

# Linee guida sul web editing

A cura di

Laura Rosella e Natalina Teresa Capua

*Ufficio Attività Internazionali - Formez PA*

Dicembre 2014

# Indice

Premessa .....	4
<b>1 La comunicazione web istituzionale .....</b>	<b>5</b>
1.1 Pubbliche Amministrazioni e Agenda Digitale .....	5
1.2 Tipologia dei siti istituzionali ed evoluzione della comunicazione web .....	5
1.3 Altri strumenti di interazione online: i social media .....	7
1.4 Usabilità e accessibilità dei siti web .....	8
1.5 Web content management e figure professionali .....	10
1.5.1 Il web master .....	11
1.5.2 Il web editor .....	12
<b>2 Principi generali per il web editing .....</b>	<b>13</b>
2.1 L'organizzazione di un sito web e dei suoi contenuti .....	13
2.2 Leggibilità delle pagine .....	14
2.2.1 I titoli .....	15
2.2.2 Le frasi .....	15
2.2.3 I testi .....	15
2.3 Regole redazionali per i social media .....	17
2.4 Suggerimenti per l'organizzazione dei contenuti dinamici .....	18
2.4.1 News .....	18
2.4.2 News in home page .....	19
2.4.3 Archivio .....	19
2.4.4 Materiali .....	19
<b>3 Criteri editoriali .....</b>	<b>20</b>
3.1 Introduzione .....	20
3.1.1 Caratteri .....	20
3.1.2 Punti elenco .....	20
3.1.3 Sottotitoli .....	21
3.1.4 Immagini .....	21
3.1.5 Link ipertestuali .....	21
3.1.6 Link interni o ancore .....	22
3.1.7 Acronimi .....	22
3.1.8 Abbreviazioni .....	22

3.1.9 Citazioni .....	23
3.1.10 Varie ed eventuali.....	23
3.1.11 Numeri .....	24
3.1.12 Parole straniere ed espressioni latine .....	24
4 Esempi di strumenti online .....	25
4.1 I focus di Formez PA.....	25
4.2 La Comunità di pratica POAT DFP 2012-2015 internazionale.....	28



## Premessa

Questa guida, realizzata nel quadro del POAT “Progetto Operativo PON Governance e Assistenza tecnica (FESR) 2007-2013”, si propone di aiutare le pubbliche amministrazioni a realizzare e gestire i propri siti web.

La costruzione e gestione di un sito web è un’operazione complessa che ha bisogno di trovare un punto di equilibrio tra il bisogno di stare al passo con le continue innovazioni tecnologiche che spingono verso una maggiore interattività e velocità, quello di fornire informazioni affidabili, aggiornate e usabili, e quello di garantire un adeguato sistema di protezione dei dati.

L’idea di una guida che dia un orientamento alle amministrazioni su questo tema nasce da una specifica esperienza di supporto, di questo progetto operativo, a favore della Regione Calabria.

In accordo con il Settore Cooperazione, Internazionalizzazione e Politiche di Sviluppo Euro-Mediterranee - Dipartimento Presidenza Regione Calabria, il supporto di Formez PA è stato finalizzato a ripianificare la struttura del sito web <http://www.cooperare.calabria.it/>; ad animare lo spazio con contenuti di interesse per la cittadinanza sui temi della programmazione europea e della cooperazione; a svolgere la funzione di helpdesk online per la raccolta e la divulgazione delle informazioni sulle attività di cooperazione promosse dalla Regione, a beneficio dei soggetti pubblici e privati del territorio regionale che intendono partecipare a bandi e gare europei e internazionali.

Il supporto fornito ha richiesto uno sforzo di analisi e restituzione dei saperi connessi alla creazione e gestione di siti web istituzionali che questa guida prova a sistematizzare a beneficio di amministrazioni che si ritrovino in situazioni analoghe.

La guida in particolare fornisce informazioni sulla tipologia di siti e la possibilità di accrescere l’interattività e indicazioni redazionali da utilizzare per il *web editing* dei siti istituzionali, in conformità con le linee editoriali applicate in generale dai portali europei.

La guida si chiude con la presentazione degli strumenti online di progetto, ossia i due focus tematici [www.territori.formez.it](http://www.territori.formez.it) e [www.programmicomunitari.formez.it](http://www.programmicomunitari.formez.it) e la comunità di pratica [POAT DFP 2012-2015 – Internazionale](#), che possono costituire un esempio di come fare comunicazione web oltre che dare informazioni puntuali sulle tematiche di progetto.

Infine una precisazione.

Il linguaggio connesso al tema trattato è infarcito di termini inglesi ormai entrati nell’uso corrente. Abbiamo pertanto ritenuto utile mantenere la terminologia inglese associandola, quando possibile, alla traduzione in italiano per favorire la massima comprensione dei significati.



# 1 La comunicazione web istituzionale

## 1.1 Pubbliche Amministrazioni e Agenda Digitale

Nel corso degli anni è emersa sempre più forte la necessità di rendere l'amministrazione più fruibile per i cittadini, raggiungendo in maniera semplice le aree più remote del territorio e riducendo gli oneri per la cittadinanza.

Questo processo di digitalizzazione e intensificazione dell'uso delle tecnologie digitali ha preso, in questo ciclo di programmazione dei fondi europei 2014-2020, il nome di Agenda Digitale<sup>1</sup> e investe molti aspetti delle relazioni tra PA e cittadini e imprese.

A tal fine, alle PA è richiesto di fare una grande investimento in termini non solo di potenziamento delle infrastrutture digitali e tecnologiche, ma anche delle capacità del proprio personale di interfacciarsi con tutto ciò, al fine di acquisire le competenze necessarie a governare questo importante processo di innovazione.

In questo quadro l'interesse rivolto alla comunicazione web da parte delle istituzioni è sempre maggiore ed è incrementata l'importanza assegnata alla qualità della struttura di un sito web, considerato il "volto" dell'amministrazione.

## 1.2 Tipologia dei siti istituzionali ed evoluzione della comunicazione web

Un sito web o sito internet (anche abbreviato in sito se chiaro il contesto informatico) è un insieme di pagine web correlate, ovvero una struttura ipertestuale di documenti che risiede su un server web<sup>2</sup>. In generale, i siti web delle amministrazioni si distinguono<sup>3</sup> in:

- **siti istituzionali**: presentano una istituzione pubblica, descrivendone l'organizzazione, la mission, gli obiettivi e consentendo in linea di massima di scaricare materiali o documentazione

---

<sup>1</sup> <http://www.agid.gov.it/agenda-digitale> .

<sup>2</sup> Fonte Wikipedia.

<sup>3</sup> Linee-guida per i siti web delle PA del Governo italiano <http://www.funzionepubblica.gov.it/lazione-del-ministro/linee-guida-siti-web-pa/presentazione.aspx> .

di interesse (es. [www.formez.it](http://www.formez.it)). I portali possono svolgere anche la funzione di *helpdesk* quando forniscono agli utenti la possibilità di accedere a determinate funzioni di servizio, quale potrebbe essere l'inoltro di un modulo, e di ricevere aiuto su vari temi direttamente tramite il portale (es. [www.lineaamica.gov.it](http://www.lineaamica.gov.it)).

- **siti tematici:** presentano un progetto o un evento e le varie informazioni correlate, erogano un servizio, promuovono una nuova iniziativa di policy, comunicano con target di utenza specifici, si focalizzano su un'area specifica di interesse. I siti tematici possono essere parte integrante di un sito istituzionale, come nel caso dei focus tematici di Formez PA (es. [www.territori.formez.it](http://www.territori.formez.it); [www.programmicomunitari.formez.it](http://www.programmicomunitari.formez.it)).

