



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

Roma, Luglio 2005

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

Roma, Luglio 2005

Coordinamento e supervisione:
Filippo Lobina e Gabriele Ugolini
dell'Agenzia

Realizzazione:
Ware.it

Ufficio stampa:
Shaddidanda sas
www.shaddidanda.it

Impaginazione:
Edoardo De Falchi
Anastasia De Lorenzis

Stampa:
Tipolitografia Trullo
Via Idrovore della Magliana, 173
00148 Roma

LA RICERCA	1
PARTE I	
Lo scenario per un modello di analisi	3
1.0 La necessità di nuovi strumenti di analisi e monitoraggio	5
2.0 Le metodologie di valutazione dei siti web	9
2.1 Il metodo ARPA di Censis-RUR	16
3.0 I riferimenti normativi per le attività di analisi e valutazione del web	17
3.1 La legge sull'accessibilità	18
3.2 Il Codice della PA digitale	18
3.3 Il Codice della Privacy	19
4.0 La Metodologia adottata per l'analisi dei siti web delle <i>Public utilities</i>	21
5.0 Elenco degli indicatori e loro articolazioni	31
5.1 Descrizione degli Indicatori	39
5.1.3 Usabilità e accessibilità	43
5.1.4 Comunicazione, partecipazione, relazionalità	45
5.1.5 Sviluppo Tecnologico	47

PARTE II

I Risultati dell'indagine	49
1.0 Servizi di Trasporto pubblico locale	51
1.1. Analisi e valutazione di www.atac.roma.it	
2.0 Servizi per la Mobilità	67
2.1 Analisi e valutazione di www.sta.roma.it	
3.0 Servizi di distribuzione e vendita di Energia Elettrica	81
3.1 Analisi e valutazione di www.aceaspa.it e www.aceaelectrabeletricita.it	
4.0 Servizi di distribuzione e vendita del GAS	95
4.1 Analisi e valutazione di www.italgaspiu.it	
5.0 Servizi di distribuzione e vendita dell'acqua	109
5.1 Analisi e valutazione di www.aceaspa.it	
6.0 Servizi Ambientali	123
6.1 Analisi e valutazione di www.amaroma.it	
7.0 Conclusioni	137

La ricerca

L'analisi e valutazione dei canali web delle aziende di servizio pubblico della città di Roma è stata condotta al fine di avviare un processo di monitoraggio del livello di offerta dei servizi on line delle aziende di distribuzione di energia elettrica, gas, acqua, delle imprese di trasporto pubblico e di mobilità e delle imprese di servizi ambientali. Il monitoraggio ha pertanto preso in esame i servizi Internet realizzati da Acea, Italgas, Atac, Sta e Ama.

Dato il campo peculiare di osservazione relativo alle *public utilities* e la relativa novità della rilevazione, il lavoro si è concentrato in primo luogo sulla individuazione dei corretti parametri attraverso cui valutare il livello qualitativo dell'offerta on line di questo tipo di aziende che finalizzano la loro attività all'erogazione di servizi di pubblica utilità.

Occorreva, quindi, in primo luogo, realizzare una ricostruzione dettagliata e ragionata della mappa dei servizi on line presenti a livello nazionale ed europeo.

Partendo da un approccio comparativo, e sulla base di una metodologia di *benchmark*, è stato osservato lo 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 utilities*.

L'individuazione delle esperienze di rete più significative è scaturita dall'analisi degli

studi esistenti, dalla pubblicistica e, soprattutto, dall'osservazione diretta.

Per individuare le migliori pratiche sono state esaminate le principali aziende erogatrici di servizi di pubblica utilità sia delle principali città italiane (a partire da quelle attive nei capoluoghi di provincia), sia in ambito europeo. L'esame ha portato ad individuare circa 100 tra enti e aziende nazionali e circa 20 enti/aziende europee.

L'esame delle migliori pratiche esistenti a livello nazionale ed europeo ha consentito di verificare e misurare non solo la presenza on line di quei servizi che tradizionalmente vengono forniti dagli sportelli fisici: dalle richieste di preventivi e nuovi allacci, alle richieste di subentro o voltura di contratti o sospensione della fornitura, dall'autolettura del contatore, alla richiesta di cessazione dell'utenza; ma anche la qualità delle informazioni messe a disposizione dell'utenza rispetto al rapporto di clientela. Sotto quest'ultimo aspetto è stata analizzata la presenza e la qualità di informazioni sul contratto di fornitura, sui consumi, sulla situazione, per ciascun utente, dei pagamenti.

E' stata testata, inoltre, la capacità degli sportelli on line di ottimizzare la comunicazione con la clientela rendendo facilmente accessibili informazioni di carattere generale quali, ad esempio, quelle relative a come pagare la bolletta o fattura, cosa fare

se non è arrivata la bolletta, quale è l'offerta di servizi fornita.

L'esame dei siti delle *public utilities* nazionali ed europee si è concentrato, infine, sulla capacità dei servizi on line di dare voce ai cittadini utenti, attraverso sistemi di posta elettronica o tramite canali più strutturati di contatto e scambio con il pubblico, misurandone, da un lato, la capacità di consentire alle persone di esprimere giudizi, suggerimenti o lamentele sui servizi utilizzati, dall'altro di agevolare la crescita della dimensione "partecipativa" e quindi del coinvolgimento dei cittadini nelle decisioni "pubbliche" che l'azienda o l'ente sono tenuti a prendere.

Una volta messa a punto la mappa dei servizi on line, si è passati ad organizzare un sistema di misurazione e valutazione degli stessi. In primo luogo è stato individuato un set di indicatori attraverso cui descrivere le specifiche funzioni e servizi attivati, arrivando complessivamente ad individuarne 107. I 107 indicatori sono stati raggruppati in modo da individuare **22 indici** in grado di sintetizzare altrettante dimensioni conoscitive dei siti delle *public utilities*, tenuto conto delle loro articolazioni settoriali tipiche: trasporto, mobilità, fornitura di energia elettrica, acqua, gas, e servizi per l'ambiente.

Gli stessi 107 indicatori sono stati raccolti anche per descrivere le 5 macro aree tematiche generali solitamente utilizzate nelle analisi dei web pubblici evidenziando quindi caratteristiche generali quali: trasparenza e accesso, qualità e interattività dei servizi in rete, usabilità e accessibilità, comunicazione partecipazione e relazione, e lo sviluppo tecnologico.

L'analisi parametrica applicata al modello di rilevazione ha consentito, infine, per ciascuna delle 5 macro aree generali e per ciascuno dei 22 indici specifici di individuare un valore sintetico così da evidenziare 5

indici di primo livello e 22 indici di secondo livello per ciascun sito e di stabilire, sempre per ciascun sito, un indice generale capace di esprimere il valore finale complessivo. L'analisi estesa a tutti i siti delle imprese di pubblica utilità delle città metropolitane italiane (Torino, Milano, Venezia, Trieste, Genova, Bologna, Firenze, Roma, Bari, Napoli, Cagliari, Messina, Palermo, Catania) e di 4 grandi capitali europee (Berlino, Londra, Madrid, Parigi) ha permesso di confrontare i punteggi generali e settoriali e specifici attribuiti ai siti delle aziende del servizio pubblico capitolino con quelli attribuiti ai siti degli enti e delle aziende attive nei centri urbani italiani e nelle maggiori capitali europee. È stato quindi effettuato il rating finale di categoria, cioè una classifica di tutti i siti analizzati per tipologia di servizio offerto, confrontando la situazione di Roma con le città metropolitane italiane e con l'Europa.

L'analisi dei siti web capitolini, nazionali ed europei è stata condotta nel mese di Febbraio 2005. Tutti i risultati sono stati comparati per esigenze di uniformità a quel periodo e non si è perciò tenuto conto nella classifica finale di eventuali modifiche ed eventuali miglioramenti nei diversi web esaminati realizzati nel periodo successivo. Solo in sede di commento delle esperienze di rete sperimentate dalle singole aziende di servizio pubblico capitolino si cercato di tenere conto di eventuali nuovi servizi sviluppati nei due mesi successivi alla rilevazione.

La ricerca è stata realizzata da un gruppo di lavoro di Ware.it diretto da Mauro Di Giacomo e composto da Elga Apostoli, Marco Cadin, Susanne Portmann, Paolo Subioli con il coordinamento e la supervisione di Filippo Lobina e Gabriele Ugolini dell'Agenzia.

Per la aziende che producono beni di pubblica utilità la capacità di innovarsi e adattare la propria organizzazione alle esigenze del mercato deve rappresentare una leva in grado di determinare vantaggi competitivi ed una maggiore efficienza gestionale ma anche di creare utilità sociale aggiuntiva.

La capacità innovativa presuppone per i soggetti che erogano servizi pubblici, oltre che un cambiamento culturale, anche un'evoluzione tecnologica. In questa prospettiva, Internet e l'e-business (inteso come l'insieme delle attività svolte attraverso la rete), associati agli strumenti di contact center telefonico, assumono particolare rilevanza.

Per una *public utility* è essenziale, infatti, poter disporre di sportelli innovativi comprendenti anche il sito web (atteso che oltre il 40% della popolazione italiana accede, ormai, con continuità ad Internet) ed il contact center telefonico, attraverso i quali proporre le offerte o mettere a disposizione del pubblico ser-

vizi, come ad esempio la possibilità di stipulare e disdire contratti di fornitura di servizi di rete, recuperare bollette precedenti, verificare lo stato dei pagamenti o della fornitura, analizzare i consumi e così via.

Nello stesso tempo è centrale per una *public utility* la possibilità di offrire via web e/o via telefono non solo servizi di vendita, assistenza e informazione all'utenza, ma anche strumenti volti a "dare voce" ai cittadini, in maniera tale da realizzare forme strutturate di dialogo con l'azienda, sviluppando e consolidando una rete di relazioni il più possibile permanente con i cittadini-utenti.

Rispetto al coinvolgimento dell'utenza, un adeguato sistema informativo rivolto oltre che ai singoli, anche alle consulte, alle associazioni (quest'ultime da considerare quali soggetti di riferimento soprattutto nella fase di stesura dei contratti e delle carte di servizio), potrebbe, così, contribuire a riportare il baricentro delle attività delle *public utilities* alla loro

utilità sociale, piuttosto che alla mera capacità di muoversi in modo competitivo nel mercato delle reti di servizi.

Un sistema informativo accessibile on line e trasparente consentirebbe, infatti, ai cittadini di esercitare in modo pieno l'unica opzione possibile (considerata la condizione di sostanziale monopolio in cui si trovano le imprese di pubblico servizio rispetto all'utenza privata), per inviare segnali sull'adeguatezza e la qualità del servizio: quella di esprimere la propria "voce".

Se così non fosse, e cioè, in assenza di adeguate strategie di integrazione di metodologie di partecipazione e di processi decisionali inclusivi della popolazione, attraverso i nuovi e capillari canali di comunicazione e scambio informativo on line, nei confronti delle scelte che la pubblica amministrazione o la *public utility* è tenuta a prendere, gli enti erogatori di servizi pubblici potrebbero rischiare di allontanarsi troppo dallo scopo strategico di potenziare e migliorare l'offerta verso tutti i soggetti anche quelli più deboli, divenendo sempre meno capaci di focalizzare il contenuto, le criticità e le potenzialità dei vari servizi e delle diverse funzioni in relazione ai diversificati bisogni di cittadinanza.

L'implementazione del web per una *public utility* deve potere, quindi, costituire uno strumento di valorizzazione della partecipazione democratica. Un obiettivo del genere potrà essere perseguito sempre più, tanto più l'offerta on line sarà in grado di aumentare la possibilità di accesso

alle informazioni, di far conoscere gli atti di governo a tutti i livelli, di permettere a tutti di farsi opinioni coerenti con gli indirizzi effettivi, e quindi di poter esprimere un consenso (o un dissenso informato) ed in definitiva di poter esercitare appieno il controllo democratico.

Ovviamente nello sviluppo di sistemi on line, una buona politica sull'accessibilità e l'usabilità delle risorse on line, accompagnata da misure atte a favorire l'accesso telematico ai servizi a schiere sempre più ampie di cittadini utenti, assieme ad una informazione chiara, pertinente e tempestiva sull'attività istituzionale, deve riuscire a contrastare efficacemente i fenomeni strutturali di esclusione digitale che caratterizzano l'attuale sviluppo del web in Italia, favorendo l'allargamento della base di utenza e riducendo quindi il peso del *digital divide* che condiziona la possibilità stessa di fruizione di internet, per mancanza di quelle competenze, conoscenze ed infrastrutture di base necessarie per fruire a pieno della rete.

Il nodo dell'informazione/comunicazione e le sue conseguenze in termini di selezione ed esclusione/inclusione dei partecipanti è oramai decisivo. Le nuove tecnologie dell'informazione e della comunicazione devono, perciò, poter incidere sull'effettiva circolazione delle informazioni, sulla tempestività dell'informazione stessa, sulla pubblicità delle iniziative, modificando il rapporto con il territorio, con l'utenza e con i referenti, allargando al massimo le tipologie di pubblico coinvolte.

1.0 La necessità di nuovi strumenti di analisi e monitoraggio

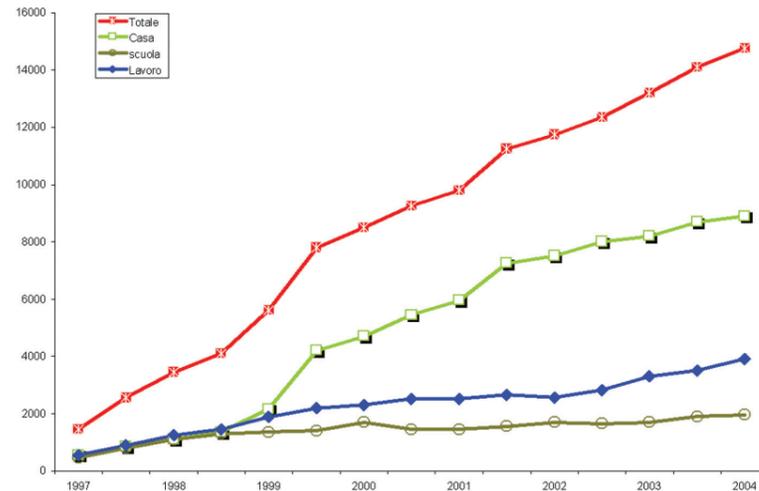
Un'approfondita e rigorosa analisi delle caratteristiche dei siti web di uno specifico ambito settoriale costituisce un terreno di ricerca di per sé inusuale, che necessita di alcune considerazioni iniziali a supporto. E' infatti legittimo chiedersi, innanzi tutto, quale spazio debba essere assegnato ai servizi on line, in un ambito dove le relazioni funzionali tra aziende ed utenti siano già definite nel quadro oggettivo delle Carte dei servizi, e dove l'attenzione degli utenti stessi è tutta rivolta alla qualità effettiva delle prestazioni erogate, trattandosi di servizi che vanno a soddisfare bisogni della popolazione di livello primario, quali disporre nella propria abitazione di energia elettrica, acqua e gas, oppure muoversi sul territorio e fruire di servizi di igiene urbana.

Il web, ad un'analisi superficiale, può apparire semplicemente come uno dei canali possibili di *customer care*. In realtà, nel corso dell'ultimo decennio corrispondente al periodo di diffusione di massa del nuovo media, esso si è andato affermando anche quale tecnologia abilitante del cambiamento organizzativo, con riferimento a modelli inediti, rispetto a quelli consolidatisi durante il secolo scorso, a partire dagli schemi tayloristi di organizzazione del lavoro. E' ciò - pur avendo potuto dispiegare sinora soltanto una piccola parte del suo potenziale - ha conseguenze enormi per organizzazioni complesse quali le aziende di servizi. Ma il web è anche una dimensione sociale

dove prendono forma nuovi diritti dei consumatori: il diritto ad una piena e completa trasparenza; il diritto a ricevere informazioni tempestivamente; il diritto a conoscere la propria posizione nei confronti dell'azienda; il diritto a scegliere il servizio più rispondente alle proprie necessità; il diritto a non doversi recare allo sportello o a confrontare i prezzi e le prestazioni con quelli di altri fornitori. Si tratta di diritti non codificati, ma che si affermano sempre tanto più saldamente nelle aspettative dei consumatori, quanto più cresce l'abilità nell'usare Internet e aumenta la disponibilità stessa di nuovi servizi on line avanzati, i quali inevitabilmente costituiscono parametri di confronto. Il cittadino che già acquista on line i biglietti aerei e ferroviari, ad esempio, difficilmente accetta di non poter compiere un'analoga operazione per assicurarsi un abbonamento ai servizi di trasporto pubblico urbano.

Per le aziende di servizi pubblici è perciò ineludibile il confronto con le suddette aree di formazione di nuovi diritti, che vanno anche ad influenzare in maniera significativa sia l'immagine delle aziende stesse, sia i meccanismi di creazione del consenso rispetto alle amministrazioni di riferimento. Ciò è sempre più vero, se si considera che la quota di utenti Internet, rispetto alla popolazione nel suo complesso, cresce costantemente, interessando gradualmente i diversi strati sociali (Graf. 1).

Graf. 1 Utenti* Internet in Italia 1997-2004 (numeri in migliaia)



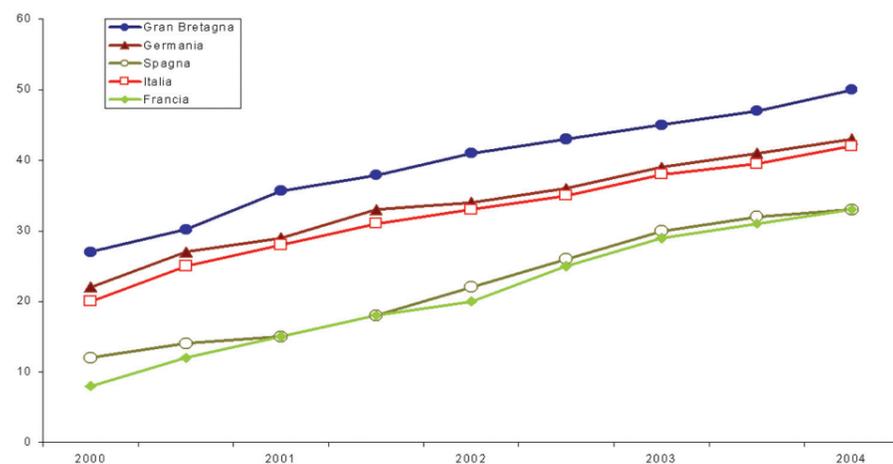
Fonte: Eurisko 2004.

* Nota: per utenti si intendono persone che "dicono di essersi collegate almeno una volta negli ultimi tre mesi".

La percentuale di abitazioni dalle quali è possibile connettersi ad Internet, si sta gradualmente avvicinando alla soglia del 50%, considerata attualmente il tetto massimo della domanda potenziale (corrispondente

al livello di diffusione dei Pc nelle famiglie), ed è ormai, quindi, ai livelli delle aree avanzate europee (Graf. 2). Di livello europeo, dunque, non potrà che essere anche la qualità del servizio fornito on line.

Graf. 2 Abitazioni con accesso ad Internet nei 5 maggiori Paesi europei, 2000-2004 (val. %)



Fonte: Nielsen NetRatings 2004.

In questo scenario di crescita delle nuove tecnologie di rete tra le famiglie, la possibilità degli enti erogatori di servizi di pubblica utilità di raggiungere l'utenza attraverso canali innovativi fondati su un uso massiccio di nuove tecnologie dell'informazione e della comunicazione diviene, dunque, un obiettivo strategico, non solo per soddisfare le esigenze di innovazione di segmenti sempre più avanzati di clientela, ma anche per contribuire a colmare un noto deficit di capacità di erogazione di servizi attraverso gli sportelli tradizionali.

In particolare, la distanza eccessiva dalle sedi delle aziende di erogazione, la mancanza di mezzi di trasporto efficienti, la difficoltà di spostamento per ragioni di tempo, le condizioni soggettive che limitano le possibilità di movimento, sembrano condizionare fortemente l'accesso agli sportelli del gas e dell'energia elettrica, visto che una larga maggioranza di famiglie (Tab 1) dichiarano di incontrare difficoltà nell'accesso agli sportelli (con percentuali rispetto ai due servizi, pari, rispettivamente, al 60,9% ed al 66,4%). La difficoltà si presenta in modo abbastanza omogeneo in tutto il Paese, anche in quelle regioni dove la concentrazione urbana della popolazione è elevata e dove gli sportelli pubblici sono apparentemente più vicini ed accessibili

per ampie quote della popolazione. Nel Lazio, quindi, dove pure si evidenzia un leggero miglioramento rispetto alle medie nazionali, i valori restano in ogni caso fortemente negativi con il 56,9% ed il 62,9% di famiglie che segnalano difficoltà nell'accesso rispettivamente agli sportelli del gas e dell'energia elettrica.

L'obiettivo di migliorare e potenziare i canali Internet al fine di rendere più agevole l'accesso alle informazioni od ai servizi delle *public utilities* sembra essere dunque un obiettivo ineludibile per realizzare forme rapide di trasmissione, aggiornamento e scambio dell'informazione e funzioni di comunicazione più flessibili, meno legate a vincoli spazio-temporali, così da avvicinare l'utenza agli enti erogatori, riducendo l'esclusione sociale ed il divario territoriale. Lo sforzo in atto è perciò evidente in tutte le imprese erogatrici di servizi di pubblica utilità: potenziare la capacità di erogazione di servizi informativi e transattivi on line. Questa spinta nuova deve fare il paio con la necessità, per le aziende di servizi, di dotarsi anche di nuovi strumenti di analisi e monitoraggio, che consentano loro di tenere sotto controllo questo nuovo terreno dove scaturiscono e maturano diritti inediti e aspettative conseguenti.

Tab. 1 Dotazione Pc e Internet delle famiglie e difficoltà di accesso agli sportelli delle *public utilities* (anno 2002 - Val %)

	Famiglie in possesso di PC	Famiglie con difficoltà di accesso agli sportelli Gas	Famiglie con difficoltà di accesso agli sportelli Energia elettrica	Utenti che accedono a Internet
Piemonte	38,9	62,2	65,9	29
Valle d'Aosta	37	48,9	53,9	28
Lombardia	43,6	56,3	66,7	32,6
Trentino-Alto Adige	48,4	44,3	40,3	34,9
Veneto	44,7	58,5	65,6	31,4
Friuli-Venezia Giulia	44,1	57,8	62,9	31,7
Liguria	34,1	74,9	74,3	27,9
Emilia-Romagna	41,1	55,8	62	32,2
Toscana	41,4	62,6	68,3	31,3
Umbria	39,9	44,5	53,7	24,8
Marche	41,5	54,9	61,6	31,3
Lazio	43,2	56,9	62,9	28,9
Abruzzo	36,2	58,3	67,8	25,8
Molise	36,1	56,1	63,5	23,5
Campania	31,1	76,1	80,6	18,7
Puglia	32,1	76	73,9	21,5
Basilicata	41,8	59,4	65,9	25,8
Calabria	30,7	71,3	66,9	20,6
Sicilia	28,8	62,3	65,1	19,3
Sardegna	41,2	58,3	52,4	27,2
Calabria	30,7	71,3	66,9	20,6
Sicilia	28,8	62,3	65,1	19,3
Sardegna	41,2	58,3	52,4	27,2
Nord-Ovest	41,1	60	67,2	31,1
Nord-Est	43,5	56,5	61,7	32
Centro	42,2	57,7	63,8	29,7
Sud	32,4	71,8	74,2	20,9
Isole	31,9	62,2	61,9	21,3
ITALIA	38,9	60,9	66,4	27,4

Fonte: nostre elaborazioni su dati Istat : Indagine multiscopo 2002.

2.0 Le metodologie di valutazione dei siti web

I primi metodi di valutazione dei siti web codificati nascono negli Stati Uniti attorno al 1997, in particolare in ambito bibliotecario, dove è sentita l'esigenza di stabilire delle gerarchie di attendibilità delle fonti in un campo che, a differenza di quello librario, è completamente privo di barriere all'ingresso e quindi anche di filtri che possano costituire punti di riferimento per valutare a priori l'attendibilità. Tali metodi non si preoccupano di stabilire criteri oggettivi di valutazione, poiché quest'ultima è comunque demandata all'operatore bibliotecario. Esso ha a disposizione una griglia di domande a cui dare risposta in relazione alle caratteristiche del sito. Il metodo di Jan Alexander e Marsha Ann Tate, della Wolfgram Memorial Library¹ - analogo a quello adottato da Susan Beck, della biblioteca dell'Università Statale del New Mexico² - è composto da una semplice lista di controllo basata su **cinque criteri** di valutazione: **autorevolezza, accuratezza, obiettività, aggiornamento, esaustività**. Si tratta di criteri che riflettono le esigenze dell'utente disorientato, di fronte alla vastità di offerta del web. Una variante è costituita dal metodo delle "Dieci C", sviluppato da Betsy Richmond, della McIntyre Library della University of

Wisconsin-Eau Claire³, che comprende ben dieci criteri: **contenuto, credibilità, pensiero critico, copyright, citazione, continuità, censura, connettività, confrontabilità, contesto**.

Parallelamente si è sviluppata negli Stati Uniti l'esigenza di valutare i siti web delle pubbliche amministrazioni, in un contesto che è quello della grande riforma del settore pubblico realizzata dall'allora amministrazione Clinton. La riforma era basata sull'affermazione di una cultura del risultato e sulla diffusione delle nuove tecnologie e, pertanto, particolarmente attenta alla qualità effettiva dei servizi offerti dalle amministrazioni tramite la rete.

Anche in questo campo, le analisi si basano sulla scelta preventiva di un numero ristretto di criteri da adottare come parametro di valutazione. Le finalità, però, sono diverse: orientate, da un lato, al confronto tra i siti delle diverse amministrazioni e, dall'altro, al monitoraggio dei progressi di un determinato sito nel tempo. Pertanto i vari ricercatori che vi si sono cimentati, inizialmente sempre in ambito universitario, hanno cercato di conferire alla rilevazione una certa oggettività, adottando per la misurazione indicatori il più possibile

¹ Cfr. <http://emedia.leeward.hawaii.edu/hurley/eng209w/unitweb/unit2/info/evalwebs/evalinfo.pdf>.

² Beck S., *Evaluation Criteria*, in: "The Good, The Bad & The Ugly: or, Why It's a Good Idea to Evacuate Web Sources", 1997. In: [TUhttp://lib.nmsu.edu/~susabeck/](http://lib.nmsu.edu/~susabeck/).

³ Cfr. <http://www.uwec.edu/library/Guides/tencs.html>.

univoci. Tali indicatori, in alcune metodologie ammettono valori binari, cioè del tipo sì/no (ad esempio: è presente o meno una mappa del sito), mentre in altri vengono valutati singolarmente con un punteggio (ad esempio: grado di aggiornamento delle informazioni pubblicate).
Tra le prime metodologie applicate, rap-

presentativa di un approccio tipico della seconda metà degli anni '90, è da citare quella messa a punto da Kristin R. Eschenfelder, della **University of Illinois at Chicago (UIC)**, e adottata nel 1997 dall'Office of Management and Budget del governo federale⁴, che raggruppava i criteri in due gruppi, come indicato in tabella 2.

Tab. 2 Criteri ed indicatori di valutazione University of Illinois at Chicago (UIC)

Contenuto informativo	orientamento al sito; contenuti; aggiornamento; accuratezza bibliografica; servizi (se presenti); accuratezza.
Facilità d'uso	qualità dei link; meccanismi di feedback; accessibilità; design; navigabilità.

Fonte: University of Illinois at Chicago (UIC).

Ogni criterio comprendeva un numero variabile tra 2 e 12 indicatori, di tipo binario (sì/no).
Ma la più organica, tra le metodologie nate in quel periodo, è da considerare quella poi denominata **Website Attribute Evaluation System (WAES)** del Cyberspace Policy Research Group dell'Università dell'Arizo-

na⁵, che conduce analisi dei siti web pubblici sin dal 1995.
Il WAES comprende 45 indicatori, equamente suddivisi tra trasparenza e interattività, cioè le due caratteristiche salienti di un sito web del settore pubblico, ciascuna suddivisa in cinque categorie (Tab 3).

⁴ Eschenfelder, Kristin R. et al. Assessing U.S. Federal Government Websites. Government Information Quarterly, Vol. 14(2)173-89 (1997). Vedere su <http://www.uic.edu/classes/iphs/iphs420/restricted/assignments/govproject.html>.

⁵ Cyberspace Policy Research Group: www.cyprg.arizona.edu/.

Tab. 3 Gli indicatori del metodo WAES

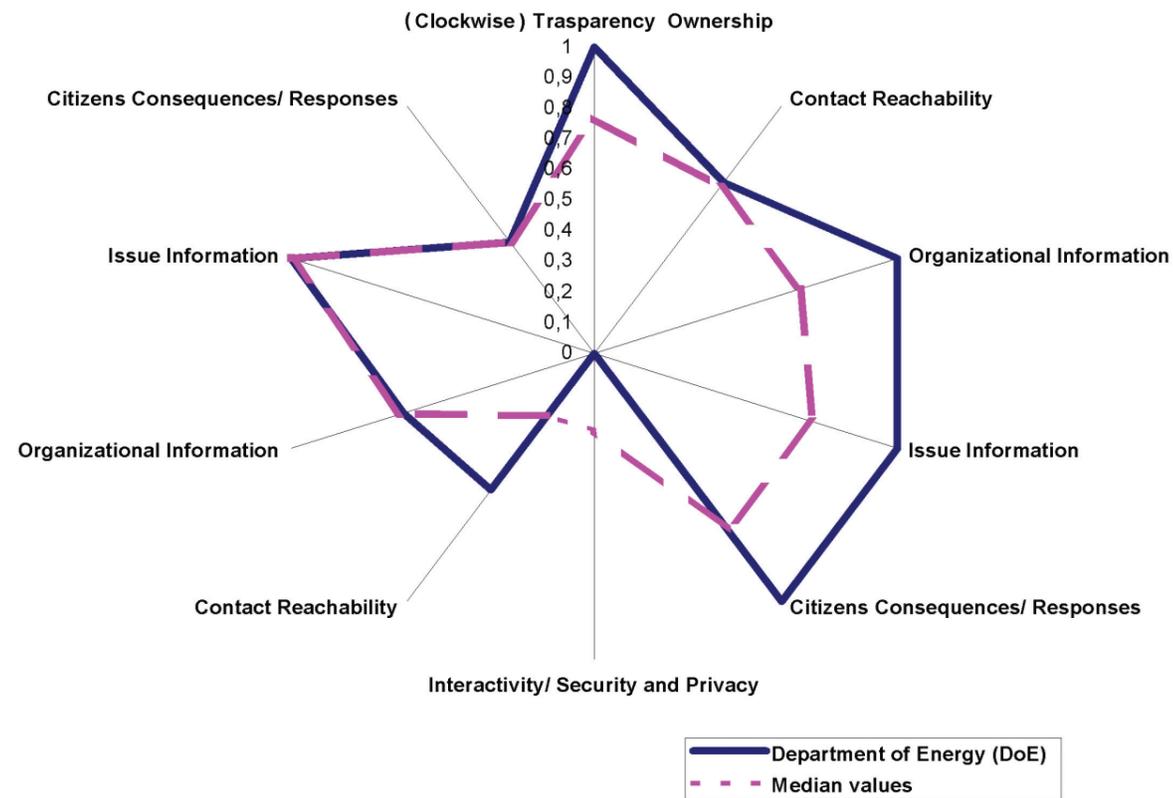
Categoria	N. indicatori	
	Trasparenza	Interattività
Caratterizzazione istituzionale	4	-
Sicurezza e privacy	-	4
Contatti/Raggiungibilità	6	5
Informazioni organizzative	3	3
Contenuti informativi	7	3
Dialogo col cittadino	3	7
Totale	23	22

Fonte: University of Arizona.

La maggior parte degli indicatori è di tipo binario. Quelli che si basano su criteri diversi sono comunque escogitati in modo da dare valori minori o uguali ad uno, in modo da mantenere uniformità nel peso delle varie misurazioni effettuate.
Caratteristica del WAES - ma anche di diverse altre metodologie, tra cui quella italiana della RUR (di cui daremo conto nelle pagine successive) - è di rappresentare i valori per un determinato sito tramite

il grafico di tipo radar (Graf. 3). Il radar permette di ottenere una rappresentazione grafica delle diverse caratteristiche del sito, mettendone in evidenza il profilo specifico. Ognuno dei vertici del poligono rappresentato ha una lunghezza dal centro proporzionale al valore del criterio corrispondente, e così la figura geometrica risultante rappresenta i punti di forza del sito - in corrispondenza delle convessità - così come quelli di debolezza, evidenziati dalle concavità.

Graf. 3 Rappresentazione grafica delle caratteristiche di un sito secondo il metodo WAES



Fonte: Cyberspace Policy Research Group.

Per quanto riguarda l'analisi dei siti istituzionali a livello locale, un punto di riferimento - importante particolarmente per questo lavoro di ricerca - è costituito dal Center for Public Policy della Brown University, il quale pubblica annualmente il rapporto **Urban E-government**⁶, che sintetizza i

risultati dell'analisi dei siti web presenti nelle maggiori città USA. L'ultimo rapporto, relativo al 2004, ha preso in considerazione 1.873 siti istituzionali nelle 70 maggiori aree metropolitane del Paese, includendo i siti dei diversi organi (sindaco, consiglio, giunta), quelli delle istituzioni giudiziarie,

⁶ Center for Public Policy, Brown University: www.OutsidePolitics.org.

e quelli delle amministrazioni presenti nei vari settori (polizia, fisco, formazione, sanità, turismo, camere di commercio, ecc.). I diversi indicatori, in questo caso, sono ricondotti a otto criteri:

- contenuti informativi;
- servizi on line;
- privacy e sicurezza;
- leggibilità;
- accesso ai disabili;
- accesso in lingue straniere;
- pubblicità e tariffe;
- dialogo col cittadino.

Appare evidente, grazie in particolare a questo ultimo esempio, come la maggior parte dei criteri ricorra in tutte le metodologie, le quali gradualmente convergono verso riferimenti relativamente standardizzati.

Un altro riferimento è costituito dal lavoro svolto dal **Congresso degli Stati Uniti**⁷, col fine di fornire linee guida per i siti web dei vari uffici collegati. Il Congresso ha condotto tra il 2003 e il 2004 un'inchiesta, articolata su diverse metodologie d'indagine, per stabilire quali fossero i punti di forza di un sito web efficace. Il lavoro ha portato all'individuazione di 5 "blocchetti di costruzioni":

- 1) chiara finalizzazione rispetto ai diversi target di riferimento;
- 2) contenuti esaurienti, aggiornati e fina-

lizzati a soddisfare le necessità dei diversi target;

3) disponibilità di servizi interattivi e feedback;

4) usabilità;

5) impegno al continuo miglioramento.

Diverso è l'approccio adottato da Barnes e Vidgen con il metodo **WebQual**⁸, che ci porta finalmente a considerare le metodologie sorte al di fuori degli Stati Uniti. Il metodo, sviluppato a partire dal 1998 e costantemente aggiornato, ha come oggetto sia i siti istituzionali che quelli di e-commerce. A differenza dei procedimenti visti in precedenza, fondati su una misurazione oggettiva dei siti, WebQual si caratterizza per essere basato sulle percezioni degli utenti, ed in particolare sul Quality Function Development (QFD), "un processo strutturato e disciplinato, che consente di ottenere un mezzo per identificare e dare ascolto alla voce del consumatore in ogni fase dello sviluppo e dell'implementazione di un prodotto o servizio"⁹.

Il questionario di rilevazione di WebQual, che nell'ultima versione comprendeva 23 domande, viene somministrato on line agli utenti. Per ciascuna domanda, il rispondente deve indicare in che misura - con una scala che va da 1 (per niente d'accordo) a 7 (molto d'accordo) - concorda con un'affermazione relativa alle qualità del sito. Ad esempio: "trovo il sito facile da navigare".

⁷ Congress Online Project (www.congressonlineproject.org).

⁸ Barnes S. J., Vidgen R., Assessing the Quality of a Cross-National e-Government Web Site: a Case Study of the Forum on Strategic Management Knowledge Exchange, 2002.

⁹ Slabey R., "QFD: A Basic Primer", Transactions from the Second Symposium on Quality Function Deployment, Novi, Michigan, 1990. Cit. in Barnes S. J., Vidgen R., 2002.

