



Rete Urbana delle
Rappresentanze



Ministero per le Riforme e
l'innovazione nella Pubblica
Amministrazione



Centro Studi Investimenti
Sociali

9° Rapporto LE CITTÀ DIGITALI IN ITALIA

Roma, giugno 2006

INDICE

1. Le reti dei servizi on line	Pag.	1
1.1. Tornare alla città digitale: servizi on line integrati per il territorio	“	1
1.2. La città connessa	“	2
1.3. I servizi on line: un’evoluzione da compiere?	“	5
1.4. La città digitale come rete degli attori	“	13
1.5. Il mosaico dell’offerta territoriale	“	15
2. Le reti della partecipazione	“	21
2.1. Molte, chiare e subito. il valore della comunicazione immediata	“	21
2.2. Quale democrazia elettronica per quale pubblico	“	28
2.3. Equivoci e ritardi. E la qualità rimane lusso di pochi.	“	31
3. Il rating delle città digitali	“	39
3.1. I migliori siti della Pa locale	“	39
3.2. Analisi storica dei rating di città digitali	“	47
3.2.1. Le regioni, solide e ricche	“	49
3.2.2. Le province, mobili e in crescita“	“	53
3.2.3. I comuni capoluogo: veterani ed equilibrati	“	57
4. Appendice metodologica	“	69
4.1. L’universo di indagine	“	70
4.2. La struttura della ricerca: gli indici settoriali	“	71
4.3. L’indicatore di stabilità	“	72

1. LE RETI DEI SERVIZI ON LINE

1.1. Tornare alla città digitale: servizi on line integrati per il territorio

L'e-government nel 2006 è ancora connotato da **contraddizioni** che diventano più stridenti tanto più maturano la qualità dei progetti e l'interesse del pubblico a cui sono rivolti. La prima contraddizione è tra l'impegno profuso da parte delle Pa locali nella realizzazione di servizi on line e la loro reale offerta per molti versi ancora sporadica e "sperimentale". La seconda contraddizione, che riguarda gli utenti, vede da un lato forti aspettative e largo consenso accordato all'uso di Internet nel rapporto con la Pa e, dall'altro, una risposta tuttora debole nel momento concreto della fruizione di servizi transattivi.

Tuttavia nel complesso, rispetto ad alcuni anni fa, cittadini e imprese in Italia si trovano di fronte ad una **disponibilità di prestazioni telematiche più ampia e via via più integrata**. Ma se agli albori dell'era telematica l'azione della pubblica amministrazione locale in tale direzione era l'unica veramente incisiva, oggi questo primato è condiviso con altri operatori pubblici o privati. Molti sono i soggetti che in modo più o meno congiunto sono ormai capaci ed interessati ad offrire servizi on line. L'innovazione sul territorio oggi è un processo policefalo che non può essere ridotto né agli strumenti di volta in volta attivati né ai processi di un solo soggetto attivatore. La sua **efficacia aumenta in modo significativo quando tutti gli attori sono mutuamente in relazione e i progetti investono l'intero ambito territoriale**. Il valore della rete, fatta di mutue connessioni legittimanti, segnala il pregio delle migliori iniziative. La stessa nuova direttiva sui servizi on line pubblicata nel Luglio 2005 dal Ministro per l'Innovazione e le Tecnologie, invitando ad avere un approccio multicanale in relazione alle esigenze dell'utenza, indica la strada dell'integrazione come soluzione realmente efficace in funzione della semplificazione e del progresso dei servizi on line.

Per chi si occupa di analisi di servizi telematici questo significa tornare ad avere una **visione ampia della città digitale**, non ridotta ai piani della

pubblica amministrazione ma disposta ad accogliere qualsiasi sforzo, in termini di progetti, azioni e cambiamenti, prodotti dai diversi soggetti sul territorio. Un utilizzo innovativo delle Ict, volto a produrre nuovi valori d'uso e nuovi modi di rapportarsi in un contesto locale, produce una **città connessa**, in grado di offrire **servizi** e sviluppare **relazioni a distanza**. Quanto più è ampia la sua capacità connettiva, l'offerta di servizi e la relazionalità, tanto più la sua azione innovatrice risulta efficace.

Una tale visione porta a spostare il baricentro dell'analisi dei siti istituzionali dalla sola dimensione dell'**e-government** al più ampio alveo dell'**e-governance**, ovvero guardare ai siti istituzionali come alla parte di un "tutto" più complesso. Regioni ed enti locali sono chiamati a reinventare il governo della cosa pubblica alla luce della disponibilità di nuove tecnologie, ma al tempo stesso si trovano ad essere attori protagonisti in uno scenario complicato che richiede capacità di relazione, propensione alla collaborazione e azioni di stimolo al cambiamento organizzativo.

Una maggiore partecipazione e integrazione, sia sul piano dei servizi a cittadini e imprese, sia sul piano della e-democracy, potrebbe trasformare significativamente la qualità degli attuali progetti e contribuire a rendere più pervasivo ed effettivo il contributo delle iniziative di governo elettronico.

1.2. La città connessa

Quanto alla "capacità connettiva" del territorio, l'interesse ad essere sempre on line si fa largo tra i cittadini e suscita l'interesse di privati e pubbliche amministrazioni: informazioni e servizi possono essere raggiunti dalle proprie case grazie ad Internet e oggi, tramite sistemi di collegamento senza fili, come il **wi-fi**, potenzialmente da qualsiasi luogo. Questo apre le porte all'offerta multicanale di servizi: le città che finora non si sono trasformate in piazze telematiche, per via dei pochi punti di accesso pubblici o chioschi telematici messi a disposizione, hanno oggi l'opportunità di cambiare e inventare soluzioni innovative. Sicuramente il wi-fi sarà un'interessante prospettiva per i servizi telematici del prossimo futuro, sebbene non mancheranno criticità legate al tema della sicurezza delle reti e dell'identificazione certa degli accessi. Sono stati ad ogni modo recentemente superati i limiti più evidenti all'utilizzo delle tecnologie wi-fi in Italia con il decreto che estende, rispetto al primo decreto del 2003, la

regolamentazione del wi-fi a tutto il territorio nazionale. Prima infatti solo alcune zone pubbliche potevano essere coperte da wi-fi e non potevano essere pertanto raggiunte abitazioni ed uffici.

