



Linee guida

per la redazione dei contenuti del sito istituzionale del
Comune di Genova

Versione V1.0 ad uso interno
Ottobre 2021



Introduzione	3
Azioni obbligatorie	4
TITOLI	4
CORPO DEL TESTO	5
IMMAGINI	7
DOCUMENTI ALLEGATI, PDF	8
Azioni utili	9
FORMATTAZIONE	9
GESTIONE DEI CONTENUTI	14
STILE DI SCRITTURA	14
PUBBLICAZIONI IMMAGINI	17
Appendice A	18
Forme di disabilità e personalizzazione delle “tecnologie assistive”	18
Come rendere il sito accessibile ai visitatori con bassa capacità cognitiva	20
Come rendere il sito più accessibile ai visitatori con disabilità visive	21
Come rendere il sito accessibile ai visitatori con disabilità uditive	22



Introduzione

Accessibilità e Usabilità

La normativa che regola l'accessibilità dei siti web in Italia è la Legge n. 4 del 9 gennaio 2004, detta "[Legge Stanca](#)" aggiornata con il decreto legislativo n. 106 del 10 agosto 2018 "Riforma dell'attuazione della direttiva (UE) 2016/2102 relativa all'accessibilità dei siti web e delle applicazioni mobili degli enti pubblici".

"Accessibilità e usabilità sono i parametri di qualità nel web. Bello e brutto sono categorie che non hanno senso nel valutare un sito internet."

L'accessibilità per le PA è un obbligo di legge perché significa garantire a tutti i cittadini pari opportunità nell'accesso alle informazioni e ai servizi delle PA forniti via web.

L'accessibilità è un pre-requisito tecnico indispensabile.

L'usabilità è il criterio-guida e il redattore ne è il garante e custode nel tempo.

I contenuti dei siti web, nel quadro delle linee guida per i siti web della Pubblica Amministrazione, rispondono a principi di **completezza e correttezza dell'informazione, chiarezza del linguaggio, semplicità di consultazione, costante aggiornamento**. Il contenuto è strutturato per poter comunicare nel modo più efficace possibile e unitamente alle funzionalità del sito devono poter essere fruibili su tutti i dispositivi più utilizzati dagli utenti e con qualsiasi mezzo sia desktop che mobile. Per approfondire visiona il testo riportato in [Appendice A](#).

Questo documento si prefigge di fornire al Redattore Web gli strumenti necessari per gestire le pagine delle sezioni a lui associate.

Tali strumenti sono obbligatori ai fini dell'accessibilità¹ ([Azioni obbligatorie](#)) e consigliati ai fini dell'usabilità² ([Azioni utili](#))

¹ **Definizione di ACCESSIBILITÀ (contenuta nella legge 4/2004):** per "accessibilità" s'intende la capacità dei sistemi informatici, nelle forme e nei limiti consentiti dalle conoscenze tecnologiche, di erogare servizi e fornire informazioni fruibili, senza discriminazioni, anche da parte di coloro che a causa di disabilità necessitano di tecnologie assistive o configurazioni particolari; per "tecnologie assistive" si intendono gli strumenti e le soluzioni tecniche, [hardware](#) e [software](#), che permettono alla persona disabile, superando o riducendo le condizioni di svantaggio, di accedere alle informazioni e ai servizi erogati dai sistemi informatici.

² **Definizione di USABILITÀ (secondo ISO: *International Organization for Standardization*):** per "usabilità" si intende l'efficacia, l'efficienza e la soddisfazione con le quali determinati utenti raggiungono determinati obiettivi in determinati contesti. In pratica definisce il grado di facilità e soddisfazione con cui si compie l'interazione tra l'uomo e uno strumento.



Azioni obbligatorie

Criteria di usabilità per la creazione e gestione dei contenuti

TITOLI

Utilizzare nelle pagine titoli brevi

Per essere ben visibili nei risultati dei motori di ricerca, la lunghezza dei titoli delle pagine dovrebbe essere compresa tra i 50 e i 65 caratteri, spazi compresi.

Formato

Non scrivere il titolo in maiuscolo. Evitare di utilizzare slash (/) o trattini (-, _).

Grafica

Non utilizzare punti alla fine del titolo

Comprensione

Non utilizzare [acronimi](#), a meno che non siano ben noti



CORPO DEL TESTO

Scrivere frasi brevi

In questo modo i concetti sono più facilmente memorizzabili, in particolare se si tiene conto che i contenuti possono essere usufruiti dai dispositivi mobili.

Suddividere il contenuto in paragrafi

Per migliorare la leggibilità (ogni 7-10 righe) e rinviare a pagine e documenti per informazioni più approfondite. Per maggior fruibilità si potranno utilizzare gli “accordion”

Utilizzare grassetti

per mettere in evidenza le **parole chiave** dell’argomento che aiutano una lettura veloce.