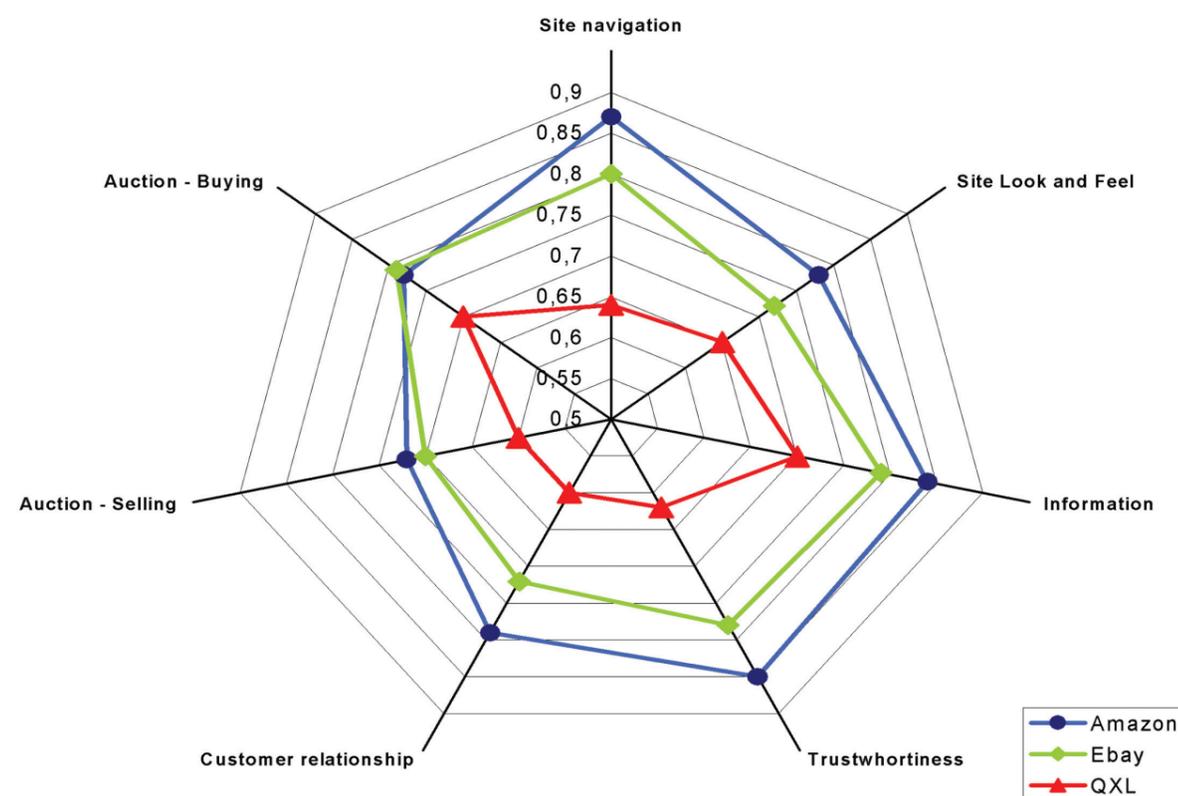
Contestualmente, deve anche indicare l'importanza che attribuisce a quell'aspetto, sempre tramite un valore da 1 a 7, aiutando così i ricercatori a pesare i vari indicatori. Il metodo si presta particolarmente in occasione del *redesign* di un sito, per misurare l'efficacia degli interventi effettuati. Per quanto riguarda i siti istituzionali, è stato adottato, in particolare, nel Regno Unito ed in Nuova Zelanda. Le 23 domande sono

ricondotte a tre criteri di base, anche se viene effettuata una forte personalizzazione in base al tipo di indagine:

- usabilità;
- qualità dell'informazione;
- interattività.

Anche WebQual presenta come output dei grafici a radar (Graf 4.)

Graf. 4 Il grafico a radar del metodo WebQual, applicato ai siti che effettuano aste on line



Fonte: Barnes S. J., Vidgen R., 2002.

Su un piano del tutto differente si collocano le indagini a carattere transnazionale, nell'ambito delle quali i siti web istituzionali vengono analizzati col fine di contribuire, assieme ad altri indicatori in ambiti diversi, alla definizione di indicatori sintetici per

Paese, che permettono di stilare classifiche comparative, specialmente in relazione alla *Readiness* o *E-Readiness*, la prontezza ad affrontare le sfide connesse alla diffusione su scala globale delle nuove tecnologie.

Tav. 1 Metodologie di analisi dei siti web

Metodologia	Committente
UN Global E-Government Survey	United Nations Department of Economic and Social Affairs
e-ASEAN	Author: e-ASEAN Task Force on e-government
CSPP Readiness Guide	Computer Systems Policy Project
KAM	Banca Mondiale, Knowledge Assessment Matrix
MI	McConnell International and the World Information Technology and Services Alliance (WITSA)

Fonte: ns. elaborazione da AOEMA.¹⁰

Esemplificativo è il caso dell'**E-Government Readiness Index**, adottato dalle Nazioni Unite ed applicato ai 144 Paesi membri. L'indice è ricavato da indagini condotte parallelamente su tre ambiti diversi: i siti web governativi; gli indicatori statistici relativi alle infrastrutture di telecomunicazioni disponibili; gli indicatori relativi al capitale umano.

L'indagine sui siti web porta all'elaborazione di un indice specifico (*Web Measure Index*) che misura genericamente l'attitudine delle amministrazioni ad adottare l'e-government quale strumento per informare,

interagire, effettuare transazioni e creare rete. Anche questa metodologia, come la gran parte di quelle viste precedentemente, utilizza una serie di indicatori misurati oggettivamente da ricercatori incaricati di attribuire loro un valore binario, del tipo presenza/assenza, relativi alla disponibilità di determinati servizi on line, o anche solo di informazioni. L'indagine è limitata alle home page dei portali nazionali, dei siti ufficiali dei governi e dei cinque ministeri o dipartimenti considerati più rappresentativi: Sanità, Istruzione, Welfare, Lavoro e Finanze.

¹⁰ http://www.aoema.org/E-Government/Benchmarking_and_Assessment_Tools.htm.

2.1 Il metodo ARPA di Censis-RUR

In Italia, a partire dal 1999, è stata sviluppata da RUR¹¹ e Censis una metodologia specifica per la valutazione dei siti web delle amministrazioni pubbliche, con diversi punti in comune, rispetto agli esempi USA visti precedentemente, ma più complessa, denominata ARPA (Analisi delle Reti della Pubblica Amministrazione).

ARPA comprende un grande numero di indicatori, revisionati annualmente (l'ultima versione 2003/2004 ne comprendeva 137), che sono raggruppati in sei criteri:

- contenuti istituzionali e trasparenza;
- qualità dei servizi;
- usabilità e accessibilità;
- cooperazioni, relazionalità e communities;
- marketing territoriale;
- professionalizzazione tecnologica.

In ARPA gli indicatori sono molto eterogenei. Oltre a quelli di carattere binario (presente/assente), il sistema ne comprende un certo numero di tipo quantitativo a cui corrispondono valori numerici, come, ad esempio, il tempo necessario per visualizzare la home page con una connessione standard, o il numero di errori nel codice HTML.

Quindi in ARPA, dal punto di vista metodologico, è presente un elemento in più, rispetto alle altre metodologie, derivante dalla necessità di rendere omogenei valori affatto differenti tra loro. Tale necessità viene soddisfatta tramite il metodo dell'analisi parametrica, già applicato in campi come la Valutazione d'Impatto Ambientale,

caratterizzati da un'analogia necessità di confrontare tra loro, ai fini di una scelta, soluzioni con molte variabili.

L'analisi parametrica prevede che ad ogni indicatore si applichi una formula di conversione specifica, in modo che assuma sempre un valore compreso tra un minimo ed un massimo. In questo modo è possibile sommare tra loro i valori dei diversi indicatori. Agli indicatori è anche applicata l'operazione della pesatura, in modo che ciascuno di essi concorra alla formazione dei punteggi sintetici proporzionalmente alla propria importanza.

Anche i risultati di ARPA, come quelli di alcuni dei metodi visti precedentemente, vengono presentati ricorrendo al grafico a radar. Ma la completezza del metodo consente anche di ottenere altri output, come le classifiche annuali dei siti per tipologia di Ente (Regioni, Province, Comuni capoluogo) o tabelle riassuntive su aspetti specifici, utilizzate per redigere un rapporto di ricerca sulla telematica istituzionale.

Il metodo è diventato un riferimento standard nel settore, al punto che attualmente l'indagine 2005 sui siti delle pubbliche amministrazioni locali è commissionata dal Ministro per l'Innovazione e le Tecnologie.

Normalmente ARPA viene applicata ai siti delle amministrazioni locali (ARPA-L), comprendendo tutti i siti di Regioni, Province e Comuni capoluogo, oltre ad un campione rappresentativo di altri Comuni. Nel 2001 è stata applicata anche ai siti delle Amministrazioni centrali (ARPA-C) e recentemente ai siti del Servizio Sanitario Nazionale (ARPA-S).

¹¹ Rete Urbana delle Rappresentanze (www.rur.it).

3.0 I riferimenti normativi per le attività di analisi e valutazione del web

Per sviluppare una metodologia di indagine capace di offrire un metodo di valutazione dei servizi on line delle *public utilities*, oltre che l'esame dei metodi di valutazione dei siti web in generale o le esperienze di valutazione sui siti, occorre prendere in considerazione che lo specifico campo dei siti web che fanno riferimento al settore pubblico non è privo di riferimenti alla normativa o alla documentazione ufficiale e tali riferimenti occorre guardare quando si decida di esaminare la congruità e la qualità dell'offerta di servizi on line delle *public utilities*. Anche se nel nostro Paese non esistono specifiche linee guida cui gli Enti devono attenersi, come ad esempio in Francia o nel Regno Unito, alcuni documenti d'indirizzo generale per i siti pubblici (assumibili anche per i siti delle *public utilities*) contengono riferimenti alle caratteristiche dei siti web. In particolare:

1. 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;
2. la Circolare AIPA 6 settembre 2001 "Criteri e strumenti per migliorare l'accessibilità dei siti web e delle applicazioni informatiche a persone disabili";

3. 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";

4. 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;

5. il Decreto legislativo 30 giugno 2003, n. 196 "Codice in materia di protezione dei dati personali";

6. la Legge n. 4 del 9 gennaio 2004 "Disposizioni per favorire l'accesso ai disabili";

7. il Decreto legislativo del Consiglio dei ministri del 4 marzo 2005 recante "Il codice della PA Amministrazione digitale". Tra i diversi riferimenti normativi indicati vale la pena, ai fini della presente analisi, soffermarsi nelle pagine successive, solo sulla legge sull'accessibilità, sul nuovo codice della PA digitale e sulla legge sulla privacy.

3.1 La legge sull'accessibilità

Un importante testo normativo relativo alla comunicazione pubblica on line è la Legge n. 4 del 9 gennaio 2004 "Disposizioni per favorire l'accesso dei soggetti disabili agli strumenti informatici", ribattezzata "Legge Stanca", che ha introdotto due nuovi principi nel nostro ordinamento:

- "La Repubblica riconosce e tutela il diritto di ogni persona ad accedere a tutte le fonti di informazione e ai relativi servizi, ivi compresi quelli che si articolano attraverso gli strumenti informatici e telematici";
- "È tutelato e garantito, in particolare, il diritto di accesso ai servizi informatici e telematici della pubblica amministrazione e ai servizi di pubblica utilità da parte delle persone disabili, in ottemperanza al principio di uguaglianza ai sensi dell'articolo 3 della Costituzione".

La Legge 4/2004 sull'accessibilità si applica, oltre che a tutte le pubbliche amministrazioni,

alle aziende private concessionarie di servizi pubblici.

L'obbligo di creare siti accessibili si concretizza nella preferenza da accordare ai requisiti di accessibilità, nelle procedure di gara per l'acquisto di beni e per la fornitura di servizi informatici. Inoltre i soggetti pubblici (e le aziende di servizi) non possono stipulare, a pena di nullità, contratti per la realizzazione e la modifica di siti Internet, quando non è previsto che essi rispettino i requisiti di accessibilità.

Un punto importante da sottolineare è che l'inosservanza delle disposizioni contenute nella legge comporta responsabilità dirigenziale e responsabilità disciplinare.

La recente approvazione del regolamento d'attuazione della legge ha fissato in 12 mesi il tempo a disposizione per adeguare i contratti di realizzazione o modifica dei siti Internet.

3.2 Il Codice della PA digitale

Ma il panorama normativo in materia si è, proprio recentemente, arricchito di un nuovo importante provvedimento: il decreto legislativo relativo al "Codice dell'amministrazione digitale", il quale accorpa in un unico atto legislativo tutta la normativa sull'e-government e disciplina, tra le altre cose, l'accesso telematico a dati, documenti e procedure.

Il Codice è rivolto principalmente alle amministrazioni pubbliche, ma alcune disposizioni, come quelle concernenti l'accesso

ai documenti informatici e la fruibilità delle informazioni digitali si applicano anche ai gestori di servizi pubblici.

Secondo il Codice, i siti istituzionali (compresi quelli dei gestori di servizi) devono rispettare i principi di "usabilità, reperibilità, accessibilità - anche da parte delle persone disabili - completezza di informazione, chiarezza di linguaggio, affidabilità, semplicità di consultazione, qualità, omogeneità ed interoperabilità".

I siti, inoltre, devono contenere necessariamente i seguenti dati pubblici:

- a) l'organigramma, l'articolazione degli uffici, le attribuzioni e l'organizzazione di ciascun ufficio di livello dirigenziale non generale, nonché il settore dell'ordinamento giuridico riferibile all'attività da essi svolta, corredati dai documenti anche normativi di riferimento;
- b) l'elenco dei procedimenti svolti da ciascun ufficio di livello dirigenziale non generale, la durata di ciascun procedimento, ed il nome del responsabile del procedimento secondo quanto stabilito dalla legge 7 agosto 1990, n. 241¹² e secondo quanto previsto dai singoli ordinamenti corredati dalla normativa di riferimento;
- c) le scadenze e le modalità di adempimento dei procedimenti individuati ai sensi degli articoli 2 e 4 della legge 8 agosto 1990, n. 241;
- d) l'elenco completo delle caselle di posta elettronica istituzionali attive, specificando

anche se si tratta di una casella di posta elettronica certificata;

e) le pubblicazioni di cui all'articolo 26 della legge 7 agosto 1990, n. 241, nonché ogni altra pubblicazione prevista dalla legge 7 giugno 2000, n. 150¹³;

f) l'elenco di tutti i bandi di gara, sottoscritti digitalmente;

g) l'elenco dei servizi forniti in rete.

Devono anche essere definiti e resi disponibili on line: l'elenco della documentazione richiesta per i diversi procedimenti, nonché i moduli e i formulari validi ad ogni effetto di legge. Sul punto della disponibilità on line dei procedimenti, il decreto è perentorio: trascorsi ventiquattro mesi dalla sua entrata in vigore, "i documenti rilevanti per il procedimento, i moduli o i formulari che non siano stati pubblicati sul sito e che non siano stati resi noti non possono essere richiesti ed i relativi procedimenti possono essere conclusi anche in assenza dei suddetti documenti".

3.3 Il Codice della Privacy

L'altra norma che incide direttamente sulle modalità di progettazione e gestione dei siti web è il Decreto legislativo 30 giugno 2003, n. 196 "Codice in materia di protezione dei dati personali", noto anche come Codice della Privacy.

Relativamente all'ambito di applicazione di Internet, il Codice rimanda alla sottoscrizione di un codice di deontologia e di buona

condotta. Ma specifica che lo scopo deve essere comunque quello di assicurare ed uniformare una più adeguata informazione e consapevolezza degli utenti dei servizi on line gestiti da soggetti pubblici e privati, rispetto ai tipi di dati personali trattati e alle modalità del loro trattamento. Ciò va fatto attraverso informative rese disponibili on line, in modo agevole e interattivo, per

¹² "Nuove norme in materia di procedimento amministrativo e di diritto di accesso ai documenti amministrativi".

¹³ "Disciplina delle attività di informazione e di comunicazione delle pubbliche amministrazioni".

favorire una più ampia trasparenza e correttezza nei confronti dei medesimi utenti, oltre che il pieno rispetto dei principi del Codice stesso, come ad esempio quello della raccolta e registrazione dei dati per scopi determinati, espliciti e legittimi.

Un altro riferimento in materia è la Raccomandazione n. 2/2001 che le Autorità europee per la protezione dei dati personali riunite nel gruppo istituito dall'art. 29 della direttiva n. 95/46/CE, hanno adottato il 17 maggio 2001 per individuare dei requisiti

minimi per la raccolta dei dati personali on line: le modalità, i tempi e la natura delle informazioni che i titolari del trattamento devono fornire agli utenti quando questi si collegano a pagine web.

Tra le informazioni da fornire vi sono: estremi del titolare del trattamento; luogo e finalità di trattamento dei dati; tipi di dati trattati; dati di navigazione; dati forniti volontariamente dagli utenti; cookies; facoltatività del conferimento dei dati; modalità di trattamento dei dati; diritti degli interessati.

4.0 La Metodologia adottata per l'analisi dei siti web delle *Public utilities*

Per realizzare un sistema di analisi dei canali web delle *public utilities* della città di Roma è stata adottata una metodologia parametrica di valutazione dell'offerta di servizi di rete riconducibile al modello ARPA messo a punto da RUR Censis negli ultimi 5 anni e già descritta nelle pagine precedenti.

Una scelta del genere ha permesso di uniformare la ricerca e la valutazione su 5 macroaree già condivise ed assunte a livello pubblico, sia pure in contesti differenti come nelle ricerche sulle cosiddette "città digitali" o sui siti on line delle pubbliche amministrazioni locali:

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

Dato il campo peculiare di osservazione relativo alle *public utilities* la metodologia ha imposto di concentrarsi in primo luogo sulla individuazione dei corretti parametri attraverso cui valutare il livello qualitativo dell'offerta *on line* di un ente finalizzato all'erogazione di servizi di pubblica utilità.

Partendo da un approccio comparativo, e sulla base di una metodologia di *benchmark* è stato perciò osservato lo stato dell'arte a livello nazionale ed europeo delle attività di informazione, assistenza, ascolto dell'utenza, nonché erogazione dei servizi on line da parte delle *public utilities*, individuando sulla base degli studi, della pubblicistica, e soprattutto dell'osservazione diretta, le migliori pratiche esistenti a livello nazionale ed europeo rispetto all'implementazione di servizi di rete da parte di questi enti.

Il lavoro ha condotto in primo luogo ad una ricostruzione dettagliata e ragionata della mappa dei servizi on line presenti a livello nazionale ed europeo.

Per individuare le migliori pratiche sono state esaminate le principali aziende erogatrici di servizi di pubblica utilità sia delle principali città italiane (a partire da quelle delle 14 città metropolitane) sia in ambito europeo. L'esame ha portato ad individuare circa 100 tra enti e aziende nazionali e circa 20 aziende europee (Tabb. da 4 a 11).

Tab. 4 Siti di aziende di pubblico trasporto delle 14 città metropolitane italiane

Città	Enti /Aziende	Web	Siti collegati	Note
Torino	GTT Spa	www.comune.torino.it/gtt/	www.metrotorino.it	Sito della metro in costruzione
Genova	AMT Spa	www.amt.genova.it/		Comprende anche la metropolitana
Milano	Atm – Azienda trasporti municipale Spa	www.atm-mi.it/ita/default.asp	www.metropolitana-milane.se.it	
Trieste	Trieste Trasporti Spa	www.triestetrasporti.it		
Venezia	Actv Spa	www.actv.it/home.php		
Bologna	ATC - Trasporti pubblici Bologna Spa	www.atc.bo.it		Sistema integrato di trasporto
Firenze	Ataf Spa	www.ataf.net		
Cagliari	CTM Spa	www.ctmcagliari.it/		
Napoli	ANM Spa	www.anm.it	www.metro.na.it	Gestisce anche i Parcheggi
Bari	Amtab Spa	www.amtabservizio.it/		
Messina	ATM Spa	www.atmmessina.it		
Palermo	Azienda Speciale AMAT*	www.amat.pa.it/		
Catania	Amt	www.amt.ct.it/		
Roma	Atac Spa	www.atac.roma.it		Sistema integrato

* Dal 7 marzo 2005 l'AMAT è una Società per azioni, con socio unico il Comune di Palermo.

Tab. 5 Siti di aziende e servizi per la di Mobilità delle 14 città metropolitane italiane

Città	Enti /Aziende	Web	Note
Torino	5T Spa	www.5t.torino.it/informazioni.html	
	Comune Permessi ZTL	www.comune.torino.it/ztlpermessi/	
Genova	Comune	www.tu6genova.it/pagine/Tu6Genova-983.asp	
Milano	Agenzia Mobilita	www.ama-mi.it/Infomobilita/default.asp	
	Comune	www.comune.milano.it/infomobilita/index.html	
Trieste	Comune	www.retecivica.trieste.it/new/default.asp?tabella_padre=sx&id_sx=59&ids=18&pagina=-&tipo=monoblocchi	Sezione solo informativa del sito del comune
Venezia	Asm Spa	www.asmvenezia.it/home.htm	
	Comune	www.hellovenezia.it	
	Urbis limen	www.urbislimen.net/ita/index.html	
Bologna	Comune	urp.comune.bologna.it/Mobilita/Mobilita.nsf	
Firenze	Firenze Parcheggi Spa	www.firenzeparcheggi.it/	
	Comune	https://ztl.comune.fi.it/tzi/index.jsp	
Cagliari	Comune	www.comune.cagliari.it *	Sezione del sito del comune dedicata alla mobilità e alle urbanizzazioni primarie; possibilità di scaricare modulistica
Napoli	Anm azienda napoletana mobilità	www.anm.it	
Bari	Nd	Nd	Il Sindaco ha la delega alla mobilità; non ci sono siti specifici all'interno di quello del comune
Messina	Nd	Nd	La mobilità è gestita da un apposito assessorato del comune, che però non ha un sito (né sezioni specifiche di quello del comune) dedicato
Palermo	Nd	Nd	La mobilità è gestita da un assessorato del comune. Non ci sono siti (né sezioni dedicate)
Catania	Sostare	www.sostare.it	Azienda che gestisce i parcheggi a pagamento; partecipata da Catania Multiservizi
	Nd	Nd	Il dipartimento che si occupa di traffico e mobilità non ha una sezione specifica all'interno del sito del Comune
Roma	Sta Spa	www.sta.roma.it	

* www.comune.cagliari.it/portal/page?_pageid=35,783029&_dad=portal&_schema=PORTAL&chk_par=SERVTECNICI&chk2=URBPRIU&schema=PORTAL&chk_par=SERVTECNICI&chk2=URBPRI.

Tab. 6 Siti di aziende di erogazione di energia elettrica nelle 14 città metropolitane italiane

Città	Enti /Aziende	Web	Note
Torino	Aem Torino Spa	www.aem.torino.it	
Genova	AMGA Spa	www.amgaspa.it/	
Milano	Aem Spa	www.aem.it	I relativi servizi si trovano sul portale miservi.it
Trieste	ACEGAS-APS Spa	www.acegas-aps.it	
Venezia	Enel Spa	www.enel.it	
Bologna	Enel Spa	www.enel.it	
Firenze	Enel Spa	www.enel.it	
Cagliari	Enel Spa	www.enel.it	
Napoli	Enel Spa	www.enel.it	
Bari	Enel Spa	www.enel.it	
Messina	Enel Spa	www.enel.it	
Palermo	Enel Spa	www.enel.it	
Catania	Enel Spa	www.enel.it	
Roma	Acea Electrabel Spa	http://www.aceaspa.it	Va considerato anche il sito satellite http://www.aceaelectrabeleletricita.it

Tab. 7 Siti di aziende di erogazione del gas nelle 14 città metropolitane italiane

Città	Enti /Aziende	Web
Torino	Italgas Spa	www.italgaspiu.it
Genova	Amga Spa	www.amgaspa.it
Milano	Aem Spa	www.aem.it
Trieste	Est gas Spa	www.estgas.com
Venezia	Vesta Spa	www.vestagas.net
Bologna	HERA Spa	www.gruppohera.it/clienti/?clienti_comune=8
Firenze	Fiorentinagas Spa	www.fiorentinagasclienti.it/
Cagliari	IS gas Scrl	Nd
Napoli	Napoletana Gas Spa	www.napoletanagas.it/
Bari	A.M.Gas Spa	www.amgasbari.it
Messina	Italgas Spa	www.italgaspiu.it
Palermo	AMG ENERGIA Spa	www.amg.pa.it
Catania	Asec Spa	www.asec.ct.it/home.htm
Roma	Italgas Spa	www.italgaspiu.it

Tab. 8 Siti di aziende di erogazione dell'acqua nelle 14 città metropolitane italiane

Città	Enti /Aziende	Web	Note
Torino	Società Metropolitana Acque Torino Spa	www.smatorino.it	
Genova	AMGA Spa	www.amgaspa.it/ AMGA	
Milano	Gruppo Cap Spa	www.capgestione.it	
Trieste	Acegas Spa	www.acegas-aps.it	
Venezia	Vesta – Venezia servizi territoriali e ambientali	www.Vestaspa.net	
Bologna	HERA Spa (Holding Energia Risorse Ambiente)	www.gruppohera.it	
Firenze	Publiacqua Spa	www.publiacqua.it	
Cagliari	ESAF Ente Sardo Acquedotti e Fognature	www.esaf.it	
Napoli	ARIN Spa Azienda Risorse Idriche di Napoli	www.arin.na.it	
Bari	Aqp – Acquedotto pugliese	www.aqp.it/	
Messina	AMAM Azienda Municipale Acquedotto Messina	www.amam.it/	Solo home page: sito vuoto
	AMAM Azienda Meridionale Acque Messina	www.amam-me.com/	Sito non raggiungibile
Palermo	Amap Spa	www.amap.it/	
Catania	Sidra Spa	www.sidraspa.it	
Roma	Acea Spa	www.aceaspa.it/	

Tab. 9 Siti di aziende di erogazione di servizi di igiene urbana nelle 14 città metropolitane

Città	Enti /Aziende	Web
Torino	Amiat Spa	www.amiat.it
Genova	AMIU Azienda Multiservizi e d'Igiene Urbana Spa	www.amiu.genova.it
Milano	AMSA Spa	www.amsa.it
Trieste	Acegas-asp Spa	www.acegas-asp.it/
Venezia	Vesta – Venezia servizi territoriali e ambientali Spa	www.vestaspa.net
Bologna	HERA Spa (Holding Energia Risorse Ambiente)	www.gruppohera.it
Firenze	Quadrifoglio Servizi Ambientali Area Fiorenina Spa	www.quadrifoglio.org
Cagliari	Cagliari Ambiente Scarl	Nd
Napoli	ASIA Napoli Spa	www.asianapoli.it/guest/Default.asp
Bari	Amiu Spa	http://www.amiubari.it/
Messina	Messina Ambiente Spa	Nd
Palermo	AMIA Spa	www.comune.palermo.it/amia
Catania	Gestione diretta del comune	Nd
Roma	AMA Spa	http://www.amaroma.it/

Tab. 10 Siti di *public utilities* delle città non metropolitane

Multiutility	Città
Agsm – Azienda generale servizi municipalizzati	Verona
Amir – Azienda multiservizi (Hera)	Rimini
Amga – Azienda multiservizi	Udine
Asm – Azienda servizi municipalizzati	Brescia
Acsm – Azienda comasca servizi municipali	Como
Aim – Aziende industriali municipalizzate	Vicenza
Asm – Azienda speciale multiservizio	Pavia
Intesa	Siena
Ascopiave	Treviso
Acosea	Ferrara
Aem	Cremona
Trasporti	
Atr – Agenzia per la mobilità	Forlì
Tep – Azienda consorziale trasporti	Parma
APM S.p.A.	Perugia
STI - Servizi Trasporti Integrati	Potenza
TEP S.p.A.	Parma
Energia	
ASMB Azienda Servizi Municipalizzati	Brunico
Aem	Cremona
Meta Energia Territorio Ambiente	Modena
Acqua	
Aca – Azienda comprensoriale acquedottistica	Pescara
Ambiente	
Bas – Bergamo ambiente servizi	Bergamo
Asm – Azienda speciale multiservizio	Pavia
Asa Trade – Azienda Servizi Ambientali	Livorno

Tab. 11 Città campione per il confronto Europeo

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

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

L'esame delle migliori pratiche esistenti a livello nazionale ed europeo ha consentito di verificare non solo la presenza on line di servizi tradizionalmente forniti dagli sportelli sul territorio: dalle richieste di preventivi per nuovi allacci, alle richieste di subentro o voltura di contratti, dall'autolettura del contatore alla richiesta di cessazione dell'utenza; ma anche di esaminare la qualità delle informazioni messe a disposizione dell'utenza rispetto al rapporto di clientela con l'azienda stessa: il contratto di fornitura, le letture e i consumi, la situazione dei propri pagamenti.

Sono state testate inoltre, le capacità di ciascuno degli sportelli on line di ottimizzare la comunicazione con la clientela rendendo facilmente accessibili informazioni di carattere generale quali, ad esempio, quelle relative a come pagare la bolletta, come sospendere l'erogazione del servizio, cosa fare se non è arrivata la bolletta.

L'esame dei siti delle *public utilities* nazionali ed europee si è concentrato, infine, sulla capacità dei servizi on line di dare voce ai cittadini utenti, attraverso sistemi di raccolta o tramite canali strutturati di con-

tatto e scambio con il pubblico misurandone, da un lato, la capacità di consentire alle persone di esprimere giudizi, suggerimenti o lamentele sui servizi utilizzati, dall'altro di agevolare la crescita della dimensione "partecipativa" agevolando i cittadini a partecipare e ad essere coinvolti nelle decisioni "pubbliche" che l'azienda o l'ente sono tenuti a prendere.

Una volta messa a punto la mappa dei servizi on line, si è passati sulla base delle 5 macro aree tematiche generali a definire un set di indicatori specifici capaci di descrivere singoli aspetti del fenomeno e in grado quindi di rappresentare singole dimensioni conoscitive relative alle macroaree di esame.

Per ciascuna macro area è stato perciò individuato un set di indicatori specifici, arrivando complessivamente a individuare 107 indicatori. Le 5 macro aree sono state riarticolate in 22 sotto aree tematiche, in pratica sono stati individuati 22 nuovi indici specifici di secondo livello ciascuno dei quali collegato ad un determinato set di indicatori scelti tra i 107 considerati.

Ciascun indicatore assumeva caratteristi-

che dicotomiche (presenza / assenza di un fenomeno) o caratteristiche articolate e gerarchizzabili sulla base del possibile livello di riposta al bisogno dell'utenza nella fruizione del servizio di rete.

Attribuendo punteggi alle diverse tipologie di riposte (1 - 2 nel caso di risposte dicotomiche) od (1 - 3 o 1 - 5 nel caso riposte articolate), è stato possibile arrivare a costruire indici sintetici standardizzando il punteggio totale in centesimi per ciascun indice in relazione a ciascuna tipologia di sito (siti delle aziende di trasporto - siti della mobilità - siti dell'energia elettrica - siti

dell'acqua - siti del gas - siti dell'ambiente) senza effettuare successive ponderazioni. Il valore sintetico finale per ogni sito scaturisce dalla media dei punteggi di tutti e 5 gli indici settoriali. Il confronto tra i punteggi attribuiti alle *public utilities* dei differenti centri urbani esaminati ha consentito di effettuare anche il rating finale, cioè una classifica di tutti i siti analizzati potendo effettuare comparazioni tra le risorse on line delle *public utilities* presenti sul territorio del Comune di Roma con gli altri enti o aziende nazionali e internazionali.

5.0 Elenco degli indicatori e loro articolazioni

Tav. 2 Indici sintetici sulla qualità dei servizi web delle *public utilities*

	INDICI di 2° livello	MACRO AREE (INDICI Sintetici di 1° 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	III) Usabilità e accessibilità
12	Servizi di Igiene Urbana	
13	Igiene urbana tariffazione	
14	Navigabilità	IV) Comunicazione, partecipazione, relazionalità
15	Usabilità	
16	Accessibilità	
17	Comunicazione on line	
18	Comunicazione istituzionale	
19	Customer care	V) Sviluppo Tecnologico
20	Partecipazione	
21	Qualità server e connessioni	
22	Qualità dell'Html e web design	

Tav. 3 Indicatori della Macro area “Trasparenza e accesso”

Indici 2° livello	Indicatori	Risposta 1	Risposta 2	Risposta 3	Risposta 4	Risposta 5
Trasparenza Aziendale 19 punti	Informazioni sulla struttura dell'azienda/ente	assente	presente			
	Informazioni sull'organigramma dell'azienda/ente	assente	presente			
	Presentazione servizi	assente	presente			
	Mission dell'azienda/ente	assente	presente			
	Informazioni sul sistema di Qualità	assente	presente			
	Informazioni sulla durata di ciascun procedimento	assente	presente			
	Indicazione degli uffici e dei responsabili dei procedimenti	assente	presente Indicazione uffici	indicazione uffici e responsabili		
	informazioni sulla privacy/ uso dei dati	assente	presente			
Accesso 14 punti	Spazio per comitati etici	assente	presente			
	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	Presenza di telefono e/o e-mail dei responsabili dei processi e/o dei servizi
Trasparenza normativa 8 punti	Informazioni e/o transazioni relative a bandi/appalti	assenti informazioni	informazioni	interazione <i>one way</i> (*) (Download Bandi Capitolati)	interazione <i>two way</i> (**) (Form per presentare domande o per inviare autocertificazioni)	transazione completa (***) (possibilità di presentare bando)
	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			
Trasparenza e accesso (17 indicatori)	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.

