Peso Grafica dell'home page	Parzialmente	Parzialmente	=					
	Rapporto fra l'impianto grafico dell'home page e il numero di immagini caricate	Parzialmente	Parzialmente	=					
	Immagini in home page eccedenti il limite di 20 K	Parzialmente	Parzialmente	=					
Tempo necessario al caricamento completo della pagina principale con connessione analogica (56k)	Si	Si	=						

Qualità dei servizi on line di ITALGAS e delle aziende di distribuzione e vendita di Gas delle 14 città metropolitane italiane – Anno 2007

Città'	AZIENDA	WEB	Valore "Visione Servizi"	Rank Visione Servizi	Gestione Contratto	Rank Gestione Contratto	Gestione Bollette	Rank gestione Bollette	Consumi e Tariffe	Rank Consumi e Tariffe	VALORE COMPLESSIVO	RANK 2007	Variazione RANK 2007-2005
Venezia	Vesta	<a href="http://www.vestagas.net">www.vestagas.net</a>	77,8	1°	80,0	2°	88,9	5°	91,3	1°	<b>85,4</b>	1°	+8
<b>Roma</b>	<b>Italgas</b>	<b><a href="http://www.italgaspiu.it">www.italgaspiu.it</a></b>	<b>66,7</b>	<b>3°</b>	<b>80,0</b>	<b>2°</b>	<b>92,6</b>	<b>1°</b>	<b>82,6</b>	<b>3°</b>	<b>83,1</b>	<b>2°</b>	<b>0</b>
Torino	Italgas	<a href="http://www.italgaspiu.it">www.italgaspiu.it</a>	66,7	3°	80,0	2°	92,6	1°	82,6	3°	<b>83,1</b>	<b>2°</b>	0
Napoli	Italgas	<a href="http://www.italgaspiu.it">www.italgaspiu.it</a>	66,7	3°	80,0	2°	92,6	1°	82,6	3°	<b>83,1</b>	<b>2°</b>	+8
Messina	Italgas	<a href="http://www.italgaspiu.it">www.italgaspiu.it</a>	66,7	3°	80,0	2°	92,6	1°	82,6	5°	<b>83,1</b>	<b>2°</b>	0
Firenze	Fiorentinagas	<a href="http://www.fiorentinagasclienti.it/">www.fiorentinagasclienti.it/</a>	66,7	3°	80,0	2°	85,2	7°	82,6	5°	<b>80,9</b>	<b>6°</b>	+1
Bologna	Hera	<a href="http://www.gruppohera.i">www.gruppohera.i</a>	66,7	3°	73,3	8°	88,9	5°	82,6	5°	<b>79,8</b>	<b>7°</b>	-1
Milano	Aem	<a href="http://www.aem.it">www.aem.it</a>	77,8	1°	83,3	1°	63,0	9°	87,0	2°	<b>77,5</b>	<b>8°</b>	-7
Trieste	Acega-Aps	<a href="http://www.estagas.com">www.estagas.com</a>	66,7	3°	60,0	11°	85,2	7°	69,6	9°	<b>70,8</b>	<b>9°</b>	-5
Bari	A.M.Gas	<a href="http://www.amgasbari.it">www.amgasbari.it</a>	66,7	3°	73,3	8°	59,3	10°	65,2	10°	<b>66,3</b>	<b>10°</b>	+1
Genova	Gruppo iride	<a href="http://www.iride-acquagas.it">www.iride-acquagas.it</a>	66,7	3°	50,0	12°	48,1	11°	56,5	11°	<b>52,8</b>	<b>11°</b>	-9
Palermo	AMG Energia	<a href="http://www.amg.pa.it">www.amg.pa.it</a>	55,6	12°	66,7	10°	40,7	12°	34,8	13°	<b>49,4</b>	<b>12°</b>	-5
Cagliari	Isgas	<a href="http://www.isgas.it">www.isgas.it</a>	55,6	12°	36,7	13°	37,0	13°	43,5	12°	<b>40,4</b>	<b>13°</b>	nd
Catania	Asec	<a href="http://www.asec.ct.it">www.asec.ct.it</a>	55,6	12°	30,0	14°	33,3	14°	26,1	14°	<b>32,6</b>	<b>14°</b>	-6

Fonte : Analisi e valutazione dei canali web delle aziende di Servizio pubblico della città di Roma - Gennaio 2007

**Italgas** - Confronto con i siti web delle *Public Utility* fornitrici di Gas di alcune Capitali Europee: Indicatore "Qualità dei Servizi" – Anno 2007

Qualità dei Servizi							
Città	Azienda /Ente	URI	Visione Servizi	Gestione Contratto	Gestione Fatture	Consumi e Tariffe	Valore Complessivo
Parigi	Gazdefrance	<a href="http://monagence.gazdefrance.fr">http://monagence.gazdefrance.fr</a>	77,8	86,7	100,0	95,7	91,0
Londra	EDF	<a href="http://www.edfenergy.com/">www.edfenergy.com/</a>	66,7	83,3	85,2	87,0	83,1
<b>Roma</b>	<b>Italgas</b>	<b><a href="http://www.italgaspiu.it">www.italgaspiu.it</a></b>	<b>66,7</b>	<b>80,0</b>	<b>92,6</b>	<b>82,6</b>	<b>83,1</b>
Berlino	Gasag	<a href="http://www.gasag.de">www.gasag.de</a>	77,8	80,0	81,5	87,0	82,0
Madrid	Union Fenosa	<a href="http://www.unionfenosa.es">www.unionfenosa.es</a>	77,8	66,7	92,6	78,3	78,7

Fonte : *Analisi e valutazione dei canali web delle aziende di Servizio pubblico della città di Roma - Gennaio 2007*

## 7.5 Analisi e valutazione di [www.aceaspa.it](http://www.aceaspa.it) (Sezione Idrica)

Se Acea ha fatto registrare un buon andamento nell'ambito della sezione elettrica con notevoli progressi rispetto alla qualità dei servizi interattivi la sezione relativa alla vendita e distribuzione di acqua segna un arretramento che fa flettere l'indice generale da 74,5 punti a 71,3 punti. Il calo non riflette in realtà una diminuzione degli standard di offerta dei servizi interattivi, che segnano invece un lieve miglioramento essendo passati da 61,5 a 65,2 punti, quanto soprattutto la flessione degli altri indici di primo livello.

