



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

(maggio 2010)



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

(maggio 2010)

Il rapporto è stato redatto da:

Filippo Lobina

La ricerca è stata realizzata da:

ATP management

Indice

1. Introduzione.....	3
2. Utilizzo del web in Italia	4
3. Il quadro normativo sui siti web.....	7
3.1. <i>La prospettiva della multicanalità</i>	8
3.2. <i>Privacy e copyright</i>	8
4. Universo di indagine e metodologia adottata per l'analisi dei siti web delle public utility.....	10
5. Descrizione delle macroaree di analisi degli Indici e degli Indicatori	19
5.1 <i>Trasparenza ed accesso</i>	19
5.2 <i>Qualità e interattività dei servizi in rete</i>	21
5.3 <i>Usabilità e accessibilità</i>	26
5.4 <i>Comunicazione, partecipazione, relazionalità</i>	28
5.5 <i>Sviluppo Tecnologico</i>	31
6. I Risultati della ricerca: il quadro generale.....	42
7. Il confronto nazionale ed europeo	48
8. Analisi e valutazione del sito www.atac.roma.it (Trasporto pubblico locale)	51
9. Analisi e valutazione del sito www.atac.roma.it (Settore Mobilità)	68
10. Analisi e valutazione sito www.aceaelectrabel.it (Settore Elettricità)	83
11. Analisi e valutazione del sito www.eni.it (Settore Gas).....	100
12. Analisi e valutazione del sito www.aceaato2.it (Settore Acqua)	114
13. Analisi e valutazione del sito www.amaroma.it (Settore Ambiente)	131

1. Introduzione

A distanza di circa tre anni dalla seconda indagine sui canali web delle aziende capitoline che erogano servizi pubblici, l’Agenzia ha condotto una nuova analisi del livello di offerta dei servizi on-line con l’obiettivo non solo di misurare il grado di interattività e la facilità con la quale i cittadini-consumatori possono dialogare per via telematica con le imprese operanti nel comune di Roma, ma anche per confrontare i risultati raggiunti con quelli di analoghe realtà a livello nazionale ed europeo.

A tal fine, a seguito dell’evoluzione dei servizi prestati, la prospettiva di analisi, ove ritenuto necessario, è stata ampliata con l’aggiunta di nuovi indicatori che, come in passato, sono stati raggruppati in cinque grandi famiglie (“Trasparenza e accesso”, “Qualità ed interattività dei servizi in rete”, “Usabilità e accessibilità”, “Comunicazione, partecipazione, relazionalità”, “Sviluppo tecnologico”); anche l’esame comparativo delle migliori pratiche esistenti a livello nazionale ed europeo ha visto un’evoluzione. La presente analisi si è concentrata, al pari delle precedenti, sui siti delle imprese di pubblica utilità della città di Roma più significative in termini di impatto sulla vita dei cittadini (per il trasporto pubblico locale e per la mobilità il sito dell’Atac – Agenzia per la mobilità¹; per l’energia elettrica il sito di Acea Electrabel; per il settore idrico il sito di Acea Ato2; per l’igiene urbana il sito di Ama; per il gas il sito dell’Eni). Successivamente è stato effettuato un benchmarking con le performance delle aziende che gestiscono servizi pubblici delle città metropolitane italiane² (Torino, Milano, Venezia, Trieste, Genova, Bologna, Firenze, Roma, Bari, Napoli, Cagliari, Messina, Palermo, Catania) e delle grandi capitali europee. Rispetto alle precedenti analisi oltre Berlino, Londra, Madrid e Parigi è stata presa in considerazione anche la città di Dublino. Per evitare di appesantire eccessivamente l’analisi, il confronto è stato compiuto esclusivamente avendo a riferimento la tipologia di servizi ed informazioni erogati on-line (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 primo trimestre del 2010. Tutti i risultati sono stati comparati per esigenze di uniformità a tale 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 suddetto periodo di rilevazione. Inoltre il confronto intertemporale è stato condotto in via esclusivamente qualitativa in quanto si è scelto di variare la metodologia per il calcolo dei punteggi, al fine di uniformare il peso relativo che ciascun indicatore ha nel calcolo del valore delle varie macroaree.

¹ Dal 1 gennaio 2010, a seguito della scissione per ramo di azienda da Atac, le funzioni di agenzia per la mobilità sono state assunte da Roma Servizi per la Mobilità s.r.l., il cui sito web (www.agenziamobilita.roma.it) è on-line dal 15 aprile 2010.

² Con legge delega n. 42 del 5/05/2009 anche Reggio Calabria è stata aggiunta tra le città metropolitane italiane, ma i siti delle public utility relativi non sono stati presi in considerazione in questa analisi.

2. Utilizzo del web in Italia

L'attuale indagine si svolge in una fase storica in cui la disponibilità presso le famiglie delle nuove tecnologie, il loro utilizzo da parte degli individui, le attività svolte con Internet, il web come strumento per comunicare e l'e-commerce da parte degli italiani sono sicuramente in aumento. Nel 2007 gli utenti di Internet (con un'età superiore ai 6 anni) erano il 36,9%³: costoro utilizzavano la rete prevalentemente per comunicare attraverso l'uso della posta elettronica (77,3%), per cercare informazioni su merci e servizi (64,8) e per apprendere (54,7%).

In soli due anni la situazione si è evoluta: il 44,4% della popolazione di 6 anni e più naviga su Internet. Rispetto al 2007, aumenta la quota degli utenti di Internet, confermando così il trend di aumento registrato nel 2008, rispetto al susseguirsi di un biennio di stagnazione (2006-2007). Nel 2009 le persone (di 6 anni e più) che si connettono ad Internet utilizzano la rete prevalentemente per comunicare attraverso l'uso della posta elettronica (79,1%), consultano Internet per apprendere (69,4%) e per cercare informazioni su merci e servizi (64,5%). Inoltre più di un quarto degli utenti di Internet con più di 14 anni oggi usa il web per l'acquisto di beni e servizi (Tabella 1)⁴.

Tabella 1 - Persone di 14 anni e più che hanno usato Internet per ordinare e/o acquistare merci e/o servizi per uso privato su Internet, Anno 2007 e 2009 (per 100 persone di 14 anni e più con le stesse caratteristiche)

	Negli ultimi 12 mesi	di cui		Più di 1 anno fa	Mai
		Negli ultimi 3 mesi	Da più di 3 mesi a 1 anno fa		
2007	22,7	15,6	7,1	5,0	71,2
2009	24,4	15,3	9,0	6,2	68,7

Analizzando l'acquisto di beni e servizi on-line nell'arco temporale che va dal 2005 al 2009 si nota come l'uso del web per ordinare o comprare merci e/o servizi sia cresciuto in modo significativo tra il 2005 e il 2006, passando dal 16,8% al 20,6% delle persone che fruiscono di Internet, mentre per gli anni successivi si sono registrati incrementi più contenuti (Figura 1)⁵.

³ Fonte ISTAT Le tecnologie dell'informazione e della comunicazione: disponibilità nelle famiglie e utilizzo degli individui Anno 2007– Famiglia e Società del 16 gennaio 2008.

⁴ Fonte ISTAT Cittadini e nuove tecnologie Anno 2009 – Famiglia e Società del 28 dicembre 2009.

⁵ Fonte ISTAT Cittadini e nuove tecnologie Anno 2009 – Famiglia e Società del 28 dicembre 2009.

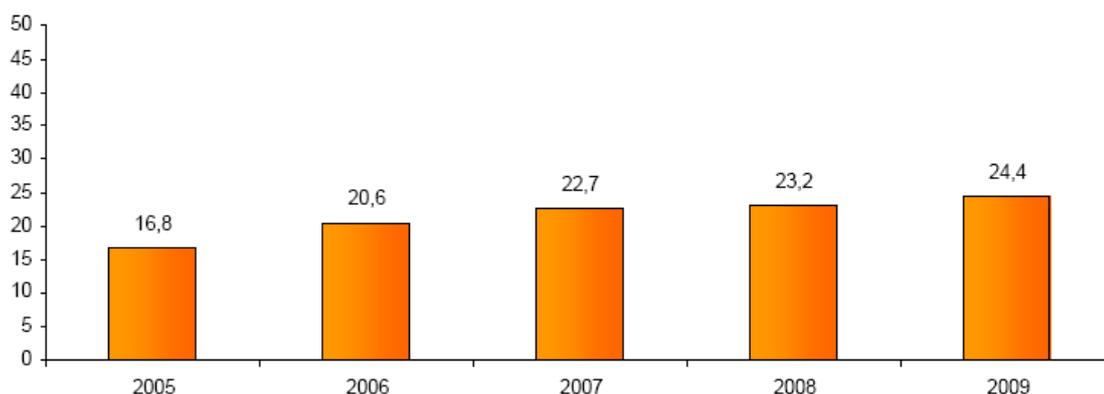


Figura 1 - Andamento negli anni della percentuale di persone che hanno usato Internet per ordinare e/o acquistare merci e/o servizi per uso privato su Internet.

Infine quasi il 40% degli utenti di Internet usa il web per ottenere informazioni sulla Pubblica Amministrazione: infatti, il 38,8% delle persone di 14 anni e più che hanno usato Internet negli ultimi 12 mesi ha navigato sul web per ottenere informazioni, il 29,5% per scaricare moduli da siti della P.A. e il 14,2% per spedire i moduli compilati. Dal punto di vista generazionale sono soprattutto gli adulti tra i 35 e i 64 anni ad utilizzare di più Internet per cercare di mettersi in contatto con la P.A. Oltre il 45% delle persone di questa fascia di età ha consultato i siti della P.A. per avere informazioni (con un picco del 51% tra i 55 e i 59 anni) e più di un terzo per scaricare moduli.⁶

Probabilmente chi acquista beni e servizi on-line, chi si informa tramite Internet alla ricerca di offerte più vantaggiose per questo o quel servizio, chi usa la posta elettronica per scambiare informazioni, o chi utilizza il web per ottenere indicazioni e utilizzare servizi dalla Pubblica Amministrazione è lo stesso target di consumatore che si aspetta dalle aziende di pubblico servizio la disponibilità via Internet delle prestazioni relative ai servizi tipici di quel settore.

A livello europeo è possibile effettuare dei confronti sulla base dei dati raccolti con l'indagine comunitaria sulla diffusione delle ICT presso le famiglie e gli individui realizzata dagli istituti di statistica dei paesi membri della Comunità Europea. Considerando la percentuale di famiglie con almeno un componente tra i 16 e i 64 anni che possiedono un accesso ad Internet da casa, indicatore definito da Eurostat per esigenze di confronto internazionali, l'Italia è indietro rispetto a molti dei paesi della Comunità Europea, risultando solo al ventunesimo posto in questa graduatoria (con un tasso di penetrazione del 53% rispetto alla media europea del 65%)⁷. Vicini all'Italia troviamo paesi come Cipro (53%) e Repubblica Ceca (54%), mentre Olanda, Svezia, Lussemburgo e Danimarca registrano un tasso di penetrazione che supera l'83% (Figura 2).

⁶ Fonte ISTAT Cittadini e nuove tecnologie Anno 2009 – Famiglia e Società del 28 dicembre 2009.

⁷ Fonte ISTAT Cittadini e nuove tecnologie Anno 2009 – Famiglia e Società del 28 dicembre 2009.

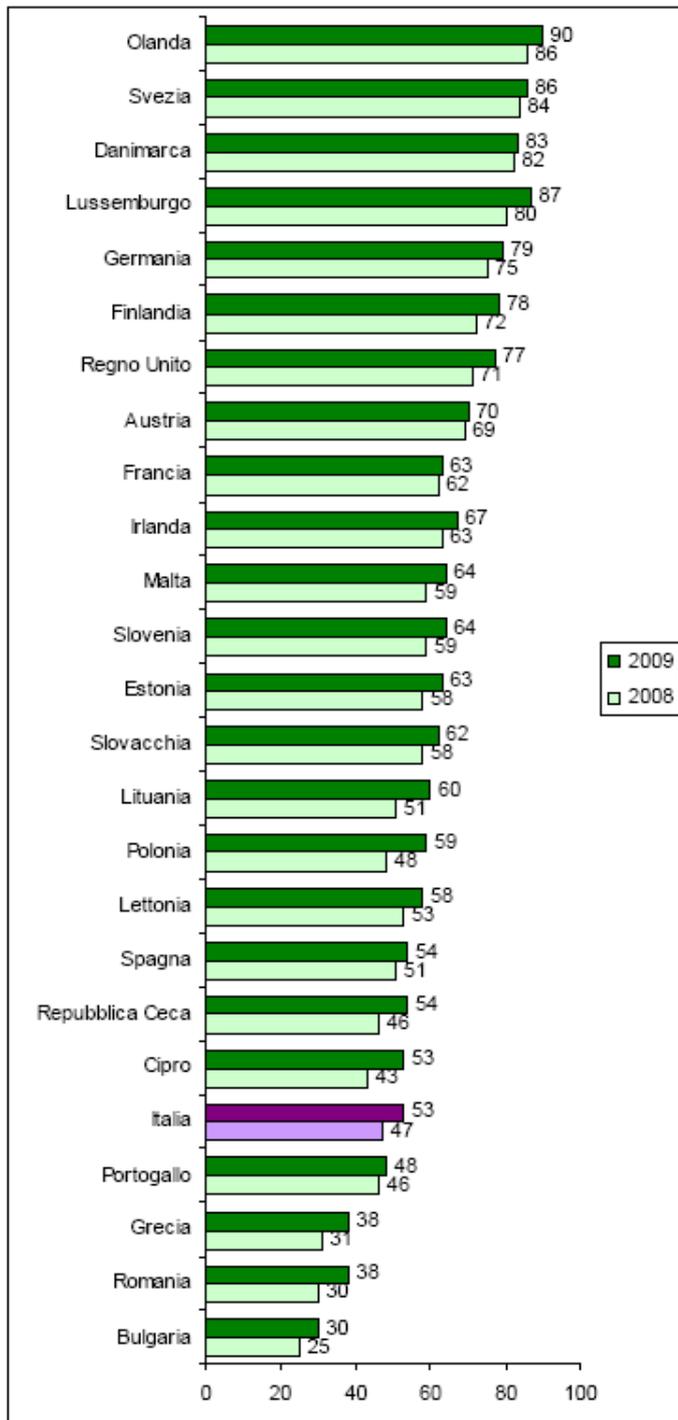


Figura 2 - Famiglie con almeno un componente tra i 16 e i 64 anni che possiedono un accesso ad Internet. Anni 2008 e 2009 (per 100 famiglie).

Tuttavia, nonostante il confronto europeo, tirando le somme di questa panoramica sui dati statistici è possibile affermare che sempre di più le aziende di servizi pubblici che hanno un contatto diretto con i cittadini debbano riflettere circa l'opportunità di orientarsi verso lo sviluppo dei nuovi scenari di mercato da offrire via web, per venire incontro alla tendenza sempre più diffusa dell'utilizzo di Internet. L'uso delle nuove tecnologie nella relazione con l'utenza sta diventando un'esigenza imprescindibile in un mercato libero per garantire la propria visibilità e allargare il bacino di utenza.

3. Il quadro normativo sui siti web

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 principale⁸ 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 (la cosiddetta Legge Stanca) sull'accessibilità. Di recentissima pubblicazione sul sito del Ministero per la pubblica amministrazione e l'innovazione è infine la versione preliminare delle "Linee guida per i siti web della PA", previste dalla Direttiva del 26 novembre 2009 n. 8.

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 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"* (art.53).

Per quanto riguarda i servizi on-line il nuovo Codice, che dedica a tale argomento tutta la sezione III (composta da 3 articoli) del capo V (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. 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 di ciascun ufficio. La norma dispone che la

⁸ 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.

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 ha dato alle amministrazioni due anni di tempo - cioè fino alla fine del 2007 - per organizzarsi, trascorsi i quali i cittadini o le imprese hanno 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.

3.1. *La prospettiva della multicanalità*

Dato il carattere strategico che la normativa assegna ai servizi on-line, sono determinanti anche 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.

Tuttavia fino al 31 dicembre 2010 è anche possibile ricorrere a sistemi diversi, come la semplice password o il PIN (art.3, comma 4, D.L. 194/2009).

3.2. *Privacy e copyright*

Due aspetti importanti da considerare - tipici del mondo on-line - sono anche quelli relativi al trattamento dei dati personali e 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/azienda prevede di trattare i dati raccolti. Raccolta che può avvenire sia tramite i moduli on-line sia 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)

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)

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 n.8/2009 del Ministro per la pubblica amministrazione e l'innovazione del 26 novembre 2009 - "Direttiva per la riduzione dei siti web delle pubbliche amministrazioni e per il miglioramento della qualità dei servizi e delle informazioni on-line al cittadino.

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)

4. Universo di indagine e metodologia adottata per l'analisi dei siti web delle public utility

L'indagine corrente ha mantenuto la metodologia parametrica di valutazione, già adottata nelle precedenti rilevazioni, incentrata sulla valutazione delle cinque macroaree 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 2007 (con alcune modificazioni che hanno reso tuttavia impossibile effettuare un confronto a livello quantitativo vista l'evoluzione del contesto tecnologico nel frattempo avvenuta) è stata 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 100 tra 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 mappa aggiornata dei servizi on-line disponibili in Europa.

Una volta messa a punto la mappa dei servizi on-line, si è passati a revisionare, sempre a partire dalle cinque macroaree tematiche generali, l'insieme degli indicatori specifici (di terzo livello, successivamente raggruppati in indicatori di secondo livello) capaci di descrivere singoli aspetti dei macro fenomeni e in grado quindi di rappresentare specifiche dimensioni conoscitive relative alle aree tematiche in esame.

L'analisi parametrica applicata al modello di rilevazione è stata condotta facendo assumere a ciascun indicatore o voce 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 articolati a seconda del numero di risposte previsto⁹, 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

⁹ A differenza delle precedenti rilevazioni, si è scelto di attribuire un punteggio massimo pari ad uno per ciascun indicatore di terzo livello a prescindere dall'articolazione delle sue caratteristiche (o risposte, si veda al proposito la Tabella 2), in modo da eliminare l'effetto del peso relativo che avrebbe avuto ad esempio un indicatore con quattro risposte rispetto a quello con due. Il confronto con il 2007 tra i risultati generali e settoriali, pertanto, è stato svolto a livello esclusivamente qualitativo.

della mobilità – siti dell’energia elettrica – siti dell’acqua – siti del gas – siti dell’ambiente) senza effettuare successive ponderazioni. In Tabella 2 e Tabella 3 sono riportati il dettaglio dei punteggi da attribuire in base alle varie casistiche di risposta.

Tabella 2 – Esempi esplicativi del calcolo dei punteggi

risposta 1	risposta 2	risposta 3	risposta 4	risposta 5
0,00	1,00			
assente	presente			
0,00	0,50	1,00		
assente	presente	progetti in comune		
0,00	0,33	0,67	1,00	
assente	presente ma con esito non certo	presente con esito certo	presente con esito certo e ricevuta di consegna	
0,00	0,25	0,50	0,75	1,00
assente	informazioni/int. one way (download moduli)	integrazione con contact center/n°verde	Int. two way (formulazione richieste)	Transazione completa (pagamento)

Tabella 3 – Esempi esplicativi del calcolo dei punteggi per gli indicatori “Qualità server e connessioni” e “Qualità dell’html e web design”

risposta 1	risposta 2	risposta 3	risposta 4	risposta 5
0,00	1,00			
1 classe	2 classe			
0,00	0,50	1,00		
1 classe	2 classe	3 classe		
0,00	0,25	0,50	0,75	1,00
1 classe	2 classe	3 classe	4 classe	5 classe

Sulla base dei punteggi ottenuti per ciascuna delle cinque macroaree 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 (Tabella 4).

Tabella 4 - Indici sintetici sulla qualità dei servizi web delle aziende di servizi pubblici

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

L'analisi si è poi concentrata, come già effettuato nel 2007, sui siti internet 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 alcune grandi capitali europee (Berlino, Londra, Madrid, Parigi e Dublino) relativamente alla sola macroarea della "Qualità e interattività dei servizi di rete". Per quanto riguarda il settore elettrico e del gas, in virtù della liberalizzazione del mercato di vendita, si è scelto di paragonare i siti web delle aziende che propongono i loro servizi alla cittadinanza romana. 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 il

rating finale di categoria, nazionale ed europeo. Nelle Tabelle 5-11 sono riportati i siti web delle aziende oggetto dell'indagine.

Tabella 5 - Siti web delle aziende del Trasporto Pubblico Locale delle 14 città metropolitane italiane

Città	Enti /Aziende	Sito web
Roma	ATAC	www.atac.roma.it
Torino	Gruppo Torinese Trasporti	www.comune.torino.it/gtt
Milano	ATM	www.atm-mi.it
Genova	AMT	www.amt.genova.it
Venezia	ACTV	www.actv.it
Trieste	Trieste Trasporti	www.triestetrasporti.it
Bologna	ATC	www.atc.bo.it
Firenze	ATAF	www.ataf.net
Napoli	ANM	www.anm.it
Bari	AMTAB	www.amtabservizio.it
Cagliari	CTM	www.ctmcagliari.it/
Palermo	AMAT	www.amat.pa.it
Catania	AMT	www.amt.ct.it
Messina	ATM	www.atmmessina.it

Tabella 6 - Siti web di aziende di servizi per la Mobilità delle 14 città metropolitane italiane

Città	Enti /Aziende	Sito web
Roma	ATAC	www.atac.roma.it
Torino	Comune /5T /	www.5t.torino.it / www.comune.torino.it
Milano	Comune /Agenzia Mobilità	www.comune.milano.it/ www.atm-mi.it/
Genova	Comune / Mobility Point	www.tu6genova.it www.mobility.point.it
Venezia	Asm Spa	www.asmvenezia.it/
Trieste	Comune / Azienda per la Mobilità Territoriale	www.retecivica.trieste.it
Bologna	Comune / Atc	Atc.bo.it urp.comune.bologna.it/mobilita/mobilita.nsf
Firenze	Comune / Firenze Parcheggi	www.serviziallastrada.it www.firenzeparcheggi.it/
Napoli	Comune / Anm	www.comune.napoli.it www.anm.it
Bari	Servizi trasporti e mobilità Bari	www.amtabservizio.it
Cagliari	Comune	www.comune.cagliari.it
Palermo	n.d.	n.d.
Catania	Sostare	www.sostare.it
Messina	Comune	www.comune.messina.it/mobilita/index.htm

Tabella 7 - Siti web di aziende che erogano il servizio di vendita di energia elettrica nella città di Roma

Enti /Aziende	Sito web
ACEA	www.aceaelectrabel.it
ENI	www.eni.com
ENEL	www.enel.it
EDISON	www.edisonenergia.it
IRIDE	www.iride-mercato.it
MPE Energia	www.emmepie.it

Tabella 8 - Siti web di aziende che erogano il servizio di vendita del gas nella città di Roma

Enti /Aziende	Sito web
Eni (ex italgaspiù)	www.eni.com
ENEL	www.enel.it
Italcogim Energie	www.italcogimenergie.it
Bluenergy Group	www.blueenergygroup.it

Tabella 9 - Siti web di aziende del comparto idrico nelle 14 città metropolitane italiane

Città	Enti /Aziende	Sito web
Roma	Acea	www.aceaato2.it
Torino	SMA Torino	www.smatorino.it
Milano	Metropolitana Milanese	www.metropolitanamilanese.it/h2o/files/minisito.html
Genova	Gruppo Iride	www.mediterraneadelleacque.it
Venezia	Vesta	www.acquaveritas.it/
Trieste	Acegas-aps	www.acegas-aps.it
Bologna	HERA	www.gruppohera.it
Firenze	Publiacqua	www.publiacqua.it
Napoli	ARIN	www.arin.na.it
Bari	Acquedotto pugliese AQP	www.aqp.it
Cagliari	Abbanoa	www.abbanoa.it
Palermo	Amap	www.amap.it
Catania	Sidra	www.sidraspa.it
Messina	AMAM	www.amam.it

Tabella 10 - Siti web di aziende del comparto di igiene urbana nelle 14 città metropolitane

Città	Enti /Aziende	Sto web
Roma	AMA	www.amaroma.it
Torino	AMIAT	www.amiat.it
Milano	AMSA	www.amsa.it
Genova	AMIU	www.amiu.genova.it
Venezia	VESTA	www.vestaspa.net
Trieste	ACEGAS-APS	www.acegas-aps.it
Bologna	HERA	www.gruppohera.it
Firenze	QUADRIFOGLIO	www.quadrifoglio.org
Napoli	ASIA NAPOLI	www.asianapoli.it
Bari	AMIU	www.amiubari.it
Cagliari	SEPARA	www.separa.it
Palermo	AMIA	www.amianet.it/
Catania	COMUNE DI CATANIA	www.comune.catania.it
Messina	MESSINA AMBIENTE	www.messinambiente.it

Tabella 11 - Campione per il confronto Europeo: Siti di aziende di pubblico Servizio di Londra, Parigi, Berlino, Madrid e Dublino

Settori	Londra	Parigi	Berlino	Madrid	Dublino
Trasporti	www.tfl.gov.uk/	www.ratp.fr	www.bvg.de	www.emtmadrid.es www.metromadrid.es/	www.dublinbus.ie
Elettricità	http://www.edfenergy.com/	http://particuliers.edf.fr/	http://www.vattenfall.de/bewag/	www.iberdrola.es	www.esb.ie/main/home/index.jsp
Gas	http://www.edfenergy.com	www.edf-bleuciel.fr	www.gasag.de	www.unionfenosa.es	www.bordgais.ie/corporate/index.jsp
Acqua	http://www.thameswater.co.uk/	http://www.eaudeparis.fr	www.bwb.de	www.cyii.es/	www.dublincity.ie
Ambiente	http://www.cityoflondon.gov.uk*	www.paris.fr/fr/environnement/proprete	www.bsr.de	www.madrid.es	www.dublincity.ie/WaterWasteEnvironment/pages/waterwasteandenvironment.aspx

*http://www.cityoflondon.gov.uk/Corporation/our_services/health_safety/cleansing.htm

5. Descrizione delle macroaree di analisi degli Indici e degli Indicatori

Il modello analitico adottato è composto da 5 macro categorie di analisi e 23 indici di secondo livello. Le singole voci di rilevazione sono commentate di seguito all'interno dei paragrafi relativi alle macroaree a cui essi appartengono.

5.1 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".

In altre parole si è passati 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 7 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.

Queste prescrizioni 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.

5.1.1 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 dedica a questi aspetti l'art. 54 (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/codice etico

5.1.2 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

5.2 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, l'indagine del 2010 riprende lo standard di riferimento già adottato nel 2007 basato su 4 possibili livelli di interazione tra amministrazione e utente¹⁰:

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

La continua diffusione dell'uso delle tecnologie per la comunicazione presso le famiglie italiane suggerisce 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 valutare, pertanto, la capacità dei siti web di integrare i contenuti informativi attraverso un sistema multicanale, dove è ad esempio possibile avviare un percorso informativo o transattivo via web e concluderlo tramite Sms o telefono. Questo nella considerazione che, ove risulti necessario od opportuno, si possano utilizzare i diversi canali disponibili per l'esecuzione delle diverse fasi del servizio.

Nell'ambito dei servizi transattivi sono stati, perciò, utilizzati i livelli di interazione descritti nella Tabella 12 e che costituiscono i parametri di valutazione degli indicatori. Il primo livello accorpa l'"offerta di informazioni" e la "possibilità di scaricare moduli" (interazione a una via) in un unico livello iniziale. Come grado di interazione successivo è stata considerata, invece, la capacità del sito 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 i livelli 3 e 4 di interazione riguardano la formulazione di richieste tramite moduli da compilare on-line (livello 3) e la possibilità di concludere la pratica o ottenere il servizio direttamente sul web (livello 4).

¹⁰ Si tratta dello standard che l'Unione Europea ha fissato attraverso la *Web-based Survey on Electronic Public Services*

Tabella 12 - Servizi transattivi: i livelli di interazione

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

Gli Indici di secondo livello compresi in questa macroarea 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 e tariffazione.

5.2.1 Visione dei servizi

La possibilità per l'utente di ottenere una visione d'insieme dei servizi è considerata di particolare importanza nel testo del Codice 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)

5.2.2 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

5.2.3 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

5.2.4 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

5.2.5 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 che prevedano 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

5.2.6 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

5.2.7 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 e va inquadrata in una logica più ampia, che contempli l'utilizzo di più canali, specialmente destinati a terminali mobili.

“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

5.2.8 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'azienda 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

5.2.9 Servizi di Igiene Urbana

Si tratta di un indicatore relativo ovviamente ai soli gestori di servizi ambientali individuato sulla base delle considerazioni che anche in questo ambito si è affermata la necessità di stabilire un meccanismo di maggiore prossimità con il cittadino utente. 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. In questa rilevazione è stato inserito per la prima volta l'indice della Raccolta Porta a Porta: dato che questo servizio prevede la raccolta differenziata presso il domicilio degli utenti in giorni e contenitori diversi, la presenza di indicazioni precise sul sito riguardo le modalità e i particolari della raccolta è un dato interessante da monitorare e confrontare a livello nazionale ed europeo.

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

- Richiesta smaltimento rifiuti ingombranti
- Controllo delle date di pulizia stradale

- Scelta dei contenitori per raccolta differenziata
- Raccolta Porta a Porta

5.2.10 Igiene Urbana: Fornitura e Tariffe

Il pagamento dei servizi di igiene urbana dovrebbe 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:

- Calcolo tariffa domestica
- Denuncia per l’applicazione della tariffa
- Pagamento tariffa
- Disdetta o modifica della fornitura

5.3 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 *“l’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”*.

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 fruito efficacemente 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.”¹¹

Lo stesso W3C, nell'ambito della Web Accessibility Initiative (WAI) fornisce precisi consigli tecnici, del tipo “Fornire un equivalente testuale per ogni elemento non di testo (per esempio, mediante “alt”, “longdesc” o contenuto nell'elemento stesso). Questo comprende: immagini, rappresentazioni grafiche di testo (compresi i simboli), zone di immagini sensibili, animazioni etc.”.¹²

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 (URL¹³).

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*.

5.3.1 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)

¹¹ Raccomandazione del W3C del 5 maggio 1999 - Linee guida per l'accessibilità ai contenuti del Web.- <http://www.aib.it/aib/cwai/WAI-trad.htm> - Abstract

¹² Raccomandazione del W3C del 5 maggio 1999 - Linee guida per l'accessibilità ai contenuti del Web.- <http://www.aib.it/aib/cwai/WAI-trad.htm> - Punti di controllo

¹³ Un Uniform Resource Locator o URL è una sequenza di caratteri che identifica univocamente l'indirizzo di una risorsa in Internet, come un documento o un'immagine.

5.3.2 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 Consortium¹⁴. "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

5.3.3 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

5.4 Comunicazione, partecipazione, relazionalità

La scelta di questo criterio deriva dalla constatazione delle peculiarità del web, in quanto mezzo di trasmissione delle informazioni, in cui 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. E ciò nell'ambito del settore pubblico assume un significato del tutto particolare. Ci si riferisce, 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.

¹⁴ Raccomandazione del W3C del 5 maggio 1999 - Linee guida per l'accessibilità ai contenuti del Web.- <http://www.aib.it/aib/cwai/WAI-trad.htm>

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 indubbiamente un valore aggiunto per un'azienda di servizi pubblici che intenda mettere a disposizione degli utenti strumenti volti a "dare voce" ai cittadini, in maniera tale da realizzare forme strutturate di dialogo, sviluppando e consolidando una rete di relazioni il più possibile permanente.

L'indagine ha posto 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.

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

5.4.1 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

5.4.2 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

5.4.4 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 o del trasporto pubblico locale, 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

5.4.5 Gestione del reclamo e contenzioso

Il “Regolamento per la gestione ed il trattamento dei reclami, delle segnalazioni e dei suggerimenti nel Comune di Roma”, approvato nel 2005 e valido anche per le aziende di pubblico servizio, 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 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.

5.5 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.

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.*

5.5.1 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

5.5.2 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 e’ 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

Elenco degli indicatori e loro articolazioni

Tabella 13 - Indicatori della macroarea “Trasparenza e accesso”

Trasparenza e accesso	Indici 2° livello	Indicatori	Risposta 1	Risposta 2	Risposta 3	Risposta 4	Risposta 5
	Trasparenza Aziendale		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		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		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/ricieste e ricevere risposte; Transazione completa = Chiusura on-line del processo/servizio transazione

Tabella 14 - Indicatori della macroarea “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	
	Visione dei servizi Per servizi : ENERGIA ELETT, GAS, IDRICO	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				
	Gestione del contratto Per servizi : ENERGIA ELETT, GAS, IDRICO	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)		

Segue - Indicatori della macroarea “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	Gestione bollette e fatture Per servizi : ENERGIA ELETT, GAS, IDRICO	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)
	Consumi e tariffe Per servizi : ENERGIA ELETT, GAS, IDRICO	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	Lettura 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)	

Segue – Indicatori della macroarea “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	
	Trasporto (Per servizi di TRASPORTO)	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)				
	Trasporto e Disabili (Per servizi di TRASPORTO)	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 (Iscrizione al servizio)	
	Servizi di Igiene Urbana (Per servizi di IGIENE URBANA)	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				
Raccolta Porta a Porta		assente	presente	Info su date raccolta				
Igiene Urbana Fornitura e Tariffe (Per servizi di IGIENE URBANA)	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)		
	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)		

Segue – Indicatori della macroarea “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
	Mobilità (Per servizi di MOBILITÀ)	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			
	Mobilità e Disabili (Per servizi di MOBILITÀ)	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			

Tabella 15 - Indicatori relativi alla macroarea “Usabilità e accessibilità”

Usabilità e accessibilità	Indici 2° livello	Indicatori	Risposta 1	Risposta 2	Risposta 3	Risposta 4
	Navigabilità	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	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	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		

Tabella 16 - Indicatori relativi alla macroarea “Comunicazione, partecipazione, relazionalità”

Indici 2° livello		Indicatori	Risposta 1	Risposta 2	Risposta 3	Risposta 4	Note
Comunicazione, partecipazione, relazionalità	Comunicazione on-line	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			
		News presenti nella pagina del sito	assente	presente			Per servizi di Igiene Urbana
	Comunicazione e istituzionale	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		

Segue - Indicatori relativi alla macroarea “Comunicazione, partecipazione, relazionalità”

Comunicazione, partecipazione, relazionalità	Indici 2° livello	Indicatori	Risposta 1	Risposta 2	Risposta 3	Risposta 3	Note	
	Customer care	Informazioni generali sulle condizioni contrattuali	assente	informazioni				
		Lettura fattura/bolletta	assente	presente	presente lettura dinamica/animazi			Per servizi: energia,
		Informazioni sulla carta dei servizi	assente	presente				
		Presenza in home page di riferimento a contact center (numero verde, numero facile, contatto on-	assente	presente				
		Pagina/e informative relative al servizio di customer care	assente	presente				
		Presenza di canali per target	assente	presente				
	Partecipazione	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	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			

Tabella 17 - Indicatori relativi alla macroarea “Sviluppo tecnologico”

Sviluppo tecnologico	Indici 2° livello		Indicatori	Risposta 1	Risposta 2	Risposta 3	Risposta 4	Risposta 5
	Qualità server e connession	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	Controllo di validità dei link a partire dall'home page (N° errori)			Non validi	Validi			
	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			

Le classi sono definite in base dei risultati dell'analisi

6. I Risultati della ricerca: il quadro generale

L'indagine sui canali web delle aziende del Comune di Roma, svolta a tre anni di distanza dalla precedente, si è posta l'obiettivo di fornire una lettura approfondita dello stato dell'arte di questo importante mezzo di comunicazione con un'attenzione particolare a tutti quei servizi transattivi potenzialmente erogabili on-line. Prima ancora di offrire i risultati di dettaglio relativi a ciascuno dei siti analizzati, è possibile affermare che il quadro generale che si presenta ai cittadini della capitale che utilizzano il web per interagire con le *public utility* è complessivamente positivo (Figura 3). L'analisi, infatti, ha evidenziato come le aziende capitoline considerino il sito web un fattore chiave nella gestione del rapporto con i cittadini, riscontrando progressi significativi in termini, ad esempio, di disponibilità e gamma di informazioni presenti, offerta di servizi interattivi on-line, velocità di accesso al sito, e adozione di tecnologie a supporto di persone con disabilità. La tendenza al miglioramento è stata costante in quest'ultimo triennio, come viene testimoniato non solo dai punteggi ottenuti - che nella maggioranza dei casi sono ben sopra la sufficienza - ma anche dalla comparazione in termini qualitativi con lo stato dell'arte fotografato dallo studio precedente e dai confronti effettuati a livello nazionale ed europeo.

Il passo ulteriore che si dovrà compiere sarà quello di far avvicinare un numero sempre più elevato di cittadini alla fruizione dei servizi sul web, non solo per contribuire all'evoluzione della conoscenza tecnologica da parte della società, ma anche per sveltire il rapporto con la pubblica amministrazione decongestionando i canali classici di comunicazione con le aziende (gli sportelli fisici e i call center).