Allineamento testo

Per semplificare la lettura del sito utilizza testo grande e allineato a sinistra. Il testo giustificato è più difficile da leggere per lo spazio supplementare tra le parole.



allineato a sinistra (o non giustificato, o a bandiera)

Utilizzare elenchi puntati e/o numerati

Per mettere in evidenza informazioni sequenziali in modo chiaro e sintetico e quando devi guidare le persone in un processo. In questo caso non serve avere una frase introduttiva.

Le liste puntate, che siano ordinate o non ordinate, sono ideali **per dare ordine** e organizzare il contenuto, in quanto facilitano la schematizzazione delle informazioni. Come tutte le cose è importante **non abusarne**: evita liste troppo lunghe ed evita liste troppo corte. Una buona norma è utilizzarle quando hai necessità di inserire almeno tre elementi. Le liste ordinate, inoltre, incuriosiscono. Usa un elenco puntato per rendere più leggibile il testo. Verifica che i punti dell’elenco siano:

- coerenti, se sono parte integrante della frase che introduce la lista: in questo caso, inoltre l’iniziale del punto elenco è minuscola e la frase si chiude col punto e virgola (se è l’ultimo punto dell’elenco con il punto fermo)
- sintetici e chiari
- correttamente allineati
- scrivi frasi brevi, semplici e chiare per far capire l’azione da compiere
- evita sottoelenchi puntati. Se necessario, crea piuttosto un nuovo elenco puntato

Evitare artifici grafici

non compatibili con le regole di stile attuali e del buon senso grafico (es. carattere sottolineato, carattere barrato, giustificazione del testo, etc.). Per non appesantire il sito e creare duplicati si consiglia, qualora fosse necessario citare gli stessi argomenti in più sezioni del sito, di non riportare per intero le stesse



informazioni, ma di rimandare ad una sezione o altro sito web, attraverso un link, in cui sia presente il documento o il testo originario.

Link

Fondamentali come strumento di approfondimento delle informazioni. Devono essere costituiti da parole chiave significative che si abbinano al contenuto a cui rimandano. Non è opportuno inserire call to action (ad esempio “clicca qui”) ma utilizzare parole a cui sono abbinati dei link. I link vanno inseriti nel corpo testo e devono essere monitorati, siano essi interni o esterni, per evitare che eventuali cambiamenti e spostamenti dei contenuti a cui si riferiscono non producano messaggi di errore.

Si consiglia di collegare direttamente alla pagina che interessa e non all’home page. L’utilizzo dei link è molto utile per rendere un testo breve e rimandare ad altri contenuti per ulteriori approfondimenti:

- assicurati che sia chiara la destinazione di ogni link o lo scopo del collegamento
- inserisci solo collegamenti a contenuti che abbiano un’effettiva pertinenza e utilità con il contenuto: inserire troppi link inutili rischia di rendere meno chiaro il testo
- apri il link nella stessa scheda, tranne in alcune eccezioni (es. una nuova finestra cifrata o se il link rimanda a un altro sito)
- monitora costantemente i link per accertarne l’effettivo funzionamento e giusto reindirizzamento

delibera della Giunta Comunale n. 247 del 19 settembre 2019

Inserimento testo da altre fonti

Non utilizzare la funzione COPIA e INCOLLA da altri editor di testo (a meno che non sia un notepad che elimina la formattazione). Se proprio non ne puoi fare a meno nel corpo clicca sull'icona “SORGENTE” e incolla il tuo testo. Ricordati poi di “riformattarlo” adeguatamente, togliendo il codice html inutile.

CTRL+C 

CTRL+V

```
<p>Il Consiglio di Stato, con sentenza pubblicata
247 del 19 settembre 2019 ("modifica della macros
Municipio - Mario Bianchi, Federico Romeo, Massim
Crivello - il cui intervento era già stato dichia
presentato dai quattro presidenti.</p>
```



IMMAGINI

Copyright

Si raccomanda di individuare immagini di **libero utilizzo**. La pubblicazione di qualsiasi materiale (audiovisivo o immagini) che non sia di proprietà della CA deve rispettare la [legge vigente sul copyright](#).

Didascalia

Aggiungi sempre una breve didascalia che ne descriva il contenuto.

Testo alternativo

Usa SEMPRE un testo alternativo che ne descriva il contenuto. Senza di esso, gli utenti di screen reader sentiranno semplicemente la parola "immagine".

INFORMAZIONI SUL FILE

  palazzo-tursi.jpg (140.8 KB)

Testo alternativo

Facciata di Palazzo Tursi sede del Comune di Genova

Questo testo verrà usato da screen reader, motori di ricerca, oppure quando l'immagine non può essere caricata.

Ritaglia (cropped)

Titolo

Facciata di Palazzo Tursi

Il titolo è usato come tooltip quando l'utente posiziona il mouse sopra l'immagine.

Grafica

Se nel sito sono presenti banner per promuovere attività, evitare che ci sia somiglianza grafica tra immagini inserite e i banner.

Coerenza

Nella scelta delle immagini da inserire nelle pagine, è necessario verificare che queste siano coerenti con il testo della pagina e che veicolino un messaggio chiaro. La scelta delle immagini, infatti, deve rappresentare un valore aggiunto a quanto presente nella pagina e non un elemento superfluo o accessorio.