Tav. 4 Indicatori della Macro area “Qualità e interattività dei servizi in rete”

Indici 2° livello	Indicatori	Risposta 1	Risposta 2	Risposta 3	Risposta 4	Risposta 5
Visione dei servizi Per servizi C) ENERGIA ELETTRICA; D) GAS; E) IDRICO 9 punti	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			
	Stipula del contratto	assente	informazioni	int. <i>one way</i> (<i>download</i> modulare)	int. <i>two way</i> (formulazione richieste)	trans. completa (stipula on line)
Gestione del contratto Per servizi C) ENERGIA ELETTRICA ; D) GAS ; E) IDRICO 25 punti	Voltura dei contratti	assente	informazioni	int. <i>one way</i> (<i>download</i> modulare)	int. <i>two way</i> (formulazione richieste)	trans. completa (esecuzione voltura)
	Nuovo allaccio	assente	informazioni	int. <i>one way</i> (<i>download</i> modulare)	int. <i>two way</i> (formulazione richieste)	trans. completa (esecuzione nuovo allaccio)
	Disdetta della fornitura	assente	informazioni	int. <i>one way</i> (<i>download</i> modulare)	int. <i>two way</i> (formulazione richieste)	trans. completa (disdetta del contratto)
	Gestione fornitura - modifica di potenza	assente	informazioni	int. <i>one way</i> (<i>download</i> modulare)	int. <i>two way</i> (formulazione richieste)	trans. completa (modifica la fornitura)
	Richiesta intervento on site	assente	Informazioni	int. <i>one way</i> (<i>download</i> modulare)	int. <i>two way</i> (formulazione richieste)	trans. completa (prenotazione del servizio)
	Gestione bollette e fatture Per servizi C) ENERGIA ELETTRICA; D) GAS; E) IDRICO 20 punti	Pagamento	assente	informazioni	int. <i>one way</i> (<i>download</i> modulare)	int. <i>two way</i> (formulazione richieste)
Controllo e comunicazione stato delle fatture (pagamenti)		assente	informazioni	int. <i>one way</i> (<i>download</i> modulare)	int. <i>two way</i> (formulazione richieste)	trans. completa (controllo stato bollette e com. dati)
Modifica recapito fatture		assente	informazioni	int. <i>one way</i> (<i>download</i> modulare)	int. <i>two way</i> (formulazione richieste)	trans. completa (cambio domiciliazione)
Informazioni su cosa fare se non è arrivata la fattura (Richiesta duplicato bolletta)		assente	informazioni	int. <i>one way</i> (<i>download</i> modulare)	int. <i>two way</i> (formulazione richieste)	trans. completa (acquisizione duplicato bollette)
Qualità e interattività dei servizi in rete (41 indicatori)						

Tav. 4 - Segue - Indicatori della Macro area "Qualità e interattività dei servizi in rete"

Qualità e interattività dei servizi in rete	Indici 2° livello	Indicatori	Risposta 1	Risposta 2	Risposta 3	Risposta 4	Risposta 5
	Consumi e tariffe (Per servizi C) ENERGIA ELETTRICA, D) GAS, E) IDRICO 21 punti		Richiesta preventivi	assente	informazioni	nt. <i>one way</i> (<i>download</i> modulistica)	int. <i>two way</i> (formulazione richieste)
		Comunicazione consumi effettivi	assente	informazioni	nt. <i>one way</i> (<i>download</i> modulistica)	int. <i>two way</i> (formulazione richieste)	trans. completa (comunicazione dei consumi)
		Visualizzazione consumi / telettura	assente	informazioni	Lettura on line propri consumi		
		Visualizzazione storico consumi	assente	informazioni	Informazioni per periodi scelti		
		Richiesta verifiche guasti, manutenzioni misuratori e contatori Richiesta posa nuovo contatore	assente	informazioni	int. <i>one way</i> (<i>download</i> modulistica)	int. <i>two way</i> (formulazione richieste)	trans. completa (richiesta sostituzioni interventi di manutenzione)
		Possibilità di segnalare anomalie nel trasporto	assente	informazioni	int. <i>one way</i> (<i>download</i> modulistica)	int. <i>two way</i> (formulazione richieste)	
Trasporto (Per servizi di Trasporto) 17 punti		Segnalazioni delle variazioni dei percorsi e degli scioperi	assente	informazioni	informazioni in tempo reale		
		Acquisto degli abbonamenti / Card	assente	informazioni	int. <i>one way</i> (<i>download</i> modulistica)	int. <i>two way</i> (formulazione richieste)	trans. completa (acquisto abbonamenti)
		Informazioni sugli orari dei mezzi pubblici alle fermate	assente	informazioni	informazioni in tempo reale		
		Calcolo percorso - itinerario consigliato	assente	presente			
		Informazioni su autobus accessibili (percorsi, orari, ecc)	assente	informazioni			
Trasporto e Disabili (Per servizi di Trasporto) 11 punti		Informazioni su trasporto a prenotazione	assente	informazioni	presenza contact center	prenotazione on line	
		Informazioni su trasporto scolastico	assente	informazioni	int. <i>one way</i> (<i>download</i> modulistica)	int. <i>two way</i> (formulazione richieste)	trans. completa (iscrizione al servizio on line)

Tav. 4 - Segue - Indicatori della Macro area "Qualità e interattività dei servizi in rete"

Qualità e interattività dei servizi in rete (41 indicatori)	Indici 2° livello	Indicatori	Risposta 1	Risposta 2	Risposta 3	Risposta 4	Risposta 5
	Mobilità (Per servizi di Mobilità) 14 punti		Rilascio permessi di transito per zone a traffico limitato (ZTL)	assente	informazioni	nt. <i>one way</i> (<i>download</i> modulistica)	int. <i>two way</i> (formulazione richieste)
		Calcolo percorso - itinerario consigliato	assente	presente			
		Informazioni sul traffico in tempo reale	assente	presente			
		Informazioni sui posti liberi nei parcheggi	assente	informazioni	informazioni in tempo reale		
		Webcam sui nodi critici del traffico	assente	presenti	int. <i>one way</i> (<i>download</i> modulistica)		
Mobilità e Disabili (Per servizi di Mobilità) 7 punti		Rilascio contrassegni speciali per circolazione e parcheggio	assente	informazioni	int. <i>one way</i> (<i>download</i> modulistica)	int. <i>two way</i> (formulazione richieste)	trans. completa (acquisizione contrassegno)
		Indicazione presenza parcheggi per disabili	assente	informazioni			
Servizi di Igiene Urbana (Per servizi di Igiene Urbana) 20 punti		Calcolo tariffa domestica	assente	informazioni	Calcolo on line		
		Denuncia per l'applicazione della tariffa	assente	informazioni	presenza contact center	int. <i>two way</i> (formulazione richieste)	trans. completa (inoltro denuncia)
		Richiesta smaltimento rifiuti ingombranti	assente	informazioni	int. <i>one way</i> (<i>download</i> modulistica)	int. <i>two way</i> (formulazione richieste)	trans. completa (iscrizione al servizio on line)
		Controllo delle date di pulizia stradale	assente	informazioni	Ricerca on line	Ricerca on line e avviso via mail	trans. completa (prenotazione on line del servizio)
		Scelta dei contenitori per raccolta differenziata	assente	informazioni	Ricerca on line		
		Pagamento tariffa	assente	informazioni	int. <i>one way</i> (<i>download</i> modulistica)	int. <i>two way</i> (formulazione richieste)	trans. completa (Pagamento)
Igiene Urbana Fornitura e Tariffe (Per servizi di Igiene Urbana) 10 punti		Disdetta o modifica della fornitura	assente	informazioni	int. <i>one way</i> (<i>download</i> modulistica)	int. <i>two way</i> (formulazione richieste)	trans. completa (Possibilità di disdire o modificare il contratto)

Tav. 5 Indicatori relativi alla macroarea “Usabilità e accessibilità”

Indici 2° livello	Indicatori	Risposta 1	Risposta 2	Risposta 3	Risposta 4
Navigabilità 15 punti	Presenza di logo istituzionale	assente	informazioni		
	Link alla home page in ogni pagina interna	assente	presente		
	Percorso indicato in ogni pagina	assente	presente		
	Visibilità dei link attivi	assente	informazioni		
	Prevedibilità dei link	assente	presenti		
	Esistenza ed efficacia del motore di ricerca interno	assente	presenti	raggiungibile da ogni pagina	
	Presenza di mappa del sito (entro i primi 2 livelli)	assente	presenti		
Accessibilità 14 punti	Ricorrenza di elementi uguali e riconoscibili in tutte le pagine	assente	informazioni		
	Disponibilità di un'alternativa di testo sulle immagini usate come link e descrizione delle zone attive nel caso di immagini con mappe sensibili	assente	informazioni		
	Coerenza assoluta nel caso dell'utilizzo di colori per definire settori tematici	assente	informazioni		
	Possibilità di ingrandire i caratteri dello schermo	assente	informazioni		
	Pagine “splash” o introduzioni flash (senza possibilità di saltare l'animazione)	assente	informazioni		
	Navigazione rapida tramite tastiera	assente	informazioni		
	Utilizzo dei fogli di stile nella definizione della struttura della pagina	assente	informazioni		
Usabilità 10 punti	Qualità del <i>download</i> della moduli-stica	assente	documenti non html integrati nel <i>browser</i>	disponibilità scelta tra formati di documento	
	Presenza di <i>help</i>	assente	informazioni		Presenza <i>Help</i> contestuale/percorso guidato per il <i>download</i> di documenti
	Esistenza e chiarezza dei messaggi di errore	Nessun messaggio	Messaggio di errore visibile	Messaggio di errore visibile e ben comprensibile	

Tav. 6 Indicatori relativi alla macroarea “Comunicazione, partecipazione, relazionalità”

Indici 2° livello	Indicatori	Risposta 1	Risposta 2	Risposta 3	Note
Comunicazione on line 19 punti	Reperibilità della URL sul motore di ricerca Google a partire dal nome dell'Azienda/ Ente	assente	presente nelle prime 3 pagine	presente nella prima	
	Popolarità del sito basata sui link dall'esterno verso la url del sito	1 classe	2 classe	3 classe	
	Presenza Faq	assente	presente		
	Link utili	assente	presente		
	Esplicitazione aggiornamento del sito	assente	presente		
	Uso della multicanalità nell'offerta di informazioni e servizi (WAP/UMTS, newsletter, call/contact center, TV digitale terrestre, TV on line, televideo)	assente	presenti servizi telefonici o servizi video	presenza informativa su più canali	
	Area dell'home page o pagina dedicata al primo piano (news istituzionali)	assente	presente		
	Pubblicazione di newsletter e/o mailing list destinata all'utenza	assente	presente		
Comunicazione istituzionale 10 punti	Glossario	assente	presente		
	Presenza Campagne di comunicazione istituzionale	assente	presente		
	Progetti sul territorio scuole, progetti formativi	assente	presente	progetti in comune	
	Cooperazione e relazioni esplicite con enti o soggetti non istituzionali Associazioni/enti locali	relazionalità assente	solo informazioni	sezioni tematiche dedicate	
Customer care 13 (PER GAS ENERGIA ACQUA) 10 (PER IGIENE E TRASPORTI MOBILITÀ) 11 punti	Informazioni generali sulle condizioni contrattuali	assente	informazioni		
	Lettura fattura/bolletta	assente	presente	presente lettura dinamica/animazioni	Per servizi c) energia elett.; d) gas; e) idrico
	Informazioni sulla carta dei servizi	assente	presente		
	Presenza in home page di riferimento a contact center (numero verde, numero facile, contatto on line) entro il II livello	assente	presente		
	Pagina/e informative relative al servizio di customer care	assente	presente		
	Presenza di canali per target	assente	presente		
Partecipazione 9 punti	Possibilità di inviare consigli e segnalazioni reclami all'ente	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		
	Questionari valutazione del servizio erogato dall'azienda/ente	assente	presente		

Tav. 7 Indicatori relativi alla macroarea “Sviluppo tecnologico”

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

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

5.1 Descrizione degli Indicatori

Di seguito si fornisce una descrizione di massima dei cinque criteri, degli indicatori di cui sono composti e dei motivi che hanno portato alla loro scelta.

5.1.1 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 trasparenza. Migliore accesso alle informazioni, alla documentazione ed alle procedure dell'organizzazione può essere considerato quale sinonimo di maggiore democrazia, ma anche preconditione per la tutela degli interessi del consumatore. Il concetto stesso di accesso ha subito un'evoluzione, proprio a causa delle tecnologie dell'informazione e della comunicazione. Sin dai primi anni di diffusione dell'internet "di massa", infatti, ha cominciato a svilupparsi un dibattito sull'uso delle nuove tecnologie da parte degli enti pubblici, in relazione alle esigenze di trasparenza amministrativa, sfociato nella pubblicazione, nel 1999, del "Libro verde dell'Unione europea sull'informazione del settore pubblico nella società dell'informazione".

Quel documento ci offre oggi una testimonianza indispensabile per capire i caratteri di quello che possiamo considerare un passaggio cruciale, rispetto al concetto stesso di diritto all'accesso, e che ci serve per coglierne meglio il valore anche nell'attualità: da un'idea di accesso alla documentazione legato ad uno specifico

interesse giuridico (che era alla base della nostra legge 241 del 1990) a quella di un ruolo attivo del settore pubblico nel rendere facilmente accessibili almeno alcune tipologie di informazione. Un ruolo che, senza particolari forzature, possiamo attribuire anche alle aziende di servizi pubblici.

Su questo punto si accinge anche ad intervenire una legislazione specifica, costituita dal Decreto legislativo del 4 Marzo 2005 sul Codice dell'amministrazione digitale, il quale - in base all'assunto che il trattamento digitalizzato della documentazione e delle procedure sia un dovere per le amministrazioni - prescrive in maniera stringente alcune caratteristiche base per i siti web del settore pubblico, le quali si applicano anche alle aziende che gestiscono servizi d'interesse pubblico.

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

Di seguito vengono fornite delle descrizioni sintetiche degli indicatori di 2° livello che compongono il criterio di "Trasparenza ed accesso".

5.1.1.1. Trasparenza Aziendale

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

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

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

5.1.1.2 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.

5.1.1.3 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.

5.1.2 Qualità e interattività dei servizi in rete

I servizi on line sono 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.

All'effettiva disponibilità di servizi on line viene data molta importanza a livello internazionale, ed europeo in particolare. Il Piano d'azione eEurope del 2002 ha stabilito uno standard di valutazione che viene adottato in un'indagine condotta periodicamente per conto dell'Unione Europea - la *Web-based Survey on Electronic Public Services* - che prende in considerazione i 20 servizi pubblici prioritari (12 per i cittadini e 8 per le imprese) nei diversi stati membri. Il metodo prevede quattro possibili livelli di interazione tra amministrazione e utente ed è riassunto nello schema che segue:

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

Tale standard è ormai diventato un riferimento obbligato nel nostro paese, essendo incluso nei vari documenti di indirizzo del Ministro per l'Innovazione e le Tecnologie.

L'altro riferimento, per quanto riguarda i servizi on line, è costituito dal nuovo Codice dell'amministrazione digitale, che dedica a tale argomento tutta la sezione III (composta da 3 articoli) del capo IV (Dati delle pubbliche amministrazioni e servizi in rete).

Il Codice 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".

Ulteriori specifiche del Codice della PA digitale sono riportate nella seguente descrizione degli indicatori di 2° livello.

5.1.2.1 Visione dei servizi

La possibilità per l'utente di ottenere una visione d'insieme dei servizi è considerata di particolare importanza nel testo del decreto legislativo sul Codice della PA digitale, il quale 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).

5.1.2.2 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.

5.1.2.3 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.

"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).

5.1.2.4 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.

5.1.2.5 Trasporto

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

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

servizio o potendo concludere transazioni rispetto ai titoli di viaggio.

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

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

5.1.2.6 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.

5.1.2.7 Mobilità

La disponibilità di informazioni in tempo reale per la mobilità, oltre che di relativi servizi, è cruciale per gli automobilisti ed in generale dei cittadini che debbano o vogliano muoversi nei centri urbani dovendo scegliere diverse forme di trasporto. Le aspettative in tal senso da parte del pubblico sono inevitabilmente alte, a causa dell'ampia diffusione che negli ultimi anni hanno avuto servizi analoghi forniti da operatori privati, ed anche della sempre maggiore diffusione di navigatori satellitari negli

autoveicoli. La disponibilità di tali servizi sul web è dunque strategica, ma va inquadrata in una logica più ampia, che 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.

5.1.2.8 Mobilità Disabili

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

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

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

5.1.2.9 Servizi di Igiene Urbana

Si tratta di indicatore relativo ovviamente ai soli gestori di servizi ambientali individuato sulla base delle considerazioni che negli ultimi anni, anche per i servizi di igiene urbana, si è affermata una concezione sempre più orientata al soddisfacimento di esigenze specifiche, anche in corrispondenza di una nuova politica tributaria locale

commisurata ai livelli effettivi di fruizione dei servizi ambientali che presuppone la necessità di stabilire un meccanismo di maggiore prossimità con il cittadino utente dei servizi ambientali. In tale contesto, Internet rappresenta lo strumento più adatto per la messa a punto di servizi personalizzati, legati ai consumi effettivi e finalizzati a rispondere ad una casistica articolata.

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

- Calcolo tariffa domestica.
- Denuncia per l'applicazione della tariffa.
- Richiesta smaltimento rifiuti ingombranti.
- Controllo delle date di pulizia stradale.
- Scelta dei contenitori per raccolta differenziata.

5.1.2.10 Igiene Urbana Fornitura e Tariffe

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

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

- Pagamento tariffa.
- Disdetta o modifica della fornitura.

5.1.3 Usabilità e accessibilità

Usabilità ed accessibilità sono qualità centrali in un sito web.

Per quanto riguarda la definizione del concetto di usabilità, è possibile partire da quella proposta dall'ISO (l'International Standard Organization). Nello standard ISO 9241 ("Ergonomic Requirements for Office Work with Visual Display Terminals") l'usabilità viene definita come "la efficacia,

efficienza e soddisfazione con cui specificati utenti raggiungono specificati obiettivi in particolari ambienti."

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

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

L'accessibilità intesa come insieme di caratteristiche tecnico-editoriali che consentono a soggetti con ridotte abilità percettive motorie di fruire a pieno dei contenuti veicolati via web risponde invece a criteri tecnici ben definiti, ed è persino normata in Italia da una legge specifica, la n. 4 del 9 gennaio 2004 "Disposizioni per favorire l'accesso dei soggetti disabili agli strumenti informatici", della quale si è già accennato innanzi. Secondo il World Wide Web Consortium (W3C), l'organismo che stabilisce gli standard tecnici per il web, "per accessibilità web si indica la capacità di un sito web di essere acceduto efficacemente (alla sua interfaccia e al suo contenuto) da utenti diversi in differenti contesti. Rendere un sito web accessibile significa permettere l'accesso all'informazione contenuta nel

sito anche a persone con disabilità fisiche di diverso tipo e a chi dispone di strumenti hardware e software limitati."

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

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

Di seguito sono descritte le caratteristiche degli indicatori di 2° livello di cui è composto il criterio "Usabilità e accessibilità" ai fini della presente indagine.

5.1.3.1 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).

5.1.3.2 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 World Wide Web Consortium. "Accessibilità" comprende dunque i seguenti indicatori di 3° livello:

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

5.1.3.3 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.

5.1.4 Comunicazione, partecipazione, relazionalità

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

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

Tra le azioni prioritarie per la creazione delle comunità suddette, vi è quella di prevedere un'iscrizione (o "registrazione") per l'ottenimento di alcuni servizi, o distribuire una

newsletter elettronica, possibilmente con gli aggiornamenti del sito. Ciò contribuisce non solo ad avere un riscontro più diretto con gli utilizzatori del sito (chi sono? quali servizi preferiscono?), ma anche a fidelizzarli, offrendo loro un motivo per ritornare a visitarne le pagine.

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

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

Rispetto al coinvolgimento dei cittadini un adeguato sistema informativo rivolto oltre che ai singoli utenti, anche alle consulte, alle associazioni (quest'ultime da considerare quali soggetti di riferimento soprattutto nella fase di stesura dei contratti e delle carte di servizio), potrebbe contribuire a riportare il baricentro delle attività delle *public utilities* alla loro utilità sociale, piuttosto che alla mera capacità di muoversi in modo competitivo nel mercato delle reti di servizi.

Un sistema informativo accessibile e trasparente consentirebbe, infatti, ai cittadini di esercitare in modo pieno l'unica opzione possibile (considerata la condizione di sostanziale monopolio in cui si trovano le *public utilities* rispetto all'utenza privata), per inviare segnali sull'adeguatezza e la qualità del servizio: quella di esprimere la propria "voce".

5.1.4.1 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.

5.1.4.2 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.

5.1.4.3 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, contatto on line) entro il II livello.
- Pagina/e informative relative al servizio di *customer care*.
- Presenza di canali per target.

5.1.4.4 Partecipazione

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

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

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

5.1.5 Sviluppo Tecnologico

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

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

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

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

b) Ad un secondo livello, si colloca invece la capacità di tradurre le diverse opzioni

disponibili in soluzioni dei problemi che l'organizzazione stessa ed i suoi clienti devono fronteggiare. L'adozione di una tecnologia piuttosto che un'altra, infatti, non può mai essere fine a se stessa, ma deve derivare dalla constatazione che essa può consentire opzioni altrimenti impossibili.

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

5.1.5.1 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.

5.1.5.2 Qualità dell'HTML e web design

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

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

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

PARTE II

I Risultati dell'indagine

1.0 Servizi di Trasporto pubblico locale

1.1. Analisi e valutazione di www.atac.roma.it

1.1.1 Trasparenza e accesso - www.atac.roma.it

Indici 2° livello	STANDARD TENDENZIALI da raggiungere	STANDARD RAGGIUNTI	PUNTEGGIO Indici 2° livello		Roma PUNTEGGIO Macroarea Generale	MIGLIOR RISULTATO Macroarea Generale	
			Roma	Miglior risultato Indici 2° livello			
Trasparenza e Accesso	Trasparenza Aziendale	Presenza Informazioni sulla struttura dell' azienda/ente	Si	89,5/100	Roma (89,5/100) Bologna Firenze (84,2/100)	80,5/100	Firenze (87,8/100)
		Presenza Informazioni sull'organigramma dell' azienda/ente	Si				
		Presenza Presentazione servizi	Si				
		Presenza <i>Mission</i> dell' azienda/ente	Si				
		Presenza Informazioni sul sistema di Qualità	Si				
		Presenza Informazioni sulla durata di ciascun procedimento	No				
		Indicazione degli uffici e dei responsabili dei procedimenti	Parzialmente				
		Presenza informazioni sulla privacy/ uso dei dati	Si				
		Presenza di Spazi per comitati etici	No				
	Accesso	Presenza di Indicazioni sull'ubicazione fisica degli uffici/sportelli	Si	71,4/100	Milano Firenze (85,7/100)		
Presenza di Informazioni relative agli orari di apertura degli uffici/ sportelli		Si					
Presenza di telefono e/o e-mail dei responsabili dei processi e/o dei servizi		Parzialmente					
Trasparenza normativa	Presenza di servizi di <i>e-procurement</i> con possibilità di partecipare a bandi	Parzialmente	75,0/100	Firenze (100/100)			
	Presenza di testi delle delibere aziendali o dell'ente	No					
	Presenza di pagine relative al Bilancio	Si					
	Presenza pagine relative al Bilancio sociale	No					
	Presenza di Informazioni sulla normativa di riferimento	Si					

1.1.2 Qualità e interattività dei servizi in rete - www.atac.roma.it

Indici 2° livello	STANDARD TENDENZIALI da raggiungere	STANDARD RAGGIUNTI	PUNTEGGIO Indici 2° livello		Roma PUNTEGGIO Macroarea Generale	MIGLIOR RISULTATO Macroarea Generale
			Roma	Miglior risultato Indici 2° livello		
Qualità e interattività dei servizi in rete Trasporto	Possibilità di segnalare anomalie nel trasporto	Si	82,4/100	Genova Milano Bologna (88,2/100)	71,4/100	Milano (82,1/100)
	Segnalazioni delle variazioni dei percorsi e degli scioperi (informazioni in tempo reale)	Si				
	Acquisto degli abbonamenti / Card	Parzialmente				
	Informazioni sugli orari dei mezzi pubblici alle fermate (informazioni in tempo reale)	Parzialmente				
	Calcolo percorso - itinerario consigliato	Si				
Trasporto Disabili	Informazioni su autobus accessibili (percorsi, orari, ecc)	Si	54,5/100	Milano (72,7/100)		
	prenotazione on line su trasporto a prenotazione	Si				
	Iscrizione on line al servizio trasporto scolastico	Parzialmente				

1.1.3 Usabilità e accessibilità - www.atac.roma.it

Indici 2° livello	STANDARD TENDENZIALI da raggiungere	STANDARD RAGGIUNTI	PUNTEGGIO Indici 2° livello		Roma PUNTEGGIO Macroarea Generale	MIGLIOR RISULTATO Macroarea Generale
			Roma	Miglior risultato Indici 2° livello		
Usabilità e accessibilità	Presenza di logo istituzionale	Si	73,3/100	Genova (100/100)	76,3/100	Torino (92,1/100)
	Link alla home page in ogni pagina interna	Si				
	Percorso indicato in ogni pagina	No				
	Visibilità dei link attivi	Si				
	Prevedibilità dei link	Si				
	Esistenza ed efficacia del motore di ricerca interno	No				
	Presenza di mappa del sito (entro i primi 2 livelli)	No	85,7/100	Torino (92,9 /100)		
	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	No				
	Coerenza assoluta nel caso dell'utilizzo di colori per definire settori tematici	Si				
	Possibilità di ingrandire i caratteri dello schermo	Si				
	Assenza 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				
	Qualità del <i>download</i> della moduli-stica	Parzialmente				
Presenza di <i>help</i>	No					
Esistenza e chiarezza dei messaggi di errore	Si					

1.1.4 Comunicazione, partecipazione, relazionalità - www.atac.roma.it

Indici 2° livello	STANDARD TENDENZIALI da raggiungere	STANDARD RAGGIUNTI	PUNTEGGIO Indici 2° livello		Roma PUNTEGGIO Macroarea Generale	MIGLIOR RISULTATO Macroarea Generale
			Roma	Miglior risultato Indici 2° livello		
Comunicazione on line	Reperibilità della URL sul motore di ricerca Google a partire dal nome dell'Azienda/ Ente	Si	89,5/100	Roma (89,5/100) Torino/ Genova/ Bologna/ Firenze (84,2/100)	83,3/100	Roma (83,3/100) Torino Genova (79,2/100)
	Popolarità del sito basata sui link dall'esterno verso la url del sito	Si				
	Presenza Faq	Si				
	Link utili	Si				
	Esplicitazione aggiornamento del sito	Si				
	Uso della multicanalità nell'offerta di informazioni e servizi (WAP/UMTS, newsletter, call/contact center, TV digitale)	Parzialmente				
	Area dell'home page o pagina dedicata al primo piano (news)	Si				
Comunicazione istituzionale	Pubblicazione di newsletter e/o mailing list destinata all'utenza	No	90/100	Roma (90/100) Firenze (90/100)	83,3/100	Roma (83,3/100) Torino Genova (79,2/100)
	Glossario	No				
	Presenza Campagne di comunicazione istituzionale	Si				
	Progetti sul territorio scuole, progetti formativi	Si				
Customer care	Cooperazione e relazioni esplicite con enti o soggetti non istituzionali Associazioni/enti locali	Si	80/100	Torino (100/100)	83,3/100	Roma (83,3/100) Torino Genova (79,2/100)
	Informazioni generali sulle condizioni contrattuali	Si				
	Lettura fattura/bolletta abbonamento	-				
	Informazioni sulla carta dei servizi	Si				
	Presenza in home o entro il II livello di riferimenti a contact center numero verde, numero facile ecc)	Si				
Partecipazione	Pagina/e informative relative al servizio di customer care	No	66,7/100	Roma/Cagliari Genova (66,7/100)	83,3/100	Roma (83,3/100) Torino Genova (79,2/100)
	Presenza di canali per target	No				
	Possibilità di inviare consigli e segnalazioni reclami all'ente	Si				
	Presenza di forum (attivi)	Si				
	Disponibilità di sondaggi on line	No				
	Questionari valutazione del servizio erogato dall'azienda/ente	No				

1.1.5 Sviluppo tecnologico - www.atac.roma.it

Indici 2° livello	STANDARD TENDENZIALI da raggiungere	STANDARD RAGGIUNTI	PUNTEGGIO Indici 2° livello		Roma PUNTEGGIO Macroarea Generale	MIGLIOR RISULTATO Macroarea Generale
			Roma	Miglior risultato Indici 2° livello		
Qualità server e connessioni	Download: tempo virtualmente necessario allo scaricamento di 10k	Si	50/100	Genova (87,5/100)	71,4/100	Trieste (82,1/100)
	Tempo medio di connessione (connect time)	Parzialmente				
Qualità dell'Html e web design	Controllo di validità dei link a partire dall'home page (N° errori)	Parzialmente	80/100	Trieste (95/100)	71,4/100	Trieste (82,1/100)
	Numero assoluto di errori rilevati nel codice HTML dell'home page del sito	Parzialmente				
	Numeri di errori della home page con le diverse tipologie di browser	Parzialmente				
	Peso complessivo dell'home page	Parzialmente				
	Peso Grafica dell'home page	Parzialmente				
	Rapporto fra l'impianto grafico dell'home page e il numero di immagini caricate	Si				
	Immagini in home page eccedenti il limite di 20 K	Parzialmente				
Tempo necessario al caricamento completo della pagina principale con connessione analogica (56k)	Parzialmente					

1.1.6 Visione Complessiva - www.atac.roma.it - Ranking Nazionale

Qualità complessiva dei servizi on line dell'Atac e delle aziende di trasporto pubblico locale delle 14 città metropolitane italiane

Città	Azienda / Ente	WEB	Qualità Complessiva	Rank Generale	Trasparenza	Rank trasparenza	Qualità e interattività dei servizi	Rank qualità e interattività dei servizi	Usabilità e accessibilità	Rank Usabilità e accessibilità	Comunicazione	Rank Comunicazione	Tecnologie	Rank Tecnologie
TO	Gtt	www.comune.torino.it/gtt	77,9	1°	75,6	3°	67,9	4°	92,1	1°	79,2	2°	75,0	2°
RM	Atac	www.atac.roma.it	76,6	2°	80,5	2°	71,4	2°	76,3	5°	83,3	1°	71,4	4°
FI	Ataf	www.ataf.net	74,5	3°	87,8	1°	67,9	4°	84,2	3°	79,2	2°	53,6	12°
BO	ATC	www.atc.bo.it	72,8	4°	75,6	3°	64,3	6°	86,8	2°	72,9	2°	64,3	6°
MI	Atm	www.atm-mi.it	71,3	5°	70,7	5°	82,1	1°	71,1	8°	70,8	6°	64,3	6°
GE	Amt	www.amt.genova.it	70,5	6°	63,4	7°	71,4	2°	81,6	4°	79,2	2°	57,1	10°
VE	Actv	www.actv.it	66,5	7°	63,4	7°	57,1	7°	73,7	6°	68,8	8°	71,4	4°
CA	Ctm	www.ctm-cagliari.it/	63,6	8°	61,0	10°	53,6	8°	68,4	9°	70,8	6°	64,3	6°
TS	Trieste Trasporti	www.triestetrasporti.it	63,0	9°	58,5	11°	42,9	10°	73,7	6°	60,4	10°	82,1	1°
NA	Anm	www.anm.it	59,5	10°	65,9	6°	50,0	9°	63,2	11°	62,5	9°	53,6	12°
BA	Amtab	www.amtab-servizio.it	57,8	11°	53,7	12°	42,9	10°	63,2	11°	54,2	12°	75,0	2°
MS	Atm	www.atm-messina.it	57,4	12°	63,4	7°	35,7	13°	63,2	11°	60,4	10°	64,3	6°
CT	Amt	www.amt.ct.it	53,5	13°	53,7	12°	39,3	12°	63,2	11°	54,2	12°	57,1	10°
PA	Amat	www.amat.pa.it	50,9	14°	48,8	14°	32,1	14°	65,8	10°	54,2	12°	53,6	12°

1.1.7 www.atac.roma.it - Indici di II° Livello – Confronto nazionale

Analisi degli indici di II° livello dei servizi on line dell'Atac e delle aziende di trasporto pubblico locale delle 14 città metropolitane italiane

	Trasparenza				Qualità dei servizi			Usabilità e accessibilità					
	Trasparenza aziendale	Accesso	Trasparenza normativa	Valore complessivo Trasparenza	Trasporti	Trasporti e disabilità	Valore Complessivo Qualità dei servizi	Navigabilità	Accessibilità	Usabilità	Valore complessivo Qualità dei servizi		
Torino	78,9	71,4	75,0	75,6	Torino	82,4	45,5	67,9	Torino	93,3	92,9	88,9	92,1
Genova	63,2	64,3	62,5	63,4	Genova	88,2	45,5	71,4	Genova	100,0	71,4	66,7	81,6
Milano	63,2	85,7	62,5	70,7	Milano	88,2	72,7	82,1	Milano	73,3	78,6	55,6	71,1
Trieste	63,2	57,1	50,0	58,5	Trieste	52,9	27,3	42,9	Trieste	73,3	78,6	66,7	73,7
Venezia	73,7	50,0	62,5	63,4	Venezia	76,5	27,3	57,1	Venezia	73,3	78,6	66,7	73,7
Bologna	84,2	71,4	62,5	75,6	Bologna	88,2	27,3	64,3	Bologna	86,7	85,7	88,9	86,8
Firenze	84,2	85,7	100,0	87,8	Firenze	76,5	54,5	67,9	Firenze	80,0	78,6	100,0	84,2
Cagliari	73,7	50,0	50,0	61,0	Cagliari	52,9	54,5	53,6	Cagliari	60,0	71,4	77,8	68,4
Napoli	73,7	50,0	75,0	65,9	Napoli	58,8	36,4	50,0	Napoli	66,7	71,4	44,4	63,2
Bari	63,2	42,9	50,0	53,7	Bari	52,9	27,3	42,9	Bari	66,7	71,4	44,4	63,2
Messina	73,7	57,1	50,0	63,4	Messina	41,2	27,3	35,7	Messina	66,7	71,4	44,4	63,2
Palermo	52,6	42,9	50,0	48,8	Palermo	35,3	27,3	32,1	Palermo	66,7	71,4	55,6	65,8
Catania	57,9	50,0	50,0	53,7	Catania	47,1	27,3	39,3	Catania	60,0	78,6	44,4	63,2
Roma	89,5	71,4	75,0	80,5	Roma	82,4	54,5	71,4	Roma	73,3	85,7	66,7	76,3

Segue - Analisi degli indici di II° livello dei servizi on line dell'Atac e delle aziende di trasporto pubblico locale delle 14 città metropolitane italiane

Comunicazione e partecipazione						Sviluppo tecnologico			
	Comunicazione on line	Comunicazione Istituzionale	Partecipazione	Customer care	Valore complessivo Comunicazione e partecipazione		Server e connessione	Html e web design	Valore complessivo Sviluppo tecnologico
Torino	84,2	70,0	55,6	100,0	79,2	Torino	37,5	90,0	75,0
Genova	84,2	80,0	66,7	80,0	79,2	Genova	87,5	45,0	57,1
Milano	68,4	80,0	55,6	80,0	70,8	Milano	75,0	60,0	64,3
Trieste	57,9	50,0	55,6	80,0	60,4	Trieste	50,0	95,0	82,1
Venezia	94,7	40,0	55,6	60,0	68,8	Venezia	75,0	70,0	71,4
Bologna	84,2	60,0	55,6	80,0	72,9	Bologna	75,0	60,0	64,3
Firenze	84,2	90,0	55,6	80,0	79,2	Firenze	75,0	45,0	53,6
Cagliari	68,4	70,0	66,7	80,0	70,8	Cagliari	50,0	70,0	64,3
Napoli	68,4	40,0	55,6	80,0	62,5	Napoli	62,5	50,0	53,6
Bari	57,9	40,0	44,4	70,0	54,2	Bari	37,5	90,0	75,0
Messina	63,2	60,0	44,4	70,0	60,4	Messina	62,5	65,0	64,3
Palermo	63,2	40,0	55,6	50,0	54,2	Palermo	62,5	50,0	53,6
Catania	57,9	40,0	44,4	70,0	54,2	Catania	37,5	65,0	57,1
Roma	89,5	90,0	66,7	80,0	83,3	Roma	50,0	80,0	71,4

1.1.8 Atac – Confronto con i siti web delle **Public utilities** di Trasporto pubblico locale di alcune Capitali Europee relativamente all'indicatore "Qualità dei servizi".

Qualità dei servizi					
	Azienda/Ente	URL	Trasporto	Trasporto e disabilità	Valore complessivo
Berlino	BVG	www.bvg.de	100,0	72,7	89,3
Londra	Transport for London	http://www.transportforlondon.gov.uk	105,9*	54,5	85,7
Parigi	Ratp	www.ratp.fr	88,2	63,6	78,6
Roma	Atac	www.atac.roma.it	82,4	54,5	71,4
Madrid	Emt Madrid	www.emtmadrid.es + www.metromadrid.es	70,6	27,3	53,6

*Londra presenta un valore superiore al massimo perché offre un servizio in tempo reale sul percorso consigliato (livello 3)

1.1.9 L'Analisi del sito web Atac

L'offerta di servizi on line dell'Atac ha raggiunto un elevato standard qualitativo complessivo, sinteticamente rappresentato dal 2° posto nella classifica nazionale dei siti delle aziende di trasporto delle 14 città metropolitane italiane, con 76,6 punti su 100, che posizionano l'Atac subito dopo il sito dell'azienda di trasporto torinese (che ha ottenuto 77,9 punti su 100). Buono anche l'andamento di tutte le principali macro aree di analisi prese in esame con valori ovunque superiori a 70 punti. I punteggi sintetici indicano, dunque, una elevata capacità dell'Atac di offrire servizi on line adeguati alle aspettative di una domanda sempre più attenta nel considerare la rete come uno dei canali più efficaci per stabilire relazioni con l'azienda.

Trasparenza ed accesso

Per l'azienda di trasporto capitolina il web appare come un importante canale di comunicazione con i cittadini-utenti in grado, cioè, di offrire uno strumento per il rapido accesso alle informazioni aziendali, alla documentazione ed alle procedure dell'organizzazione, sia per migliorare la capacità dell'ente di indirizzare la domanda di servizi in modo corretto, sia per garantire di fatto le precondizioni per l'esercizio della tutela degli interessi degli utenti stessi dei servizi di trasporto, ampliando la conoscenza della struttura organizzativa e dei diversi procedimenti, con le relative attribuzioni di funzioni e servizi ai vari uffici. La macro area ottiene un punteggio pari a 80,5/100, posizionando l'azienda di trasporto romana al vertice nazionale.

L'ottimo risultato è spiegato soprattutto dall'indice di 2° livello relativo alla **Trasparenza aziendale** che ottiene un punteggio pari ad 89,5/100. L'Atac raggiunge una completezza informativa soprattutto sui contenuti istituzionali con una offerta di dati piuttosto approfondita sulla struttura dell'azienda/ente e sul suo organigramma, sulla presentazione dei servizi, degli uffici e dei responsabili dei procedimenti, nonché sulle informazioni riguardanti la *mission* aziendale, il sistema di qualità e gli aspetti legati alla privacy ed all'uso dei dati.