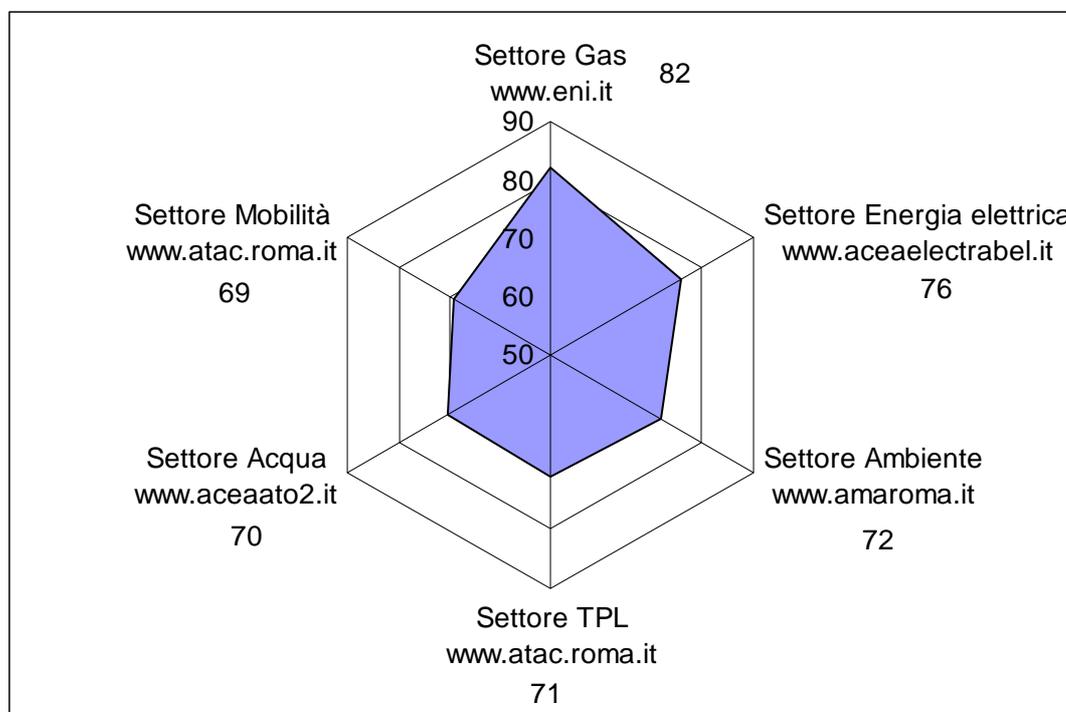


Figura 3 – Punteggi complessivi ottenuti dai siti web dalle aziende romane

Per quanto riguarda la macroarea “**Trasparenza e Accesso**”, il risultato migliore è raggiunto dal sito Internet di Acea Ato2 grazie alla qualità e completezza delle informazioni fornite sulla struttura e l’organizzazione aziendale, alla pubblicazione del Bilancio, delle normative e delibere aziendali, così come per le indicazioni sull’accesso agli sportelli fisici (Tabella 18). Con riferimento alle funzionalità relative ai bandi ed alle gare pubbliche, si osserva come tutti i siti delle aziende capitoline offrano la possibilità ai potenziali fornitori di compiere transazioni on-line, previa registrazione ed accreditamento. Il sito web dell’Ama, pur posizionandosi al di sopra della sufficienza, è quello che presenta i maggiori margini di miglioramento sia nella “*Trasparenza Normativa*”, dove si dovrebbe prevedere la pubblicazione del bilancio sociale e delle delibere interne, sia nella “*Trasparenza Aziendale*” dove sarebbe auspicabile la presenza del codice etico e di indicazioni circa il sistema di qualità adottato.

Tabella 18 – Punteggi raggiunti dalle aziende romane nella dimensione “Trasparenza e Accesso”

		Trasparenza e Accesso (su 100)
Settore Acqua	www.aceaato2.it	91,7
Settore Elettricità	www.aceaelectrabel.it	86,1
Settore Gas	www.eni.it	84,8
Settore Trasporto	www.atac.roma.it	84,3
Settore Mobilità	www.atac.roma.it	84,3
Settore Ambiente	www.amaroma.it	70,4

Nella dimensione “**Qualità e Interattività dei Servizi in Rete**”, il punteggio più alto è raggiunto dai siti web dell’Ama e dell’Eni che offrono in modalità interattiva la maggior parte dei servizi necessari alla gestione del contratto e delle relative bollette (Tabella 19). Analoghe considerazioni possono essere fatte per il sito di Acea Electrabel i cui livelli di servizio si avvicinano e in qualche caso raggiungono i massimi livelli di transattività, in particolare rispetto agli indicatori relativi alla “gestione del contratto”. Ad esempio, è prevista la possibilità di presentare richieste e compilare moduli direttamente on-line, inclusa l’autenticazione dell’utente secondo una logica di interazione a due vie, per ciò che riguarda le stipule, le volture e le disdette; analoghe performance si registrano anche per la parte relativa al controllo dei consumi. Buoni i risultati del sito dell’Atac per il settore del trasporto pubblico locale mentre sono sufficienti quelli relativi alle informazioni sulla mobilità romana. In quest’ultimo caso è, tuttavia, degna di nota l’ottima sezione “Atacmobile” navigabile anche da cellulare per la presenza di informazioni, aggiornate praticamente in tempo reale e fornite sia in italiano che in inglese, utili al cittadino romano e al turista per potersi muovere all’interno della città. Leggermente insufficiente il sito Acea Ato2, la cui impostazione appare ancora legata al semplice servizio di informazione, relegando all’interattività solo alcune funzioni, come ad esempio la comunicazione dei consumi o della modifica dell’indirizzo della fattura.

Margini di miglioramento si individuano non tanto nell’aumento dei servizi potenzialmente

erogabili, quanto nell'implementazione sui siti web di elementi di supporto alla fruizione da parte dell'utente (ad esempio, la presenza di un'area dimostrativa dello sportello on-line per la gestione della contrattualistica, l'indicazione dei servizi di futura applicazione, la possibilità di attivare sul web la domiciliazione bancaria); elementi, questi, la cui assenza non appare congruente con il grado di sviluppo del sito stesso.

Tabella 19 – Punteggi raggiunti dalle aziende romane nella dimensione “Qualità e Interattività dei Servizi in Rete”

		Qualità e Interattività dei Servizi in Rete (su 100)
Settore Ambiente	www.amaroma.it	87,5
Settore Gas	www.eni.it	87,1
Settore Trasporto	www.atac.roma.it	78,7
Settore Elettricità	www.aceaelectrabel.it	75,1
Settore Mobilità	www.atac.roma.it	66,4
Settore Acqua	www.aceaato2.it	57,8

Per quanto concerne la macroarea “**Usabilità e Accessibilità**” è il sito dell'Eni quello che raggiunge quasi l'eccellenza, distanziando di parecchi punti i siti Internet delle altre aziende che mostrano, tuttavia, performance oltre la sufficienza (Tabella 20). Il punteggio più alto è stato raggiunto attraverso l'offerta di informazioni fruibili in modo semplice e veloce, in un ambiente graficamente confortevole e intuitivo, con un'attenzione all'accessibilità da parte di persone con disabilità. Margini di miglioramento per gli altri siti web sono da individuare nella possibilità di poter navigare tramite tastiera, nell'offrire una mappa del sito e un help contestuale, aspetti che andrebbero in alcuni casi inseriti, in altri potenziati.

Tabella 20 – Punteggi raggiunti dalle aziende romane nella dimensione “Usabilità e Accessibilità”

		Usabilità e Accessibilità (su 100)
Settore Gas	www.eni.it	94,0
Settore Ambiente	www.amaroma.it	78,1
Settore Elettricità	www.aceaelectrabel.it	74,9
Settore Mobilità	www.atac.roma.it	73,3
Settore Acqua	www.aceaato2.it	70,1
Settore Trasporto	www.atac.roma.it	69,5

A fronte di un evidente miglioramento e potenziamento dei servizi fruibili direttamente on-line, va segnalata tuttavia, nella macroarea “**Comunicazione, Partecipazione e Relazionalità**”, una minore attenzione alla dimensione partecipativa e relazionale, soprattutto in riferimento alle attuali tendenze di Internet - quelle che sono state etichettate come “Web 2.0”.

IL WEB 2.0 E IL SOCIAL NETWORKING

Si tende ad indicare come Web 2.0 l'insieme di tutte quelle applicazioni on-line che permettono uno spiccato livello di interazione sito-utente (blog, forum, chat, sistemi quali Wikipedia, Youtube, Facebook, Myspace, Twitter, Gmail, Wordpress, Tripadvisor ecc.). Si differenzia rispetto al cosiddetto Web 1.0, composto prevalentemente da siti web statici, che non prevede la possibilità di interazione con l'utente eccetto la normale navigazione tra le pagine, l'uso delle e-mail e l'uso dei motori di ricerca. Nello schema sottostante è riportata la presenza degli enti comunali nelle applicazioni Web 2.0 più importanti. Il numero tra parentesi (aggiornamento al 06.05.2010) esprime per Facebook e Twitter il numero di persone iscritte, mentre per Youtube il numero complessivo di visualizzazioni dei filmati.

	facebook	twitter	YouTube Broadcast Yourself™	flickr
	✓ (7.462)			
	✓ (1.932)	✓ (1.510)		
	✓ (4.323)			
	✓ (818)			
	✓ (614)			
	✓ (2.543)			
	✓ (1.538)	✓ (359)	✓ (49.037)	✓
	✓ (1.929)			
	✓ (3.833)	✓ (129)	✓ (40.816)	✓
		✓ (23)		
	✓ (2.403)			
			✓ (297.542)	
	✓ (6.402)			

I punteggi raggiunti si collocano attorno alla sufficienza, tranne che per Acea Ato2 le cui performance sono al di sotto di tale soglia (Tabella 21). Infatti, con riguardo alla dimensione “Partecipazione”, le aziende sembrano mancare di interesse nel proporre forum, sondaggi on-line e questionari di customer satisfaction, mentre la possibilità di inviare consigli e segnalazioni è presente in tutti i siti (ad eccezione di quello di Acea Ato2). Per ciò che riguarda i reclami, se l’aspetto informativo è presente in tutte le realtà, la sua gestione on-line è pienamente possibile solo per l’Atac (TPL e mobilità) mentre per l’Ama e per l’Eni, pur essendo possibile l’inoltro via web, sono assenti alcune indicazioni (come i tempi di lavorazione della pratica) che non permettono di raggiungere una piena adeguatezza. La procedura di conciliazione, elemento molto interessante per il cittadino fruitore dei servizi pubblici perché consente di risolvere in modo efficace, gratuito e senza bisogno di ricorrere all’azione legale problematiche di fatturazione, di gestione dei consumi e più in generale di molteplici aspetti contrattuali, è presente in due casi: con un servizio interamente fruibile on-line sul sito dell’Eni e con la possibilità di scaricare un modulo da inviare poi con raccomandata sul sito Acea Electrabel e Acea Ato2.

Tabella 21 – Punteggi raggiunti dalle aziende romane nella dimensione “Comunicazione, Partecipazione e Relazionalità”

		Comunicazione Partecipazione Relazionalità (su 100)
Settore Gas	www.eni.it	77,4
Settore Ambiente	www.amaroma.it	69,0
Settore Mobilità	www.atac.roma.it	66,5
Settore Trasporto	www.atac.roma.it	66,5
Settore Elettricità	www.aceaelectrabel.it	52,6
Settore Acqua	www.aceaato2.it	43,1

Infine riguardo la macroarea dello “Sviluppo Tecnologico”, nonostante un ottimo risultato raggiunto dai due siti di Acea (Tabella 22), evidenzia una insufficienza per le restanti aziende capitoline, mostrando l’esistenza di ulteriori margini per migliorare gli aspetti strettamente tecnici della programmazione dei siti (ad esempio i tempi di connessione alle pagine e il peso complessivo della pagina principale e della grafica).

Tabella 22 – Punteggi raggiunti dalle aziende capitoline nella dimensione “Sviluppo Tecnologico”

		Sviluppo Tecnologico (su 100)
Elettricità	www.aceaelectrabel.it	89,3
Settore Acqua	www.aceaato2.it	87,5
Settore Gas	www.eni.it	67,9
Settore Mobilità	www.atac.roma.it	54,5
Settore Trasporto	www.atac.roma.it	54,5
Settore Ambiente	www.amaroma.it	53,6

Lo schema qui di seguito sintetizza graficamente i punteggi complessivi raggiunti dai siti web nelle cinque macroaree.

	Trasparenza e Accesso	Qualità e Interattività dei Servizi in Rete	Usabilità e Accessibilità	Comunicazione, Partecipazione e Relazionalità	Sviluppo Tecnologico
Acea Ato2	😊	😞	😐	😞	😊
Acea Electrabel	😊	😐	😐	😞	😊
Atac – Mobilità	😊	😐	😐	😐	😞
Atac – TPL	😊	😐	😐	😐	😞
Ama	😐	😊	😐	😐	😞
Eni	😊	😊	😊	😐	😐

Legenda: punteggio $\geq 80/100$ = 😊; punteggio $\geq 60/100 \approx < 80/100$ = 😐; punteggio $< 60/100$ = 😞

Una lettura trasversale, ovvero per azienda, evidenzia il primato del sito web dell'Eni che raggiunge in tre macroaree su cinque l'eccellenza, e un punteggio più che sufficiente nelle restanti due. Seguono i siti di Acea con due macroaree ottimamente presidiate e, per ultimi, i siti di Ama ed Atac con una macroarea sola. Si osserva che, ad eccezione di Acea Ato2, tutti gli altri presentano criticità (ovvero un punteggio insufficiente) in un'unica macroarea. Se da una parte è indubbio che esistano ancora margini per migliorare il servizio e raggiungere la piena adeguatezza agli standard di settore, dall'altra è importante sottolineare il progresso che i siti aziendali hanno perseguito nell'ultimo triennio. Di ciò si ha evidenza nel confronto qualitativo con i risultati raggiunti nelle precedenti rilevazioni e, soprattutto, con l'ottimo piazzamento di Roma rispetto alle altre realtà italiane ed europee per la gamma offerta di servizi fruibili on-line.

La schematizzazione sottostante riporta i punti di forza e di debolezza che caratterizzano i siti web delle aziende capitoline.

Punti di forza	Punti di debolezza
<ul style="list-style-type: none"> • Trasparenza aziendale, pubblicazione dei bilanci, della struttura e dell'organigramma. • Possibilità per i fornitori accreditati di partecipare alle gare on-line. • Rapporto contrattuale gestito nella maggior parte dei casi interamente sul web • Informazioni in tempo reale e multilingua sulla mobilità • Offerta di servizi on-line informativi e transattivi ai primi posti a livello nazionale ed europeo 	<ul style="list-style-type: none"> • Minore attenzione alla partecipazione: assenza di forum, sondaggi on-line, questionari di customer satisfaction • Procedura di conciliazione sul web presente solo in due casi (siti Acea) • Caratteristiche tecniche del sito migliorabili

7. Il confronto nazionale ed europeo

I risultati del confronto nazionale mostrano l'eccellenza raggiunta dalle aziende capitoline in termini di offerta di servizi transattivi sul web. La prima indagine, datata 2005, evidenziava per Roma l'esistenza di una forte componente della domanda di servizi pubblici caratterizzata da un alto grado di alfabetizzazione tecnologica e dalla cognizione delle potenzialità che derivava dalle esperienze di navigazione on-line. Ciò rappresentò per le aziende erogatrici di servizi di pubblica utilità l'inizio, in un certo senso, di nuovo corso digitale incentrato sulla diffusione di servizi sempre più interattivi, anche al fine di colmare il gap rispetto a ciò che potevano offrire aziende di altre realtà territoriali, che lo studio effettuato cinque anni fa evidenziò in tutta chiarezza. Il secondo lavoro (2007) rilevava, per contro, l'ampliamento della gamma di servizi transattivi erogati, mostrando un consolidamento dell'attenzione delle *public utility* romane verso questo aspetto. L'attuale rilevazione evidenzia infine un importante risultato raggiunto dalle aziende nell'ambito dei servizi interattivi: un'attenzione particolare è stata spesa, infatti, proprio laddove l'offerta risultava più carente, con interventi che hanno colmato i deficit permettendo ai siti web di raggiungere o avvicinarsi di molto ai migliori standard nazionali ed internazionali.

In definitiva, il benchmarking evidenzia per Roma come i servizi on-line si caratterizzino per un livello di sostanziale adeguatezza se si considera il quadro dell'offerta italiana. La capitale è, infatti, la città che raggiunge nel complesso i punteggi più elevati (dati dalla somma dei punteggi dei siti web nei vari settori) distaccando in maniera significativa realtà come Milano, Torino e Bologna.

L'Atac conferma la sua leadership posizionandosi al primo posto nell'offerta di servizi interattivi dedicati alla mobilità, distanziando di parecchi punti Venezia e Genova (Figura 4). Per il trasporto pubblico locale, invece, è preceduta dall'azienda milanese che offre, in più, solamente la possibilità di acquistare on-line gli abbonamenti.

Il sito web dell'Ama, con risultati molto soddisfacenti, si colloca ridosso dell'omologo milanese che si distingue unicamente per la possibilità di prenotare on-line il ritiro dei rifiuti ingombranti. Il punteggio raggiunto dall'Ama è comunque sottostimato in quanto, successivamente all'analisi, il relativo sito è stato aggiornato con un ampliamento della gamma di servizi on-line offerti (ad esempio la verifica delle frequenze di pulizia nelle strade).

La classifica degli sportelli web delle aziende elettriche mostra chiaramente il buon risultato di Acea rispetto all'offerta di servizi on-line di tipo più interattivo. L'azienda capitolina beneficia, nel confronto tra le concorrenti che offrono servizi di vendita di energia elettrica nel territorio romano, di un'ampia funzionalità di rete del proprio sito negli aspetti relativi alla gestione dei rapporti con la clientela. Il sito Internet romano si colloca, infatti, al secondo posto subito dopo l'Eni e tutti gli indici di secondo livello che descrivono la macroarea dell'interattività attestano la qualità e la completezza dello sforzo di ampliamento dell'offerta di servizi interattivi realizzato dall'azienda capitolina.

Nel settore idrico AceaAto2 si posiziona al quarto posto dopo Bologna, Bari e Palermo migliorando comunque il risultato raggiunto nel 2007 (ottava posizione).

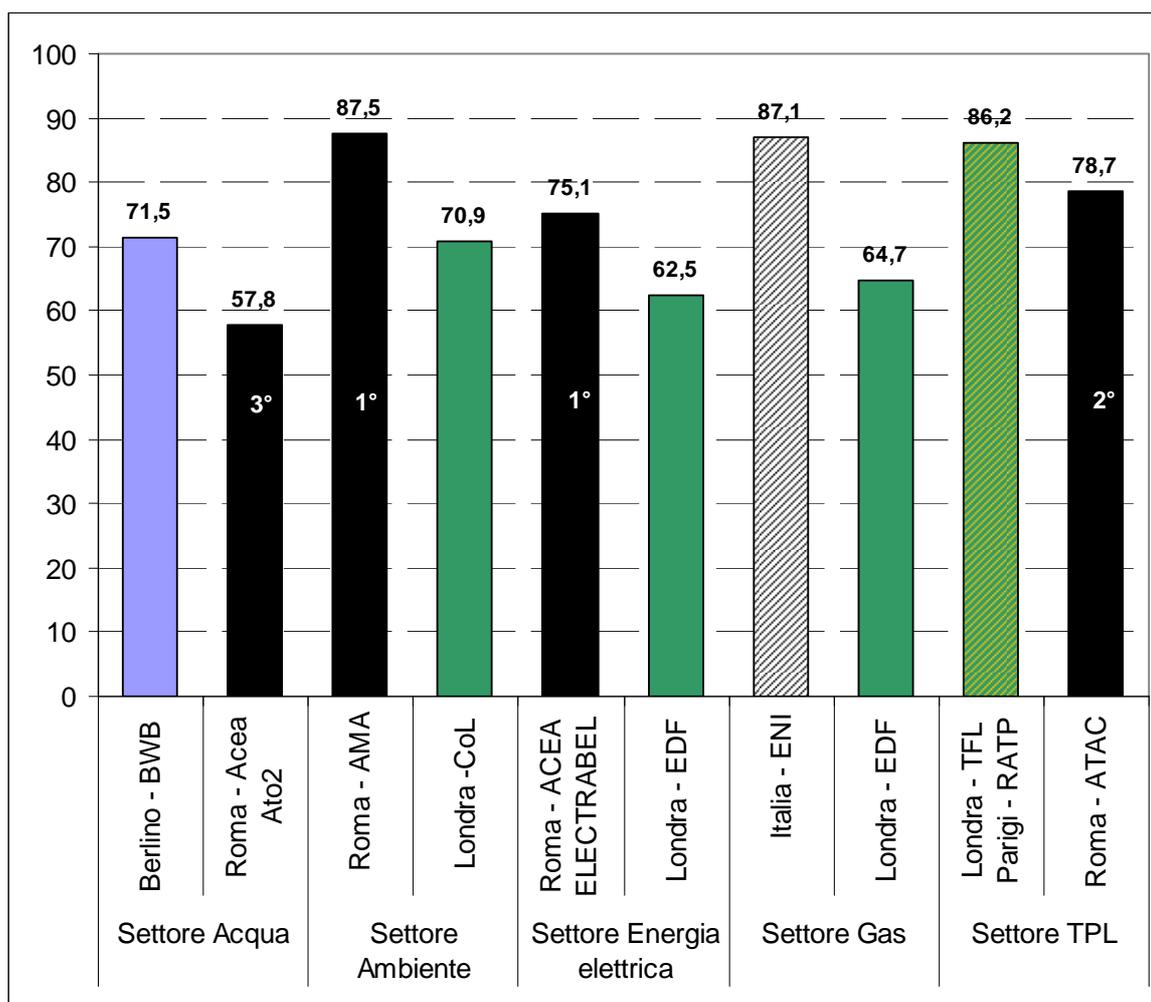


Figura 4 - Confronto a livello nazionale per la macroarea “Qualità e Interattività dei Servizi di Rete”

Il confronto a livello di capitali europee conferma gli importanti progressi raggiunti nell’ambito del macro indicatore della “Qualità e interattività dei servizi”: colmato il divario, evidenziato nelle precedenti analisi, delle *utility* romane con le imprese di pubblico servizio europee, Roma raggiunge il primo posto nel settore energia elettrica ed igiene urbana mentre per il trasporto pubblico si avvicina ai livelli di offerta di Londra e Parigi (prime con pari punteggio), piazzandosi al secondo posto (Figura 5).

Nel settore idrico il sito di AceaAto2 si colloca al terzo posto dopo la BWB di Berlino e la Compagnie des Eaux de Paris di Parigi dalla quale è separata solamente da una frazione di punto.

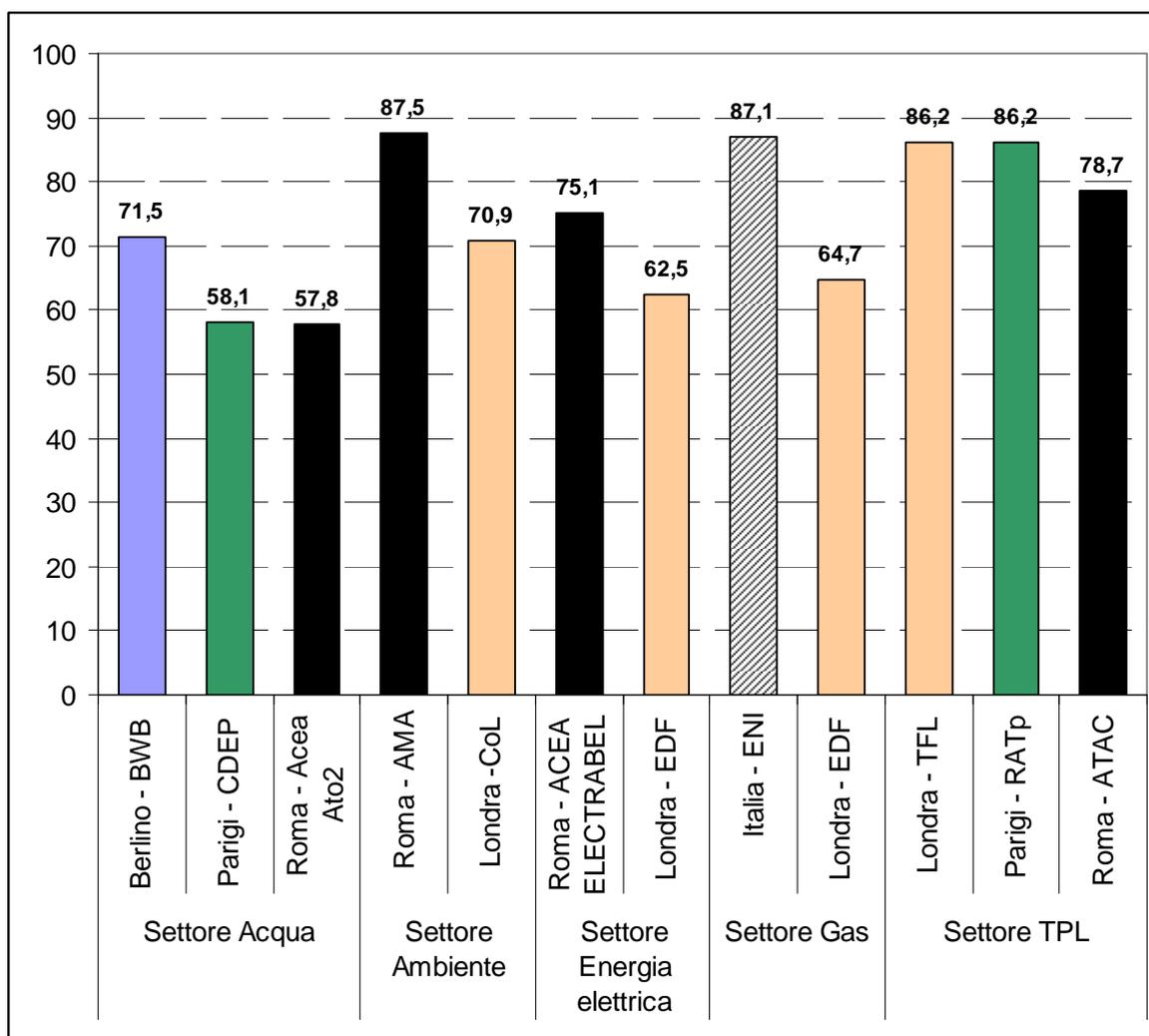


Figura 5 - Confronto a livello europeo per la macroarea “Qualità e Interattività dei Servizi di Rete”

In generale il quadro europeo di offerta di servizi on-line mostra un sistema di aziende attrezzate nell'erogazione di servizi sempre più transattivi e di informazioni sempre più complete. Le aziende romane sembrano essere riuscite in questo triennio ad attuare dinamiche di crescita dell'infrastruttura on-line con nuovi modelli di servizio, in grado di dare ottima efficacia ai processi interattivi di rete: il prossimo passaggio, come già detto, dovrà essere quello di alimentare la fiducia verso questo strumento al fine di ottenere l'utilizzo dei servizi erogati via web da parte di un bacino sempre più grande di cittadini.

Nelle pagine che seguono, è possibile individuare per ognuno dei siti capitolini le caratteristiche e le peculiarità che li distinguono con i confronti di dettaglio svolti a livello nazionale ed europeo.

8. Analisi e valutazione del sito www.atac.roma.it (Trasporto pubblico locale)

Il sito web dell'Atac, con un punteggio complessivo pari a 70,7 punti su 100, mostra una più che sufficiente aderenza agli standard tendenziali da raggiungere. I miglioramenti più significativi si registrano nell'area della Trasparenza e accesso e nella Qualità e interattività dei servizi in rete (Figura 6).

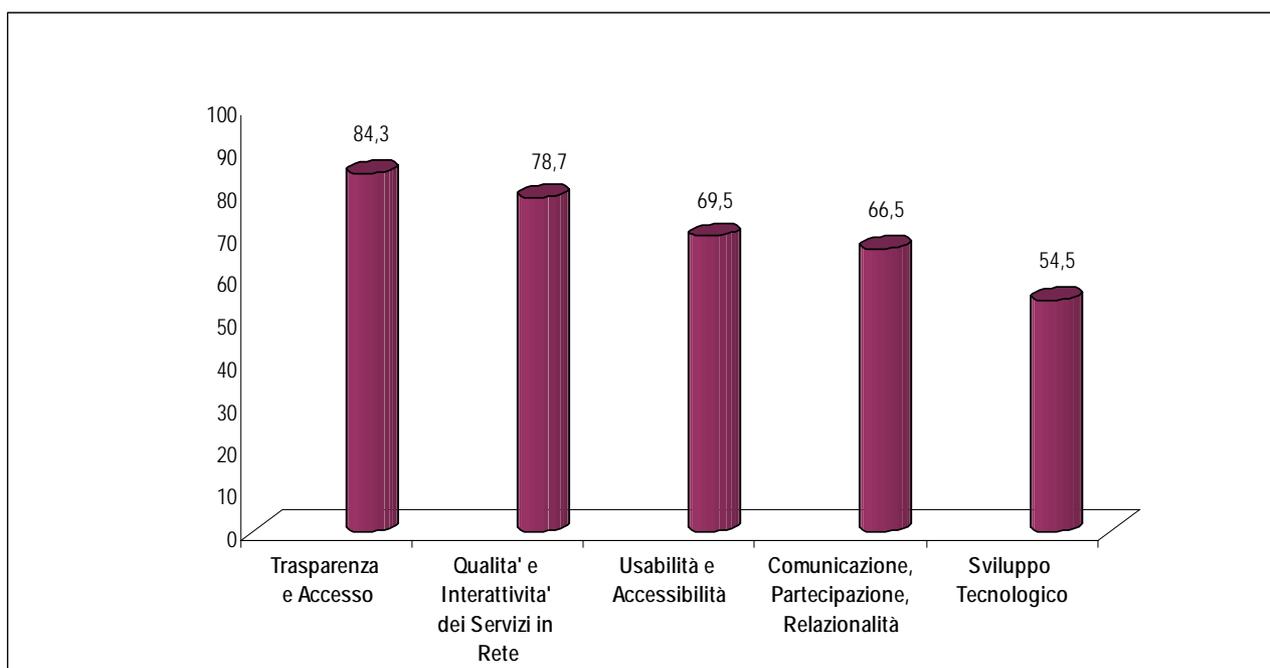


Figura 6 - Punteggi delle cinque macroaree relative al sito web dell'ATAC (Trasporto pubblico locale)

A livello nazionale e con riferimento alla macroarea di rilevazione più interessante rispetto ai rapporti con l'utenza, ovvero quella della qualità e interattività dei servizi, il sito web romano (78,7/100) si posiziona al secondo posto subito dopo Milano (82,5/100) perdendo, rispetto al 2007, il primato nella graduatoria della macroarea (Figura 12).

A livello di capitali europee si assiste invece ad un netto miglioramento (Figura 13): infatti, rispetto al quarto posto della rilevazione del 2007, Roma raggiunge la seconda posizione dopo Londra e Parigi (86,2/100 per ambedue le città).

Trasparenza e Accesso

Sotto il profilo della “**Trasparenza e Accesso**”, il sito web ottiene un valore pari a 84,3/100. Nel suo complesso la macroarea è migliorata rispetto alla precedente rilevazione.

Buone le performance della dimensione “**Trasparenza Aziendale**”; l’azienda è, infatti, molto attenta nel fornire informazioni sulla struttura e sull’organigramma della stessa come pure sono chiaramente esplicitati la mission aziendale, i servizi offerti e i responsabili dei processi (Figura 7). Tutte queste informazioni sono raggruppate in un’apposita sezione visibile e raggiungibile da ogni pagina del sito. Un’attenzione particolare è riservata anche al tema dell’informativa sulla Privacy, presente a fondo pagina in qualsiasi livello del sito. Sono tuttavia ancora assenti le notizie circa il sistema di qualità aziendale e le informazioni sulla durata dei procedimenti aziendali.

Per quanto riguarda la “**Trasparenza Normativa**” non si osservano variazioni rispetto al 2007. Sono previste pagine dedicate ai bilanci e alla governance, anche se al momento della rilevazione non accessibili perché in fase di revisione.

In tema di “**Accesso**” il sito raggiunge l’eccellenza in quanto fornisce indicazioni dettagliate su uffici e sportelli e prevede la possibilità agli utenti registrati di inviare segnalazioni, reclami o richieste. I fornitori accreditati possono inoltre visionare i bandi di gara e presentare offerte direttamente on-line.

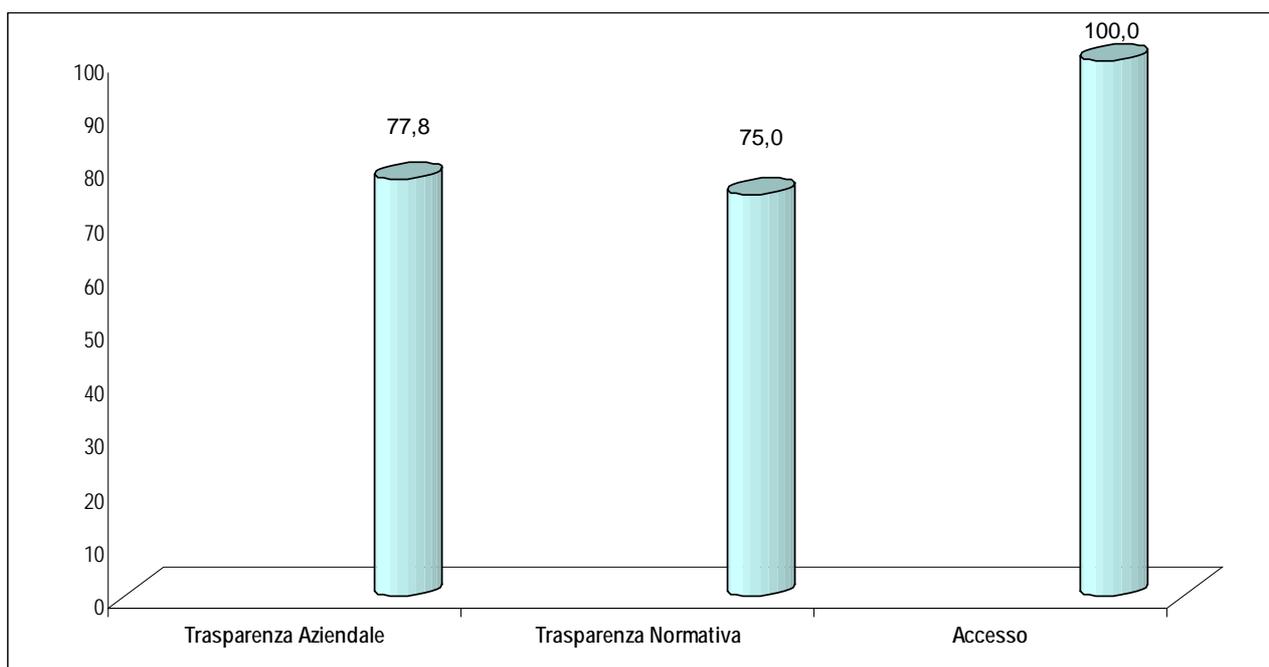


Figura 7 – Punteggi degli indicatori della macroarea “Trasparenza e Accesso”

Qualità e Interattività dei Servizi in Rete

A livello di “**Qualità e Interattività dei Servizi in Rete**”, il sito dell’Atac conferma le proprie buone performance, raggiungendo un punteggio pari a 78,7 su 100.

Per ciò che concerne la sezione “**Trasporto e Disabili**” non è più prevista, contrariamente al 2007, la possibilità di prenotare on-line il servizio “Trambus abile a chiamata”; in passato tale opzione era disponibile sul sito della Trambus, collegato direttamente al sito dell’Atac, mentre oggi non è più disponibile a seguito dei recenti processi di riorganizzazione del sistema del trasporto pubblico locale (Figura 8). La sezione “Persone con disabilità” è linkabile direttamente dalla home page e fornisce informazioni ampie e dettagliate circa i servizi disponibili, rimandando per le prenotazioni dei servizi previsti al numero verde aziendale.

Riguardo alla dimensione più generale del “**Trasporto**”, si osserva che il sito offre quasi tutti i servizi potenzialmente erogabili: dalle informazioni sui mezzi pubblici disponibili alla segnalazione di anomalie nel trasporto. La sezione “per la città” è interamente dedicata alle notizie sulla rete di trasporto pubblico con la possibilità di visualizzare le segnalazioni di variazioni dei percorsi e degli scioperi previsti. In home page è disponibile lo strumento per il calcolo del percorso per gli spostamenti in città sia con mezzi pubblici, sia con mezzi privati, nonché i link ai servizi “trova linea”, “cerca indirizzo” e “Atacmobile”. Rispetto al 2007 è ora possibile ottenere informazioni in tempo reale sui tempi di attesa alle fermate. Non è presente ancora la possibilità di comprare biglietti o abbonamenti on-line, ma esiste la possibilità di iscriversi on-line al servizio multimediale “BIT via sms” per pagare il biglietto attraverso il cellulare e di consultare un utile motore di ricerca per individuare la rivendita autorizzata più vicina.

Il sito offre infine informazioni sui servizi aggiuntivi come il noleggio di tram storici per determinate occasioni (tram ristorante, tramjazz, etc) che può essere effettuato tramite il contact center, e i percorsi dei bus turistici per le visite guidate della città, con biglietti acquistabili on-line tramite il link al sito Trambus open.

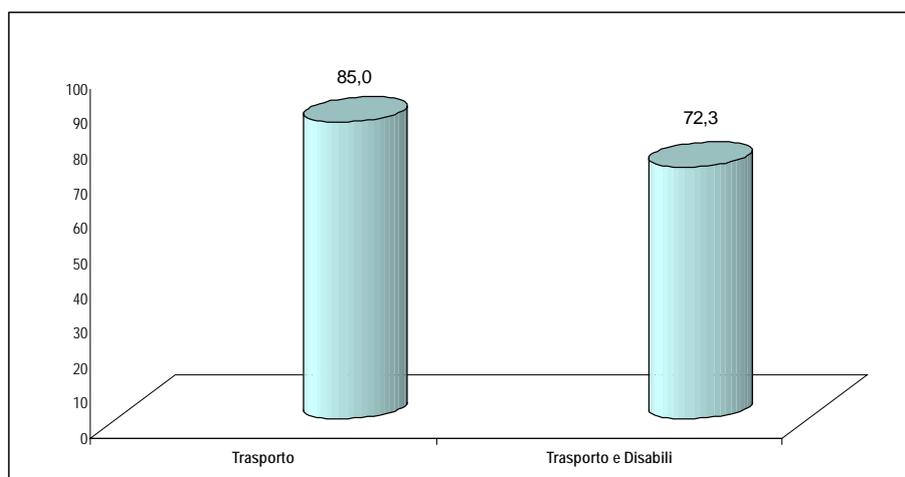


Figura 8 - Punteggi degli indicatori della macroarea “Qualità e interattività dei servizi in rete”

Usabilità e Accessibilità

La macroarea “**Usabilità e Accessibilità**” raggiunge un punteggio complessivo pari a 69,5 punti su 100 risultando più che sufficientemente adeguata agli standard, e non presenta variazioni di rilievo rispetto alla precedente rilevazione.

Buona la “**Navigabilità**” del sito (Figura 9): in ogni pagina è visualizzato il percorso effettuato che rende in questo modo possibile sia ripercorrere a ritroso le pagine visitate, sia collegarsi rapidamente alla home page. Il motore di ricerca interna, presente anche questo in ogni pagina, è efficace e puntuale e permette una navigabilità molto semplice e fluida.