Qualità

Le immagini devono essere di buona qualità, tenendo presente quanto queste possono incidere sul tempo di download della pagina. Una buona qualità non significa file pesanti che rallenterebbero invece la navigazione del sito o la visualizzazione dell'elemento.



DOCUMENTI ALLEGATI, PDF

Un sito può dirsi accessibile quando tutti gli atti e documenti pubblicati sono fruibili anche da persone con disabilità e quindi pubblicati in formato digitale rispondente ai requisiti di accessibilità.

Conversione

Per garantire l'accessibilità dei documenti pubblicati è indispensabile pubblicare il file originario (word, excel, etc.) convertito in **formato pdf**.

Vietata la SCANSIONE

Un documento-immagine di testo acquisito mediante scansione anche se in formato pdf, è inaccessibile, perché i software di lettura vocale utilizzati dagli utenti disabili non sono in grado di identificare, interpretare e riprodurre tramite sintesi vocale e/o display braille il relativo contenuto.

Utilizzo

Scrivi i tuoi contenuti all'interno di una pagina web piuttosto che all'interno di documenti allegati (come i pdf). Se devi pubblicare il tuo contenuto all'interno di un documento allegato (per esempio nel caso di alcune normative), assicurati:

- che i documenti siano scritti in modo chiaro, semplice e accessibile per tutti i cittadini
- che non ci siano pagine bianche o immagini superflue
- di gestire i metadati e la gerarchia dei titoli (H1, H2, ecc) in modo corretto
- di inserire sempre una descrizione del contenuto del documento nella pagina web, prima del link al documento
- di specificare nel link al documento che si sta aprendo un file, la tipologia (doc; pdf), il peso

Creazione

Al documento originario, prima di essere convertito in pdf, devono essere aggiunti in formato elettronico (non a penna):

- l'eventuale numero del documento (n. di decreto, determina, ecc.)
- il numero di protocollo
- l'indicazione (F.to) accanto al nominativo del firmatario Esempio: (F.to) Giuseppe Verdi
- la dicitura (in fondo all'ultima pagina): "Il presente documento, conforme all'originale, è conservato negli archivi ...", indicando l'ufficio competente alla conservazione del documento stesso



Azioni utili

FORMATTAZIONE

Usa correttamente gli altri stili di testo

- **Evitare di utilizzare il sottolineato.** Nel web la sottolineatura indica un link e potrebbe quindi essere confusa con un collegamento a un'altra pagina. Evitate quindi di sottolineare delle parole o delle intere frasi per metterle in risalto.
- **Utilizzare il corsivo con giudizio.** È preferibile utilizzare il corsivo o italico solo per mettere in risalto citazioni, parole straniere o termini specifici.
- **Evitare di scrivere in maiuscolo.** Il maiuscolo è di difficile lettura se utilizzato in testi lunghi e nel web equivale a urlare.

Corsivo

Il corsivo rende più difficile la lettura del testo. Usalo solo in caso di:

- indicazioni bibliografiche, opere d'arte o cinematografiche
- parole straniere, ma solo di uso non comune e in ambito non specialistico

Grassetto

Privilegia l'uso di titoli o elenchi per mettere in evidenza il testo. Nel corpo del testo puoi usare il grassetto per evidenziare le parole chiave.

Testo sottolineato

Non usare testo sottolineato: sul web il testo sottolineato indica sempre dei link.

Acronimi

Gli acronimi non aiutano la comprensione del testo: evitali il più possibile.

Quando gli acronimi sono molto diffusi, di facile comprensione e il loro utilizzo può rendere più semplice il testo, ricorda che:

- le sigle, anche se di uso comune, vanno usate solo dopo aver scritto il nome completo per esteso nello stesso contenuto: "Il bando è stato pubblicato dal Ministero dello sviluppo economico (Mise). Il Mise ha anche reso noto..."
- di regola solo la prima lettera è maiuscola: "Mipaaf" per "Ministero delle politiche agricole, alimentari e forestali". Tra le eccezioni più frequenti: "PA" per "Pubblica Amministrazione"; "UE" per "Unione Europea"; "IVA" per "Imposta a valore aggiunto".

Cariche istituzionali

Usa l'iniziale minuscola per indicare cariche istituzionali (sindaco, giudice, assessore, ministro) tranne in



alcune eccezioni (es. Presidente della Repubblica, Presidente del Consiglio dei ministri).

Esempi

Usa sempre degli esempi concreti per spiegare meglio le informazioni che stai dando al cittadino. Un esempio è un ottimo modo per spiegare un concetto e rendere il testo più chiaro, senza dilungarsi in lunghe spiegazioni.

Nomi dei ministeri e dei dipartimenti

Sebbene nell'uso corrente si faccia in genere un ampio ricorso alle maiuscole per indicare i nomi dei ministeri e di altre strutture istituzionali, di regola solo la prima iniziale è maiuscola:

- Ministero della difesa
- Ministero delle politiche agricole alimentari e forestali
- Dipartimento della protezione civile

La stessa regola vale per gli acronimi.