Con l'evoluzione dal Web 1.0 o Web statico al Web 2.0 o Web dinamico<sup>4</sup> si è passati a concepire il Web come un sistema di comunicazione basato sull'interattività. In base al Web 1.0 infatti, ancora in auge agli inizi dell'anno 2000, l'unico strumento a disposizione di un'organizzazione era il proprio portale, il cosiddetto "sito vetrina", attraverso il quale un ente presentava i propri prodotti, servizi o attività senza la possibilità di ottenere *feedback* (riscontri) contestuali da parte dell'utenza, se non tramite account di posta elettronica. Il Web 2.0 invece consente l'interazione tra organizzazione e utenti grazie alla fruizione di strumenti di comunicazione online che, insieme al sito web di presentazione, favoriscono lo scambio dinamico delle informazioni e della conoscenza.

Il Web 2.0 diventa pertanto strumento imprescindibile della comunicazione pubblica, vale a dire di tutta quella comunicazione che avviene nell'interesse generale del pubblico, favorendo positivamente il miglioramento del suo "sottoinsieme", ovvero la comunicazione istituzionale, nell'attività attuale dell'amministrazione.

La comunicazione web svolge ormai un ruolo di rilevanza per il semplice motivo che un portale web consente di dare un'immagine dell'istituzione che sia trasparente, accessibile, fruibile e usabile, permettendo in tal modo che il cittadino si senta vicino alle istituzioni. Il termine *trasparenza* definisce l'accessibilità totale delle informazioni concernenti l'organizzazione e l'attività delle pubbliche amministrazioni allo scopo di favorire forme diffuse di controllo sul perseguimento delle funzioni istituzionali e sull'utilizzo delle risorse pubbliche, garantendo a tutti il diritto di accedere immediatamente e direttamente alle informazioni.

---

<sup>4</sup> Citando Wikipedia «Si indica come Web 2.0 l'insieme di tutte quelle applicazioni online che permettono un elevato livello di interazione tra il sito web e l'utente [...] ottenute tipicamente attraverso opportune tecniche di programmazione Web e relative applicazioni web afferenti al paradigma del Web dinamico in contrapposizione al cosiddetto Web statico o Web 1.0» [http://it.wikipedia.org/wiki/Web\\_2.0](http://it.wikipedia.org/wiki/Web_2.0).

### 1.3 Altri strumenti di interazione online: i social media

La comunicazione Web 2.0 si avvale di altri strumenti online oltre al tradizionale sito web, che consentono l'interazione diretta con gli utenti. I social media, a integrazione delle attività di comunicazione svolte tramite il portale, trovano utilità a livello istituzionale per quanto concerne la pubblicità di particolari eventi o servizi che l'amministrazione svolge sia nell'interesse dei cittadini che di altre istituzioni, garantendo così maggiore aderenza al principio di trasparenza. L'obiettivo generale dei social media in questo senso è quello di raggiungere un pubblico più ampio, interagire con nuove utenze interessate a canali mediatici meno convenzionali e parlare direttamente con gli utenti. L'informazione diventa pertanto l'anello di congiunzione tra l'amministrazione e l'utente.

Facendo parte di un tipo di comunicazione web prettamente dinamica, a differenza dei *regular media* (media tradizionali, ad esempio un sito web), che non necessitano di un'alimentazione di contenuti su base continua, per continuare a esistere i social media devono essere costantemente alimentati. Esistere significa garantire un bacino d'utenza che si fidelizza a quell'organizzazione (i *follower*), pertanto tanto più interessante e accattivante sarà il modo in cui si comunica il contenuto, tanto più elevato sarà il numero di follower di quell'amministrazione tramite un canale specifico di interazione, il cui buon funzionamento è percepito come beneficio comune.

Facendo una distinzione esatta tra le due modalità di comunicazione del Web dinamico, si può affermare che i *regular media* consentono una comunicazione a senso unico, vale a dire dall'amministrazione verso l'utente senza possibilità di feedback immediato, mentre i social media permettono una comunicazione biunivoca tra amministrazione e utente, consentendo a quest'ultimo di commentare, suggerire e intervenire nella reale implementazione delle politiche della propria amministrazione.

I social media più comunemente usati in ambito istituzionale sono:

- **Twitter** ([www.twitter.com](http://www.twitter.com)): servizio di social networking e *microblogging* (forma di pubblicazione costante di piccoli contenuti in rete) che consente agli utenti di inviare e ricevere *tweet*, ossia messaggi di testo contenenti un numero limitato di 140 caratteri. Gli utenti registrati possono leggere e postare tweet, mentre quelli non registrati possono semplicemente leggerli. Twitter, che è il più immediato tra i social media e deve essere costantemente aggiornato e utilizzato, ha un uso ancora non troppo popolare per ciò che concerne i progetti europei, anche se molti programmi comunitari hanno cominciato a utilizzare il proprio canale per pubblicizzare progetti e attività.
- **Facebook** ([www.facebook.com](http://www.facebook.com)): piattaforma progettata per condividere e comunicare. Per poter utilizzare il sito gli utenti devono registrarsi e creare un profilo, in tal modo sarà per loro possibile aggiungere altri utenti come contatti, scambiare messaggi e aderire a gruppi o a pagine per cui hanno un interesse particolare. Facebook diventa sempre più popolare tra i progetti finanziati dall'Unione europea non solo perché la sua creazione è gratuita ed è semplice da

aggiornare, ma anche perché offre la possibilità di “fare rete”. La differenza tra “pagina” e “gruppo” è la seguente: la pagina consente di creare una presenza effettiva sulla rete Facebook, con un profilo visibile a tutti; il gruppo è rivolto alla comunicazione all’interno di un piccolo gruppo e per coloro che condividono interessi comuni, consentendo di unirsi a favore di una causa comune, una problematica o attività, di organizzarsi, esprimere obiettivi, discutere argomenti, postare foto e condividere contenuti correlati. Un gruppo può essere reso pubblico o riservato a un’utenza ristretta.

- **YouTube** ([www.youtube.com](http://www.youtube.com)): sito di condivisione video di proprietà di Google, dove gli utenti possono caricare, vedere e condividere video. È utilizzato sia da utenti singoli che da organizzazioni. Gli utenti non registrati possono guardare i video, mentre quelli registrati possono caricare materiale video.
- **LinkedIn** ([www.linkedin.com](http://www.linkedin.com)): rete professionale dove è possibile creare un profilo dettagliato e mettersi in contatto con persone e gruppi con interessi simili. Diventa sempre più uno spazio virtuale per coloro che cercano lavoro e per coloro che cercano personale da ingaggiare. Un profilo LinkedIn permette di far conoscere il proprio percorso professionale e consente di entrare a far parte di gruppi con interessi comuni.
- **Flickr** ([www.flickr.com](http://www.flickr.com)): il social network fotografico più noto del web che consente ai suoi utenti di navigare, condividere e commentare foto in formato digitale. Flickr permette di organizzare con semplicità le immagini caricate attraverso raccolte tematiche. Il servizio è stato recentemente acquisito da Yahoo.

A questo riguardo si segnala anche **Feed RSS** (Really Simple Syndication), una tecnologia che permette di distribuire in maniera semplice e immediata i contenuti web dinamici. Una volta implementato l’RSS sul proprio sito web, gli aggiornamenti relativi ai contenuti diventano interoperabili e intercambiabili tra diverse piattaforme web, consentendo in tal modo un flusso di informazioni dinamico e costantemente aggiornato. L’uso di Feed RSS è particolarmente indicato per il monitoraggio di siti di interesse, in quanto permette al redattore di aggregare, in un unico canale informativo, le informazioni provenienti da diverse fonti.

## 1.4 Usabilità e accessibilità dei siti web

Usabilità e accessibilità dei siti web rappresentano i due requisiti fondamentali che garantiscono la fruizione completa di un portale web da parte di tutte le fasce di utenza.