Dal set informativo di riferimento utilizzato per valutare la completezza dei contenuti sulla trasparenza aziendale mancano nel sito atac.roma.it solo le informazioni sulla durata di ciascun procedimento. Occorre tuttavia sottolineare che questo indicatore non è di fatto rilevabile nell'ambito delle esperienze web delle *public utilities* italiane. Si tratta, del resto, di un indicatore riferito ad una tipologia di contenuto esplicitata solo di recente nell'ambito del nuovo codice della PA digitale. Alcuni esempi possono, tuttavia, essere ripresi, nell'ambito delle *public utilities* europee esaminate. Il sito londinese dei trasporti¹⁴ esplicita in relazione ad alcune procedure legate a reclami, il tempo massimo di risposta (indicando 20 giorni lavorativi), sancendo, quindi, pubblicamente l'impegno verso l'utenza.

L'indice sull'**Accesso** mostra alcune significative carenze riportando conseguentemente un valore inferiore al precedente (71,4). Si riscontra una minore completezza informativa rispetto ai canali di contatto con gli uffici, un dato decisivo per facilitare le forme di relazione diretta tra l'utente e l'azienda. Se le indicazioni sull'ubicazione fisica degli uffici/sportelli o le informazioni

relative agli orari di apertura degli uffici/sportelli, sono offerte con chiarezza, il sito dell'Atac presenta ancora alcune aree da potenziare, circa il quadro completo delle possibilità di contatto anche di singoli uffici/settori (fax/telefono, e-mail).

Il sito dell'azienda di trasporto romana pubblica solo i numeri telefonici e le e-mail generali, per consentire di contattare quegli uffici che gestiscono alcuni di quei servizi direttamente rivolti al pubblico. Si tratta di un livello di offerta certamente utile ed adeguato per indirizzare l'utenza al contatto telefonico ma ancora non in grado di promuovere efficaci e stabili relazioni on line. La rete Internet deve poter consentire alle aziende erogatrici di servizi di pubblica utilità di realizzare forme compiute di interattività connettendo gli utenti direttamente con il personale responsabile dell'erogazione dei servizi specifici, non solo via telefono, pubblicandone i relativi numeri diretti, ma anche tramite e-mail. Si tratta di un livello di interattività che presuppone un forte orientamento dell'azienda al servizio e al cittadino-utente e che si realizza necessariamente a partire dal coinvolgimento diretto del personale funzionalmente destinato a gestire rapporti di clientela.

Non è un caso che solo poche aziende di trasporto nazionali offrano servizi on line di questo tipo quale, ad esempio, quello della fiorentina Ataf che pubblica informazioni sui contatti relativi a specifici dirigenti e funzionari responsabili di servizi.

Per quanto ancora disattesa anche dalla gran parte dei siti internet europei esaminati (solo il sito dei trasporti della città di Berlino¹⁵ propone l'elenco dei funzionari con i relativi numeri telefonici e le e-mail), la scelta di fornire recapiti ed e-mail dei

singoli funzionari e dei manager aziendali appare l'unica possibile per rendere trasparente il modello di gestione dei rapporti di clientela e quindi innescare un processo di miglioramento dell'erogazione stessa dei servizi.

Allo stesso modo, sempre in relazione all'indice sull'**Accesso**, anche il set di servizi messo a disposizione delle imprese e dei professionisti in relazione ai bandi ed agli appalti, nel sito Atac, non va oltre il *download* dei moduli di documentazione, mancando ancora quei servizi di *e-procurement* avanzati che pure cominciano ad intravedersi nei siti pubblici italiani, con il risultato di condizionare l'accesso alle gare dei potenziali fornitori dell'azienda di trasporto romana e rendere meno efficiente il processo di selezione delle offerte.

In Italia, anche in questo ambito, i buoni esempi tra le *public utilities* non mancano, a partire dai siti dei trasporti milanese e da quello omologo di Firenze che si spingono ad offrire servizi transattivi prevedendo la possibilità arrivare a chiudere il processo di richiesta di beni e servizi con la possibilità di presentare l'offerta in risposta al bando direttamente via web.

In ambito europeo vale la pena di osservare come il sito londinese dei trasporti proponga un *procurement web site*, uno spazio on line specificamente dedicato alle aziende fornitrici iscritte, che possono partecipare ad aste competitive proponendo le loro migliori offerte in relazione a specifiche richieste di beni e servizi effettuate dall'azienda.

Ulteriori spazi di miglioramento nell'offerta di servizi on line nell'ambito della macroarea in esame relativa a "Trasparenza accesso" sono rinvenibili nell'ambito dell'ultimo indi-

¹⁴ <http://www.transportforlondon.gov.uk>.

¹⁵ www.bwg.de.

ce di secondo livello di quest'area quello inerente la **Trasparenza normativa**.

Si tratta dell'indice che sintetizza un gruppo di indicatori che descrivono tutti quegli aspetti e contenuti informativi che garantiscono la trasparenza rispetto alle norme generali di funzionamento dei servizi di trasporto locali ed alle disposizioni aziendali e che in definitiva sono in grado di rappresentare quanto il canale web metta in condizione l'utente di conoscere i propri diritti, di cogliere e approfondire il contesto normativo in cui opera l'azienda, di conoscere le decisioni del management tempestivamente, in modo da poter esercitare più efficacemente il controllo sulle attività dell'ente.

Con 75 punti su 100 l'Atac non sembra ancora riuscire a dare risposte completamente adeguate alla domanda sociale di informazioni di carattere giuridico e societario, in modo da promuovere nella propria clientela ovvero tra i cittadini utenti come pure tra i propri *stakeholder*, la capacità di esercizio delle attività di controllo generale sull'operato dell'Azienda.

Il sito dell'Atac, infatti, rispetto ai quattro indicatori che qualificano la Trasparenza normativa:

- 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;

rispetta a pieno solo quelli relativi al Bilancio ed alla normativa di riferimento, mentre mancano i testi delle delibere degli organi di governo interno, come pure chiari riferimenti a pagine relative a forme di Bilancio sociale.

In Italia i siti delle aziende di trasporto di Torino ed ancora una volta di Firenze offro-

no esempi di gestione dei web aziendali secondo un approccio di completezza informativa sul piano normativo e delle *policy*, ma è, ancora una volta, possibile ritrarre dall'esperienza estera esempi di buone prassi on line, facilmente adottabili anche dalle *public utility* italiane: il portale dei trasporti di Londra propone di volta in volta le agende con l'ordine del giorno dei Consigli di Amministrazione in programma, nonché le sintesi e le relazioni sulle discussioni dei Consigli svolti. Il sito londinese, che non trascurava di pubblicare un invito esplicito ad assistere alle sedute, offre anche le note che riportano in dettaglio i dati di bilancio ed i prospetti finanziari discussi, come pure riporta le proposte dei consiglieri su tutte le specifiche attività dell'ente e propone, infine, anche gli stessi regolamenti permanenti su cui si informano i lavori delle *commissioni* attive e dello stesso Cda.

Qualità ed Interattività dei servizi di rete

L'Atac si sta avviando verso un modello di interazione on line con l'utenza completamente bidirezionale, in un'ottica di gestione completa con tecnologie Ict anche dei rapporti contrattuali, affiancando ad un ampio set di servizi di informazione, anche la possibilità per l'utente di inviare proprie segnalazioni o di ricevere tempestivamente informazioni sul livello di servizio e sulla situazione del trasporto cittadino. Da osservare come lo sforzo in atto abbia condotto proprio di recente a sviluppare tecnologie SMS anche per acquistare i titoli di viaggio.

Il punteggio generale della macroarea è pari a 71,4/100. Il dato evidenzia un certo ritardo nella implementazione dei sistemi, ma dall'esame degli indicatori di secondo livello si evidenzia soprattutto una difficoltà a sviluppare servizi interattivi per i disabili.

L'indice di secondo livello appartenente alla macroarea Qualità e interattività dei servizi in rete, relativo al **Trasporto** riporta, infatti, un buon punteggio (82,4). Permangono di aree di miglioramento sull'offerta on line rispetto soprattutto alla possibilità di acquistare via web abbonamenti/card e sulla possibilità di poter avere informazioni tempestive sugli orari dei mezzi alle fermate.

Le esperienze in primo luogo di Milano e Genova ma anche di Bologna, rispetto alla possibilità di acquistare abbonamenti on line indica come questa strada si possa percorrere facilmente. Con qualche difficoltà in più, ma nella consapevolezza che si tratta di servizi implementabili, come dimostra Torino, si possono studiare anche sistemi per offrire in tempo reale informazioni sugli orari dei mezzi alle fermate.

Ancora una volta è Londra ad evidenziare servizi all'avanguardia nell'ambito della interattività, come attesta il portale multi canale di informazione in tempo reale sul percorso consigliato.

Anche il sito berlinese dei trasporti che offre informazioni semplici sul percorso consigliato, mira ad una piena integrazione delle piattaforme di comunicazione potendo distribuire le stesse informazioni offerte via web al computer anche tramite palmari (Windows CE e Palm) o ancora via WAP e con tecnologie di telefonia a larga banda con lo standard *i-mode*.

Rispetto all'indice di secondo livello sul **Trasporto dei disabili**, il basso punteggio raggiunto dal sito dell'Atac evidenzia da solo (54,5/100), i margini di miglioramento possibili. I servizi on line realizzati per favorire l'accesso ai servizi di trasporto da parte disabili si limitano, infatti, alla pubblicazione di informazioni circa i servizi fruibili da chi si trova appunto in condizioni di

ridotte capacità sensoriali e motorie. Il sito si limita quindi a rendere disponibili solo le informazioni. Ciò equivale a raggiungere la soglia minima di servizio, essendo ormai indispensabile mettere l'utente disabile in condizioni di conoscere in anticipo le opzioni disponibili circa gli autobus e gli altri servizi di trasporto accessibile (percorsi, orari, trasporto a prenotazione, trasporto scolastico). Rispetto alla dimensione informativa l'Atac, che offre comunque un set di dati adeguato, può tuttavia migliorare ancora lo spessore e la qualità dei contenuti. Un buon modello di riferimento rispetto alla mera dimensione informativa è offerto dal sito dell'azienda dei trasporti della città di Berlino, caratterizzato da una estrema ricchezza informativa e dalla presenza di mappe on line dettagliate e sensibili, che descrivono le linee della metropolitana indicando con chiarezza il posizionamento di rampe e ascensori e dei segnalatori acustici.

Sempre lo stesso portale berlinese mette a disposizione del pubblico un servizio informazioni via web e via telefono sui disservizi che riguardano proprio le rampe e gli ascensori.

L'azienda di trasporto romana deve poter offrire, soprattutto, la possibilità di avviare o concludere transazioni per i soggetti disabili, ad esempio consentendo la richiesta di prenotazione di servizi di trasporto ad hoc per l'utenza che non può raggiungere le fermate. I modelli italiani di riferimento non mancano, primo tra tutti quello dell'Atm milanese che consente di effettuare prenotazione on line di servizi di trasporto per i disabili. Da osservare anche la sperimentazione di Cagliari che ha attivato un servizio di contact center estivo destinato a consentire a chi si trova in condizioni di impedimento fisico di raggiungere agevolmente le spiagge cittadine.

Usabilità e accessibilità

La ricchezza informativa e la completezza dell'offerta di servizi e contenuti rappresentano per il sito Atac evidenti punti di forza. La stratificazione di contenuti e di servizi ha tuttavia, probabilmente, limitato la possibilità di un pieno raggiungimento di quegli standard di navigabilità e usabilità che rendono l'uso del portale Atac pienamente efficace e confortevole, come attesta il punteggio dell'indice generale sull'usabilità ed accessibilità che ottiene 76,3 punti su 100 disponibili.

Sul piano dell'accessibilità, del rispetto cioè di quel criterio in grado di qualificare le caratteristiche tecnico-editoriali che consentono a soggetti con ridotte abilità percettivo motorie di fruire a pieno dei contenuti veicolati via web, il portale risponde in modo molto più efficace come attestano gli 85,7 punti raggiunti. Rispetto all'indice sull'**Accessibilità** permangono margini di miglioramento relativamente alla possibilità di disporre nel sito di un'alternativa di testo sulle immagini usate come link e sulla descrizione delle zone attive nel caso di immagini con mappe sensibili e infine in merito ai servizi di navigazione rapida tramite tastiera nonché nell'uso dei fogli di stile.

La **navigabilità** pur essendo complessivamente intuitiva presenta ancora, come osservato in precedenza, diversi elementi suscettibili di miglioramento: la presenza della descrizione del percorso, il motore di ricerca interno, la mappa del sito entro i primi 2 livelli. Allo stesso modo anche le altre caratteristiche individuate attraverso l'indice di **usabilità** al fine di descrivere la capacità del sito di rendere più agevole l'esperienza di fruizione di contenuti di rete soprattutto quando si sperimentano quei modelli di utilizzo avanzati che presuppongono forme di interazione più stringente, come ad esempio quando si scarica modulare o si riempiono form e moduli on line, emergono necessità di

miglioramento prevedendo l'uso di *help* contestuali all'azione on line svolta.

Buone prassi rispetto a questo indicatore si rinvergono sul sito dell'azienda di trasporto di Firenze che soddisfa completamente questa tipologia di requisiti, arrivando ad offrire anche un aiuto contestuale a chi sta navigando e percorsi guidati per il *download* di documenti.

Comunicazione, partecipazione, relazionalità

L'Atac sembra riuscire a perseguire con una certa efficacia anche l'obiettivo di usare la rete come strumento capace di dar vita a relazioni stabili con la propria utenza, al fine di costruire comunità più partecipative, valorizzando e introducendo nei propri spazi on line strumenti di scambio asincroni, come i forum e introducendo forme di multicanalità nell'offerta di comunicazione.

Il sito risponde, perciò, in modo adeguato agli obiettivi di **comunicazione on line** ed a quelli di **comunicazione istituzionale** con punteggi rispettivamente pari a 89,5 e 90/100.

Permangono nella macroarea della "comunicazione e partecipazione" aspetti rispetto ai quali occorre ancora intensificare gli sforzi di miglioramento a partire dai servizi relativi alla **customer care** il cui indice sintetico ottiene comunque 80 punti ad attestare una buona propensione del sito a gestire ed a rappresentare molti di quegli elementi che qualificano i rapporti di clientela, a partire dalle informazioni di carattere generale, come quelle relative alla Carta dei servizi, o le informazioni generali sulle condizioni contrattuali proponendo una lettura personalizzata dei servizi di trasporto ma anche di evidenziare forme di offerta di contenuto per target. Questo approccio non è ancora pienamente sperimentato dall'Atac che stenta ancora a presentare una chiara offerta di servizi per

target e ad organizzare un vero e proprio sportello on line al fine esclusivo di sviluppare le relazioni con l'utenza. L'impostazione di tutti i siti europei esaminati (Londra, Parigi, Berlino, Madrid), come pure quella di alcuni spazi web di aziende di trasporto italiane (come nel caso di Torino e Bologna), appare invece più orientata a strutturare una chiara offerta on line di servizi per differenti tipologie di utenza. Da osservare che l'analisi dei siti delle principali capitali europee ha, ancora una volta, messo in evidenza l'esperienza londinese come buona pratica rispetto all'indicatore di customer care; infatti il sito dei trasporti locale pubblica appositamente per la propria utenza gli indicatori di *performance* che intende perseguire e quelli che effettivamente raggiunge con il proprio servizio.

Rispetto all'indice sulla **Partecipazione** degli utenti, l'Atac appare consapevole che il web in un ambito "sensibile" come quello dei servizi urbani oltre a consentire all'utenza di essere tempestivamente informata sul livello di servizio, può permettere al pubblico ed ai cittadini anche di potere esprimere attivamente le proprie istanze, richieste, punti di vista. Il sito comincia perciò ad essere "attrezzato" rispetto alla possibilità di inviare consigli e segnalazioni, reclami all'ente o a raccogliere tramite forum, opinioni trasversali rispetto ai temi che incidono sui livelli di servizio.

Il punteggio benché non elevato (66,7) consente comunque all'Atac di posizionarsi al vertice nazionale rispetto a questa tipologia di offerta di servizi on line, ad indicare come lo sforzo di miglioramento deve essere fatto a livello generale facendo emergere in tutti i livelli di governo locale la consapevolezza della importanza di aprire canali di contatto e ascolto dell'utenza dei servizi pubblici attraverso gli strumenti di rete. L'Atac dovrebbe quindi proseguire e rafforzare il percorso intrapreso ampliando gli strumenti di dialogo e ascolto dell'utenza già disponibili, mettendo a

disposizione sondaggi on line e/o questionari di valutazione del servizio erogato dall'azienda in modo da costruire un sistema compiuto di rilevazione e auditing. Forme avanzate di sistemi di rilevazione delle preferenze dell'utenza rispetto ai servizi o sul gradimento dei servizi erogati non si rinvergono in realtà nelle esperienze di rete esaminate in Italia. Rimanendo nell'ambito dei trasporti solo il sito dell'azienda di Genova mette a disposizione questionari di valutazione del servizio. Anche a Cagliari il sito dell'azienda locale di trasporto mette a disposizione questionari ma si concentra tuttavia solo sul gradimento dei servizi di rete. Il sito cagliaritano amplia, però, l'interazione con l'utenza prevedendo anche sondaggi on line sui temi legati al trasporto.

Sviluppo tecnologico

Il sito Internet dell'Atac ha raggiunto complessivamente una buona adeguatezza tecnologica. Rispetto al complesso dei parametri esaminati il sito si posiziona al 4° posto tra i siti web delle 14 aziende di trasporto delle città metropolitane italiane. Margini di miglioramento sembrerebbero esservi rispetto alle *performance* dei server e delle connessioni, atteso che i tempi di risposta dei server stessi appaiono ai migliori livelli nazionali mentre il *download*, misurato come tempo necessario allo scaricamento di 10 k, è apparso ad un livello intermedio rispetto alle cinque classi esaminate. Per quanto riguarda la qualità dell'HTML e degli altri linguaggi di programmazione adottati nonché rispetto al web design, il portale registra una particolare accuratezza con alcuni margini di miglioramento per quanto riguarda l'uso della grafica ancora troppo intenso, che appesantisce le pagine ed aumenta troppo i tempi del loro *download*. Senza entrare nel merito di valutazioni che afferiscono a politiche di web design e a modelli di definizione del contenuto è appena

il caso di sottolineare le buone *performance* dei siti quali quello dell'azienda di trasporto di Trieste che dosa in modo accurato dimen-

sioni grafiche e contenuti e mira alla ricerca dell'eccellenza tecnologica visti anche i buoni tempi di scaricamento dei dati.

2.0 Servizi per la Mobilità

2.1. Analisi e valutazione di www.sta.roma.it

2.1.1 Trasparenza e accesso - www.sta.roma.it

Indici 2° livello	STANDARD TENDENZIALI da raggiungere	STANDARD RAGGIUNTI	PUNTEGGIO Indici 2° livello		Roma PUNTEGGIO Macroarea Generale	MIGLIOR RISULTATO Macroarea Generale
			Roma	Miglior risultato Indici 2° livello		
Trasparenza e Accesso	Trasparenza Aziendale	Presenza Informazioni sulla struttura dell'azienda/ente	Si	73,7/100	Torino (78,9/100)	Torino (70,7/100)
		Presenza Informazioni sull'organigramma dell'azienda/ente	Si			
		Presenza Presentazione servizi	Si			
		Presenza <i>Mission</i> dell'azienda/ente	Si			
		Presenza Informazioni sul sistema di Qualità	No			
		Presenza Informazioni sulla durata di ciascun procedimento	No			
		Indicazione degli uffici e dei responsabili dei procedimenti	Parzialmente			
		Presenza informazioni sulla privacy/ uso dei dati	No			
		Presenza di Spazi per comitati etici	No			
	Accesso	Presenza di Indicazioni sull'ubicazione fisica degli uffici/sportelli	Si	64,3/100	Firenze (71,4/100)	
Presenza di Informazioni relative agli orari di apertura degli uffici/ sportelli		Si				
Presenza di telefono e/o e-mail dei responsabili dei processi e/o dei servizi		Parzialmente				
Presenza di servizi di <i>e-procurement</i> con possibilità di partecipare a bandi		Parzialmente				
Trasparenza normativa	Presenza di testi delle delibere aziendali o dell'ente	No				
	Presenza di pagine relative al Bilancio	Si				
	Presenza pagine relative al Bilancio sociale	Parzialmente				
	Presenza di Informazioni sulla normativa di riferimento	Parzialmente				

2.1.2 Qualità e interattività dei servizi in rete - www.sta.roma.it

Qualità e interattività dei servizi in rete	Indici 2° livello	STANDARD TENDENZIALI da raggiungere	STANDARD RAGGIUNTI	PUNTEGGIO Indici 2° livello		Roma PUNTEGGIO Macroarea Generale	MIGLIOR RISULTATO Macroarea Generale
				Roma	Miglior risultato Indici 2° livello		
Mobilità		Rilascio permessi di transito per zone a traffico limitato (ZTL) (transazione on line)	Parzialmente	64,3/100	Torino (78,6/100)	61,9/100	Torino Milano (71,4/100)
		Calcolo percorso - itinerario consigliato	No				
		Informazioni sul traffico in tempo reale	Si				
		Informazioni sui posti liberi nei parcheggi	Parzialmente				
		Webcam sui nodi critici del traffico	No				
Mobilità Disabili		Rilascio contrassegni speciali per circolazione e parcheggio	Parzialmente	57,1/100	Roma (57,1/100) Torino Milano Bologna Cagliari (57,1/100)		
		Indicazione presenza parcheggi per disabili	No				

2.1.3 Usabilità e accessibilità - www.sta.roma.it

Usabilità e accessibilità	Indici 2° livello	STANDARD TENDENZIALI da raggiungere	STANDARD RAGGIUNTI	PUNTEGGIO Indici 2° livello		Roma PUNTEGGIO Macroarea Generale	MIGLIOR RISULTATO Macroarea Generale
				Roma	Miglior risultato Indici 2° livello		
Navigabilità		Presenza di logo istituzionale	Si	73,3/100	Roma (73,3/100) Milano Firenze (73,3/100)		
		Link alla home page in ogni pagina interna	Si				
		Percorso indicato in ogni pagina	No				
		Visibilità dei link attivi	Si				
		Prevedibilità dei link	No				
		Esistenza ed efficacia del motore di ricerca interno	Parzialmente				
		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	Torino Firenze Cagliari (78,6/100)	65,8/100	Bologna (78,9/100)
		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 settori tematici	No				
		Possibilità di ingrandire i caratteri dello schermo	No				
		Assenza 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	Parzialmente	44,4/100	Venezia Bologna (66,7/100)		
		Presenza di help	No				
		Esistenza e chiarezza dei messaggi di errore	No				

2.1.4 Comunicazione, partecipazione, relazionalità - www.sta.roma.it

Indici 2° livello	STANDARD TENDENZIALI da raggiungere	STANDARD RAGGIUNTI	PUNTEGGIO Indici 2° livello		Roma PUNTEGGIO Macroarea Generale	MIGLIOR RISULTATO Macroarea Generale
			Roma	Miglior risultato Indici 2° livello		
Comunicazione on line	Reperibilità della URL sul motore di ricerca Google a partire dal nome dell'Azienda/ Ente	Si	73,7/100	Roma (73,7/100) Torino/Milano/Venezia/Cagliari (63,2)	75/100	Roma (75/100) Torino Venezia (58,3/100)
	Popolarità del sito basata sui link dall'esterno verso la url del sito	Parzialmente				
	Presenza Faq	No				
	Link utili	No				
	Esplicitazione aggiornamento del sito	Si				
	Uso della multicanalità nell'offerta di informazioni e servizi (WAP/UMTS, newsletter, call/contact center, TV digitale terrestre, TV on line, televideo)	No				
	Area dell'home page o pagina dedicata al primo piano (news istituzionali)	Parzialmente				
Comunicazione istituzionale/Comunicazione istituzionale	Pubblicazione di newsletter e/o mailing list destinata all'utenza	No	80/100	Roma (80/100) Cagliari/Napoli/Catania (40/100)	75/100	Roma (75/100) Torino Venezia (58,3/100)
	Glossario	Si				
	Presenza Campagne di comunicazione istituzionale	Si				
	Progetti sul territorio scuole, progetti formativi	No				
Customer care	Cooperazione e relazioni esplicite con enti o soggetti non istituzionali Associazioni/enti locali	Si	80/100	Roma (80/100) Torino/Venezia/Napoli (70/100)	75/100	Roma (75/100) Torino Venezia (58,3/100)
	Informazioni generali sulle condizioni contrattuali	Si				
	Lettura fattura/bolletta	-				
	Informazioni sulla carta dei servizi	No				
	Presenza in home page di riferimento a contact center (numero verde, numero facile ecc contatto on line) entro il II livello	Si				
Partecipazione	Pagina/e informative relative al servizio di customer care	Si	66,7/100	Roma (66,7/100) Torino/Milano/Venezia/Bologna/Firenze (55,6/100)	75/100	Roma (75/100) Torino Venezia (58,3/100)
	Presenza di canali per target	No				
	Possibilità di inviare consigli e segnalazioni reclami all'ente	Si				
	Questionari valutazione del servizio erogato dall'azienda/ente	No				

2.1.5 Sviluppo tecnologico - .www.sta.roma.it

Indici 2° livello	STANDARD TENDENZIALI da raggiungere	STANDARD RAGGIUNTI	PUNTEGGIO Indici 2° livello		Roma PUNTEGGIO Macroarea Generale	MIGLIOR RISULTATO Macroarea Generale
			Roma	Miglior risultato Indici 2° livello		
Qualità server e connessioni	Tempo medio di connessione (connect time)	Parzialmente	50/100	Milano (87,5/100)	64,3/100	Milano (87,3/100)
	Download: tempo virtualmente necessario allo scaricamento di 10k	Si				
Qualità dell'Html e web design	Controllo di validità dei link a partire dall'home page (N° errori)	Parzialmente	70/100	Venezia Firenze (95/100)	64,3/100	Milano (87,3/100)
	Numero assoluto di errori rilevati nel codice HTML dell'home page del sito	Parzialmente				
	Numeri di errori della home page con le diverse tipologie di browser	Parzialmente				
	Peso complessivo dell'home page	Si				
	Peso Grafica dell'home page	Parzialmente				
	Rapporto fra l'impianto grafico dell'home page e il numero di immagini caricate	Parzialmente				
	Immagini in home page eccedenti il limite di 20 K	Parzialmente				
Tempo necessario al caricamento completo della pagina principale con connessione analogica (56k)	Parzialmente					

2.1.6 Visione Complessiva - www.sta.roma.it - Ranking Nazionale

Qualità complessiva dei servizi on line di www.sta.roma.it e delle aziende di Mobilità locali attive nelle 14 città metropolitane italiane ***

Città	Azienda / Ente	WEB	Qualità Complessiva	Rank Generale	Trasparenza	Rank trasparenza	Qualità e interattività dei servizi	Rank qualità e interattività dei servizi	Usabilità e accessibilità	Rank Usabilità e accessibilità	Comunicazione	Rank Comunicazione	Tecnologie	Rank Tecnologie
MI	Agenzia Mobilità	www.ama-mi.it/Infomobilità	67,9	1°	68,3	2°	71,4	1°	68,4	3°	56,3	5°	75,0	2°
RM	Sta	www.sta.roma.it	67,1	2°	68,3	2°	61,9	3°	65,8	5°	75,0	1°	64,3	6°
BO	Comune	urp.comune.bologna.it/Mobilità/Mobilità.nsf	66,1	3°	63,4	6°	61,9	3°	78,9	1°	58,3	2°	67,9	5°
TO	5T Spa	www.5t.torino.it/informazioni.html	65,4	4°	70,7	1°	71,4	1°	65,8	5°	58,3	2°	60,7	8°
VE	Asm Spa	www.asmvenezia.it/home.htm	65,0	5°	61,0	7°	42,9	8°	73,7	2°	58,3	2°	89,3	1°
FI	Firenze Parcheggi Spa	www.firenze-parcheggi.it/	63,2	6°	65,9	5°	52,4	6°	68,4	3°	54,2	6°	75,0	2°
NA	Anm azienda napoletana mobilità	www.anm.it	60,7	7°	68,3	2°	42,9	8°	63,2	8°	54,2	6°	75,0	2°
CA	Comune	www.comune.cagliari.it*	59,1	8°	61,0	7°	52,4	6°	65,8	5°	52,1	8°	64,3	6°
CT	Sostare spa	www.sostare.it	41,1	9°	56,1	9°	33,3	10°	55,3	9°	50,0	9°	10,7	9°
GE	Comune	www.tu6genova.it/pagine/Tu6Genova-83.asp	22,5	10°	0,0	10°	57,1	5°	55,3	9°	0,0	10°	0,0	10°
TS	Comune	www.retecivica.trieste.it**	0,0	11°	0,0	10°	0,0	11°	0,0	11°	0,0	10°	0,0	10°

* Indirizzo completo - www.comune.cagliari.it/portal/page?_pageid=35,783029&_dad=portal&_schema=PORTAL&chk_par=SERVTECNICI&chk2=URBPRI.

** Indirizzo completo - www.retecivica.trieste.it/new/default.asp?tabella_padre=sx&id_sx=59&ids=18&pagina=-&tipo=monoblocchi.

*** Bari, Messina e Palermo non presenti aziende né funzioni con servizi in rete.

2.1.7 www.sta.roma.it - Indici di II° Livello – Confronto nazionale

Tab Analisi degli indici di II° livello dei servizi on line di sta.roma.it e delle aziende di Mobilità delle 14 città metropolitane italiane

	Trasparenza				Qualità dei servizi			Usabilità e accessibilità					
	Trasparenza aziendale	Accesso	Trasparenza normativa	Valore complessivo	Mobilità	Mobilità e disabilità	Valore complessivo	Navigabilità	Accessibilità	Usabilità	Valore complessivo		
Torino	78,9	64,3	62,5	70,7	Torino	78,6	57,1	71,4	Torino	60,0	78,6	55,6	65,8
Genova	0,0	0,0	0,0	0,0	Genova	71,4	28,6	57,1	Genova	60,0	64,3	33,3	55,3
Milano	73,7	64,3	62,5	68,3	Milano	78,6	57,1	71,4	Milano	73,3	71,4	55,6	68,4
Trieste	0,0	0,0	0,0	0,0	Trieste	0,0	0,0	0,0	Trieste	0,0	0,0	0,0	0,0
Venezia	68,4	50,0	62,5	61,0	Venezia	50,0	28,6	42,9	Venezia	80,0	71,4	66,7	73,7
Bologna	63,2	57,1	75,0	63,4	Bologna	64,3	57,1	61,9	Bologna	93,3	71,4	66,7	78,9
Firenze	68,4	71,4	50,0	65,9	Firenze	57,1	42,9	52,4	Firenze	73,3	78,6	44,4	68,4
Cagliari	73,7	50,0	50,0	61,0	Cagliari	50,0	57,1	52,4	Cagliari	66,7	78,6	44,4	65,8
Napoli	73,7	50,0	87,5	68,3	Napoli	50,0	28,6	42,9	Napoli	66,7	71,4	44,4	63,2
Bari	0,0	0,0	0,0	0,0	Bari	0,0	0,0	0,0	Bari	0,0	0,0	0,0	0,0
Messina	0,0	0,0	0,0	0,0	Messina	0,0	0,0	0,0	Messina	0,0	0,0	0,0	0,0
Palermo	0,0	0,0	0,0	0,0	Palermo	0,0	0,0	0,0	Palermo	0,0	0,0	0,0	0,0
Catania	63,2	50,0	50,0	56,1	Catania	35,7	28,6	33,3	Catania	66,7	57,1	33,3	55,3
Roma	73,7	64,3	62,5	68,3	Roma	64,3	57,1	61,9	Roma	73,3	71,4	44,4	65,8

(segue) Analisi degli indici di II° livello dei servizi on line di sta.roma.it e delle aziende di Mobilità delle 14 città metropolitane italiane

Comunicazione e partecipazione					Sviluppo tecnologico				
	Comunicazione on line	Comunicazione Istituzionale	Partecipazione	Customer care	Valore complessivo	Server e connessione	Html e web design	Valore complessivo	
Torino	63,2	40,0	55,6	70,0	58,3	Torino	37,5	70,0	60,7
Genova	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	Genova	0,0	0,0	0,0
Milano	63,2	40,0	55,6	60,0	56,3	Milano	87,5	70,0	75,0
Trieste	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	Trieste	0,0	0,0	0,0
Venezia	63,2	40,0	55,6	70,0	58,3	Venezia	75,0	95,0	89,3
Bologna	57,9	40,0	55,6	80,0	58,3	Bologna	50,0	75,0	67,9
Firenze	57,9	40,0	55,6	60,0	54,2	Firenze	25,0	95,0	75,0
Cagliari	63,2	40,0	44,4	50,0	52,1	Cagliari	25,0	80,0	64,3
Napoli	57,9	40,0	44,4	70,0	54,2	Napoli	37,5	90,0	75,0
Bari	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	Bari	0,0	0,0	0,0
Messina	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	Messina	0,0	0,0	0,0
Palermo	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	Palermo	0,0	0,0	0,0
Catania	47,4	40,0	44,4	70,0	50,0	Catania	37,5	0,0	10,7
Roma	73,7	80,0	66,7	80,0	75,0	Roma	50,0	70,0	64,3

2.1.8 Analisi del web Sta

Guardando alla comparazione nazionale l'offerta di servizi on line della Sta sembra raggiungere, in termini di posizionamento, un livello di eccellenza, grazie al 2° posto ottenuto nella speciale classifica nazionale dei siti delle aziende di mobilità delle 14 città metropolitane italiane.

Se si osserva il punteggio ottenuto dalla Sta pari a 67,1 punti su 100, assieme a quello di 67,9 del sito dell'azienda di mobilità di Milano che guida la graduatoria nazionale, si rileva tuttavia con chiarezza una generalizzata difficoltà dei siti di mobilità a realizzare un adeguato sistema di offerta di servizi on line.

Il ritardo nello sviluppo di servizi di rete sembra richiedere uno sforzo di attenzione da parte dei responsabili dei servizi soprattutto se si considera che il ritardo nell'offerta si confronta con aspettative crescenti di una domanda sempre più attenta nel considerare la mobilità come una dimensione decisiva rispetto alla quale misurare la vivibilità complessiva delle città moderne soprattutto nei grandi centri metropolitani. I cittadini pertanto, guardando ai servizi cittadini di mobilità, tendono a considerare sempre più necessario lo sviluppo di canali di contatto on line efficaci ed efficienti per erogare servizi informativi e per stabilire nuovi modelli di fruizione dei servizi stessi.

Lo sguardo di insieme di Sta on line restituisce quindi un quadro complessivo non ancora pienamente evoluto con punteggi sintetici delle macroaree esaminate ancora modesti in termini assoluti a partire dall'indice sulla qualità e interattività dei servizi che ottiene solo 61,9 centesimi.

Va detto che nel corso della rilevazione del sito della Sta che si è tenuta tra febbraio e marzo si sono osservate aree rispetto alle quali erano in corso aggiornamen-

ti e modifiche. I risultati delle attività di aggiornamento dei contenuti probabilmente potranno trovare un pieno riscontro in una osservazione successiva.

Trasparenza ed accesso

I 68,3 punti ottenuti dalla macroarea relativa alla trasparenza ed accesso sintetizzano, dunque, un quadro generale non ancora evoluto ma nel quale alcune aree cominciano a presentare livelli di offerta maggiormente adeguati rispetto alle necessità della domanda. E' il caso dell'indice di secondo livello relativo alla **Trasparenza aziendale** rispetto al quale la Sta, con un punteggio pari a 73,7 sembra raggiungere soglie di sostanziale adeguatezza informativa almeno per quei contenuti di base in grado di dar conto della struttura organizzativa dell'ente, dell'organigramma dell'azienda/ente, dell'indicazione degli uffici e dei procedimenti. Dal set informativo di riferimento utilizzato per valutare la completezza dei contenuti sulla trasparenza aziendale mancano ancora nel sito della Sta le informazioni sul sistema di qualità e sulla durata dei procedimenti. Proprio quest'ultimo indicatore nel caso delle aziende di mobilità acquisisce un rilievo particolare atteso che l'azienda gestisce servizi che presuppongono un iter autorizzatorio e implicano procedimenti articolati (domande per ZTL e parcheggio). Il sito Sta rispetto all'indice di secondo livello sull'**Accesso** registra valori decisamente più modesti (64,3%) di quelli riportati in sede di valutazione dell'indice sulla trasparenza aziendale a causa di una minore completezza informativa rispetto ai canali di contatto con il pubblico. Sono presenti solo i numeri telefonici e le e-mail generali, attraverso cui contattare quegli uffici che gestiscono alcuni di quei servizi direttamente rivolti al pubblico.