Anche i minimi progressi riportati rispetto ai servizi interattivi appaiono comunque insufficienti se si confronta l'andamento di molte public utility nazionali della distribuzione dell'acqua, soprattutto quelle attive nelle città del Mezzogiorno che sino al 2005, se si eccettua l'azienda barese, non avevano alcuna significativa presenza sul web. Queste aziende nel riorganizzare, negli ultimi due anni, i servizi di rete sono riuscite a realizzare sistemi di comunicazione on line con nuove e più efficaci funzionalità. Ne scaturisce per Acea un significativo passo indietro nella speciale classifica della macro area della qualità e interattività dei servizi idrici con una discesa di 5 posizioni dal 3° all'8° posto. Anche su base europea i troppo modesti sforzi di miglioramento hanno portato Acea ad essere scavalcata anche dalla londinese Thameswater così da finire all'ultimo posto in Europa rispetto alla qualità e interattività dei servizi.

### Trasparenza e accesso

Su questa macroarea il sito ottiene un punteggio di 82,9 punti, identico a quello della precedente rilevazione. Sulla dimensione della **Trasparenza Aziendale** sono presenti tutti gli elementi che contribuiscono a descrivere l'azienda: le informazioni sulle strutture, sui servizi disponibili, la mission. Sono presentati spazi dedicati ai comitati etici e sono fornite informazioni sul sistema di Qualità. Sono disponibili informazioni sugli uffici (anche se non sui diretti responsabili dei procedimenti). Diffusa è la presenza di elementi per favorire il contatto diretto con le strutture, relativamente alla dimensione dell'**Accesso**. Sono pubblicati sul sito anche i materiali per la partecipazione alle gare. Massimo punteggio è ottenuto dal sito sulla dimensione della **Trasparenza normativa**: tutti gli elementi indagati (testi e delibere aziendali, pagine relative al bilancio, normativa di riferimento) sono presenti.

### Qualità e interattività dei servizi in rete

Il punteggio complessivo relativo alla macroarea dedicata ai servizi on line è di 65,2 rispetto ai 61,3 punti della precedente rilevazione. La dimensione della **Gestione del contratto** migliora (da 50 a 53,3) sul piano dell'interattività. Nessuno dei servizi legati al contratto tuttavia raggiunge la piena interattività (data dalla possibilità di fruire dell'intero procedimento on line): è presente infatti la modulistica per attivare una nuova utenza ma si può sempre proseguire il processo di gestione dei rapporti di clientela via telefono. Anche sulla procedura di disdetta il servizio va completato, via fax o mail ma senza ricorrere ad una modulistica specifica, ma si può contattare telefonicamente l'azienda.

Rispetto alla **Gestione bollette e fatture**, il pagamento è disponibile solo attraverso il sito di Poste.it. Il sito Acea mette invece a disposizione il controllo e la comunicazione dello stato dei pagamenti effettuati. Sono presenti comunque ampie informazioni sul pagamento e su come effettuare la domiciliazione bancaria, il recapito delle fatture e il modo in cui ottenere copia di una fattura. La sezione **Consumi e tariffe** passa da 66,7 a 69,6 punti. E' possibile comunicare on line consumi e tariffe, come pure avere informazioni sulla richiesta di preventivi e su come effettuare richiesta per verifiche guasti, manutenzioni misuratori e contatori.

### **Usabilità e accessibilità**

Sulla dimensione dell'usabilità e accessibilità il sito Acea ottiene un punteggio di 69,2, leggermente inferiore alla precedente rilevazione. Resta invariata la dimensione della **Navigabilità**: è sempre presente il logo istituzionale e il link alla home page in ogni pagina. Per facilitare l'orientamento, è resa disponibile una mappa del sito ed elementi di riconoscibilità tali da facilitare l'utente nel corso della sua navigazione. Non è indicato il percorso di navigazione delle pagine, strumento utile sebbene i menu laterali e le barre di navigazione esistenti aiutino comunque nella comprensione della struttura del sito e delle possibilità di accesso ai contenuti. Meno efficace è la navigazione dai punti di vista del sistema dei link (differenziazione chiara di un link rispetto al testo, prevedibilità). Più gravi sono da ritenersi le carenze dal punto di vista dell'**Accessibilità**: sul sito non è ancora possibile ingrandire i caratteri per una lettura più facile e le immagini presenti non sono descritte come prescritto dalle regole di accessibilità per venire incontro a chi "traduce" le immagini in testo. Non è possibile navigare il sito con la tastiera, senza mouse né ricorrere ad un help on line. Il sito appare invece, dal punto di vista dell'**Usabilità**, coerente nella sua organizzazione per colori e settori, fornisce chiari messaggi di errore nel caso di inserimenti sbagliati per fruire di servizi on line, fornisce modulistica anche se non consente una scelta tra più formati di documento.

### **Comunicazione, partecipazione, relazionalità**

La macroarea relativa agli aspetti di comunicazione, partecipazione e relazionalità perde punteggio rispetto alla scorsa rilevazione passando da 74,5 a 60,9 punti. In particolare, diminuisce la dimensione della **Comunicazione istituzionale**, per la mancanza di un glossario di termini tecnici, e per la sola parziale presentazione di relazioni con enti locali e soggetti non istituzionali. In merito alla **Comunicazione on line** è riscontrabile un ancora scarso interesse verso forme di comunicazione e di offerta di servizi multimediali (sono al massimo offerti servizi di contatto telefonico). Non sono presenti faq (*frequently asked questions*), utili ad indirizzare meglio le domande dell'utente. In riferimento alla dimensione della **Customer care**, non è possibile una navigazione per target di utenza né è presentato un servizio che sia diretto a gestire il rapporto con i clienti. Sono fornite informazioni generali sulle condizioni contrattuali ed è disponibile la lettura della fattura, anche se in modo parziale.

La dimensione della **Partecipazione** è la più carente in questa macroarea: nessuno degli elementi indagati (forum, sondaggi, questionari di valutazioni) risultano presenti, fatta eccezione per la possibilità di inviare consigli e segnalazioni. Questo segnala una propensione generica al contatto con l'utente, ma non un interesse verso una sua

partecipazione attiva on line, quindi anche ad una raccolta di feedback in funzione di misurazione della soddisfazione.

Anche sulla dimensione **Reclamo e contenzioso**, è stata individuata solo la presenza di informazioni sui reclami con scarso feedback rispetto alla esecuzione delle procedure on line, né esiste un servizio on line di gestione del reclamo.