Mentre l’accessibilità consente l’utilizzo di un sito da parte di utenti che usano dispositivi non comuni o che fruiscono di contenuti in modalità minoritarie (inclusi gli utenti disabili), l’usabilità verifica l’adeguatezza e la facilità di utilizzo dei contenuti, la navigazione e la funzionalità rispetto agli obiettivi che utenti e committenti si sono preposti per la propria ricerca.





In particolare, l'accessibilità viene realizzata principalmente a livello di architettura informatica, per cui nel momento di sviluppo e implementazione di una piattaforma si utilizzano i linguaggi informatici secondo le grammatiche standard e internazionali per ottenere maggiore compatibilità con i vari software. I contenuti, a questo riguardo, vengono scritti così da durare nel tempo perché non sono più pensati soltanto per i software attuali, bensì garantiscono la conformità con le diverse versioni e formati ICT e sono impostati in modo tale da ottenere maggiore visibilità nei motori di ricerca (indicizzazione).

L'usabilità viene stabilita a livello internazionale dalla Norma ISO 9241<sup>5</sup> e si basa su precisi fattori detti "fattori di usabilità"<sup>6</sup>, quali

- **percezione**: le informazioni e i comandi necessari per l'esecuzione dell'attività devono essere sempre disponibili e percettibili;
- **comprensibilità**: le informazioni e i comandi necessari per l'esecuzione delle attività devono essere facili da capire e da usare;
- **operabilità**: informazioni e comandi sono tali da consentire una scelta immediata dell'azione adeguata per raggiungere l'obiettivo voluto;
- **coerenza**: stessi simboli, messaggi e azioni devono avere gli stessi significati in tutto l'ambiente web;
- **salvaguardia della salute (safety)**: indica le caratteristiche che deve possedere l'ambiente per salvaguardare e promuovere il benessere psicofisico dell'utente;
- **sicurezza**: indica le caratteristiche che l'ambiente deve possedere per fornire transazioni e dati affidabili, gestiti con adeguati livelli di sicurezza;
- **trasparenza**: l'ambiente deve comunicare il suo stato e gli effetti delle azioni compiute; all'utente devono essere comunicate le necessarie informazioni per la corretta valutazione della dinamica dell'ambiente;
- **apprendibilità**: indica le caratteristiche che l'ambiente deve possedere per consentire l'apprendimento del suo utilizzo da parte dell'utente in tempi brevi e con minimo sforzo;
- **aiuto e documentazione**: fornire funzioni di aiuto come guide in linea e documentazione relative al funzionamento dell'ambiente. Le informazioni di aiuto devono essere facili da trovare e focalizzate sul compito dell'utente;

---

<sup>5</sup> Da Wikipedia "Con la sigla ISO 9000 si identifica una serie di normative e linee guida sviluppate dall'Organizzazione internazionale per la normazione (ISO), le quali definiscono i requisiti per la realizzazione, in una organizzazione, di un sistema di gestione della qualità, al fine di condurre i processi aziendali, migliorare l'efficacia e l'efficienza nella realizzazione del prodotto e nell'erogazione del servizio, ottenere ed incrementare la soddisfazione del cliente".

<sup>6</sup> "Linee Guida per realizzare siti e applicazioni web accessibili per la Regione Emilia-Romagna" pag. 13, <http://www.regione.emilia-romagna.it/lineeguida> .

- **tolleranza agli errori:** l'ambiente deve prevenire gli errori e, qualora questi accadano, devono essere forniti appropriati messaggi che indichino chiaramente il problema e le azioni necessarie per recuperarlo;
- **gradevolezza:** indica le caratteristiche che l'ambiente deve possedere per favorire e mantenere l'interesse dell'utente;
- **flessibilità:** l'ambiente deve tener conto delle preferenze individuali e dei contesti.

Affinché questi fattori vengano rispettati è importante progettare il sito, tenendo presente gli obiettivi che ci si è preposti (ossia il tipo di utenza che si vuole raggiungere e come si intende divulgare le informazioni) e, ove possibile, realizzare test di usabilità<sup>7</sup>. L'usabilità presenta numerosi vantaggi in fatto di visibilità dell'organizzazione, in quanto migliora la qualità del sito web, rende i contenuti più efficaci in termini informativi, aumenta la soddisfazione degli utenti durante le loro ricerche, consente di ridurre i costi di assistenza agli utenti poiché le informazioni ricercate sono facilmente scaricabili. Tutto questo contribuisce grandemente a migliorare l'immagine dell'organizzazione.

L'usabilità, e in parte l'accessibilità, trova grande supporto nel linguaggio e nei contenuti pubblicati nel sito web. In base ai suoi principi le informazioni importanti vengono organizzate in modo da ricevere la giusta evidenza, i contenuti sullo stesso tema sono raggruppati insieme nelle stesse sezioni, il linguaggio è semplice con paragrafi brevi e link concisi e riconoscibili.

Nei capitoli a seguire verranno dettagliati alcuni suggerimenti editoriali che si consiglia di adottare al fine di rendere un testo accessibile e usabile dal punto di vista linguistico, liberamente ispirati alle linee editoriali che la Commissione europea impone per i siti EUROPA<sup>8</sup>.

## 1.5 Web content management e figure professionali

Il *web content management* (gestione dei contenuti web) è l'azione che permette di creare, gestire e fornire informazioni all'interno di un sito web (oppure di una *intranet*), la cui caratteristica essenziale

---

<sup>7</sup> Per la realizzazione di test di usabilità, consultare il testo del Protocollo eGLU pubblicato online sul sito web del Dipartimento della Funzione Pubblica <http://www.funzionepubblica.gov.it/glu.aspx>.

<sup>8</sup> La [Information Providers' Guide \(IPG\)](http://ec.europa.eu/ipg/content/tips/words-style/index_en.htm) è una guida online che si rivolge a tutti coloro che sviluppano e pubblicano materiali sui siti web dell'Unione europea (web master, web editor, content provider, sviluppatori e fornitori di servizi web). L'IPG copre tutti gli aspetti di pubblicazione dei siti EUROPA e descrive gli standard editoriali, tecnici e di presentazione attualmente in atto; le regole ivi definite sono obbligatorie per gli addetti ai lavori, in modo da garantire agli utenti un servizio coerente e *user-friendly*. Per quanto concerne in particolare la sezione che riguarda i criteri editoriali per il web editing, si consulti la sezione "Words and Style" del sito [http://ec.europa.eu/ipg/content/tips/words-style/index\\_en.htm](http://ec.europa.eu/ipg/content/tips/words-style/index_en.htm).

consiste nel contributo di collaborazione apportato dalle varie figure che partecipano alla redazione di un sito. L'organizzazione dei contenuti all'interno di un sito avviene tramite software che vengono definiti *Content Management System* (sistemi di gestione dei contenuti) o più comunemente *CMS*. Sono due i principali aspetti del CMS che interessano questa guida il cui focus è il web editing:

- il *back end*, cioè la parte riservata a funzioni di amministrazione del sistema, generalmente ad accesso garantito da credenziali;
- il *front end*, vale a dire la componente che viene usata dal gruppo di lavoro per gli inserimenti e gli aggiornamenti dei contenuti.

L'adozione di CMS per la gestione di un sito web prevede almeno due figure principali:

- il *web editor*, ovvero il redattore responsabile, che gestisce i contenuti e le fasi di pubblicazione;
- il *web master*, ovvero il programmatore, che si occupa della configurazione necessaria del software e della sua interazione con il web server.

Alcuni portali si avvalgono del supporto di un grafico che si occupa della personalizzazione dell'aspetto estetico del sito web gestito tramite CMS. In tale contesto vale la pena ricordare che tutti i CMS presentano comunque dei *template* (struttura base) pronti all'uso, che possono essere customizzati dal web master a seconda delle esigenze.

La redazione di un sito web istituzionale è solitamente costituita da diversi redattori (*publisher*) che hanno il compito di pubblicare varie tipologie di contenuti in base alle richieste del web editor. Quest'ultimo si assume la responsabilità dei contenuti pubblicati in termini di esattezza delle informazioni contenute, di editing e di tipografia web, svolgendo in tal senso la funzione di un caporedattore.