Nell’area “**Accessibilità**” si registra ancora l’assenza della navigazione tramite tastiera, sebbene il sito presenti la possibilità di consultare tutte le pagine in modalità solo testo e ad alto contrasto, opzioni che facilitano la lettura da parte di utenti con disabilità visive. Particolare attenzione è stata spesa per definire in maniera univoca le diverse aree di interesse, per cui già dalla home page l’utente può individuare agevolmente il percorso da intraprendere per ottenere le relative informazioni. Non è presente all’interno delle pagine un tasto *ad hoc* per ingrandire i caratteri dello schermo, ma il sito è comunque sensibile all’utilizzo di queste funzionalità messe a disposizione dai più importanti browser.

Anche l’indicatore “**Usabilità**” rimane invariato rispetto al 2007 con performance al di sotto della sufficienza. Il sito risente dell’assenza di un help di soccorso per l’utente in difficoltà, come di una guida alle operazioni di tipo interattivo (per esempio il download di documenti). La chiara segnalazione in caso di errore, sebbene essi siano rari, aumenterebbe il livello qualitativo del sito.

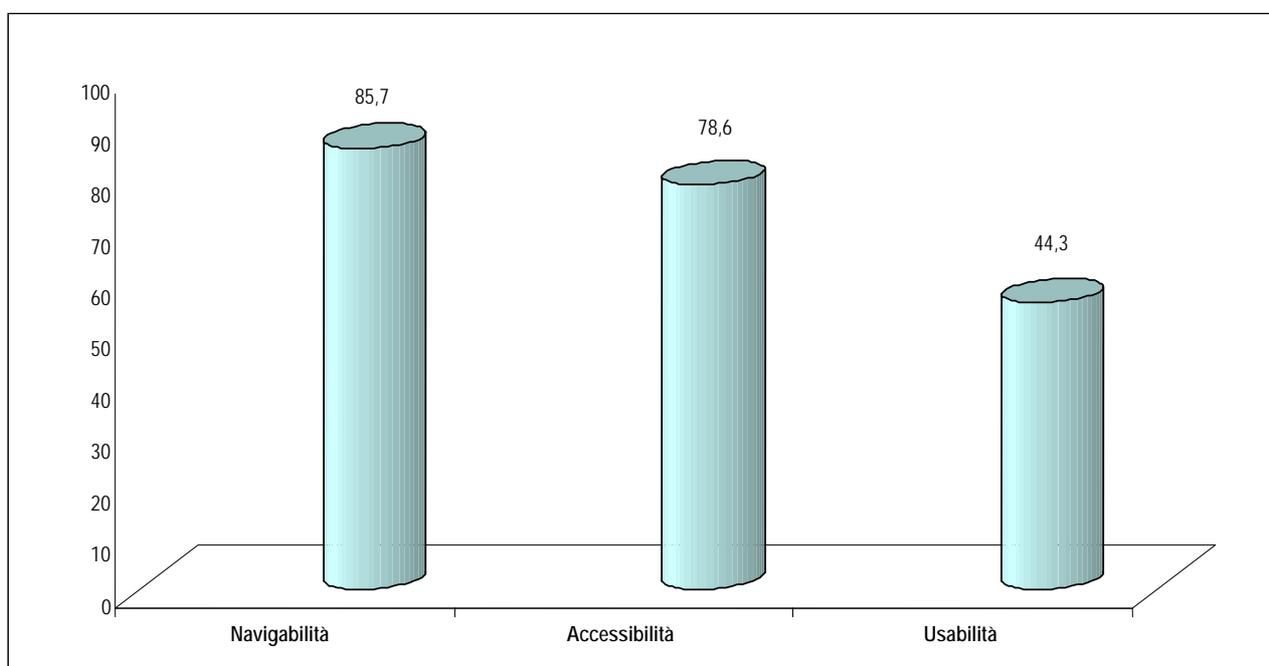


Figura 9 - Punteggi degli indicatori della macroarea “Usabilità e accessibilità”

Comunicazione, Partecipazione, Relazionalità

La macroarea “**Comunicazione, Partecipazione, Relazionalità**” pur migliorata rispetto alla precedente analisi, mostra solo una sufficiente aderenza agli standard tendenziali da raggiungere (il punteggio complessivo è pari a 66,5 punti su 100) presentando margini ulteriori di perfezionamento da perseguire soprattutto nell’area della “Partecipazione”.

Più che buone le performance relative alla “**Comunicazione on-line**” (Figura 10). Si evidenzia la possibilità di poter usufruire dei servizi informativi tramite sms o in tempo reale attraverso il sistema Rss (Really Simple Syndication). Si nota inoltre la presenza di FAQ, molto articolate e dettagliate, disponibili in ogni pagina del sito, come pure l’indicazione della data dell’ultimo aggiornamento disponibile.

La “**Comunicazione Istituzionale**” è solo sufficiente. Sul sito web sono presenti informazioni relative a collaborazioni nazionali/internazionali e a progetti specifici, come le campagne di comunicazione istituzionale (ad esempio l’illustrazione degli sconti per i possessori di carte Metrebus con i link ai siti degli enti/aziende/musei convenzionati). È necessario evidenziare tuttavia l’assenza di un glossario dei termini specialistici.

La dimensione del “**Customer care**” è quella che raggiunge risultati eccellenti. Il sito web aziendale dà ampio spazio alle informazioni sulle condizioni contrattuali e alla carta dei servizi. Nella pagina principale è presente una sezione (“ATAC risponde”) in cui sono riportati i numeri utili e le modalità per contattare gli uffici dell’azienda, nonché la possibilità per l’utente registrato di inviare suggerimenti e richieste di informazioni direttamente via web. È inoltre disponibile in tempo reale, per chi intende contattare telefonicamente l’azienda, un indicatore dei tempi di attesa distinto per aree di interesse.

La dimensione della “**Partecipazione**” è quella che presenta le criticità più evidenti, con performance ben al di sotto della sufficienza. Si osserva, infatti, la tendenza a non raccogliere feedback per esempio attraverso il ricorso a sondaggi o questionari ad hoc su temi relativi al servizio oppure con riferimento al gradimento e all’utilizzo dello stesso sito web, anche se sono presenti, per l’utente registrato, strumenti per l’invio di segnalazioni o consigli in modalità on-line. Rispetto alla rilevazione del 2007 non è più presente il forum di discussione pur permanendo la possibilità di inviare segnalazioni e consigli.

Appena sufficiente la dimensione “**Reclami e Contenzioso**”. Il sito web permette l’inoltro di un reclamo con l’attestazione dell’avvenuto invio e la contestuale assegnazione di un codice segnalazione, anche se non ci sono chiare indicazioni sui tempi di risposta da parte dell’azienda. Margini per migliorare il servizio possono essere individuati ad esempio nell’implementazione di un servizio per i procedimenti di conciliazione.

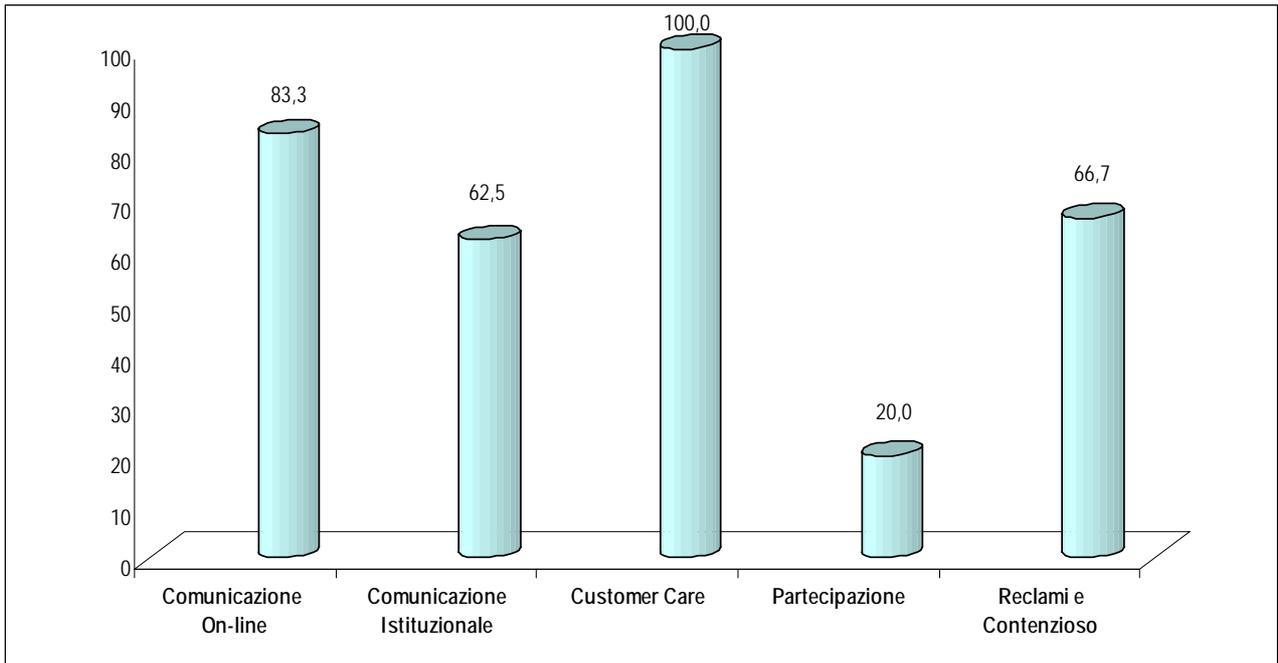


Figura 10 - Punteggi degli indicatori della macroarea “Comunicazione, Partecipazione, Relazionalità”

Sviluppo Tecnologico

La macroarea “**Sviluppo Tecnologico**” raggiunge un punteggio pari a 54,5 punti su 100 e risulta insufficientemente adeguata agli standard tendenziali da raggiungere.

L'indicatore “**Qualità Server e Connessioni**” (Figura 11) è quello che mostra la criticità maggiore con performance che non si discostano significativamente da quelle osservate nel 2007. Il download dei moduli come pure la connessione alla home page, infatti, avvengono ancora con tempi discretamente lunghi.

La dimensione “**Qualità dell'HTML e Web Design**”, registra per contro un miglioramento qualitativo rispetto al 2007, determinato dalla presenza di meno errori nel codice html e un peso non eccessivo dell'home page e della grafica, il che si traduce in una navigazione più veloce.

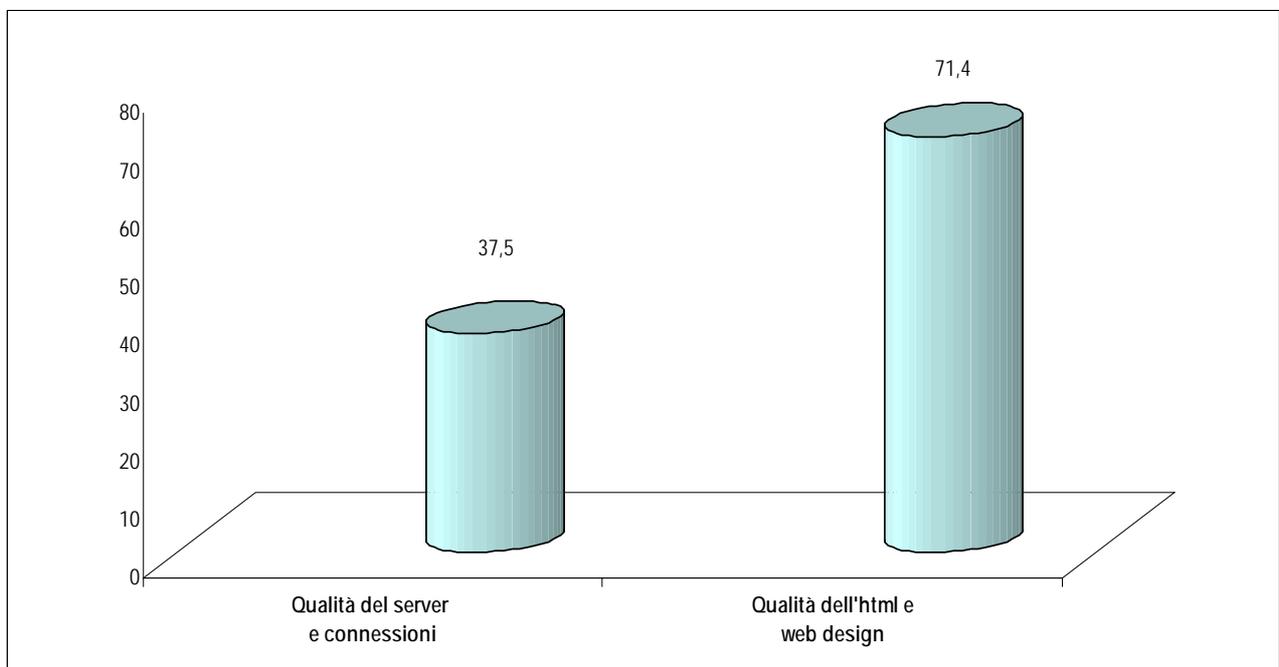


Figura 11 - Punteggi degli indicatori della macroarea “Sviluppo tecnologico”

Confronto nazionale

Il confronto, effettuato tra i siti web delle città metropolitane italiane per la macroarea “**Qualità e Interattività dei Servizi in Rete**”, colloca Roma al secondo posto dopo Milano (Figura 12).

Il capoluogo lombardo offre in più rispetto alla capitale la possibilità di procedere direttamente on-line all’acquisto degli abbonamenti e alla prenotazione del trasporto per i disabili.

Prendendo in considerazione esclusivamente l’indicatore “Trasporto”, i siti di Torino e Genova ottengono un punteggio maggiore della capitale. In ambedue i casi, il cittadino può, infatti, procedere all’acquisto e al pagamento on-line di abbonamenti annuali e, solo per Genova, anche di specifici pacchetti turistici.

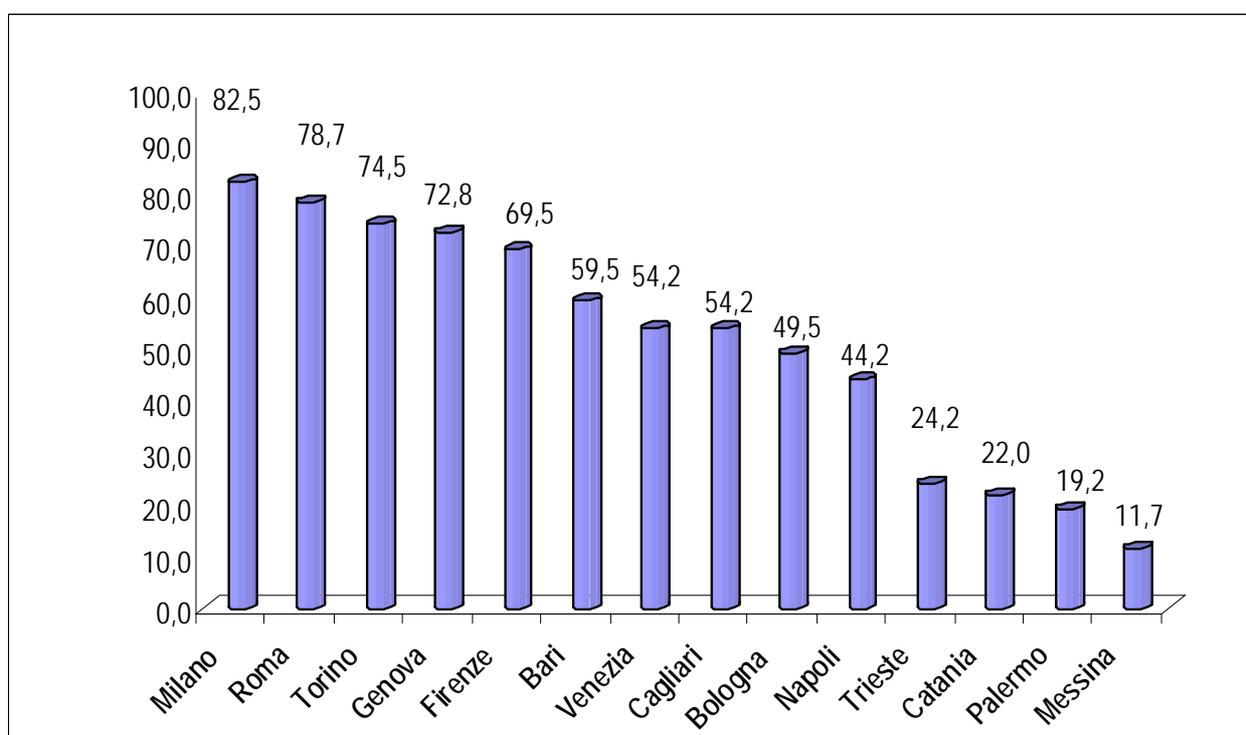


Figura 12 - Confronto tra i siti web delle città metropolitane in tema di trasporto pubblico locale: valore complessivo della macroarea “Qualità e interattività dei servizi in rete”

La Tabella 23 riporta il dettaglio degli indicatori che compongono la macroarea.

Tabella 23 – Confronto tra i siti web delle città metropolitane in tema di trasporto pubblico locale: valore degli indicatori appartenenti alla macroarea “Qualità e interattività dei servizi in rete”

Città	Azienda o Ente	URL	Trasporto (su 100)	Trasporto disabili (su 100)	Valore Complessivo 2010
Milano	ATM	www.atm-mi.it	90,0	75,0	82,5
Roma	ATAC	www.ATAC.roma.it	85,0	72,3	78,7
Torino	GTT	www.comune.torino.it/gtt	93,4	55,7	74,5
Genova	AMT	www.amt.genova.it	90,0	55,7	72,8
Firenze	ATAF	www.ataf.net	83,4	55,7	69,5
Bari	AMTAB	www.amtabservizio.it	55,0	64,0	59,5
Venezia	ACTV	www.actv.it	75,0	33,3	54,2
Cagliari	CTM	www.ctmcagliari.it/	75,0	33,3	54,2
Bologna	ATC	www.atc.bo.it	76,6	22,3	49,5
Napoli	ANM	www.anm.it	55,0	33,3	44,2
Trieste	TRIESTE TRASPORTI	www.triestetrasporti.it	48,4	0	24,2
Catania	AMT	www.amt.ct.it	21,6	22,3	22,0
Palermo	AMAT	www.amat.pa.it	38,4	0	19,2
Messina	ATM	www.atmmessina.it	23,4	0	11,7

Confronto Europeo

Il confronto a livello di città capitali europee vede Roma (78,7/100) collocarsi al secondo posto dopo i siti di Parigi e Londra (86,2/100; Figura 13). I servizi offerti dalle due capitali Nord europee sono equivalenti: RATP (Parigi) e TFL (Londra) ottengono nell'area "Trasporto" il massimo valore attribuibile, poiché prevedono anche la possibilità di acquistare on-line gli abbonamenti. Per l'indicatore "Trasporti e Disabili", invece, i servizi si equiparano con quelli offerti da Roma (Tabella 24).

Il sito di Berlino, sebbene complessivamente riporti un valore inferiore al sito capitolino, ottiene un miglior punteggio nella sezione "Trasporto", in quanto offre la possibilità di richiedere un abbonamento attraverso la compilazione di un modulo in tempo reale, anche se non è tuttavia previsto il pagamento on-line, ma l'addebito diretto su conto corrente bancario indicato dall'acquirente nel form.

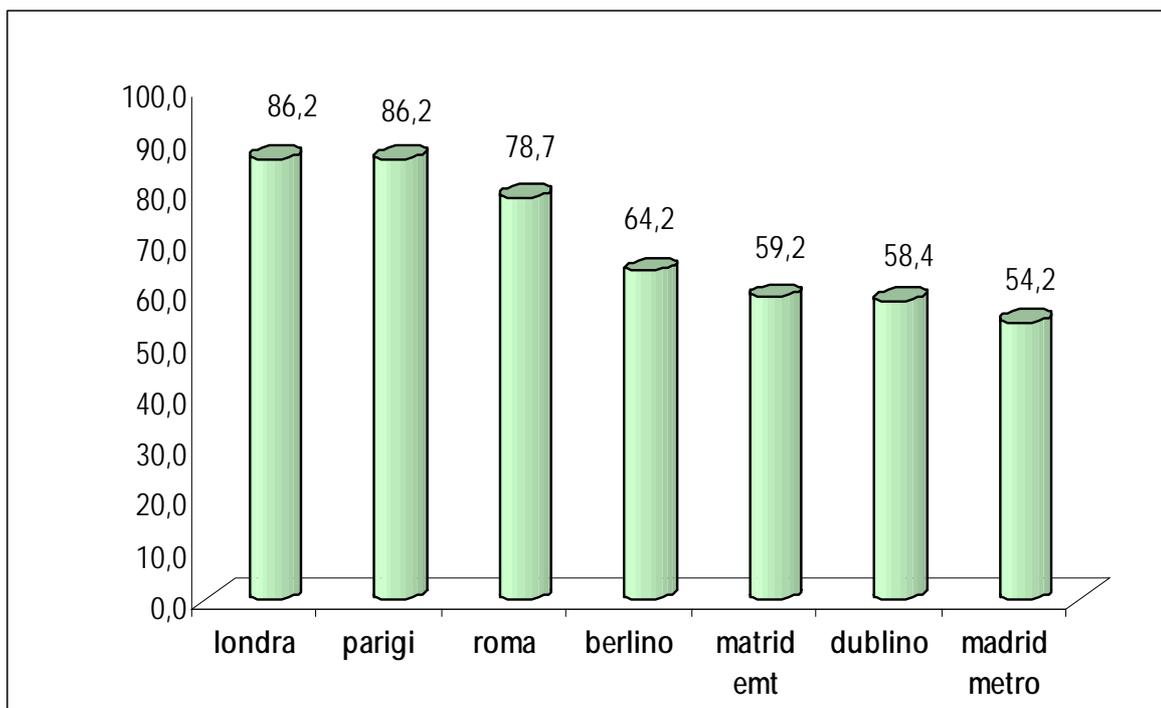


Figura 13 – Confronto tra i siti web di alcune capitali europee in tema di trasporto pubblico locale: valore complessivo della macroarea "Qualità e interattività dei servizi in rete"

La “Tabella 24” riporta il dettaglio degli indicatori che compongono la macroarea.

Tabella 24 – Confronto dei siti web a livello di capitali europee: valore degli indicatori appartenenti alla macroarea “Qualità e interattività dei servizi in rete”

Città	Azienda o Ente	URL	Trasporto (su 100)	Trasporto disabili (su 100)	Valore Complessivo 2010
Londra	TFL	www.tfl.gov.uk/	100	72,3	86,2
Parigi	RATP	www.ratp.fr	100	72,3	86,2
Roma	ATAC	www.atac.roma.it	85,0	72,3	78,7
Berlino	BVG	www.bvg.de	95,0	33,3	64,2
Madrid	EMT	www.emtmadrid.es	85,0	33,3	59,2
Dublino	Dublin Bus	www.dublinbus.ie	83,4	33,3	58,4
Madrid	Metro Madrid	www.metromadrid.es	75,0	33,3	54,2

Appendice Settore Trasporto

Tabella 25 – “Trasparenza e Accesso”, www.atac.roma.it

	Indici 2° Livello	Standard Tendenziali da Raggiungere	Standard raggiunto	Punteggi /Indici 2° Livello	Punteggi/Macroarea Generale
				2010	
Trasparenza e Accesso	Trasparenza Normativa	Pubblicazione di testi delle delibere aziendali o dell'ente	No	75,0/100	84,3/100
		Pubblicazione pagine relative al Bilancio	Si		
		Pubblicazione pagine relative al Bilancio Sociale (sostenibilità)	Si		
		Info su normativa di riferimento	Si		
	Accesso	Indicazioni sull' ubicazione degli uffici/sportelli	Si	100/100	
		Informazioni relative agli orari di apertura degli uffici/sportelli	Si		
		Presenza forme di contatto uffici/settori (fax/telefono email)	Si		
		Informazioni e/o transazioni relative a bandi / appalti	Si		
	Trasparenza Aziendale	Informazioni sulla struttura aziendale	Si	77,8/100	
		Informazioni sull' organigramma dell'azienda/ente	Si		
		Presentazione servizi	Si		
		Mission dell'azienda/ente	Si		
		Informazioni sul sistema di Qualità	No		
		Informazioni sulla durata di ciascun procedimento	No		
		Indicazione degli uffici e dei responsabili dei procedimenti	Si		
		Informazioni sulla privacy/uso dei dati	Si		
	Spazio per comitati etici/Codice Etico	Si			

Tabella 26 – “Qualità e Interattività dei Servizi in Reti”, www.atac.roma.it

Qualità e Interattività dei Servizi in Rete	Indici 2° Livello	Standard Tendenziali da Raggiungere	Standard raggiunto	Punteggi / Indici 2° Livello	Punteggi/ Macroarea Generale
				2010	
	Trasporto	Possibilità di segnalare anomalie nel trasporto		Si	85,0/100
Segnalazione delle variazioni dei percorsi e degli scioperi			Si		
Acquisto degli abbonamenti / card			Parziale		
Informazioni sugli orari dei mezzi pubblici alle fermate			Si		
Calcolo percorso - itinerario consigliato			Si		
Trasporto e Disabili	Informazioni su autobus accessibili (percorsi, orari ecc)		Si	72,3/100	
	Informazioni su trasporto a prenotazione		Parziale		
	Informazioni su trasporto scolastico		Parziale		

Tabella 27 – “Usabilità e Accessibilità”, www.atac.roma.it

Usabilità e Accessibilità	Indici 2° Livello	Standard Tenzionali da Raggiungere	Standard raggiunto	Punteggi /Indici 2° Livello	Punteggi/ Macroarea Generale
				2010	
	Navigabilità		Presenza di logo istituzionale	Si	85,7/100
		Link alla home page in ogni pagina interna	Si		
		Percorso indicato in ogni pagina	Si		
		Visibilità dei link attivi	Si		
		Prevedibilità dei link	Si		
		Esistenza ed efficacia del motore di ricerca interno	Si		
		Presenza di mappa del sito (entro i primi 2 livelli)	No		
Accessibilità		Ricorrenza di elementi uguali e riconoscibili in tutte le pagine	Si	78,6/100	
		Disponibilità di un'alternativa di testo sulle immagini usate come link e descrizione delle zone attive nel caso di immagini con mappe sensibili	Parziale		
		Coerenza assoluta nel caso dell'utilizzo di colori per definire i settori tematici	Si		
		Possibilità di ingrandire i caratteri dello schermo	Si		
		Pagine "splash" o introduzioni flash (senza possibilità di saltare l'animazione)	Si		
		Navigazione rapida tramite tastiera	No		
		Utilizzo dei fogli di stile nella definizione della struttura della pagina	Si		
Usabilità		Qualità del download della modulistica	Parziale	44,3/100	
		Presenza di help	No		
		Esistenza e chiarezza dei messaggi di errore	Si		

Tabella 28 – “Comunicazione, Partecipazione, Relazionalità” - www.atac.roma.it

	Indici 2° Livello	Standard Tendenziali da Raggiungere	Standard raggiunto	Punteggi/ Indici 2° Livello	Punteggi/ Macroarea Generale
			2010		
Comunicazione, Partecipazione, Relazionalità	Comunicazione On-line	Reperibilità della URL sul motore di ricerca Google a partire dal nome dell'azienda/ente	Si	83,3/100	66,5/100
		Popolarità del sito basata sui link dall'esterno verso la url del sito	Parziale		
		Presenza FAQ	Si		
		Link utili	Si		
		Esplicitazione aggiornamento del sito	Si		
		Uso della multicanalità nell'offerta di informazioni e servizi	Si		
		Sms nell'erogazione del servizio	Si		
		Area dell'home page o pagina dedicata al primo piano	Si		
		Pubblicazione di newsletter e/o mailing list destinata all'utenza	No		
	Comunicazione Istituzionale	Glossario	No	62,5/100	
		Presenza campagne di comunicazione istituzionale	Si		
		Progetti sul territorio scuole, progetti formativi	Si		
		Cooperazione e relazioni esplicite con enti o soggetti non istituzionali Associazioni enti locali	Parziale		
	Customer Care	info generali sulle condizioni contrattuali	Si	100/100	
		info sulla carta dei servizi	Si		
		presenza in home page a contact center entro il livello II	Si		
		pagine info relative al servizio di customer care	Si		
		presenza dei canali per target	Si		
	Partecipazione	Possibilità di inviare consigli e segnalazioni	Si	20,0/100	
		Presenza di forum	No		
		Disponibilità di sondaggi on-line	No		
		Sondaggio sulle caratteristiche del sito	No		
		Questionari valutazione del servizio erogato dall'azienda / ente	No		

	Reclami Contenzioso	servizio on-line di gestione del reclamo	Si	66,7/100
		info sui reclami	Si	
		procedura di conciliazione	No	

Tabella 29 - Sviluppo Tecnologico, www.atac.roma.it

Sviluppo Tecnologico	Indici 2° Livello	Standard Tendenziali da Raggiungere	Standard raggiunto	Punteggi / Indici 2° Livello	Punteggi/Macroarea Generale
	2010				
Qualità Server e Connessioni		Tempo medio di connessione (connect time)	No	37,5/100	54,5/100
		Download: tempo virtualmente necessario allo scaricamento di 10 k	Parziale		
Qualità dell'HTML e Web Design		Controllo di validità dei link a partire dall'home page (N° errori)	No	71,4/100	
		Numero assoluto di errori rilevati nel codice html dell'home page	No		
		Numero di errori rilevati dell'home page con i diversi tipi di browser	Si		
		Peso complessivo dell'home page in KB	Si		
		Peso grafica dell'home page	Si		
		Rapporto tra grafica dell'home e totale dell'home page	Si		
		Immagini in home page eccedenti il limite di 20 k	Si		

9. Analisi e valutazione del sito www.atac.roma.it (Settore Mobilità)

Il sito dell'Atac ottiene, per le tematiche relative alla mobilità, un valore complessivo pari a 69,0 su 100 evidenziando performance più che sufficientemente adeguate agli standard tendenziali da raggiungere (Figura 14). Rispetto all'indagine precedente, le variazioni rilevate sono nella maggior parte dei casi positive e determinano un incremento delle funzionalità del sito web e delle informazioni fruibili sia da parte dei cittadini che per i fornitori. Margini di miglioramento permangono soprattutto nell'area dell'interattività e dello sviluppo tecnologico.

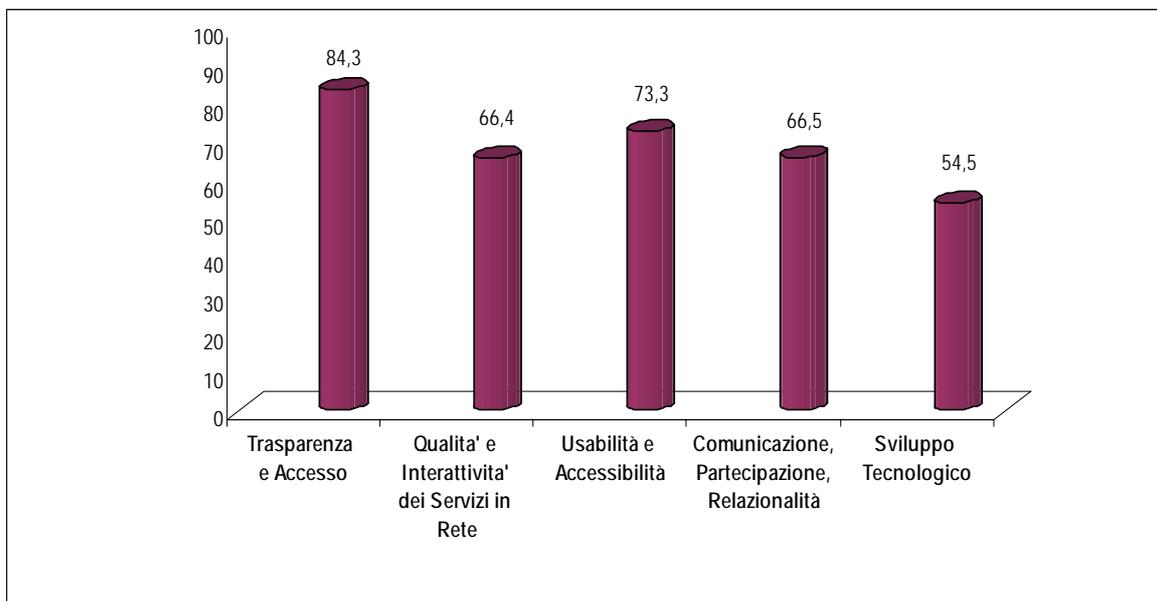


Figura 14 - Punteggi delle cinque macroaree relative al sito web dell'ATAC (Mobilità)

L'analisi di benchmarking a livello nazionale compiuta relativamente alla "Qualità e Interattività dei Servizi in Rete", evidenzia il posizionamento al primo posto del sito capitolino che con 66,4 punti su 100 si distacca nettamente dalle aziende delle altre città metropolitane.

Trasparenza e Accesso

La macroarea **“Trasparenza e Accesso”** registra un valore pari a 84,3 punti su 100 mostrando una più che buona aderenza agli standard di qualità.

La **“Trasparenza Aziendale”** (Figura 15) è resa esplicita da una serie di informazioni raggiungibili direttamente dalla home page circa la mission aziendale, l’organigramma, i numeri della mobilità, nonché dalla presenza di varie edizioni della Carta dei servizi (aggiornata tuttavia al 2008). Degna di nota è l’attenzione dedicata alla privacy, con la pubblicazione di una policy chiara e completa di documenti, come il codice etico e il codice della privacy (secondo quanto stabilito dal D.lgs 196/2003). Sono presenti, inoltre, varie informative relative a progetti europei come quello dei Sistemi di monitoraggio dei tempi di percorrenza nel contesto urbano (UTT-Urban Travel Time) o della Sicurezza integrata¹⁵. Si deve tuttavia segnalare il perdurare dell’assenza di informazioni relative alla durata di ciascun procedimento e l’assenza di indicazioni circa il Sistema di Qualità Aziendale.

L’indicatore **“Accesso”** ottiene il massimo punteggio: sono, infatti, presenti informazioni circa gli uffici e gli orari di apertura degli sportelli e, per l’utente registrato, anche la possibilità di invio di segnalazioni e reclami, con la restituzione di un codice identificativo da parte del sistema. Con riferimento ai bandi, i fornitori accreditati - la procedura di accreditamento è dettagliatamente descritta con i relativi form da scaricare e compilare - hanno la possibilità di prendere visione dei relativi contenuti e presentare on-line le offerte e di monitorarne l’andamento.

Buona la **“Trasparenza Normativa”** per la presenza del bilancio di esercizio e delle normative di riferimento anche se si continua a notare la mancata pubblicazione delle delibere aziendali.

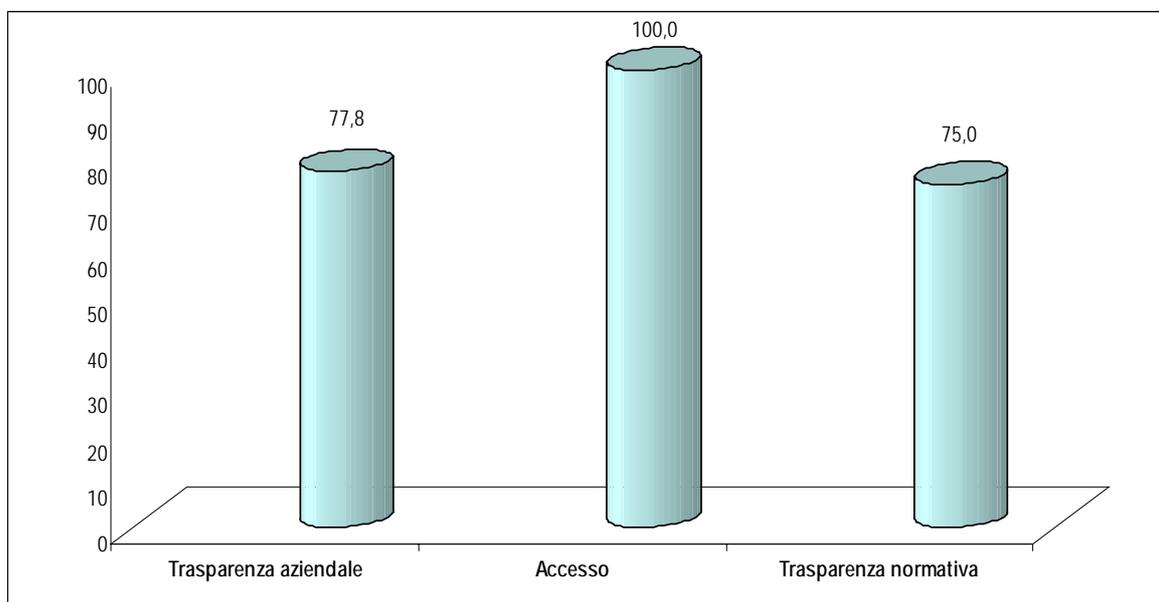


Figura 15 – Punteggi degli indicatori della macroarea “ Trasparenza e Accesso”

¹⁵ In alcuni siti ubicati nel territorio urbano di Roma sono già installati - o lo saranno a breve- sistemi di videosorveglianza e punti di segnalazione S.O.S. muniti di telecamera di sicurezza. Tali sistemi sono (e altri lo saranno a breve) installati presso alcuni parcheggi stradali a raso, parcheggi di scambio, aree di flusso da e verso stazioni della metropolitana, stazioni ferroviarie e capilinea.

Qualità e Interattività dei Servizi in Rete

La macroarea “**Qualità e Interattività dei Servizi in Rete**” raggiunge un punteggio pari a 66,4/100 mostrando una sufficiente aderenza agli standard tendenziali da raggiungere.

Più che sufficiente il risultato dell’indicatore relativo alla “**Mobilità**” (Figura 16). Il sito web offre un sistema di news completo, consultabile anche tramite cellulare (<http://Atacmobile.it>). La sezione “Atacmobile” dà la possibilità di ricevere varie informazioni in tempo reale: ad esempio verificare on-line i posti liberi in alcuni parcheggi e la presenza delle rivendite, per l’acquisto dei titoli di sosta, più vicine all’indirizzo desiderato; visionare il bollettino sul traffico visualizzando le webcam installate in nodi critici della città; e, più in generale, tutte le news (disponibili in italiano e in inglese) riguardanti la mobilità aggiornate ogni 5 minuti dagli operatori della Centrale della Mobilità. Rispetto alla rilevazione svolta nel 2007, è previsto il pagamento on-line (e tramite sms) dei parcheggi, operazione riservata all’utente registrato. Per quanto riguarda le informazioni sulle zone a traffico limitato (ZTL), pur non essendo più disponibile la verifica della scadenza del permesso di accesso e transito, sono presenti informazioni riguardanti il posizionamento e gli orari di attivazione dei varchi, nonché le eventuali modifiche straordinarie alle fasce consuete nonché le informazioni generali sulla permessistica, con la possibilità di scaricare i relativi. È da evidenziare infine la funzione di calcolo del percorso in tempo reale, con il consiglio dell’itinerario da preferire. Margini per migliorare l’interattività nei confronti dell’utenza potrebbero essere individuati nell’offrire la prenotazione e pagamento on-line dei parcheggi e l’acquisto dei permessi ZTL con relativa verifica della loro validità.