### **Sviluppo tecnologico**

Il punteggio relativo alla macroarea dello sviluppo tecnologico è di 78,6, invariato rispetto allo scorso anno. Continua ad essere di medio livello la qualità di server e connessioni. Efficace il sistema dei link, ma sono presenti errori nel codice html e nella visualizzazione delle pagine con browser diversi. Ancora non in linea con i migliori standard di qualità anche la dimensione delle immagini e il complessivo peso dell'impianto grafico, sebbene il peso dell'home page non risulti nel complesso eccessivo.

Indici 2° livello	STANDARD TENDENZIALI da raggiungere	STANDARD RAGGIUNTI			PUNTEGGIO Indici 2°livello		PUNTEGGIO Macroarea Generale	
		2007	2005	Var. 2007-2005	2007	2005	2007	2005
Trasparenza Aziendale	Presenza Informazioni sulla struttura dell' azienda/ente	Si	Si	=	84,2/100	84,2/100	82,9/100	82,9/100
	Presenza Informazioni sull'organigramma dell' azienda/ente	No	No	=				
	Presenza Presentazione servizi	Si	Si	=				
	Presenza Mission dell' azienda/ente	Si	Si	=				
	Presenza Informazioni sul sistema di Qualità	Si	Si	=				
	Presenza Informazioni sulla durata di ciascun procedimento	No	No	=				
	Indicazione degli uffici e dei responsabili dei procedimenti	Parzialmente	Parzialmente	=				
	Presenza informazioni sulla privacy/ uso dei dati	Si	Si	=				
	Presenza di Spazi per comitati etici	Si	Si	=				
Accesso	Presenza di Indicazioni sull'ubicazione fisica degli uffici/sportelli	Si	Si	=	71,4/100	71,4/100	82,9/100	82,9/100
	Presenza di Informazioni relative agli orari di apertura degli uffici/ sportelli	Si	Si	=				
	Presenza di telefono e/o e-mail dei responsabili dei processi e/o dei servizi	Parzialmente	Parzialmente	=				
	Presenza di servizi di e-procurement con possibilità di partecipare a bandi	Parzialmente	Parzialmente	=				
Trasparenza normativa	Presenza di testi delle delibere aziendali o dell'ente	Si	Si	=	100,0/100	100,0/100	82,9/100	82,9/100
	Presenza di pagine relative al Bilancio	Si	Si	=				
	Presenza pagine relative al Bilancio sociale	Si	Si	=				
	Presenza di Informazioni sulla normativa di riferimento	Si	Si	=				

TRASPARENZA E ACCESSO

Qualità e interattività dei servizi in rete - www.aceaspa.it - (Acqua)

Indici 2° livello	STANDARD TENDENZIALI da raggiungere	STANDARD RAGGIUNTI			PUNTEGGIO Indici 2° livello		PUNTEGGIO Macroarea Generale	
		2007	2005	Var. 2007-2005	2007	2005	2007	2005
Visione dei servizi	Elenco dei servizi in rete già disponibili	Si	Si	=	66,7/100	66,7/100	65,2/100	61,3/100
	Disponibilità dell'elenco dei servizi in rete di futura attivazione	No	No	=				
	Presenza di area demo per accesso a servizi	No	No	=				
	Sezione accesso protetto (password) per parti note (es. clienti, rivenditori)	Si	Si	=				
Gestione del contratto	Stipula del contratto	Parzialmente	Parzialmente	=	53,3/100	50,0/100		
	Voltura dei contratti	Parzialmente	Parzialmente	=				
	Nuovo allaccio	Parzialmente	Parzialmente	=				
	Disdetta della fornitura	Parzialmente	Parzialmente	=				
	Gestione fornitura - modifica di potenza	Parzialmente	Parzialmente	=				
	Richiesta intervento on site	Parzialmente	Parzialmente	=				
Gestione bollette e fatture	Pagamento	Parzialmente	Parzialmente	=	74,1/100	70,0/100		
	Pagamento attraverso Poste.it	Si	Nd	+				
	Domiciliazione Bancaria	Parzialmente	Nd	+				
	Controllo e comunicazione stato delle fatture (pagamenti)	Si	Si	=				
	Modifica recapito fatture	Parzialmente	Parzialmente	=				
	Informazioni su cosa fare se non è arrivata la fattura (Richiesta duplicato fattura)	Parzialmente	Parzialmente	=				
Consumi e tariffe	Richiesta preventivi	Parzialmente	Parzialmente	=	69,6/100	66,7/100		
	Comunicazione consumi effettivi	Si	Si	=				
	Visualizzazione consumi / telelettura	Si	Parzialmente	+				
	Visualizzazione storico consumi	No	No	=				
	Richiesta verifiche guasti, manutenzioni misuratori e contatori Richiesta posa nuovo contatore	Parzialmente	Parzialmente	=				

Usabilità e accessibilità - www.aceaspa.it - (Acqua)

USABILITÀ E ACCESSIBILITÀ	Indici 2° livello	STANDARD TENDENZIALI da raggiungere	STANDARD RAGGIUNTI			PUNTEGGIO Indici 2° livello		PUNTEGGIO Macroarea Generale	
			2007	2005	Var. 2007-2005	2007	2005	2007	2005
			Navigabilità	Presenza di logo istituzionale	Si	Si	=	66,7/100	66,7/100
Link alla home page in ogni pagina interna	Si	Si		=					
Percorso indicato in ogni pagina	No	No		=					
Visibilità dei link attivi	No	No		=					
Prevedibilità dei link	No	No		=					
Esistenza ed efficacia del motore di ricerca interno	No	No		=					
Presenza di mappa del sito (entro i primi 2 livelli)	Si	Si		=					
Accessibilità	Ricorrenza di elementi uguali e riconoscibili	Si	Si	=	73,3/100	78,6/100	69,2/100	71,1/100	
	Alternativa di testo sulle immagini usate come link e descrizione delle zone attive delle mappe sensibili	No	No	=					
	Coerenza assoluta nel caso dell'utilizzo di colori per definire settori tematici	Si	Si	=					
	Possibilità di ingrandire i caratteri dello schermo	No	No	=					
	Assenza Pagine "splash" o introduzioni flash (senza possibilità di saltare l'animazione)	Si	Si	=					
	Navigazione rapida tramite tastiera	No	No	=					
	Uso dei fogli di stile per strutturare le pagine	Si	Si	=					
Usabilità	Qualità del download della modulistica	Parzialmente	Parzialmente	=	66,7	66,7/100	69,2/100	71,1/100	
	Presenza di help	No	No	=					
	Esistenza e chiarezza dei messaggi di errore	Si	Si	=					

Comunicazione, partecipazione, relazionalità - www.aceaspa.it - (Acqua)