Nomi di servizi e progetti

Usa nomi semplici e generici per chiamare i servizi e i progetti: non serve creare un marchio per ogni nuovo servizio, meglio usare diciture descrittive, di immediata comprensione.

Parole straniere

- Preferisci quando possibile i termini in italiano
- Usa il corsivo quando non sono termini di uso comune, a meno che non siano usati in un contesto tecnico o specialistico
- Le parole straniere di uso comune non si declinano in italiano: “l'amministrazione ha comprato dieci tablet”, non “l'amministrazione ha comprato dieci tablets”

Simboli

Anche se simboli come “&” o “%” possono rendere il testo più breve, spesso rendono più difficile la lettura. Meglio scrivere per esteso (es. “Il 50 per cento degli abitanti”).

Dati

I dati sono spesso un elemento importante del contenuto gestito all'interno dei siti. Quando pubblichi dei dati, ponili come obiettivi:

- la chiarezza
- la facilità di fruizione da parte degli utenti

Il modo più frequente con cui vengono pubblicati i dati sono le **tabelle**.

Domande frequenti (Faq)

Se le pagine del tuo sito spiegano in modo chiaro e sintetico le informazioni che gli utenti cercano non è necessario creare delle Faq, che finirebbero solo per duplicare i contenuti. Se ci sono domande



frequenti, invece di creare delle Faq mischiando diversi argomenti in una sezione separata del sito, adegua il contenuto delle tue pagine per soddisfare la richiesta e le reali esigenze di informazione degli utenti.

Note

Non utilizzare mai le note in una pagina web, tranne che per citare le norme quando ricorri a dei **riferimenti normativi**.

Per altri tipi di approfondimento, come:

- lista di una documentazione tecnica o di altro genere
- bibliografia
- link di approfondimento

puoi utilizzare degli elenchi, includendo sempre dei link al documento completo, quando disponibile.

Riferimenti normativi

Cerca di rendere chiaro il testo, evita troppi riferimenti normativi.

Quando è necessario citare una legge:

- cerca di spiegarne sinteticamente il contenuto invece che citarla testualmente, per rendere più semplice la comprensione e far capire lo spirito e le intenzioni della norma
- utilizza le note per indicare il nome preciso della norma a cui fai riferimento. In ogni nota scrivi un breve estratto del testo e il nome della norma per esteso
- evita comunque un linguaggio tecnico (ex ART. 20 comma 2 e 3 della legge n. 247/2012)
- aggiungi sempre il link alla norma di riferimento, per esempio usando il permalink alla norma su [Normattiva](#)

Numeri di telefono

Proponi un numero di telefono sempre insieme ad altri canali di contatto (mail, indirizzo).

Quando pubblichi un numero usa anche il prefisso internazionale; raggruppa le cifre separandole con degli spazi, per migliorare la leggibilità. Inserisci i numeri di telefono come link attivi (nel codice html usa l'attributo "tel:"):

usa +39 06 123 456 78 non usare 06 12345678

Tabelle

Le tabelle possono essere utili per spiegare facilmente dei concetti. Ricorda però:

- di non inserire troppo testo all'interno della tabella: otterresti il risultato opposto
- di usare tabelle con poche colonne, per non rendere difficile la lettura con dispositivi mobili

Punteggiatura e grammatica

Esempio o es.

Nel testo è meglio scriverlo per esteso: "per esempio". Se lo usi tra parentesi, puoi scegliere la forma



abbreviata (es. come in questo caso).

Maiuscole / minuscole

L'USO DEL MAIUSCOLO PER INTERE FRASI È DA EVITARE: RENDE PIÙ DIFFICILE LA LETTURA DEL TESTO.

In generale usa iniziali minuscole, tranne quando si tratta di nomi propri o di eccezioni come:

- titoli istituzionali completi, seguiti dal nome proprio (il Ministro per le politiche agricole Nome Cognome);
- facoltà, dipartimenti, istituti e scuole (es. l'Università degli studi di Bologna)
- nomi completi di uffici, dipartimenti ed enti (es. Agenzia delle Entrate)
- riferimenti specifici a leggi e normative
- casi in cui sono specificamente richieste le maiuscole (es. Unione Europea)

Punto e virgola / punto / due punti

Usa il punto e virgola per gli elenchi, il punto per chiudere le frasi.

Dopo il punto fermo usa la maiuscola, dopo il punto e virgola e i due punti la minuscola. Questa regola vale anche per gli elenchi puntati.

1. Se la frase introduttiva si chiude col punto fermo, il primo punto inizia in maiuscolo
2. Così anche il secondo punto e tutti gli altri si dovranno chiudere con il punto fermo
3. Ecco il terzo punto in elenco

Se la frase introduttiva si conclude con i due punti:

1. il primo punto inizierà con la minuscola e finirà con il punto e virgola
2. di conseguenza succederà per il secondo
3. e per il terzo: se è l'ultimo punto si concluderà con il punto fermo

Date

Scegli la forma: "01 gennaio 2018". I giorni della settimana e i mesi si scrivono con la lettera minuscola (es. lunedì 15 marzo).