L’area “**Mobilità e Disabili**” non mostra miglioramenti rispetto alla precedente indagine ottenendo un punteggio poco superiore alla sufficienza: le funzionalità previste sono da una parte la possibilità di scaricare i moduli per il rilascio dei contrassegni speciali per circolazione e il parcheggio e dall’altra quella di ricevere informazioni sulla presenza di parcheggi per disabili.

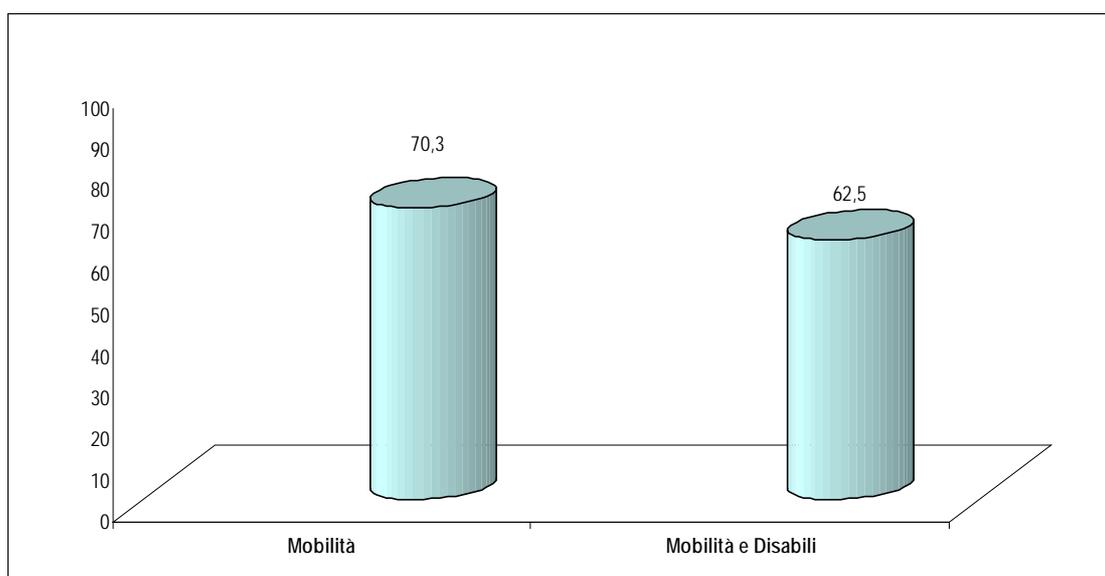


Figura 16 – Punteggi degli indicatori della macroarea “Qualità e Interattività dei Servizi in Rete”

Usabilità e Accessibilità

La macroarea “**Usabilità e Accessibilità**” mostra performance più che sufficienti e stabili rispetto alla passata analisi. Il punteggio complessivo è pari a 73,3 su 100.

Per quanto riguarda l’indicatore “**Navigabilità**” (Figura 17), rimane invariata – e su livelli più che buoni - la facilità con cui l’utente visita il sito alla ricerca di informazioni e fruisce dei 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. Il sito, nonostante sia concepito in modo strutturato e ordinato, è sprovvisto della relativa mappa, strumento che permette all’utente di conoscere in ogni momento i contenuti disponibili.

L’analisi dell’indicatore “**Accessibilità**” evidenzia buoni risultati ma permane ancora l’impossibilità di navigare tramite tastiera, sebbene vi sia l’opzione di consultare le pagine in modalità solo testo e ad alto contrasto, al fine di facilitare la lettura da parte di utenti con disabilità.

Per l’indicatore “**Usabilità**” non si registrano cambiamenti rispetto alla precedente rilevazione con risultati insufficienti. È prevista la possibilità di effettuare il download di documenti in formato standard di tipo PDF, ma senza un help contestuale. Le segnalazioni in caso di errore sono presenti, soprattutto per quanto riguarda l’uso dei servizi on-line. Non esiste invece un “help” di soccorso all’utente in difficoltà.

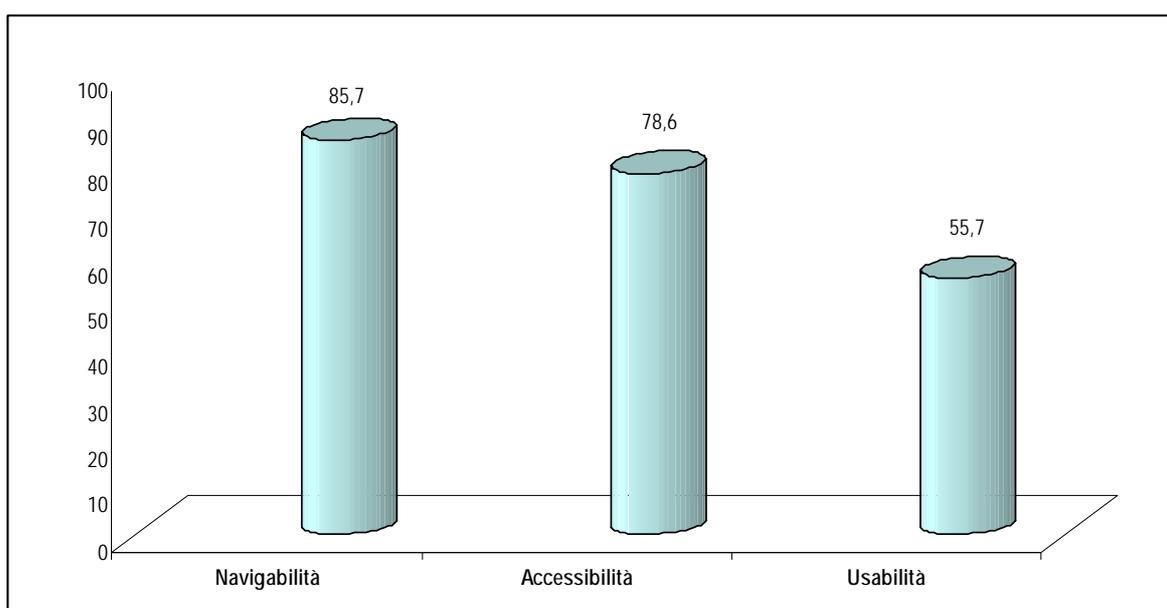


Figura 17 – Punteggi degli indicatori della macroarea “Usabilità e Accessibilità”

Comunicazione, Partecipazione, Relazionalità

La macroarea “**Comunicazione, Partecipazione, Relazionalità**” risulta più che sufficientemente adeguata agli standard di riferimento (66,5/100) e presenta un miglioramento complessivo rispetto alla precedente indagine.

In particolare nell’area “**Comunicazione on-line**” (Figura 18) molto buona è la capacità comunicativa del sito per la sua propensione alla multimedialità, testimoniata ad esempio dai diversi servizi resi disponibili via sms o dalle informazioni rese in tempo reale e fruibili tramite il sistema Rss (*Really Simple Syndication*). In home page è prevista un’area per le notizie in primo piano, che rimanda ad una pagina ad esse interamente dedicata, anche se sarebbe auspicabile anche una newsletter per diffondere i contenuti agli utenti che desiderano ricevere informazioni per posta elettronica. Si nota ancora l’assenza di una sezione espressamente dedicata ai link utili, anche se essi sono presenti all’interno delle varie pagine. Strutturalmente ben organizzate sono le FAQ, mentre si osserva positivamente l’informazione relativa all’aggiornamento del sito presente in ogni pagina.

Appena sopra la sufficienza l’indicatore “**Comunicazione Istituzionale**”, in quanto si nota ancora l’assenza di un glossario di termini specialistici. Il sito web offre informazioni relative alle collaborazioni e ai numerosi progetti: l’azienda partecipa a programmi promossi dai principali attori del sistema internazionale in tema di servizi per la mobilità, intraprendendo lo sviluppo di progetti che affrontano svariate tematiche della mobilità pubblica e privata, sia in campo internazionale sia a livello nazionale.

L’indicatore “**Customer Care**” raggiunge il massimo punteggio: il visitatore può fruire di informazioni dettagliate circa le condizioni contrattuali, visionare la carta dei servizi e gli orari di funzionamento del call center. Inoltre è possibile la registrazione sul sito che comporta l’accesso a maggiori funzionalità di tipo interattivo (per esempio l’invio segnalazioni e la richiesta di informazioni).

La “**Partecipazione**” risulta essere l’area più debole della dimensione con risultati del tutto insufficienti. L’analisi dimostra che i servizi previsti sono rimasti invariati rispetto alla precedente rilevazione: non sono previsti sondaggi on-line né questionari per la valutazione dei servizi. La partecipazione è tuttavia sollecitata dalla possibilità di inserire, in una pagina dedicata, le proprie considerazioni, segnalazioni o suggerimenti.

L’indicatore “**Reclami e Contenzioso**” risulta notevolmente migliorato rispetto alla passata indagine raggiungendo risultati sufficienti: gli utenti registrati possono infatti inviare reclami e segnalare guasti ottenendo un codice identificativo della pratica. Occorre però rilevare che non sono disponibili informazioni sui tempi di risposta e di risoluzione da parte dell’azienda. Infine non è ancora disponibile un servizio per le procedure di conciliazione.

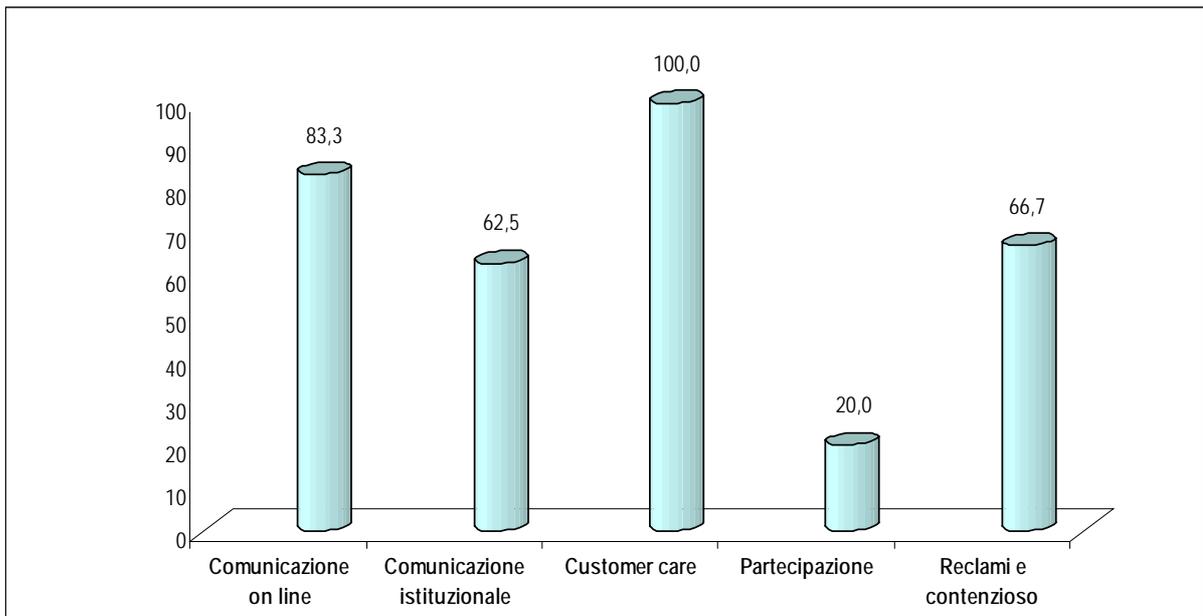


Figura 18 – Punteggi degli indicatori della macroarea “Comunicazione, Partecipazione, Relazionalità”

Sviluppo Tecnologico

La macroarea “**Sviluppo Tecnologico**” raggiunge un punteggio pari a 54,5 punti su 100 mostrando performance insufficienti: i tempi di connessione dell’home page risultano ancora troppo lunghi, anche se il caricamento delle pagine dedicate alle informazioni in tempo reale (come nel calcolo interattivo dell’itinerario più veloce) è da considerare apprezzabile.

L’indicatore “**Qualità Server e Connessioni**” (Figura 19) è ancora del tutto insufficiente. Il tempo di connessione è il parametro che influenza il risultato negativo, mentre si osserva che il download dei documenti e dei moduli avviene in intervalli di tempo soddisfacenti.

L’indicatore “**Qualità dell’HTML e Web Design**” mostra, invece, un miglioramento: il peso complessivo dell’home page e della relativa grafica rendono veloce e agevole la visualizzazione. Inoltre è stato ridotto il numero di errori nella visualizzazione della pagina principale con i diversi tipi di browser aggiungendo la presenza di un’unica immagine nella home con un peso superiore ai 20K. Auspicabile sarebbe un perfezionamento del sito nella validità dei link a partire dalla pagina principale e nella riduzione del numero assoluto di errori nel codice HTML

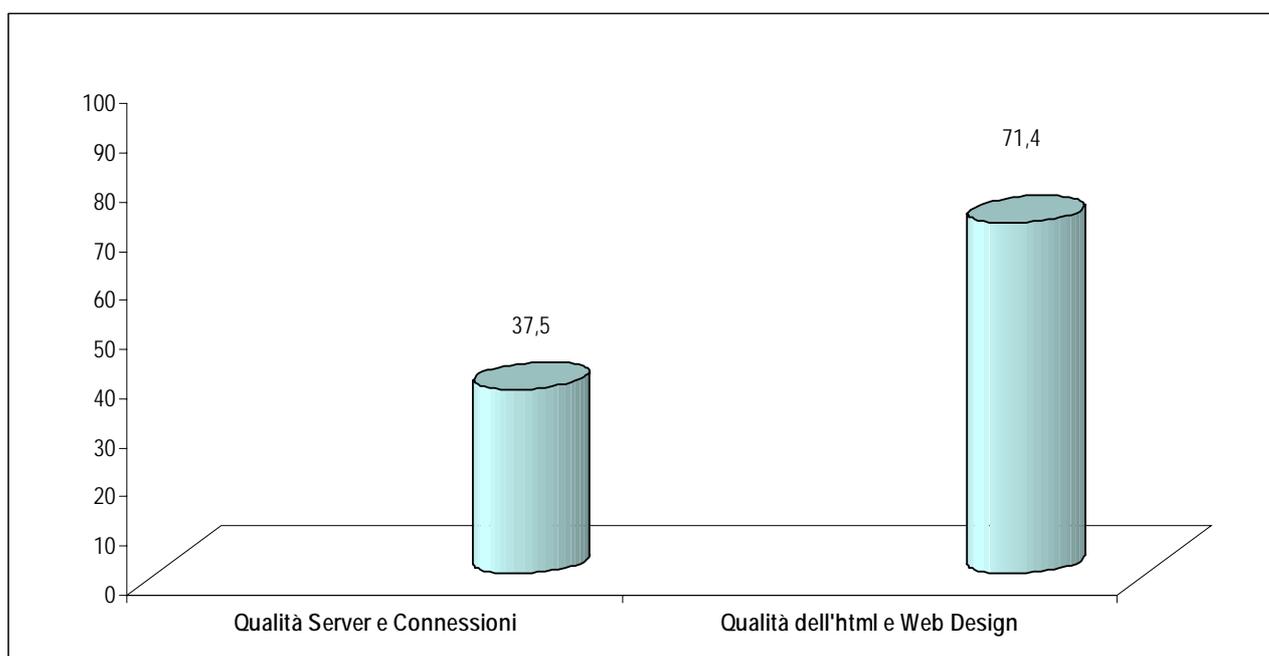


Figura 19 – Punteggi degli indicatori della macroarea “Sviluppo Tecnologico”

Confronto nazionale

Il sito web dell'Atac si colloca al primo posto tra le città metropolitane italiane con un punteggio per l'area "Qualità interattività dei servizi in rete" pari a 66,4 su 100 (Figura 20).

Il sito romano offre rispetto agli altri un servizio on-line più completo in tema di informazioni sul traffico in tempo reale, con la possibilità ad esempio di calcolare il percorso o itinerario migliore e permettendo il collegamento alle webcam installate in corrispondenza dei nodi critici della città.

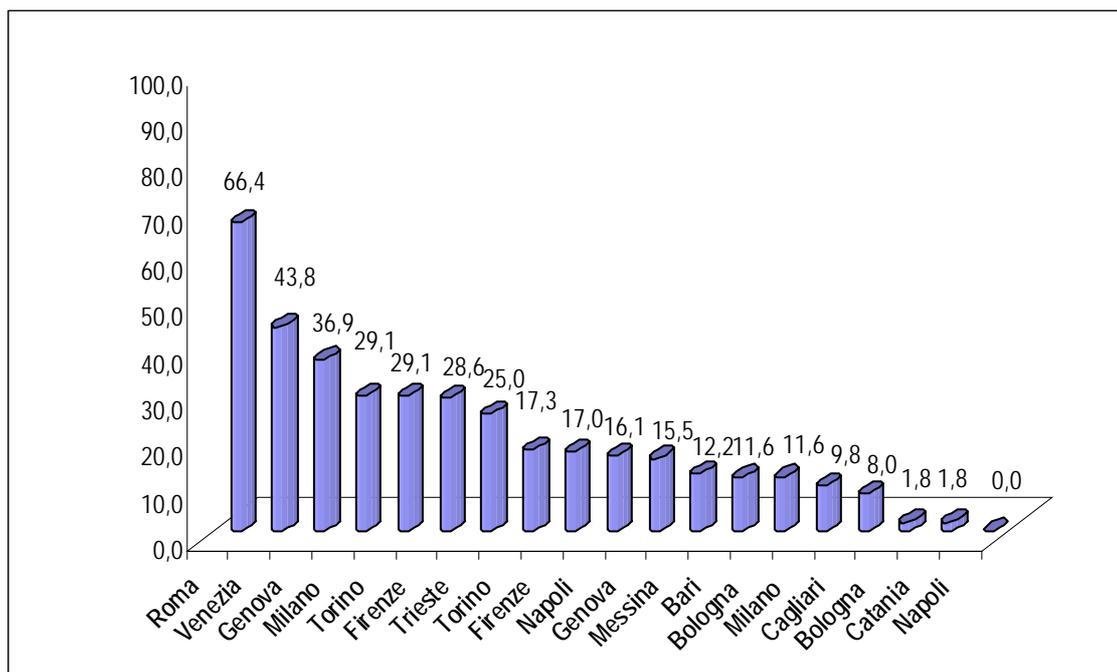


Figura 20 – Confronto tra i siti web delle città metropolitane in tema di mobilità: valore complessivo della macroarea "Qualità e interattività dei servizi in rete"

La Tabella 30 riporta il dettaglio degli indicatori che compongono la macroarea.

Tabella 30 – Confronto tra i siti web delle città metropolitane in tema di mobilità: valore degli indicatori appartenenti alla macroarea “Qualità e interattività dei servizi in rete”

Città	Azienda o Ente	URL	Mobilità (su 100)	Mobilità e disabili (su 100)	Valore Complessivo 2010
Roma	ATAC	www.ATAC.roma.it	70,3	62,5	66,4
Venezia	ASM	www.asmvenezia.it	25,0	62,5	43,8
Genova	Mobility Point	www.mobilitypoint.it	23,9	50,0	36,9
Milano	ATM	www.atm-mi.it	8,3	50,0	29,1
Torino	Comune	www.comune.torino.it/gtt	33,3	25,0	29,1
Firenze	Firenze parcheggi	www.firenzeparcheggi.it	7,1	50,0	28,6
Trieste	Rete Civica	www.retecivica.trieste.it	0	50,0	25,0
Torino	5 T	www.5t.torino.it	34,6	0	17,3
Firenze	Servizi Strada	www.servizillastrada.it	21,4	12,5	17,0
Napoli	Comune	www.comune.napoli.it	7,1	25,0	16,1
Genova	Comune	www.tu6genova.it	31	0	15,5
Messina	Comune	www.comune.messina.it	11,9	12,5	12,2
Bari	AMTAB	www.amtabservizio.it	10,7	12,5	11,6
Bologna	Comune	urp.comune.bologna.it	10,7	12,5	11,6
Milano	Comune	www.comune.milano.it	7,1	12,5	9,8
Cagliari	Comune	www.comune.cagliari.it	3,6	12,5	8,0
Bologna	ATC	www.atc.bo.it	3,6	0,0	1,8
Catania	Sostare	www.sostare.it	3,6	0,0	1,8
Napoli	ANM	www.anm.it	0,0	0,0	0,0

Appendice Settore Mobilità

Tabella 31 - “Trasparenza e Accesso”, www.atac.roma.it

Indici 2° Livello	Standard Tendenziali da Raggiungere	Standard raggiunto	Punteggi /Indici 2° Livello	Punteggi/Macroarea Generale	
					2010
Trasparenza e Accesso	Trasparenza Normativa	Pubblicazione di testi delle delibere aziendali o dell'ente	No	75,0/100	84,3/100
		Pubblicazione pagine relative al Bilancio	Si		
		Pubblicazione pagine relative al Bilancio Sociale (sostenibilità)	Si		
		Info su normativa di riferimento	Si		
	Accesso	Indicazioni sull' ubicazione degli uffici/sportelli	Si	100/100	
		Informazioni relative agli orari di apertura degli uffici/sportelli	Si		
		Presenza forme di contatto uffici/settori (fax/telefono email)	Si		
		Informazioni e/o transazioni relative a bandi / appalti	Si		
	Trasparenza Aziendale	Informazioni sulla struttura aziendale	Si	77,8/100	
		Informazioni sull' organigramma dell'azienda/ente	Si		
		Presentazione servizi	Si		
		Mission dell'azienda/ente	Si		
		Informazioni sul sistema di Qualità	No		
		Informazioni sulla durata di ciascun procedimento	No		
		Indicazione degli uffici e dei responsabili dei procedimenti	Si		
		Informazioni sulla privacy/uso dei dati	Si		
	Spazio per comitati etici/Codice Etico	Si			

Tabella 32 - “Qualità e Interattività dei Servizi in Reti”, www.atac.roma.it

Qualità e Interattività dei Servizi in Rete	Indici 2° Livello	Standard Tendenziali da Raggiungere	Standard raggiunto	Punteggi / Indici 2° Livello	Punteggi/Macroarea Generale
			2010		
	Mobilità	Rilascio permessi di transito per zone a traffico limitato (ZTL)	Parziale	70,3/100	66,4/100
		Pagamento parcheggi	Si		
		Verifica permessi ZTL	No		
		Calcolo percorso - itinerario consigliato	Si		
		Informazioni sui posti liberi nei parcheggi	Parziale		
		Webcam sui nodi critici del traffico	Si		
		Informazioni sul traffico in tempo reale	Si		
	Mobilità e Disabili	Rilascio contrassegni speciali per circolazione e parcheggio	Parziale	62,5/100	
		Informazione presenza parcheggi per disabili	Si		

Tabella 33 - “Usabilità e Accessibilità”, www.atac.roma.it

Usabilità e Accessibilità	Indici 2° Livello	Standard Tendenziali da Raggiungere	Standard raggiunto	Punteggi /Indici 2° Livello	Punteggi/Macroarea Generale
				2010	
Usabilità e Accessibilità	Navigabilità	Presenza di logo istituzionale	Si	85,7/100	73,3/100
		Link alla home page in ogni pagina interna	Si		
		Percorso indicato in ogni pagina	Si		
		Visibilità dei link attivi	Si		
		Prevedibilità dei link	Si		
		Esistenza ed efficacia del motore di ricerca interno	Si		
		Presenza di mappa del sito (entro i primi 2 livelli)	No		
	Accessibilità	Ricorrenza di elementi uguali e riconoscibili in tutte le pagine	Si	78,6/100	
		Disponibilità di un'alternativa di testo sulle immagini usate come link e descrizione delle zone attive nel caso di immagini con mappe sensibili	Parziale		
		Coerenza assoluta nel caso dell'utilizzo di colori per definire i settori tematici	Si		
		Possibilità di ingrandire i caratteri dello schermo	Si		
		Pagine "splash" o introduzioni flash (senza possibilità di saltare l'animazione)	Si		
		Navigazione rapida tramite tastiera	No		
Usabilità	Utilizzo dei fogli di stile nella definizione della struttura della pagina	Si	55,7/100		
	Qualità del download della modulistica	Parziale			
	Presenza di help	No			
		Esistenza e chiarezza dei messaggi di errore	Si		

Tabella 34 - “Comunicazione, Partecipazione, Relazionalità”, www.atac.roma.it

	Indici 2° Livello	Standard Tendenziali da Raggiungere	Standard raggiunto	Punteggi /Indici 2° Livello	Punteggi/ Macroarea Generale
			2010		
	Comunicazione, Partecipazione, Relazionalità	Comunicazione On-line	Reperibilità della URL sul motore di ricerca Google a partire dal nome dell'azienda/ente	Si	83,3/100
Popolarità del sito basata sui link dall'esterno verso la url del sito			Parziale		
Presenza FAQ			Si		
Link utili			Si		
Esplicitazione aggiornamento del sito			Si		
Uso della multicanalità nell'offerta di informazioni e servizi			Si		
Sms nell'erogazione del servizio			Si		
Area dell'home page pagina dedicata al primo piano			Si		
Pubblicazione di newsletter e/o mailing list destinata all'utenza			No		
Comunicazione Istituzionale		Glossario	No	62,5/100	
		Presenza campagne di comunicazione istituzionale	Si		
		Progetti sul territorio scuole, progetti formativi	Si		
		Cooperazione e relazioni esplicite con enti o soggetti non istituzionali Associazioni enti locali	Parziale		
Customer Care		info generali sulle condizioni contrattuali	Si	100/100	
		info sulla carta dei servizi	Si		
		presenza in home page a contact center entro il livello II	Si		
		pagine info relative al servizio di customer care	Si	100/100	
		presenza dei canali per target	Si		
Partecipazione		Possibilità di inviare consigli e segnalazioni	Si	20,0/100	
		Presenza di forum	No		
		Disponibilità di sondaggi on-line	No		
		Sondaggio sulle caratteristiche del sito	No		
		Questionari valutazione del servizio erogato dall'azienda / ente	No		
Reclami Contenzioso		servizio on-line di gestione del reclamo	Si	66,7/100	

		info sui reclami	Si	
		procedura di conciliazione	No	

Tabella 35 - “Sviluppo Tecnologico”, www.atac.roma.it

Sviluppo Tecnologico	Indici 2° Livello	Standard Tendenziali da Raggiungere	Standard raggiunto	Punteggi /Indici 2° Livello	Punteggi/Macroarea Generale
				2010	
Qualità Server e Connessioni		Tempo medio di connessione (connect time)	No	37,5/100	54,5/100
		Download: tempo virtualmente necessario allo scaricamento di 10 k	Parziale		
Qualità dell'HTML e Web Design		Controllo di validità dei link a partire dall'home page (N° errori)	No	71,4/100	
		Numero assoluto di errori rilevati nel codice html dell'home page	No		
		Numero di errori rilevati dell'home page con i diversi tipi di browser	Si		
		Peso complessivo dell'home page in KB	Si		
		Peso grafica dell'home page	Si		
		Rapporto tra grafica dell'home e totale dell'home page	Si		
	Immagini in home page eccedenti il limite di 20 k	Si			

10. Analisi e valutazione sito www.aceaelectrabel.it (Settore Elettricità)

Il sito di Acea Electrabel, con un punteggio complessivo pari a 75,6/100, mostra nel complesso buone performance. Margini per migliorare il risultato sono individuabili nella dimensione relativa alla “Comunicazione, Partecipazione e Relazionalità”. In alcuni casi le informazioni o i servizi sono resi disponibili tramite il portale della capogruppo, per esempio per tutto ciò che riguarda bandi e gare, con un collegamento ipertestuale facilmente individuabile.

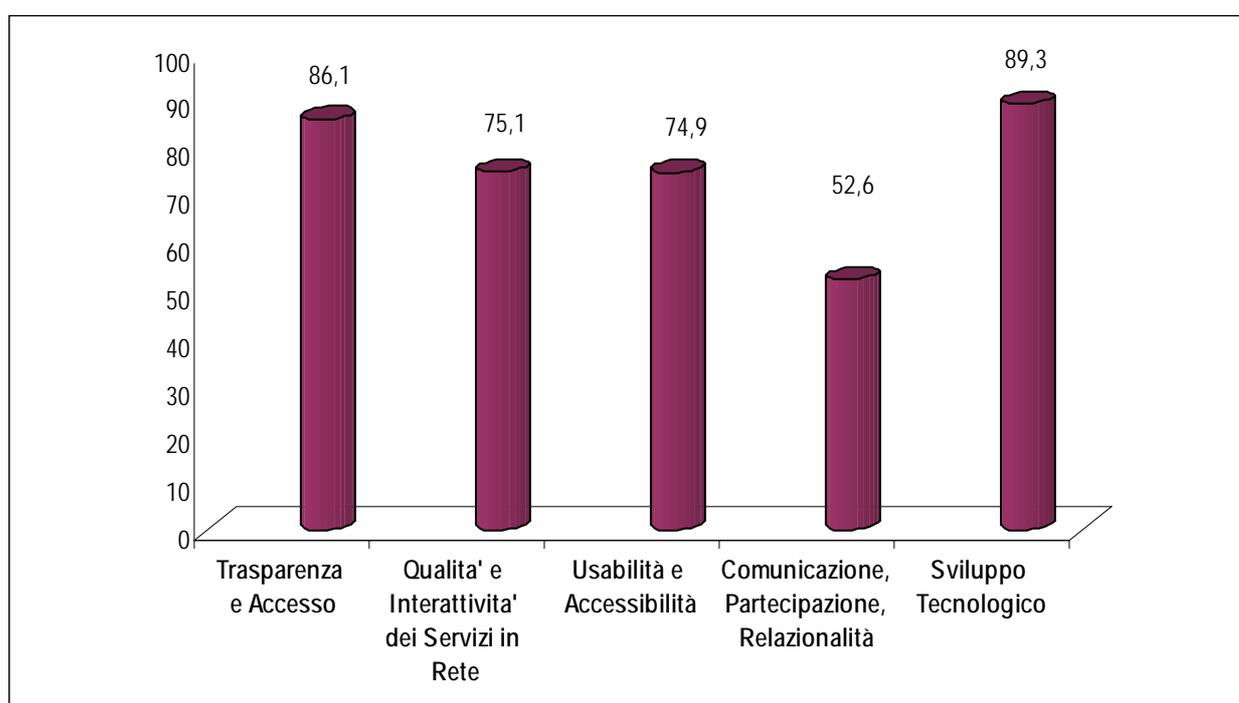


Figura 21 - Punteggi delle cinque macroaree relative al sito web di Acea Electrabel (Elettricità)

Il benchmarking con gli altri siti nazionali e internazionali, evidenzia per l'azienda romana un ottimo livello di qualità rispetto alle altre aziende concorrenti. A livello nazionale, Acea Electrabel è seconda solo ad Eni, la quale si differenzia per l'offerta lievemente maggiore di servizi fruibili direttamente on-line. A livello europeo, invece, l'azienda romana migliora rispetto al 2007, posizionandosi al primo posto con un discreto margine rispetto alle altre imprese.

Trasparenza e Accesso

La macroarea “**Trasparenza e Accesso**” raggiunge un punteggio pari a 86,1 su 100 mostrando performance più che buone.

La dimensione “**Trasparenza Aziendale**” è più che sufficientemente presidiata (Figura 22). Il sito web offre informazioni circa la struttura societaria, senza tuttavia fornire indicazioni specifiche sull’organigramma, sull’indicazione degli uffici o della durata dei procedimenti. I servizi offerti sono in ogni caso ben evidenziati, così come le indicazioni sulla privacy e sul codice etico. Le notizie circa il sistema di qualità aziendale sono rintracciabili sul sito della capogruppo; sono presenti in una apposita sezione (“Documenti”) le indicazioni sui livelli di qualità commerciale del servizio, con l’elenco delle prestazioni fornite e del tempo massimo previsto per l’esecuzione delle stesse.

L’indicatore “**Accesso**” raggiunge risultati quasi eccellenti, testimoniati ad esempio dalle indicazioni fornite circa l’ubicazione degli sportelli per le operazioni commerciali con i relativi contatti telefonici e gli orari di apertura al pubblico. Per ciò che riguarda i rapporti con i fornitori, si nota che i bandi di gara sono pubblicati nel sito della capogruppo in un’area dedicata in cui sono presenti le gare in corso o già archiviate suddivise per categoria merceologica. Il fornitore accreditato può accedere al sistema ed effettuare le offerte direttamente on-line.

Ottima la “**Trasparenza Normativa**”: il sito web fornisce informazioni esaurienti circa le delibere aziendali e i dati del bilancio, raggiungendo in questo modo il punteggio massimo.

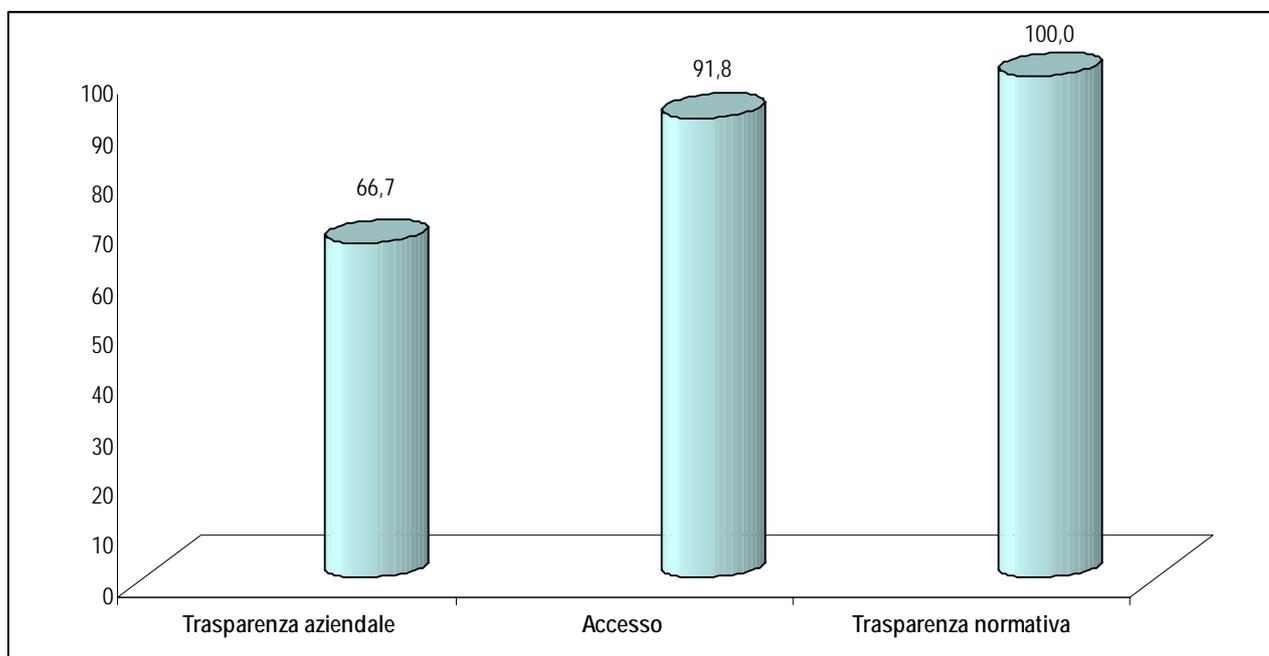


Figura 22 - Punteggi degli indicatori della macroarea “Trasparenza e Accesso”

Qualità e Interattività dei Servizi in Rete

La macroarea “**Qualità e Interattività dei Servizi in Rete**” ottiene un punteggio medio-alto pari a 75,1 punti su 100 evidenziando un buon livello di interattività.

L’indicatore relativo alla “**Gestione del contratto**” raggiunge risultati più che buoni (Figura 23): è possibile svolgere direttamente on-line e senza registrazione gran parte delle operazioni relative ai rapporti contrattuali con l’azienda. Si può ad esempio richiedere una voltura, una modifica di potenza, la stipula o la disdetta del contratto. Riguardo al nuovo allaccio, è chiaramente illustrata la procedura da seguire che prevede tuttavia la gestione del processo tramite il contact center. In maniera analoga, è disponibile esclusivamente il contatto telefonico per quanto concerne la segnalazione di guasti o la richiesta di verifiche sul contatore.

Insufficiente è l’indicatore relativo alla “**Visione dei servizi**”. Il sito web presenta aree di accesso protetto divise per tipi di fornitura (maggior tutela e mercato libero) e di utenza (utenze domestiche, piccole e medie imprese, grandi aziende, pubbliche amministrazioni). Non è disponibile un elenco dei servizi on-line già attivati, informazione che si ricava per via indiretta attraverso la selezione dell’argomento di interesse. Assente inoltre l’indicazione dei servizi di futura attivazione.

Più che buone le performance concernenti la “**Gestione bollette e fatture**” e “**Consumi e tariffe**”. L’utente registrato può avere accesso on-line a tutte le operazioni relative alla visualizzazione e comunicazione dei consumi; può controllare lo stato delle bollette, richiederne il duplicato ed effettuare il cambio di recapito. Il sito web non consente il pagamento diretto delle bollette, ma mette a disposizione le informazioni necessarie per eseguirlo tramite il sito delle Poste Italiane. Sono presenti informazioni chiare e dettagliate sulle diverse modalità di pagamento e la possibilità di scaricare i moduli per richiedere alla propria banca la domiciliazione delle fatture.