Indici 2° livello	STANDARD TENDENZIALI da raggiungere	STANDARD RAGGIUNTI			PUNTEGGIO Indici 2° livello		PUNTEGGIO Macroarea Generale	
		2007	2005	Var. 2007-2005	2007	2005	2007	2005
Comunicazione on line	Reperibilità su Google del nome dell'Azienda/ Ente	Si	Si	=	65,2	68,4/100	60,9/100	74,5/100
	Popolarità del sito basata sui link dall'esterno verso la url del sito	Parzialmente	Parzialmente	=				
	Presenza Faq	No	No	=				
	Link utili	Si	Si	=				
	Esplicitazione aggiornamento del sito	No	No	=				
	Multicanalità nell'erogazione del servizio ( Contact center, Tv, Radio, SMS nell'erogazione del servizio)	Parzialmente	No	+				
	Area dell'home page o pagina dedicata al primo piano (news)	Si	Si	=				
	Pubblicazione di newsletter e/o mailing list destinata all'utenza	No	No	=				
Comunic. istituzional e	Glossario	No	Si	-	70,0/100	90,0/100	60,9/100	74,5/100
	Presenza Campagne di comunicazione istituzionale	Si	Si	=				
	Progetti sul territorio scuole, progetti formativi	Parzialmente	Parzialmente	=				
	Relazioni esplicite con enti locali e soggetti non istituzionali	Parzialmente	Si	-				
Customer care	Informazioni generali sulle condizioni contrattuali	Si	Si	=	76,9/100	92,3/100	60,9/100	74,5/100
	Lettura fattura/bolletta abbonamento	Parziale	Si	-				
	Informazioni sulla carta dei servizi	Si	Si	=				
	Presenza entro il II livello di riferimenti a contact center numero verde	Si	Si	=				
	Pagina/e informative relative al servizio di customer care	No	Si	-				
	Presenza di canali per target	No	No	-				
Partecipazione	Strumenti per inviare consigli e segnalazioni all'ente	Parzialmente	Parzialmente	=	45,5/100	44,4/100	60,9/100	74,5/100
	Presenza di forum (attivi)	No	No	=				
	Disponibilità di sondaggi on line	No	No	=				
	Questionari valutazione del servizio erogato dall'azienda/ente	No	No	=				
	Sondaggio sulle caratteristiche del Sito Web	No	Nd	Nd				
Reclamo e Contenzioso	Servizio on line di gestione del reclamo	No	Nd	Nd	41,7/100	Nd	60,9/100	74,5/100
	Info sui reclami	Parzialmente	Nd	Nd				
	Procedure di conciliazione	No	Nd	Nd				

SVILUPPO TECNOLOGICO	Indici 2° livello	STANDARD TENDENZIALI da raggiungere	STANDARD RAGGIUNTI			PUNTEGGIO Indici 2°livello		PUNTEGGIO Macroarea Generale	
			2007	2005	Var. 2007-2005	2007	2005	2007	2005
			Qualità server e connessioni	Download: tempo virtualmente necessario allo scaricamento di 10k	Parzialmente	Parzialmente	=	62,5/100	62,5/100
Tempo medio di connessione (connect time)	Parzialmente	Parzialmente		=					
Qualità dell'Html e web design	Controllo di validità dei link a partire dall'home page ( N° errori)	Si	Si	=	85,0/100	85,0/100			
	Numero assoluto di errori rilevati nel codice HTML dell'home page del sito	Parzialmente	Parzialmente	=					
	Numeri di errori della home page con le diverse tipologie di browser	Parzialmente	Parzialmente	=					
	Peso complessivo dell'home page	Si	Si	=					
	Peso Grafica dell'home page	Parzialmente	Parzialmente	=					
	Rapporto fra l'impianto grafico dell'home page e il numero di immagini caricate	Si	Si	=					
	Immagini in home page eccedenti il limite di 20 K	Parzialmente	Parzialmente	=					
Tempo necessario al caricamento completo della pagina principale con connessione analogica (56k)	Parzialmente	Parzialmente	=						

Qualità dei servizi on line dell'Acea delle aziende locali di distribuzione e vendita di acqua delle 14 città metropolitane italiane - Anno 2007

CITTA'	AZIENDA	WEB	Valore Visione Servizi	Rank Visione Servizi	Gestione Contratto	Rank Gestione Contratto	Gestione Bollette	Rank gestione Bollette	Consumi e Tariffe	Rank Consumie Tariffe	VALORE COMPLESSIVO	RANK 2007	Variazione RANK 2007-2005
Venezia	Vesta	www.vestaspa.net	77,8	1°	80,0	2°	88,9	1°	87,0	2°	<b>84,3</b>	1°	+3
Bologna	Hera	www.gruppohera.it	66,7	3°	73,3	3°	88,9	1°	82,6	4°	<b>79,8</b>	2°	+2
Palermo	Amap	www.amap.it	66,7	3°	66,7	4°	88,9	1°	87,0	2°	<b>78,7</b>	3°	-1
Bari	Acquedotto pugliese AQP	www.aqp.it	66,7	3°	66,7	4°	85,2	4°	91,3	1°	<b>78,7</b>	3°	-2
Genova	Gruppo Iride	www.mediterraneadelleacque.it	55,6	9°	83,3	1°	70,4	8°	78,3	5°	<b>75,3</b>	5°	+6
Napoli	Arin	www.arin.na.it	66,7	3°	60,0	7°	77,8	6°	78,3	5°	<b>70,8</b>	6°	0
Trieste	Acegas-aps	www.acegas-aps.it	66,7	3°	60,0	7°	85,2	4°	69,6	7°	<b>70,8</b>	6°	+1
<b>Roma</b>	<b>Acea</b>	<b>www.aceaspa.it</b>	<b>66,7</b>	<b>3°</b>	<b>53,3</b>	<b>10°</b>	<b>74,1</b>	<b>7°</b>	<b>69,6</b>	<b>7°</b>	<b>65,2</b>	<b>8°</b>	<b>-5</b>
Catania	Sidra	www.sidraspa.it	77,8	1°	63,3	6°	44,4	10°	47,8	9°	<b>55,1</b>	<b>9°</b>	0
Firenze	Publiacqua	www.publiacqua.it	44,4	11°	60,0	7°	59,3	9°	30,4	11°	<b>50,6</b>	<b>10°</b>	+3
Torino	Sma Torino	www.smatorino.it	44,4	11°	50,0	11°	40,7	11°	39,1	10°	<b>43,8</b>	<b>11°</b>	-1
Messina	Amam	www.amam.it	55,6	9°	43,3	12°	25,9	12°	30,4	11°	<b>36,0</b>	<b>12°</b>	nd
Milano	Metropolitana Milanese	www.metropolitanamilanese.it	44,4	11°	40,0	13°	22,2	13°	30,4	11°	<b>32,6</b>	<b>13°</b>	-5
Cagliari	Abbanoa	www.abbanoa.it*	Nd	Nd	Nd	Nd	Nd	Nd	Nd	Nd	<b>Nd</b>	<b>Nd</b>	Nd