---

### 1.5.1 Il web master

Il web master è un esperto informatico e si occupa di amministrare il CMS, fornendo assistenza in caso di anomalie o di modifiche da apportare alla piattaforma. Crea le pagine web in riferimento principalmente ai contenuti statici, ossia quelle pagine che servono a presentare un'organizzazione (es. sezioni "Chi siamo", "Contatti", "Mission", ecc.), conduce controlli tecnici sulla qualità del sistema e offre supporto al web editor per la risoluzione di eventuali problemi.

I compiti specifici del web master sono i seguenti:

- assicurare lo sviluppo del sito web;
- amministrare il server del sito;
- garantire la sicurezza del server;

- svolgere la manutenzione evolutiva dei software;
- verificare l'integrità e la coerenza del sito (link corrotti o non funzionanti);
- supportare l'accessibilità e le ricerche (indicizzazione);
- migliorare l'indicizzazione del sito sui motori di ricerca;
- restituire le *analytics* sul numero di accessi al sito da parte degli utenti;
- effettuare il controllo tecnico sulla qualità prima di pubblicare pagine nuove;
- consigliare su questioni tecnologiche.

---

### 1.5.2 Il web editor

Il web editor svolge il ruolo di gestione e pubblicazione dei contenuti dinamici, ossia quei contenuti che sono soggetti a costante aggiornamento (es. news, schede progetto, attività di progetto, ecc.). Si tratta di una figura professionale che conosce le regole della comunicazione istituzionale, con buone competenze linguistiche e di comunicazione e con discrete conoscenze informatiche, senza essere un tecnico informatico. Poiché crea i contenuti per il web conosce le possibilità e i vincoli di internet, ha buone capacità di scrittura per il web, conosce i criteri di usabilità e accessibilità ed è in grado di prendere decisioni su questioni relative alla comunicazione web.

Nello specifico, il web editor svolge i seguenti compiti:

- costruisce architetture di informazioni per fornire agli utenti esperienze di navigazione soddisfacenti;
- è un esperto di usabilità: gli utenti si concentrano su obiettivi specifici e trovano i contenuti senza fatica;
- sa usare il paratesto;
- sa cercare informazioni online per creare contenuti e fornire fonti di informazione attendibili;
- sa redigere i contenuti per favorirne il posizionamento sui motori di ricerca.

In generale il web editor è una figura professionale con una spiccata curiosità. È buona norma che un web editor possieda buona conoscenza dell'inglese, in quanto questo facilita la consultazione di fonti non in lingua italiana (soprattutto in riferimento ai portali dell'Unione europea e dei programmi comunitari di riferimento), con una perfetta padronanza dell'italiano al fine di riuscire a trovare soluzioni linguistiche accattivanti. È importante altresì che abbia capacità di rielaborazione testuale, in modo da essere in grado di riscrivere testi di buona qualità partendo da contenuti già pubblicati, nonché familiarità con i principali CMS al fine di poter sfruttare tutto il potenziale del software di gestione dei contenuti.

## 2 Principi generali per il web editing

### 2.1 L'organizzazione di un sito web e dei suoi contenuti

Dal punto di vista dell'organizzazione o struttura dei contenuti, tipicamente un sito web è costituito da una *home page*, la pagina principale di presentazione del sito, e da contenuti e pagine web secondarie dei contenuti stessi, raggiungibili dai menù presenti nella home page tramite link che puntano all'interno dello stesso sito.

Tra le pagine indispensabili da implementare quando si realizza un sito web, vi sono le pagine statiche, ossia le sezioni del sito che contengono contenuti non soggetti a costante aggiornamento di competenza del web master e che riguardano:

- **Mission:** esplica gli obiettivi di informazione che il sito si è prefisso;
- **Chi siamo:** presenta l'organizzazione o l'amministrazione che realizza il sito;
- **Contatti:** pagina attraverso cui gli utenti trovano le informazioni necessarie per dialogare direttamente con l'amministrazione (riferimenti, nomi, numeri di telefono, e-mail, canali di social networking disponibili);
- **Accessibilità:** dichiarazione di conformità del sito web ai criteri di accessibilità indicati dalla normativa nazionale;
- **Note legali:** dove vengono definite le licenze usate per i contenuti del sito<sup>9</sup>;
- **Privacy:** l'utilizzo che il sito intende fare dei dati personali degli utenti e le modalità del trattamento dei dati stessi;

e le pagine dinamiche, ossia quelle sezioni che invece contengono contenuti in costante aggiornamento gestite in genere dal web editor, come

- **News o notizie:** contenuti informativi generali attinenti al tema affrontato dal sito web;

---

<sup>9</sup> I contenuti dei focus tematici di Formez PA sono tutelati da *Creative commons*, ossia licenze libere per il rilascio dei contenuti. Attraverso le licenze Creative commons l'autore può licenziare i propri contenuti specificando le condizioni del riuso alle quali chi vuole modificarli o utilizzarli dovrà attenersi. Maggiori informazioni sono disponibili sul sito di Creative commons <http://www.creativecommons.it/>.

- **Progetti;**
- **Attività** relative ai progetti o all'amministrazione;
- **Materiali** di rilevanza che si decide di rendere pubblici, a favore dell'utenza;
- **Contenuti** statici di interesse generale.

Tutte queste pagine devono essere accessibili sin dalla homepage, sulla quale si troveranno le cosiddette news in evidenza, ossia quei contenuti di ultimo aggiornamento o di particolare rilevanza per i temi trattati dall'amministrazione.

Le indicazioni ivi fornite vanno ovviamente considerate solo di orientamento per le amministrazioni che intendono progettare una piattaforma web, in quanto ciascuna di esse avrà certamente delle esigenze specifiche di comunicazione che desidera soddisfare.

Dal punto di vista prettamente linguistico e di impostazione dei contenuti statici e dinamici, è comunque importante tenere sempre presente che un sito, in quanto tale, non ha lettori nel senso tradizionale del termine. La stragrande maggioranza degli utenti web non legge "riga per riga", ma "scorre" la pagina, cercando rapidamente, come su una mappa visiva, quello che più gli interessa. Solitamente chi naviga non dedica che pochi secondi di attenzione alla comprensione della pagina, anche se data la natura istituzionale del portale è probabile che questo tempo aumenti. È comunque opportuno seguire alcune brevi regole condivise riguardanti la redazione e l'impaginazione dei testi.

## 2.2 Leggibilità delle pagine

In un sito il cui contenuto è rappresentato prevalentemente dal testo, la tipografia (intesa come metodo di impaginazione dei contenuti) diventa uno strumento fondamentale per organizzare anche la restituzione grafica delle pagine.

Sarà essenziale, al fine di garantire sempre agli utenti una buona leggibilità, non riempire le pagine con un testo troppo denso, ma fornire sempre un minimo di contrasto nell'organizzazione grafica dei contenuti. Il contrasto può essere ottenuto attraverso un giusto equilibrio tra grafica e testo ove possibile e tra testo e testo, in modo da facilitare la comprensione delle informazioni e aumentare la leggibilità.

Sempre tenendo presente che le esigenze di comunicazione possono variare da pagina a pagina, sarà buona norma utilizzare un linguaggio di base più adatto alla divulgazione via web. Per facilitare la leggibilità, sarà opportuno limitare l'uso della terminologia troppo tecnica, redigendo i contenuti in modo da renderli comprensibili a tutte le fasce di utenza, anche a quelle non specializzate nel tema affrontato specificatamente dal portale in questione.

---

### 2.2.1 I titoli

Un titolo deve veicolare all'utente la massima quantità di informazioni nel minor tempo possibile. Il titolo deve essere breve (tra 50 e 70 caratteri circa ove possibile) in modo che possa essere letto rapidamente e deve contenere/riassumere i soli concetti chiave del contenuto che rappresenta. Un titolo non può contenere caratteri speciali, è sconsigliato qualunque rafforzativo visuale nei titoli delle notizie come parentesi quadre, asterischi e altri simboli.