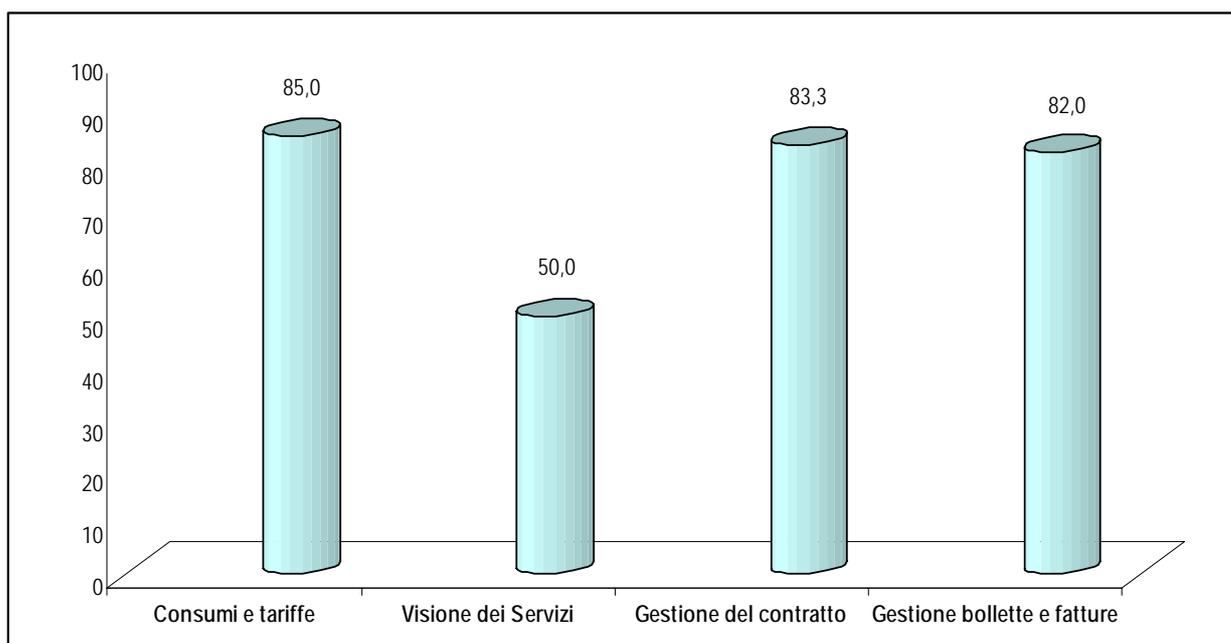


Figura 23 – Punteggi degli indicatori della macroarea “Qualità e Interattività dei Servizi in Rete”

Usabilità e Accessibilità

Buone le performance della macroarea “**Usabilità e Accessibilità**” che raggiunge un punteggio pari a 74,9 punti su 100, con un marcato miglioramento rispetto alla rilevazione precedente, soprattutto nelle sezioni Navigabilità e Accessibilità.

Ottima risulta la “**Navigabilità**” del sito web (Figura 24). Da ogni pagina è raggiungibile sia l’home page sia la mappa ed è sempre indicato il percorso di navigazione che permette di individuare l’area del sito in cui ci si trova rendendo agevole il tragitto a ritroso della navigazione. Rispetto al 2007 è ora presente il motore di ricerca interno che favorisce il reperimento di informazioni specifiche da parte del visitatore. Un ulteriore miglioramento è rappresentato dai collegamenti ipertestuali che sono chiaramente individuabili rispetto al testo normale tramite la sottolineatura e il cambio di colore.

Molto buone le performance in fatto di “**Accessibilità**” testimoniate ad esempio dall’assenza di pagine introduttive con programmazione “flash”. In alcune parti del sito sono tuttavia presenti link costituiti da immagini senza un testo alternativo: ciò rende più difficoltosa la navigazione da parte di chi deve “tradurre” le immagini in testo per poter utilizzare il web (ad esempio chi utilizza i display Braille). L’accessibilità è in ogni modo garantita anche grazie all’introduzione della possibilità di aumentare la dimensione del testo dello schermo e di navigare nelle pagine del sito tramite la tastiera.

Margini di miglioramento sono ravvisabili in materia di “**Usabilità**”, indicatore che raggiunge risultati al di sotto della sufficienza. La criticità maggiore è rappresentata dall’assenza dello strumento di help generale a supporto di utenti meno esperti raggiungibile da tutte le pagine, o di una guida per il download dei moduli. Ad esempio nella sezione di autenticazione per l’area clienti, nonostante si imputino dati errati, il sistema ripropone la medesima pagina senza alcun messaggio, il che può non facilitare l’utente meno esperto. L’utilizzo dell’interattività, anche da parte dell’utente non pratico, è però indirettamente facilitata dalla struttura semplice e ben organizzata del sito: le parole chiave sono in grassetto, gli iter e le procedure da seguire sono ben spiegate e documentate, mentre le pagine di interesse si aprono scegliendo gli argomenti sia dal menu orizzontale, sia dalla lista verticale sulla sinistra dello schermo.

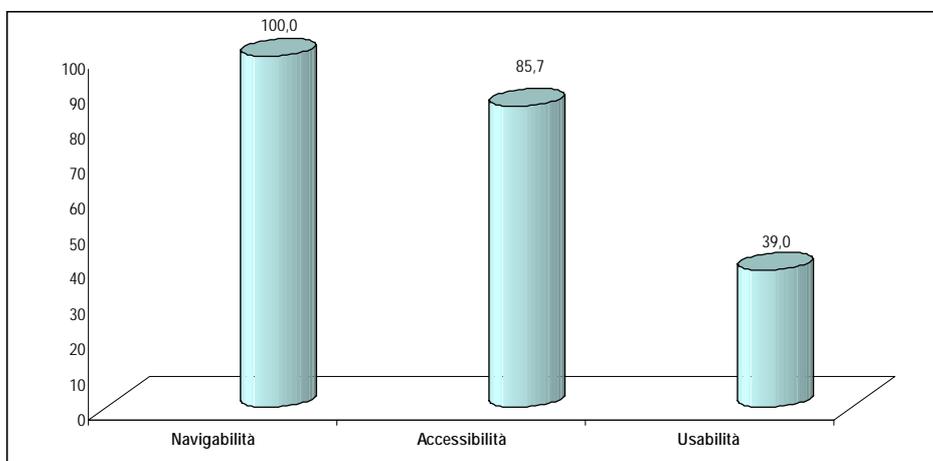


Figura 24 – Punteggi degli indicatori della macroarea “Usabilità e Accessibilità”

Comunicazione, Partecipazione, Relazionalità

La macroarea **“Comunicazione, partecipazione, relazionalità”** è quella che raggiunge il punteggio più basso, pari a 52,6 punti su 100, mostrando performance leggermente al di sotto della sufficienza.

La struttura del sito web risulta organizzata e consente di reperire le informazioni in modo semplice compensando in una certa misura l'assenza di una apposita pagina dedicata alle FAQ. In home page è presente un'area chiamata *“Sala stampa”* in cui sono disponibili informazioni su comunicati dell'azienda, eventi e campagne da essa organizzati o a cui partecipa direttamente, nonché indicazioni relative alle sponsorizzazioni per convegni o progetti formativi, anche se l'aggiornamento è fino al 2009. Il sito è facilmente reperibile sui motori di ricerca, ma risulta avere una bassa popolarità: infatti relativamente pochi siti prevedono il link ad Acea Electrabel. Gli standard della sezione **“Comunicazione on-line”** risultano quindi quasi sufficientemente soddisfatti. Margini di miglioramento si individuano nella possibilità di utilizzare gli sms per dare notizie e nell'implementazione della funzione di aggiornamento, oggi totalmente assente.

Poco più che sufficiente la **“Comunicazione istituzionale”**. Sono fornite notizie circa progetti in comune con ospedali o altri enti riguardanti specificamente il settore Energia e le campagne di comunicazione istituzionale. Si osserva tuttavia l'assenza di un glossario.

Le dimensioni della **“Partecipazione”** è piuttosto carente: sono assenti il forum e i sondaggi on-line e quelli relativi alle caratteristiche del sito nonché gli strumenti per la valutazione da parte dei cittadini dei servizi erogati. È però presente un form per l'invio di segnalazioni sui malfunzionamenti del sito.

L'indicatore **“Customer care”** risulta essere l'unico a raggiungere un livello sostanzialmente aderente agli standard. Sono disponibili, infatti, indicazioni sulla carta dei servizi, sul contratto e sulla tutela dei clienti. Esistono inoltre sezioni specifiche per diverse tipologie di utenza (Privati, PMI, Aziende e Pubbliche Amministrazioni) e spiegazioni dettagliate per la lettura della bolletta.

La gestione dei **“Reclami e Contenzioso”** non propone alcun servizio on-line: sono presenti solamente dei moduli scaricabili con le indicazioni riguardo alla gestione del reclamo, procedura che prevede l'invio della segnalazione esclusivamente ad una casella postale. Il sito web offre informazioni circa la procedura di Conciliazione Camerale e Paritetica e la relativa modulistica senza nessun grado di interattività.

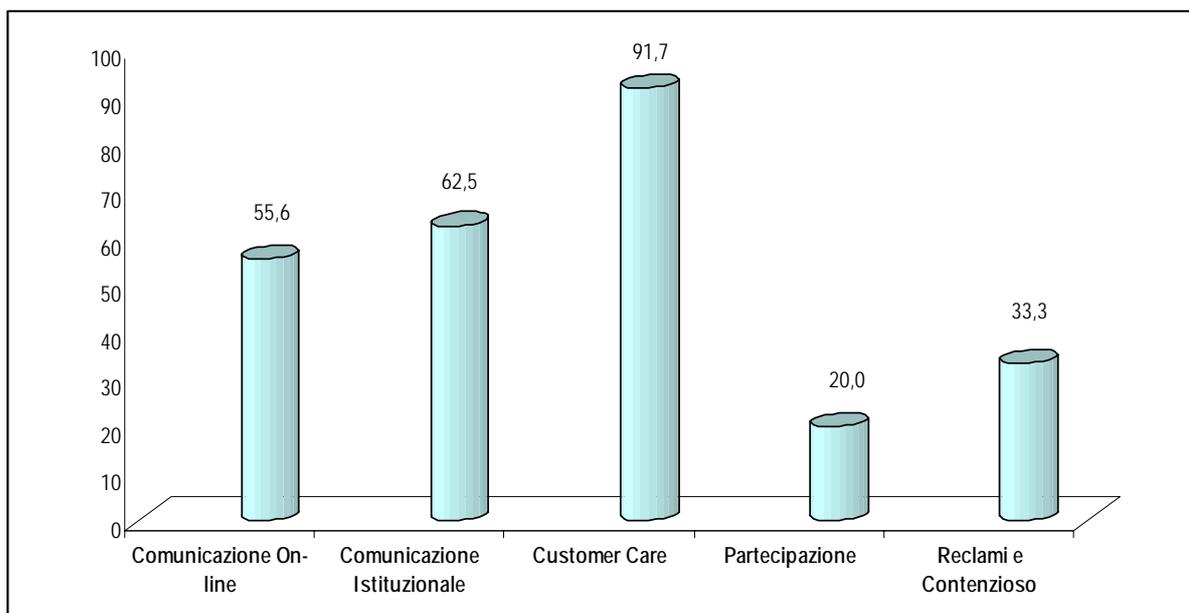


Figura 25 – Punteggi degli indicatori della macroarea “Comunicazione, Partecipazione, Relazionalità”

Sviluppo Tecnologico

La macroarea “**Sviluppo Tecnologico**” raggiunge un punteggio pari a 89,3 punti su 100 mostrando una performance più che buona.

L’indicatore “**Qualità server e connessioni**” (Figura 26) ottiene il massimo punteggio per le eccellenti caratteristiche del sito web che risulta snello ed agevole nella sua connessione e consultazione.

Molto efficiente è anche la “**Qualità dell’html e del web design**”. Il codice Html della home page è ben sviluppato e non dà adito ad errori. Il peso complessivo della pagina principale e della sua grafica è buono, anche grazie alla ridotta presenza di immagini, registrando un miglioramento rispetto alla rilevazione precedente. Da tenere sotto controllo solamente la validità dei link a partire dalla home page.

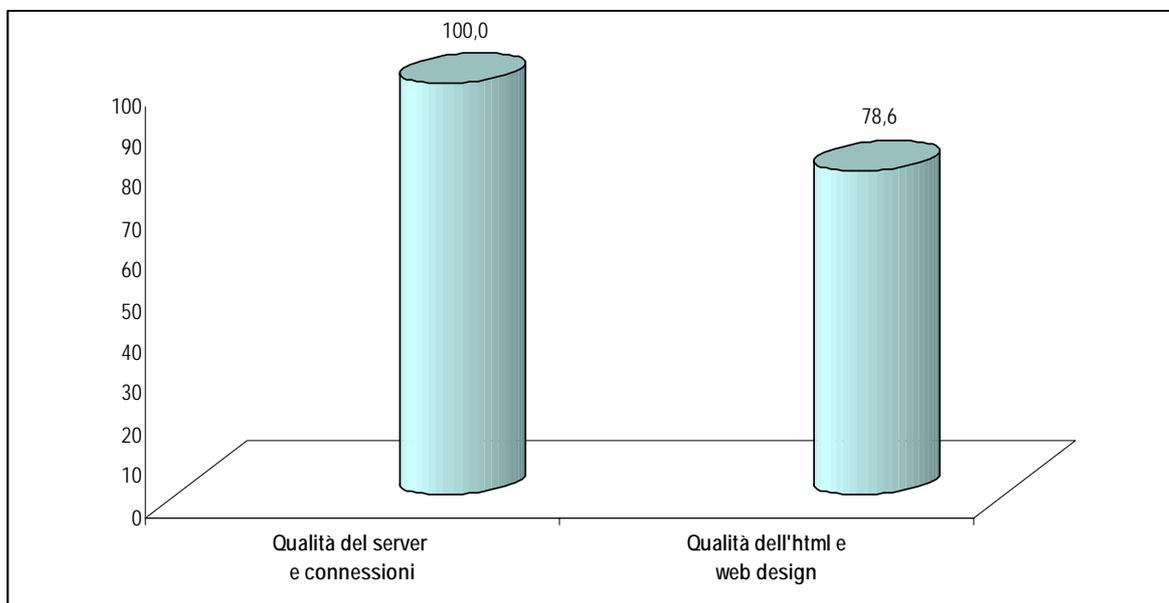


Figura 26 – Punteggi degli indicatori della macroarea “Sviluppo tecnologico”

Confronto nazionale

Per il settore dell'energia elettrica il confronto, diversamente da come si è proceduto per gli altri settori, è stato effettuato tra i siti web delle aziende che forniscono il servizio di vendita sul territorio di Roma, trattandosi di un mercato che ha subito processi di completa liberalizzazione.

Il sito web di Acea Electrabel ottiene il secondo posto con un valore pari a 75,1 punti su 100, dietro al sito dell'ENI che raggiunge un punteggio pari a 87,1/100 (Figura 27).

Quest'ultimo, rispetto al sito web all'azienda capitolina, offre la possibilità di richiedere on-line il nuovo allaccio e gli interventi di verifica dei guasti. Inoltre, sul fronte della gestione della bolletta, rende disponibile il pagamento diretto nonché la possibilità di attivare via web la domiciliazione bancaria.

Sul sito web dell'Eni tutte le operazioni interattive sono chiaramente spiegate da una "assistente dinamica", a differenza di quello che avviene per Acea Electrabel dove sono presenti solamente indicazioni testuali. Tuttavia il sito di quest'ultima permette, a differenza di quello dell'Eni, di poter effettuare la voltura del contratto direttamente on-line.

Il sito MPE Energia raggiunge un punteggio lievemente maggiore rispetto a quello di Acea solo per l'indicatore "Consumi e tariffe" in quanto offre la possibilità di richiedere on-line verifiche sul contatore (l'azienda romana prevede invece l'interazione con il call center).

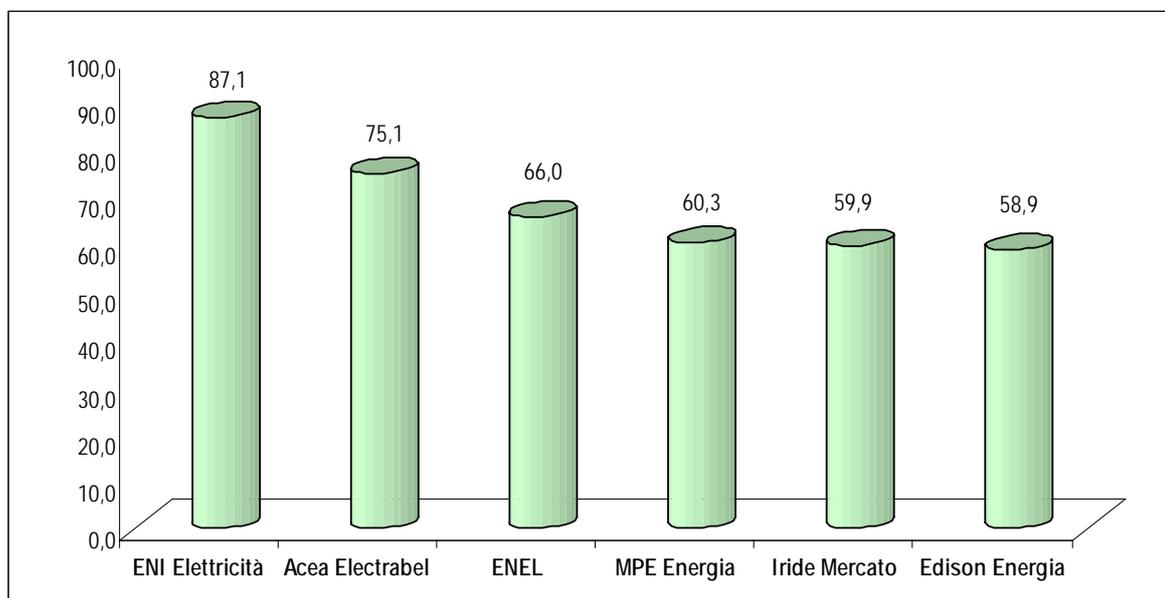


Figura 27 - Confronto tra i siti web delle aziende che erogano il servizio di vendita di energia elettrica nel Comune di Roma: valore complessivo della macroarea "Qualità e interattività dei servizi in rete"

La **Tabella 36** riporta il dettaglio degli indicatori che compongono la macroarea.

Tabella 36 - Macroarea Qualità e Interattività dei Servizi in Rete, confronto tra le aziende che erogano il servizio di vendita di energia elettrica nel Comune di Roma

Azienda o Ente	URL	Consumi e tariffe (su 100)	Visione dei servizi (su 100)	Gestione del contratto (su 100)	Gestione Bollette e fatture (su 100)	Valore Complessivo 2010
ENI	www.eni.it	90,0	75,0	83,3	100,0	87,1
Acea Electrabel	www.aceaelectrabel.it	85,0	50,0	83,3	82,0	75,1
ENEL	www.enel.it	75,0	50,0	70,8	68,0	66,0
MPE Energia	www.emmepie.it	90,0	50,0	58,3	43,0	60,3
IRIDE Mercato	www.iride-mercato.it	80,0	50,0	54,2	55,5	59,9
Edison Energia	www.edisonenergia.it	80,0	50,0	54,2	51,3	58,9

Confronto europeo

A livello di capitali europee il sito web romano mostra la migliore performance distaccando di parecchi punti le altre capitali europee.

Prendendo in considerazione i singoli indicatori che compongono la macroarea “Qualità ed interattività dei servizi in rete”, si osserva che il sito Internet dell’EDF - bleu ciel (Parigi) ottiene un punteggio lievemente più alto di Roma nell’area “Consumi e tariffe”, in quanto offre la possibilità di richiedere un preventivo direttamente on-line, senza dover essere ricontattati da un operatore dopo la richiesta. Il sito della Vattenfall di Berlino raggiunge invece un punteggio più alto nella “Visione dei servizi”, per la presenza di un’ottima sezione dimostrativa dei servizi on-line. L’azienda tedesca offre, infatti, la possibilità di accedere all’area riservata utilizzando un’utenza fittizia, così da poter visualizzare prima della registrazione tutte le caratteristiche dei servizi disponibili.

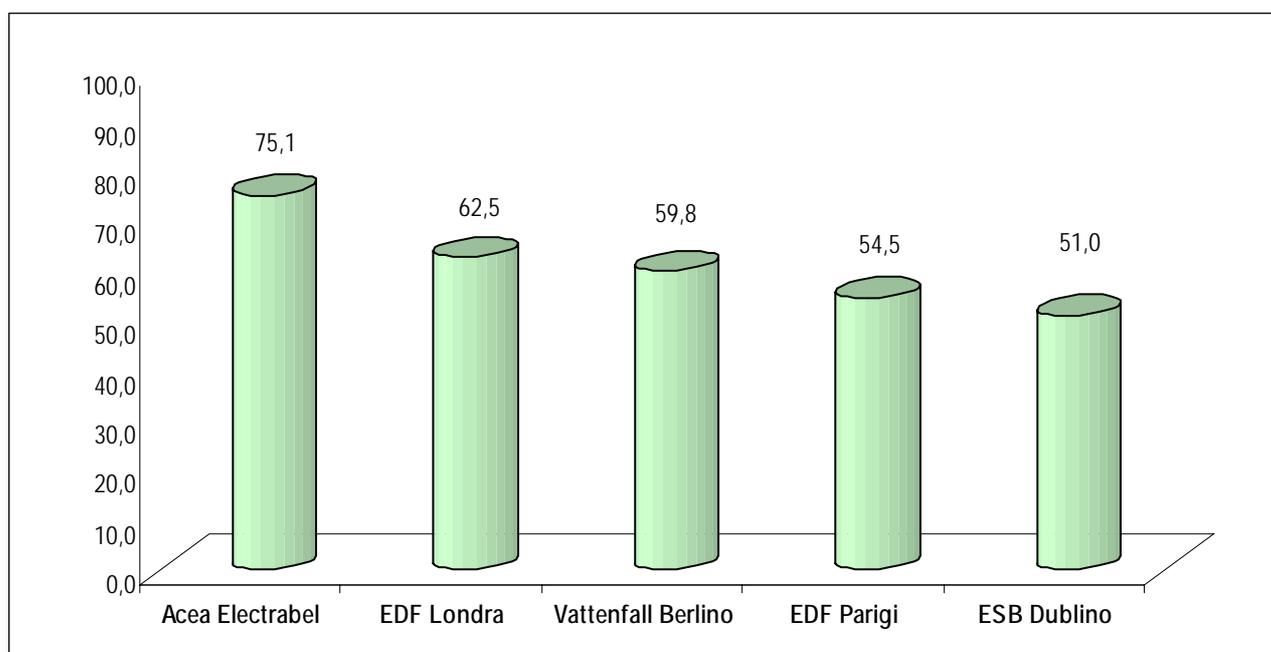


Figura 28 – Confronto europeo della macroarea “Qualità ed interattività dei servizi in rete”. Punteggi raggiunti dalle aziende

La Tabella 37 riporta il dettaglio degli indicatori che compongono la macroarea.

Tabella 37 – Confronto dei siti web a livello di capitali europee: valore degli indicatori appartenenti alla macroarea “Qualità e interattività dei servizi in rete”

Città	Azienda o Ente	URL	Consumi e tariffe (su 100)	Visione dei servizi (su 100)	Gestione del contratto (su 100)	Gestione Bollette e fatture (su 100)	Valore Complessivo 2010
Roma	Acea Electrabel	www.aceaelectrabel.it	85,0	50,0	83,3	82,0	75,1
Londra	EDF	www.edfenergy.com	83,4	50,0	41,7	75,0	62,5
Berlino	Vattenfall	www.vattenfall.de/bewag/	60,0	75,0	50,0	54,2	59,8
Parigi	EDF Bleu Ciel	particuliers.edf.fr/	90,0	50,0	16,7	61,2	54,5
Dublino	ESP	www.esb.ie/main/home/index.jsp	65,0	50,0	50,0	38,8	51,0

Appendice Settore Elettricità

Tabella 38 – “Trasparenza e Accesso”, www.aceaelectrabel.it

Indici Livello	2°	Standard Tenzionali da Raggiungere	Standard raggiunto	Punteggi /Indici 2° Livello	Punteggi/Macroarea Generale
			2010		
Trasparenza e Accesso	Trasparenza Normativa	Publicazione di testi delle delibere aziendali o dell'ente	Si	100,0/100	86,1/100
		Publicazione pagine relative al Bilancio	Si		
		Publicazione pagine relative al Bilancio Sociale (sostenibilità)	Si		
		Info su normativa di riferimento	Si		
	Accesso	Indicazioni sull'ubicazione degli uffici/sportelli	Si	91,8/100	
		Informazioni relative agli orari di apertura degli uffici/sportelli	Si		
		Presenza forme di contatto uffici/settori (fax/telefono email)	Parziale		
		Informazioni e/o transazioni relative a bandi / appalti	Si		
	Trasparenza Aziendale	Informazioni sulla struttura aziendale	Si	66,7/100	
		Informazioni sull'organigramma dell'azienda/ente	No		
		Presentazione servizi	Si		
		Mission dell'azienda/ente	Si		
Informazioni sul sistema di Qualità		Si			
Informazioni sulla durata di ciascun procedimento		No			
Indicazione degli uffici e dei responsabili dei procedimenti		No			
Informazioni sulla privacy/uso dei dati		Si			
Spazio per comitati etici/Codice Etico	Si				

Tabella 39 – “Qualità e Interattività dei Servizi in Reti”, www.aceaelectrabeI.it

Qualità e Interattività dei Servizi in Rete	Indici Livello 2°	Standard Tenzionali da Raggiungere	Standard raggiunto	Punteggi / Indici 2° Livello	Punteggi/Macroarea Generale
	2010				
Consumi e Tariffe		Richiesta preventivi	Parziale	85,0/100	75,1/100
		Comunicazione consumi effettivi	Si		
		Visualizzazione consumi /telelettura	Si		
		Visualizzazione storico consumi	Si		
		Richiesta verifiche guasti, manutenzioni misuratori e contatori richiesta posa nuovo contatore	Si		
Visione dei Servizi		Elenco dei servizi in rete già disponibili	Si	50,0/100	
		Disponibilità dell'elenco dei servizi in rete di futura attivazione	No		
		Presenza di area demo per accesso a servizi	No		
		Sezione accesso protetto (password) per parti note (es. clienti, rivenditori)	Si		
Gestione del Contratto		Stipula del contratto	Si	83,3/100	
		Voltura dei contratti	Si		
		Nuovo allaccio	Parziale		
		Disdetta della fornitura	Si		
		Gestione fornitura- modifica di potenza	Si		
		Richiesti intervento on site	Parziale		
Gestione Bollette e Fatture		Pagamento	Parziale	82,0/100	
		Poste.it	Si		
		Domiciliazione bancaria	Parziale		
		Controllo e comunicazione stato delle fatture (pagamenti)	Si		
		Modifica recapito fatture	Si		
		Info su cosa fare se non è arrivata la fattura (richiesta duplicato bolletta)	Si		

Tabella 40 – “Usabilità e Accessibilità”, www.aceaelectrabel.it

Usabilità e Accessibilità	Indici Livello 2°	Standard Tenzionali da Raggiungere	Standard raggiunto	Punteggi /Indici 2° Livello	Punteggi/Macroarea Generale
			2010		
Usabilità e Accessibilità	Navigabilità	Presenza di logo istituzionale	Si	100/100	74,9/100
		Link alla home page in ogni pagina interna	Si		
		Percorso indicato in ogni pagina	Si		
		Visibilità dei link attivi	Si		
		Prevedibilità dei link	Si		
		Esistenza ed efficacia del motore di ricerca interno	Si		
		Presenza di mappa del sito (entro i primi 2 livelli)	Si		
	Accessibilità	Ricorrenza di elementi uguali e riconoscibili in tutte le pagine	Si	85,7/100	
		Disponibilità di un'alternativa di testo sulle immagini usate come link e descrizione delle zone attive nel caso di immagini con mappe sensibili	No		
		Coerenza assoluta nel caso dell'utilizzo di colori per definire i settori tematici	Si		
		Possibilità di ingrandire i caratteri dello schermo	Si		
		Pagine "splash" o introduzioni flash (senza possibilità di saltare l'animazione)	Si		
		Navigazione rapida tramite tastiera	Si		
		Utilizzo dei fogli di stile nella definizione della struttura della pagina	Si		
Usabilità	Qualità del download della modulistica	Parziale	39,0/100		
	Presenza di help	No			
	Esistenza e chiarezza dei messaggi di errore	Parziale			

Tabella 41 – “Comunicazione, Partecipazione, Relazionalità”, www.aceaelectrabel.it

Comunicazione, Partecipazione, Relazionalità	Indici Livello 2°	Standard Tenzionali da Raggiungere	Standard raggiunto	Punteggi /Indici 2° Livello	Punteggi/Macroarea Generale
	2010				
Comunicazione On-line		Reperibilità della URL sul motore di ricerca Google a partire dal nome dell'azienda/ente	Si	55,6/100	52.6/100
		Popolarità del sito basata sui link dall'esterno verso la url del sito	No		
		Presenza FAQ	Si		
		Link utili	Si		
		Esplicitazione aggiornamento del sito	No		
		Uso della multicanalità nell'offerta di informazioni e servizi	Si		
		Sms nell'erogazione del servizio	No		
		Area dell'home page o pagina dedicata al primo piano	Si		
		Pubblicazione di newsletter e/o mailing list destinata all'utenza	No		
Comunicazione Istituzionale		Glossario	No	62,5/100	
		Presenza campagne di comunicazione istituzionale	Si		
		Progetti sul territorio scuole, progetti formativi	Si		
		Cooperazione e relazioni esplicite con enti o soggetti non istituzionali Associazioni enti locali	Parziale		
Customer Care		Info generali sulle condizioni contrattuali	Si	91,7/100	
		Lettura bolletta/fattura	Parziale		
		Info sulla carta dei servizi	Si		
		Presenza in home page a contact center entro il livello II	Si		
		Pagine info relative al servizio di customer care	Si		
		Presenza dei canali per target	Si		
Partecipazione		Possibilità di inviare consigli e segnalazioni	Si	20,0/100	
		Presenza di forum	No		
		Disponibilità di sondaggi on-line	No		
		Sondaggio sulle caratteristiche del sito	No		
		Questionari valutazione del servizio erogato dall'azienda / ente	No		
Reclami		servizio on-line di gestione del reclamo	No	33,3/100	

	Contenzioso	info sui reclami	Parziale	
		procedura di conciliazione	Parziale	

Tabella 42 – “Sviluppo Tecnologico”, www.aceaelectrabel.it

Sviluppo Tecnologico	Indici Livello 2°	Standard Tenzionali da Raggiungere	Standard raggiunto	Punteggi / Indici 2° Livello	Punteggi/Macroarea Generale
	2010				
Qualità Server e Connessioni		Tempo medio di connessione (connect time)	Si	100/100	89,3/100
		Download: tempo virtualmente necessario allo scaricamento di 10 k	Si		
Qualità dell'HTML e Web Design		Controllo di validità dei link a partire dall'home page (N° errori)	No	78,6/100	
		Numero assoluto di errori rilevati nel codice html dell'home page	Si		
		Numero di errori rilevati dell'home page con i diversi tipi di browser	Si		
		Peso complessivo dell'home page in KB	Parziale		
		Peso grafica dell'home page	Si		
		Rapporto tra grafica dell'home e totale dell'home page	Si		
	Immagini in home page eccedenti il limite di 20 k	Si			

11. Analisi e valutazione del sito www.eni.it (Settore Gas)

L'analisi del settore del Gas, in assenza di un'azienda che esprima in modo diretto o indiretto il Comune di Roma, è stata sempre svolta sul sito di Italgas più. Dal 1° luglio 2009 tuttavia Italgas è entrata a far parte della SNAM, gruppo ENI ed è proprio a quest'ultima che si è fatto riferimento per l'indagine corrente.

Il sito dell'Eni mostra performance più che buone con un valore complessivo delle cinque macroaree pari a 82,2 punti su 100, evidenziando in generale una spiccata capacità dell'azienda nel rispondere alle necessità di un'utenza sempre più esigente ed evoluta tecnologicamente (Figura 29). Tutte le macroaree riportano un punteggio molto alto, con il raggiungimento della quasi eccellenza per quanto concerne la dimensione della "Usabilità e Accessibilità" e della "Qualità ed interattività dei Servizi in rete".

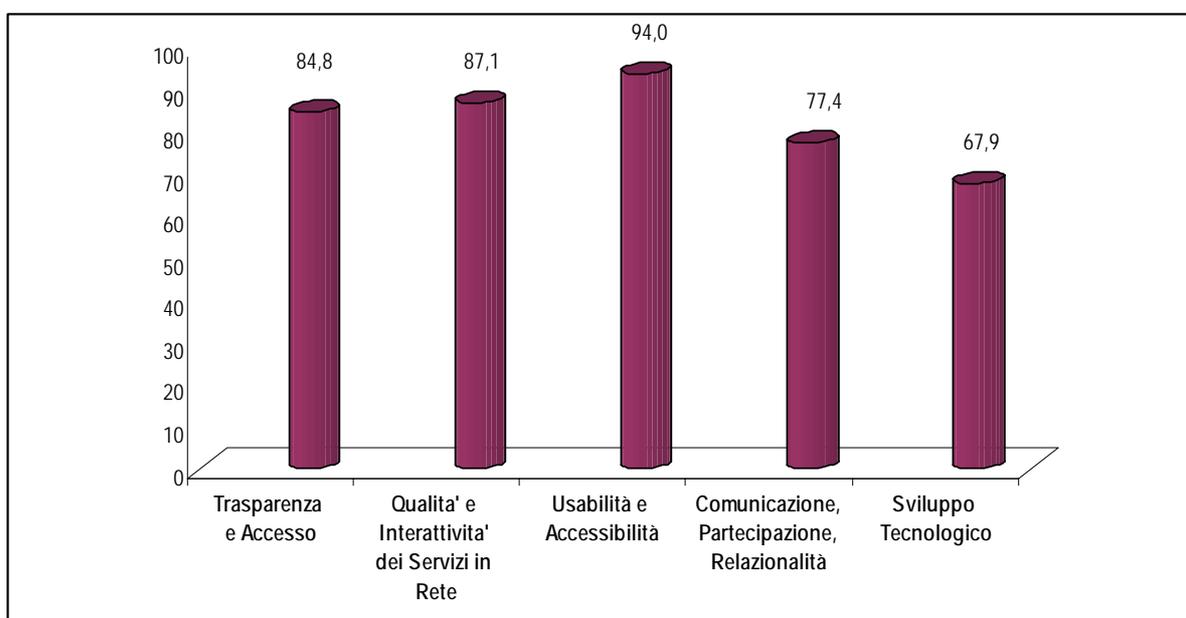


Figura 29 - Punteggi delle cinque macroaree relative al sito web dell'ENI (Gas), punteggi relativi alle cinque macroaree

Il confronto del sito Eni con gli altri siti nazionali e internazionali, evidenzia i suoi punti di forza: la facile navigabilità e la ricchezza di tutte le informazioni e servizi fruibili on-line. Il paragone con i siti delle aziende nazionali che offrono il servizio di vendita del gas nel territorio del Comune di Roma evidenzia la supremazia dell'Eni che, con 87,1 punti su 100, distanzia di molti punti le aziende concorrenti.

Analogo primato è raggiunto a livello europeo, con un ampio margine rispetto ai siti delle altre aziende.

Trasparenza e Accesso

Sotto il profilo della “**Trasparenza e Accesso**”, il sito web raggiunge un valore pari a 84,8/100 mostrando una più che buona aderenza agli standard tendenziali da raggiungere.

La “**Trasparenza Aziendale**” ottiene il massimo punteggio testimoniando gli sforzi compiuti dall’azienda nel fornire informazioni più complete possibili sotto il profilo della governance e dell’organigramma (Figura 30). Nel sito Internet è presente una chiara illustrazione della mission aziendale e dei servizi offerti, e ciascun livello della struttura aziendale è illustrato in maniera completa e dettagliata con l’indicazione della durata delle cariche e dei responsabili dei processi.

In tema di “**Accesso**” le performance sono insufficienti. Sono fornite indicazioni circa l’ubicazione delle sedi e degli uffici principali con i relativi contatti telefonici, ma il cittadino/cliente è indirizzato a preferire come forma di contatto i numeri verdi, piuttosto che l’uso della posta elettronica o lo sportello fisico: infatti, per questi ultimi si ottengono informazioni solo navigando all’interno delle FAQ, previa compilazione di un apposito modulo; in base alle indicazioni fornite il sistema restituisce l’ubicazione, i numeri di telefono e gli orari di apertura al pubblico, un processo che non tende tuttavia a semplificare il rapporto con la clientela. Per i fornitori sono a disposizione i bandi di gara - pubblicati nella sezione dedicata a Gas&Power – nonché i moduli per la redazione delle offerte, ma la presentazione può avvenire solo per via postale.

Gli indicatori relativi alla “**Trasparenza Normativa**” raggiungono il massimo punteggio: sono infatti previste pagine dedicate ai bilanci e alla governance, alla normativa e alle delibere aziendali.

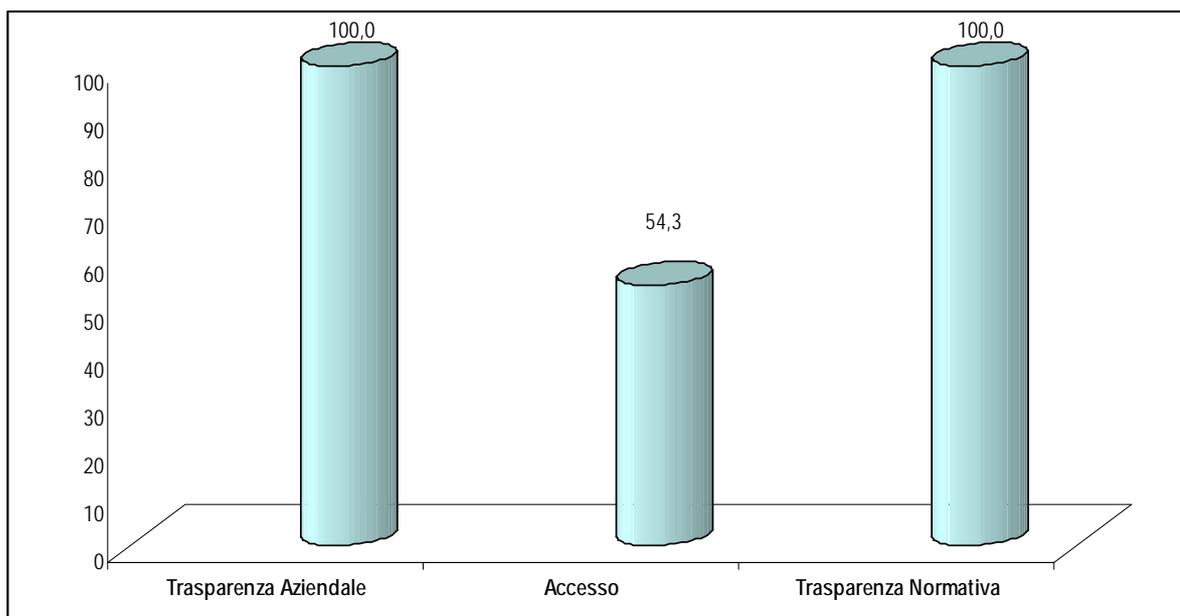


Figura 30 - Punteggi degli indicatori della macroarea “Trasparenza e Accesso”

Qualità e Interattività dei Servizi in Rete

Molto buone le performance relative alla “**Qualità e Interattività dei Servizi in Rete**” che raggiunge un punteggio pari a 87,1 punti su 100.