Fonte : Analisi e valutazione dei canali web delle aziende di Servizio pubblico della città di Roma - Gennaio 2007

\*Sito in costruzione

Acea - Confronto con i siti web delle *Public Utility* di distribuzione e vendita dell'acqua di alcune Capitali Europee: Indicatore "Qualità dei Servizi" – Anno 2007

Qualità dei Servizi							
Città	Azienda /Ente	Uri	Visione Servizi	Gestione Contratto	Gestione Fatture	Consumi e Tariffe	Valore Complessivo
Berlino	Berliner Wasserbetriebe	www.bwb.de	77,8	80,0	88,9	87,0	83,1
Parigi	Compagnie des eaux de Paris	www.compagnie-des-eaux-de-paris.com	66,7	80,0	74,1	82,6	77,5
Madrid	Canal de Isabel II	www.cyii.es	66,7	73,3	88,9	65,2	75,3
Londra	Thameswater	www.thameswater.co.uk	55,6	70,0	77,8	60,9	68,5
<b>Roma</b>	<b>Acea</b>	<b>www.aceaspa.it</b>	<b>66,7</b>	<b>53,3</b>	<b>74,1</b>	<b>69,6</b>	<b>65,2</b>

Fonte : Analisi e valutazione dei canali web delle aziende di Servizio pubblico della città di Roma - Gennaio 2007

## 7.6 Analisi e valutazione di [www.amaroma.it](http://www.amaroma.it)

Il sito dell'Ama ha subito una significativa trasformazione rispetto alla passata edizione dell'indagine. L'evoluzione è stata registrata soprattutto nelle macro aree:

- “Trasparenza e Accesso”, i cui punteggi aumentano da 70,7 del 2005 a 75,0 del 2007;
- “Qualità e interattività dei servizi”, l'aumento è da 73,3 a 82,8;
- “Sviluppo Tecnologico” che sale da 57,1 a 82,1.

Per quanto riguarda l'“Usabilità e accessibilità” si registra una sostanziale stabilità (-2,2% rispetto al 2005), mentre l'indice “Comunicazione, partecipazione, relazionalità” segna una diminuzione dei valori decisamente significativa (da 89,6 a 63,6), anche in questo caso come per le altre utility, per la presenza dei nuovi indici sul reclamo e contenzioso.

Va inoltre segnalato che, con particolare riferimento all'indice relativo alla qualità dei servizi, il sito dell'AMA risulta essere il migliore tra quelli delle 14 città metropolitane italiane, a pari merito con l'AMSA di Milano, mentre a livello Europeo rispetto allo stesso indice Roma ottiene il 3 posto dopo Berlino e Londra

Nel complesso si può affermare che il sito è stato potenziato per quegli aspetti che erano stati segnalati come “*soddisfacenti, ma suscettibili di miglioramento*”, mantenendo comunque un alto livello generale, come attesta il valore complessivo dato dalla media degli indici delle 5 macro aree principali pari a 77,6 punti su cento disponibili.

### Trasparenza e accesso

Per quanto riguarda gli aspetti relativi alla trasparenza e all'accesso il sito dell'AMA fa registrare come osservato un buon miglioramento nel complesso, passando da un valore specifico di 70,7 del 2005 a 75,0 nel 2007.

L'andamento dipende dalla maggiore attenzione posta sugli indicatori concernenti la dimensione della **trasparenza normativa** (che infatti cresce da 50 a 75): sono presenti oggi, al contrario di quanto succedeva precedentemente, informazioni relative al *bilancio sociale dell'azienda* e un maggiore approfondimento sulla *normativa di riferimento*. All'interno della stessa area tematica, continuano ad essere invece assenti informazioni circa gli atti interni dell'ente come le delibere aziendali e le pagine relative al bilancio.

Le due dimensioni inerenti la **trasparenza aziendale** e l'**accesso** riportano gli stessi valori della passata edizione dell'indagine, rispettivamente 78,9 e 69,2. Permangono pertanto carenze informative circa l'indicazione degli uffici e dei responsabili dei procedimenti circa i loro riferimenti (telefono e/o mail), sulla durata dei procedimenti e sul sistema di Qualità dell'azienda.

Contrasta con l'immagine complessiva di miglioramento del sito, l'assenza di procedure di e-procurement o altre che comunque consentano di partecipare ai bandi di gara e agli avvisi pubblici direttamente dal sito, completando *on line* l'intera procedura. Ad oggi dal sito è possibile soltanto scaricare i documenti relativi alle procedure di gara, che devono però essere poi compilati e spediti in un secondo tempo con una procedura “tradizionale”.

Sono invece presenti, in modo chiaro e facilmente raggiungibile, informazioni sull'organizzazione dell'azienda (struttura, organigramma e servizi), oltre che notizie come l'ubicazione e l'orario di apertura degli uffici. Da segnalare la pagina "Dove siamo", in cui sono illustrate le strutture di AMA raggiungibili sul territorio con un sistema di mappe interattive utilizzando appositi campi di ricerca.

### **Qualità e interattività dei servizi**

Per quanto riguarda l'attenzione posta alla qualità dei servizi erogati attraverso il proprio sito, l'AMA ha migliorato decisamente la propria performance, passando da un punteggio di 73,3 del 2005 a 82,8 del 2007. Va inoltre rilevato che questo valore fa classificare l'AMA (insieme a quello dell'azienda milanese) come migliore sito delle aziende locali per l'ambiente tra quelli analizzati a livello nazionale.

È nella disponibilità di **servizi di igiene urbana** on line che il sito dell'AMA ha raggiunto i risultati migliori, registrando un valore pari a 84,2 contro 70,0 della precedente indagine.