I progetti wi-fi in Italia sono attualmente tali da non consentire una reale valutazione degli effetti di impatto sulla cittadinanza proprio perché sono stati finora fortemente limitati e hanno potuto solo avviare un processo ora pronto ad essere lanciato. Una delle motivazioni principali che ne ha determinato l'avvio è comunque, nella maggior parte dei casi, l'idea di superare grazie al *wireless* il digital divide causato dalla non copertura della banda larga in alcune zone della penisola. Utilizzo non secondario anche quello per la sicurezza pubblica, attraverso l'installazione di telecamere wi-fi in alcune zone della città. La stessa diffusione a macchia di leopardo del wi-fi è avvenuta negli Stati Uniti dove oramai il sistema si sta affermando su più ampia scala.

Particolarmente interessati dunque al wi-fi sono soprattutto comuni di montagna o comunque in zone non raggiunte dalla banda larga. Ne è un esempio il Comune di Chamois in Valle d'Aosta che ha, come altri, fruito della convenzione tra ANCPI (Associazione Nazionale Piccoli Comuni d'Italia) e una società privata di telecomunicazioni per la creazione di reti a prezzi vantaggiosi (tav. 1).

Tav. 1 - Alcuni dei progetti wireless attivati dai Comuni italiani

Scopo primario	Enti promotori
Per connettere alcune zone della città	Comune di Roma, Comune di Bologna, Comune di San Remo (Im)
Per superare il digital divide	Comune di Chamois (Ao), Comune di Acqualagna (Pu), Comune di San Benedetto Belbo (Cn), Comune di Casalbore (Av), Comune di Vicopisano (Pi), Provincia di Firenze
Per consentire la fruizione di servizi on line	Valle Cannobina (Vb), Comune di Lecce

Fonte: Rur-Censis, 2006

Di diverso segno sono iniziative come quelle del Comune di Roma o il Comune di Sanremo che, sul modello newyorkese, rendono disponibile la connessione wi-fi in specifiche zone della città, con l'obiettivo di fornire un servizio a cittadini e turisti. Nel caso di Roma si tratta delle ville e dei parchi cittadini, nel caso di Sanremo le spiagge, immaginando servizi a carattere turistico. Il Comune di Bologna ha attivato *access points* presso lo Sportello Iperbole Internet, consentendo così la connessione gratuita in un raggio di 150 metri. Oggi anche questi progetti potranno divenire più ambiziosi, per la possibilità di aumentare i punti di accesso e raggiungere eventualmente le abitazioni.

Una città digitale wireless va valutata non tanto rispetto alla quantità degli hotspot disponibili quanto piuttosto al pregio dei progetti attivati. La qualità digitale di una città si coniuga perfettamente con progetti di creazione di **reti metropolitane** per scopi condivisi, quindi portati avanti da soggetti vari per rendere più accessibili e più semplici i vari usi della città. Non contano quindi le "porte" ma il loro inserimento in una visione nuova della città e dei servizi. Il modello più vicino a questo ragionamento è, negli Stati Uniti, quello della città di Philadelphia che propone un modello di rete con più obiettivi: riduzione del digital divide, ma anche servizi di e-government e supporto ad iniziative commerciali private. In Italia, il Comune di Lecce ha interconnesso diversi edifici della zona centrale della città e messo a disposizione chioschi attraverso cui cittadini e turisti possono fruire di servizi in modalità wireless. Questo ha dato vita a quella che viene definita una "rete civica" promossa dall'amministrazione su iniziativa della Fondazione Bordoni e aperta a investitori e progetti privati. Nella Valle Cannobina, in provincia di Verbania, la comunità montana ha deciso di risolvere il problema di molti cittadini nel raggiungere le strutture sanitarie, interconnettendo via wi-fi gli ambulatori e la Asl di riferimento.

Ancora aperta la questione **wimax**, tecnologia che estenderebbe ulteriormente le capacità del *wireless* in Italia. Per verificarne le potenzialità, sono attualmente in corso alcune sperimentazioni sotto il controllo del Ministero delle Comunicazioni.

1.3. I servizi on line: un'evoluzione da compiere?

Il Ministro per l'Innovazione e le Tecnologie ha pubblicato nel luglio 2005 una direttiva sui servizi on line che riassume e amplia la visione già espressa in altri documenti degli ultimi anni. In particolare, la direttiva individua nella **multicanalità** e nella **misurazione della soddisfazione degli utenti** elementi strategici per favorire la diffusione e l'efficacia dei servizi on line. La completa digitalizzazione dei servizi è tuttavia ancora da raggiungere nelle reti della pubblica amministrazione. Ed è ancora embrionale la tendenza dei cittadini a fruirne.

L'ipotesi di una maggiore "robustezza" dei servizi a distanza (più canali disponibili, più cittadini interessati) può realmente configurarsi in un contesto di ampia e capillare offerta. Più sono i servizi disponibili, più cresce la conoscenza dei vantaggi acquisibili, la fiducia e quindi cultura del loro utilizzo. Comuni capoluogo e regioni sono gli enti che più degli altri forniscono informazioni in modo completo su tutti gli ambiti di servizio (tab.1). Il 36,9% dei comuni capoluogo copre ogni settore di possibile interesse del cittadino con contenuti di livello almeno informativo.

Tab. 1 - Offerta complessiva di servizi nei siti istituzionali (v.a. e val.%)

	Regioni	Province	Comuni capoluogo	Altri comuni (più di 40.000 ab)	Altri comuni (5.000-40.000 ab)
	v.a.	val. %	val. %	val. %	val. %
Presenza di informazioni su tutti gli ambiti di servizio di principale interesse	13	16,7	36,9	6,6	1,2

Fonte: Rur-Censis, 2006

Da considerare, in tale quadro, il ritardo nella realizzazione dei progetti co-finanziati nell'ambito del Primo Avviso per progetti di e-government del 2002: per molti non è ancora disponibile l'ultimo (e più visibile) passaggio, quello della disponibilità on line del servizio. I dati del monitoraggio sulla realizzazione dei servizi curato dal Cnipa segnala come i servizi siano mediamente arrivati all'87% del loro completamento, accumulando un ritardo medio di 15 mesi (tav.2)

Tav. 2 - Stato di avanzamento dei progetti co-finanziati secondo Primo Avviso

Numero di progetti cofinanziati	134
Stato di avanzamento dei progetti	87%
Ritardo medio dei progetti	15 mesi
Servizi previsti	4.280
- ai cittadini	2.151
- alle imprese	2.129
Servizi rilasciati	1.692 (117 progetti)
- ai cittadini	737 (97 progetti)
- alle imprese	955 (79 progetti)

Fonte: Elaborazione Censis su dati Cnipa, analisi dati monitoraggio e-government, 2005

Guardando al grado di interattività dei servizi offerti, in generale, sui siti istituzionali italiani, attualmente sono ancora i servizi informativi e accompagnati da modulistica on line (i primi due livelli di servizio) i più disponibili (tab. 2). I servizi transattivi più diffusi sono quelli sul tema dell'imposizione fiscale: il 23,3% dei comuni capoluogo e il 5,5% dei comuni più piccoli rende possibile il pagamento delle imposte on line (tav. 3).