L'indicizzazione dei motori di ricerca è la differenza sostanziale dell'attribuzione di un titolo tra il cartaceo e il web. Nella scrittura di un titolo è bene usare le parole chiave all'inizio, questo renderà più semplice sia la sua comprensione da parte del lettore che la tracciabilità dei motori di ricerca. Si pensi ad esempio a Google, che nell'indicizzazione dei titoli traccia le prime 6/8 parole partendo da sinistra.

---

### 2.2.2 Le frasi

Per la composizione delle frasi attenersi, per quanto possibile, all'uso del *plain language*<sup>10</sup>. In generale prediligere l'uso di frasi brevi, ragionando in economia di spazio per la pagina e, di conseguenza, di tempo per il lettore. Non concentrare troppe informazioni in un'unica frase.

---

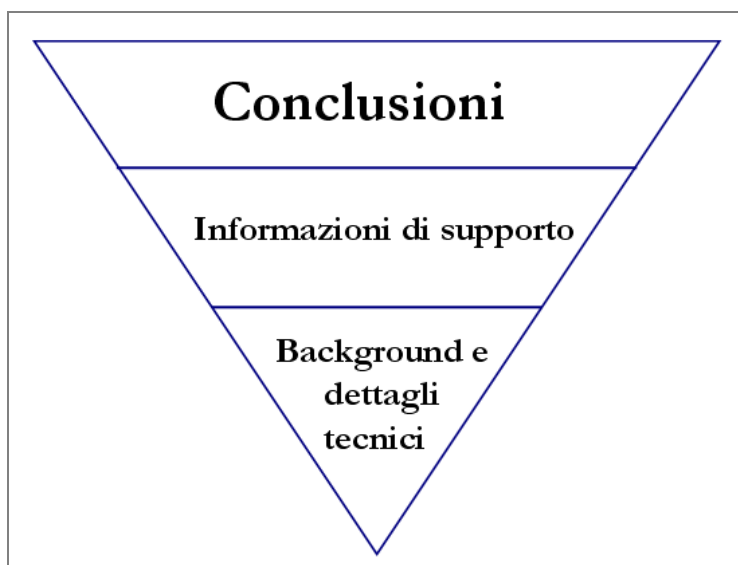
### 2.2.3 I testi

Al livello dell'organizzazione generale del testo è opportuno che le informazioni non vengano presentate in ordine casuale, ma disposte secondo un criterio preciso. La sequenza può essere di tipo logico, cronologico, gerarchico o di altro genere, purché aiuti il lettore a seguire il filo del discorso. Si consiglia inoltre di allineare il testo a sinistra poiché tale allineamento obbedisce al flusso del linguaggio e pertanto risulta essere meno stancante per l'occhio umano.

---

<sup>10</sup> Si rielabora di seguito una definizione di M. Cutts, *The Plain English Guide*, Oxford, Oxford University Press, 1995. Il *plain language* è il linguaggio che trasmette al lettore le informazioni in possesso dello scrittore nel modo più semplice ed efficace possibile. Privo di complessità non necessarie, è la linea retta che costituisce la via più breve fra due punti: l'emittente e il destinatario del messaggio. Scrivere in *plain language* significa individuare tutte e solo le informazioni di cui il lettore ha bisogno, per poi organizzarle ed esporle in modo che abbia buone probabilità di comprenderle. Idealmente, il lettore dovrebbe riuscire a capire il testo alla prima lettura. Il *plain language* è la lingua ordinaria, che si sforza di assomigliare a quella usata nella conversazione quotidiana (senza, tuttavia, arrivare a coincidere con essa, perché le differenze tra oralità e scrittura non si possono eliminare del tutto, né è desiderabile farlo). È un linguaggio moderno, vicino all'uso, immune da espressioni gergali, dotte, desuete o rare, e coadiuvato da un'impostazione grafica che agevola la lettura.

In sintesi, a ogni paragrafo dovrà corrispondere un'unità concettuale, che contiene cioè, informazioni tra loro omogenee. Largo uso quindi alla spaziatura tra paragrafi: se il testo è frammentato in paragrafi brevi si evitano al lettore fitti blocchi di parole che, come già detto, risultano poco comprensibili e molto poco accattivanti. L'informazione principale precede, di preferenza, quelle secondarie o di dettaglio, le conclusioni sono fornite prima delle motivazioni. Particolarmente utile nella redazione di pagine web è la cosiddetta struttura “a piramide rovesciata”, illustrata nell'immagine che segue (Fig.1).



**Figura 1 – La “piramide rovesciata” o *inverted-pyramid writing***

A supporto della comprensione dei testi elementi come titoli, sottotitoli, didascalie, parole chiave evidenziate in grassetto e altri elementi di contorno al testo (il cosiddetto “paratesto”) orientano il lettore, costituendo una sorta di “segnaletica stradale” del discorso.

Ampio ricorso a elenchi puntati o numerati: la struttura a lista permette di isolare le informazioni e di presentarle agli utenti in modo ordinato e sequenziale.

Nella redazione dei testi l'uso del linguaggio tecnico andrà limitato il più possibile in favore di parole e concetti semplici: si tenga presente che non sempre chi legge ha esperienza sufficiente per decifrarli. Inoltre è sempre buona norma preferire l'uso della forma verbale attiva a quella passiva, evitando ove possibile la forma impersonale quando quest'ultima contribuisce a creare un tono linguistico eccessivamente formale.



Di seguito un esempio di contenuto strutturato a piramide rovesciata:

## Italia e Commissione europea: Accordo di partenariato per la crescita e l'occupazione

Titolo

Il 10 ottobre 2014 la Commissione europea ha firmato un [Accordo di partenariato](#) con l'Italia sull'uso dei Fondi Strutturali e di investimento per la crescita e l'occupazione per il periodo 2014-2020.

Conclusioni

L'Accordo siglato **definisce la strategia** per un uso ottimale dei Fondi Strutturali e di investimento europei in Italia e apre la via all'investimento di 32,2 miliardi di euro di finanziamenti totali a favore della [politica di coesione nel periodo 2014-2020](#). L'Italia riceve inoltre 10,4 miliardi di euro per lo sviluppo rurale e 537,3 milioni di euro per il settore marittimo e della pesca.

Informazioni di supporto

Gli investimenti dell'Unione europea contribuiscono ad affrontare il **problema della disoccupazione** e ad incentivare **la competitività e la crescita economica**, dando sostegno all'innovazione, alla formazione e all'istruzione nelle aree urbane e nelle zone rurali. Promuovono inoltre l'imprenditoria, contro l'esclusione sociale e a supporto dello sviluppo di un'economia ecocompatibile ed efficiente sul piano della risorse.

Relazione con altri fatti

→ File e documenti collegati:

[Accordo di partenariato Italia-Commissione europea 2014-2020](#)

Materiali/link di approfondimento

→ Link utili:

[Sito della Commissione europea](#)

## 2.3 Regole redazionali per i social media

È necessario sottolineare che nella scrittura redazionale si è soliti seguire la regola giornalistica delle 5 W, ossia WHO ("Chi"), WHAT ("Che cosa"), WHEN ("Quando"), WHERE ("Dove"), WHY ("Perché"). I social media, su questa linea, seguono il semplice principio della 4 C<sup>11</sup>, ossia:

- **Contribute** (contribuire): condividere i contenuti prodotti e renderli fruibili ad altri;
- **Converse** (conversare): ascoltare e rispondere, esprimere la propria opinione durante una discussione o forum;
- **Connect** (collegare): entrare in contatto con altri utenti che possano "spargere la voce";

<sup>11</sup> "Using Social Media: A Handbook for EU-funded Projects" pubblicato da ENPI Info <http://www.enpi-info.eu/files/publications/Social%20Media%20Handbook%20ENG%20Final.pdf>.