La sezione sulle tariffe, ad esempio, è particolarmente curata dal punto di vista delle informazioni presenti: i cittadini possono infatti *calcolare on line la tariffa* per le utenze domestiche, attraverso un semplice sistema che chiede l'inserimento dei metri quadri e delle persone che occupano l'immobile. Il dato fornito riguarda non solo l'importo da pagare, ma anche la sua scomposizione in altre imposte (tariffa, IVA, contributo provinciale). La pagina relativa alla tariffa dei rifiuti, inoltre, comprende una buona quantità di informazioni su come viene calcolato l'importo, e su quanta parte della bolletta pagata serve a coprire i costi dei servizi erogati dall'azienda (pulizia e lavaggio delle strade, raccolta e trasporto dei rifiuti, raccolta differenziata, ecc.). Sulla tariffa è inoltre possibile acquisire informazioni (e scaricare moduli) per casi particolari di utenza, o per l'accesso ad agevolazioni, riduzioni ed esenzioni.

La problematica relativa allo *smaltimento dei rifiuti solidi ingombranti* è trattata nella sezione relativa ai vari servizi a pagamento offerti dall'AMA (decoro urbano, igiene e sicurezza, interventi speciali) ove si spiega esattamente come usufruire del servizio mentre è possibile tramite e-mail prenotare il servizio, con l'indicazione del costo dell'intervento. E' possibile inoltre scaricare il relativo depliant informativo, che contiene le stesse dettagliate informazioni del sito.

È possibile, inoltre, effettuare il controllo delle date di *pulizie delle strade*, accedendo all'elenco dei municipi, per i quali è specificata la frequenza di pulizia per ogni strada. Mentre utilizzando un apposito form si possono verificare i giorni in cui sono attivi i cosiddetti "itinerari protetti", ovvero i giorni in cui vengono utilizzate le spazzatrici meccaniche e nei quali, quindi, i marciapiedi devono essere lasciati liberi dalle automobili.

Il sito dedica un apposito spazio con informazioni dettagliate riguardo la raccolta differenziata ed è possibile effettuare la ricerca on line degli spazi dedicati a questo tipo di attività.

Per quanto riguarda la dimensione delle **forniture e tariffe** si segnala che per il *pagamento delle bollette* è ricca e ben strutturata la pagina informativa, ma non è prevista la possibilità di pagare direttamente *on line* l'importo dovuto, mentre con il collegamento al sito del Comune è possibile effettuare la *disdetta o la modifica della fornitura come pure si possono consultare le dichiarazioni Tari*.

## Usabilità e accessibilità

Il risultato complessivo di questa macro area di indagine è decisamente buono, infatti il sito raggiunge un punteggio pari a 84,6 su 100 punti disponibili, leggermente inferiore a quello del 2005 pari a 86,8.

Il punteggio più alto viene raggiunto per l'indice di secondo livello riferito alla dimensione della **navigabilità**: 93,3, come nel 2005. Sono presenti, quindi, quasi tutti gli elementi ricercati: dal logo istituzionale al link, all'home page da ogni pagina interna, dal percorso indicato sempre, alla visibilità dei link attivi, alla presenza del motore di ricerca interno. L'unico elemento la cui presenza non è stata rilevata è la mappa del sito, che consentirebbe effettivamente di trovare con maggiore facilità alcune aree di contenuto non direttamente rintracciabili dal percorso proposto in home page.

Anche per quanto riguarda l'**accessibilità** il sito raggiunge valori ragguardevoli (86,7 punti), anche se lievemente inferiori a quelli della passata edizione (92,9). In questo caso a qualificare la performance sono: la ricorrenza di elementi uguali e riconoscibili, la possibilità di ingrandire i caratteri dello schermo, l'assenza di pagine "splash" o di introduzioni "flash" al momento di accedere al sito e l'uso di fogli di stile per strutturare le pagine. L'elemento che differenzia i valori raggiunti rispetto alla precedente edizione dell'indagine è la presenza dell'alternativa di testo alle immagini utilizzate come link. L'utilizzo di questo strumento consente ai browser per non vedenti di orientare la navigazione, in quanto il testo deve chiarire cosa rappresenta l'immagine e deve chiarire se è presente un link e dove esso punta.

In riferimento all'**usabilità**, il punteggio di 66,7 registrato non è ancora elevato. La modulistica, non è proposta in più formati e manca un *help* per gli utenti meno esperti attraverso cui si spiegare le modalità di ottenere la documentazione.

## Comunicazione, partecipazione, relazionalità

La macroarea registra il calo più marcato rispetto al 2005, passando da un valore di 89,6 punti a 63,6. Il valore scaturisce in realtà dalla combinazione di *performance* differenti delle 5 dimensioni conoscitive che compongono questa macroarea .

Nello specifico, per quanto riguarda la **comunicazione istituzionale** il punteggio è rimasto inalterato a 90/100: l'impegno dell'azienda sul territorio trova ampia esposizione sul sito che infatti mostra tanto i progetti attivi con le scuole, quanto le campagne informative nei vari ambiti di azione dell'AMA (dalla lotta alla zanzara tigre al riciclo, dalla raccolta dei rifiuti ingombranti alla difesa dell'ambiente). La dimensione della **customer care** con chiare e dettagliate le informazioni sui contratti, sulla carta dei servizi, è soddisfatta anche con la presenza del numero verde per il contact center in prima pagina.

Differente è invece la situazione della **comunicazione on line** e della **partecipazione**, con un calo di attenzione rispetto al coinvolgimento degli utenti ad attività da svolgersi on line: spariscono le FAQ, e non ci sono più forum di discussione, né i sondaggi sul sito o sui servizi erogati.

Infine la nuova dimensione del **reclamo e contenzioso**, non appare ancora presente in modo adeguato sul sito Ama. Manca una specifica sezione dedicata ai reclami, ma più semplicemente vengono accorpate in un'unica pagina tutte le richieste che possono arrivare dagli utenti: nella sezione "Contattaci" riempiendo un form si possono inviare segnalazioni di disservizi, richieste di servizi, denunce di discariche abusive, ecc.. Ma non ci sono chiare indicazioni sui tempi di risposta e su chi si fa carico della

segnalazione, né tantomeno tramite il sito si rilasciano attestazioni equivalenti ad una ricevuta per le richieste inviate.

### **Sviluppo tecnologico**

Il punteggio relativo alla macro area dello sviluppo tecnologico è di 82,1 punti. Il dato evidenzia una netta crescita del sito rispetto alla *release* precedente. Migliora sia la qualità delle connessioni, sia il tempo medio di download inteso come tempo virtualmente necessario allo scaricamento di 10k. L'esame evidenzia l'efficace sistema dei link, e pochi errori nel codice html e nella visualizzazione delle pagine con browser diversi. Rispetto alla **Qualità dell'Html e web design** con la nuova versione sono stati raggiunti risultati decisamente apprezzabili. Il miglioramento è tuttavia ancora possibile rispetto al peso complessivo dell'home page, al peso della grafica dell'home page e al rapporto tra l'impianto grafico dell'home page e il numero di immagini caricate.