Si può affermare che l’interattività è garantita per quasi tutte le funzionalità potenzialmente attivabili, dimostrando anche in questa dimensione, un’attenzione totale all’utilizzo di nuove tecnologie nel rapporto con il cittadino/cliente (Figura 31).

Nella sezione “Servizi on-line” è stata implementata un’area dimostrativa, che invita ad iscriversi all’Area Riservata una volta testati i servizi interattivi. Inoltre un’”assistente dinamica” guida il fruitore lungo tutta la catena del processo.

Il cliente è incentivato all’utilizzo dell’interattività anche attraverso altri canali: ad esempio attraverso il programma promozionale You&Eni che attribuisce, ad ogni transazione svolta on-line, dei punti che potranno essere utilizzati per riscuotere dei premi.

Per ciò che riguarda i “**Consumi e Tariffe**” lo sportello on-line permette l’autolettura e la visualizzazione dello storico dei consumi effettuati, la prenotazione della verifica dei guasti e la richiesta di posa in opera del contatore. Con la “**Gestione Contrattuale**” è possibile stipulare il contratto, richiedere un nuovo allaccio, disdire la fornitura e richiedere la modifica di potenza. Analogamente tutto ciò che riguarda pagamenti e fatture è totalmente gestibile in modo interattivo. Solo per la voltura e la richiesta di intervento on site è ancora necessario prendere contatto con un operatore del call center. L’utilizzo del contatto telefonico è previsto anche per la richiesta dei preventivi.

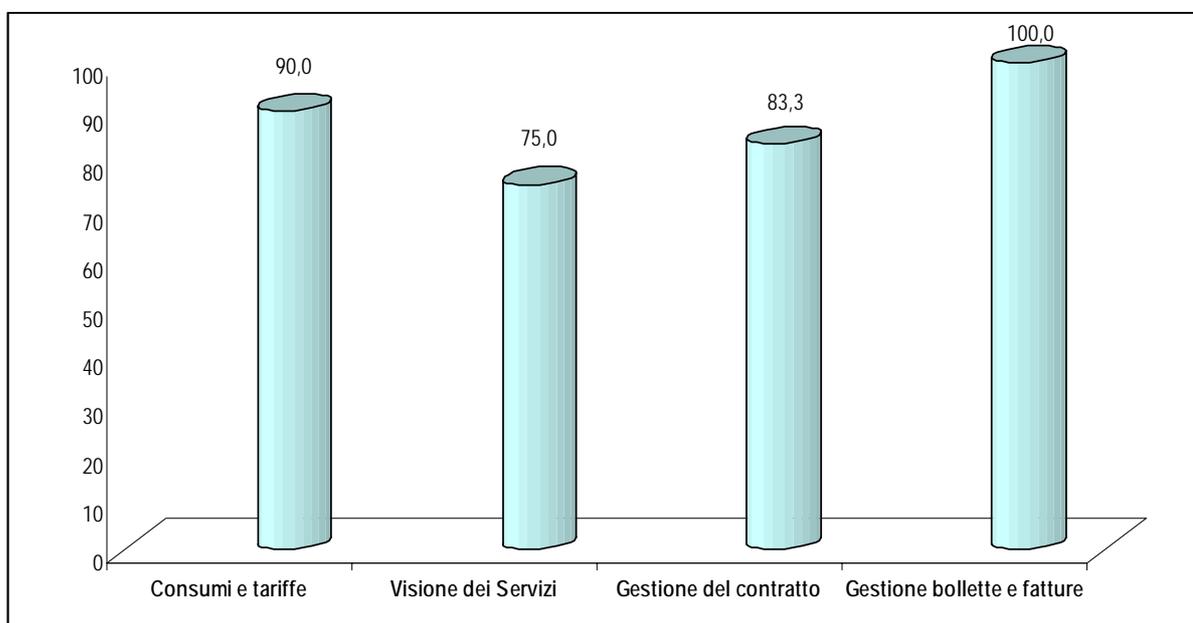


Figura 31 - Punteggi degli indicatori della macroarea “Qualità e interattività dei servizi in rete”

Usabilità e Accessibilità

La macroarea “**Usabilità e Accessibilità**” raggiunge un punteggio pari a 94,0/100 sfiorando l’eccellenza: il valore elevato premia l’attenzione posta nel rimuovere quanto più possibile le barriere informatiche, ostacolo alla fruizione dei servizi da parte di particolari segmenti di utenza. Per ottenere una perfetta aderenza allo standard occorrerà solamente eliminare l’utilizzo di immagini come link e rendere disponibile un help dedicato durante il download di moduli e/o documenti.

Ottima la “**Navigabilità**” del sito (Figura 32): si osserva, infatti, come nelle pagine siano sempre visibili i percorsi di navigazione, che mostrano ai fruitori la loro posizione in relazione alla pagina principale; il visitatore, quindi, è sempre in grado di tornare alla home page o di sapere dove si trova in qualsiasi momento. L’utente ha a disposizione collegamenti ipertestuali per arrivare ovunque desideri: già dalla prima pagina è chiaramente mostrato il percorso da intraprendere a seconda che appartenga alla categoria famiglia o impresa. Esiste infine una guida parlante nell’area Servizio Energia e su tutte le proposte commerciali nel settore energetico. Anche il motore di ricerca interna è efficace e presente in ogni pagina.

In materia di “**Accessibilità**” il sito Web risulta conforme alle raccomandazioni W3C - *World Wide Web Consortium* - ed è compatibile con i più diffusi dispositivi e software dedicati ai portatori di handicap. Rispetto al sito Italgas Più, analizzato nella precedente indagine, si osserva l’introduzione della navigazione tramite tastiera e la possibilità di ingrandire i caratteri dello schermo, opzioni implementate per facilitare la fruizione delle informazioni e dei servizi anche da parte di utenti con disabilità.

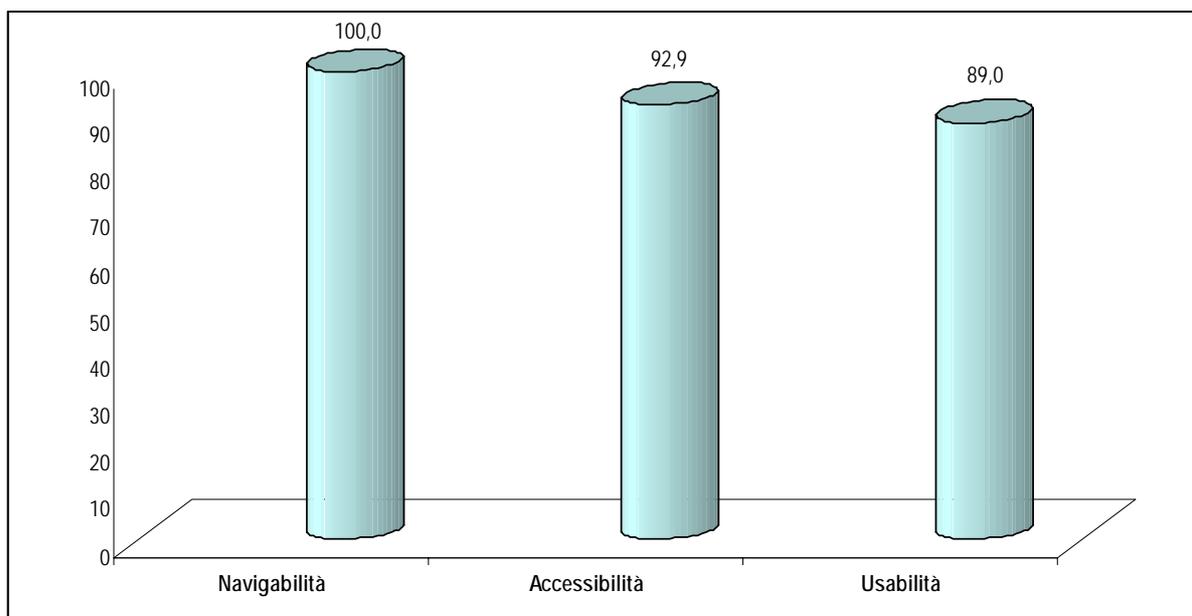


Figura 32 - Punteggi degli indicatori della macroarea “Usabilità e accessibilità”

Comunicazione, Partecipazione, Relazionalità

Buone le performance della macroarea **“Comunicazione, partecipazione, relazionalità”** che raggiunge un punteggio pari a 77,4 punti su 100.

Per quanto riguarda l'indicatore **“Comunicazione on-line”** (Figura 33) si osserva, rispetto a ciò che offriva il vecchio sito di Italgas più, l'introduzione di uno spazio in home page dedicato alle notizie in primo piano e ai comunicati stampa. Il sito mostra una buona popolarità e facile reperibilità sui motori di ricerca più comuni. Al suo interno, e ben visibile da tutte le pagine, vi è una sezione per i link utili ed una per le FAQ, suddivise per ciascuna sezione del sito. Molto buono è anche l'uso della multicanalità nell'offerta di informazioni. Margini per un miglioramento vanno ricercati ad esempio attraverso l'esplicitazione della data di aggiornamento del sito e l'introduzione di interattività tramite sms.

L'indicatore **“Comunicazione Istituzionale”** raggiunge il massimo punteggio evidenziando l'attenzione dell'azienda nel fornire informazioni dettagliate circa i suoi progetti sul territorio, le azioni verso la ricerca e lo sviluppo continuo della società e dei prodotti che offre. Nella sezione del sito dedicata al servizio di vendita del gas è presente anche una pagina con un glossario di termini utili.

Anche gli standard relativi alla **“Customer care”** sono pienamente soddisfatti: chiare e comprensibili risultano le informazioni fornite sulle condizioni contrattuali e sulla carta dei servizi. La lettura della bolletta è facilitata da un'adeguata spiegazione corredata da figure e dalla presenza di una “assistente dinamica” per l'illustrazione delle varie voci riportate sulla bolletta. Infine le indicazioni sul contact center sono facilmente raggiungibili dalla sezione *“contatti”* che è visibile da qualsiasi pagina.

Relativamente all'area **“Partecipazione”** si evidenzia, invece, l'assenza di una qualsiasi forma di verifica della soddisfazione del cliente, come ad esempio un sondaggio sulle caratteristiche del sito o sui servizi offerti. È comunque presente la possibilità di inviare segnalazioni.

Più che buone le performance della dimensione relativa ai **“Reclami e Contenzioso”**. È presente un servizio transattivo di gestione del reclamo per i clienti registrati: il sistema restituisce un codice alla richiesta ed è presente uno storico richieste in cui verificare l'avanzamento della risoluzione delle stesse. Manca tuttavia all'atto dell'invio l'informativa sui tempi previsti per la conclusione del processo. Apprezzabile è infine la presenza di una intera sezione dedicata alla procedura di conciliazione da esperire direttamente on-line.

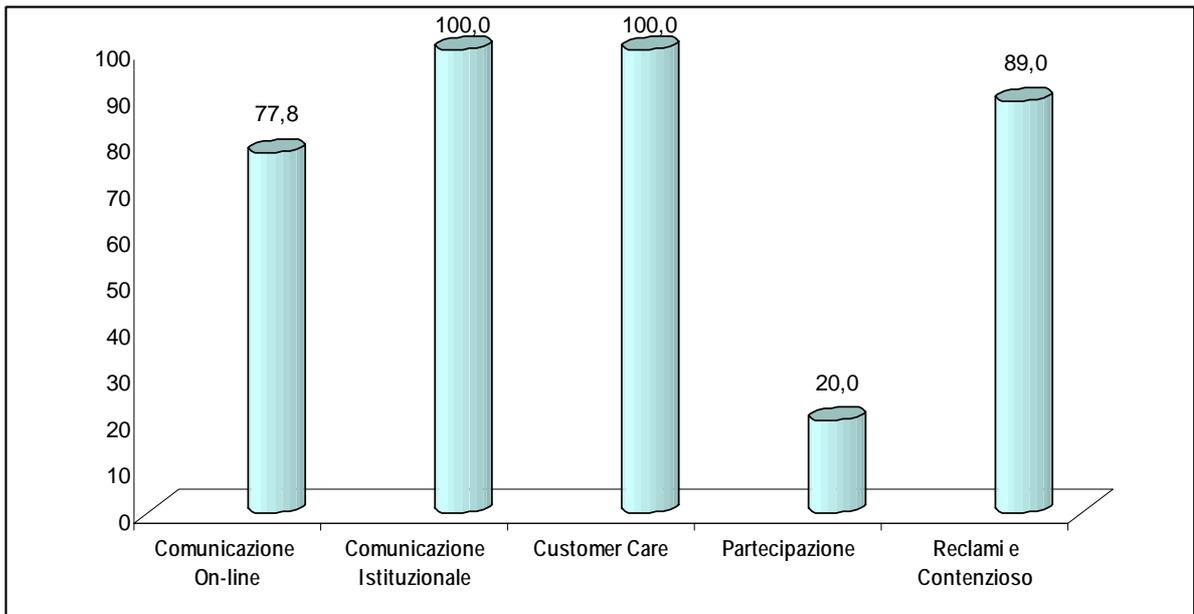


Figura 33 - Punteggi degli indicatori della macroarea “Comunicazione, Partecipazione, Relazionalità”

Sviluppo Tecnologico

Più che sufficienti le performance relative alla macroarea “**Sviluppo Tecnologico**” che raggiunge un punteggio pari a 67,9 punti su 100.

L’indicatore “**Qualità Server e Connessioni**” mostra eccellenti risultati (Figura 34): le caratteristiche strutturali del sito sono tali da permettere, infatti, un ottimo tempo di connessione e download veloci dei documenti.

L’indicatore “**Qualità dell’HTML e Web Design**” evidenzia invece le maggiori criticità. Margini di miglioramento si individuano attraverso il potenziamento della qualità dei link a partire dalla prima pagina e dalla riduzione del peso dell’home page e delle immagini presenti. La qualità del codice Html dell’home page è però efficiente e non si riscontrano errori di visualizzazione con i diversi tipi di Browser.

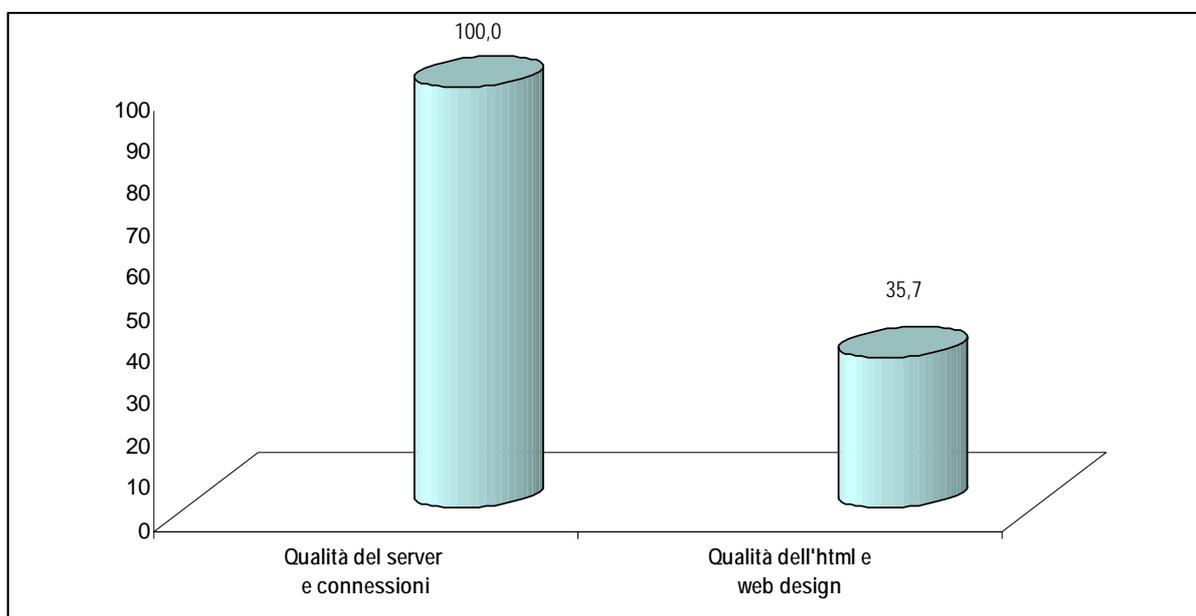


Figura 34 - Punteggi degli indicatori della macroarea “Sviluppo tecnologico”

Confronto nazionale

Nel presente paragrafo, analogamente a quanto avvenuto per il Settore elettricità, si procede al confronto esclusivamente tra i siti web di aziende che forniscono il servizio di vendita del gas a clienti privati sul territorio del Comune di Roma.

Il benchmarking evidenzia il primato raggiunto dal sito dell'Eni che, con un punteggio pari a 87,1 punti su 100, distanzia con un discreto margine i siti concorrenti. Il confronto mette in risalto l'attenzione posta dall'azienda nell'offrire ai suoi utenti un servizio quasi interamente gestibile attraverso il web.

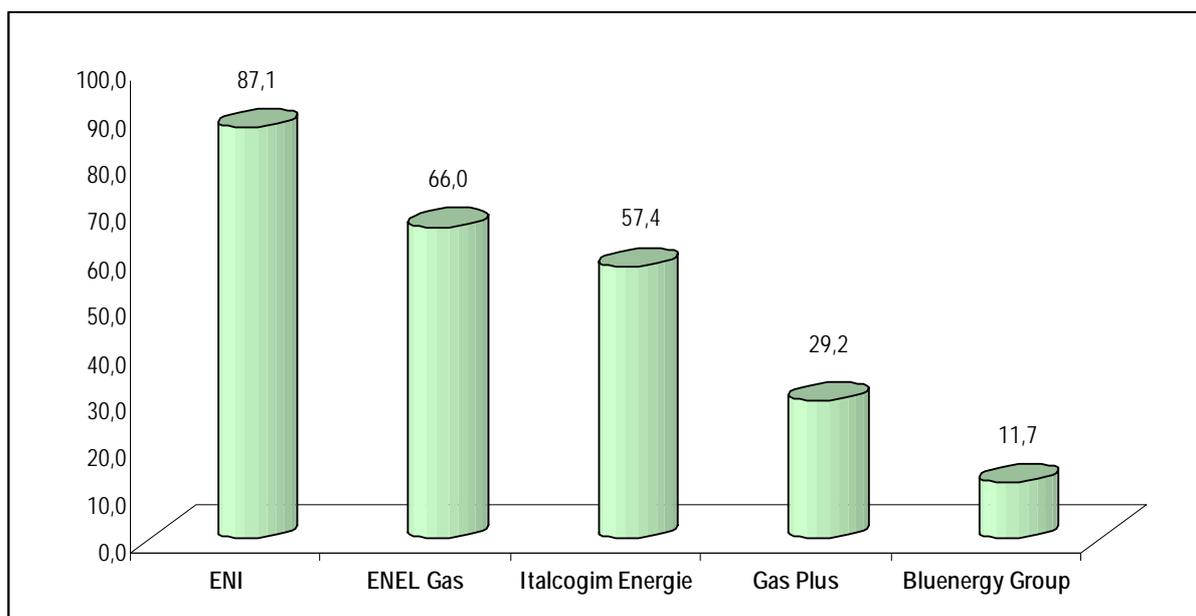


Figura 35 – Confronto tra i siti web delle aziende che erogano il servizio di vendita di gas nel Comune di Roma: valore complessivo della macroarea “Qualità e interattività dei servizi in rete”

Nella Tabella 43 sono riportati nel dettaglio i dati raccolti per l'analisi, con l'evidenza dei valori per le quattro aree che compongono la dimensione.

Tabella 43 -- Macroarea Qualità e Interattività dei Servizi in Rete, confronto tra le aziende che erogano il servizio di vendita di energia elettrica nel Comune di Roma

Azienda o Ente	URL	Consumi e tariffe (su 100)	Visione dei servizi (su 100)	Gestione del contratto (su 100)	Gestione Bollette e fatture (su 100)	Valore Complessivo 2010
ENI	www.eni.it	90,0	75,0	83,3	100	87,1
ENEL Gas	www.enel.it	75,0	50,0	70,8	68,0	66,0
ITALCOGIM Energie	www.italcogimenrgie.it	70,0	50,0	50,0	59,7	57,4
Gas Plus	www.gasplus.it	50,0	50,0	0,0	16,7	29,2
Bluenergy	www.bluenergygroup.it	13,4	25,0	8,3	0,0	11,7

Confronto europeo

Anche a livello di capitali europee l'azienda italiana ottiene un risultato di tutto rispetto determinato dall'alto grado d'interattività che caratterizza i servizi offerti on-line. Il primo posto in classifica conferma l'attenzione posta nel progettare un rapporto con la clientela utilizzando appieno le opportunità concesse dalle nuove tecnologie.

In Figura 36 sono riportati i punteggi raggiunti nella macroarea **“Qualità e Interattività dei Servizi”** dalle varie aziende.

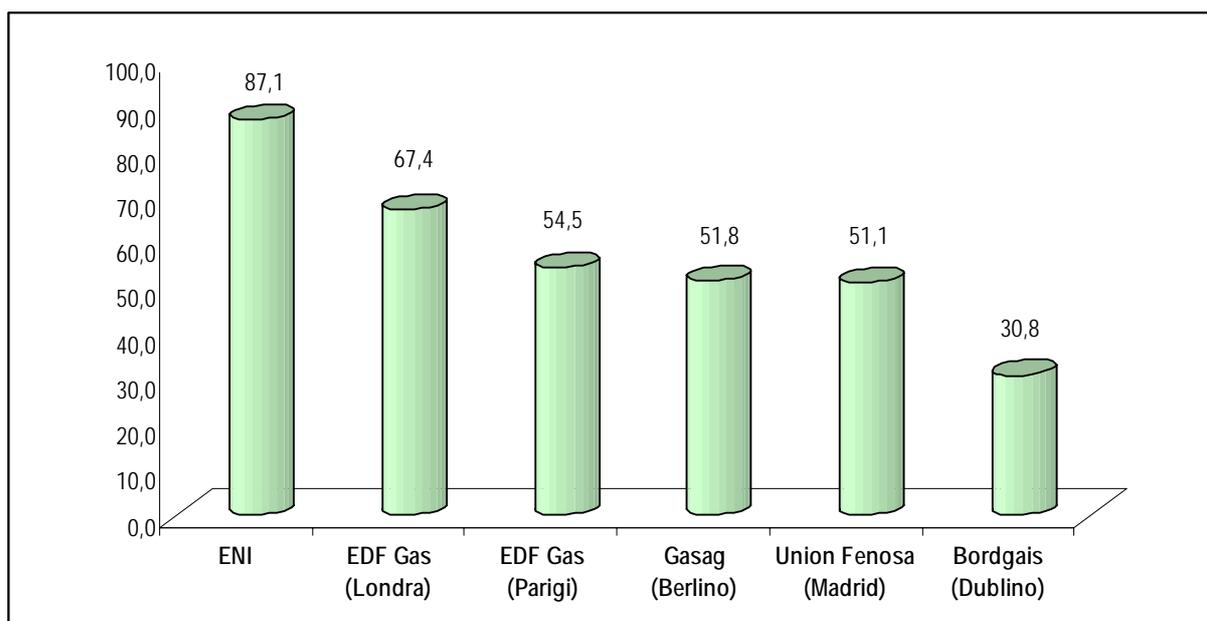


Figura 36 - Confronto tra i siti web a livello di capitali europee: valore complessivo della macroarea “Qualità e interattività dei servizi in rete”

La **Tabella 44** riporta il dettaglio degli indicatori che compongono la macroarea.

Tabella 44 - Confronto dei siti web a livello di capitali europee: valore degli indicatori appartenenti alla macroarea “Qualità e interattività dei servizi in rete”

Città	Azienda o Ente	URL	Consumi e tariffe (su 100)	Visione dei servizi (su 100)	Gestione del contratto (su 100)	Gestione Bollette e fatture (su 100)	Valore Complessivo 2010
Roma	ENI	www.eni.it	90,0	75,0	83,3	100	87,1
Londra	EDF gas	www.edfenergy.com	83,4	75,0	33,0	77,0	64,7
Parigi	EDF Bleu ciel	www.ed-bleuciel.fr	90,0	50,0	16,7	61,2	54,5
Berlino	Gasag	www.gasag.de	50,0	50,0	58,3	48,7	51,8
Madrid	Union Fenosa	www.unionfenosa.es	35,0	50,0	54,2	65,3	51,1
Dublino	Bordgais	www.bordgais.ie	40,0	0,0	50,0	33,3	30,8

Appendice Settore Gas

Tabella 45 – “Trasparenza e Accesso”, www.eni.it

	Indici 2° Livello	Standard Tendenziali da Raggiungere	Standard raggiunto	Punteggi /Indici 2° Livello	Punteggi/Macroarea Generale
			2010		
Trasparenza e Accesso	Trasparenza Normativa	Pubblicazione di testi delle delibere aziendali o dell'ente	Si	100/100	84,8/100
		Pubblicazione pagine relative al Bilancio	Si		
		Pubblicazione pagine relative al Bilancio Sociale (sostenibilità)	Si		
		Info su normativa di riferimento	Si		
	Accesso	Indicazioni sull' ubicazione degli uffici/sportelli	Si	54,3/100	
		Informazioni relative agli orari di apertura degli uffici/sportelli	No		
		Presenza forme di contatto uffici/settori (fax/telefono email)	Parziale		
		Informazioni e/o transazioni relative a bandi / appalti	Parziale		
	Trasparenza Aziendale	Informazioni sulla struttura aziendale	Si	100/100	
		Informazioni sull'organigramma dell'azienda/ente	Si		
		Presentazione servizi	Si		
		Mission dell'azienda/ente	Si		
		Informazioni sul sistema di Qualità	Si		
		Informazioni sulla durata di ciascun procedimento	Si		
		Indicazione degli uffici e dei responsabili dei procedimenti	Si		
		Informazioni sulla privacy/uso dei dati	Si		
Spazio per comitati etici/Codice Etico	Si				

Tabella 46 – “Qualità e Interattività dei Servizi in Rete”, www.eni.it

	Indici 2° Livello	Standard Tendenziali da Raggiungere	Standard raggiunto	Punteggi / Indici 2° Livello	Punteggi/Macroarea Generale
			2010		
Qualità e Interattività dei Servizi in Rete	Consumi e Tariffe	Richiesta preventivi	Parziale	90,0/100	87,1/100
		Comunicazione consumi effettivi	Si		
		Visualizzazione consumi /telelettura	Si		
		Visualizzazione storico consumi	Si		
		Richiesta verifiche guasti, manutenzioni misuratori e contatori richiesta posa nuovo contatore	Si		
	Visione dei Servizi	Elenco dei servizi in rete già disponibili	SI	75,0/100	
		Disponibilità dell'elenco dei servizi in rete di futura attivazione	No		
		Presenza di area demo per accesso a servizi	Si		
		Sezione accesso protetto (password) per parti note (es. clienti, rivenditori)	Si		
	Gestione del Contratto	Stipula del contratto	Si	83,3/100	
		Voltura dei contratti	Parziale		
		Nuovo allaccio	Si		
		Disdetta della fornitura	Si		
		Gestione fornitura- modifica di potenza	Si		
		Richiesti intervento on site	Parziale		
	Gestione Bollette e Fatture	Pagamento	Si	100/100	
		Poste.it	Si		
		Domiciliazione bancaria	Si		
		Controllo e comunicazione stato delle fatture (pagamenti)	Si		
		Modifica recapito fatture	Si		
Info su cosa fare se non è arrivata la fattura (richiesta duplicato bolletta)		Si			

Tabella 47 – “Usabilità e Accessibilità”, www.eni.it

Usabilità e Accessibilità	Indici 2° Livello	Standard Tenzionali da Raggiungere	Standard raggiunto	Punteggi / Indici 2° Livello	Punteggi / Macroarea Generale
				2010	
Usabilità e Accessibilità	Navigabilità	Presenza di logo istituzionale	Si	100/100	94,0/100
		Link alla home page in ogni pagina interna	Si		
		Percorso indicato in ogni pagina	Si		
		Visibilità dei link attivi	Si		
		Prevedibilità dei link	Si		
	Accessibilità	Esistenza ed efficacia del motore di ricerca interno	Si	92,9/100	
		Presenza di mappa del sito (entro i primi 2 livelli)	Si		
		Ricorrenza di elementi uguali e riconoscibili in tutte le pagine	Si		
		Disponibilità di un'alternativa di testo sulle immagini usate come link e descrizione delle zone attive nel caso di immagini con mappe sensibili	Parziale		
		Coerenza assoluta nel caso dell'utilizzo di colori per definire i settori tematici	Si		
		Possibilità di ingrandire i caratteri dello schermo	Si		
	Usabilità	Pagine "splash" o introduzioni flash (senza possibilità di saltare l'animazione)	Si	89,0/100	
		Navigazione rapida tramite tastiera	Si		
		Utilizzo dei fogli di stile nella definizione della struttura della pagina	Si		
		Qualità del download della modulistica	Parziale		
Usabilità	Presenza di help	Si	89,0/100		
	Esistenza e chiarezza dei messaggi di errore	Si			

Tabella 48 – “Comunicazione, Partecipazione, Relazionalità”, www.eni.it

Indici 2° Livello	Standard Tendenziali da Raggiungere	Standard raggiunto	Punteggi /Indici 2° Livello	Punteggi/ Macroarea Generale	
		2010			
Comunicazione On-line	Reperibilità della URL sul motore di ricerca Google a partire dal nome dell'azienda/ente	Si	77,8/100	77,4/100	
	Popolarità del sito basata sui link dall'esterno verso la url del sito	Si			
	Presenza FAQ	Si			
	Link utili	Si			
	Esplicitazione aggiornamento del sito	No			
	Uso della multicanalità nell'offerta di informazioni e servizi	Si			
	Sms nell'erogazione del servizio	No			
	Area dell'home page o pagina dedicata al primo piano	Si			
	Pubblicazione di newsletter e/o mailing list destinata all'utenza	Si			
Comunicazione Istituzionale	Glossario	Si	100/100	77,4/100	
	Presenza campagne di comunicazione istituzionale	Si			
	Progetti sul territorio scuole, progetti formativi	Si			
	Cooperazione e relazioni esplicite con enti o soggetti non istituzionali Associazioni enti locali	Si			
Customer Care	info generali sulle condizioni contrattuali	Si	100/100	77,4/100	
	Lettura bolletta/fattura	Si			
	info sulla carta dei servizi	Si			
	presenza in home page a contact center entro il livello II	Si			
	pagine info relative al servizio di customer care	Si			
	presenza dei canali per target	Si			
Partecipazione	Possibilità di inviare consigli e segnalazioni	Si	20,0/100	77,4/100	
	Presenza di forum	No			
	Disponibilità di sondaggi on-line	No			
	Sondaggio sulle caratteristiche del sito	No			
	Questionari valutazione del servizio erogato dall'azienda / ente	No			
Reclami Contenzioso	Servizio on-line di gestione del reclamo	Parziale	89,0	77,4/100	
	Info sui reclami	Si			
	Procedura di conciliazione	Si			

Tabella 49 – “Sviluppo Tecnologico”, www.eni.it

Sviluppo Tecnologico	Indici 2° Livello	Standard Tendenziali da Raggiungere	Standard raggiunto	Punteggi/ Indici 2° Livello	Punteggi/ Macroarea Generale
				2010	
Qualità Server e Connessioni		Tempo medio di connessione (connect time)	Si	100/100	67,9/100
		Download: tempo virtualmente necessario allo scaricamento di 10 k	Si		
Qualità dell'HTML e Web Design		Controllo di validità dei link a partire dall'home page (N° errori)	No	35,7/100	
		Numero assoluto di errori rilevati nel codice html dell'home page	Si		
		Numero di errori rilevati dell'home page con i diversi tipi di browser	Si		
		Peso complessivo dell'home page in KB	No		
		Peso grafica dell'home page	Parziale		
		Rapporto tra grafica dell'home e totale dell'home page	No		
	Immagini in home page eccedenti il limite di 20 k	No			

12. Analisi e valutazione del sito www.aceaato2.it (Settore Acqua)

Il sito web di Acea Ato2, con punteggio complessivo pari a 70,4 punti su 100, evidenzia performance più che sufficientemente adeguate agli standard di riferimento. Si osserva un miglioramento generale rispetto alle precedenti rilevazioni: indicatori quali la “Trasparenza e accesso” e lo “Sviluppo tecnologico” dimostrano, infatti, una tendenza all’eccellenza (Figura 37). In alcuni casi le informazioni o i servizi sono resi disponibili tramite il portale della capogruppo ACEA e questa sinergia permette all’utente di fruire di un notevole numero d’informazioni e servizi. L’aspetto interattivo necessita tuttavia di maggior attenzione; nonostante i progressi compiuti rispetto al 2007, sono ancora pochi i servizi fruibili completamente on-line.

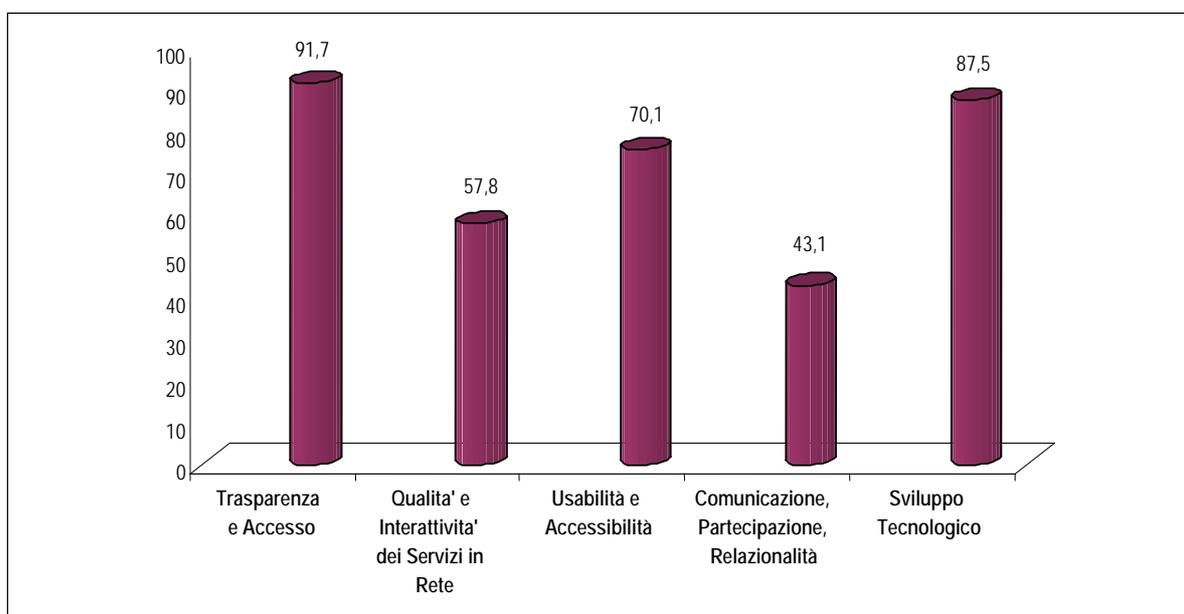


Figura 37 - Punteggi delle cinque macroaree relative al sito web di Acea Ato2 (Acqua)

L’analisi di benchmarking effettuata a livello nazionale colloca il sito web di Acea Ato2 al quarto posto (57,8 punti su 100), dopo Bologna (84,0/100), Bari (65,8/100) e Palermo (64,5/100), evidenziando comunque un miglioramento rispetto all’ottavo posto nella graduatoria raggiunto nel 2007.

Analoga tendenza è quella mostrata a livello europeo: rispetto all’ultimo posto della precedente rilevazione, il sito Internet raggiunge, infatti, la terza posizione.

Trasparenza e Accesso

Con un valore pari a 91,7 punti su 100 la macroarea “**Trasparenza e Accesso**” evidenzia una quasi totale aderenza agli standard tendenziali da raggiungere, confermando il trend di crescita positivo già riscontrato nella precedente rilevazione.

Più che buoni i risultati della “**Trasparenza Aziendale**” (Figura 38): il sito fornisce indicazioni complete ed esaurienti sulla struttura, l’organizzazione aziendale e sul sistema della qualità. Rispetto al 2007 sono state inserite informazioni sugli organi societari, mentre risulta ancora assente la menzione sulla durata di ciascun procedimento.

Pienamente adeguata agli standard è la dimensione relativa all’“**Accesso**”. Sono fornite tutte le informazioni relative all’ubicazione degli uffici/sportelli, i loro orari di apertura nonché le forme di contatto come e-mail e contact center. Attraverso il link al sito della capogruppo è inoltre possibile partecipare, come fornitori accreditati, a bandi e gare in modo completamente interattivo.

La dimensione “**Trasparenza Normativa**” raggiunge quasi l’eccellenza, anche se le tutte le informazioni sono reperibili utilizzando unicamente i link utili che rimandano al portale della capogruppo.