Numeri

In genere puoi scriverli in lettere. Usa le cifre:

- quando indicano un dato preciso (contenuti matematici, scientifici, statistici, prezzi)
- per le date (27 novembre 2018)
- per gli indirizzi (Via del Corso 15)

I numeri che precedono "mille", "mila", "milione" e "miliardo" si scrivono in cifre quando hanno un valore indicativo:

- 4 milioni e 325 mila persone hanno votato al referendum
- la produzione ha superato i 3 miliardi e 400 milioni di pezzi

Numeri romani usati per:

- riferimenti puntuali alle leggi (es. "Titolo V della Costituzione")



- indicare i secoli

Percentuali

Puoi usare il simbolo % all'interno di tabelle, o per contenuti matematici, scientifici, statistici. In generale cerca di scrivere il numero in cifre e "per cento" per esteso.

Unità di misura

Quando il numero è accompagnato da un'unità di misura, lo stile da usare dipende dal contesto.

Per i documenti tecnici, il numero è scritto in cifre ed è seguito dal simbolo dell'unità di misura nel [Sistema Internazionale](#), separato da uno spazio.



GESTIONE DEI CONTENUTI

Aggiorna i contenuti

Un contenuto aggiornato è sinonimo di credibilità. Migliora costantemente i testi:

- facendo revisioni periodiche e programmate
- analizzando i feedback degli utenti

Non scrivere mai “Pagina in aggiornamento” o “Questa pagina non è aggiornata”. Quando fai un aggiornamento rilevante del contenuto di una pagina, segnalalo agli utenti con delle note.

Approfondisci le informazioni

Prima di creare o di revisionare qualsiasi contenuto, approfondisci il tema che stai trattando. Assicurati di conoscere bene gli argomenti di cui parli: spesso i contenuti sono ambigui, perché chi li scrive non è sicuro delle informazioni.

Contenuti obsoleti

Non lasciare pubblicati i contenuti obsoleti del tuo sito. Quando un'intera pagina o sezione del tuo sito diventa obsoleta, utilizza dei redirect verso dei contenuti analoghi ma aggiornati.

Misura i risultati

Per verificare l'efficacia dei tuoi contenuti, fissa degli obiettivi misurabili, a seconda dello scopo che vuoi raggiungere:

- aumentare gli utenti
- aumentare l'uso del servizio
- ridurre il tempo che gli utenti impiegano a ottenere qualcosa online

Un buon metodo di lavoro è definire un obiettivo chiaro per ciascuna pagina web (eliminando le pagine che non hanno obiettivi chiari). Misura l'efficacia dei tuoi contenuti rispetto a questi obiettivi, attraverso dei test o degli strumenti di [web analytics](#).

Pianifica i contenuti

Prima di pubblicare un nuovo contenuto, analizza ciò che le persone cercano e concentrati sui loro bisogni.

Quando crei una pagina, come prima cosa definisci a cosa serve e in che modo risponde a un bisogno dei cittadini (o di specifiche categorie di cittadini). Concentrati sulle cose importanti per capire:

- che tipo di informazioni cercano gli utenti
- in quale sezione del sito cercano le informazioni

Non creare più pagine web con lo stesso scopo.

Revisiona i contenuti

Fai periodicamente una revisione dei contenuti vecchi e nuovi dentro interfacce sia desktop che mobile.



STILE DI SCRITTURA

Utilizza le parole chiave e mettile in risalto

Ricordati di inserire le parole chiave principali nel tuo testo. È importante mantenere sempre una certa fluidità di linguaggio, evitando di forzare troppo il modo di scrivere. I motori di ricerca se ne accorgono, così come i vostri utenti. Per rendere più fluida la scrittura ti consiglio di usare parole correlate e sinonimi. Le parole chiave, inoltre, vanno evidenziate in grassetto. Il lettore le utilizzerà per scansionare il vostro articolo e per capire se risponde alle sue domande.

Linguaggio breve e semplice

Usa uno stile semplice, breve e conciso. Evita frasi e paragrafi troppo lunghi. Considera che il tuo testo sarà letto la maggior parte delle volte sul piccolo schermo di un telefono.

Il linguaggio deve includere, non escludere. Meglio usare termini comprensibili a tutti. Evita perifrasi e parole arcaiche (es. “ad uopo”, “nelle more di”). In generale evita l’uso di parole che finiscono in “-zione” o “-mento”: sono parole derivate da verbi che rendono più difficile il testo. Usa piuttosto i verbi in forma attiva.

Evita paragrafi lunghi e utilizza titoli e sottotitoli

È buona norma evitare il muro di parole e **dividere il testo in paragrafi**, preferibilmente brevi separando le frasi che esprimono concetti diversi. Attenzione a non esagerare perché una frammentazione eccessiva può risultare altrettanto di difficile lettura. Per semplificare questo passaggio puoi organizzare il tuo testo con l’aiuto di titoli e sottotitoli, importanti anche in ottica SEO.