Il monitoraggio sui servizi dei comuni capoluogo italiani definiti "prioritari" dal MIT mostra che i maggiori sforzi si stanno facendo per consentire di risolvere on line le questioni legate al pagamento delle tasse, delle contravvenzioni, dei servizi comunali, al cambio di residenza/domicilio (tab. 3).

Laddove comunque sono nati nuovi servizi transattivi on line, si tratta di progetti più complessi che in passato, orientati a target specifici e a più alto impatto rispetto ai classici servizi di pagamento telematico oramai disponibili da qualche anno in parte degli enti. Si tratta dei nuovi servizi in tema di sanità, lavoro, urbanistica. Interessanti, per tutte le tipologie di enti, le iniziative sul fronte della formazione professionale, come i corsi on line rivolti ai cittadini: spazi telematici concessi a gruppi di cittadini, dipendenti pubblici, o a tutti gli utenti indistintamente con l'accesso a materiali, lezioni on line, contatto con docenti qualificati e strumenti di comunicazione.

L'esitazione da parte delle amministrazioni a proporre nuovi servizi trova sicuramente base anche nel basso uso che ne fanno (o si pensa che ne farebbero) i cittadini. Certo gioca a sfavore il fatto che i pagamenti on line non siano più convenienti ma anzi spesso più onerosi rispetto alle normali forme di pagamento allo sportello. **Manca dunque la motivazione, unita ad una scarsa abitudine e diffidenza a fare uso di servizi on line.** Tale situazione è tuttavia da ritenersi in rapida evoluzione, a partire dalla sempre maggiore familiarità e affidabilità riconosciuta ai pagamenti on line e grazie all'avvento delle carte prepagate e di sistemi di pagamento tipo "paypal" che tranquillizzano l'utente sotto il profilo della praticità e della sicurezza. L'evoluzione dei servizi pienamente digitalizzati deve dunque indirizzarsi ai servizi più utili e alle modalità di fruizione più semplici e gradite dagli utenti.

Tab. 2 - Presenza di servizi on line al cittadino e alle imprese. Informazioni e modulistica on line. Confronto dati 2002-2006 (v.a. e val.%)

Tipologia di servizio	Regioni		Province		Comuni capoluogo		Altri comuni (più di 40.000 ab)		Altri comuni (5.000-40.000 ab)	
	v.a.		Val. %		Val. %		Val. %		Val. %	
	2002	2006	2002	2006	2002	2006	2002	2006	2002	2006
Bandi e concorsi	19	20	93,0	99,0	87,3	98,0	n.r.	97,8	n.r.	84,8
Servizi sociali	17	19	63,0	85,3	80,4	90,3	n.r.	74,7	n.r.	74,7
Sistema del lavoro	15	16	73,0	81,4	58,8	72,8	n.r.	44	n.r.	30,3
Formazione professionale	17	17	75,0	76,5	55,9	64,1	n.r.	38,5	n.r.	38,5
Imposizione fiscale	11	15	29,0	39,2	54,0	70,0	n.r.	76,9	n.r.	76,9
Trasporti pubblici e mobilità	15	14	73,0	74,5	81,4	74,8	n.r.	56,1	n.r.	32,7
Istruzione	15	19	49,0	78,4	67,7	79,6	n.r.	69,3	n.r.	60,0
Servizi culturali	9	17	62,0	90,2	65,7	80,5	n.r.	74,7	n.r.	76,9
Ambiente	n.r.	17	0,0	94,1	0,0	80,6	n.r.	57,2	n.r.	49,1
Urbanistica	16	17	71,0	77,4	69,6	77,7	n.r.	69,2	n.r.	63,0
Sanità	16	14	12,0	31,4	38,3	68,9	n.r.	39,6	n.r.	25,4
Autocertificazione	14	10	59,0	35,3	64,7	72,9	n.r.	72,5	n.r.	65,5
e-Procurement	6	3	1,0	5,	1,0	15,0	n.r.	97,8	n.r.	84,8

Fonte: Rur-Censis, 2006

Tav. 3 - Presenza di servizi on line al cittadino e alle imprese. Transazioni.

Imposizione fiscale	23,3% dei comuni capoluogo 5,5% dei comuni con più di 40.000 ab 5,5 % dei comuni con più di 5.000 ab
Trasporti pubblici e mobilità	5 regioni su 20, 7,7% dei comuni capoluogo
Sanità	5 regioni su 20
E-procurement	3 regioni su 20, 7,8% delle province, 15% dei comuni capoluogo
Servizi culturali	13,6% dei comuni capoluogo, 4,4% dei comuni con più di 40.000 ab
Autocertificazione	8,7% dei comuni capoluogo
Formazione professionale	3 regioni su 20, 2% delle province
Sistema del lavoro locale	2 regioni su 20, 2,9% delle province

Fonte: Rur-Censis, 2006

Tab. 3- Presenza e livello di interattività dei servizi prioritari a cittadini e imprese nei siti Internet dei comuni capoluogo di provincia. Confronto dati 2004-2006 (val. %)

Tipologia di servizio prioritario	Informazioni		Interazioni one way		Interazioni two way		Transazione	
	2002	2006	2002	2006	2002	2006	2002	2006
SERVIZI AL CITTADINO								
Cambio residenza/domicilio	41,2	24,3	11,8	24,3	2,0	1,0	-	10,7
Richiesta e pagamento passo carrabile	35,3	9,7	17,6	37,9	-	1,0	-	1,0
Rilascio permessi di transito per zone a traffico limitato	37,3	25,2	14,7	29,1	-	-	-	4,9
Pagamento contravvenzioni	55,9	28,2	1,0	4,9	1,0	1,0	3,9	13,6
Pagamento ICI	24,5	17,5	29,4	52,4	15,7	2,9	17,6	20,4
Pagamento TARSU	42,2	29,1	24,5	39,8	3,9	1,0	3,9	12,6
Iscrizione a servizi scolastici comunali	21,6	18,4	38,2	42,7	1,0	1,0	-	10,7
SERVIZI ALLE IMPRESE								
Richiesta e pagamento per l'occupazione di suolo pubblico (COSAP)	13,7	32,0	10,8	34,0	6,9	1,0	4,9	6,8
Dichiarazione inizio attività e comunicazione fine lavori	33,3	2,9	24,5	61,2	9,8	1,0	-	4,9
Autorizzazione e concessione edilizia	53,9	7,8	6,9	56,3	2,0	1,9	2,0	4,9
Visure catastali	19,6	11,7	47,1	6,8	1,0	-	1,0	1,0
Visure piano regolatore	27,5	41,7	40,2	25,2	-	-	-	-