	Indici 2° livello	STANDARD TENDENZIALI da raggiungere	STANDARD RAGGIUNTI			PUNTEGGIO Indici 2°livello		PUNTEGGIO Macroarea Generale	
			2007	2005	Var. 2007-2005	2007	2005	2007	2005
TRASPARENZA E ACCESSO	Trasparenza Aziendale	Presenza Informazioni sulla struttura dell' azienda/ente	Si	Si	=	78,9/100	78,9/100	75,0/100	70,7/100
		Presenza Informazioni sull'organigramma dell' azienda/ente	Si	Si	=				
		Presenza Presentazione servizi	Si	Si	=				
		Presenza Mission dell' azienda/ente	SI	Si	=				
		Presenza Informazioni sul sistema di Qualità	No	No	=				
		Presenza Informazioni sulla durata di ciascun procedimento	No	No	=				
		Indicazione degli uffici e dei responsabili dei procedimenti	Parzialmente	Parzialmente	=				
		Presenza informazioni sulla privacy/ uso dei dati	Si	Si	=				
		Presenza di Spazi per comitati etici	No	No	=				
	Accesso	Presenza di Indicazioni sull'ubicazione fisica degli uffici/sportelli	Si	Si	=	69,2	69,2/100		
		Presenza di Informazioni relative agli orari di apertura degli uffici/ sportelli	Si	Si	=				
		Presenza di telefono e/o e-mail dei responsabili dei processi e/o dei servizi	Parzialmente	Parzialmente	=				
		Presenza di servizi di e-procurement con possibilità di partecipare a bandi	Parzialmente	Parzialmente	=				
Trasparenza normativa	Presenza di testi delle delibere aziendali o dell'ente	No	No	=	75,0/100	50,0/100			
	Presenza di pagine relative al Bilancio	No	Parzialmente	-					
	Presenza pagine relative al Bilancio sociale	Si	No	+					
	Presenza di Informazioni sulla normativa di riferimento	Si	Parzialmente	+					

	INDICI 2° Livello	STANDARD TENDENZIALI da raggiungere	STANDARD Raggiunti			Punteggio Indici 2° livello		Macro Area Generale Punteggio	
			2007	2005	Var. 2007-2005	2007	2005	2007	2005
QUALITA' E INTERATTIVITA' DEI SERVIZI	Servizi di Igiene Urbana	Calcolo tariffa domestica	Si	Si	=	84,2/100	70,0/100	82,8/100	73,3/100
		Denuncia per l'applicazione della tariffa	Parzialmente	Parzialmente	=				
		Richiesta smaltimento rifiuti ingombranti	Parzialmente	Parzialmente	=				
		Controllo delle date di pulizia stradale	Parzialmente	Parzialmente	+				
		Scelta dei contenitori per raccolta differenziata	Si	Parzialmente	+				
	Igiene Urbana Fornitura e Tariffe	Pagamento tariffa	Parzialmente	Parzialmente	-	80,0/100	80,0/100		
		Disdetta o modifica della fornitura	Si	Parzialmente	+				

USABILITÀ E ACCESSIBILITÀ	Indici 2° livello	STANDARD TENDENZIALI da raggiungere	STANDARD RAGGIUNTI			PUNTEGGIO Indici 2° livello		PUNTEGGIO Macroarea Generale	
			2007	2005	Var. 2007-2005	2007	2005	2007	2005
			Navigabilità	Presenza di logo istituzionale	Si	Si	=	93,3/100	93,3/100
Link alla home page in ogni pagina interna	Si	Si		=					
Percorso indicato in ogni pagina	Si	Si		=					
Visibilità dei link attivi	Si	Si		=					
Prevedibilità dei link	Si	Si		=					
Esistenza ed efficacia del motore di ricerca interno	Si	Si		=					
Presenza di mappa del sito (entro i primi 2 livelli)	No	No		=					
Accessibilità	Ricorrenza di elementi uguali e riconoscibili	Si	Si	=	86,7/100	92,9/100	84,6/100	86,8/100	
	Alternativa di testo sulle immagini usate come link e descrizione delle zone attive delle mappe sensibili	Parzialmente	Si	=					
	Coerenza assoluta nel caso dell'utilizzo di colori per definire settori tematici	Si	Si	=					
	Possibilità di ingrandire i caratteri dello schermo	Si	Si	=					
	Assenza Pagine "splash" o introduzioni flash (senza possibilità di saltare l'animazione)	Si	Si	=					
	Navigazione rapida tramite tastiera	No	No	=					
Uso dei fogli di stile per strutturare le pagine	Si	Si	=						
Usabilità	Qualità del download della modulistica	Parzialmente	Parzialmente	=	66,7/100	66,7/100	84,6/100	86,8/100	
	Presenza di help	No	No	=					
	Esistenza e chiarezza dei messaggi di errore	Si	Si	=					

Indici 2° livello	STANDARD TENDENZIALI da raggiungere	STANDARD RAGGIUNTI			PUNTEGGIO Indici 2° livello		PUNTEGGIO Macroarea Generale	
		2007	2005	Var. 2007-2005	2007	2005	2007	2005
Comunicazione on line	Reperibilità su Google del nome dell'Azienda/ Ente	Si	Si	=	69,6/100	89,5/100	69,6/100	89,6/100
	Popolarità del sito basata sui link dall'esterno verso la url del sito	Parzialmente	Parzialmente	=				
	Presenza Faq	No	Si	-				
	Link utili	Si	Si	=				
	Esplicitazione aggiornamento del sito	No	Si	-				
	Multicanalità nell'erogazione del servizio ( Contact center, Tv, Radio, Inb)	Parzialmente	No	+				
	SMS nell'erogazione del servizio	No	Nd					
	Area dell'home page o pagina dedicata al primo piano (news)	Si	Si	=				
	Pubblicazione di newsletter e/o mailing list destinata all'utenza	Si	Si	=				
Comunic.. istituzionale	Glossario	No	Si	-	90,0/100	90,0/100	69,6/100	89,6/100
	Presenza Campagne di comunicazione istituzionale	Si	Si	=				
	Progetti sul territorio scuole, progetti formativi	Si	Parzialmente	+				
	Relazioni esplicite con enti locali e soggetti non istituzionali	Si	Si	=				
Customer care	Informazioni generali sulle condizioni contrattuali	Si	Si	=	80,0/100	90,0/100	69,6/100	89,6/100
	Informazioni sulla carta dei servizi	Si	Si	=				
	Presenza entro il II livello di riferimenti a contact center numero verde	Si	Si	=				
	Pagina/e informative relative al servizio di customer care	No	Si	-				
	Presenza di canali per target	No	No	=				
Partecipazione	Strumenti per inviare consigli e segnalazioni all'ente	Si	No	+	54,5/100	88,9/100	69,6/100	89,6/100
	Presenza di forum (attivi)	No	Si	-				
	Disponibilità di sondaggi on line	No	Si	-				
	Questionari valutazione del servizio erogato dall'azienda/ente	No	Si	-				
	Sondaggio sulle caratteristiche del sito web	No	Nd	Nd				
Reclamo e Contenzioso	Servizio on line di gestione del reclamo	Parzialmente	Nd	Nd	50,0/100	Nd	69,6/100	89,6/100
	Info sui reclami	Parzialmente	Nd	Nd				
	Procedure di conciliazione	No	Nd	Nd				