Paragrafi

Dividi il contenuto in brevi paragrafi, per permettere al lettore di trovare prima l’informazione che cerca. Considera che la maggior parte degli utenti leggerà il testo su uno smartphone o altro dispositivo mobile.

Usa il tono di voce giusto

I cittadini fanno sui siti della Pubblica Amministrazione cose molto diverse tra loro: ricevono informazioni, pagano, leggono norme, prenotano servizi, ottengono certificati, ecc. Usa il tono di voce più appropriato a ciascuna circostanza.

Vai dritto al punto

Prima di scrivere qualsiasi contenuto sul tuo sito, chiediti di che cosa ha bisogno l’utente e dai una risposta. Quando spieghi qualcosa a un cittadino, cerca sempre di rispondere alle domande chiave: chi, cosa, dove, come e quando.

Non scrivere più di quanto serve. Non scrivere la stessa informazione in punti diversi del sito, usa i link per collegare le informazioni. Le persone hanno poco tempo: sii preciso e non aggiungere complessità.

Verbi

Scegli forme verbali che contribuiscano a rendere il testo più chiaro possibile.



- Utilizza forme verbali attive:
usa
Registrati sul sito.
non usare
La registrazione può essere effettuata sul sito.
- Scegli forme colloquiali e dirette:
usa
Scarica il bando per la richiesta dei contributi.
non usare
Il cittadino interessato può reperire il bando per la richiesta di contributi in questa sezione.
- Mantieni un linguaggio semplice, diretto e chiaro, evitando forme impersonali:
usa
Iscriviti sul sito del Comune.
non usare
È possibile iscriversi sul sito del Comune.

Contenuti lunghi, ma di qualità

Ci sono diversi punti di vista quando si parla di lunghezza del testo per il web. C'è chi suggerisce di scrivere almeno 300 parole, chi 700, altri 1300 o addirittura 2000. È sì importante scrivere testi lunghi, ma è più importante che questi contenuti siano di valore. Per questo motivo togli tutto quello che non serve. L'utente si fermerà sul tuo sito se trova le informazioni che gli altri non gli offrono. Non sforzarti di scrivere 1000 parole per girare intorno allo stesso concetto.

Utilizza la tecnica della piramide rovesciata

La tecnica della piramide rovesciata è un modello di scrittura che prevede l'inserimento della **sezione più importante all'inizio** dell'articolo. In questo modo darai subito all'utente le informazioni decisive, per poi passare allo sviluppo approfondito del contenuto. Il lettore troverà subito quello che sta cercando e approfondirà in caso di necessità e se l'hai davvero conquistato nella prima parte del testo.

Per migliorare la leggibilità mi sento in dovere di dirti che un altro aspetto fondamentale da tenere bene a mente durante la scrittura è l'originalità dei contenuti.

È importantissimo che i testi scritti siano scritti di tuo pugno e non copiati da altri siti. I motori di ricerca fanno particolari analisi sui contenuti duplicati, penalizzando molto i siti web che non rispettano questa regola.



PUBBLICAZIONI IMMAGINI

Dedica tempo alla produzione, alla ricerca e alla selezione delle immagini: una buona foto può fare la differenza e dare valore al tuo contenuto. Non pubblicare:

- foto inutili
- sequenze di foto simili tra loro se non aggiungono significato
- foto con dimensioni troppo pesanti

Come ogni contenuto che pubblichi sul web, ci vuole buon senso anche nella pubblicazione di immagini.

Ricordati di:

- citare l'autore
- riportare la licenza di pubblicazione

Quando pubblichi un'immagine assicurati:

- che il file abbia un nome che ne rifletta il contenuto (per esempio, se pubblichi una foto del Teatro antico di Taormina il nome del file potrebbe essere teatro-antico-taormina.jpg): sarà più facile indicizzarla per i motori di ricerca e di conseguenza per gli utenti trovarla
- di aggiungere una didascalia e inserire un testo alternativo per l'accessibilità

Dimensione delle immagini

Le dimensioni delle immagini influenzano la velocità di caricamento della pagina: è quindi fondamentale rispettare alcune buone pratiche per tenere sotto controllo peso, risoluzione e proporzioni del file.

Prima di pubblicare un'immagine è opportuno verificare che sia ottimizzata per il web:

- Risoluzione: 72 ppi
- Formato: JPG (JPEG), PNG
- Modello di colori: RGB



Appendice A

Forme di disabilità e personalizzazione delle “tecnologie assistive”

Esistono diverse **forme di disabilità**, da quella visiva (parziale o totale), a quella motoria, uditiva, cognitiva, fino ad arrivare a quella tecnologica, le quali sono classificate nelle seguenti categorie:

- **disabilità sensoriali** che comprendono quelle visive (non vedenti, ipovedenti e daltonici) e quelle uditive (forme di sordità che si esprimono in un diverso livello di gravità, da lieve a profondo);
- **disabilità motorie** che si manifestano in un impedimento fisico, temporaneo o permanente (es. frattura, paralisi, amputazione);
- **disabilità cognitive** che nascono da disabilità fisiche o psichiche di diversa natura, come ad esempio quelle genetiche (sindrome di Down), o quelle derivanti da malattie dell'encefalo o da gravi incidenti, o derivanti da disabilità dello sviluppo (autismo) o dell'apprendimento.