- **Community** (comunità): stringere rapporti con persone da tutto il mondo per apprendere reciprocamente.

Al fine di applicare queste semplici linee guida, il messaggio contenuto all'interno dei canali di social networking è perfettamente strutturato, vale a dire che il *social manager*, ossia la persona responsabile della comunicazione sui canali social, decide di organizzare ad hoc l'espressione linguistica del contenuto dopo aver individuato l'obiettivo della comunicazione e il target di utenza da raggiungere. La strategia di comunicazione e lo strumento *social* più adeguato selezionato contribuiscono a creare un impatto sull'utenza. In questo senso i criteri editoriali svolgono un ruolo importante nella formulazione del messaggio, ovvero

- il linguaggio è conciso e accattivante, basta a sé stesso;
- si scrive in prima o seconda persona per incoraggiare una forma di comunicazione più informale;
- i link alla notizia sono sempre inclusi;
- il tono è informale ma professionale;
- il messaggio stimola all'azione e all'interazione;
- il testo risulta utile e interessante per il target di utenti.

## 2.4 Suggerimenti per l'organizzazione dei contenuti dinamici

I contenuti dinamici sono quelle pagine web che vengono create dalla redazione ogni qualvolta si presenti la necessità di pubblicare un testo nuovo ritenuto di interesse per il portale. Contenuti dinamici sono: news, eventi, schede descrittive di programmi, bandi e progetti.

In generale, si sottolinea che la documentazione che si decide di allegare a una news, a un contenuto o a un abstract va sempre caricata in formato pdf. Il campo "titolo" (il *tag*) in cui inserire il nome del file allegato deve contenere le parole chiave (es. Linee-guida sul web editing) in modo da contribuire alla migliore indicizzazione del contenuto stesso. Un buon tag migliora anche l'accessibilità e l'usabilità del contenuto.

Di seguito vengono sintetizzate le linee editoriali considerate essenziali a tal proposito da applicare ai siti web.

---

### 2.4.1 News

Le notizie devono essere riportate, inserendo il link alla fonte se esterna, e avere una lunghezza media di 1500/2000 battute, distinguendosi in:



- notizie interne, riguardanti iniziative (articoli, eventi, attività, progetti) promosse in maniera diretta o indiretta dall'amministrazione o dal programma/progetto di riferimento;
- notizie esterne (es. eventi, programmi o bandi), reperite dalla redazione attraverso indagini di secondo livello o su segnalazione degli utenti.

---

### 2.4.2 News in home page

Le news che dovranno apparire in home page saranno composte da un titolo linkabile in grassetto e dal testo introduttivo al contenuto al quale conducono e hanno l'utilità di proporre notizie, bandi e progetti a cui si vuole dare particolare rilievo.

---

### 2.4.3 Archivio

In Archivio ricadono tutte le notizie sistematizzate nel portale (news, attività, bandi o progetti, eventi) e solitamente sono caratterizzate da un'organizzazione automatica in ordine cronologico o di inserimento.

---

### 2.4.4 Materiali

Per tutti i documenti da riportare in una sezione "Materiali" la redazione dovrà provvedere alla composizione di testi introduttivi (piccoli abstract) che permettano agli utenti di fare una prima valutazione in merito all'interesse per le risorse scaricabili da questa sezione. È opportuno che gli abstract si limitino a riassumere, con un determinato numero di parole, gli aspetti e i riferimenti fondamentali del documento esaminato e che nei testi le note di interpretazione e valutazione siano ridotti al minimo. Gli abstract avranno una lunghezza media di 500/1000 battute.

## 3 Criteri editoriali

### 3.1 Introduzione

Per criteri editoriali si intendono i consigli puntuali per scrivere sul web. Si trovano di seguito alcuni suggerimenti per la redazione dei contenuti web.

---

#### 3.1.1 Caratteri

I caratteri da preferire per la redazione di contenuti web sono Arial o Verdana e possono essere differenziati come segue:

- Corsivo* Utilizzare il testo in corsivo solo per le parole straniere, per la citazione di norme o leggi e per il discorso riportato.
- Grassetto** Il grassetto è abbastanza leggibile su schermo, ma è bene usare il grassetto per evidenziare al massimo una o due parole all'interno di un capoverso.
- Sottolineato Nessuna sottolineatura: nelle pagine web il testo sottolineato potrebbe confondersi con i link.
- Colorato** Mai usare testo colorato per questioni di eleganza tipografica. Si noti che molti portali utilizzano il colore blu per indicare parole e locuzioni linkate, il testo colorato è ammesso soltanto in questo caso.
- MAIUSCOLO** Andrà usato solo per gli acronimi. Non utilizzare il maiuscolo per aggiungere risalto tipografico ai testi, per dare importanza ad alcune parole nel testo servirsi del grassetto.

---

#### 3.1.2 Punti elenco

I punti elenco sono un insieme di parole/frasi appartenenti a uno stesso insieme logico, separate da uno spazio omogeneo e anticipate dallo stesso simbolo o da una progressione numerica. Il punto elenco risulta particolarmente indicato per i contenuti web perché permette di catturare l'attenzione del lettore, sistematizzando le informazioni in maniera semplice e accattivante, evitando i fitti blocchi di testo.

Esistono sostanzialmente due tipologie di liste ordinate: elenchi puntati ed elenchi numerici. I primi vengono usati per elencare due o più elementi appartenenti ad un unico riferimento tematico, mentre con gli elenchi numerici vengono indicate delle sequenze logiche articolate in passaggi progressivi e correlati.

Può essere utile associare allo strumento tipografico dell'elenco puntato anche l'uso del grassetto per la parola chiave di ogni frase, oppure, qualora ce ne fosse una reale esigenza, l'uso di "ancore" o link interni.

---

### 3.1.3 Sottotitoli

I sottotitoli all'interno di una pagina web sono funzionali alla suddivisione compatta e coerente del contenuto trattato. Questi vanno usati nel caso in cui il testo pubblicato è lungo e presenta un'elevata densità di concetti, consentendo in tal modo la possibilità di offrire una panoramica degli argomenti trattati nella pagina e di focalizzare l'attenzione dell'utente su un primo livello di contenuto.

---

### 3.1.4 Immagini

Un'ulteriore differenza sostanziale tra comporre dei contenuti destinati alla stampa e farlo per il web sta nell'uso degli elementi grafici a corredo dei testi. È importante tenere in considerazione l'accessibilità dei disabili alle immagini e la lettura delle immagini stesse da parte dei motori di ricerca. Poiché l'indicizzazione da parte di Google avviene anche tramite le immagini, è buona norma nominare le immagini (tag) con quelle parole chiave con le quali si intende posizionarsi (es. il logo del progetto POAT allegato andrà nominato *POAT 2012-2015*). Un buon tag migliora quindi l'accessibilità e l'usabilità del contenuto.

---

### 3.1.5 Link ipertestuali

Non si esagera affermando che i link ipertestuali, di fatto, sono l'elemento cardine su cui ruota il web. Di seguito alcune regole comuni per l'uso del link:

- mai utilizzare un link sotto "clicca qui" o "per saperne di più" senza specificare dove porta il link: confonderebbe il lettore e comprometterebbe l'accessibilità;
- inserire il link sotto parole che anticipino all'utente in maniera corretta dove porta il collegamento. Ad esempio utilizzare "Leggi il testo dell'Accordo di partenariato" al posto di "Leggi il testo dell'Accordo di partenariato";
- evitare di disporre il link su due o più righe;

- linkare poche parole ma significative, evitando di disporre troppi link all'interno dello stesso paragrafo;
- fornire, per quanto possibile, il contesto ai link utilizzati, usando del testo di spiegazione nelle vicinanze del link. Tale soluzione è sempre preferibile alla scelta di linkare tutta la frase;
- infine, verificare sempre che il link conduca alla pagina desiderata. Per quanto possa sembrare banale capita assai spesso di copia-incollare male o confondere un indirizzo web.