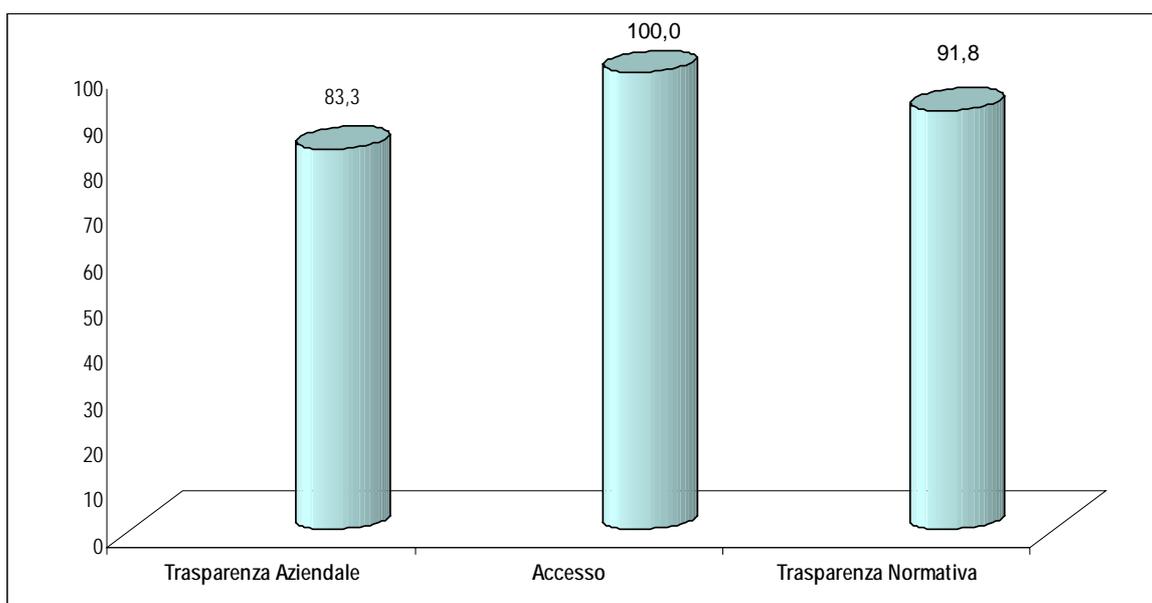


Figura 38 - Punteggi degli indicatori della macroarea “Trasparenza e Accesso”

Qualità e Interattività dei Servizi in Rete

Insufficienti le performance relative alla macroarea “**Qualità e Interattività dei Servizi in Rete**” (57,8/100). Il sito web registra indubbiamente un miglioramento rispetto al passato, anche se non offre ancora tutta la gamma di servizi potenzialmente erogabili.

Riguardo alla “**Gestione del Contratto**”, si osserva come l’utente ancora non abbia a disposizione in modo pienamente interattivo i servizi relativi alla stipula e voltura del contratto, al nuovo allaccio o alla disdetta della fornitura. Le informazioni necessarie per la gestione degli aspetti contrattuali e la possibilità di scaricare i relativi moduli sono comunque garantite. Tuttavia il basso grado di transattività non permette di raggiungere un punteggio sufficiente (Figura 39).

Buoni i risultati della dimensione “**Consumi e tariffe**”. Lo Sportello on-line permette la gestione delle utenze private, condominiali e aziendali, offrendo ad esempio servizi come le informazioni contrattuali sulle utenze, la visualizzazione dello storico delle fatture e dello storico delle letture segnalate e calcolate, e l’invio della lettura dei consumi idrici.

Sufficienza è la “**Visione dei servizi**”. Sono presenti indicazioni chiare sui servizi di prossima attivazione come la gestione sul web dei preventivi, la richiesta di attivazione di una nuova utenza e le variazioni contrattuali. Tuttavia si registra ancora l’assenza di un’area dimostrativa per i servizi transattivi.

Per quanto riguarda la “**Gestione bollette e fatture**”, il sito web non offre attualmente la possibilità di effettuare pagamenti on-line, ma sono fornite indicazioni sulle modalità alternative per saldare le fatture presso gli istituti bancari e i punti vendita della Lottomatica.

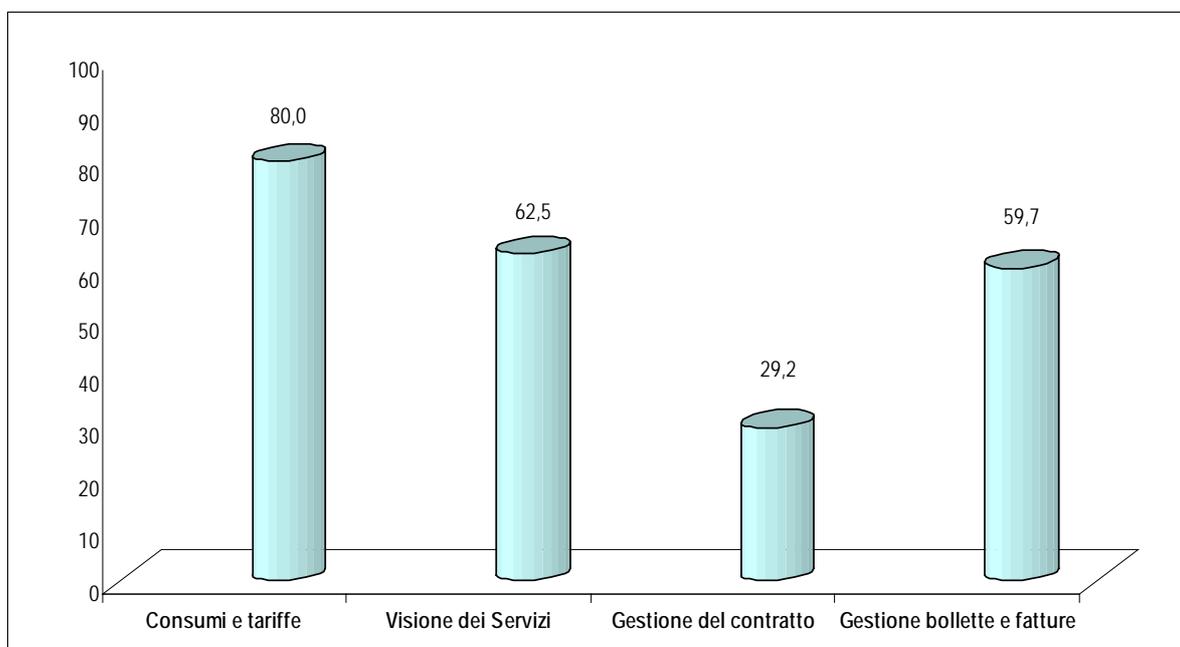


Figura 39 - Punteggi degli indicatori della macroarea “Qualità e Interattività dei Servizi in Rete”

Usabilità e Accessibilità

La macroarea “**Usabilità e Accessibilità**”, con un valore pari a 75,7 punti su 100, mostra una buona aderenza agli standard tendenziali da raggiungere, registrando complessivamente un miglioramento rispetto alla passata analisi.

Eccellente la “**Navigabilità**” del sito web che, rispetto alla precedente rilevazione, presenta la possibilità di visualizzare sempre il percorso di navigazione, migliora la visibilità e prevedibilità dei link attivi, nonché introduce in ciascuna pagina del motore di ricerca (Figura 40). Punto di forza è la mappa del sito strutturata in sezioni ben organizzate e coerenti.

Buoni i risultati relativi all’“**Accessibilità**”. Il sito web descrive ogni immagine presente nelle pagine con un testo alternativo, come prescritto dalle regole di accessibilità per venire incontro a chi “traduce” le immagini in testo; tuttavia non è ancora presente la possibilità di ingrandire i caratteri dello schermo (opzione comunque gestibile dalle funzioni del browser) e di navigare tramite tastiera.

Performance ancora insufficienti per l’“**Usabilità**” del sito, dovute principalmente alla mancata implementazione di un servizio di assistenza e di un help contestuale per il download dei moduli. Buona invece la visibilità e la comprensione dei messaggi di errore.

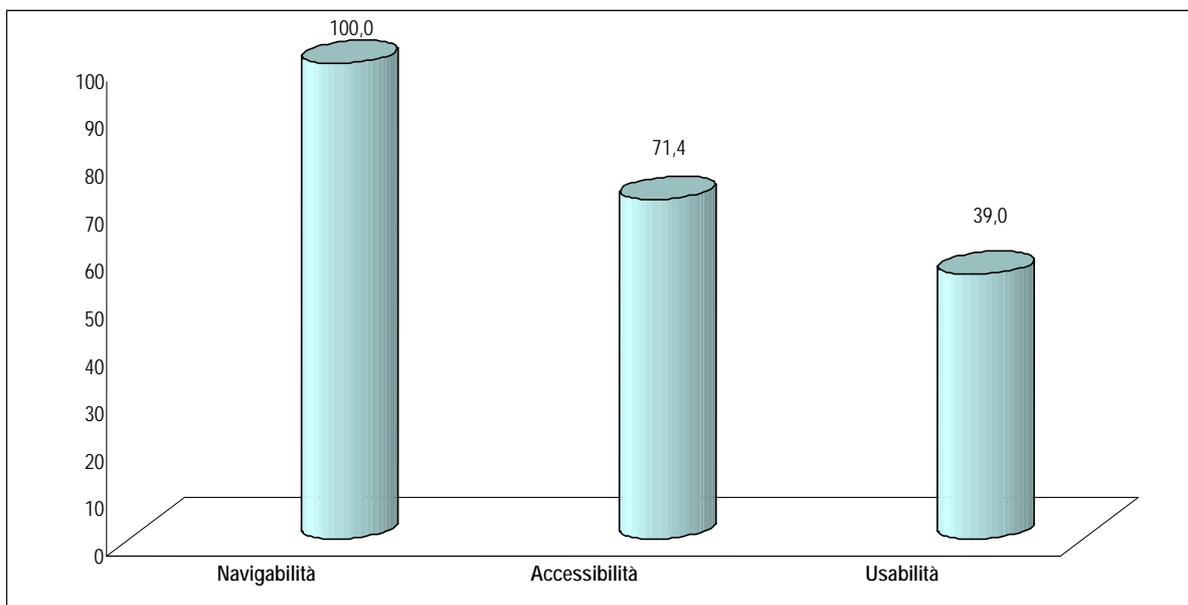


Figura 40 - Punteggi degli indicatori della macroarea “Usabilità e Accessibilità”

Comunicazione, Partecipazione, Relazionalità

La macroarea “Comunicazione, Partecipazione, Relazionalità”, con un punteggio complessivo pari a 44,7 punti su 100, è quella che necessita di una maggiore attenzione soprattutto per gli aspetti relativi alla partecipazione ed alla gestione dei reclami.

L’indicatore “**Comunicazione on-line**”, pur essendo ancora al di sotto della sufficienza (Figura 41), migliora lievemente rispetto alla rilevazione precedente. In home page è presente una sezione dedicata a tutte le news che riguardano il mondo dell’acqua: avvisi, notizie aziendali, comunicati, nuovi servizi attivati sul sito. Occorre però sottolineare che ancora non è previsto l’utilizzo di sms per l’invio di informazioni e che non sono stati implementati i servizi di newsletter o mailing list per le notizie. Il sito non fornisce, inoltre, un’area per le domande frequenti e l’esplicitazione degli aggiornamenti effettuati sulle pagine, ma è invece presente una sezione dedicata ai link. Infine, per ciò che riguarda la reperibilità, è possibile raggiungere il sito in maniera facile a partire dai principali motori di ricerca.

Per quanto concerne la “**Comunicazione Istituzionale**” si osserva un leggero miglioramento grazie al collegamento al sito della capogruppo, tramite il quale è possibile individuare indicazioni sufficientemente chiare in merito ai progetti dell’azienda sul territorio. All’interno del sito web di Acea Ato2 si possono inoltre trovare notizie sulle campagne di comunicazione istituzionale. Margini di miglioramento si individuano ad esempio attraverso l’implementazione di un glossario.

La sezione dedicata al “**Customer Care**” è quella che ottiene il punteggio più alto di tutta la macroarea. Sono presenti informazioni complete e dettagliate sulle condizioni contrattuali e sulla lettura della bolletta, nonché la carta dei servizi. In tutte le pagine sono indicati i nuovi numeri verdi per l’acqua che l’azienda ha istituito a partire dal 1 gennaio 2010 per i servizi commerciali e per la segnalazione dei guasti.

L’area dedicata alla “**Partecipazione**” è quella che presenta le maggiori criticità. La soddisfazione del cliente - ad oggi - non è rilevata tramite sondaggi o questionari on-line, né per quanto riguarda l’azienda, né riguardo il sito. Non si registra la presenza di un forum di discussione per gli utenti.

La dimensione “**Reclami e Contenzioso**” non raggiunge ancora uno standard sufficiente: è del tutto assente la gestione on-line dei reclami, che possono essere inoltrati solo tramite l’utilizzo di un modulo da scaricare e da inviare via posta ordinaria. Dal mese di novembre del 2009 sono presenti informazioni circa la conciliazione paritetica, procedura volontaria per risolvere bonariamente, con la mediazione dei conciliatori, una controversia che vede coinvolti il cliente e la società. Dal sito è possibile scaricare la domanda di conciliazione, che deve essere successivamente inviata tramite raccomandata.

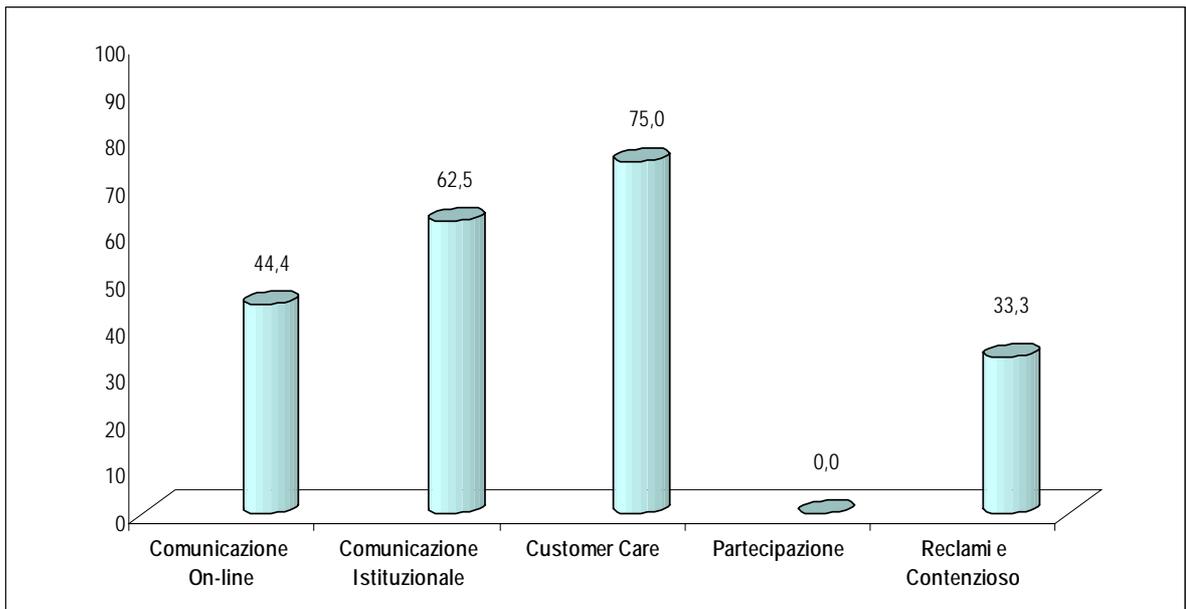


Figura 41 - Punteggi degli indicatori della macroarea “Comunicazione, Partecipazione, Relazionalità”

Sviluppo Tecnologico

La macroarea “**Sviluppo Tecnologico**”, con un punteggio pari a 87,5 punti su 100, mostra performance più che buone registrando un miglioramento rispetto alla passata indagine.

L’indicatore “**Qualità Server e Connessioni**” raggiunge una buona aderenza agli standard determinata ad esempio dal buon tempo di connessione e dall’ottimo tempo per effettuare il download dei moduli/documenti.

L’indicatore “**Qualità dell’HTML e Web Design**” raggiunge, invece, l’eccellenza: il sito web offre un’ottima qualità del linguaggio di programmazione HTML e un’architettura grafica efficace, rendendo agevole la navigazione anche all’utente meno esperto. Superiore allo standard anche il peso delle immagini e il complessivo peso dell’impianto grafico.

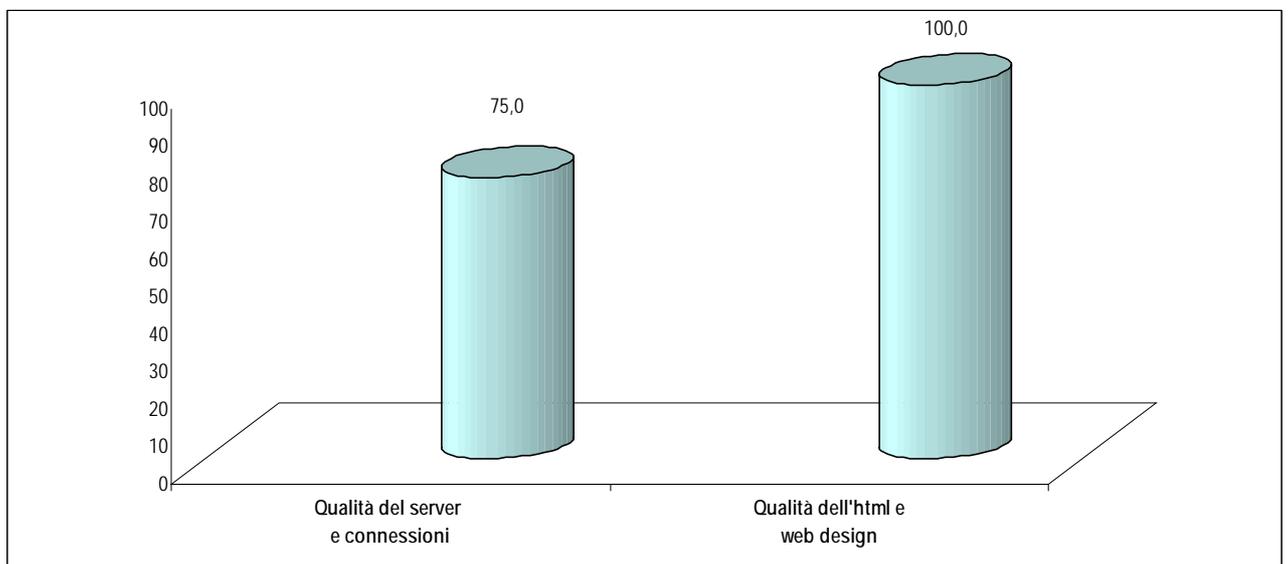


Figura 42 - Punteggi degli indicatori della macroarea “Sviluppo Tecnologico”

Confronto nazionale

Il sito di Acea Ato2, con un punteggio di 57,8 punti su 100, si posiziona al quarto posto tra le città metropolitane italiane. Il valore più alto si registra per il sito della città di Bologna con 84,0/100 punti, seguito dai siti di Bari (65,8/100) e Palermo (64,5/100).

Il Gruppo Hera di Bologna ha predisposto l'intera gestione del contratto via web, proponendo un servizio on-line per la maggior parte degli aspetti contrattuali (stipula, voltura, nuovo allaccio, disdetta, etc.) e implementando il pagamento on-line della bolletta. Anche la richiesta di interventi per la verifica dei guasti, la manutenzione contatori e la posa di un nuovo contatore è effettuabile in modo interattivo, consentendo la prenotazione del servizio direttamente dal web. Da sottolineare che il sito di Acea Ato2, a causa dell'assenza di servizi interattivi in materia di gestione del contratto, riporta, quanto alla dimensione "Gestione dei contratti", un valore più basso (29,2/100) anche rispetto a numerosi altri siti che nel complesso hanno un punteggio minore: per esempio Firenze che con un valore complessivo di soli 15,8/100, ottiene nella sezione suddetta 33,3 punti su 100.

Altri esempi di buone pratiche sono individuabili nella possibilità di richiedere i preventivi on-line direttamente dal sito aziendale della AQP – Acquedotto Pugliese o nella possibilità di pagare le bollette utilizzando il circuito Posteitaliane (p.es. Postepay) fornita dal sito del gestore idrico di Palermo.

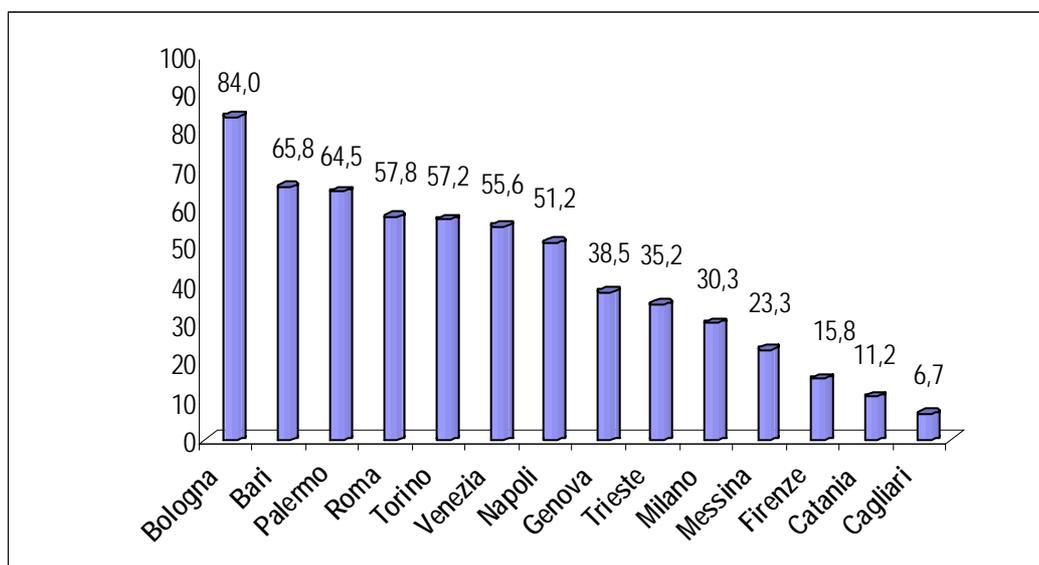


Figura 43 - Confronto tra i siti web delle città metropolitane per il settore idrico: valore complessivo della macroarea "Qualità e interattività dei servizi in rete"

La Tabella 50 riporta il dettaglio degli indicatori che compongono la macroarea.

Tabella 50 - Confronto tra i siti web delle città metropolitane per il settore idrico: valore degli indicatori appartenenti alla macroarea “Qualità e interattività dei servizi in rete”

Città	Azienda o Ente	URL	Consumi e tariffe (su 100)	Visione dei servizi (su 100)	Gestione del contratto (su 100)	Gestione Bollette e fatture (su 100)	Valore Complessivo 2010
Bologna	GRUPPO HERA	www.gruppohera.it	90,0	75,0	95,8	75,0	84,0
Bari	AQP	www.aqp.it	86,8	62,5	70,8	43,0	65,8
Palermo	AMAP	www.amap.it	65,0	50,0	62,5	80,5	64,5
ROMA	Acea Ato2	www.aceaato2.it	80,0	62,5	29,2	59,7	57,8
Torino	SMA	www.smatorino.it	65,0	50,0	58,3	55,5	57,2
Venezia	VESTA	www.acquaveritas.it	76,6	50,0	70,8	25,0	55,6
Napoli	ARIN	www.arin.na.it	70,0	50,0	41,7	43,0	51,2
Genova	GRUPPO IRIDE	www.mediterraneadelleacque.it	40,0	25,0	54,2	34,7	38,5
Trieste	ACEGAS-APS	www.acegas-aps.it	51,8	25,0	41,7	22,2	35,2
Milano	METROPOLITANA	www.metropolitana.milanese.it	20,0	0	50,0	51,3	30,3
Messina	AMAM	www.amam.it	35,0	50,0	8,3	0	23,3
Firenze	PUBLICACQUA	www.publicacqua.it	30,0	0	33,3	0	15,8
Catania	SIDRA	www.sidraspa.it	10,0	12,5	12,5	9,7	11,2
Cagliari	ABBANOIA	www.abbanoa.it	10,0	0	16,7	0	6,7

Confronto europeo

A livello di capitali europee il sito capitolino, con 57,8 punti su 100, raggiunge la terza posizione dopo Berlino (71,5/100) e Parigi (58,1/100).

La capitale tedesca distanzia tutte le altre città europee di molti punti (Figura 44), in quanto offre un ampio spettro di servizi on-line come la richiesta di preventivo, la stipula, il nuovo allaccio, la voltura e la disdetta del contratto, il duplicato di una bolletta e la verifica dei guasti. Parigi permette, per le funzionalità citate, la formulazione di richieste o l'integrazione con il contact center, e prevede la transazione completa per il pagamento delle bollette, così come Londra, nonostante il punteggio complessivo di quest'ultima sia inferiore a quello del sito romano. Le criticità maggiori del sito web di Acea Ato 2 emerse a livello nazionale, si ripropongono quindi anche nel confronto con le principali capitali europee.

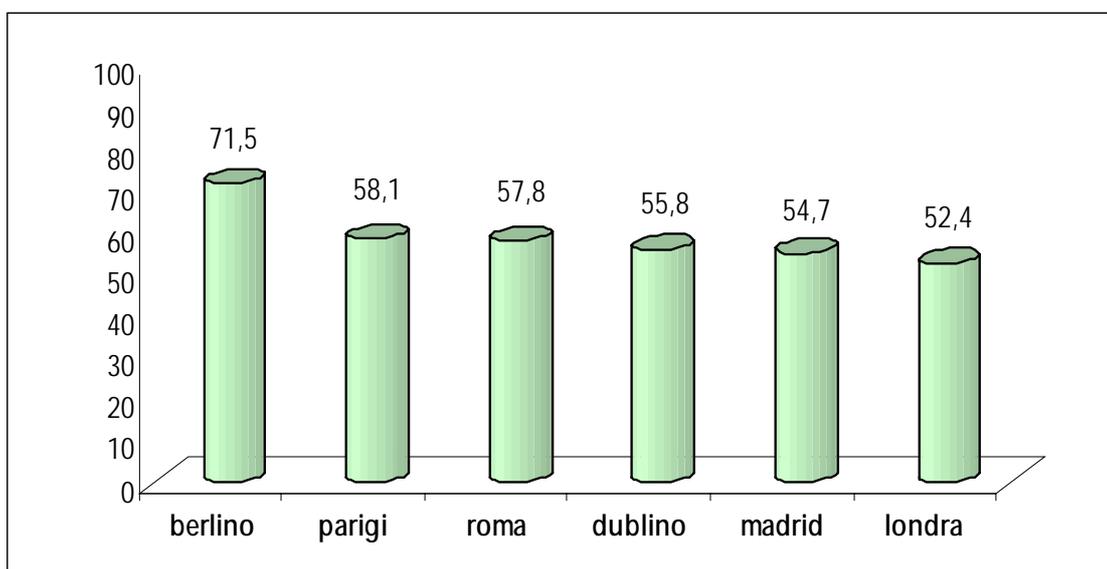


Figura 44 – Confronto tra i siti web a livello di capitali europee per il settore idrico: valore complessivo della macroarea “Qualità e interattività dei servizi in rete”

La Tabella 51 riporta il dettaglio degli indicatori che compongono la macroarea.

Tabella 51 - Confronto tra i siti web a livello di capitali europee: valore degli indicatori appartenenti alla macroarea “Qualità e interattività dei servizi in rete”

Città	Azienda o Ente	URL	Consumi e tariffe (su 100)	Visione dei servizi (su 100)	Gestione del contratto (su 100)	Gestione Bollette e fatture (su 100)	Valore Complessivo 2010
Berlino	BWB	www.bwb.de	90,0	50,0	66,7	79,2	71,5
Parigi	COMPAGNIE DES EAUX DE PARIS	www.compagnie-des-eaux-de-paris.com	70,0	25,0	70,8	66,7	58,1
Roma	Acea Ato2	www.aceaato2.it	80,0	62,5	29,2	59,7	57,8
Dublino	DUBLINCITY	www.dublincity.ie	80,0	62,5	29,2	51,3	55,8
Madrid	CYII	www.cyii.es	80,0	62,5	50,0	26,3	54,7
Londra	THAMES WATER	www.thameswater.co.uk	50,0	25,0	66,7	68,0	52,4

Appendice Settore idrico

Tabella 52 – “Trasparenza e Accesso”, www.aceaato2.it

Trasparenza e Accesso	Indici 2° Livello	Standard Tendenziali da Raggiungere	Standard raggiunto	Punteggi /Indici 2° Livello	Punteggi/Macroarea Generale
				2010	
Trasparenza e Accesso	Trasparenza Normativa	Pubblicazione di testi delle delibere aziendali o dell'ente	Si	100/100	91,7/100
		Pubblicazione pagine relative al Bilancio	Si		
		Pubblicazione pagine relative al Bilancio Sociale (sostenibilità)	Si		
		Info su normativa di riferimento	Si		
	Accesso	Indicazioni sull'ubicazione degli uffici/sportelli	Si	91,8/100	
		Informazioni relative agli orari di apertura degli uffici/sportelli	Si		
		Presenza forme di contatto uffici/settori (fax/telefono email)	Parziale		
		Informazioni e/o transazioni relative a bandi / appalti	Si		
	Trasparenza Aziendale	Informazioni sulla struttura aziendale	Si	83,3/100	
		Informazioni sull'organigramma dell'azienda/ente	Si		
		Presentazione servizi	Si		
		Mission dell'azienda/ente	Si		
		Informazioni sul sistema di Qualità	Si		
Informazioni sulla durata di ciascun procedimento		No			
Indicazione degli uffici e dei responsabili dei procedimenti		Parziale			
Informazioni sulla privacy/uso dei dati		Si			
Spazio per comitati etici/Codice Etico	Si				

Tabella 53 – “Qualità e Interattività dei Servizi in Rete”, www.aceaato2.it

Qualità e Interattività dei Servizi in Rete	Indici 2° Livello	Standard Tendenziali da Raggiungere	Standard raggiunto	Punteggi / Indici 2° Livello	Punteggi/Macroarea Generale
			2010		
	Consumi e Tariffe		Richiesta preventivi	Parziale	80,0
		Comunicazione consumi effettivi	Si		
		Visualizzazione consumi /telelettura	Si		
		Visualizzazione storico consumi	Si		
		Richiesta verifiche guasti, manutenzioni misuratori e contatori richiesta posa nuovo contatore	Parziale		
Visione dei Servizi		Elenco dei servizi in rete già disponibili	SI	62,5	
		Disponibilità dell'elenco dei servizi in rete di futura attivazione	Si		
		Presenza di area demo per accesso a servizi	No		
		Sezione accesso protetto (password) per parti note (es. clienti, rivenditori)	Si		
Gestione del Contratto		Stipula del contratto	Parziale	29,2	
		Voltura dei contratti	Parziale		
		Nuovo allaccio	Parziale		
		Disdetta della fornitura	Parziale		
		Gestione fornitura- modifica di potenza	Parziale		
		Richiesti intervento on site	Parziale		
Gestione Bollette e Fatture		Pagamento	Parziale	59,7	
		Poste.it	Parziale		
		Domiciliazione bancaria	Parziale		
		Controllo e comunicazione stato delle fatture (pagamenti)	Si		
		Modifica recapito fatture	Si		
		Info su cosa fare se non è arrivata la fattura (richiesta duplicato bolletta)	Parziale		

Tabella 54 – “Usabilità e Accessibilità”, www.aceaato2.it

Usabilità e Accessibilità	Indici 2° Livello	Standard Tendenziali da Raggiungere	Standard raggiunto	Punteggi/ Indici 2° Livello	Punteggi/ Macroarea Generale
	2010				
Navigabilità		Presenza di logo istituzionale	Si	100/100	70,1/100
		Link alla home page in ogni pagina interna	Si		
		Percorso indicato in ogni pagina	Si		
		Visibilità dei link attivi	Si		
		Prevedibilità dei link	Si		
		Esistenza ed efficacia del motore di ricerca interno	Si		
		Presenza di mappa del sito (entro i primi 2 livelli)	Si		
Accessibilità		Ricorrenza di elementi uguali e riconoscibili in tutte le pagine	Si	71,4/100	
		Disponibilità di un'alternativa di testo sulle immagini usate come link e descrizione delle zone attive nel caso di immagini con mappe sensibili	Si		
		Coerenza assoluta nel caso dell'utilizzo di colori per definire i settori tematici	Si		
		Possibilità di ingrandire i caratteri dello schermo	No		
		Pagine "splash" o introduzioni flash (senza possibilità di saltare l'animazione)	Si		
		Navigazione rapida tramite tastiera	No		
		Utilizzo dei fogli di stile nella definizione della struttura della pagina	Si		
Usabilità		Qualità del download della modulistica	Parziale	39,0/100	
		Presenza di help	No		
		Esistenza e chiarezza dei messaggi di errore	Parziale		

Tabella 55 – “Comunicazione, Partecipazione, Relazionalità”, www.aceaato2.it

Comunicazione, Partecipazione, Relazionalità	Indici 2° Livello	Standard Tendenziali da Raggiungere	Standard raggiunto	Punteggi /Indici 2° Livello	Punteggi/ Macroarea Generale
	2010				
Comunicazione On-line		Reperibilità della URL sul motore di ricerca Google a partire dal nome dell'azienda/ente	Si	44,4/100	44,7/100
		Popolarità del sito basata sui link dall'esterno verso la url del sito	No		
		Presenza FAQ	No		
		Link utili	Si		
		Esplicitazione aggiornamento del sito	No		
		Uso della multicanalità nell'offerta di informazioni e servizi	Si		
		Sms nell'erogazione del servizio	No		
		Area dell'home page o pagina dedicata al primo piano	Si		
		Pubblicazione di newsletter e/o mailing list destinata all'utenza	No		
Comunicazione Istituzionale		Glossario	No	62,5/100	
		Presenza campagne di comunicazione istituzionale	Si		
		Progetti sul territorio scuole, progetti formativi	Si		
		Cooperazione e relazioni esplicite con enti o soggetti non istituzionali Associazioni enti locali	Parziale		
Customer Care		Info generali sulle condizioni contrattuali	Si	83,3/100	
		Lettura bolletta/fattura	Si		
		Info sulla carta dei servizi	Si		
		Presenza in home page di contact center entro il livello II	Si		
		Pagine info relative al servizio di customer care	No		
		Presenza dei canali per target	Si		
Partecipazione		Possibilità di inviare consigli e segnalazioni	No	0,0/100	
		Presenza di forum	No		
		Disponibilità di sondaggi on-line	No		
		Sondaggio sulle caratteristiche del sito	No		
		Questionari valutazione del servizio erogato dall'azienda / ente	No		
Reclami Contenzioso		Servizio on-line di gestione del reclamo	No	33,3/100	

		Info sui reclami	Parziale		
		Procedura di conciliazione	Parziale		

Tabella 56 – “Sviluppo Tecnologico”, www.aceaato2.it

Sviluppo Tecnologico	Indici 2° Livello	Standard Tenzionali da Raggiungere	Standard raggiunto	Punteggi / Indici 2° Livello	Punteggi/Macroarea Generale
				2010	
Qualità Server e Connessioni	Tempo medio di connessione (connect time)		Parziale	75,0/100	87,5/100
	Download: tempo virtualmente necessario allo scaricamento di 10 k		Si		
Qualità dell'HTML e Web Design	Controllo di validità dei link a partire dall'home page (N° errori)		Si	100/100	
	Numero assoluto di errori rilevati nel codice html dell'home page		Si		
	Numero di errori rilevati dell'home page con i diversi tipi di browser		Si		
	Peso complessivo dell'home page in KB		Si		
	Peso grafica dell'home page		Si		
	Rapporto tra grafica dell'home e totale dell'home page		Si		
Immagini in home page eccedenti il limite di 20 k		Si			

13. Analisi e valutazione del sito www.amaroma.it (Settore Ambiente)

Il sito web dell'Ama raggiunge un punteggio complessivo pari a 71,7 punti su 100, mostrando un'aderenza più che sufficiente agli standard tendenziali (Figura 45).

Il sito Internet è stato sensibilmente rinnovato sia nella veste grafica che nella struttura: un sistema semplice di navigazione con testi più chiari, una grafica sobria, il ricorso ad una tecnologia funzionale, moderna e fruibile, sono tutte implementazioni che facilitano la comunicazione e l'interazione con l'azienda. L'impostazione della struttura e dei colori rendono più agile e chiara la leggibilità dei testi, mentre i menu e le icone consentono un accesso rapido a tutte le informazioni sui servizi offerti. Per ogni notizia è inoltre presente una scheda di valutazione per esprimere la propria opinione con un voto.

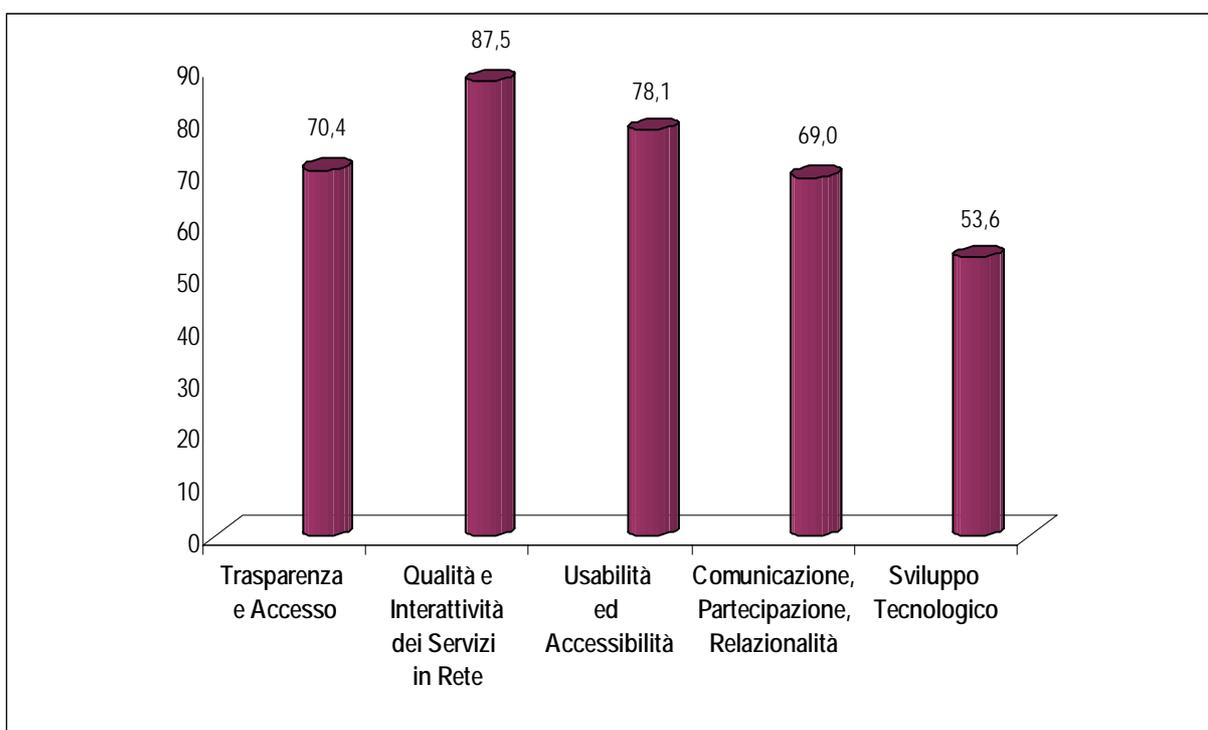


Figura 45 - Punteggi delle cinque macroaree relative al sito web dell'Ama (Ambiente)

Va segnalato che in questa analisi, a seguito dell'evoluzione dei servizi offerti, si è proceduto ad aggiungere alcuni indicatori non presenti nei lavori precedenti. Nello specifico, nella macroarea della "Qualità e Interattività dei Servizi in Rete" è stato aggiunto l'indicatore di terzo livello "Raccolta porta a porta" mentre nella "Comunicazione, Partecipazione, Relazionalità" si è aggiunto l'indicatore di terzo livello "News presenti nella pagina del sito".