SVILUPPO TECNOLOGICO	Indici 2° livello	STANDARD TENDENZIALI da raggiungere	STANDARD RAGGIUNTI			PUNTEGGIO Indici 2°livello		PUNTEGGIO Macroarea Generale	
			2007	2005	Var. 2007-2005	2007	2005	2007	2005
			Qualità server e connessioni	Download: tempo virtualmente necessario allo scaricamento di 10k	Parzialmente	Parzialmente	+	87,5/100	62,5/100
Tempo medio di connessione (connect time)	Si	Si		=					
Qualità dell'Html e web design	Controllo di validità dei link a partire dall'home page ( N° errori)	Si	Parzialmente	+	80,0/100	55,0/100			
	Numero assoluto di errori rilevati nel codice HTML dell'home page del sito	Si	Parzialmente	+					
	Numeri di errori della home page con le diverse tipologie di browser	Si	Parzialmente	=					
	Peso complessivo dell'home page	Parzialmente	Parzialmente	=					
	Peso Grafica dell'home page	Parzialmente	Parzialmente	=					
	Rapporto fra l'impianto grafico dell'home page e il numero di immagini caricate	Parzialmente	Parzialmente	=					
	Immagini in home page eccedenti il limite di 20 K	Si	Parzialmente	+					
Tempo necessario al caricamento completo della pagina principale con connessione analogica (56k)	Parzialmente	Parzialmente	=						

Qualità dei servizi on line dell'AMA delle aziende locali per l'ambiente delle 14 città metropolitane italiane Anno 2007

CITTA'	AZIENDA/ENTE	WEB	Igiene Urbana	Rank Igiene Urbana	Fornitura e Tariffe	Rank Fornitura e Tariffe	VALORE COMPLESSIVO	RANK 2007	Variazione RANK 2007-2005
<b>Roma</b>	<b>AMA</b>	<b>www.amaroma.it</b>	<b>84,2</b>	<b>1°</b>	<b>80,0</b>	<b>3°</b>	<b>82,8</b>	<b>1°</b>	<b>0</b>
Milano	AMSA	www.amsa.it	73,7	3°	100,0	1°	82,8	1°	+4
Firenze	Quadrifoglio	www.quadrifoglio.org	78,9	2°	80,0	3°	79,3	3°	0
Bologna	HERA	www.gruppohera.it	68,4	4°	90,0	2°	75,9	4°	0
Genova	AMIU	www.amiu.genova.it	63,2	7°	80,0	3°	69,0	5°	0
Venezia	Vesta	www.vestaspa.net	68,4	4°	70,0	6°	69,0	5°	-3
Cagliari	Comune	www.comune.cagliari.it	63,2	7°	60,0	7°	62,1	7°	nd
Torino	AMIAT	www.amiat.it	68,4	4°	40,0	9°	58,6	8°	-1
Trieste	Acegas-aps	www.acegas-aps.it	52,6	10°	60,0	7°	55,2	9°	+2
Napoli	ASIA Napoli	www.asianapoli.it	63,2	7°	30,0	10°	51,7	10°	-3
Bari	AMIU	www.amiubari.it	52,6	10°	20,0	11°	41,4	11°	-1
Palermo	AMIA	www.amianet.it/	52,6	10°	20,0	11°	41,4	11°	0
Messina	Messina Ambiente	www.messinambiente.it	52,6	10°	20,0	11°	41,4	11°	nd
Catania	Comune	www.comune.catania.it	31,6	14°	20,0	11°	27,6	14°	nd

Fonte : Analisi e valutazione dei canali web delle aziende di Servizio pubblico della città di Roma - Gennaio 2007

**Ama - Confronto con i siti web delle *Public utility* di Igiene Urbana delle Capitali Europee: Indicatore “Qualità dei Servizi” – Anno 2007**

Qualità dei Servizi					
Città	Azienda /Ente	Uri	Igiene Urbana	Fornitura e Tariffe	Valore Complessivo
Berlino	Bsr	www.bsr.de	94,7	80,0	<b>89,7</b>
Londra	Comune di Londra	www.cityoflondon.gov.uk*	89,5	90,0	<b>89,7</b>
<b>Roma</b>	<b>Ama</b>	www.amaroma.it	<b>84,2</b>	<b>80,0</b>	<b>82,8</b>
Parigi	Comune di Parigi	www.paris.fr/fr/environment/proprete	84,2	60,0	<b>75,9</b>
Madrid	Comune di Madrid	www.madrid.es	68,4	60,0	<b>65,5</b>

\* [http://www.cityoflondon.gov.uk/Corporation/our\\_services/health\\_safety/cleansing.htm](http://www.cityoflondon.gov.uk/Corporation/our_services/health_safety/cleansing.htm)

Fonte : *Analisi e valutazione dei canali web delle aziende di Servizio pubblico della città di Roma - Gennaio 2007*

**Bernardo Pizzetti**  
*Presidente*

**Federico Colosi**  
*Vice Presidente*

**Sergio Migliorini**  
*Consigliere*

 Via Cola di Rienzo 217 • 00192 Roma  
Telefono 06.367071 Fax 06.36707212  
[www.agenzia.roma.it](http://www.agenzia.roma.it)

*L'Agenzia per il controllo e la qualità dei servizi pubblici locali  
del Comune di Roma è stata istituita dal Consiglio Comunale  
con Deliberazione n. 39 del 14 marzo 2002*

Agenzia