---

### 3.1.6 Link interni o ancore

Un ulteriore strumento di web editing che può rivelarsi particolarmente utile in un sito carico di contenuti complessi è rappresentato dall'ancora o link interno. Le ancore permettono, dove il redattore lo ritenga necessario, di creare un indice interno dentro la pagina. Questo strumento risulta particolarmente indicato per i contenuti molto articolati che, per ragioni legate all'economia di spazio o alla semplicità di fruizione per l'utente, vengono inseriti in una sola pagina.

L'uso dei link interni è indicato per le pagine che contengono molto testo e che sono molto strutturate perché da un lato permette a chi naviga di farsi un'idea precisa degli argomenti esposti in una pagina senza doverla scorrere per intero e allo stesso tempo di raggiungere con un solo clic la parte che si reputa più interessante. Il contenuto così strutturato assume l'aspetto di un "contenitore" di informazioni.

---

### 3.1.7 Acronimi

È buona norma esplicitare la sigla almeno nella prima citazione, menzionando tra parentesi l'acronimo che poi si andrà a utilizzare di seguito nel testo. La sigla formata dalle lettere iniziali delle singole parole che compongono la locuzione si scrive tutta in lettere maiuscole, senza puntini tra una lettera e l'altra.

La sigla formata non solo da lettere iniziali, ma anche dalle singole parole che la compongono si scrive con la sola iniziale maiuscola, senza puntini (es.: Eurostat).

Per quanto riguarda l'uso dell'articolo, quando nell'uso corrente parlato l'acronimo viene pronunciato come fosse un nome, vale la dizione propria dell'acronimo (es.: l'FMI; la UE).

---

### 3.1.8 Abbreviazioni

E' buona norma sciogliere la sigla almeno nella prima citazione, citando tra parentesi l'abbreviazione o acronimo. Successivamente sarà possibile utilizzare soltanto quest'ultimo.



Di seguito alcuni esempi di abbreviazioni.

<b>per esteso</b>	<b>abbreviato</b>
esempio	es.
allegato/i	all.
articolo	art.
Codice Civile	c.c.
eccetera	ecc.
figura/e	Fig./Figg.
numero/i	n./nn.
pagina/e	p./pp.
paragrafo/i	par./parr.
Tabella/e	Tab/Tabb
volume/i	Vol./Voll.

---

### 3.1.9 Citazioni

- Titolo delle leggi, decreti, delibere, ecc. in corsivo senza virgolette, la prima parola è maiuscola;
- citazioni di parte del testo tra virgolette “xx”;
- delibera gg mese anno, n, xx – la prima volta nel paragrafo, poi delibera n. xx/aa;
- legge gg mese anno, n. xx – la prima volta nel paragrafo, poi legge n. xx/xx;
- articolo: sempre art.;
- decreto legislativo e comma sempre per esteso;
- ordine: legge gg mese anno, n. xx, art.yy, comma zz, lettera a, b, c...

---

### 3.1.10 Varie ed eventuali

- Capitolo xx: per esteso maiuscolo;
- “ed” e “ad” solo nel caso che segua una parola eufonica;
- tutti i rimandi alle tavole o alle figure se in parentesi, senza il cfr. tavola x.x.e figura x.x.. Il

rimando andrà scritto con iniziale minuscola se inserito all'interno del testo, maiuscolo e abbreviato se fra parentesi (Tav. x.x., Fig. x.x.);

- i puntini di sospensione sono sempre tre;
- gli elenchi puntati vanno preferibilmente connotati con un punto rientrato rispetto all'allineamento; solo se strettamente necessario usare l'ordine alfabetico o numerico.

---

### 3.1.11 Numeri

I numeri vengono posti nel testo e nelle tabelle seguendo il metodo italiano. Le migliaia fraposte da un punto: 1.000, 10.000, ecc.; i decimali fraposti da una virgola: 0,1, 0,2, ecc.. Laddove si danno cifre decimali è preferibile indicarne una sola (salvo che i dati siano significativi solo con più decimali); nel caso di uso dei decimali l'eventuale cifra intera deve riportare lo zero a completamento (es. si scrive 3,0 e non 3).

Abbreviazioni numeriche:

- miliardi → mld.
- milioni → mil.
- migliaia → migl.
- variazione percentuale → var. perc. o var. %

Abbreviazioni monetarie:

- è preferibile esprimere i valori monetari in un'unica valuta, in € nel caso di portali europei
- valori in €: x.xxx.xxx,xx (sempre in migliaia di €)
- migliaia non abbreviato

---

### 3.1.12 Parole straniere ed espressioni latine

In generale le parole straniere non vanno utilizzate ogni qualvolta ce ne sia una corrispondente in italiano. Le parole straniere vanno scritte in corsivo, tranne le parole di uso comune: ad es. asset, business, trend, ecc.. Verrà usato sempre il singolare (es.: *web* sempre minuscolo; *on line* oppure *online*, staccato o come unica parola ma senza trattino).

In caso di espressioni idiomatiche latine, usare il corsivo e non alterare le parole.



## 4 Esempi di strumenti online

Un sito deve garantire la veridicità delle informazioni contenute: per dare evidenza di ciò, le fonti di informazione da cui vengono estratti i contenuti pubblicati devono essere sempre citate, in quanto è importante non solo dare credito all'istituzione che ha pubblicato l'informazione online, ma anche fornire al lettore la possibilità di reperire il testo originale e quindi di approfondire l'argomento trattato, e documentare l'esattezza e la natura del contenuto pubblicato.

Di seguito viene fornita una breve panoramica sugli strumenti online del progetto POAT 2012 – 2015, [Ambito 1, Linea 3 “Azioni a supporto della partecipazione ai programmi comunitari a gestione diretta e al lavoro in rete”](#) con l'intento di fornire un esempio di come si può gestire il web editing, presentare contenuti accattivanti e divulgare le informazioni riguardo i programmi a gestione diretta della Commissione europea e le attività connesse alla loro gestione.

### 4.1 I focus di Formez PA

Nello specifico, i focus tematici del Progetto POAT 2012 – 2015, [Ambito 1, Linea 3 “Azioni a supporto della partecipazione ai programmi comunitari a gestione diretta e al lavoro in rete”](#), ossia [www.territori.formez.it](http://www.territori.formez.it) e [www.programmicomunitari.formez.it](http://www.programmicomunitari.formez.it), sono stati pensati allo scopo di aggiungere valore al progetto e raggiungere un'utenza ampia, favorendo il lavoro in rete. Il primo, impostato come un bollettino informativo, è dedicato alla pubblicazione di eventi, notizie e bandi in merito alla cooperazione territoriale europea e internazionale, mentre il secondo contiene schede informative sui programmi comunitari a gestione diretta con le relative fonti alle pagine ufficiali della Commissione europea, nonché uno scadenziario dei bandi europei a finanziamento diretto di facile consultazione.