Valgono le considerazioni già svolte in relazione ai siti delle imprese di trasporto pubblico, dal momento che non basta fornire le e-mail generiche per realizzare un servizio realmente interattivo. Attraverso la rete Internet le aziende erogatrici di servizi di pubblica utilità devono arrivare a realizzare forme compiute di interattività connettendo gli utenti direttamente con il personale responsabile dell'erogazione dei servizi specifici di cui si ha bisogno: non basta neppure pubblicare i numeri telefonici, ma occorre anche e soprattutto avviare sistemi di relazioni basati sulle e-mail.

Si tratta di un livello di interattività che presuppone un forte orientamento dell'azienda al servizio on line e al cittadino-utente e che attraverso internet si realizza necessariamente a partire dal coinvolgimento diretto del personale funzionalmente destinato a gestire rapporti di clientela.

Non è un caso che solo pochissimi siti di aziende di *public utilities* in Italia offrano questo tipo di interazione: tra i diversi siti esaminati solo quello della fiorentina Ataf pubblica, infatti, informazioni sui contatti relativi a specifici dirigenti e funzionari responsabili di servizi.

Sempre per quanto riguarda l'indice sull'**Accesso**, anche il set di servizi messo a disposizione delle imprese e dei professionisti in relazione ai bandi ed agli appalti, nel sito Sta, non va oltre i livelli minimi di servizio come il *download* dei moduli di documentazione, mancando ancora quei servizi di *e-procurement* avanzati che pure cominciano a diffondersi nei siti pubblici italiani.

Rispetto a questa tipologia di servizi interattivi e di *e-procurement* non vi sono buoni esempi nell'ambito mobilità, occorre allargare l'orizzonte e considerare tutte le *public utilities* a partire da quelle dei trasporti, come nel caso delle aziende milanesi e fio-

rentine o nel contesto dell'energia elettrica con l'esempio dell'Enel, dove si rinvencono servizi transattivi che arrivano sino a prevedere la possibilità di arrivare a chiudere la partecipazione alla gara con la possibilità di presentare l'offerta in risposta al bando direttamente via web.

Tornando allo sguardo generale sugli indici di secondo livello nell'ambito della macroarea della trasparenza e dell'accesso, e passando ad esaminare la **Trasparenza normativa** il sito della Sta che ottiene 62,5 punti, evidenzia ancora ampi spazi di miglioramento.

L'indice sintetizza un gruppo di indicatori che ricomprendono tutti quei servizi informativi che garantiscono la trasparenza rispetto alle norme generali di funzionamento dei servizi per la mobilità ed alle disposizioni aziendali, all'andamento societario. In definitiva si tratta di un indice che è in grado di rappresentare quanto i servizi on line mettano in condizione l'utente di conoscere i propri diritti, di cogliere e approfondire il contesto normativo, di conoscere le decisioni aziendali tempestivamente, di conoscerne gli effetti in modo da esercitare più efficacemente il controllo sulle attività dell'ente.

Oltre ai dati di Bilancio (peraltro non aggiornati all'ultimo esercizio) il portale non riesce a mettere a disposizione un quadro organico di informazioni di carattere normativo e societario, in modo da promuovere via web nella propria clientela ovvero tra i cittadini utenti, come pure tra i propri *stakeholder*, una maggiore conoscenza delle proprie *performance*.

Mancano le delibere dell'ente, pagine riferibili a bilanci sociali o tematiche etico sociali. Mentre si rilevano pagine sulla giurisprudenza di riferimento.

Dai siti sulla mobilità delle città metropolitane oggetto della rilevazione emerge, come

già osservato, una generalizzata difficoltà a diffondere informazioni in modo realmente compiuto. Rispetto alla trasparenza normativa si possono apprezzare, tuttavia, gli sforzi di Torino, Milano, Bologna e Napoli.

Qualità ed Interattività dei servizi di rete

Sta non ha ancora raggiunto uno standard adeguato rispetto all'offerta di servizi interattivi.

L'indice di primo livello relativo alla macroarea **Qualità e interattività dei servizi in rete** evidenzia un certa difficoltà (61,9) e gli ampi margini di miglioramento relativi all'offerta on line di servizi interattivi. Il ritardo caratterizza tutti gli indicatori presi in esame e conseguentemente tutti e due gli indici di secondo livello che li sintetizzano: l'indice **mobilità** e l'indice **mobilità dei disabili**.

Gli indicatori sui servizi on line per la gestione della mobilità ottengono 64,3 punti, il sito riesce con qualche difficoltà ad offrire un set minimo di informazioni e servizi ma vi sono ancora notevoli margini di miglioramento.

Attraverso il sito Sta è possibile, infatti, ottenere informazioni in tempo reale sul traffico, sono presenti le immagini di *webcam* anche se si tratta di sperimentazioni ed è disponibile l'elenco dei parcheggi. Si possono inoltre acquisire informazioni e scaricare moduli per la richiesta dei permessi per il centro storico o per la sosta regolamentata, ma non si possono concludere transazioni ottenendo il permesso, né avviare livelli intermedi di procedure interattive. Rispetto alla gestione della sosta, non è possibile attivare forme di acquisto on line di tessere o altri diritti di parcheggio.

Rispetto all'indicatore **mobilità dei disabili** il punteggio ancora basso (57,1) deriva dalla mancanza di informazioni puntuali

sulla presenza dei parcheggi per i disabili e dalla decisamente ridotta trasparenza dei servizi di rilascio dei permessi e contrassegni speciali di circolazione per gli invalidi, essendo prevista al massimo la possibilità di scaricare moduli che devono poi essere comunque portati allo sportello.

Va rilevata, comunque, rispetto ai disabili, la presenza on line dell'indicazione di un numero verde dedicato, come pure la presenza di un indirizzo e-mail specifico.

Rispetto alla mobilità le buone pratiche non mancano soprattutto a livello europeo. Va menzionata la grande attenzione di Londra che offre un servizio all'avanguardia tramite la locale azienda di trasporti, che ha realizzato un sistema multi canale di informazioni in tempo reale sul percorso consigliato.

Anche il sito berlinese dei trasporti, come già rilevato in sede di commento del sito dell'ATAC, offre informazioni semplici sul percorso consigliato, mirando ad una piena integrazione delle piattaforme di comunicazione distribuendo le stesse informazioni via web o tramite palmari (Windows CE e Palm) o ancora via WAP o adottando tecnologie di telefonia a larga banda con lo standard i-mode.

Usabilità e accessibilità

Sta si avvicina agli standard minimi di usabilità ed accessibilità con un punteggio complessivo di 65,8. Il primo dei 3 indici che sintetizzano questa macro area, quello relativo alla **navigabilità**, evidenzia con un punteggio di 73,3 una attenzione di base sul tema generale della fruibilità del web da parte di Sta che rende il sito intuitivo e navigabile con alcuni elementi suscettibili di ulteriori miglioramenti: a partire dalla descrizione del percorso, sino al motore di ricerca interno migliorabile in termini

di capacità di risposta. Allo stesso modo anche le altre caratteristiche individuate attraverso l'indice di **Accessibilità** che raggiunge 71,4 punti indicano lo sforzo in atto da parte di Sta di migliorare i propri standard di offerta di servizi on line. I margini di miglioramento permangono a partire dalla possibilità di disporre di alternative di testo sulle immagini e nell'uso dei colori, come pure nella possibilità di ingrandire i font dalla tastiera o nel prevedere tasti per la navigazione rapida.

Infine, rispetto all'**usabilità** il punteggio basso pari a 44,4 centesimi scaturisce dalla difficoltà del sito di rendere agevole l'esperienza di fruizione di contenuti di rete a partire dai modi di utilizzo più avanzati che presuppongono forme di interazione più stringente, come ad esempio quando si scarica la modulistica o si riempiono form e moduli on line, operazioni che necessitano di essere migliorate anche prevedendo l'uso di *help* contestuali all'azione on line svolta. Anche rispetto alla chiarezza dei messaggi di errore ad esempio nella ricerca, devono essere studiati miglioramenti per evitare di penalizzare l'usabilità complessiva del sito.

Buone prassi rispetto a questo indicatore si rinvengono, come già osservato, sul sito dell'azienda di trasporto di Firenze che soddisfa completamente questa tipologia di requisiti, arrivando ad offrire anche un aiuto contestuale a chi sta navigando e percorsi guidati per il *download* di documenti.

Comunicazione, partecipazione, relazionalità

Rispetto alla dimensione comunicativa, alla partecipazione ed alla relazionalità il sito di Sta ottiene i risultati migliori con 75 punti. L'azienda capitolina sulla mobilità sembra quindi riuscire a perseguire con una certa

efficacia l'obiettivo di usare la rete anche come strumento capace di comunicare e creare relazioni più forti e più stabili con la propria utenza, anche al fine di costruire comunità più partecipative, valorizzando e introducendo nei propri spazi on line strumenti di scambio che solo la comunicazione on line è in grado di attivare.

Il sito risponde, dunque, in modo adeguato rispetto sia agli obiettivi di **comunicazione on line** sia rispetto a quelli di **comunicazione istituzionale** con i punteggi dei relativi indici di secondo livello rispettivamente pari a 73,5 e ad 80/100. I due indici appaiono ancora penalizzati dalla assenza di servizi comunque importanti come le Faq ed i Link utili, sistemi di contatto multicanale, e dall'assenza di news letter e/o mailing list, come pure dalla ridotta capacità di proporre informazioni relative all'educazione dei cittadini soprattutto quelli più giovani attraverso progetti sul territorio indirizzati alle scuole, o con progetti formativi in generale. Si tratta in realtà di servizi presenti sul portale collegato a Sta inerente l'Osservatorio sulla Mobilità. Ai fini della presente indagine il sito satellite non è stato però preso in considerazione perché troppo esterno rispetto al percorso principale di navigazione.

Anche la visibilità di Sta in termini di popolarità del sito misurata dal numero di link appare non ancora al livello ottimale, dal momento che il portale della mobilità romana non è ancora al primo livello di popolarità, così come accade, invece, per le altre *public utilities* capitoline che si situano tutte nella classe più visibile.

Permangono nella macroarea della "comunicazione e partecipazione" alcuni aspetti più generali rispetto ai quali occorre ancora intensificare gli sforzi di miglioramento.

Rispetto all'indice sulla **Partecipazione** degli utenti che si attesta a 66,7 punti, Sta appare non ancora pienamente consape-

vole che il web, in un ambito "sensibile" come quello dei servizi urbani oltre che consentire all'utenza di essere tempestivamente informata sul servizio, può permettere al pubblico ed ai cittadini anche di potere esprimere attivamente le proprie istanze, richieste, punti di vista.

Il sito comincia comunque ad essere "attrezzato" rispetto alla possibilità di inviare consigli e segnalazioni, reclami all'ente ma non prevede forum per dar voce all'utenza rispetto ai temi che incidono sui livelli di servizio. Se il punteggio di 66,7 consente comunque a Sta di posizionarsi al vertice nazionale rispetto a questa tipologia di offerta di servizi on line, il livello assoluto del punteggio ottenuto, ancora basso, indica come lo sforzo di miglioramento deve essere fatto a livello generale rafforzando in tutti i livelli decisionali la consapevolezza della importanza di aprire canali di contatto e ascolto dell'utenza attraverso gli strumenti di rete per tutti i servizi pubblici. Sta dovrebbe quindi proseguire e rafforzare il percorso intrapreso con il portale sull'osservatorio sulla mobilità ampliando e inserendo sul sito principale gli strumenti di dialogo e ascolto dell'utenza già disponibili, mettendo a disposizione sondaggi on line e/o questionari di valutazione del servizio erogato dall'azienda in modo da costruire un sistema compiuto e continuo di rilevazione e auditing.

La sperimentazione di Sta con il portale satellite sulla mobilità rappresenta un modello di interazione che nella realtà italiana si rileva assai di rado. Rimanendo nell'ambito dei trasporti e mobilità solo il sito dell'azienda dei trasporti di Genova mette disposizione questionari di valutazione del servizio.

Infine, passando all'analisi dei servizi di **customer care** il cui indice sintetico ottiene 80 punti (ad attestare una buona trasparen-

za rispetto a quegli elementi che attengono al rapporto tra fornitore di servizi ed utente) vale la pena di osservare come sia opportuno strutturare meglio le informazioni offerte secondo una logica di canali per target e di fornire informazioni di carattere generale, come quelle relative alla Carta dei servizi. Dall'impostazione dei siti europei esaminati nei contesti di trasporto (Londra, Parigi, Berlino, Madrid), come pure in alcuni spazi web di aziende di trasporto italiane come nel caso di Torino e Bologna, si può ritrarre un discreto esempio su come strutturare una chiara offerta on line di servizi per l'utenza,

Nel sito Sta dove mancano riferimenti alla carta dei servizi, si comincia ad individuare una crescente attenzione verso l'utenza per dar conto al pubblico dei propri standard e dei propri risultati come attesta il fatto che si è iniziato a pubblicare i risultati una propria valutazione sul livello di servizio.

Sviluppo tecnologico

Il sito Internet di Sta ha raggiunto complessivamente una sostanziale adeguatezza tecnologica. Rispetto al complesso dei parametri esaminati il sito si posiziona al 6° posto tra i siti web delle 14 aziende di mobilità delle città metropolitane italiane. Margini di miglioramento sembrerebbero esservi soprattutto rispetto alle *performance* dei server e delle connessioni atteso che i tempi di risposta del server stessi appaiono a livelli medio bassi rispetto allo standard nazionale, mentre il *download*, misurato come tempo virtualmente necessario allo scaricamento di 10 k è apparso invece al livello massimo rispetto alle cinque classi esaminate.

Per quanto riguarda la qualità dell'HTML e degli altri linguaggi di programmazione adottati nonché rispetto al web design, il

portale registra una parziale accuratezza con qualche margine di miglioramento rispetto a tutte le variabili esaminate a partire da un miglior uso della grafica ancora

troppo elevato, condizione che appesantisce le pagine ed aumenta troppo i tempi del loro *download*.

3.0 Servizi di distribuzione e vendita di energia elettrica

3.1. Analisi e valutazione di www.aceaspa.it e www.aceaelectrabelelettricità.it

3.1.1 Trasparenza e accesso- www.aceaspa.it – www.aceaelectrabelelettricità.it

Indici 2° livello	STANDARD TENDENZIALI da raggiungere	STANDARD RAGGIUNTI	PUNTEGGIO Indici 2° livello		Roma PUNTEGGIO Macroarea Generale	MIGLIOR RISULTATO Macroarea Generale
			Roma	Miglior risultato Indici 2° livello		
Trasparenza e Accesso	Trasparenza Aziendale	Presenza Informazioni sulla struttura dell'azienda/ente	Si	84,2/100	Roma (84,2) Enel Torino 78,9/100	Roma (82,9/100) Enel Milano Trieste (78/100)
		Presenza Informazioni sull'organigramma dell'azienda/ente	No			
		Presenza Presentazione servizi	Si			
		Presenza <i>Mission</i> dell'azienda/ente	Si			
		Presenza Informazioni sul sistema di Qualità	Si			
		Presenza Informazioni sulla durata di ciascun procedimento	No			
		Indicazione degli uffici e dei responsabili dei procedimenti	Parzialmente			
		Presenza informazioni sulla privacy/ uso dei dati	Si			
	Presenza di Spazi per comitati etici	Si				
	Accesso	Presenza di Indicazioni sull'ubicazione fisica degli uffici/sportelli	Si	71,4/100	Roma (71,4/100) Enel Torino 64,3/100	
Presenza di Informazioni relative agli orari di apertura degli uffici/ sportelli		Si				
Presenza di telefono e/o e-mail dei responsabili dei processi e/o dei servizi		Parzialmente				
Presenza di servizi di <i>e-procurement</i> con possibilità di partecipare a bandi		Parzialmente				
Trasparenza normativa	Presenza di testi delle delibere aziendali o dell'ente	Si	100/100	Roma (100/100) Enel Milano/Trieste (100/100)		
	Presenza di pagine relative al Bilancio	Si				
	Presenza pagine relative al Bilancio sociale	Si				
	Presenza di Informazioni sulla normativa di riferimento	Si				

3.1.2 Qualità e interattività dei servizi in rete - www.aceaspa.it - www.aceaelectra-beleletricita.it

Indici 2° livello	STANDARD TENDENZIALI da raggiungere	STANDARD RAGGIUNTI	PUNTEGGIO Indici 2° livello		Roma PUNTEGGIO Macroarea Generale	MIGLIOR RISULTATO Macroarea Generale
			Roma	Miglior risultato Indici 2° livello		
Visione dei servizi	Elenco dei servizi in rete già disponibili	Si	66,7/100	Enel (88,9/100)	58,8/100	Enel (87,5/100)
	CDisponibilità 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	Parzialmente	43,3/100	Trieste (90/100)	58,8/100	Enel (87,5/100)
	Voltura dei contratti	Parzialmente				
	Nuovo allaccio	Parzialmente				
	Disdetta della fornitura	Parzialmente				
	Gestione fornitura - modifica di potenza	Parzialmente				
	Richiesta intervento on site	Parzialmente				
Gestione bollette e fatture	Pagamento	Parzialmente	70/100	Torino Milano (90/100)	58,8/100	Enel (87,5/100)
	Controllo e comunicazione stato delle fatture (pagamenti)	Si				
	Modifica recapito fatture	Si				
	Informazioni su cosa fare se non è arrivata la fattura (Richiesta duplicato fattura)	Parzialmente				
Consumi e tariffe	Richiesta preventivi	Parzialmente	66,7/100	Enel (95,2/100)	58,8/100	Enel (87,5/100)
	Comunicazione consumi effettivi	Si				
	Visualizzazione consumi / telelettura	Parzialmente				
	Visualizzazione storico consumi	Si				
	Richiesta verifiche guasti, manutenzioni misuratori e contatori Richiesta posa nuovo contatore	Parzialmente				

3.1.3 Usabilità e accessibilità - www.aceaspa.it - www.aceaelectra-beleletricita.it

Indici 2° livello	STANDARD TENDENZIALI da raggiungere	STANDARD RAGGIUNTI	PUNTEGGIO Indici 2° livello		Roma PUNTEGGIO Macroarea Generale	MIGLIOR RISULTATO Macroarea Generale
			Roma	Miglior risultato Indici 2° livello		
Navigabilità	Presenza di logo istituzionale	Si	80/100	Enel Milano (93,3/100)	81,6/100	Enel (86,8/100)
	Link alla home page in ogni pagina interna	Si				
	Percorso indicato in ogni pagina	Si				
	Visibilità dei link attivi	No				
	Prevedibilità dei link	No				
	Esistenza ed efficacia del motore di ricerca interno	Parzialmente				
	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	No				
	Coerenza assoluta nel caso dell'utilizzo di colori per definire settori tematici	Si				
Accessibilità	Possibilità di ingrandire i caratteri dello schermo	No	78,6/100	Enel (85,7/100)	81,6/100	Enel (86,8/100)
	Assenza 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	Si	88,9/100	Roma (88,9/100) Enel (77,8/100)	81,6/100	Enel (86,8/100)
	Presenza di help	No				
	Esistenza e chiarezza dei messaggi di errore	Si				

3.1.4 Comunicazione, partecipazione, relazionalità - www.aceaspa.it - www.aceaelectrabeletricita.it

Indici 2° livello	STANDARD TENDENZIALI da raggiungere	STANDARD RAGGIUNTI	PUNTEGGIO Indici 2° livello		Roma PUNTEGGIO Macroarea Generale	MIGLIOR RISULTATO Macroarea Generale	
			Roma	Miglior risultato Indici 2° livello			
Comunicazione, Partecipazione, relazionalità o	Comunicazione on line	Reperibilità della URL sul motore di ricerca Google a partire dal nome dell'Azienda/ Ente	No	68,4/100	Enel Milano (94,7/100)	82,4/100	Enel (90,2/100)
		Popolarità del sito basata sui link dall'esterno verso la url del sito	Parzialmente				
		Presenza Faq	No				
		Link utili	Si				
		Esplicitazione aggiornamento del sito	No				
		Uso della multicanalità nell'offerta di informazioni e servizi (WAP/UMTS, newsletter, call/contact center, TV digitale terrestre, TV on line, televideo)	Si				
	Area dell'home page o pagina dedicata al primo piano (news istituzionali)	Si					
	Pubblicazione di newsletter e/o mailing list destinata all'utenza	No					
	Comunicazione istituzionale/Comunicazione istituzionale	Glossario	Si	100/100	Roma (100/100) Milano (100/100)		
		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	Informazioni generali sulle condizioni contrattuali	Si	100/100	Roma (100/100) Enel/Torino/Milano (92,3/100)			
	Lettura fattura/bolletta	Si					
	Informazioni sulla carta dei servizi	Si					
	Presenza in home page di riferimento a contact center (numero verde, numero facile ecc contatto on line) entro il II livello	Si					
	Pagina/e informative relative al servizio di customer care	Si					
Presenza di canali per target	No						
Partecipazione	Possibilità di inviare consigli e segnalazioni reclami all'ente	Si	66,7/100	Enel (77,8/100)			
	Presenza di forum	Parzialmente					
	Disponibilità di sondaggi on line	No					
	Questionari valutazione del servizio erogato dall'azienda/ente	No					

3.1.5 Sviluppo tecnologico - www.aceaspa.it - www.aceaelectrabeletricita.it

Indici 2° livello	STANDARD TENDENZIALI da raggiungere	STANDARD RAGGIUNTI	PUNTEGGIO Indici 2° livello		Roma PUNTEGGIO Macroarea Generale	MIGLIOR RISULTATO Macroarea Generale	
			Roma	Miglior risultato Indici 2° livello			
Sviluppo tecnologico	Qualità server e connessioni	Tempo medio di connessione (connect time)	Si	75/100	Roma (75/100) Enel Milano/Trieste (75/100)	82,1/100	Milano (85,7/100)
		Download: tempo virtualmente necessario allo scaricamento di 10k	Si				
	Qualità dell'Html e web design	Controllo di validità dei link a partire dall'home page (N° errori)	Parzialmente	85/100	Milano (90/100)		
		Numero assoluto di errori rilevati nel codice HTML dell'home page del sito	Parzialmente				
		Numeri di errori della home page con le diverse tipologie di browser	Parzialmente				
		Peso complessivo dell'home page	Parzialmente				
		Peso Grafica dell'home page	Parzialmente				
		Rapporto fra l'impianto grafico dell'home page e il numero di immagini caricate	Si				
		Immagini in home page eccedenti il limite di 20 K	Si				
	Tempo necessario al caricamento completo della pagina principale con connessione analogica (56k)	Parzialmente					

3.1.6 Visione Complessiva - www.aceaspa.it - www.aceaelectrabeletricita.it - Ranking nazionale

Tab Qualità complessiva dei servizi on line di www.aceaspa.it (1) e delle aziende elettriche attive nelle 14 città metropolitane italiane *

Città	Azienda / Ente	WEB	Qualità Complessiva	Rank Generale	Trasparenza	Rank trasparenza	Qualità e interattività dei servizi	Rank qualità e interattività dei servizi	Usabilità e accessibilità	Rank Usabilità e accessibilità	Comunicazione	Rank Comunicazione	Tecnologie	Rank Tecnologie
*	Enel	www.enel.it	84,2	1°	78,0	2	87,5	1	86,8	1	90,2	1	78,6	3
Milano	Aem	www.aem.it	82,2	2°	78,0	2	77,5	3	81,6	2	88,2	2	85,7	1
Roma	Acea	www.aceaspa.it	77,2	3°	82,9	1	58,8	5	81,6	2	82,1	3	82,1	2
Torino	Aem Torino	www.aem.torino.it	73,7	4°	75,6	5	81,3	2	73,7	4	66,7	4	71,4	4
Trieste	ACEGAS-APS	www.acegas.trieste.it	68,3	5°	78,0	2	70,0	4	63,2	5	58,8	5	71,4	4

* Venezia Bologna Genova Firenze Cagliari Napoli Bari Messina Palermo Catania hanno l'Enel come principale distributore di energia elettrica, quindi non vengono riportati i loro valori specifici.

3.1.7 www.aceaspa.it - www.aceaelectrabeletricita.it - Indici di II° Livello – Confronto nazionale

Analisi degli indici di II° livello dei servizi on line di www.aceaspa.it e delle aziende di distribuzione e vendita di Energia Elettrica attive nelle 14 città metropolitane italiane

	Trasparenza				Qualità dei servizi				
	Trasparenza aziendale	Accesso	Trasparenza normativa	Valore complessivo	Visione Servizi	Gestione contratto	Gestione Bollette	Consumi e tariffe	Valore complessivo
ENEL	78,9	64,3	100,0	78,0	88,9	83,5	85,0	95,2	87,5
Torino	78,9	64,3	87,5	75,6	66,7	83,5	90,0	76,2	81,3
Milano	73,7	71,4	100,0	78,0	77,8	73,0	90,0	71,4	77,5
Trieste	73,7	71,4	100,0	78,0	55,6	90,0	55,0	61,9	70,0
Bologna	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Firenze	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Cagliari	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Napoli	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Bari	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Messina	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Palermo	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Catania	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Roma	84,2	71,4	100,0	82,9	66,7	43,3	70,0	66,7	58,8

(segue) Analisi degli indici di II° livello dei servizi on line di www.aceaspa.it - www.aceaelectrabelelettricit.it e delle aziende di distribuzione e vendita di Energia Elettrica attive nelle 14 città metropolitane italiane

Usabilità e accessibilità					Comunicazione e partecipazione					Sviluppo tecnologico				
	Navigabilità	Accessibilità	Usabilità	Valore complessivo		Comunicazione on line	Comunicazione Istituzionale	Partecipazione	Customer care	Valore complessivo		Server e connessione	Html e web design	Valore complessivo
ENEL	93,3	85,7	77,8	86,8	ENEL	94,7	90,0	77,8	92,3	90,2	ENEL	75,0	80,0	78,6
Torino	80,0	71,4	66,7	73,7	Torino	63,2	50,0	55,6	92,3	66,7	Torino	37,5	85,0	71,4
Milano	93,3	78,6	66,7	81,6	Milano	94,7	100,0	55,6	92,3	88,2	Milano	75,0	90,0	85,7
Trieste	60,0	71,4	55,6	63,2	Trieste	57,9	40,0	55,6	76,9	58,8	Trieste	75,0	70,0	71,4
Bologna	-	-	-	-	Bologna	-	-	-	-	-	Bologna	-	-	-
Firenze	-	-	-	-	Firenze	-	-	-	-	-	Firenze	-	-	-
Cagliari	-	-	-	-	Cagliari	-	-	-	-	-	Cagliari	-	-	-
Napoli	-	-	-	-	Napoli	-	-	-	-	-	Napoli	-	-	-
Bari	-	-	-	-	Bari	-	-	-	-	-	Bari	-	-	-
Messina	-	-	-	-	Messina	-	-	-	-	-	Messina	-	-	-
Palermo	-	-	-	-	Palermo	-	-	-	-	-	Palermo	-	-	-
Catania	-	-	-	-	Catania	-	-	-	-	-	Catania	-	-	-
Roma	80,0	78,6	88,9	81,6	Roma	68,2	100,0	66,7	100,0	82,1	Roma	75,0	85,0	82,1

3.1.8 Acea – Confronto con i siti web delle Public utilities fornitrici di elettricità di alcune Capitali Europee relativamente all'indicatore "Qualità dei servizi"

Qualità dei servizi							
	Azienda/Ente	URL	Visione Servizi	Gestione contratto	Gestione Fatture	Consumi e tariffe	Valore complessivo
Berlino	Bewag	www.bewag.de	66,7	96,7	100,0	81,0	90,0
Parigi	EDF	http://particuliers.edf.fr/	66,7	90,0	85,0	76,2	82,5
Londra	London energy	www.london-energy.com	66,7	90,0	70,0	76,2	78,8
Madrid	Iberdrola	www.iberdrola.es	66,7	66,7	95,0	61,9	72,5
Roma	Acea	www.aceaspa.it*	66,7	43,3	70,0	66,7	58,8

* e' stato considerato anche il sito satellite www.aceaelectrabelelettricit.it

3.1.9 Analisi complessiva del sito Aceaspa.it ed Aceaelectrabeletricità.it

Il sito dell'Acea Spa è stato analizzato in maniera duplice, applicando prima il metodo di analisi parametrica alla parte relativa all'energia con l'importante sezione individuata da un sito accessibile direttamente da Aceaspa.it nel percorso di navigazione principale e raggiungibile all'indirizzo Aceaelectrabeletricità.it e poi a quella sui servizi di fornitura dell'acqua, i due ambiti nei quali l'azienda svolge la sua attività di servizio.

In entrambi i casi Acea ottiene risultati di rilievo, collocandosi al terzo posto nella classifica delle aziende elettriche, con un punteggio complessivo di 77,2, ed ancora al terzo posto anche nella classifica delle aziende idriche, con un punteggio di 74,5. La parte elettrica oggetto di questa sezione di analisi raggiunge, quindi, risultati complessivamente buoni, ottenendo punteggi superiori agli 80/100 rispetto a quattro dei cinque macro-criteri esaminati. Più in dettaglio, il voto è 82,9 per trasparenza e accesso, 81,6 per usabilità e accessibilità, 82,1 per comunicazione partecipazione e relazionalità, 82,1 per sviluppo tecnologico. Decisamente inferiore, ed ai limiti degli standard minimi di adeguatezza (58,8) il punteggio relativo a Qualità ed interattività dei servizi in rete.

Il ritardo nello sviluppo rispetto alla Qualità ed interattività dei servizi, colloca il sito dell'Acea al quinto posto, ultimo nella speciale classifica relativa a questa macroarea dove gli altri siti raggiungono, invece, standard molto elevati, con l'Enel che ottiene un significativo punteggio di 93,2 /100.

Trasparenza e accesso

Il sito presenta buone caratteristiche, rispet-

to al criterio della trasparenza ed accesso, per il quale occupa il primo posto in classifica nazionale totalizzando un valore pari a 82,9/100.

Decisamente elevato anche il livello di **trasparenza aziendale**, soddisfacendo il sito gran parte dei requisiti considerati. Il punteggio pari a 84,2/100 scaturisce dalla presenza di informazioni sulla struttura dell'azienda, dalla presentazione dei diversi servizi, dalle informazioni sulla *mission* e sulla privacy, nonché dalla presenza di uno spazio per comitati etici.

Mancano, come per tutti gli altri siti analizzati, le informazioni sulla durata di ciascun procedimento, un requisito che ancora fatica a diventare patrimonio comune tra i soggetti fornitori di servizi d'interesse pubblico e mancano, in particolare, le informazioni sul sistema di qualità come pure le informazioni sull'organigramma dell'azienda.

Rispetto al criterio dell'**accesso**, per il quale non c'è distinzione tra servizi elettrici ed idrici, le *performances* sono leggermente inferiori, ma comunque abbastanza adeguate (71,4/100). Sono presenti sia le indicazioni sull'ubicazione fisica degli uffici/sportelli, sia le informazioni relative ai loro orari di apertura. Non sono però completamente soddisfatte le esigenze informative per quanto riguarda i contatti telefonici o email dei responsabili dei vari processi e servizi, né per la presentazione di bandi.

C'è anche un ambito nel quale il sito soddisfa completamente i criteri richiesti, raggiungendo il punteggio non migliorabile di 100/100. E' quello della **Trasparenza normativa**, che vede soddisfatti tutti i requisiti: presenza di testi delle delibere aziendali; di pagine relative al bilancio; di pagine relative al bilancio sociale; di informazioni sulla normativa di riferimento.

Qualità ed interattività dei servizi in rete

La parte relativa ai servizi in rete interattivi è quella dove il sito Acea fa registrare i risultati meno brillanti. Pur in presenza di uno sportello on line la **Gestione del contratto** registra ancora carenze significative. Attività quali la disdetta, la voltura, e la modifica di potenza sono solo annunciate nello sportello ma in realtà sono previsti solo livelli informativi. Lo stesso accade per tutte le procedure prese in esame nell'analisi di questo indice, comprese le richieste di nuovi allacci e le stipule dei contratti. Il punteggio dell'indice raggiunge così 43,3 /100. Per gli utenti di Acea l'unico canale a distanza per ottenere servizi è dunque solo il numero verde telefonico.

Se si esamina l'indicatore relativo alla **Visione dei servizi**, dove il punteggio complessivo è di 66,7 si evince come Acea soddisfi l'esigenza di avere l'elenco dei servizi in rete già disponibili, così come quella di disporre di un'adeguata sezione ad accesso protetto, ma come non sia possibile fruire di un'area demo per l'accesso ai servizi stessi.

Nella **Gestione di bollette e fatture** il punteggio risale nettamente raggiungendo 70 centesimi; l'interfaccia di accesso dello sportello on line, infatti, consente ai clienti dei servizi elettrici di modificare a partire da una procedura on line l'indirizzo per il recapito delle bollette, prendere visione e comunicare informazioni sullo stato delle bollette. Il pagamento on line non è però ancora possibile.

Analoga situazione si ha per la parte relativa a **Consumi e tariffe**, dove il sito Acea per la parte elettrica ottiene un punteggio pari 66,7 su 100 punti disponibili. Si può comunicare la lettura dei consumi effettivi, ma non sono previsti sistemi a distanza di visualizzazione dei consumi reali e quindi di

telelettura. E' prevista, invece, la possibilità di visualizzare lo storico dei consumi per gli ultimi bimestri. Non è possibile, infine, richiedere on line interventi per verifiche di guasti o manutenzione dei contatori, né ottenere preventivi.

Vale la pena di osservare che in ambito elettrico si riscontrano diverse esperienze di eccellenza in Italia per quanto riguarda la qualità e l'interattività dei servizi. In primo luogo va evidenziata Estgas di Trieste e Padova con un set di servizi on line che prevedono transazioni complete in merito alla stipula, alla voltura ed alla richiesta di nuovi allacci di utenze elettriche.

Sempre in ambito elettrico il pagamento on line è attivo invece presso l'Enel e nei siti degli enti gestori del servizio elettrico di Milano e Torino. Ancora una volta è l'Enel assieme a Torino e a Trieste a prevedere invece, il controllo dello stato delle bollette rispetto ai pagamenti e la comunicazione degli stessi. L'ente nazionale per energia elettrica ed il sito dell'AEM Torino prevedono invece la lettura dello storico dei consumi, mentre è ancora l'Enel, unica tra i siti presi in esame in Italia, a prevedere la possibilità per l'utente di effettuare la lettura on line dei propri consumi elettrici.

Dal confronto Europeo rispetto alle aziende erogatrici di energia elettrica emerge con forza l'esperienza di Berlino soprattutto relativamente alle attività di gestione delle bollette e dei pagamenti. Il sito berlinese della Bewag con un punteggio pari a 100 soddisfa tutti i requisiti di gestione dei rapporti di clientela per quanto riguarda la gestione delle fatture e dei pagamenti offrendo i massimi livelli di interattività.

Berlino rappresenta una pratica di assoluta eccellenza anche nel caso dei servizi relativi alla gestione del contratto con una presenza completa di quei servizi on line che consentono di effettuare la stipula e la vol-

tura dei contratti, i nuovi allacci, le disdette della fornitura, le modifiche contrattuali rispetto alla potenza disponibile.

Parigi e Londra sperimentano invece in modo assai avanzato i servizi interattivi relativi all'indice "consumi e tariffe", la capitale francese in particolare soddisfa i livelli transattivi massimi relativamente alla richiesta di preventivi, alla comunicazione dei consumi effettivi ed alla visualizzazione dello storico dei consumi. Parigi, infine, offre anche la possibilità di realizzare online il proprio bilancio previsionale di spesa personalizzato sulla base degli elettrodomestici utilizzati e della loro intensità d'uso, arrivando al dettaglio della previsione annua dei costi per singolo apparecchio.

Per quanto riguarda Londra vale la pena di sottolineare come la locale azienda di erogazione dell'elettricità consenta di pagare anche tramite addebito diretto su ordine eseguibile via Web (è prevista la conferma scritta ma il servizio consente di gestire immediatamente il proprio budget prevedendo un addebito prefissato mensile di spesa).