Fonte: Rur-Censis, 2006

Alcune riflessioni più approfondite sui servizi transattivi possono essere condotte su singole tematiche. La tavola 4 descrive i servizi transattivi presenti sui siti regionali in tema di **sanità**. Nella maggior parte dei casi tali servizi sono veicolati da portali esterni dedicati al tema specifico. La presenza di un portale è utile per una raggiungibilità dall'esterno verso i servizi offerti, tuttavia non sempre i siti regionali dedicati alla salute sono ben collegati con l'home page del sito regionale. Talvolta sui siti regionali non è neanche menzionata la possibilità di accedere al servizio on line. Ciò significa che il pregio dei servizi on line attivati rischia di essere "disperso".

Le esperienze attuali hanno dato la precedenza a servizi come la scelta del medico di famiglia e la prenotazione on line delle prestazioni. La Regione Lombardia ha esteso a tutta la regione la disponibilità della Carta Regionale dei Servizi prima sperimentale. Oggi la CRS è anche carta prepagata e utile alla visualizzazione dei dati personali posseduti dall'amministrazione. La piena funzionalità per la fruizione di tutti i servizi sanitari previsti non è tuttavia ancora stata raggiunta.

Tav. 4 - Alcuni esempi di servizi disponibili sulla sanità

Ente	Portali alternativi al sito istituzionale attraverso cui sono veicolati	Tipo di servizio
Regione Lazio	No portale	Scelta o revoca on line del medico di base; modifica di dati anagrafici; richiesta del duplicato della tessera sanitaria regionale; prenotazione prestazioni sanitarie nelle strutture pubbliche
Regione Liguria	www.liguriainformasalute.it	Referti on line, nido virtuale, e-procurement
Regione Lombardia	http://www.crs.lombardia.it/	Carta regionale dei servizi con funzione di prepagata, accesso alla visualizzazione di dati personali (VIC)
Regione Marche Regione Basilicata	http://www.marcheinsalute.it www.sanita.basilicata.it	Servizi on line per i medici Prenotazione on line visite mediche
Comune di Bologna	http://www.cup2000.it	Prenotazione on line visite mediche
Regione Valle d'Aosta	No portale	Servizio di contatto con l'assessore e le ASL

Fonte: Rur-Censis, 2006

Un altro settore di grande interesse è quello dei **servizi per l'impiego**. Oltre ad alcune iniziative singole di gestione diretta della borsa lavoro da parte degli enti (es. Regione Liguria, Regione Lombardia, Provincia di Firenze,

Comune di Como), esiste la Borsa Lavoro nata su impulso del Ministero del Lavoro (www.borsalavoro.it), attiva in 10 regioni. Il Network della Borsa è costituito da un insieme di soggetti pubblici e privati abilitati ad erogare una serie di servizi per favorire l'incontro tra domanda e offerta di lavoro. I siti istituzionali non offrono generalmente in questo ambito servizi se non di tipo puramente informativo. Interessante il servizio di *instant messaging* con gli operatori attivato dalla Regione Lombardia.

L'**urbanistica** è un altro dei territori esplorati di recente in particolare dai siti istituzionali dei comuni capoluogo. Diversi enti rendono accessibili le pratiche edilizie, dando la possibilità di seguirne l'iter o di presentare istanze (tav.5).

Tav. 5 - Alcuni esempi di servizi disponibili sull'urbanistica

Tipo di servizio	Ente
Consultazione delle pratiche edilizie	Comune di Bologna, Comune di Modena, Comune di Ancona, Comune di Pesaro, Comune di Arezzo Comune di Grosseto, Comune di Livorno, Comune di Lucca, Comune di Bolzano, Comune di Padova, Comune di Verona
Presentazione DIA on line	Comune di Ancona
Prenotazioni appuntamenti presso gli sportelli	Comune di Torino
Prenotazione certificazioni urbanistiche	Comune di Torino
Presentazione di istanze relative a pratiche edilizie Consultazione dell'archivio delle istanze con iter delle pratiche	Comune di Prato
Consultazione on-line pareri espressi dalla Commissione Edilizia	Comune di Verona
Pagamento degli oneri	Comune di Verona

Fonte: Rur-Censis, 2006

1.4. La città digitale come rete degli attori

I servizi on line sono il cuore della telematica territoriale. Da questo punto di vista tornare alla città digitale significa considerare che la pubblica amministrazione non è il solo ente preposto all'erogazione di servizi telematici. I siti istituzionali di regioni ed enti locali sono stati pionieri e spesso, con sperimentazioni e iniziative, il motore di attivazione per altri soggetti, come ad esempio le *public utilities* che hanno agito autonomamente rendendo interattivi e funzionali i propri siti, o realizzato progetti in collaborazione con le amministrazioni. Portali di servizio come Tu6genova e e-Mantova, realizzati a partire da una collaborazione tra amministrazione comunale e aziende di servizio, sono ormai realtà consolidate per l'offerta di servizi a cittadini e imprese.

Tra i soggetti che creano la "rete funzionale" della città digitale, ci sono le Asl, le Camere di Commercio e le altre autonomie funzionali. Quasi tutte le **Aziende sanitarie locali** hanno siti Internet attraverso cui offrono soprattutto informazioni (tab.4). Ancora limitata è la tendenza a pubblicare modulistica on line o addirittura offrire servizi più avanzati. Progetti innovativi, spesso organizzati in rete tra più Asl e con la pubblica amministrazione sono comunque presenti. Un esempio di rilievo è quello della Regione Lombardia dove i cittadini dispongono della Carta Regionale dei Servizi, una carta elettronica che consente di fruire di servizi sanitari in modo integrato presso medici curanti, Asl, farmacie, ospedali e ambulatori e altre strutture accreditate. Anche la Provincia di Catanzaro con il progetto "Catahospital" ha interconnesso le strutture sanitarie con le sedi dei Comuni in modo da consentire prenotazioni a distanza.