L'analisi di benchmarking a livello nazionale colloca il sito web dell'AMA al secondo posto con 87,5 punti su 100, dopo Milano (91,6/100), con un netto distacco rispetto ai siti che seguono in classifica.

A livello europeo c'è un netto miglioramento: infatti rispetto al terzo posto della rilevazione del 2007, oggi l'AMA si posiziona al primo posto, vincendo la sfida emersa dalla rilevazione precedente, in cui si evidenziava la necessità di fornire strumenti web sempre più transattivi e trasparenti.

Trasparenza e Accesso

La macroarea “**Qualità e Interattività dei Servizi in Rete**” raggiunge un punteggio pari a 70,4/100 mostrando una più che sufficiente aderenza agli standard tendenziali.

Sufficienti le performance relative alla “**Trasparenza Aziendale**” (Figura 46). Il sito web fornisce informazioni relative alla mission, alla struttura organizzativa e alla privacy. Molto dettagliata risulta la presentazione degli impianti ambientali, per lo smaltimento e per incentivare il recupero, il riutilizzo e la valorizzazione dei rifiuti. Permangono tuttavia carenze informative circa la durata dei procedimenti, il sistema di Qualità dell’azienda ed il codice etico.

Ottimi i risultati dell’indicatore relativo all’“**Accesso**”. Dalla home page è possibile ottenere informazioni sugli uffici e le relative competenze, con l’indicazione dell’ubicazione, degli orari e dei numeri di telefono e/o indirizzi mail. Migliorata rispetto alla precedente indagine la possibilità di interagire con l’azienda, ora possibile attraverso il collegamento ipertestuale “Dillo ad Ama”. Il cittadino, anche senza essersi registrato, può inviare segnalazioni relative ai cassonetti o alla pulizia delle strade sia attraverso il sito web che tramite sms. Presidiata anche l’area relativa ai fornitori che possono visualizzare e/o scaricare i bandi relativi alle gare pubbliche e, dopo una procedura di registrazione, partecipare anche alle negoziazioni telematiche.

Non ancora sufficiente il risultato della “**Trasparenza Normativa**”. Sul sito web è reperibile la legislazione vigente in materia di igiene pubblica, dal livello europeo a quello comunale nonché l’ultimo bilancio d’esercizio approvato, ma non i testi delle delibere aziendali.

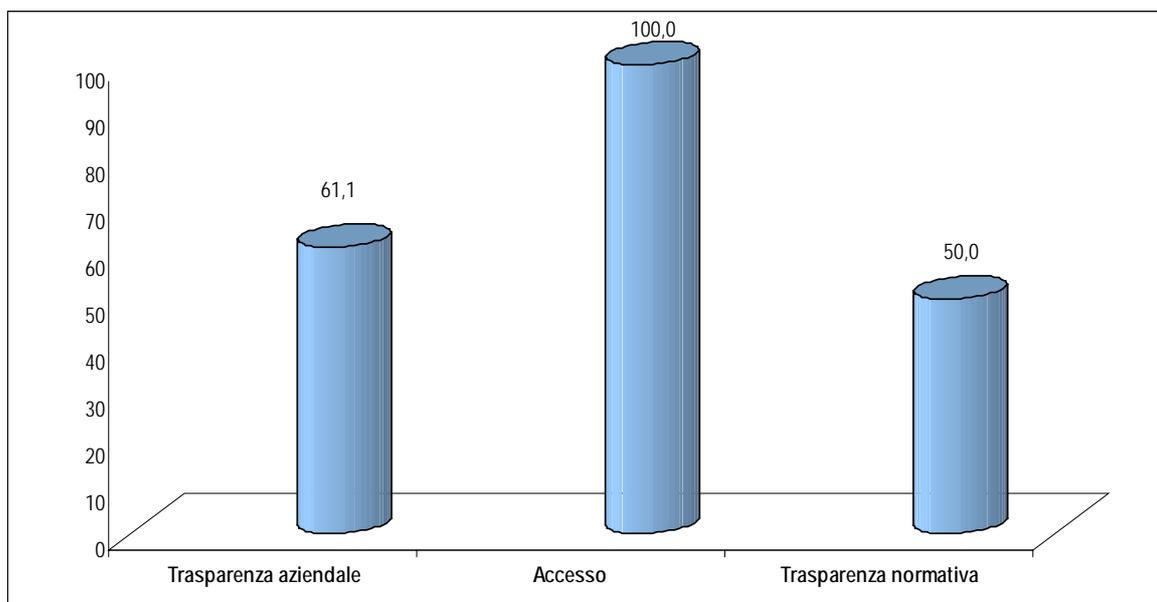


Figura 46 - Punteggi degli indicatori della macroarea “Trasparenza e Accesso”

Qualità e Interattività dei Servizi in Rete

La macroarea “**Qualità e Interattività dei Servizi in Rete**” raggiunge un punteggio pari a 87,5/100 mostrando una più che buona aderenza agli standard tendenziali.

L’indicatore relativo all’ “**Igiene urbana fornitura e tariffe**” ottiene il massimo punteggio (Figura 47). L’area relativa alla tariffa dei rifiuti (Ta.Ri) è particolarmente curata: i cittadini possono calcolare on-line la tariffa per le utenze domestiche attraverso un semplice sistema che chiede l’inserimento dei metri quadri e del numero di 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). Sulla tariffa è inoltre possibile acquisire informazioni (e scaricare moduli) per casi particolari di utenza, e per l’accesso alle agevolazioni, riduzioni ed esenzioni. È opportuno sottolineare che, rispetto al 2007, è ora possibile compilare e inviare on-line la denuncia di attivazione, assistiti da una guida che illustra tutto il processo nonché procedere al pagamento on-line della tariffa dei rifiuti direttamente dal sito collegandosi al servizio “*Scigno Pago Facile*”. Piena transattività anche per le operazioni di disdetta o per le variazioni della fornitura.

Buone le performance dell’indicatore “**Servizi di Igiene Urbana**”. Per quanto riguarda lo spazzamento stradale, sul sito è riportato il numero della linea verde cui telefonare per ottenere informazioni sulla frequenza e il tipo di pulizia prevista¹⁶. Per alcuni quartieri sono pubblicati gli itinerari di pulizia protetti, ovvero i programmi di pulitura meccanizzata lungo vie alberate e ad alta frequentazione, durante i quali vige il divieto di sosta temporaneo. Per lo smaltimento dei rifiuti solidi ingombranti è possibile prenotare il servizio tramite e-mail, con l’indicazione del costo dell’intervento. Sul sito web sono presenti informazioni dettagliate riguardo alla raccolta differenziata, con la possibilità di utilizzare i servizi on-line “*Dove si butta?*” e “*Butta Bene dalla A alla Z*”, al fine di individuare come disfarsi correttamente dei vari materiali. Per quanto concerne il servizio di “Raccolta porta a porta” il sito Internet mette a disposizione materiali informativi anche in formato scaricabile e il calendario della raccolta.

¹⁶ In corrispondenza della pubblicazione del presente lavoro, l’Ama ha provveduto a lanciare una nuova versione del sito web che offre la possibilità di ottenere per ciascuna strada le frequenze di pulizia e di svuotamento dei cassonetti. Si è tuttavia scelto di non tenere conto di questi cambiamenti al fine di rendere omogenea tutta la rilevazione.

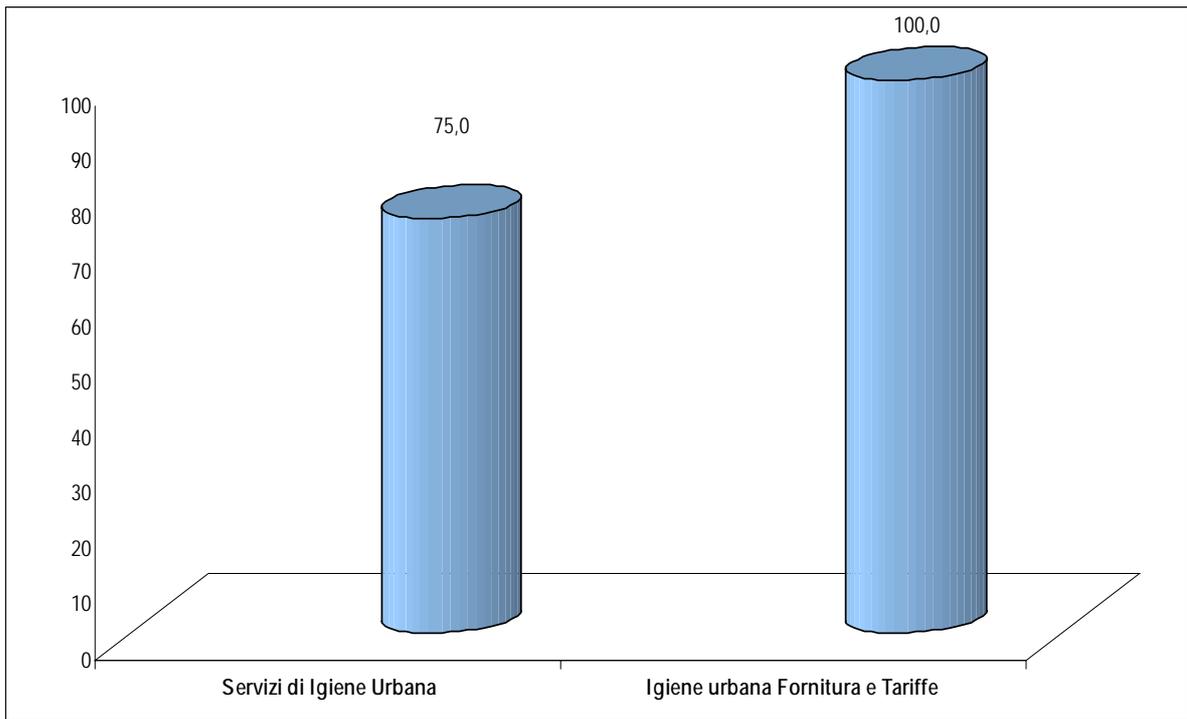


Figura 47 – Punteggi degli indicatori della macroarea “Qualità e Interattività dei Servizi in Rete”

Usabilità e Accessibilità

La macroarea “**Usabilità e Accessibilità**” raggiunge un punteggio complessivo pari a 78,1 punti su 100 mostrando una buona aderenza agli standard tendenziali.

L’indicatore relativo alla “**Navigabilità**” ottiene il massimo valore (Figura 48). Sono presenti, infatti, tutti gli elementi potenzialmente erogabili: il logo istituzionale, il link all’home page collocato in ogni pagina, il percorso di navigazione, la visibilità dei link attivi e la presenza del motore di ricerca interno. Rispetto alla precedente rilevazione è stata aggiunta la mappa del sito che può consentire di trovare con maggiore facilità alcune aree di contenuto non direttamente rintracciabili dal percorso proposto sulla pagina principale.

Buone le performance relative all’“**Accessibilità**”. Il sito web presenta alternative di testo alle immagini utilizzate come collegamenti ipertestuali, mentre non prevede una funzione specifica per ingrandire i caratteri dello schermo: è comunque utilizzabile la funzionalità di zoom messa a disposizione dai browser.

Poco meno che sufficiente l’“**Usabilità**”: la maggiore criticità è dovuta all’assenza di una guida a supporto degli utenti meno esperti. Sono tuttavia presenti messaggi di errore che aiutano l’utente a correggerlo: ad esempio nel caso del servizio on-line “*Dove si butta*”, ove si sia digitato un nome non presente nella lista o non attinente, il sistema restituisce il messaggio “Verifica la correttezza e seleziona l’oggetto dalla lista”.

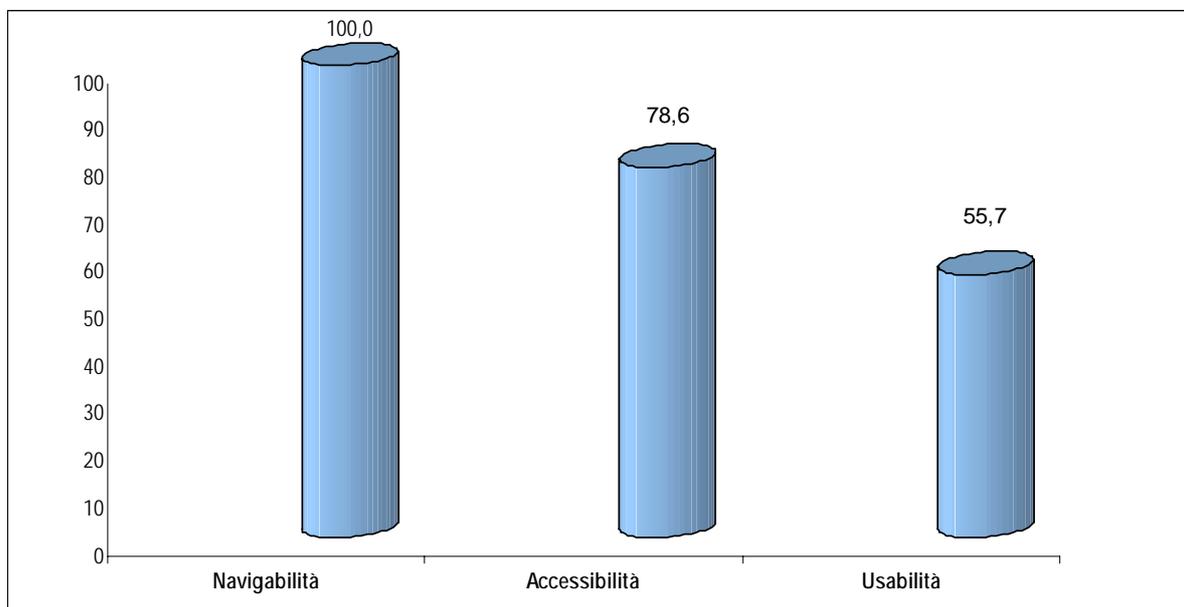


Figura 48 - Punteggi degli indicatori della macroarea “Usabilità e Accessibilità”

Comunicazione, Partecipazione, Relazionalità

La macroarea della “**Comunicazione, Partecipazione, Relazionalità**” registra un valore complessivo pari a 69,0 punti, mostrando una più che sufficiente aderenza agli standard tendenziali.

L’indicatore relativo alla “**Comunicazione on-line**” appare sufficientemente presidiato (Figura 49). Lo spazio dedicato alle news è presente in modo adeguato nella pagina principale mentre è sempre disponibile il collegamento ipertestuale alla sezione dei link. È tuttavia ancora assente una newsletter o la possibilità di iscriversi ad una mailing list per ricevere informazioni periodiche dall’azienda.

Più che buona la “**Comunicazione Istituzionale**” che evidenzia l’impegno dell’azienda sul territorio e la cui pubblicizzazione trova ampia diffusione sul sito. A titolo di esempio si riportano i vari progetti attivi con le scuole in collaborazione con altri enti e aziende capitoline, le campagne informative nei vari ambiti di azione dell’Ama, nonché svariati argomenti del settore ambientale. Rispetto al 2007 si nota la presenza del glossario.

Pienamente soddisfatta la dimensione del “**Customer Care**” con l’offerta di informazioni chiare e dettagliate sui contratti, sulla carta dei servizi, e con l’indicazione del numero verde per il contact center direttamente in home page.

Perdura ancora il calo di attenzione per quanto riguarda la “**Partecipazione**”. Si osserva ancora l’assenza dei forum di discussione e dei questionari sui servizi erogati. Rispetto alla precedente indagine sono però stati inseriti i sondaggi sulle caratteristiche del sito attraverso la possibilità di esprimere un voto di gradimento.

La dimensione del “**Reclamo e Contenzioso**” non appare ancora presente in modo sufficientemente adeguato. Manca una specifica sezione dedicata ai reclami, perché più semplicemente vengono accorpate in un’unica pagina tutte le richieste che possono arrivare dagli utenti: nella sezione “Comunica con AMA” compilando un form, si possono inviare segnalazioni di disservizi e richieste di servizi. Il sistema segnala l’avvenuto corretto invio della segnalazione e, successivamente, è inoltrata in maniera automatica una e-mail sull’indirizzo di posta elettronica indicato, con il codice dell’intervento e i tempi di risoluzione della segnalazione. Riguardo alle procedure di conciliazione non è stato ancora predisposto sul sito alcuno spazio specifico.

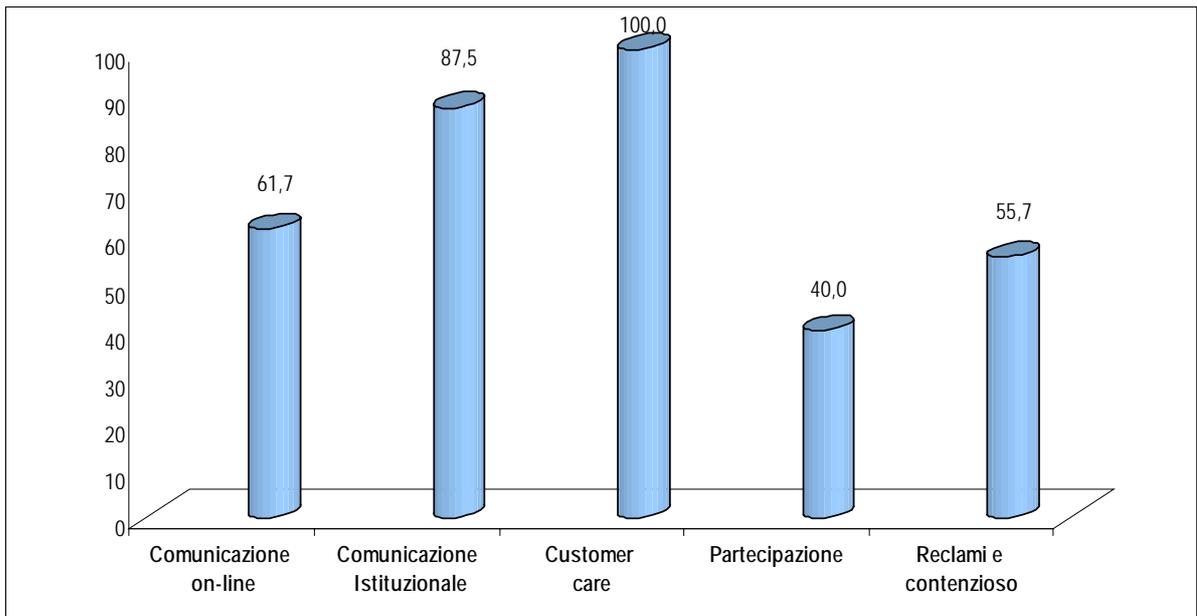


Figura 49 - Punteggi degli indicatori della macroarea “Comunicazione, Partecipazione, Relazionalità”

Sviluppo Tecnologico

Il punteggio relativo alla macroarea dello “**Sviluppo Tecnologico**” è di 53,6 punti su 100.

Le performance di poco inferiori alla sufficienza dipendono dalle diverse performance dei vari indicatori (Figura 50): i tempi di download dei documenti sono eccellenti e sono assenti gli errori in fase di connessione al sito anche utilizzando diversi browser. Rimangono poco soddisfacenti sia i tempi di connessione, sia la validità dei link presenti in home page e gli errori nel codice della home page. Risulta migliorabile, inoltre, il peso complessivo dell’home page, il peso della grafica dell’home page e il rapporto tra l’impianto grafico dell’home page e il numero di immagini caricate.

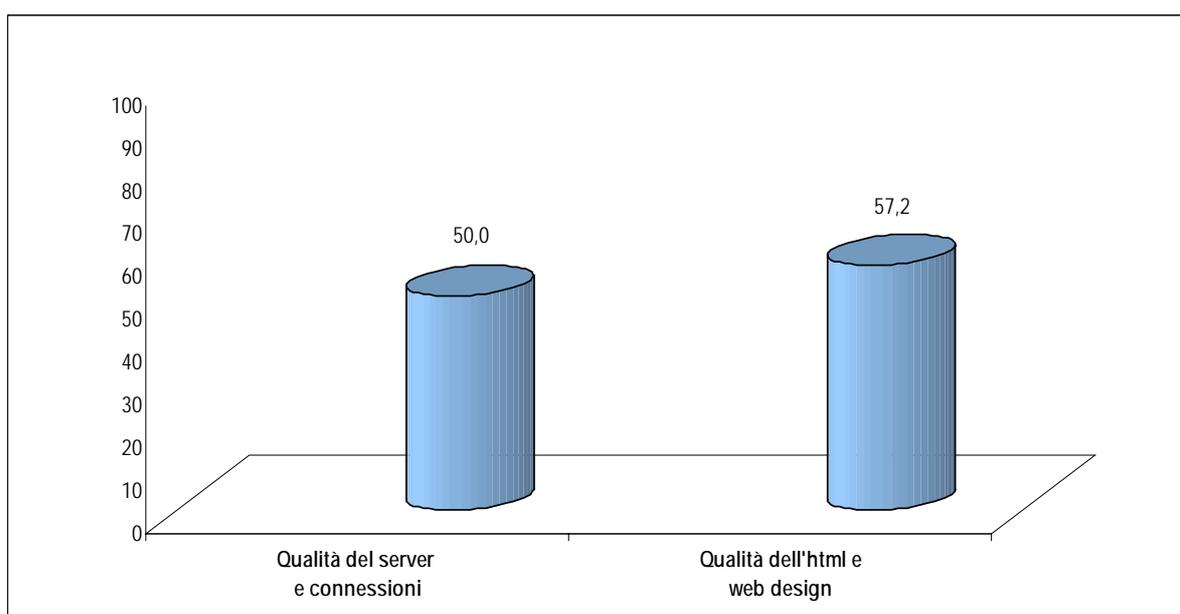


Figura 50 - Punteggi degli indicatori della macroarea “Macroarea Sviluppo Tecnologico”

Confronto nazionale

Il confronto tra i siti web delle altre città metropolitane colloca Roma (87,5/100) al secondo posto dopo Milano (91,6/100), (**Figura 51**). Rispetto all'indagine del 2007 la capitale perde il primato che condivideva con il capoluogo meneghino, ma migliora comunque la qualità e la gamma dei servizi offerti on-line.

Il sito dell'Amsa di Milano offre in più rispetto a Roma la possibilità di procedere in modo completamente interattivo alla prenotazione del servizio di raccolta di rifiuti ingombranti.

Il pagamento on-line della tariffa dei rifiuti è previsto direttamente nel sito romano, ma anche in quello di Bologna e Genova; per quanto riguarda Milano è invece necessario un passaggio in più, ovvero la selezione collegamento al portale del comune.

Il sito di Firenze, ancorché con un valore complessivo della macroarea più basso (74/100) di quella del sito capitolino, ha un punteggio lievemente più alto nella sezione “**Servizi di Igiene Urbana**” (79,3/100 contro 75,0/100): ciò è legato alla possibilità offerta ai cittadini fiorentini di controllare on-line la programmazione delle date di pulizia delle strade; l'azienda Quadrifoglio risulta comunque l'unica a livello nazionale ed europeo a fornire questo servizio direttamente sul web.

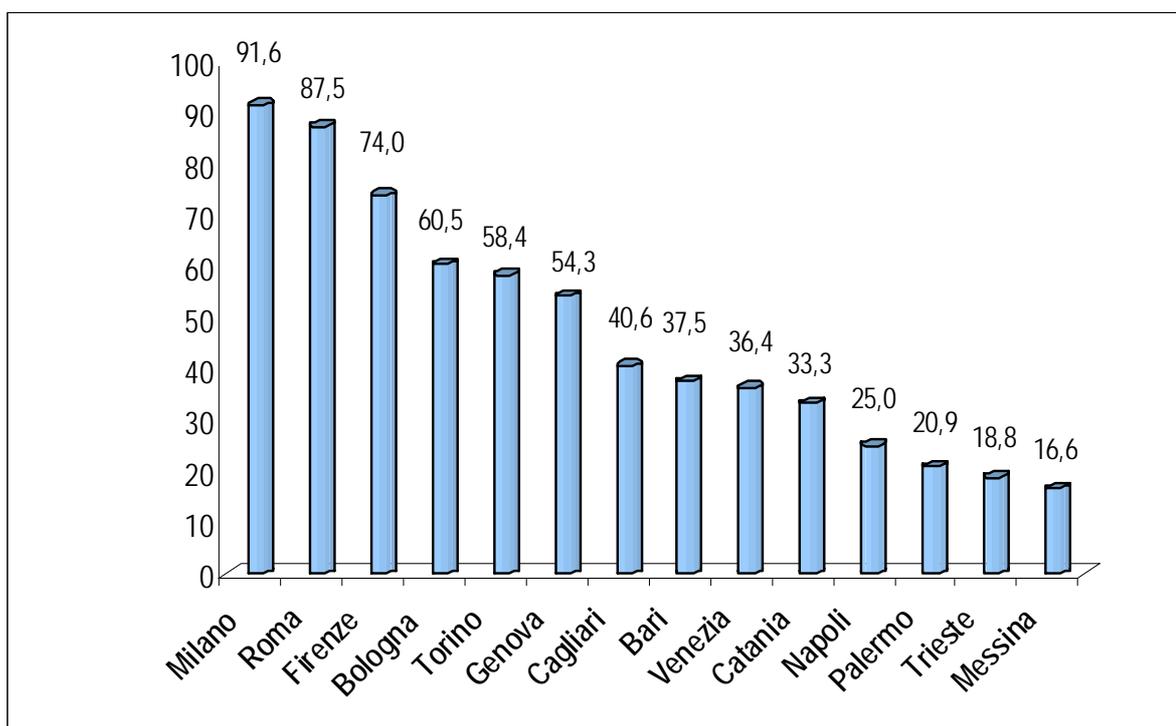


Figura 51- Confronto tra i siti web delle città metropolitane per l'igiene urbana: valore complessivo della macroarea “Qualità e interattività dei servizi in rete”

La Tabella 57 riporta il dettaglio degli indicatori che compongono la macroarea.

Tabella 57 - Confronto tra i siti web delle città metropolitane per l'igiene urbana: valore degli indicatori appartenenti alla macroarea "Qualità e interattività dei servizi in rete"

Città	Azienda o Ente	URL	Servizi di Igiene Urbana (su 100)	Igiene urbana fornitura e servizi (su 100)	Valore Complessivo 2010
Milano	AMSA	www.amsa.it	83,3	100,0	91,6
Roma	AMA	www.amaroma.it	75,0	100,0	87,5
Firenze	QUADRIFOGLIO	www.quadrifoglio.org	79,3	68,8	74,0
Bologna	HERA	www.gruppohera.it	71,0	50,0	60,5
Torino	AMIAT	www.amiat.it	62,5	54,3	58,4
Genova	AMIU	www.amiu.genova.it	48,0	60,5	54,3
Cagliari	SEPARA	www.separa.it	37,5	43,8	40,6
Bari	AMIU	www.amiubari.it	75,0	0	37,5
Venezia	VESTA	www.vestaspa.net	45,8	27,0	36,4
Catania	COMUNE DI CATANIA	www.comune.catania.it	50,0	16,5	33,3
Napoli	ASIA	www.asianapoli.it	50,0	0	25,0
Palermo	AMIA	www.amianet.it/	41,8	0	20,9
Trieste	ACEGAS-APS	www.acegas-aps.it	37,5	0	18,8
Messina	MESSINA AMBIENTE	www.messinambiente.it	33,3	0	16,6

Confronto europeo

Il confronto con le principali capitali europee colloca il sito web capitolino al primo posto, sia come punteggio raggiunto complessivamente dalla macroarea “**Qualità e Interattività dei Servizi in Rete**”, sia in ognuno degli indicatori di secondo livello che ne costituiscono la dimensione (Figura 52). Il benchmarking fa emergere l’eccellenza raggiunta in termini di offerta di servizi altamente transattivi premiando gli sforzi compiuti dall’azienda del Comune di Roma. Tale risultato è ancora più significativo se si considera che i siti web delle altre realtà europee si posizionano a parecchi punti di distanza rispetto alla capitale italiana.

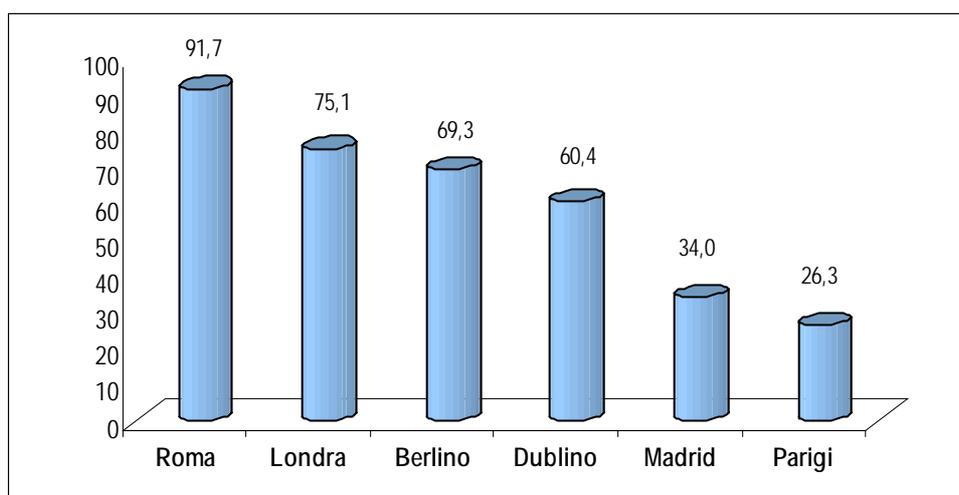


Figura 52 – Confronto tra i siti web a livello di capitali europee per l’igiene urbana: valore complessivo della macroarea “Qualità e interattività dei servizi in rete”

La Tabella 58 riporta il dettaglio degli indicatori che compongono la macroarea.

Tabella 58 - Confronto dei siti web a livello di capitali europee: valore degli indicatori appartenenti alla macroarea “Qualità e interattività dei servizi in rete”

Città	Azienda o Ente	URL	Servizi di Igiene Urbana (su 100)	Igiene urbana fornitura e servizi (su 100)	Valore Complessivo 2010
Roma	AMA	www.amaroma.it	75,0	100,0	87,5
Londra	CITY OF LONDON	www.cityoflondon.gov.uk/Corporation	70,8	71,0	70,9
Berlino	BSR	www.bsr.de	58,3	83,3	70,8
Dublino	DUBLIN CITY	www.dublincity.ie/WaterWasteEnvironment/pages/waterwasteandenvironment.aspx	62,5	56,3	59,4
Parigi	PORTALE DI PARIS	www.paris.fr/portail/Environnement/Portal.lut?page_id=103	70,8	8,3	39,5
Madrid	PORTALE DI MADRID	www.madrid.es	33,3	31,3	32,3

Appendice Settore Ambiente

Tabella 59 – “Trasparenza e Accesso”, www.amaroma.it

	Indici 2° Livello	Standard Tendenziali da Raggiungere	Standard raggiunto	Punteggi /Indici 2° Livello	Punteggi/Macroarea Generale
			2010		
Trasparenza e Accesso	Trasparenza Normativa	Pubblicazione di testi delle delibere aziendali o dell'ente	No	50/100	70,4/100
		Pubblicazione pagine relative al Bilancio	Si		
		Pubblicazione pagine relative al Bilancio Sociale (sostenibilità)	No		
		Info su normativa di riferimento	Si		
	Accesso	Indicazioni sull'ubicazione degli uffici/sportelli	Si	100/100	
		Informazioni relative agli orari di apertura degli uffici/sportelli	Si		
		Presenza forme di contatto uffici/settori (fax/telefono email)	Si		
		Informazioni e/o transazioni relative a bandi / appalti	Si		
	Trasparenza Aziendale	Informazioni sulla struttura aziendale	Si	61,1/100	
		Informazioni sull'organigramma dell'azienda/ente	Si		
		Presentazione servizi	Si		
		Mission dell'azienda/ente	Si		
		Informazioni sul sistema di Qualità	No		
		Informazioni sulla durata di ciascun procedimento	No		
		Indicazione degli uffici e dei responsabili dei procedimenti	Parziale		
		Informazioni sulla privacy/uso dei dati	Si		
Spazio per comitati etici/Codice Etico	No				

Tabella 60 – “Qualità e Interattività dei Servizi in Rete”, www.amaroma.it

Qualità e Interattività dei Servizi in Rete	Indici 2° Livello	Standard Tendenziali da Raggiungere	Standard raggiunto	Punteggi/Indici 2° Livello	Punteggi/Macroarea Generale
				2010	
	Servizi di Igiene Urbana		Richiesta smaltimento rifiuti ingombranti	Parziale	75,0/100
		Controllo delle date di Pulizia Stradale	Parziale		
		Scelta dei contenitori per raccolta differenziata	Si		
		Raccolta porta a porta	Si		
Igiene urbana fornitura e tariffe		Calcolo tariffa domestica	Si	100/100	
		Denuncia per l'applicazione della tariffa	Si		
		Pagamento tariffa	Si		
		Disdetta o modifica della fornitura	Si		

Tabella 61 – “Usabilità e Accessibilità”, www.amaroma.it

Usabilità e Accessibilità	Indici 2° Livello	Standard Tendenziali da Raggiungere	Standard raggiunto	Punteggi/ Indici 2° Livello	Punteggi/ Macroarea Generale
				2010	
	Navigabilità	Presenza di logo istituzionale	Si	100/100	78,1/100
		Link alla home page in ogni pagina interna	Si		
		Percorso indicato in ogni pagina	Si		
		Visibilità dei link attivi	Si		
		Prevedibilità dei link	Si		
	Accessibilità	Esistenza ed efficacia del motore di ricerca interno	Si	78,6/100	
		Presenza di mappa del sito (entro i primi 2 livelli)	Si		
		Ricorrenza di elementi uguali e riconoscibili in tutte le pagine	Si		
		Disponibilità di un'alternativa di testo sulle immagini usate come link e descrizione delle zone attive nel caso di immagini con mappe sensibili	Parziale		
		Coerenza assoluta nel caso dell'utilizzo di colori per definire i settori tematici	Si		
		Possibilità di ingrandire i caratteri dello schermo	Si		
	Usabilità	Pagine "splash" o introduzioni flash (senza possibilità di saltare l'animazione)	Si	55,7/100	
		Navigazione rapida tramite tastiera	No		
		Utilizzo dei fogli di stile nella definizione della struttura della pagina	Si		
		Qualità del download della modulistica	Parziale		
	Presenza di help	No			
	Esistenza e chiarezza dei messaggi di errore	Si			

Tabella 62 – “Comunicazione, Partecipazione, Relazionalità”, www.amaroma.it

	Indici 2° Livello	Standard Tendenziali da Raggiungere	Standard raggiunto	Punteggi/ Indici 2° Livello	Punteggi/ Macroarea Generale	
				2010		
Comunicazione On-line	Reperibilità della URL sul motore di ricerca Google a partire dal nome dell'azienda/ente	Si	61,7/100	69,0/100		
	Popolarità del sito basata sui link dall'esterno verso la url del sito	Si				
	Presenza FAQ	Si				
	Link utili	Si				
	Esplicitazione aggiornamento del sito	No				
	Uso della multicanalità nell'offerta di informazioni e servizi	Parziale				
	Sms nell'erogazione del servizio	Parziale				
	Area dell'home page o pagina dedicata al primo piano	No				
	Pubblicazione di newsletter e/o mailing list destinata all'utenza	No				
	News presenti della home page del sito	Si				
Comunicazione Istituzionale	Glossario	Si	87,5/100			
	Presenza campagne di comunicazione istituzionale	Si				
	Progetti sul territorio scuole, progetti formativi	Si				
	Cooperazione e relazioni esplicite con enti o soggetti non istituzionali Associazioni enti locali	Parziale				
Customer Care	Info generali sulle condizioni contrattuali	Si	100/100			
	Info sulla carta dei servizi	Si				
	Presenza in home page a contact center entro il livello II	Si				
	Pagine info relative al servizio di customer care	Si				
	Presenza dei canali per target	Si				
Partecipazione	Possibilità di inviare consigli e segnalazioni	Si	40,0/100			
	Presenza di forum	No				
	Disponibilità di sondaggi on-line	No				
	Sondaggio sulle caratteristiche del sito	Si				
	Questionari valutazione del servizio erogato dall'azienda / ente	No				

	Reclami Contenzioso	Servizio on-line di gestione del reclamo	Parziale	55,7/100
		Info sui reclami	Sì	
		Procedura di conciliazione	No	

Tabella 63 – “Sviluppo Tecnologico”, www.amaroma.it

Sviluppo Tecnologico	Indici 2° Livello	Standard Tendenziali da Raggiungere	Standard raggiunto	Punteggi/ Indici 2° Livello	Punteggi/ Macroarea Generale
				2010	
Qualità Server e Connessioni		Tempo medio di connessione (connect time)	No	50,0100	53,6/100
		Download: tempo virtualmente necessario allo scaricamento di 10 k	Si		
Qualità dell'HTML e Web Design		Controllo di validità dei link a partire dall'home page (N° errori)	No	57,1/100	
		Numero assoluto di errori rilevati nel codice html dell'home page	No		
		Numero di errori rilevati dell'home page con i diversi tipi di browser	Si		
		Peso complessivo dell'home page in KB	Parziale		
		Peso grafica dell'home page	Si		
		Rapporto tra grafica dell'home e totale dell'home page	Parziale		
	Immagini in home page eccedenti il limite di 20 k	Si			

Paolo Leon

Presidente

Claudio Santini

Vice Presidente

Sergio Migliorini

Consigliere



Via Cola di Rienzo 217 • 00192 Roma
Telefono 06.367071 Fax 06.36707212
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,
successivamente modificata e integrata
con Deliberazione n.212 del 22 ottobre 2007*

Agenzia