Usabilità e accessibilità

Per quanto riguarda la capacità di soddisfare efficacemente le esigenze generali dell'utente rispetto alla navigazione, oltre che quelle della speciale categoria degli utenti con disabilità, le prestazioni del sito sono buone, soprattutto se esso viene utilizzato dagli utenti della rete elettrica (punteggio di 81,6/100) per la presenza di www.aceaelectrabel.it. Ma anche per gli utenti dell'acqua dove è disponibile solo il sito aceaspa.it, le prestazioni in termini di usabilità ed accessibilità sono comunque più che accettabili, raggiungendo come vedremo il punteggio di 71,1 centesimi. Scendendo più in dettaglio, l'aspetto della

Navigabilità sintetizzato dall'omonimo indice di secondo livello è maggiormente curato soprattutto per la parte elettrica (80/100), mentre è più debole rispetto alle utenze idriche. Non sono soddisfatti i requisiti della visibilità dei link attivi e della prevedibilità dei link. Non è cioè possibile visualizzare l'azione del *click* su un collegamento attivo (link) mentre la si sta compiendo, né si riesce a capire se un link conduce ad un file di formato diverso dall'html (come il pdf). Per i servizi elettrici di Acea, però, tutti gli altri requisiti sono pienamente soddisfatti.

Rispetto all'**accessibilità**, le prestazioni sono uniformi in tutto il sito Acea, per un punteggio di 78,6 centesimi, dipendendo questo fattore dal modo in cui è scritto il codice html. Tra gli indicatori di più facile comprensibilità si possono citare, tra quelli positivi, la coerenza nell'uso dei colori per definire le varie aree tematiche, così come l'assenza di ridondanti pagine introduttive al sito in linguaggi cosiddetti Flash che prevedono cioè animazioni e che ostacolano la lettura in utenti con minori abilità percettivo motorie o per quegli utenti che si avvalgono di ausili come il lettore vocale del web. Tra i requisiti assenti vanno invece annoverati la navigazione facilitata da tastiera, come alternativa al mouse, e la possibilità di ingrandire i caratteri sullo schermo, per facilitare gli ipovedenti.

Infine l'usabilità. Decisamente migliore nella parte elettrica (88,9/100), dove manca soltanto un *help*, e comunque accettabile nella parte idrica (66,7/100), dove può essere migliorata la qualità del *download* della modulistica.

Comunicazione, partecipazione, relazione

Per gli aspetti del sito che riguardano la capacità di fare rete con altri soggetti, com-

presi i propri utenti, l'aceaspa.it è sempre a livelli alti, totalizzando un punteggio di 82,4 centesimi sui servizi elettrici. Eccellenti sono, in particolare, le prestazioni rispetto alla **Comunicazione istituzionale** e al **Customer care**.

Sulla **Comunicazione istituzionale**, il sito è al massimo delle *performances* (100/100) nella parte dedicata all'elettricità, mentre in quella sui servizi idrici è leggermente al di sotto (90/100), poiché non sono stati rilevati spazi dedicati ai progetti sul territorio ed alla didattica.

Ugualmente ai massimi livelli è il sito rispetto al **Customer care** dove si registra una attenzione buona alla organizzazione dei contenuti per target ed una attenzione corretta agli aspetti di base della comunicazione con il cliente.

La lettura dinamica ed interattiva della bolletta offre in questo ambito un buon esempio di uso efficace del web nei rapporti di clientela.

Più debole è l'insieme delle prestazioni riconducibili alla **Comunicazione on line**, dove nella parte elettrica si raggiunge il punteggio di 68,2. Le carenze qui sono diverse. Risultano infatti non pienamente soddisfacenti: la reperibilità della URL (indirizzo web) sul motore di ricerca Google a partire dal nome dell'azienda, la popolarità del sito basata sui link dall'esterno verso la URL del sito, l'esplicitazione della data di aggiornamento del sito.

Le maggiori difficoltà si trovano nell'area della **Partecipazione**. Qui il punteggio raggiunge i 66,7 centesimi per le utenze elettriche - dove l'unico requisito raggiunto

pienamente riguarda la Possibilità di inviare consigli, segnalazioni e reclami all'azienda.

Sviluppo tecnologico

Il livello di sviluppo che il sito Acea è in grado di raggiungere è buono, totalizzando - nel punteggio misurato rispetto al relativo criterio - 82,1 centesimi per quanto riguarda la parte elettrica. La forza del sito, da questo punto di vista, sta nella qualità del web design, più che nella qualità delle infrastrutture utilizzate, e ciò lo rende ancor più facilmente migliorabile.

Nella **Qualità del server e delle connessioni** il punteggio calcolato è di 75/100 per i servizi elettrici. L'unico requisito totalmente soddisfatto per la parte elettrica, dove viene adottato il dominio aceaelectrabel.it - è quello relativo al Tempo necessario all'individuazione del DNS. Si tratta del tempo impiegato per associare il dominio richiesto dal *browser* all'indirizzo IP che designa il server sul quale il dominio stesso è ospitato. Per il resto, c'è ancora da migliorare, ma si tratta solo della qualità del server e dei servizi di connettività forniti all'azienda dall'*Internet provider*.

La **qualità dell'html e del web design** è eccellente (punteggio di 85/100). Qui si possono fare poche distinzioni tra le due anime del portale. Se si guarda alla home page, si osserva come aceaelectrabel.it risulti un po' più leggera del portale aceaspa.it, non rilevandosi immagini che eccedano il "peso" di 20 K.

4.0 Servizi di distribuzione e vendita del GAS

4.1. Analisi e valutazione di www.italgaspiu.it

4.1.1 Trasparenza e accesso - www.italgaspiu.it

Indici 2° livello	STANDARD TENDENZIALI da raggiungere	STANDARD RAGGIUNTI	PUNTEGGIO Indici 2° livello		Roma PUNTEGGIO Macroarea Generale	MIGLIOR RISULTATO Macroarea Generale
			Italgaspiù	Miglior risultato Indici 2° livello		
Trasparenza e Accesso	Trasparenza Aziendale	Presenza Informazioni sulla struttura dell'azienda/ente	Si	73,7/100	Genova Bologna Palermo (84,2/100)	Bologna (85,4/100)
		Presenza Informazioni sull'organigramma dell'azienda/ente	No			
		Presenza Presentazione servizi	Si			
		Presenza <i>Mission</i> dell'azienda/ente	Si			
		Presenza Informazioni sul sistema di Qualità	Si			
		Presenza Informazioni sulla durata di ciascun procedimento	No			
		Indicazione degli uffici e dei responsabili dei procedimenti	No			
		Presenza informazioni sulla privacy/ uso dei dati	Si			
	Presenza di Spazi per comitati etici	Si	57,1/100	Palermo (78,6/100)		
	Accesso	Presenza di Indicazioni sull'ubicazione fisica degli uffici/sportelli			Si	
Presenza di Informazioni relative agli orari di apertura degli uffici/ sportelli		Si				
Presenza di telefono e/o e-mail dei responsabili dei processi e/o dei servizi		Parzialmente				
Presenza di servizi di <i>e-procurement</i> con possibilità di partecipare a bandi		Parzialmente				
Trasparenza normativa	Presenza di testi delle delibere aziendali o dell'ente	Si	100//100	Italgaspiu (100/100) Milano Trieste Venezia Bologna (100/100)		
	Presenza di pagine relative al Bilancio	Si				
	Presenza pagine relative al Bilancio sociale	Si				
	Presenza di Informazioni sulla normativa di riferimento	Si				

4.1.2 Qualità e interattività dei servizi in rete - www.italgaspiu.it

Indici 2° livello	STANDARD TENDENZIALI da raggiungere	STANDARD RAGGIUNTI	PUNTEGGIO Indici 2° livello		Roma PUNTEGGIO Macroarea Generale	MIGLIOR RISULTATO Macroarea Generale
			Italgaspiù	Miglior risultato Indici 2° livello		
Visione dei servizi	Elenco dei servizi in rete già disponibili	Si	77,8/100	Bologna (88,9/100)	80/100	Italgaspiù (80/100) Genova (80/100)
	CDisponibilità dell'elenco dei servizi in rete di futura attivazione	Parzialmente				
	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	Genova (86,7/100)		
	Voltura dei contratti	Si				
	Nuovo allaccio	Parzialmente				
	Disdetta della fornitura	Parzialmente				
	Gestione fornitura - modifica di potenza	Si				
Richiesta intervento on site	Parzialmente					
Gestione bollette e fatture	Pagamento	Si	100/100	Italgaspiù (100/100) Milano (90/100)		
	Controllo e comunicazione stato delle fatture (pagamenti)	Si				
	Modifica recapito fatture	Si				
	Informazioni su cosa fare se non è arrivata la fattura (Richiesta duplicato fattura)	Si				
Consumi e tariffe	Richiesta preventivi	Parzialmente	57,1/100	Genova (85,7/100)		
	Comunicazione consumi effettivi	Si				
	Visualizzazione consumi / telettura	No				
	Visualizzazione storico consumi	Parzialmente				
	Richiesta verifiche guasti, manutenzioni misuratori e contatori Richiesta posa nuovo contatore	Parzialmente				

4.1.3 Usabilità e accessibilità - www.italgaspiu.it

Indici 2° livello	STANDARD TENDENZIALI da raggiungere	STANDARD RAGGIUNTI	PUNTEGGIO Indici 2° livello		Roma PUNTEGGIO Macroarea Generale	MIGLIOR RISULTATO Macroarea Generale
			Italgaspiù	Miglior risultato Indici 2° livello		
Navigabilità	Presenza di logo istituzionale	Si	86,7/100	Italgaspiù (86,7/100) Bologna (86,7/100)	81,6/100	Italgaspiù (81,6/100) Milano Bologna (81,6/100)
	Link alla home page in ogni pagina interna	Si				
	Percorso indicato in ogni pagina	No				
	Visibilità dei link attivi	No				
	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	78,6/100	Bologna (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 settori tematici	Si				
	Possibilità di ingrandire i caratteri dello schermo	No				
	Assenza 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	Parzialmente	77,8/100	Italgaspiù (77,8/100) Genova/Milano Trieste/Venezia Bologna/ Napoli Bari/Catania (71,4/100)		
	Presenza di help	Si				
	Esistenza e chiarezza dei messaggi di errore	Si				

4.1.4 Comunicazione, partecipazione, relazionalità - www.italgaspiu.it

Indici 2° livello	STANDARD TENDENZIALI da raggiungere	STANDARD RAGGIUNTI	PUNTEGGIO Indici 2° livello		Roma PUNTEGGIO Macroarea Generale	MIGLIOR RISULTATO Macroarea Generale
			Italgaspiù	Miglior risultato Indici 2° livello		
Comunicazione on line	Reperibilità della URL sul motore di ricerca Google a partire dal nome dell'Azienda/ Ente	Si	84,2/100	Milano (89,5/100)	86,3/100	Italgaspiù (86,3/100) Milano (86,3/100)
	Popolarità del sito basata sui link dall'esterno verso la url del sito	Parzialmente				
	Presenza Faq	Si				
	Link utili	Si				
	Esplicitazione aggiornamento del sito	No				
	Uso della multicanalità nell'offerta di informazioni e servizi (WAP/ UMTS, newsletter, call/contact center, TV digitale terrestre, TV on line, televideo)	No				
	Area dell'home page o pagina dedicata al primo piano (news istituzionali)	Si				
Comunicazione istituzionale/Comunicazione istituzionale	Pubblicazione di newsletter e/o mailing list destinata all'utenza	Si	90/100	Milano Bologna (100/100)	86,3/100	Italgaspiù (86,3/100) Milano (86,3/100)
	Glossario	Si				
	Presenza Campagne di comunicazione istituzionale	Si				
	Progetti sul territorio scuole, progetti formativi	Si				
Customer care	Cooperazione e relazioni esplicite con enti o soggetti non istituzionali Associazioni/enti locali	Parzialmente	92,3/100	Italgaspiù (92,3/100) Genova Milano (92,3/100)	86,3/100	Italgaspiù (86,3/100) Milano (86,3/100)
	Informazioni generali sulle condizioni contrattuali	Si				
	Lettura fattura/bolletta	No				
	Informazioni sulla carta dei servizi	Si				
	Presenza in home page di riferimento a contact center (numero verde, numero facile ecc contatto on line) entro il II livello	Si				
	Pagina/e informative relative al servizio di customer care	Si				
Partecipazione	Presenza di canali per target	Si	77,8/100	Italgaspiù (77,8/100) Genova (77,8/100)	86,3/100	Italgaspiù (86,3/100) Milano (86,3/100)
	Possibilità di inviare consigli e segnalazioni reclami all'ente	Si				
	Presenza di forum	No				
	Disponibilità di sondaggi on line	Si				
	Questionari valutazione del servizio erogato dall'azienda/ente	Si				

4.1.5 Sviluppo tecnologico - www.italgaspiu.it

Indici 2° livello	STANDARD TENDENZIALI da raggiungere	STANDARD RAGGIUNTI	PUNTEGGIO Indici 2° livello		Roma PUNTEGGIO Macroarea Generale	MIGLIOR RISULTATO Macroarea Generale
			Italgaspiù	Miglior risultato Indici 2° livello		
Qualità server e connessioni	Tempo necessario all'individuazione del DNS	Parzialmente	75/100	Genova (87,5/100)	75/100	Milano (85,7/100)
	Download: tempo virtualmente necessario allo scaricamento di 10k	Si				
Qualità dell'Html e web design	Controllo di validità dei link a partire dall'home page (N° errori)	Parzialmente	75/100	Milano (90/100)	75/100	Milano (85,7/100)
	Numero assoluto di errori rilevati nel codice HTML dell'home page del sito	Parzialmente				
	Numeri di errori della home page con le diverse tipologie di browser	Parzialmente				
	Peso complessivo dell'home page	Si				
	Peso Grafica dell'home page	Parzialmente				
	Rapporto fra l'impianto grafico dell'home page e il numero di immagini caricate	Parzialmente				
	Immagini in home page eccedenti il limite di 20 K	Parzialmente				
	Tempo necessario al caricamento completo della pagina principale con connessione analogica (56k)	Si				

4.1.6 Visione Complessiva - www.italgaspiu.it - Ranking nazionale

Tab Qualità complessiva dei servizi on line di www.italgaspiu.it e delle aziende di distribuzione e vendita del gas attive nelle 14 città metropolitane italiane

Città	Azienda / Ente	WEB	Qualità Complessiva	Rank Generale	Trasparenza	Rank trasparenza	Qualità e interattività dei servizi	Rank qualità e interattività dei servizi	Usabilità e accessibilità	Rank Usabilità e accessibilità	Comunicazione	Rank Comunicazione	Tecnologie	Rank Tecnologie
Milano	Aem	www.aem.it	82,1	1°	80,5	2°	81,3	1°	81,6	1°	86,3	1°	85,7	1°
Italgas	Italgas	www.italgaspiu.it	79,2	2°	73,2	6°	80,0	2°	81,6	1°	86,3	1°	75,0	3°
Bologna	Hera	www.grup-pohera.it/clienti/?clienti_comune=8	75,0	3°	85,4	1°	52,5	6°	81,6	1°	84,3	3°	71,4	5°
Genova	Amga	www.amgaspa.it	72,4	4°	78,0	4°	80,0	2°	73,7	4°	76,5	4°	53,6	10°
Firenze	Fiorentinagas	www.fiorentinagascienti.it	68,2	5°	70,7	7°	55,9	5°	68,4	6°	64,7	6°	82,1	2°
Trieste	Est gas	www.estgas.com	65,3	6°	80,5	2°	75,0	4°	65,8	8°	58,8	8°	46,4	11°
Napoli	Napoletana Gas S.p.A.	www.napoletanagas.it/	63,4	7°	68,3	9°	31,3	10°	73,7	4°	68,6	5°	75,0	3°
Venezia	Vesta	www.vestagas.net	63,1	8°	70,7	7°	43,8	9°	68,4	6°	64,7	6°	67,9	6°
Palermo	AMG ENERGIA SPA	www.amgpa.it	61,7	9°	78,0	4°	51,3	7°	63,2	11°	58,8	8°	57,1	9°
Catania	Asec	www.asec.ct.it/home.htm	59,3	10°	63,4	10°	46,3	8°	65,8	8°	52,9	10°	67,9	6°
Bari	A.M.Gas S.p.A. Bari	www.amgasbari.it	51,6	11°	48,8	11°	26,3	11°	65,8	8°	52,9	10°	64,3	8°

* Roma, Messina, Torino, Cagliari sono servite da Italgas, quindi non vengono riportati i loro valori specifici.

3.1.7 www.italgaspiu.it - Indici di II° Livello – Confronto nazionale

Analisi degli indici di II° livello dei servizi on line di www.italgaspiu.it e delle aziende di distribuzione e vendita del gas attive nelle 14 città metropolitane italiane

	Trasparenza				Qualità dei servizi					
	Trasparenza aziendale	Accesso	Trasparenza normativa	Valore complessivo	Visione Servizi	Gestione contratto	Gestione Bollette	Consumi e tariffe	Valore complessivo	
Italgas	73,7	57,1	100,0	73,2	Italgas	77,8	83,3	100,0	57,1	80,0
Torino	-	-	-	-	Torino	-	-	-	-	-
Genova	84,2	64,3	87,5	78,0	Genova	66,7	86,7	70,0	85,7	80,0
Milano	78,9	71,4	100,0	80,5	Milano	66,7	73,3	90,0	71,4	76,3
Trieste	78,9	71,4	100,0	80,5	Trieste	66,7	80,0	70,0	76,2	75,0
Venezia	68,4	57,1	100,0	70,7	Venezia	66,7	43,3	30,0	47,6	43,8
Bologna	84,2	78,6	100,0	85,4	Bologna	88,9	36,7	50,0	61,9	52,5
Firenze	78,9	57,1	75,0	70,7	Firenze	66,7	46,7	50,0	66,7	55,0
Cagliari	-	-	-	-	Cagliari	-	-	-	-	-
Napoli	78,9	57,1	62,5	68,3	Napoli	77,8	30,0	20,0	23,8	31,3
Bari	63,2	28,6	50,0	48,8	Bari	44,4	20,0	20,0	33,3	26,3
Messina	-	-	-	-	Messina	-	-	-	-	-
Palermo	84,2	78,6	62,5	78,0	Palermo	55,6	50,0	40,0	61,9	51,3
Catania	73,7	57,1	50,0	63,4	Catania	55,6	46,7	35,0	52,4	46,3
Roma	-	-	-	-	Roma	-	-	-	-	-

(segue) Analisi degli indici di II° livello dei servizi on line di www.italgaspiù.it e delle aziende di distribuzione e vendita del gas attive nelle 14 città metropolitane italiane

Usabilità e accessibilità					Comunicazione e partecipazione					Sviluppo tecnologico				
	Navigabilità	Accessibilità	Usabilità	Valore complessivo		Comunicazione on line	Comunicazione Istituzionale	Partecipazione	Customer care	Valore complessivo		Server e connessione	Html e web design	Valore complessivo
Italgas	86,7	78,6	77,8	81,6	Italgas	84,2	90,0	77,8	92,3	86,3	Italgas	75,0	75,0	75,0
Torino	-	-	-	-	Torino	-	-	-	-	-	Torino	-	-	-
Genova	73,3	78,6	66,7	73,7	Genova	68,4	70,0	77,8	92,3	76,5	Genova	87,5	40,0	53,6
Milano	93,3	78,6	66,7	81,6	Milano	89,5	100,0	55,6	92,3	86,3	Milano	75,0	90,0	85,7
Trieste	60,0	71,4	66,7	65,8	Trieste	57,9	40,0	55,6	76,9	58,8	Trieste	37,5	50,0	46,4
Venezia	66,7	71,4	66,7	68,4	Venezia	73,7	60,0	44,4	69,2	64,7	Venezia	37,5	80,0	67,9
Bologna	86,7	85,7	66,7	81,6	Bologna	78,9	100,0	66,7	92,3	84,3	Bologna	62,5	75,0	71,4
Firenze	73,3	71,4	55,6	68,4	Firenze	73,7	50,0	44,4	76,9	64,7	Firenze	62,5	90,0	82,1
Cagliari	-	-	-	-	Cagliari	-	-	-	-	-	Cagliari	-	-	-
Napoli	80,0	71,4	66,7	73,7	Napoli	68,4	80,0	55,6	69,2	68,6	Napoli	62,5	80,0	75,0
Bari	60,0	71,4	66,7	65,8	Bari	57,9	40,0	44,4	61,5	52,9	Bari	50,0	70,0	64,3
Messina	-	-	-	-	Messina	-	-	-	-	-	Messina	-	-	-
Palermo	60,0	64,3	66,7	63,2	Palermo	57,9	50,0	44,4	76,9	58,8	Palermo	75,0	50,0	57,1
Catania	60,0	71,4	66,7	65,8	Catania	52,6	40,0	55,6	61,5	52,9	Catania	25,0	85,0	67,9
Roma	-	-	-	-	Roma	-	-	-	-	-	Roma	-	-	-

4.1.8 Italgas – Confronto con i siti web delle Public utilities di distribuzione e vendita del Gas di alcune Capitali Europee relativamente all’indicatore “Qualità dei servizi”.

Qualità dei servizi							
	Azienda/Ente	URL	Visione Servizi	Gestione contratto	Gestione Fatture	Consumi e tariffe	Valore complessivo
Parigi	Gaz de France	http://monagence.gazdefrance.fr	77,8	86,7	100,0	81,0	93,3
Berlino	Gasag	www.gasag.de	77,8	86,7	95,0	81,0	92,0
Londra	London Energy	www.london-energy.com	77,8	76,7	100,0	85,7	90,7
Madrid	Union Fenosa	www.unionfenosa.es	77,8	63,3	100,0	76,2	82,7
Roma	Italgas	www.italgaspiù.it	77,8	83,3	100,0	57,1	80,0

4.1.9 Analisi del sito web Italgas

L'offerta di servizi on line dell'Italgas, principale fornitore di gas della città di Roma e maggior *provider* nazionale, è ai vertici in ambito nazionale come attestano i 79,2 punti raggiunti che posizionano l'utility al secondo posto in Italia subito dopo l'Aem di Milano.

Il posizionamento è confermato rispetto a tutti i macro indici esaminati, a partire da quello maggiormente rappresentativo per misurare l'efficacia dei servizi di rete relativo alla Qualità e interattività, dove Italgaspiù.it ottiene la seconda posizione a livello nazionale, sino all'Usabilità e accessibilità (1° posto), la Comunicazione (1° posto). Oltre al posizionamento anche il punteggio riflette la puntuale attenzione del sito Italgaspiù rispetto all'offerta di servizi di rete: 80/100 rispetto alla interattività, 81,6 rispetto all'accessibilità e usabilità e 86,3/100 in relazione alla comunicazione, valori che avvicinando il sito Italgaspiù ai portali degli altri grandi fornitori europei.

Trasparenza ed accesso

Il sito web di Italgas è senza dubbio un importante canale di comunicazione a disposizione dei cittadini-utenti per accedere alle informazioni aziendali, alla documentazione ed alle procedure dell'organizzazione, nonché per conoscere i servizi in modo corretto ed esaustivo e fruire adeguatamente del canale on line per gestire i rapporti di clientela. Il punteggio della macroarea arriva a 73,2/100 ma risulta penalizzato soprattutto dalla dimensione relativa all'indice di secondo livello che misura l'**accesso** (57,1/100).

Rispetto all'indice di secondo livello relativo alla **Trasparenza aziendale** Italgaspiù.it presenta invece una sostanziale adegua-

tezza, raggiunta grazie ad un buon livello informativo concentrato soprattutto sui contenuti relativi agli obiettivi istituzionali con una offerta di dati piuttosto approfondita riguardante la struttura dell'azienda/ente, la presentazione dei servizi, la *mission*, il sistema di qualità, la privacy e l'uso dei dati.

Dal set informativo di riferimento utilizzato per valutare la completezza dei contenuti sulla trasparenza aziendale mancano nel sito di Italgas dedicato all'utenza solo le informazioni sulla durata di ciascun procedimento, indicazioni esaustive riguardo gli uffici ed i responsabili dei procedimenti, l'organigramma aziendale. Il punteggio che scaturisce, complessivamente buono (73,7), riflette comunque i margini di miglioramento esistenti.

Il sito Italgaspiù, rispetto all'indice sull'**Accesso** registra, come innanzi anticipato, valori molto più ridotti (57,1/100), a causa di una ancora parziale completezza informativa rispetto ai canali di contatto con gli uffici e di una sostanziale assenza di riferimenti in merito agli appalti ed alle gare.

Pur in presenza di dati sull'ubicazione fisica degli sportelli e sui contatti dei singoli uffici/settori (fax/telefono e-mail), mancano riferimenti riguardanti i diretti responsabili dei servizi. L'accesso riflette dunque una ridotta capacità del sito di promuovere efficaci e stabili relazioni on line realizzando forme compiute di interattività connettendo gli utenti direttamente con il personale responsabile dell'erogazione dei servizi specifici, mancando non solo i relativi numeri diretti ma anche le e-mail. Rispetto alle informazioni relative ai servizi di procurement il sito non veicola neppure informazioni sulle gare e sugli appalti in modo diretto, né consente ai potenziali fornitori di raggiungere sezioni dedicate esterne ad Italgaspiù.it.

Tra i diversi siti esaminati va precisato che i livelli di massima interattività e massimo accesso si registrano a livello nazionale a Genova e a Palermo dove i siti delle aziende locali erogatrici di gas offrono forme di contatto diretto on line con i funzionari ed i responsabili dei servizi. Il sito dell'azienda energetica attiva a Bologna prevede un livello di interazione *two way* rispetto alla gestione degli appalti offrendo la possibilità di scaricare bandi e capitolati e di formulare richieste e di poter ricevere adeguate risposte via web.

Infine, da sottolineare il punteggio massimo (100/100) ottenuto dal sito Italgaspiù sempre nell'ambito della macro area relativa a "Trasparenza accesso" registrato dall'ultimo indice di secondo livello appartenente a quest'area, quello inerente la **Trasparenza normativa**.

Si tratta dell'indice che sintetizza la capacità del sito di mettere in condizione l'utente di conoscere i propri diritti, di cogliere e approfondire il contesto normativo in cui si esplica l'attività di erogazione di servizi di pubblica utilità, di conoscere le decisioni aziendali tempestivamente, in modo da comprendere a pieno il senso del servizio fruito ed eventualmente esercitare più efficacemente il controllo sulle attività dell'ente.

Il bene pubblico informazione viene, quindi, da Italgas reso disponibile in modo assai completo attraverso la rete. Internet viene cioè considerato dall'ente in esame come un canale di comunicazione perfettamente in grado di rispondere alla domanda sociale di informazioni di carattere normativo e societario sull'azienda e sul contesto giuridico in cui essa si trova ad operare.

Qualità ed interattività dei servizi

Italgas già da tempo sperimenta modelli di

interazione on line avanzati con l'utenza di tipo *two way* ed oggi in misura crescente anche processi che si sviluppano completamente on line. Il punteggio complessivo pari a 80/100 ai massimi livelli nazionali sintetizza chiaramente la qualità ottenuta.

Nel dettaglio degli indici di secondo livello e relativamente al primo quello sulla **Visione dei servizi**, Italgaspiù.it evidenzia, sia pure con un buon punteggio (77,8), la presenza di aree di miglioramento sull'offerta on line rispetto soprattutto alla possibilità di inserire demo on line per effettuare procedure di acquisto di servizi o modifiche contrattuali e processi legati al servizio, tanto più in considerazione del fatto che il sito offre un ampio set di servizi interattivi avanzati.

Da osservare come la pratica della demo in linea che accompagna l'utente inesperto nella compilazione delle form e nella concreta fruizione del servizio si riscontra abbastanza diffusamente in Europa come emerge anche dall'esame dei siti delle principali utility europee del gas nelle principali capitali europee dove si raggiungono elevati standard di offerta di servizi interattivi. Rispetto alla **Gestione del contratto** gli 83 punti raggiunti da questo indice di secondo livello sintetizzano la forte attenzione di Italgas nel considerare il web come un importante canale di contatto ed erogazione di servizi a supporto della fornitura del gas. Attraverso il portale è possibile arrivare, infatti, alla stipula del contratto, effettuare volture o gestire la fornitura ad esempio richiedendo modifiche nel servizio.

Rispetto alla **Gestione di bollette e fatture**, il punteggio massimo ottenuto (100) evidenzia, inequivocabilmente, come lo sforzo in atto abbia prodotto ottimi risultati circa l'attivazione di procedure per il pagamento on line, il controllo e comunicazione dello stato delle fatture e bollette (pagamenti) o la modifica del loro recapito via internet.

Il quadro peggiora, però, in relazione all'indice di secondo livello sui **Consumi e tariffe** fermo a 57,7 punti, rispetto al quale è stata rilevata una completa transattività solo nel caso della comunicazione dei consumi effettivi. Il sito relativamente a tutte le altre caratteristiche esaminate, si limita a mettere a disposizione solo set informativi: come nel caso di richieste di preventivi, verifiche guasti, telelettura, e visualizzazione dello "storico" dei propri consumi.

Rispetto a questo indice vale la pena in Italia di evidenziare solamente la buona esperienza di Genova dove attraverso il sito risulta possibile oltre che comunicare i dati sui consumi, anche riservare un appuntamento per richiedere preventivi o per richiedere la manutenzione o la posa in opera dei contatori.

Usabilità e accessibilità

A fronte di una grande ricchezza informativa e ad un ottimo sviluppo di servizi il sito di Italgas riesce a mantenere una efficace navigabilità e usabilità che rendono l'uso del portale nazionale ben fruibile anche per quei soggetti con disabilità percettive o motorie ed in generale confortevole per tutte le categorie di utenti come sintetizzano i punteggi relativi agli indici di secondo livello relativi a **navigabilità, accessibilità, usabilità** pari rispettivamente a 86,7, 78,6 e 77,8 punti dei 100 disponibili.

La **navigabilità**, complessivamente più che soddisfacente, presenta ancora alcuni elementi suscettibili di miglioramento per rendere ancora più chiara la direzione del percorso di navigazione intrapreso: in primo luogo va prevista la presenza della descrizione del percorso, necessaria affinché l'utente possa mantenere l'orientamento nel corso della navigazione, mentre dovrebbe essere inserita la prevedibilità

dei link inserendo *tag html* o altri accorgimenti in maniera tale che l'utente oltre che comprendere l'esistenza di un link nel testo possa capire se il link stesso conduce in un sito diverso da quello navigato o se si aprono file diversi dall'Html. Rispetto all'indice di **usabilità** che descrive la capacità del sito di rendere agevole l'esperienza di fruizione di contenuti di rete soprattutto quando si sperimentano quei modelli di utilizzo avanzati che presuppongono forme di interazione continua, ad esempio scaricando moduli o utilizzando form e moduli online, emergono necessità di miglioramento solo rispetto alla chiarezza del *download* rispetto al quale può essere opportuno prevedere diversi formati. Da rilevare, in senso positivo, l'utile uso di *help* contestuali all'azione online svolta.

Italgas rispetto all'indicatore di usabilità ottiene il massimo punteggio nazionale. Altre buone prassi rispetto alle quali individuare possibili percorsi di miglioramento rispetto a questo indicatore non si rinvennero in ambito gas.

Per quanto riguarda l'**accessibilità**, il rispetto cioè di quel criterio in grado di qualificare le caratteristiche tecnico-editoriali che consentono a soggetti con ridotte abilità percettive motorie di fruire a pieno dei contenuti veicolati via web, il portale risponde in modo soddisfacente, anche se meno efficacemente rispetto agli altri indici di secondo livello che descrivono la macroarea dell'Usabilità, come attestano i 78,6 punti raggiunti.

Rispetto all'indice sull'**Accessibilità** permangono, quindi, margini di miglioramento relativamente alla possibilità di disporre nel sito di un'alternativa di testo sulle immagini usate come link, rispetto ai servizi di navigazione rapida tramite tastiera o prevedendo la possibilità di ingrandire i caratteri direttamente dallo schermo. Proprio rispetto

a quest'ultima caratteristica va osservato che in ambito gas si rileva l'esperienza dell'azienda attiva a Bologna, posizionata ai vertici rispetto all'indice sulla accessibilità e che offre, appunto, anche la possibilità di ingrandire i caratteri cliccando direttamente su un apposito menu nella home del sito.

Comunicazione, partecipazione, relazione

Italgaspiù.it rappresenta una buona pratica tra i siti energetici a livello nazionale rispetto all'obiettivo di riuscire a usare la rete anche per dar vita a relazioni dirette con la propria utenza, soprattutto nell'ottica di cura dei rapporti di clientela.

Il sito risponde, perciò, in modo più che adeguato rispetto sia agli obiettivi di **comunicazione online** sia a quelli di **comunicazione istituzionale**, che a quelli di **customer care**, con punteggi rispettivamente pari a 84,2/100, 90/100 e 92,3/100.

Permangono nella macroarea della "comunicazione e partecipazione" aspetti specifici rispetto ai quali occorre ancora intensificare gli sforzi di miglioramento, a partire dai servizi finalizzati alla **partecipazione** il cui indice sintetico ottiene comunque 77,8 punti, ad attestare una buona volontà di costruire comunità di clienti più partecipative, essendo presenti nei propri spazi online strumenti di scambio asincroni come i forum.

Sempre rispetto all'indice sulla **comunicazione online** sforzi di miglioramento potrebbero essere indirizzati verso l'esplicitazione dell'aggiornamento del sito (che comunque scaturisce indirettamente dalla tempestività con cui si aggiornano i contenuti informativi), nell'uso della multicanalità e nell'offerta di informazioni e servizi (SMS, videofonia), nonché sui servizi su TV e televideo. Per quanto riguarda la **comunica-**

zione istituzionale vale la pena di osservare come il sito potrebbe offrire maggiori informazioni rispetto alla Cooperazione ed alle relazioni esplicite dell'azienda con enti o soggetti anche non istituzionali, associazioni/enti locali. Allo stesso modo poche osservazioni possono essere fatte sulla **customer care** rispetto alla quale il sito esprime una forte attenzione a partire da una decisa segmentazione dei target. Qualche margine di miglioramento potrebbe scaturire al più da una maggiore attenzione sulla comunicazione relativa alla lettura online della bolletta con strumenti in grado di fornire informazioni in linea.

A livello nazionale solo il sito dell'Acea può offrire spunti in merito a tecniche per migliorare la leggibilità della bolletta.

Rispetto alla **partecipazione**, Italgas prevede nell'ottica di cura dei rapporti di clientela la possibilità di inviare consigli, segnalazioni e reclami all'ente. Allo stesso modo sono presenti questionari per la valutazione della soddisfazione, ma mancano tuttavia strumenti in grado di avviare forme di scambio più partecipativo. L'assenza di forum pesa sul giudizio finale della **partecipazione** che comunque eccellente nella comparazione nazionale ottenendo 77,8/100. Il sito sembra riflettere soprattutto un approccio "consumeristico" e meno una prospettiva partecipativa e di scambio. La questione ovviamente travalica l'aspetto di rete e va ad impattare sulle logiche di governance delle *public utilities* e sul ruolo che esse devono assumere rispetto ai diritti di cittadinanza ed alle dinamiche di mercato.

Sviluppo tecnologico

Il sito Internet di Italgas raggiunge un livello soddisfacente anche rispetto agli aspetti tecnologici. Il punteggio di 75 posiziona

Italgaspiù.it al terzo posto nella graduatoria di categoria. Occorre osservare che i punteggi si distribuiscono in modo omogeneo rispetto ai due indici di secondo livello che descrivono la macroarea dello sviluppo tecnologico. Sia l'indice sulla **qualità del server** che quello reattivo all'html ed al web design ottengono entrambi 75 punti su 100.

Rispetto al primo indice sulla qualità del server e connessioni, margini di miglioramento sembrerebbero esservi soprattutto rispetto al *download*, misurato come tempo

virtualmente necessario allo scaricamento di 10 k che è apparso ad un livello intermedio rispetto alle cinque classi di risultati previste dalla rilevazione.

Per quanto riguarda la qualità dell'HTML e degli altri linguaggi di programmazione adottati nonché rispetto al web design, il portale registra una efficace realizzazione con alcuni margini di miglioramento per quanto riguarda i *broken link* dall'home page, gli errori di codice HTML, ed errori rispetto alla compatibilità dei diversi *browsers*.