Per le **Camere di Commercio** l'innovazione è stata favorita da un'azione forte che le ha coinvolte tutte: grazie al progetto "Telemaco" per l'invio di pratiche, dal 2002 le società depositano gli atti e si iscrivono al Registro delle imprese per via telematica. La firma digitale è resa possibile dalla distribuzione alle imprese di smart card, che nel 2005 hanno superato i 908.898 esemplari (tav.6). Questo ha consentito di ridurre da subito il numero dei certificati cartacei presso gli sportelli (sono 474.987 quelli presentati per via telematica nel 2005). Quest'anno è diventato pienamente operativo il portale **Impresa.gov.it** frutto della collaborazione tra il ministero delle Attività Produttive, il ministro per l'Innovazione e le Tecnologie e Unioncamere con la collaborazione delle Camere di commercio, dell'Inps e dell'Inail. Ai servizi del portale si accede con smart

card. Il portale consente di effettuare in modo integrato le operazioni già consentite da diversi strumenti come “Telemaco”.

Tab. 4 - Servizi on line delle Asl (v.a. e val. %)

	v.a.	Val. %
<i>Informazioni su come accedere alle prestazioni</i>		
Possibilità di prenotare on line	7	4,3
Possibilità di inviare una richiesta di prenotazione (transazione non conclusa)	3	1,9
Possibilità di scaricare modulistica necessaria	3	1,9
Solo informazioni	91	56,2
Assenza di informazioni	58	35,7
Totale	162	100,0
<i>Informazioni relative al cambio di medico e/o di pediatra</i>		
Cambio on line	1	0,6
Possibilità di scaricare modulistica necessaria	2	1,2
Solo informazioni	97	59,9
Assenza informazioni	62	38,3
Totale	162	100,0
<i>Richiesta certificati/autorizzazioni</i>		
Modulistica scaricabile	36	22,2
Informazioni	34	21,0
Assenza informazioni	92	56,8
Totale	162	100,0

elaborazione Censis, 2005

Tav. 6 - I numeri dell'e-government nel sistema camerale

Milioni di interrogazioni su dati camerali da utenti privati	106,4
Milioni di interrogazioni su dati camerali dalla Pa	11,1
Smart card (V.A.)	908.898
Certificati presentati per via telematica (V.A.)	474.987
Iscrizioni al Registro Imprese per via telematica (V.A.)	168.564
Pratiche telematiche e floppy firmati ricevuti (V.A.)	2.401.368
Attività di e-government sperimentate dalle Camere di Commercio (V.A.)	298

Fonte: elaborazione Censis su dati Unioncamere, Osservatorio camerale 2005

1.5. Il mosaico dell'offerta territoriale

I servizi cercati on line e sul territorio possono essere i più svariati, per cui una città connessa con istituzioni, autonomie locali e funzionali capaci di offrire servizi non esaurisce la domanda di cittadini ed utenti della città, non esaurisce dunque il concetto di città digitale. La domanda posta alla città è variegata, legata ad esempio all'offerta culturale e alla ricettività turistica, le quali non necessariamente devono essere veicolate dal sito istituzionale. Esistono moltissimi siti che offrono informazioni specializzate e settoriali su tutti gli ambiti di "consumo" della città. Se i motori di ricerca, usati dalla quasi totalità dei navigatori, sono efficaci nel presentare copiose pagine di risultati, si pone indubbiamente il problema della credibilità delle informazioni contenute e della difficoltà di orientarsi all'interno di tale vasta offerta. Per questo sono spesso utili i **portali territoriali**, frutto della collaborazione di più enti istituzionali e privati che presentano il territorio sotto vari aspetti, diventando importanti strumenti di marketing turistico. Questi portali rappresentano un'utile soluzione all'orientamento nei servizi di una città o di un territorio. Portali i cui contenuti sono riferiti al territorio e prodotti dalla cooperazione tra più enti sul territorio danno ai contenuti un carattere di affidabilità. Siti istituzionali che aderiscono o promuovono portali territoriali sono presenti 10 in regioni italiane, nel 25,5% nelle province e nel 21,6% dei comuni capoluogo (tab.5). Il 30,4% dei comuni non capoluogo trova in questi portali uno spazio per costruire reti più ampie,

soprattutto con altri comuni: il 72,5% dedica spazio on line a sezioni dedicate ad altri comuni o alla presentazione di progetti di cooperazione. Un esempio fra tutti è il portale della Regione Liguria “Liguria in Rete”, portale unificato della pubblica amministrazione ligure e punto di accesso per qualsiasi contenuto riferito alla realtà territoriale regionale.

Per quanto riguarda l’esplicitazione delle relazioni che intercorrono sul territorio, se prevale la descrizione della rete istituzionale su quella con le autonomie funzionali, comunque tutti i siti regionali e buona parte dei siti degli enti locali dedicano spazio a progetti di collaborazione con privati e associazioni locali.

E’ la forma della rete, del mosaico, che restituisce un’informazione complessiva più ricca all’utente, su temi quali il turismo. Eventi locali e luoghi di interesse sono temi cui si dà spazio sui siti istituzionali (tab.6), senza però offrire servizi al di là del livello puramente informativo o una forma sistematizzata. Ad esempio, un’offerta complessiva sul turismo è fornita da 9 regioni su 20 e dal 25,5% delle province e 23,3% dei comuni capoluogo (tab.7). I comuni capoluogo forniscono nel 71,8% dei casi informazioni sul quadro storico-culturale dei luoghi di interesse, mentre prestano meno attenzione alla presentazione di strumenti di orientamento sul territorio.

Sui siti istituzionali la presentazione del territorio è talvolta completata da informazioni e intere sezioni dedicate a potenziali investitori: molto alta è oramai la pubblicazione di bandi di progetto o finanziamenti ottenibili, anche nei comuni più piccoli (tab.8).