Le categorie qui elencate e i diversi gradi di gravità che ognuna di esse esprime, mette in evidenza di fatto il problema di riuscire ad elaborare, realizzare e gestire soluzioni *hardware* e *software* che siano adattabili a soddisfare le singole esigenze dell'utente in maniera personalizzata.

Questo al fine di individuare, per ognuna di loro, peculiari “**tecnologie assistive**”, ossia di fatto degli ausili, “*strumenti e soluzioni tecniche, hardware e software, che permettono alla persona disabile, superando o riducendo le condizioni di svantaggio, di accedere alle informazioni e ai servizi erogati dai sistemi informatici*”.

Nella pratica infatti, nell'ambito delle **disabilità sensoriali**, come ad esempio nei confronti dei soggetti non vedenti, non essendo in grado di vedere il monitor del dispositivo elettronico, occorre avvalersi di tecnologie assistive che compensino la specifica disabilità.

Si utilizza in questo caso lo “**screen reader**”, ossia un *software* che agisce a livello del sistema operativo interpretando il testo presente sul monitor e “traducendolo” secondo un sistema di “**sintesi vocale**” o secondo un sistema di “**display Braille**”.

Oppure per disabilità visive parziali si predispongono “*software ingrandenti*” e apposite tastiere che presentano tasti con lettere ingrandite o con tasti “*braille*”.

Così come nelle **disabilità motorie**, per le quali l'invalidità attiene al controllo delle mani e quindi alla difficoltà o impossibilità nell'uso della tastiera e del mouse, si realizzano tecnologie assistive con “*dispositivi in input*” differenti a seconda del grado di disabilità.

Si parla infatti di particolari tipi di tastiere per lievi gravità motorie, o sistemi a comando vocale o sistemi sensoriali, in casi di grave disabilità motoria (come ad esempio la SLA).

Altresì nelle **disabilità cognitive**, ossia quelle che identificano soggetti che hanno difficoltà di apprendimento, comprensione e concentrazione, o soggetti che presentano disturbi psichici o di autismo, per i quali l'accessibilità al *web* è elemento determinante per consentire loro di comunicare e anche di lavorare, **le tecnologie assistive hanno lo scopo di migliorare la loro attività quotidiana**.

L'obiettivo è proprio quello di un **miglioramento dell'apprendimento e della comprensione** per soggetti, ad esempio i dislessici, i quali possono con sistemi di “sintesi vocale” accedere ai contenuti digitali evitando di leggere.

Oppure per soggetti con difficoltà di memoria e concentrazione per i quali l'uso combinato di sistemi di sintesi vocale con la lettura a video permette loro di apprendere in maniera più efficace.

“Disabilità tecnologiche”



In ultimo, ma non per questo meno importanti, sono le cosiddette “**disabilità tecnologiche**” ossia quelle disabilità che richiamano, più delle altre, il **concetto di *digital divide***.

Esse sono espressione della difficoltà od impossibilità ad accedere ad *Internet* a motivo di una scarsa o inesistente conoscenza tecnologica o di motivazioni di ordine economico e sociale.

Gli individui associati a questa categoria possono essere da una parte i soggetti disabili che hanno sì accesso ai sistemi informativi ma hanno disponibilità di *software* e *hardware* ormai obsoleti e una connettività troppo lenta per poter favorire la navigazione in maniera efficace.

Dall'altra parte soggetti economicamente e socialmente deboli (es. anziani) che non hanno né quelle competenze tecnologiche essenziali né gli incentivi necessari all'apprendimento che possano aiutarli ad accedere liberamente e con semplicità al *web*.

Da quanto analizzato è evidente quindi che i problemi di accessibilità derivano da differenti aspetti fisici e sensoriali, quali la difficoltà di percezione delle informazioni, o di lettura di un testo, o di interazione; o aspetti prettamente connettivi e tecnologici.

Diventa pertanto doveroso rendere accessibile sia il dispositivo elettronico che l'utente disabile utilizza per navigare in *Internet* sia il sito *web* dove lo stesso desidera cercare le informazioni d'interesse e nel quale vuole interagire.³

³ Testo tratto dal web - <https://www.sandyeilweb.com/disabilita-e-web/>



Come rendere il sito accessibile ai visitatori con bassa capacità cognitiva

La progettazione di pagine accessibili agli utenti con basse capacità cognitive inizia con il **contenuto**, che deve essere formulato in un **linguaggio semplice, frasi brevi e istruzioni molto dirette**.

Le basse capacità cognitive non sempre vanno di pari passo con una scarsa intelligenza, quindi è importante non sottovalutare questi utenti.

Molte delle esigenze di accessibilità degli utenti con basse capacità cognitive si sovrappongono a quelle degli utenti con disabilità visive o uditive, come il supporto per i comandi della tastiera e i lettori di assistenza, un'etichettatura coerente e una chiara progettazione della navigazione.