5.0 Servizi di distribuzione e vendita dell'acqua

5.1. Analisi e valutazione di www.aceaspa.it

5.1.1 Trasparenza e accesso – www.aceaspa.it

Indici 2° livello	STANDARD TENDENZIALI da raggiungere	STANDARD RAGGIUNTI	PUNTEGGIO Indici 2° livello		Roma PUNTEGGIO Macroarea Generale	MIGLIOR RISULTATO Macroarea Generale
			Roma	Miglior risultato Indici 2° livello		
Trasparenza e Accesso	Trasparenza Aziendale	Presenza Informazioni sulla struttura dell'azienda/ente	Si	89,5/100	Roma (89,5/100) Milano Bari Catania (89,5/100)	Roma (85,4/100) Bari (85,4/100)
		Presenza Informazioni sull'organigramma dell'azienda/ente	Si			
		Presenza Presentazione servizi	Si			
		Presenza <i>Mission</i> dell'azienda/ente	Si			
		Presenza Informazioni sul sistema di Qualità	Si			
		Presenza Informazioni sulla durata di ciascun procedimento	No			
		Indicazione degli uffici e dei responsabili dei procedimenti	Parzialmente			
	Presenza informazioni sulla privacy/ uso dei dati	Si				
	Presenza di Spazi per comitati etici	Si	71,4/100	Catania (85,7/100)		
	Accesso	Presenza di Indicazioni sull'ubicazione fisica degli uffici/sportelli			Si	
Presenza di Informazioni relative agli orari di apertura degli uffici/ sportelli		Si				
Presenza di telefono e/o e-mail dei responsabili dei processi e/o dei servizi		Parzialmente				
Presenza di servizi di <i>e-procurement</i> con possibilità di partecipare a bandi		Parzialmente				
Trasparenza normativa	Presenza di testi delle delibere aziendali o dell'ente	Si	100//100	Roma (100/100) Trieste/ Venezia Bologna/ Bari (100/100)		
	Presenza di pagine relative al Bilancio	Si				
	Presenza pagine relative al Bilancio sociale	Si				
	Presenza di Informazioni sulla normativa di riferimento	Si				

5.1.2 Qualità e interattività dei servizi in rete - www.aceaspa.it

Indici 2° livello	STANDARD TENDENZIALI da raggiungere	STANDARD RAGGIUNTI	PUNTEGGIO Indici 2° livello		Roma PUNTEGGIO Macroarea Generale	MIGLIOR RISULTATO Macroarea Generale
			Roma	Miglior risultato Indici 2° livello		
Visione dei servizi	Elenco dei servizi in rete già disponibili	Si	66,7/100	Roma (66,7/100) Milano/ Bologna/ Napoli/ Bari/ Palermo/ Catania (66,7/100)	61,3/100	Bari (78,8/100)
	CDisponibilità 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	Parzialmente	50/100	Bari (70/100)	61,3/100	Bari (78,8/100)
	Voltura dei contratti	Parzialmente				
	Nuovo allaccio	Parzialmente				
	Disdetta della fornitura	Parzialmente				
	Gestione fornitura - modifica di potenza	Parzialmente				
	Richiesta intervento on site	Parzialmente				
Gestione bollette e fatture	Pagamento	Si	70/100	Bari (85/100)	61,3/100	Bari (78,8/100)
	Controllo e comunicazione stato delle fatture (pagamenti)	Si				
	Modifica recapito fatture	Parzialmente				
	Informazioni su cosa fare se non è arrivata la fattura (Richiesta duplicato fattura)	Parzialmente				
Consumi e tariffe	Richiesta preventivi	Parzialmente	66,7/100	Bari (90,5/100)	61,3/100	Bari (78,8/100)
	Comunicazione consumi effettivi	Si				
	Visualizzazione consumi / telelettura	Parzialmente				
	Visualizzazione storico consumi	Si				
	Richiesta verifiche guasti, manutenzioni misuratori e contatori Richiesta posa nuovo contatore	Parzialmente				

5.1.3 Usabilità e accessibilità - www.aceaspa.it

Indici 2° livello	STANDARD TENDENZIALI da raggiungere	STANDARD RAGGIUNTI	PUNTEGGIO Indici 2° livello		Roma PUNTEGGIO Macroarea Generale	MIGLIOR RISULTATO Macroarea Generale
			Roma	Miglior risultato Indici 2° livello		
Navigabilità	Presenza di logo istituzionale	Si	66,7/100	Bologna Palermo (93,3/100)	71,1/100	Bologna Palermo (81,6/100)
	Link alla home page in ogni pagina interna	Si				
	Percorso indicato in ogni pagina	No				
	Visibilità dei link attivi	No				
	Prevedibilità dei link	No				
	Esistenza ed efficacia del motore di ricerca interno	No				
	Presenza di mappa del sito (entro i primi 2 livelli)	Si				
Accessibilità	Ricorrenza di elementi uguali e riconoscibili in tutte le pagine	Si	78,6/100	Roma (78,6/100) Torino Genova (78,6/100)	71,1/100	Bologna Palermo (81,6/100)
	Disponibilità di un'alternativa di testo sulle immagini usate come link e descrizione delle zone attive nel caso di immagini con mappe sensibili	No				
	Coerenza assoluta nel caso dell'utilizzo di colori per definire settori tematici	Si				
	Possibilità di ingrandire i caratteri dello schermo	No				
	Assenza 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	Parzialmente	66,7/100	Palermo (77,8/100)	71,1/100	Bologna Palermo (81,6/100)
	Presenza di help	No				
	Esistenza e chiarezza dei messaggi di errore	Si				

5.1.4 Comunicazione, partecipazione, relazionalità - www.aceaspa.it

Indici 2° livello	STANDARD TENDENZIALI da raggiungere	STANDARD RAGGIUNTI	PUNTEGGIO Indici 2° livello		Roma PUNTEGGIO Macroarea Generale	MIGLIOR RISULTATO Macroarea Generale
			Roma	Miglior risultato Indici 2° livello		
Comunicazione on line	Reperibilità della URL sul motore di ricerca Google a partire dal nome dell'Azienda/ Ente	Si	68,4/100	Genova/ Venezia Bologna (73,7/100)	74,5/100	Bari (82,4/100)
	Popolarità del sito basata sui link dall'esterno verso la url del sito	Parzialmente				
	Presenza Faq	Si				
	Link utili	Si				
	Esplicitazione aggiornamento del sito	No				
	Uso della multicanalità nell'offerta di informazioni e servizi (WAP/ UMTS, newsletter, call/contact center, TV digitale terrestre, TV on line, televideo)	No				
	Area dell'home page o pagina dedicata al primo piano (news istituzionali)	Si				
Publicazione di newsletter e/o mailing list destinata all'utenza	No					
Comunicazione istituzionale/Comunicazione istituzionale	Glossario	Si	90/100	Bologna/ Bari (100/100)	74,5/100	Bari (82,4/100)
	Presenza Campagne di comunicazione istituzionale	Si				
	Progetti sul territorio scuole, progetti formativi	Parzialmente				
	Cooperazione e relazioni esplicite con enti o soggetti non istituzionali Associazioni/enti locali	Si				
Customer care	Informazioni generali sulle condizioni contrattuali	Si	92,3/100	Roma (92,3/100) Napoli/Bari Palermo (92,3/100)	74,5/100	Bari (82,4/100)
	Lettura fattura/bolletta	Si				
	Informazioni sulla carta dei servizi	Si				
	Presenza in home page di riferimento a contact center (numero verde, numero facile ecc contatto on line) entro il II livello	Si				
	Pagina/e informative relative al servizio di customer care	Si				
	Presenza di canali per target	Si				
Partecipazione	Possibilità di inviare consigli e segnalazioni reclami all'ente	Parzialmente	44,4/100	Bari/Palermo (77,8/100)	74,5/100	Bari (82,4/100)
	Presenza di forum	No				
	Disponibilità di sondaggi on line	No				
	Questionari valutazione del servizio erogato dall'azienda/ente	No				

5.1.5 Sviluppo tecnologico - www.italgaspiu.it

Indici 2° livello	STANDARD TENDENZIALI da raggiungere	STANDARD RAGGIUNTI	PUNTEGGIO Indici 2° livello		Roma PUNTEGGIO Macroarea Generale	MIGLIOR RISULTATO Macroarea Generale
			Roma	Miglior risultato Indici 2° livello		
Qualità server e connessioni	Tempo medio di connessione (connect time)	Parzialmente	62,5100	Bari Torino (87,5/100)	78,6/100	Milano (82,1/100)
	Download: tempo virtualmente necessario allo scaricamento di 10k	Parzialmente				
Qualità dell'Html e web design	Controllo di validità dei link a partire dall'home page (N° errori)	Si	85/100	Milano Cagliari (95/100)	78,6/100	Milano (82,1/100)
	Numero assoluto di errori rilevati nel codice HTML dell'home page del sito	Parzialmente				
	Numeri di errori della home page con le diverse tipologie di browser	Parzialmente				
	Peso complessivo dell'home page	Si				
	Peso Grafica dell'home page	Parzialmente				
	Rapporto fra l'impianto grafico dell'home page e il numero di immagini caricate	Si				
	Immagini in home page eccedenti il limite di 20 K	Parzialmente				
	Tempo necessario al caricamento completo della pagina principale con connessione analogica (56k)	Parzialmente				

5.1.6 Visione Complessiva - www.aceaspa.it Ranking Nazionale

Tab Qualità complessiva dei servizi on line di www.aceaspa.it e delle aziende di distribuzione e vendita dell'acqua attive nelle 14 città metropolitane italiane

Città	Azienda / Ente	WEB	Qualità Complessiva	Rank Generale	Trasparenza	Rank trasparenza	Qualità e interattività dei servizi	Rank qualità e interattività dei servizi	Usabilità e accessibilità	Rank Usabilità e accessibilità	Comunicazione	Rank Comunicazione	Tecnologie	Rank Tecnologie
Bari	Aqp – Acquedotto pugliese	www.aqp.it/	77,1	1°	85,4	1°	78,8	1°	71,1	3°	82,4	1°	67,9	9°
Bologna	HERA S.p.A.	www.grup-pohera.it:/	75,2	2°	82,9	4°	57,5	5°	81,6	1°	82,4	1°	71,4	6°
Roma	Acea Spa	http www.aceaspa.it	74,5	3°	85,4	1°	61,3	3°	71,1	3°	74,5	3°	78,6	2°
Palermo	Amap	www.amap.it/	71,1	4°	78,0	8°	62,5	2°	81,6	1°	72,5	4°	60,7	11°
Napoli	ARIN SPA Azienda Risorse Idriche di Napoli	www.arin.na.it	69,7	5°	78,0	8°	55,0	6°	68,4	8°	68,6	6°	78,6	2°
Catania	Sidra Spa	www.sidra-spa.it	69,3	6°	85,4	1°	48,8	8°	68,4	8°	72,5	4°	71,4	6°
Milano	Gruppo Cap	www.capgestione.it	69,2	7°	80,5	5°	48,8	8°	65,8	11°	68,6	6°	82,1	1°
Trieste	Acegas	www.acegas.trieste.it	68,0	8°	80,5	5°	52,5	7°	71,1	3°	64,7	10°	71,4	6°
Venezia	Vesta – Venezia servizi territoriali e ambientali	www.vestaspa.net	66,2	9°	78,0	8°	58,8	4°	71,1	3°	68,6	6°	64,3	10°
Genova	AMGA	www.amga-spa.it/	63,1	10°	80,5	5°	40,0	11°	71,1	3°	66,7	9°	57,1	13°
Torino	Società Metropolitana Acque Torino S.p.A	www.smatorino.it	62,5	11°	75,6	11°	45,0	10°	68,4	8°	62,7	11°	60,7	11°
Firenze	Publiacqua	www.publiacqua.it	60,7	12°	75,6	11°	26,3	12°	65,8	11°	60,8	12°	75,0	4°
Cagliari	ESAF Ente Sardo Acquedotti e Fognature	www.esaf.it	58,4	13°	68,3	13°	26,3	12°	65,8	11°	56,9	13°	75,0	4°
Messina	AMAM	www.amam.it/ www.amamme.com/	0,0	14°	0,0	14°	0,0	14°	0,0	14°	0,0	14°	0,0	14°

5.1.7 www.aceaspa.it - Indici di II° Livello – Confronto nazionale

Analisi degli indici di II° livello dei servizi on line di www.aceaspa.it e delle aziende di distribuzione e vendita dell'acqua attive nelle 14 città metropolitane italiane

	Trasparenza				Qualità dei servizi					
	Trasparenza aziendale	Accesso	Trasparenza normativa	Valore complessivo	Visione Servizi	Gestione contratto	Gestione Bollette	Consumi e tariffe	Valore complessivo	
Torino	78,9	71,4	75,0	75,6	Torino	55,6	46,7	40,0	42,9	45,0
Genova	84,2	71,4	87,5	80,5	Genova	55,6	46,7	30,0	33,3	40,0
Milano	89,5	71,4	75,0	80,5	Milano	66,7	56,7	40,0	38,1	48,8
Trieste	78,9	71,4	100,0	80,5	Trieste	55,6	53,3	45,0	57,1	52,5
Venezia	73,7	71,4	100,0	78,0	Venezia	55,6	60,0	35,0	42,9	48,8
Bologna	84,2	71,4	100,0	82,9	Bologna	66,7	60,0	40,0	66,7	57,5
Firenze	73,7	71,4	87,5	75,6	Firenze	44,4	23,3	20,0	28,6	26,3
Cagliari	68,4	71,4	62,5	68,3	Cagliari	55,6	20,0	20,0	28,6	26,3
Napoli	84,2	71,4	75,0	78,0	Napoli	66,7	46,7	45,0	71,4	55,0
Bari	89,5	71,4	100,0	85,4	Bari	66,7	70,0	85,0	90,5	78,8
Messina	0,0	0,0	0,0	0,0	Messina	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Palermo	84,2	71,4	75,0	78,0	Palermo	66,7	60,0	55,0	71,4	62,5
Catania	89,5	85,7	75,0	85,4	Catania	66,7	43,3	45,0	52,4	48,8
Roma	89,5	71,4	100,0	85,4	Roma	66,7	50,0	70,0	66,7	61,3

(segue) Analisi degli indici di II° livello dei servizi on line di www.aceaspa.it e delle aziende di distribuzione e vendita dell'acqua attive nelle 14 città metropolitane italiane

Usabilità e accessibilità					Comunicazione e partecipazione					Sviluppo tecnologico				
	Navigabilità	Accessibilità	Usabilità	Valore complessivo		Comunicazione on line	Comunicazione Istituzionale	Partecipazione	Customer care	Valore complessivo		Server e connessione	Html e web design	Valore complessivo
Torino	73,3	78,6	44,4	68,4	Torino	63,2	60,0	44,4	76,9	62,7	Torino	87,5	50,0	60,7
Genova	80,0	78,6	44,4	71,1	Genova	73,7	70,0	55,6	61,5	66,7	Genova	62,5	55,0	57,1
Milano	60,0	71,4	66,7	65,8	Milano	68,4	90,0	44,4	69,2	68,6	Milano	50,0	95,0	82,1
Trieste	73,3	71,4	66,7	71,1	Trieste	57,9	70,0	44,4	84,6	64,7	Trieste	75,0	70,0	71,4
Venezia	73,3	71,4	66,7	71,1	Venezia	73,7	60,0	55,6	76,9	68,6	Venezia	75,0	60,0	64,3
Bologna	93,3	78,6	66,7	81,6	Bologna	73,7	100,0	66,7	92,3	82,4	Bologna	62,5	75,0	71,4
Firenze	73,3	71,4	44,4	65,8	Firenze	68,4	40,0	44,4	76,9	60,8	Firenze	50,0	85,0	75,0
Cagliari	73,3	71,4	44,4	65,8	Cagliari	57,9	40,0	44,4	76,9	56,9	Cagliari	25,0	95,0	75,0
Napoli	66,7	71,4	66,7	68,4	Napoli	68,4	50,0	55,6	92,3	68,6	Napoli	50,0	90,0	78,6
Bari	73,3	71,4	66,7	71,1	Bari	68,4	100,0	77,8	92,3	82,4	Bari	87,5	60,0	67,9
Messina	0,0	0,0	0,0	0,0	Messina	5,3	0,0	0,0	0,0	2,0	Messina	0,0	0,0	0,0
Palermo	93,3	71,4	77,8	81,6	Palermo	57,9	70,0	77,8	92,3	72,5	Palermo	25,0	75,0	60,7
Catania	80,0	64,3	55,6	68,4	Catania	68,4	80,0	55,6	84,6	72,5	Catania	25,0	90,0	71,4
Roma	66,7	78,6	66,7	71,1	Roma	68,4	90,0	44,4	92,3	74,5	Roma	62,5	85,0	78,6

5.1.8 Acea – Confronto con i Siti web delle Public utilities di distribuzione e vendita dell'acqua di alcune Capitali Europee relativamente all'indicatore "Qualità dei servizi".

Qualità dei servizi							
	Azienda/Ente	URL	Visione Servizi	Gestione contratto	Gestione Fatture	Consumi e tariffe	Valore complessivo
Berlino	Berliner Wasserbetriebe	www.bwb.de	66,7	80,0	80,0	61,9	78,7
Madrid	Canal de Isabel II	www.cyii.es	66,7	60,0	75,0	52,4	66,7
Parigi	Compagnie des eaux de Paris	www.compagnie-des-eaux-de-paris.com	66,7	40,0	80,0	61,9	62,7
Roma	Acea	www.aceaspa.it	66,7	50,0	70,0	66,7	61,3
Londra	Thameswater	www.thameswater.co.uk	66,7	40,0	55,0	38,1	49,3

5.1.9 Analisi complessiva del sito Acea – Parte idrica

Il sito dell'Acea Spa come già osservato inanzi è stato analizzato in maniera duplice, applicando il metodo di analisi sia alla parte relativa all'energia con l'importante sezione individuata da un sito accessibile direttamente da aceaspa.it, raggiungibile all'indirizzo Aceaelectrabelettricità.it e sia a quella sui servizi di fornitura dell'acqua, i due ambiti nei quali l'azienda svolge la sua attività di servizio, in modo che fosse possibile mettere a confronto Acea con i servizi on line realizzati dai diversi fornitori di servizi di pubblica utilità.

Il sito Aceaspa.it, relativamente alla componente idrica, ottiene risultati di un certo rilievo, collocandosi al terzo posto nella classifica delle aziende idriche, con un punteggio di 74,5 centesimi.

La parte idrica di Acea ha come punto di forza soprattutto la Trasparenza e accesso, dove il punteggio aggregato è di 85,4 centesimi, seguendo un'impostazione simile, ed in buona parte coincidente, con quella della parte elettrica. Buoni anche i livelli raggiunti per quanto riguarda Usabilità e accessibilità (71,1), Comunicazione partecipazione e relazionalità (74,5) e Sviluppo tecnologico (78,6). Unica area di carenza è quella relativa alla Qualità ed interattività dei servizi dove il sito ottiene 61,3 punti sui 100 disponibili, a conferma di un'oggettiva difficoltà ad implementare transazioni on line, per un'azienda che gestisce una tipologia di servizi caratterizzati da complessità nei rapporti con l'utenza. Bisogna però anche dire che, rispetto alla Qualità ed interattività dei servizi, il sito Acea per la parte idrica si colloca comunque al quinto posto, dopo siti che raggiungono prestazioni molto elevate, a partire da quello realizzato dall'acquedotto pugliese (78,8).

Trasparenza e accesso

Il sito presenta ottime caratteristiche, rispetto al criterio della trasparenza ed accesso, per il quale occupa il primo posto in classifica tra le utilities idriche, dove raggiunge il punteggio di 85,4/100.

Per quanto riguarda, in particolare gli indici di secondo livello su cui si articola questa macroarea, se si osserva la **trasparenza aziendale**, si nota come i livelli raggiunti sono molto buoni (89,5/100), grazie alla soddisfazione di gran parte dei requisiti per i servizi idrici. Sono infatti presenti: informazioni sulla struttura dell'azienda, la presentazione dei diversi servizi, la *mission* dell'azienda, informazioni sulla privacy, spazi per comitati etici.

Mancano, come per tutti gli altri siti analizzati, le informazioni sulla durata di ciascun procedimento, un requisito che ancora fatica a diventare patrimonio comune tra i soggetti fornitori di servizi d'interesse pubblico. Non sono presenti le Informazioni sul sistema di Qualità e le informazioni sull'organigramma dell'azienda.

Rispetto al criterio dell'**accesso**, per il quale non c'è distinzione tra servizi elettrici ed idrici, le *performances* dell'area idrica di Acea sono un po' inferiori, ma comunque buone (71,4/100). Sono presenti sia le indicazioni sull'ubicazione fisica degli uffici/sportelli, sia le informazioni relative ai loro orari di apertura. Non sono però completamente soddisfatte le esigenze informative per quanto riguarda i contatti telefonici o email dei responsabili dei vari processi e servizi, né per la presentazione di bandi.

C'è anche un ambito nel quale il sito soddisfa completamente i criteri richiesti, raggiungendo il punteggio non migliorabile di 100/100. E' quello della Trasparenza normativa, che vede soddisfatti tutti i requisiti: Presenza di testi delle delibere aziendali; di

pagine relative al Bilancio; di pagine relative al Bilancio sociale; di Informazioni sulla normativa di riferimento.

Qualità ed interattività dei servizi in rete

La parte di servizi in rete è quella dove il sito Acea fa registrare i risultati meno brillanti, il dato già rilevato nell'ambito dei servizi elettrici di Acea migliora leggermente nel caso dell'offerta idrica dove il portale ottiene 61,3 punti.

La componente relativa agli indicatori sulla **Visione dei servizi** raggiunge un livello relativamente più soddisfacente con 66,7 punti non differenziandosi dall'area elettrica. Il sito non permette di individuare il set dei servizi di prossima attivazione, ma è soddisfatta l'esigenza di avere l'elenco dei servizi in rete già disponibili, così come quella di disporre di un'adeguata sezione ad accesso protetto. Manca però un'area demo per l'accesso ai servizi interattivi.

L'indice relativo alla **Gestione del contratto** presenta risultati decisamente insoddisfacenti (50/100). Sono presenti infatti solo livelli informativi o al massimo previsto il *download* di formulari relativamente alla stipula del contratto, alle volture ai nuovi allacci, alle disdette ed modifiche della fornitura. Per gli utenti dell'acqua di Acea lo sportello e in taluni casi il canale telefonico, restano le uniche alternative possibili per completare procedure di gestione del contratto e di fruizione del servizio idrico.

Nella **Gestione di bollette e fatture** il punteggio è pari a 70 centesimi, l'interfaccia di accesso è unico e i clienti dei servizi possono modificare direttamente on line l'indirizzo per il recapito delle bollette e prendere visione e comunicare informazioni sullo stato delle bollette. Il pagamento on line non è previsto in alcun modo.

Analoga situazione si ha per la parte rela-

tiva a Consumi e tariffe, dove il sito ottiene 66,7 centesimi. Si può comunicare la lettura dei consumi effettivi, ma non sono previsti sistemi a distanza di visualizzazione dei consumi o di telelettura. E' prevista la possibilità di visualizzare lo storico dei consumi. Non è possibile, infine, richiedere on line interventi per verifiche di guasti o manutenzione dei contatori, né ottenere preventivi.

Il quadro di carenza di servizi interattivi che Acea evidenzia in ambito idrico, si contrappone ad esperienze nazionali più avanzate, tutte caratterizzate da elevati livelli di interattività. Il sito dell'Acquedotto Pugliese per la città di Bari ottiene, ad esempio, oltre 78 punti, potendo mettere a disposizione dell'utenza servizi on line di tipo transattivo sia per quanto riguarda la gestione del contratto, con la richiesta on line di voltura o della modifica della fornitura, come pure per la richiesta di intervento on site, sia per quei servizi relativi alla gestione delle bollette e fatture, a partire dai pagamenti, consentiti anch'essi via web, per arrivare al controllo e comunicazione sullo stato dei pagamenti stessi e alla richiesta di modifica recapito delle bollette.

Il Mezzogiorno nell'offerta on line di servizi legati alla distribuzione idrica sembra aver superato il deficit strutturale nella capacità di offerta, tanto da proporre le due migliori esperienze in rete in Italia nello specifico ambito. Le difficoltà di erogazione e la strategicità della risorsa "acqua" sembrano motivare l'avvio di servizi on line avanzati. Palermo è al secondo posto nella classifica nazionale, dopo Bari, rispetto ai servizi interattivi, proponendo una diffusa capacità di avviare transazioni di tipo *two way*, e quindi consentendo l'invio di richieste di contratto via web e l'avvio di moltissime procedure, anche se il perfezionamento via internet dei rapporti non è ancora previsto.

Anche il sito dell'azienda idrica bolognese, può costituire un buon esempio da imitare. Con il secondo posto nella classifica nazionale generale dei siti ed il quinto rispetto alla qualità e interattività dei servizi, è in grado di proporre alcuni servizi di eccellenza come le volture e le disdette effettuabili anche on line.

A livello europeo per quanto riguarda i servizi idrici va osservato che dei siti delle aziende fornitrici di acqua delle 4 capitali europee prese in esame, solo quello di Berlino¹⁶ raggiunge standard pienamente soddisfacenti.

Al di là degli aspetti giuridico normativi nazionali che condizionano anche il modello di servizio on line, si osserva a livello europeo una preponderanza di contenuti informativi a scapito di quelli transattivi. Londra ad esempio che pure prevede il pagamento on line dei servizi idrici, per tutte le altre attività inerenti la gestione del servizio si limita a fornire solo il livello minimo dell'offerta on line, quello strettamente informativo.

La capitale tedesca offre, invece, un insieme più articolato di servizi interattivi non prevedendo, tuttavia, forme di pagamento on line. L'azienda idrica berlinese si concentra sugli ambiti relativi alla gestione del contratto, sia rispetto alla gestione delle fatture che a quella dei consumi. Si tratta di una serie di servizi transattivi che arrivano a prevedere in qualche caso la conclusione della procedura direttamente on line: come nel caso di volture dei contratti, disdette della fornitura, controlli e comunicazione sullo stato delle bollette rispetto ai pagamenti o relativamente alla modifica del recapito delle bollette.

Da rilevare come il sito tedesco offra anche

una analisi di laboratorio completa dell'acqua nei vari quartieri della città con ricerca dei dati attraverso l'immissione del codice postale o tramite una mappa interattiva¹⁷. Il sito dell'azienda idrica di Madrid che non presenta particolari livelli qualitativi superando al massimo la dimensione *two way* solo relativamente alla comunicazione dei consumi da parte degli utenti, propone un servizio interattivo che permette di conoscere in tempo reale il livello degli invasi da cui la metropoli spagnola trae le sue risorse idriche.

Usabilità e accessibilità

Per quanto riguarda la capacità di soddisfare efficacemente le esigenze dell'utente rispetto alla navigazione, oltre che quelle della speciale categoria degli utenti con disabilità, le prestazioni del sito sono accettabili, raggiungendo il punteggio di 71,1 centesimi.

Scendendo più in dettaglio, l'aspetto della Navigabilità di aceaspa.it è più debole rispetto alle utenze idriche: non sono soddisfatti i requisiti della Visibilità dei link attivi e della Prevedibilità dei link. Non è cioè possibile visualizzare l'azione del *click* su un link mentre la si sta compiendo, né si riesce a capire se un link conduce ad un file di formato diverso dall'html (come il pdf). Manca il Percorso indicato in ogni pagina, e un efficace motore di ricerca interno.

Rispetto all'accessibilità, le prestazioni sono uniformi in tutto il sito Acea dipendendo questo fattore dal modo in cui è scritto il codice html. Tra gli indicatori di più facile comprensibilità si possono citare, tra quelli positivi, la coerenza nell'uso dei colori per

definire le varie aree tematiche, così come l'assenza di ridondanti pagine introduttive al sito. Tra quelli assenti vanno invece annoverati la navigazione facilitata da tastiera, come alternativa al mouse, e la possibilità di ingrandire i caratteri sullo schermo, per facilitare gli ipovedenti.

Infine l'usabilità risulta appena accettabile (66,7/100), per una scarsa adeguatezza dei modelli di *download* della modulistica e la mancanza di *help* contestuali all'azione intrapresa o comunque disponibili on line.

Comunicazione, partecipazione, relazione

Per gli aspetti del sito che riguardano la capacità di fare rete con altri soggetti, compresi i propri utenti, l'aceaspa.it è a livelli abbastanza alti, totalizzando un punteggio di 74,5. Buone, in particolare, le prestazioni rispetto alla **Comunicazione istituzionale** e al **Customer care**.

Sulla **Comunicazione istituzionale**, il sito è molto vicino agli standard massimi (90/100): mancano solo spazi dedicati ai Progetti sul territorio ed alla didattica. Allo stesso modo molto elevata è la prestazione del sito in termini di **Customer care**, (92,3/100). Tutti i relativi indicatori sono soddisfatti ma a differenza della parte elettrica sul sito aceaspa.it non è risultato possibile leggere on line la bolletta in modo interattivo.

Più debole, infine, è risultato l'insieme delle prestazioni riconducibili alla **Comunicazione on line**, dove il sito aceaspa.it raggiunge 73,7 centesimi. I punti deboli da migliorare si individuano nell'assenza di FAQ e

nell'uso ridotto della multicanalità per l'offerta di informazioni e servizi.

Le note più dolenti si trovano, però, nell'area della **Partecipazione**. Qui il punteggio è del tutto insufficiente (44,4/100). Nessuno dei requisiti presi in considerazione (possibilità di inviare consigli e segnalazioni reclami all'ente; presenza di forum; disponibilità di sondaggi on line; questionari valutazione del servizio erogato dall'azienda) è soddisfatto, seppure in modo parziale.

Sviluppo tecnologico

Il livello di sviluppo che il sito Acea è in grado di raggiungere è buono, totalizzando - nel punteggio misurato rispetto al relativo criterio - 78,6 punti sui cento disponibili. Il web design, è abbastanza curato più delle infrastrutture utilizzate.

Nella Qualità del server e delle connessioni il punteggio calcolato è di 62,5. Il Tempo necessario all'individuazione del DNS può migliorare. Si tratta di un indicatore che descrive la prontezza del sito ad essere individuato in termini di millisecondi impiegati per associare il dominio richiesto dal browser all'indirizzo IP che designa il server sul quale il dominio stesso è ospitato.

La qualità dell'html e del web design è eccellente (punteggio di 85/100). Margini di miglioramento possono individuarsi nelle pagine a partire dalla home page, che possono essere rese un po' più leggere e quindi più veloci nella lettura soprattutto per quella componente di utenza dotata di connessioni meno veloci che rappresenta oggi ancora la componente preponderante della domanda nel nostro paese.

¹⁶ <http://www.bwb.de>.

¹⁷ http://www.bwb.de/deutsch/trinkwasser/analyse_wasserwerk_tegel.html.

6.0 Servizi Ambientali

6.1. Analisi e valutazione di www.amaroma.it

6.1.1 Trasparenza e accesso – www.amaroma.it

Indici 2° livello	STANDARD TENDENZIALI da raggiungere	STANDARD RAGGIUNTI	PUNTEGGIO Indici 2° livello		Roma PUNTEGGIO Macroarea Generale	MIGLIOR RISULTATO Macroarea Generale
			Roma	Miglior risultato Indici 2° livello		
Trasparenza Aziendale	Presenza Informazioni sulla struttura dell'azienda/ente	Si	78,9/100	Bologna (89,5/100)	70,7/100	Bologna (85,4/100)
	Presenza Informazioni sull'organigramma dell'azienda/ente	Si				
	Presenza Presentazione servizi	Si				
	Presenza <i>Mission</i> dell'azienda/ente	Si				
	Presenza Informazioni sul sistema di Qualità	No				
	Presenza Informazioni sulla durata di ciascun procedimento	No				
	Indicazione degli uffici e dei responsabili dei procedimenti	Parzialmente				
	Presenza informazioni sulla privacy/ uso dei dati	Si				
	Presenza di Spazi per comitati etici	No				
	Accesso	Presenza di Indicazioni sull'ubicazione fisica degli uffici/sportelli				
Presenza di Informazioni relative agli orari di apertura degli uffici/ sportelli		Si				
Presenza di telefono e/o e-mail dei responsabili dei processi e/o dei servizi		Parzialmente				
Presenza di servizi di <i>e-procurement</i> con possibilità di partecipare a bandi		Parzialmente				
Trasparenza normativa	Presenza di testi delle delibere aziendali o dell'ente	No	50,0/100	Torino Trieste Bologna (100/100)	70,7/100	Bologna (85,4/100)
	Presenza di pagine relative al Bilancio	Parzialmente				
	Presenza pagine relative al Bilancio sociale	No				
	Presenza di Informazioni sulla normativa di riferimento	Parzialmente				

6.1.2 Qualità e interattività dei servizi in rete – www.amaroma.it

Indici 2° livello	STANDARD TENDENZIALI da raggiungere	STANDARD RAGGIUNTI	PUNTEGGIO Indici 2° livello		Roma PUNTEGGIO Macroarea Generale	MIGLIOR RISULTATO Macroarea Generale
			Roma	Miglior risultato Indici 2° livello		
Qualità e interattività dei servizi in rete Servizi di Igiene Urbana	Calcolo tariffa domestica	Si	70/100	Roma (70/100) Firenze (65/100)	73,3/100	Roma (73,3/100) Venezia (60/100)
	Denuncia per l'applicazione della tariffa	Parzialmente				
	Richiesta smaltimento rifiuti ingombranti	Parzialmente				
	Controllo delle date di pulizia stradale	Parzialmente				
	Scelta dei contenitori per raccolta differenziata	Parzialmente				
Igiene Urbana Fornitura e Tariffe	Pagamento tariffa	Si	80/100	Roma (80/100) Venezia (60/100)		
	Disdetta o modifica della fornitura	Parzialmente				

6.1.3 Usabilità e accessibilità – www.amaroma.it

Indici 2° livello	STANDARD TENDENZIALI da raggiungere	STANDARD RAGGIUNTI	PUNTEGGIO Indici 2° livello		Roma PUNTEGGIO Macroarea Generale	MIGLIOR RISULTATO Macroarea Generale
			Roma	Miglior risultato Indici 2° livello		
Usabilità e accessibilità Navigabilità	Presenza di logo istituzionale	Si	93,3/100	Roma (93,3/100) Bologna (93,3/100)	86,8/100	Roma (86,8) Bologna (86,8)
	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				
Usabilità e accessibilità Accessibilità	Ricorrenza di elementi uguali e riconoscibili in tutte le pagine	Si	92,9/100	Roma (92,9/100) Bologna (92,9/100)	86,8/100	Roma (86,8) Bologna (86,8)
	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 settori tematici	Si				
	Possibilità di ingrandire i caratteri dello schermo	Si				
	Assenza 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 e accessibilità Usabilità	Qualità del download della modulistica	Parzialmente	66,7/100	Roma (66,7/100) Torino/Venezia Bologna (66,7/100)		
	Presenza di help	No				
	Esistenza e chiarezza dei messaggi di errore	Si				

6.1.4 Comunicazione, partecipazione, relazionalità – www.amaroma.it

Indici 2° livello	STANDARD TENDENZIALI da raggiungere	STANDARD RAGGIUNTI	PUNTEGGIO Indici 2° livello		Roma PUNTEGGIO Macroarea Generale	MIGLIOR RISULTATO Macroarea Generale
			Roma	Miglior risultato Indici 2° livello		
Comunicazione on line	Reperibilità della URL sul motore di ricerca Google a partire dal nome dell'Azienda/ Ente	Si	89,5/100	Roma (89,5/100) Firenze (78,9/100)	89,6/100	Roma (89,6/100) Venezia Bologna Napoli (77,1/100)
	Popolarità del sito basata sui link dall'esterno verso la url del sito	Parzialmente				
	Presenza Faq	Si				
	Link utili	Si				
	Explicitazione aggiornamento del sito	Si				
	Uso della multicanalità nell'offerta di informazioni e servizi (WAP/UMTS, newsletter, call/contact center, TV digitale terrestre, TV on line, televideo)	No				
	Area dell'home page o pagina dedicata al primo piano (news istituzionali)	Si				
Publicazione di newsletter e/o mailing list destinata all'utenza	Si					
Comunicazione istituzionale/Comunicazione istituzionale	Glossario	Si	90/100	Roma (90/100) Genova/Venezia Firenze/Napoli (90/100)	89,6/100	Roma (89,6/100) Venezia Bologna Napoli (77,1/100)
	Presenza Campagne di comunicazione istituzionale	Si				
	Progetti sul territorio scuole, progetti formativi	Parzialmente				
	Cooperazione e relazioni esplicite con enti o soggetti non istituzionali Associazioni/enti locali	Si				
Customer care	Informazioni generali sulle condizioni contrattuali	Si	90,0/100	Venezia/Bologna (100/100) Roma (90/100)	89,6/100	Roma (89,6/100) Venezia Bologna Napoli (77,1/100)
	Lettura fattura/bolletta	-				
	Informazioni sulla carta dei servizi	Si				
	Presenza in home page di riferimento a contact center (numero verde, numero facile ecc contatto on line) entro il II livello	Si				
	Pagina/e informative relative al servizio di customer care	Si				
Presenza di canali per target	No					
Partecipazione	Possibilità di inviare consigli e segnalazioni reclami all'ente	No	88,9/100	Roma (88,9/100) Napoli (77,8/100)	89,6/100	Roma (89,6/100) Venezia Bologna Napoli (77,1/100)
	Presenza di forum	Si				
	Disponibilità di sondaggi on line	Si				
	Questionari valutazione del servizio erogato dall'azienda/ente	Si				