**Tab. 5 - Cooperazioni e relazioni esplicite con altri enti sui siti Internet istituzionali.
Confronto 2004-2005 (v.a. e val. %)**

	Regioni		Province		Comuni capoluogo		Altri comuni	
	2004	2005	2004	2005	2004	2005	2004	2005
	v.a.		val. %		val. %		val. %	
Regioni	9	7	39,3	51,0	33,0	48,0	16,4	54,9
Province	13	12	27,4	35,3	29,1	41,2	13,1	52,0
Comuni	13	14	53,9	67,6	33,1	42,2	21,4	72,5
Camere di commercio	7	7	29,4	32,4	15,5	24,5	3,7	8,8
ASL	12	7	27,4	35,3	21,4	35,3	4,6	24,5
Università	12	7	30,4	34,3	30,1	28,4	2,3	28,4
Soggetti non istituzionali	8	20	63,7	58,8	62,1	59,8	37,4	55,9
Adesione del sito istituzionali ad un progetto/sistema di portale territoriale	-	10	-	25,5	-	21,6	-	30,4

Fonte: Rur-Censis, 2004

Tab. 6 - Presenza di contenuti relativi al turismo sui siti Internet istituzionali (v.a. e val.%)

	Regioni		Province		Comuni capoluogo		Altri comuni (più di 40.000 ab)		Altri comuni (5.000-40.000 ab)	
	2004	2006	2004	2006	2004	2006	2004	2006	2004	2006
	v.a.		val. %		val. %		val. %		val. %	
Presenza di contenuti relativi agli eventi locali	18	19	66,7	82,4	78,6	91,3	n.r.	81,3	n.r.	77,6
Informazioni sui luoghi di interesse turistico	18	17	70,6	74,5	85,4	85,4	n.r.	71,4	n.r.	65,5
Galleria fotografica o visita interattiva della città o del contesto paesaggistico	10	18	31,4	62,7	58,3	79,6	n.r.	52,7	n.r.	57,0
Contestualizzazione e localizzazione geografica dell'area di competenza dell'ente	12	14	28,4	48,0	35,0	40,8	n.r.	36,3	n.r.	53,9
Soluzioni grafiche per l'offerta informativa sul territorio	10	13	39,2	85,3	39,8	70,9	n.r.	47,3	n.r.	52,1
Contenuti relativi alla Ricettività Turistica	19	17	53,9	65,7	58,3	72,8	n.r.	49,5	n.r.	40,0
<i>transazioni</i>	-	1	-	3,9	1,0	-	n.r.		n.r.	
Vendita on line di prodotti e servizi	1	2	2,9	4,9	1,9	5,8	n.r.	1,1	n.r.	-
<i>servizio dell'ente</i>	1	1	2,9	2,0	1,9	3,9	n.r.	1,1	n.r.	-

Fonte: Rur-Censis, 2006

Tab. 7 - Presenza di contenuti relativi al turismo sui siti Internet istituzionali (v.a. e val.%)

	Regioni	Province	Comuni capoluogo	Altri comuni (più di 40.000 ab)	Altri comuni (5.000-40.000 ab)
	v.a.	%	%	%	%
Offerta complessiva settore turismo	9	25,5	23,3	14,3	13,3
Presentazione e strumenti di orientamento sul territorio (contestualizzazione e localizzazione geografica e soluzioni grafiche)	10	45,1	32,0	26,4	39,4
Quadro storico-culturale dei luoghi di interesse e degli eventi (luoghi di interesse, eventi locali, galleria fotografica)	16	49,0	71,8	41,8	38,2
Contenuti relativi alla ricettività turistica	17	65,7	72,8	49,5	40
<i>Transazioni</i>	<i>1</i>	<i>3,9</i>	<i>0</i>	<i>0</i>	<i>0</i>

Fonte: Rur-Censis, 2006

**Tab. 8 - Presenza di informazioni e documenti volti all'attrazione degli investimenti sul territorio.
Confronto dati 2001-2004 (v.a. e val. %)**

	Regioni		Province		Comuni capoluogo		Altri comuni (più di 40.000 ab)		Altri comuni (5.000-40.000 ab)	
	2002 v.a.	2006 v.a.	2002 v.a.	2006 v.a.	2002 v.a.	2006 v.a.	2002 v.a.	2006 v.a.	2002 v.a.	2006 v.a.
Pubblicazione bandi di progetto e finanziamenti ottenibili	19	19	34,0	89,2	41,2	82,5	n.r.	87,9	n.r.	78,2
Informazioni sull'opportunità di investimento	18	11	14,7	38,2	20,6	25,2	n.r.	18,7	n.r.	5,5
Informazioni sulle agevolazioni finanziarie	17	19	23,0	60,8	24,5	53,4	n.r.	49,5	n.r.	26,1

Fonte: Rur-Censis, 2006

2. LE RETI DELLA PARTECIPAZIONE

2.1. Molte, chiare e subito. il valore della comunicazione immediata

Chiarezza e immediatezza sono valori preziosi per i navigatori del web. I cittadini on line vogliono vedere moltiplicate, intensificate, ma soprattutto accelerate le modalità di accesso alle informazioni. Vogliono tutto e subito, e facilmente. Per questo sulle home page dei siti si gioca un'importante scommessa su quale contenuto debba godere della massima visibilità e quali elementi di comunicazione immediata saranno graditi agli utenti.

La prima esigenza da soddisfare è la **tempestività dell'informazione**. Utile a tale scopo il supporto di comunicati stampa raggiungibili dall'home page, ordinati cronologicamente e magari divisi per tematiche (tab.9). Pubblicano comunicati stampa l'85,4% dei comuni capoluogo, l'84,3% delle province, 19 regioni su 20. Vengono aggiornati quotidianamente quasi tutti i siti regionali e più del 60% dei siti di province e comuni capoluogo. Meno sollecito l'aggiornamento dei siti di comuni non capoluogo.

L'**immediatezza del contatto** con l'amministrazione è favorita dalla presentazione in home page di un numero telefonico (in più del 40% degli enti) e dalla possibilità di invio di messaggi e richieste tramite form on line: persino per i comuni non capoluogo ben più della metà dei siti consente una forma di relazione istantanea con l'amministrazione accessibile dai primi secondi di navigazione.

La buona pratica di pubblicare FAQ (*Frequently Asked Questions*) riassuntive delle domande degli utenti nasce per agevolare la **prontezza di risposta**. Si tratta inoltre di uno strumento utile per l'amministrazione che riduce così lo sforzo di risposta alle domande principali che pervengono. Le FAQ sono nelle home page di 12 regioni, e in più del 20% di siti provinciali e delle città capoluogo.

La presenza di un elenco dei servizi disponibili on line, raccomandato peraltro dalla direttiva del MIT sui servizi on line, facilita la **ricerca di**

quanto è possibile “fare” on line, prima di avventurarsi nella navigazione e nel browsing delle pagine. E' evidente come sia particolare l'attenzione in questo senso dei comuni capoluogo, che lo predispongono nel 43,7% dei casi (tab. 9).