Ecco alcuni passaggi importanti da prendere in considerazione quando si progetta l'accessibilità per utenti con basse capacità cognitive:

- **Usa un linguaggio semplice e diretto** che non sia confuso o pieno di metafore gergali (non usiamo il classico linguaggio "comunale")
- **Includi illustrazioni e immagini esplicative** a fianco del testo (come per gli utenti con disabilità uditive)
- **Evita l'uso di blocchi di testo lunghi e densi** che non interrotti dalle immagini o dalla spaziatura. I gruppi di testo brevi, insieme a chiare immagini didattiche, sono molto più facili da accettare
- **Non utilizzare testi che lampeggiano o scorrono** attraverso la pagina, perché richiede più tempo per gli utenti di leggere e assimilare e saranno trattenuti dalle distrazioni visive



Come rendere il sito più accessibile ai visitatori con disabilità visive

Il design accessibile include:

Contenuto – il sito deve essere facile da comprendere anche se si legge ad alta voce, fuori contesto tramite uno strumento di lettura dello schermo.

Formattazione – le pagine scarsamente formattate non possono essere facilmente ingrandite, spostate o regolate per una migliore visibilità.

Design e layout – molti visitatori con disabilità visive troveranno difficile vedere contrasti o determinati colori.

Ecco le prime cose da controllare sulle pagine da te gestite per assicurarti che sia accessibile ai visitatori con disabilità visive:

- **Fai in modo che i titoli descrivano chiaramente la pagina e che siano diversi dai titoli di altre pagine**, in modo che gli utenti non vedenti ascoltando un lettore schermo, possano capire il contesto senza la visualizzazione del layout e gli utenti con scarse abilità visive possano ottenere le informazioni di cui hanno bisogno.
- **Verifica che ci siano testi alternativi inseriti (image alt texts) in ogni immagine**. I testi alternativi dovrebbero descrivere brevemente e chiaramente l'immagine. Ad esempio, il testo alternativo immagine per un pulsante di ricerca deve essere "cerca" e non "ingrandimento". Questi testi possono essere letti da uno lettore schermo.
- Gli utenti non vedenti e ipovedenti tendono a utilizzare i comandi da tastiera o i comandi vocali invece del mouse. **Hanno bisogno di pulsanti ed elenchi a discesa che mostrano quale opzione stanno effettivamente selezionando**. Ciò potrebbe avvenire evidenziando la scelta corrente o aggiungendo un bordo.
- **Non inserire testo, pulsanti o immagini che lampeggiano**. Questo può innescare un attacco epilettico, ma rende anche molto difficile per gli utenti con scarsa capacità visiva leggere e prendere in considerazione le informazioni.
- **Fai scelte di colore ragionevoli**. Non scegliere nulla di troppo luminoso, che possa abbagliare e confondere gli occhi, o troppo debole che non possa essere visualizzato facilmente.
- L'8% degli uomini e lo 0,5% delle donne soffre di daltonismo, quindi **non usare mai un colore per definire un pulsante o un campo di istruzioni**.
- **Immagini molto grandi possono confondere molti spettatori**, soprattutto se stanno visualizzando su uno schermo che non è abbastanza grande da mostrare l'intera immagine, inoltre richiedono anche molto tempo per essere caricate o potrebbero causare un blocco del caricamento a causa delle loro dimensioni, quindi anche gli utenti in grado di vedere bene potrebbero esserne disturbati.
- Assicurati che **ogni parte del contenuto video abbia un'alternativa audio** o una trascrizione testuale alle quali sia possibile accedere da un lettore schermo.



Come rendere il sito accessibile ai visitatori con disabilità uditive

Per rendere le pagine accessibili ai visitatori con disabilità uditive, è necessario iniziare a pensare al contenuto. Alcuni utenti non udenti usano principalmente la lingua dei segni e hanno bisogno di istruzioni di testo scritte in termini molto semplici. La formattazione è un altro potenziale problema, incluse funzionalità come il controllo del volume regolabile. Infine, la progettazione accessibile per gli utenti non udenti dovrebbe includere l'uso di immagini esplicative, tra le altre fasi.

Per migliorare l'accessibilità del tuo sito per i visitatori con disabilità uditive, inizia esaminando questi problemi:

- **Inserire immagini esplicative che accompagnano l'audio o istruzioni scritte**, per favorire gli utenti non udenti che hanno più familiarità con la lingua dei segni che con la parola scritta.
- Inserire video e altri media **con didascalie inserendo sottotitoli facili da attivare e disattivare usando i comandi da tastiera**, non solo con un mouse. I contenuti dovrebbero essere disponibili in un certo numero di lingue e/o come accompagnamento della lingua dei segni internazionale.
- **Assicurati che non ci sia nulla che sia solo audio**, come segnali acustici, allarmi di avviso di errore o messaggi audio.
- **Tutti i materiali audio dovrebbero avere una trascrizione** che sia chiaramente disponibile nella stessa pagina del file audio.