6.1.5 Sviluppo tecnologico – www.amaroma.it

Indici 2° livello	STANDARD TENDENZIALI da raggiungere	STANDARD RAGGIUNTI	PUNTEGGIO Indici 2° livello		Roma PUNTEGGIO Macroarea Generale	MIGLIOR RISULTATO Macroarea Generale
			Roma	Miglior risultato Indici 2° livello		
Qualità server e connessioni	Tempo medio di connessione (connect time)	Parzialmente	62,5/100	Venezia Firenze (75/100)	57,1/100	Milano (71,4/100)
	Download: tempo virtualmente necessario allo scaricamento di 10k	Si				
Qualità dell'Html e web design	Controllo di validità dei link a partire dall'home page (N° errori)	Parzialmente	55/100	Torino (85/100)	57,1/100	Milano (71,4/100)
	Numero assoluto di errori rilevati nel codice HTML dell'home page del sito	Parzialmente				
	Numeri di errori della home page con le diverse tipologie di browser	Parzialmente				
	Peso complessivo dell'home page	Parzialmente				
	Peso Grafica dell'home page	Parzialmente				
	Rapporto fra l'impianto grafico dell'home page e il numero di immagini caricate	Parzialmente				
	Immagini in home page eccedenti il limite di 20 K	Parzialmente				
	Tempo necessario al caricamento completo della pagina principale con connessione analogica (56k)	Parzialmente				

6.1.6 Visione Complessiva – www.amaroma.it - Ranking nazionale

Qualità complessiva dei servizi on line di www.amaroma.it e delle aziende che erogano servizi ambientali delle 14 città metropolitane italiane*

Città	Azienda / Ente	WEB	Qualità Complessiva	Rank Generale	Trasparenza	Rank trasparenza	Qualità e interattività dei servizi	Rank qualità e interattività dei servizi	Usabilità e accessibilità	Rank Usabilità e accessibilità	Comunicazione	Rank Comunicazione	Tecnologie	Rank Tecnologie
Roma	AMA spa	www.amaroma.it/	75,5	1°	70,7	5°	73,3	1°	86,8	1°	89,6	1°	57,1	9°
Bologna	HERA S.p.A. (Holding Energia Risorse Ambiente)	www.grup-pohera.it	71,3	2°	85,4	1°	46,7	4°	86,8	1°	77,1	3°	60,7	8°
Firenze	Quadrifoglio Servizi Ambientali Area Fiorentina	www.quadrifoglio.org	70,4	3°	80,5	2°	50,0	3°	73,7	3°	83,3	2°	64,3	4°
Venezia	Vesta – Venezia servizi territoriali e ambientali	www.vestaspa.net	69,1	4°	73,2	4°	60,0	2°	71,1	4°	77,1	3°	64,3	4°
Milano	AMSA spa	www.amsa.it	62,5	5°	70,7	5°	33,3	5°	68,4	5°	68,8	7°	71,4	1°
Napoli	ASIA Napoli S.p.A	www.asianapoli.it/guest/Default.asp	60,0	6°	68,3	7°	30,0	7°	60,5	9°	77,1	3°	64,3	4°
Genova	AMIU Azienda Multiservizi e d'Igiene Urbana	www.amiu.genova.it	60,0	6°	65,9	9°	33,3	5°	57,9	10°	75,0	6°	67,9	2°
Torino	Amiat	www.amiat.it	59,7	8°	68,3	7°	30,0	7°	65,8	7°	66,7	8°	67,9	2°
Trieste	Acegas-asp	www.acegas.trieste.it/	55,6	9°	78,0	3°	30,0	7°	63,2	8°	60,4	10°	46,4	10°
Bari	Amiu spa	www.amiu-bari.it/	55,6	9°	56,1	10°	26,7	10°	68,4	5°	62,5	9°	64,3	4°
Palermo	AMIA SPA	www.comune.palermo.it/amia	38,3	11°	41,5	11°	23,3	11°	47,4	11°	43,8	11°	35,7	11°

* Cagliari Messina e Catania non hanno attivato servizi web

6.1.7 www.amaroma.it - Indici di II° Livello – Confronto nazionale

Analisi degli indici di II° livello dei servizi on line di www.amaroma.it e delle aziende che erogano servizi ambientali attive nelle 14 città metropolitane italiane

	Trasparenza				Qualità dei servizi			Usabilità e accessibilità					
	Trasparenza aziendale	Accesso	Trasparenza normativa	Valore complessivo	Igiene Urbana	Igiene Urbana Fornitura e tariffe	Valore complessivo	Navigabilità	Accessibilità	Usabilità	Valore complessivo		
Torino	63,2	57,1	100,0	68,3	Torino	35,0	20,0	30,0	Torino	73,3	57,1	66,7	65,8
Genova	78,9	50,0	62,5	65,9	Genova	40,0	20,0	33,3	Genova	60,0	64,3	44,4	57,9
Milano	73,7	78,6	50,0	70,7	Milano	40,0	20,0	33,3	Milano	80,0	71,4	44,4	68,4
Trieste	73,7	71,4	100,0	78,0	Trieste	35,0	20,0	30,0	Trieste	60,0	71,4	55,6	63,2
Venezia	68,4	71,4	87,5	73,2	Venezia	60,0	60,0	60,0	Venezia	66,7	78,6	66,7	71,1
Bologna	89,5	71,4	100,0	85,4	Bologna	50,0	40,0	46,7	Bologna	93,3	92,9	66,7	86,8
Firenze	84,2	78,6	75,0	80,5	Firenze	65,0	20,0	50,0	Firenze	86,7	78,6	44,4	73,7
Cagliari	0,0	0,0	0,0	0,0	Cagliari	0,0	0,0	0,0	Cagliari	0,0	0,0	0,0	0,0
Napoli	73,7	57,1	75,0	68,3	Napoli	35,0	20,0	30,0	Napoli	60,0	71,4	44,4	60,5
Bari	68,4	42,9	50,0	56,1	Bari	30,0	20,0	26,7	Bari	66,7	78,6	55,6	68,4
Messina	0,0	0,0	0,0	0,0	Messina	0,0	0,0	0,0	Messina	0,0	0,0	0,0	0,0
Palermo	47,4	28,6	50,0	41,5	Palermo	25,0	20,0	23,3	Palermo	46,7	57,1	33,3	47,4
Catania	0,0	0,0	0,0	0,0	Catania	0,0	0,0	0,0	Catania	0,0	0,0	0,0	0,0
Roma	78,9	71,4	50,0	70,7	Roma	70,0	80,0	73,3	Roma	93,3	92,9	66,7	86,8

(segue) Analisi degli indici di II° livello dei servizi on line di www.amaroma.it e delle aziende che erogano servizi ambientali attive nelle 14 città metropolitane italiane

Comunicazione e partecipazione					Sviluppo tecnologico				
	Comunicazione on line	Comunicazione Istituzionale	Partecipazione	Customer care	Valore complessivo	Server e connessione	Html e web design	Valore complessivo	
Torino	63,2	80,0	44,4	80,0	66,7	Torino	25,0	85,0	67,9
Genova	68,4	90,0	55,6	90,0	75,0	Genova	37,5	80,0	67,9
Milano	68,4	70,0	55,6	80,0	68,8	Milano	62,5	75,0	71,4
Trieste	57,9	40,0	55,6	90,0	60,4	Trieste	37,5	50,0	46,4
Venezia	73,7	90,0	44,4	100,0	77,1	Venezia	75,0	60,0	64,3
Bologna	73,7	80,0	55,6	100,0	77,1	Bologna	50,0	65,0	60,7
Firenze	78,9	90,0	66,7	100,0	83,3	Firenze	75,0	60,0	64,3
Cagliari	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	Cagliari	0,0	0,0	0,0
Napoli	68,4	90,0	77,8	80,0	77,1	Napoli	62,5	65,0	64,3
Bari	63,2	60,0	66,7	60,0	62,5	Bari	37,5	75,0	64,3
Messina	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	Messina	0,0	0,0	0,0
Palermo	42,1	40,0	44,4	50,0	43,8	Palermo	25,0	40,0	35,7
Catania	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	Catania	0,0	0,0	0,0
Roma	89,5	90,0	88,9	90,0	89,6	Roma	62,5	55,0	57,1

6.1.8 Ama - Confronto con i siti web delle Public utilities di Igiene Urbana di alcune Capitali Europee relativamente all'indicatore "Qualità dei servizi".

Qualità dei servizi					
	Azienda/Ente	URL	Igiene Urbana	Igiene Urbana Fornitura e tariffe	Valore complessivo qualità dei servizi
Londra	Municipalità di Londra ¹⁸	www.cityoflondon.gov.uk/Corporation/our_services/health_safety/cleaning.htm	85,0	60,0	76,7
Berlino	Gasag	www.bsr.de	70,0	90,0	76,7
Roma	Ama	www.amaroma.it	70,0	80,0	73,3
Madrid	Municipalità di Madrid	www.madrid.es	55,0	50,0	53,3
Parigi	Municipalità di Parigi	www.paris.fr/fr/environment/proprete	55,0	20,0	43,3

¹⁸ Oltre al sito della municipalità si rilevano soggetti che territorialmente gestiscono i servizi ambientali, vedi per tutti www.rbkc.gov.uk.

6.1.9 Analisi complessiva del sito web AMA

Il sito web dell'Azienda Municipale per Ambiente di Roma con un punteggio complessivo di 75,1/100, si colloca in prima posizione nella classifica dei portali delle aziende italiane che gestiscono i servizi ambientali. I suoi punti di forza sono, in particolare, l'usabilità, l'accessibilità e la comunicazione, seguiti dalla trasparenza e dalla qualità dei servizi.

Amaroma.it registra qualche ritardo solo rispetto allo sviluppo tecnologico come attesta chiaramente il punteggio di poco inferiore a 60/100.

E' quindi possibile affermare che l'azienda utilizza il web in modo efficace, sia come canale di comunicazione che di erogazione di servizi, mettendo in risalto le specificità della propria missione istituzionale, curando in particolare aspetti tipicamente di pertinenza del settore pubblico, quali l'accessibilità per le categorie svantaggiate e la promozione di campagne a scopo educativo.

Trasparenza e accesso

Le *performances* del sito amaroma.it, per quanto riguarda la trasparenza e l'accesso, sono soddisfacenti anche se suscettibili ancora di miglioramenti, considerati anche i risultati degli altri siti della categoria, rispetto ai quali il sito dell'Ama si colloca in una posizione intermedia con un punteggio di 70,7/100.

Il punto di forza, all'interno di quest'area, è costituito in particolare dalla **trasparenza aziendale**, dove il punteggio raggiunto sfiora gli 80/100. Nell'ambito suddetto, tutte le principali informazioni riguardanti l'azienda

vengono fornite: quelle riguardanti la sua struttura, l'organigramma, la *mission* ed i servizi offerti. Questo tipo di informazioni vengono messe in evidenza nella home page, ma senza andare a discapito delle informazioni di prioritario interesse per gli utenti. L'attenzione alle esigenze degli utenti stessi è testimoniata dalla disponibilità di un'informativa sulla privacy. Unici elementi mancanti riguardano le eventuali informazioni sul sistema di qualità e sulla durata di ciascun procedimento, oltre che per la presenza di spazi per potenziali comitati etici. Rispetto ai siti italiani è da osservare come siano i portali delle aziende ambientali fiorentine e bolognesi a segnare i migliori andamenti nell'ambito della trasparenza e dell'accesso. Bologna, in particolare, registra una sostanziale completezza informativa con tutti gli item di rilevazione riscontrati, ad eccezione delle informazioni sulla durata dei procedimenti, mentre il sito dell'azienda di Firenze, al secondo posto nella speciale classifica, riporta una chiara indicazione degli uffici e dei responsabili dei principali servizi e funzioni.

Per quanto riguarda, poi, l'**accesso**, il punteggio di Ama è di 71,4/100, un valore oltre la soglia critica dei 70 punti e non troppo al di sotto dei siti milanese e fiorentino che presentano le migliori *performances*, con un punteggio di 78,6/100. Sul sito dell'Ama sono presenti, in particolare, indicazioni sull'ubicazione fisica degli uffici/sportelli, con le informazioni relative ai loro orari di apertura. Non sono però disponibili i numeri di telefono e gli indirizzi e-mail dei responsabili dei diversi processi e/o servizi a differenza di quanto si rileva sul sito fiorentino. In ambito europeo va osservato come, solo nei siti municipali londinesi dell'ambiente¹⁹

si è rilevata la presenza dell'indicazione dei responsabili dei servizi corredata delle relative e-mail e numeri di telefono e dell'ubicazione dei loro uffici, con dettaglio delle funzioni svolte e dei servizi erogati.

Per chi avesse, invece, intenzione di partecipare a gare ed appalti, il sito Ama non offre particolari servizi: manca la possibilità di completare l'iter procedurale grazie alla eventuale disponibilità di uno specifico sistema di "e-procurement". Rispetto a questo specifico aspetto si osserva come solo il sito dell'azienda ambientale milanese tra i siti ambientali delle città metropolitane italiane adotti procedure di gara che prevedono forme di interazione basate su sistemi on line prevedendo la possibilità di formulare richieste via web.

Per quanto riguarda la **trasparenza normativa**, questo set di indicatori costituisce il punto di maggiore debolezza dell'area trasparenza e accesso per il sito dell'Ama. Il punteggio complessivo risulta infatti insufficiente essendo pari a 50/100. Ciò è causato dal fatto che tutte e quattro le caratteristiche comprese nel set sono pressoché assenti. Si tratta di testi delle delibere aziendali, pagine relative al bilancio societario, pagine relative al bilancio sociale e informazioni sulla normativa di riferimento.

All'opposto, in Italia, l'assoluta completezza informativa rispetto agli aspetti societari e normativi si riscontra in numerosi siti di aziende ambientali tra cui spiccano quelli degli enti di Torino, Trieste e Bologna.

Qualità ed interattività dei servizi in rete

Le prestazioni del sito amaroma.it, per quanto riguarda la disponibilità e la qualità di servizi on line per gli utenti, possono considerarsi buone, in quanto il punteggio complessivo raggiunto pari a 73,3/100 consente al sito stesso di collocarsi in prima

posizione staccando nettamente i servizi on line delle altre aziende di servizi ambientali. Il risultato complessivo della macroarea scaturisce dai due indici individuati come **Servizi di Igiene Urbana e Igiene Urbana Fornitura e Tariffe** che ottengono rispettivamente 70 e 80 punti.

Il sito offre due servizi chiave essendo di utilizzo frequente, in ambito ambientale:

- il calcolo della tariffa Rifiuti per le utenze domestiche, un servizio che nel sito in questione risulta particolarmente efficace, poiché consiste in un semplice modulo composto di due soli campi (metri quadri e numero di persone) raggiungibile dalla home page tramite due soli *click*;
- la possibilità di pagare direttamente on line la tariffa suddetta, in questo caso usufruendo del servizio esternalizzato fornito dal Monte dei Paschi di Siena (www.paschiriscossione.it), ma con molte alternative possibili, tutte descritte in maniera sintetica ed efficace all'interno del sito stesso (bollettino postale, call center, domiciliazione bancaria, ecc.), in un'unica pagina.

Per quanto riguarda gli altri servizi caratteristici di questo settore, non ve ne sono disponibili che consentano di completare la procedura, come nei casi innanzi indicati, ma il sito contiene una pagina dalla quale è possibile scaricare tutta la modulistica relativa alla tariffa Rifiuti - dalla comunicazione di attivazioni, cessazioni e variazioni dell'utenza domestica, fino al modulo per richiedere le riduzioni per distanza dal casonetto. In questo caso, siamo per lo meno in presenza del secondo livello d'interazione ("one way"), secondo lo standard di valutazione adottato dall'Unione Europea.

Pertanto si può concludere che il sito è in grado di rispondere a tutte le principali esigenze dell'utente medio, soddisfacendole in tutto o in parte.

Il sito dell'Ama rispetto alla qualità dei servi-

¹⁹ vedi ad esempio www.rbkc.gov.uk.

zi on line si posiziona in maniera soddisfacente anche nella comparazione europea.

I siti ambientali londinese e berlinese offrono una ampia serie di servizi interattivi che vale la pena di evidenziare. Va osservato che il sistema dei siti londinesi si concentra più che sulla tariffazione (essendo prevista una sorta di imposta comunale omnicomprensiva), sulla presenza di servizi on line funzionali alla fruizione dei servizi di base di raccolta dei rifiuti domestici o di lavorazioni industriali o commerciali e di pulizia ambientale. Il sito propone quindi la possibilità di registrarsi per effettuare prenotazioni di servizi quali lo smaltimento rifiuti ingombranti, allo stesso modo attraverso un apposito sito tematico direttamente collegato alla rete dei siti municipali²⁰ consente una ricerca per codice postale dei centri di raccolta dei rifiuti riciclabili con l'elenco dei siti e dei materiali ammessi in ciascuno di essi.

Il sito berlinese si concentra invece sul pagamento on line delle tariffe e sulla presenza di interazioni *two way* per avviare la richiesta di fornitura e per chiedere disdette e modifiche. Presenti anche sistemi per il calcolo on line delle tariffe.

Anche i servizi web della municipalità di Madrid sono avviati verso un pieno sviluppo della interattività con una larga diffusione di interazioni *two way*. Il sito madrilenso consente la formulazione di un ampio set richieste direttamente via Internet senza prevedere forme di autenticazione e quindi lasciando ad una conferma successiva anche tramite telefono la chiusura della transazione, predisponendo form per richiedere nuovi contenitori, il ritiro di rifiuti ingombranti, contenitori per rifiuti speciali o ancora per richiedere il ritiro di veicoli abbandonati, o la pulizia delle strade.

Usabilità e accessibilità

I valori dell'ambito "Usabilità e accessibilità" sono quelli dove il sito dell'AMA ottiene i risultati migliori, con un ranking complessivo di 86,8/100, eguagliato solo dal sito dell'Hera di Bologna, nella categoria utilities di servizi ambientali.

Premesso che usabilità ed accessibilità sono due categorie terminologiche normalmente adottate per indicare due caratteristiche del sito affatto diverse - la prima relativa alla capacità di soddisfare efficacemente le esigenze dell'utente, la seconda attinente le possibilità di fruizione da parte di persone con disabilità - tutti i connotati del sito compresi in questo macro-indice sono da ricondurre ad un atteggiamento di sostanziale attenzione, rispetto alle esigenze degli utenti, che si tratti di persone con bisogni particolari, quali gli ipovedenti, o di visitatori generici del sito.

Il massimo delle prestazioni (93,3/100) viene raggiunto rispetto agli indicatori raggruppati nel set della "Navigabilità". I seguenti requisiti vengono pienamente soddisfatti: 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. Si tratta di tutti quegli elementi che consentono a chi naviga all'interno del sito di non perdersi, ed anzi di trovare velocemente ciò di cui ha bisogno, passando facilmente da un'area all'altra. L'unica carenza in quest'area è costituita dall'assenza di una mappa del sito - elemento di primaria importanza ai fini della navigabilità - che però è da considerarsi temporanea, essendo presente in home page al momento della

rilevazione il link ad una pagina "in costruzione".

A livelli molto alti (92,9/100) è anche il gruppo degli indicatori specificamente riconducibili all'**accessibilità**. Rispetto a quasi tutti gli indicatori viene raggiunto il valore massimo, ad eccezione della navigazione rapida tramite tastiera, che è quella caratteristica che consente di accedere ai link di ogni pagina sostituendo il *click* con l'accesso a determinati tasti, ma in maniera semplificata. Da osservare in ogni caso che tra i siti dell'ambiente la funzione della navigazione tramite tastiera è stata rilevata solo nel portale bolognese.

Infine gli indicatori del gruppo "**Usabilità**" presentano valori più bassi ma vicini alla soglia di adeguatezza (66,7/100). Il punteggio di questo indice di secondo livello, che è comunque pari al livello massimo nazionale, risulta inferiore a quello degli altri indici settoriali perché per due indicatori non viene raggiunto lo standard richiesto. Si tratta della "qualità del *download* della modulistica" e soprattutto della "presenza di *help*" che sul sito dell'Ama come pure sui siti delle altre aziende ambientali delle città metropolitane italiane non raggiungono le soglie di adeguatezza. I valori massimi vengono invece raggiunti per quanto riguarda l'indicatore relativo alla "Esistenza e chiarezza dei messaggi di errore".

Comunicazione, partecipazione, relazionalità

Primo posto nella categoria delle utilities ambientali anche per quanto riguarda l'area di analisi relativa alla comunicazione interattiva, quella cioè che include tutti gli

aspetti relazionali, di ascolto dell'utenza e di *community*. Il punteggio raggiunto è infatti di 89,6/100, che ne fa uno dei punti di forza del sito.

Il massimo delle *performance* viene raggiunto nell'area della **Comunicazione istituzionale**, dove il sito totalizza 90 punti su 100, grazie alla presenza di tutti quegli elementi che lo rendono riconoscibile quale strumento di comunicazione ufficiale, ed in particolare di un'organizzazione che fa riferimento al settore pubblico: un glossario, l'evidenza di campagne di comunicazione istituzionale, oltre che di progetti sul territorio rivolti al mondo dell'istruzione, ed infine forme di cooperazione e relazioni esplicite con enti o soggetti non istituzionali.

Stesso punteggio nell'area della **Customer care**, in quanto sono disponibili le informazioni generali sulle condizioni contrattuali e sulla Carta dei servizi, oltre che il numero del contact center in home page. Non è però presente una pagina informativa specifica relativa al servizio stesso di customer care. Infine, non è esplicita la presenza di canali differenziati in base al target, ma ciò non impedisce comunque di raggiungere un livello complessivo, rispetto alla customer care, più che adeguato.

Leggermente inferiore (89,5/100) il punteggio relativo alla **Comunicazione on line**, rispetto alla quale i tre quarti degli indicatori raggiungono comunque il livello ottimale. In quest'area troviamo tutte quelle caratteristiche che hanno lo scopo di avvicinare gli utenti al sito. Nel sito dell'AMA ne sono soddisfatte sei: la Reperibilità della URL²¹ sul motore di ricerca Google a partire dal nome dell'Azienda, la presenza di FAQ²²; la presenza di Link utili; l'esplicitazione del-

²⁰ www.recycleforlondon.com.

²¹ Per URL (Uniform Resource Locator) si intende l'indirizzo web del sito.

²² Frequently Asked Questions, cioè risposte alle domande più frequenti.

la data di aggiornamento del sito; la presenza di un'area della home page o pagina dedicata al primo piano (news istituzionali), la pubblicazione di newsletter e/o mailing list destinata all'utenza. Relativamente insufficienti risultano, invece, gli indicatori relativi alla popolarità del sito basata sui link dall'esterno verso la URL del sito e quello sull'uso della multicanalità nell'offerta di informazioni e servizi (WAP/UMTS, newsletter, call/contact center, TV digitale terrestre, TV on line, televideo).

Infine sempre su ottimi livelli (88,9/100), l'indice di secondo livello che descrive la **partecipazione**. Al suo interno, infatti, il sito dell'Ama soddisfa i requisiti della presenza di forum, della disponibilità di sondaggi on line e di questionari di valutazione del servizio erogato dall'azienda. Unico neo: manca una compiuta possibilità di inviare consigli e segnalazioni, reclami all'azienda.

Sviluppo tecnologico

Rispetto agli aspetti più propriamente tec-

nologici, il sito mostra invece qualche maggiore carenza, collocandosi al 9° posto nel rating della categoria, con un punteggio di 57,1/100.

L'unico indicatore pienamente sufficiente in questo ambito è comunque quello relativo al *download*, il quale misura il tempo virtualmente (cioè in condizioni standard) necessario a scaricare una certa quantità di dati (10 Kb), una caratteristica, va detto, che è molto importante per consentire all'utente di visualizzare rapidamente le pagine, oltre che per accorciare i tempi di eventuali scaricamenti di files.

Da migliorare sono specialmente gli aspetti relativi alla qualità del linguaggio HTML, quello con cui vengono realizzate le pagine web, una maggiore attenzione sulla sintassi consentirebbe di ottenere ancora migliori prestazioni, peraltro pienamente raggiunte in termini di standard di accessibilità.

Valori appena al di sopra di una soglia di accettabilità sono quelli che riguardano la qualità del server utilizzato e delle connessioni di rete.

7.0 Conclusioni

Le aziende di servizio pubblico della città di Roma hanno cominciato a considerare il web come una nuova dimensione sociale e di mercato nella quale prendono forma nuove categorie di diritti per i cittadini utenti: dal diritto alla trasparenza a quello di ricevere informazioni tempestivamente, come pure il diritto a conoscere la propria posizione nei confronti dell'azienda e a scegliere il servizio più rispondente alle proprie necessità e, infine, il diritto a non doversi recare allo sportello.

Si tratta di esigenze nuove e non ancora codificate, ma che, tuttavia, formano un sistema di riferimenti che si va affermando sempre più come fattore di regolazione nelle scelte dei cittadini-utenti rispetto ai servizi on line.

In pratica, chi oggi ha la possibilità di acquistare via web azioni o altri titoli dei mercati finanziari, o soggiorni turistici, o ancora i biglietti aerei e ferroviari, difficilmente accetta di non poter compiere un'analoga operazione per assicurarsi un abbonamento ai servizi di trasporto pubblico urbano o per pagare una fattura dell'azienda elettrica locale.

Gli individui sempre più attivi sui mercati on line, tendono quindi ad ampliare le loro aspettative rispetto a tutti i rapporti di clientela che si sviluppano via Internet, esigendo servizi sempre più improntati alla trasparenza, alla interattività, all'accessibilità e all'utilità.

Le aziende di servizi pubblici pur operando in regimi di quasi monopolio non possono non tener conto di queste attese, perché sono comunque chiamate a rispondere all'opinione pubblica sul terreno dei risultati effettivi e del livello di servizio percepito.

Anche le imprese romane di pubblica utilità prese in esame risultano, così, aver percepito chiaramente la portata del cambiamento in atto e si sono avviate lungo il percorso di digitalizzazione dei procedimenti e di ridefinizione dei canali di comunicazione con l'utenza attraverso Internet.

La reimplementazione delle interfacce di scambio e quindi l'ampliamento progressivo della gamma dei contenuti offerti sono le due fasi del processo di innovazione nell'offerta rispetto alle quali si registrano i risultati più evidenti. Tutte le imprese capitoline stanno poi sperimentando l'interattività raggiungendo, in qualche caso, forme compiute di transazioni on line, consentendo al pubblico di svolgere interi procedimenti e fruire di servizi completi direttamente via Internet.

I risultati dello sforzo in atto a Roma sono evidenti. Guardando soprattutto all'andamento generale delle esperienze on line capitoline rispetto al resto d'Italia, l'indagine evidenzia come Roma risulti collocata in una posizione di assoluto rilievo, tanto da dividere con Milano la leadership nazionale nello sviluppo on line dei servizi pubblici.

Le imprese capitoline, infatti, sono sempre

ai primissimi posti nelle classifiche di settore tra i differenti enti di pubblico servizio delle 14 città metropolitane italiane.

Il primo posto ottenuto dall'Ama rispetto alle esperienze di rete nella classifica delle aziende ambientali fa il paio con le seconde posizioni ottenute sia dall'Atac che dalla Sta nelle rispettive classifiche di categoria, nonché con la terza posizione raggiunta da Acea nelle due graduatorie relative ai servizi elettrici e a quelli idrici. A questo quadro sostanzialmente positivo va aggiunta anche l'Italgas (che ottiene il secondo posto nella propria categoria) che pur essendo una utility nazionale è comunque il principale fornitore di gas della capitale.

Non si può parlare di un vero e proprio modello capitolino di sviluppo digitale, ma piuttosto di una nuova sensibilità della città rispetto ai servizi di rete, una nuova attenzione che sta cambiando anche il modello di sviluppo dell'innovazione: da processi imitativi eterodiretti, dove la scelta dei servizi da offrire dipendeva da impulsi esterni che scaturivano soprattutto da logiche di sviluppo dei grandi *provider* di servizi di rete, si è passati ad un approccio guidato dalla domanda cittadina di servizi di rete che appare sempre più evoluta ed esigente e quindi sempre più capace di individuare e sollecitare le innovazioni realmente utili.

Il processo di cambiamento è ancora in atto e, come risulta dall'indagine, lungi dall'essere concluso; molte istanze del pubblico devono ancora trovare una piena risposta nell'offerta di nuovi servizi.

Nonostante il buon posizionamento a livello nazionale e la rinnovata spinta verso il cambiamento i punti di forza dell'offerta on line delle imprese di pubblico servizio romane si sostanziano, ancora, nella trasparenza e nell'accessibilità dei contenuti on line come pure nella comunicazione uni e bidirezionale e quindi in definitiva ancora nella dimen-

sione informativa del web.

L'interattività dei servizi benché cominci ad essere ben rilevabile e in alcuni casi qualitativamente anche evoluta, non appare l'aspetto trainante dell'offerta delle *public utilities* cittadine.

Considerando l'insieme delle imprese di pubblico servizio romane, i servizi interattivi si distribuiscono in modo non omogeneo tra le differenti imprese, con aree avanzate e segmenti di offerta non pienamente adeguati alle nuove possibilità di sviluppo ed alle nuove esigenze di una domanda evoluta di servizi on line, si osserva infatti che:

- da un lato Ama, Atac, Sta e Italgas risultano rispetto alla capacità di sviluppare servizi interattivi in posizioni di assoluta eccellenza, almeno in ambito nazionale, come attestano le rispettive classifiche di settore riferite appunto all'indice sulla qualità ed interattività dei servizi (1° posto per l'Ama; 2° posto per Atac e per Italgas e 3° posto per Sta);

- dall'altro lato l'Acea, il maggior *provider* cittadino dei due servizi chiave dell'energia elettrica e dell'acqua, pur presentando un discreto set di servizi interattivi registra ancora significativi ritardi nella messa on line di quei servizi, a partire dai pagamenti on line, in grado di qualificare la gestione via web dei rapporti di clientela. L'azienda stenta, quindi, a trovare un modello di offerta adeguato alle nuove necessità della domanda. Nelle due graduatorie di settore relative all'indice della qualità e dell'interattività, l'Acea non va oltre la 5° posizione (che nella speciale classifica dei siti dell'elettricità in Italia, equivale all'ultima dietro comunque grandi player del settore quali Enel, Aem Milano e Aem Torino).

E' quindi possibile affermare che le aziende romane nel contesto nazionale utilizzano il web nel modo più efficace nella misura in cui esso viene inteso soprattutto, come, ca-

nale di comunicazione, riuscendo generalmente le stesse aziende a mettere in risalto le specificità della propria missione istituzionale, le informazioni aziendali utili per contattare la struttura e per comprendere il contesto giuridico normativo in cui l'azienda stessa opera, con una cura particolare di quegli aspetti tipicamente di pertinenza del settore pubblico, quali l'accessibilità per le categorie svantaggiate ed in una certa misura anche quegli aspetti legati all'usabilità e quindi alla facilità di utilizzo dei sistemi on line.

Dimensione informativa e comunicativa sono comunque decisive per definire l'efficacia complessiva di un servizio di rete, perché l'accesso immediato alle informazioni, alla documentazione ed alle procedure dell'organizzazione può essere considerato come la precondizione per la fruizione stessa dei servizi veicolati via rete e non e per la tutela generale degli interessi del consumatore.

Le imprese di pubblico servizio della città di Roma devono però accelerare il cammino verso il perseguimento della piena interattività prevedendo per tutti gli ambiti di gestione dei rapporti di clientela la possibilità di evadere l'intera pratica, compresa la decisione e di ottenere il servizio.

Se si guarda al complesso dei servizi che possono raggiungere il massimo livello di transattività on line nelle differenti tipologie di *public utility*, l'indagine ha censito nel complesso delle aziende esaminate 21 servizi di rete.

Roma è in grado di soddisfarne parzialmente solo 10. Il pratica il diritto a non recarsi allo sportello non è ancora un diritto esercitabile compiutamente. Se la possibilità di effettuare richieste di modifica recapito delle fatture/bollette o la comunicazione dei consumi effettivi è presente in tutte le *public utilities* di erogazione, oltre la metà

dei servizi (11) non sono presenti in nessun sito web capitolino, non solo ai livelli di massima transattività, ma neanche nelle forme intermedie di interazione, quelle definite *two way* nelle quali, cioè, si instaura la procedura ma si demanda il perfezionamento ad un momento successivo attraverso canali di contatto tradizionali. Servizi come la richiesta preventivi, la richiesta di nuovi allacci, la richiesta di verifica guasti, manutenzioni misuratori e contatori, le richieste posa nuovo contatore, richieste di intervento in loco, acquisto degli abbonamenti/Card, prenotazioni su trasporto scolastico (Trasporti), rilascio permessi di transito per zone a traffico limitato (ZTL), rilascio contrassegni speciali per circolazione e parcheggio, denunce per l'applicazione della tariffa ambientale, richiesta smaltimento rifiuti ingombranti, disdetta o modifica della fornitura servizi ambientali non hanno spazio on line.

Alcuni servizi essenziali a partire dal pagamento on line delle fatture sono invece solo parzialmente disponibili: Italgas e Ama offrono la possibilità di pagare on line, mentre Acea no. Rispetto alla voltura dei contratti il servizio è presente solo a bassi livelli di interattività con il *download* di formulari nei siti Acea e lo stesso accade rispetto alla stipula o alla disdetta del contratto.

Per cogliere meglio il ritardo nello sviluppo dei servizi di rete si può far riferimento al confronto europeo dove i lusinghieri risultati ottenuti a livello nazionale dalle aziende romane si ridimensionano e si mettono meglio in luce gli ampi margini di miglioramento. Ciò si riscontra anche in quei sistemi on line capitolini che nel confronto nazionale avevano ottenuto le migliori *performances* riguardo la qualità e l'interattività dei servizi.

L'Atac si colloca così al 4° posto tra le 5 grandi capitali europee esaminate dietro

Berlino, Londra e Parigi, sopravanzando solo il sito dei trasporti della capitale spagnola.

Acea non va oltre la 5° (ed ultima posizione) rispetto all'erogazione dell'energia elettrica superata anche da Madrid dove il gruppo sovranazionale Iberdrola raggiunge posizioni di rilievo in alcuni servizi decisivi per la gestione interattiva dei rapporti di clientela, come nel caso delle attività on line collegate alla gestione delle fatture.

Anche Italgas risulta penalizzato dall'effetto Europa. Pur ottenendo valori assoluti di tutto rilievo con gli 80 punti ottenuti nell'ambito dell'interattività, risulta ugualmente al 5° (ed ultimo posto) nei siti del gas delle grandi città europee rispetto appunto alla interattività dei servizi, distanziato da tutti i fornitori delle capitali europee che quindi offrono servi-

zi, nel complesso, più avanzati nell'ambito della gestione delle fatture e dei pagamenti nonché nella gestione delle comunicazioni dei consumi.

Nella gestione dell'acqua e dei rifiuti il relativo buon posizionamento di Acea e soprattutto dell'Ama, che ottengono rispettivamente il quarto ed il terzo posto nelle classifiche di settore (dietro Berlino Madrid e Parigi e nel caso servizi idrici e dietro Berlino e Londra nel caso di quelli ambientali), si spiega più nel deficit delle altre capitali, le quali per ragioni istituzionali e giuridiche non necessitano di instaurare rapporti di clientela stringenti non prevedendo ad esempio il pagamento di tariffe collegate direttamente ai consumi effettivi, che in una reale capacità di innovazione dei siti delle due aziende capitoline.

Bernardo Pizzetti

Presidente

Federico Colosi

Vice Presidente

Sergio Migliorini

Consigliere



Via Cola di Rienzo 217 • 00192 Roma
Telefono 06.367071 Fax 06.36707212
www.agenzia.roma.it

*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*