Tab. 9 - Presenza di elementi di comunicazione immediata sui siti istituzionali

	Regioni	Province	Comuni capoluogo	Altri comuni (più di 40.000 ab)	Altri comuni (5.000-40.000 ab)
	v.a.	val. %	val. %	val. %	val. %
Siti aggiornati all'ultima settimana	20	83,3	84,5	46,2	26,6
<i>di cui all'ultimo giorno</i>	19	63,7	64,1	27,5	12,7
Pubblicazioni di comunicati stampa	19	84,3	85,4	62,6	37,6
Presenza in home page di un numero telefonico di riferimento	8	48,0	41,7	34,1	41,2
Possibilità di inviare consigli e segnalazioni alla pubblica amministrazione	19	79,4	82,5	61,5	55,7
Area dell'home page o pagina dedicata al primo piano (news istituzionali)	18	89,2	90,3	78,0	61,2
Presenza di FAQ circa le domande degli utenti	12	21,6	20,4	8,8	6,1
Presenza di un elenco di servizi on line attivati o di prossima attivazione	8	18,6	43,7	14,3	12,1

Fonte: Rur-Censis, 2006

Chi siamo. E come vi raggiungiamo. La potenzialità degli sportelli elettronici

Non sorprende oramai la presenza di informazioni puntuali e complete sulle strutture amministrative (tab.10). Rispetto agli anni passati l'informazione si è ulteriormente articolata. In particolare, maggiore attenzione è dedicata a **chiarire ai cittadini obiettivi e competenze dei diversi uffici amministrativi** in modo da facilitarli nell'orientamento circa l'ambito più adatto a cui rivolgersi. Se prima era solo intorno al 40% la percentuale di province e comuni capoluogo che dedicavano spazio alla descrizione approfondita delle competenze e finalità delle strutture amministrazione, oggi questa percentuale supera abbondantemente il 70%, mentre raggiunge quasi il 50% nei comuni con più di 40.000 abitanti e quasi il 38,8% negli altri comuni analizzati (tab. 11).

Tab. 10 - Presentazione della struttura amministrativa dell'ente istituzionale. Confronto dati 2002-2004 (v.a. e val. %)

	Regioni		Province		Comuni capoluogo		Altri comuni (più di 40.000 ab)		Altri comuni (5.000-40.000 ab)	
	v.a.		val. %		val. %		val. %			
	2004	2006	2004	2006	2004	2006	2004	2006	2004	2006
Informazioni sulla struttura amministrativa istituzionale dell'ente	20	20	91,2	97,1	89,3	95,1	-	86,8	-	90,3
Indicazione responsabili (persone fisiche) degli uffici-settori	20	18	84,3	84,3	68,0	72,8	-	59,3	-	69,1
Indicazioni sull'ubicazione fisica degli uffici-settori	15	16	80,4	75,5	74,8	76,7	-	59,3	-	52,1
Presenza di forma di contatto verso responsabili uffici-settori (fax-telefono)	18	19	84,3	89,2	80,6	85,4	-	73,6	-	77,6

Fonte: Rur-Censis, 2006

Tab. 11 – Informazioni sulle competenze e modalità di contatto con la Pa (v.a. e val. %)

	Regioni		Province		Comuni capoluogo		Altri comuni (più di 40.000 ab)		Altri comuni (5.000-40.000 ab)	
	v.a.		val. %		val. %		val. %		val. %	
	2004	2006	2004	2006	2004	2006	2004	2006	2004	2006
Descrizione e definizione delle competenze e degli obiettivi dei singoli uffici/settori	13	19	40,2	72,5	40,8	71,8	-	49,5	-	38,8
Descrizione e definizione degli obiettivi programmatici del vertice politico	n.r.	9	n.r.	20,6	n.r.	19,4	n.r.	19,8	n.r.	9,1
Presenza di indirizzi e-mail dei responsabili amministrativi	16	17	75,5	79,4	53,4	71,9	-	52,8	-	69,7
Presenza di indirizzi e-mail del vertice politico	18	15	66,7	81,4	60,2	74,8	-	59,4	-	41,2
Presenza dell'Urp on line	14	19	53,9	71,6	66,9	71,8	-	53,9	-	35,2
<i>sezione strutturata</i>	6	13	15,7	37,3	25,2	35,9	-	25,3	-	9,7
<i>link in home page</i>		16		60,8		60,2		38,5		27,3

Fonte: Rur-Censis, 2006

L'invito all'utilizzo delle e-mail nelle comunicazioni interne della Pa, contenuto nella direttiva del Ministro per l'Innovazione e le Tecnologie del 27 novembre 2003, ha avuto come effetto una maggiore diffusione anche verso l'esterno degli indirizzi e-mail amministrativi e politici. Superando una resistenza ancora presente in passato, più del 70% nei comuni capoluogo diffonde indirizzi e-mail del personale amministrativo, come quasi l'80% delle province e l'85% delle regioni.

Questo rappresenta un primo livello di apertura degli enti a nuove forme di interazione. Preparandosi ad accogliere un'interazione a due vie, gli uffici di

fatto modificano la loro raggiungibilità e accrescono le loro funzioni. Tuttavia, al di là della pubblicazione degli indirizzi e-mail a fare la differenza, è l'abitudine a ritenere "ufficiali" le comunicazioni effettuate attraverso tale mezzo. Per questo sono sempre opportune le informazioni specifiche circa il genere di trattamento che si farà delle richieste ricevute.

Oltre il 70% delle regioni vedono la presenza dell'**Urp on line**, sebbene ancora nella metà dei casi limitata ad una sola pagina informativa. Quasi sempre il link è raggiungibile dalla home page. La situazione peggiora negli altri enti (tab. 12).

A fronte di una intensificazione delle informazioni e delle modalità di contatto, la capacità comunicativa della Pa on line resta limitata.

Le indagini confermano come all'utente dei servizi della Pa interessi principalmente che esistano più possibilità di contatto a distanza, a prescindere dal mezzo che poi utilizzeranno (tab. 13).

Internet è solo uno degli strumenti per contattare più facilmente l'amministrazione. Nei servizi on line attualmente veicolati dai siti Internet istituzionali cresce ma non "sfonda" la **multicanalità**, ovvero la riproposizione di un medesimo servizio a distanza su più strumenti o la diffusione delle informazioni attraverso più canali. Come prevedibile, lo strumento preferito ad integrazione dei servizi web è il cellulare, utilizzato più che altro per fornire servizi tramite sms (tab. 14). Sono 46 finora gli enti (regioni, province e comuni) che hanno messo a punto servizi di questo genere. Dal semplice invio di messaggi per scopi informativi, sul modello della newsletter, ad usi legati a specifici servizi, come la possibilità, per gli immigrati stranieri, di prenotare via sms l'appuntamento per il rinnovo del *permesso di soggiorno* (come avviene per la Provincia di Torino, per la Provincia di Milano e per il Comune di Modena). Sostanzialmente un insuccesso si rivela invece il Wap (Wireless Application Protocol) che avrebbe dovuto concretizzare l'Internet mobile e invece non è mai entrato nelle abitudini dei possessori di cellulari.