In generale, la citazione della fonte può essere tipograficamente impostata in due modi:

- inserendo sulla parola o locuzione di riferimento il link alla pagina dedicata (es. [Territori in Rete](#))
- inserendo alla fine della pagina *Fonte: link alla pagina* (es. Fonte: [www.programmicomunitari.formez.it](http://www.programmicomunitari.formez.it))

In generale, le fonti di informazione da cui sono estrapolate le news pubblicate su Territori in Rete sono:

<a href="http://www.enpi-info.eu/">http://www.enpi-info.eu/</a>	EU Neighbourhood Info Centre
---	------------------------------



<a href="http://www.central2013.eu/">http://www.central2013.eu/</a>	Central Europe Programme
<a href="http://www.southeast-europe.net/hu/">http://www.southeast-europe.net/hu/</a>	South East Europe Programme
<a href="http://www.interact-eu.net/">http://www.interact-eu.net/</a>	Programma INTERACT
<a href="http://www.interreg4c.eu/">http://www.interreg4c.eu/</a>	Programma Interreg
<a href="http://www.programmemed.eu/en">http://www.programmemed.eu/en</a>	Programma Med
<a href="http://www.enpicbmed.eu/">http://www.enpicbmed.eu/</a>	Programma ENPI CBC Med
<a href="http://www.espon.eu/main/">http://www.espon.eu/main/</a>	ESPON
<a href="http://www.ciudad-programme.eu/">http://www.ciudad-programme.eu/</a>	Programma CIUDAD
<a href="http://urbact.eu/">http://urbact.eu/</a>	Programma URBACT
<a href="http://eu.baltic.net/">http://eu.baltic.net/</a>	Programma Mar Baltico
<a href="http://italia2014.eu/it/">http://italia2014.eu/it/</a>	Presidenza italiana del Consiglio dell'Unione europea
<a href="http://ec.europa.eu/enlargement/">http://ec.europa.eu/enlargement/</a>	DG Allargamento della Commissione europea
<a href="http://eeas.europa.eu/index_it.htm">http://eeas.europa.eu/index_it.htm</a>	Servizio europeo per l'azione esterna dell'Unione europea
<a href="http://ec.europa.eu/italy/index_it.htm">http://ec.europa.eu/italy/index_it.htm</a>	Rappresentanza in Italia dell'Unione europea

Mentre le fonti di informazione più frequentemente utilizzate per l'aggiornamento del database dei bandi in Programmi Comunitari sono le seguenti:

<a href="http://ec.europa.eu/research/participants/portal/desktop/en/home.html">http://ec.europa.eu/research/participants/portal/desktop/en/home.html</a>	Portale dei Partecipanti
<a href="http://ec.europa.eu/programmes/horizon2020/">http://ec.europa.eu/programmes/horizon2020/</a>	Programma Horizon 2020
<a href="http://ec.europa.eu/enterprise/initiatives/cosme/index_en.htm">http://ec.europa.eu/enterprise/initiatives/cosme/index_en.htm</a>	DG Impresa e Industria
<a href="http://ec.europa.eu/easme/en/executive-agency-small-and-medium-sized-enterprises-easme">http://ec.europa.eu/easme/en/executive-agency-small-and-medium-sized-enterprises-easme</a>	EASME
<a href="http://ec.europa.eu/about/ds_it.htm">http://ec.europa.eu/about/ds_it.htm</a>	Elenco DG della Commissione europea
<a href="http://www.europacittadini.it/">http://www.europacittadini.it/</a>	NCP Europa per i Cittadini
<a href="http://eacea.ec.europa.eu/index_en.php">http://eacea.ec.europa.eu/index_en.php</a>	EACEA
<a href="http://www.erasmusplus.it/">http://www.erasmusplus.it/</a>	Sito italiano del Programma Erasmus+
<a href="http://ec.europa.eu/programmes/erasmus-plus/index_en.htm">http://ec.europa.eu/programmes/erasmus-plus/index_en.htm</a>	Commissione europea
<a href="http://ec.europa.eu/social/main.jsp?catId=1081&amp;langId=en">http://ec.europa.eu/social/main.jsp?catId=1081&amp;langId=en</a>	DG Occupazione, Affari Sociali e Inclusione
<a href="http://ec.europa.eu/dgs/home-affairs/index_en.htm">http://ec.europa.eu/dgs/home-affairs/index_en.htm</a>	DG Affari Interni
<a href="http://ec.europa.eu/dgs/maritimeaffairs_fisheries/index_it.htm">http://ec.europa.eu/dgs/maritimeaffairs_fisheries/index_it.htm</a>	DG Affari Marittimi
<a href="http://ec.europa.eu/dgs/environment/index_en.htm">http://ec.europa.eu/dgs/environment/index_en.htm</a>	DG Ambiente

<a href="http://www.erasmus-entrepreneurs.eu/index.php?lan=it#.VIgXpjGG9PM">http://www.erasmus-entrepreneurs.eu/index.php?lan=it#.VIgXpjGG9PM</a>	Erasmus per Giovani Imprenditori
<a href="http://ec.europa.eu/research/index.cfm?pg=dg">http://ec.europa.eu/research/index.cfm?pg=dg</a>	DG Ricerca e Innovazione
<a href="http://ec.europa.eu/transport/index_en.htm">http://ec.europa.eu/transport/index_en.htm</a>	DG Trasporti
<a href="http://ec.europa.eu/clima/index_en.htm">http://ec.europa.eu/clima/index_en.htm</a>	DG Azione per il Clima
<a href="http://ec.europa.eu/energy/mff/facility/connecting_europe_en.htm">http://ec.europa.eu/energy/mff/facility/connecting_europe_en.htm</a>	Meccanismo per Collegare l'Europa
<a href="http://ec.europa.eu/dgs/communication/index_en.htm">http://ec.europa.eu/dgs/communication/index_en.htm</a>	DG Comunicazione

Al fine di garantire l'aggiornamento costante dei focus tematici, i siti sopraindicati sono monitorati regolarmente dallo staff di redazione del Progetto.

## 4.2 La Comunità di pratica POAT DFP 2012-2015 internazionale

Il Progetto POAT è fortemente incentrato sul lavoro in rete: è questa la ragione per cui è stata implementata la comunità di pratica POAT Internazionale, uno spazio virtuale chiuso per la condivisione della conoscenza. "Chiuso" perché l'adesione alla community è consentita esclusivamente ai beneficiari di progetto, moderata dai facilitatori che su questa base decidono di accettare o meno nuovi membri nel gruppo.

La community è di tipo "(in-)formativo" e svolge la funzione di potenziare le attività svolte in presenza, ossia giornate informative, giornate formative e assistenza tecnica alla scelta del Programma a cui richiedere il finanziamento e alla redazione delle proposte di progetto, nel caso in cui l'amministrazione coinvolta volesse partecipare a un invito a presentare proposte.

L'ambiente virtuale serve inoltre a diffondere informazioni, notizie e materiali di progetto di interesse particolare per i beneficiari; contribuisce a risolvere insieme agli utenti potenziali problematiche; individua fabbisogni specifici; stimola al confronto delle esperienze delle singole amministrazioni.

I mezzi gestiti dai facilitatori, in modalità asincrona, a disposizione per l'interazione con gli utenti e tra utenti ed esperti sono



- post informativi sulle attività di progetto;
- calendario degli appuntamenti;
- repository di documenti e materiali utili;
- forum di discussione;
- segnalazione di link utili.

Gli utenti possono prendere parte all'attività di comunicazione inserendo un commento ai contenuti pubblicati dai facilitatori, oppure lanciando segnalazioni di link utili e ponendo una domanda, la cui risposta verrà mediata dal facilitatore, il quale – laddove necessario – metterà l'utente in contatto con l'esperto in grado di rispondere a quella specifica domanda.

La comunicazione tramite comunità di pratica è supportata dalle informazioni contenute nei focus tematici [Territori in Rete](#) e [Programmi Comunitari](#). Anche qui valgono gli stessi criteri editoriali menzionati all'interno di questa guida.

I contenuti della community possono essere mantenuti privati quando si tratta di informazioni di interesse esclusivo dei beneficiari di progetto o relativi a un'attività svolta in tal senso, mentre possono essere resi pubblici nel caso in cui si intenda divulgare del materiale o delle informazioni che possono risultare di utilità anche per altre amministrazioni o bacini di utenza. Soltanto i membri del gruppo hanno accesso a tutti i contenuti, sia pubblici che privati.

La community è disponibile all'interno della piattaforma [Innovatori PA](#), all'indirizzo <http://www.innovatoripa.it/groups/poat-dfp-2012-2015-internazionale>.