Non vince neanche l'opzione di tradurre il sito o parte di esso in lingua straniera. Persino le sezioni rivolte al turista, che in passato sono state definite come il volano ideale di questo tipo di pratica non sono neanche in un terzo dei casi tradotte in lingua straniera (tab. 15).

Multicanalità e multilinguismo dei siti sono tuttavia da ritenersi obiettivi prioritari per amministrazioni intenzionate a superare, attraverso il digitale, i

molti ostacoli comunicazionali della vita cittadina ovvero per attrarre turisti o investitori stranieri.

Tab. 12 - Livello di interattività dell'Ufficio Relazioni con il Pubblico (Urp) on line (val. % sul totale degli Urp on line)

	Regioni	Province	Comuni capoluogo	Altri comuni (più di 40.000 ab)	Altri comuni (5.000-40.000 ab)
	v.a.	val. %	val. %	val. %	val. %
Livello massimo di interattività degli Urp on line					
<i>solo informazioni</i>	45,0	44,1	43,7	45,1	27,3
<i>interazione one way</i>	45,0	27,5	25,2	7,7	6,1
<i>interazione two way</i>	-	-	3,9	-	0,6
<i>transazione completa</i>	5,0	1,0	1,0	-	1,2

Fonte: Rur-Censis, 2006

Tab. 13 - Opinione sulla strategia utile a rendere più facile l'accesso alla PA (val. % sul totale della popolazione di oltre 18 anni)

	2004	2005
Maggior numero sportelli sul territorio e orari prolungati	51,0	46,7
Maggiore disponibilità di servizi e operatori al telefono	18,7	25,7
Disponibilità di informazioni e servizi tramite Internet	16,2	13,2
Disponibilità di informazioni e servizi tramite TV	14,1	14,4

Fonte: Censis, 2005

Tab. 14 - Uso della multicanalità nell'offerta di servizi e informazioni istituzionali. Confronto dati 2004-2006 (v.a. e val. %)

	Regioni		Province		Comuni capoluogo		Altri comuni (più di 40.000 ab)		Altri comuni (5.000-40.000 ab)	
	v.a.		Val. %		Val. %		val. %		val. %	
	2004	2006	2004	2006	2004	2006	2004	2006	2004	2006
Presenza di servizi multicanale	6	7	5,9	16,7	17,4	21,4	n.r.	12,1	n.r.	6,1
<i>Sms</i>	2	3	3,9	9,8	12,6	17,5	n.r.	9,9	n.r.	5,5
<i>Wap</i>	2	1	1,0	2,0	2,9	1,0	n.r.	1,1	n.r.	0,6
<i>multicontact center</i>	1	1	-	2,0	-	-	n.r.	-	n.r.	-
<i>Altro</i>	1	2	1,0	2,9	1,9	2,9	n.r.	1,1	n.r.	-

Fonte: Rur-Censis, 2006

Tab. 15 - Presenza di contenuti in lingua straniera sui siti Internet istituzionali (v.a. e val.%)

	Regioni	Province	Comuni capoluogo	Altri comuni (più di 40.000 ab)	Altri comuni (5.000-40.000 ab)
	v.a.	val. %	val. %	val. %	val. %
Intero sito tradotto in lingua straniera	7	8,8	7,8	1,1	3,0
Traduzione di almeno sezioni dedicate al turismo	6	27,5	28,2	14,3	2,4
Traduzione limitata agli investimenti economici	-	-	1,0	-	-
Altra sezione	-	3,9	4,9	2,2	4,2
Più sezioni	2	3,9	1,9	2,2	0,6

Fonte: Rur-Censis, 2006

2.2. Quale democrazia elettronica per quale pubblico

La comunicazione di tipo politico sui siti della Pa italiana trova come già in passato ampio spazio. C'è una crescita anche nella tendenza ad aggiornare e rendere trasparente **l'attività quotidiana dei vertici politici**: sono 17 le regioni che pubblicano le delibere di giunta (tab.16), 15 delle quali le pubblicano in versione integrale (erano 13 nella precedente rilevazione). Delibere di giunta sono presenti integralmente nel 35,2% dei siti provinciali (che comunque danno informazioni in diversa misura delle delibere in oltre il 60% dei casi). Anche per i comuni capoluogo, è di oltre il 60% la pubblicazione delle delibere, quasi il 40% pubblicate interamente, la maggior parte delle volte è presente un motore di ricerca che facilita la consultazione.

Tab.16 - Pubblicazione delle delibere di giunta sui siti istituzionali (v.a. e val. %)

	Regioni	Province	Comuni capoluogo	Altri comuni (più di 40.000 ab)	Altri comuni (5.000-40.000 ab)
	v.a.	val. %	val. %	val. %	val. %
Pubblicazione delle delibere di Giunta	17	60,6	61,2	55,0	46,6
<i>Solo titolo</i>	2	12,7	14,6	19,8	12,1
<i>Abstract</i>	-	12,7	6,8	9,9	3,6
<i>Intera delibera</i>	9	17,6	15,5	11,0	19,4
<i>Intera delibera con motore di ricerca</i>	6	17,6	24,3	14,3	11,5

Fonte: Rur-Censis, 2006

Sono presenti in modo diffuso informazioni circa il vertice politico dell'ente, anche in forma personalizzata, con indicazioni biografiche (sono più restii a pubblicarle i comuni) e possibilità di contatto. Per quanto riguarda gli altri aspetti informativi, si diffonde maggiormente, specie tra i comuni dove raggiunge il 65%, la presenza sui siti web di spazi dedicati alla presentazione dei dati elettorali (tab. 17).

Tab. 17 - Strumenti utili alla creazione di community on line. Confronto dati 2002-2004 (v.a. e val. %)

	Regioni		Province		Comuni capoluogo		Altri comuni (più di 40.000 ab)		Altri comuni (5.000-40.000 ab)	
	(v.a.)		(val. %)		(val.%)		(val.%)		(val.%)	
	2004	2006	2004	2006	2004	2006	2004	2006	2004	2006
Esistenza di una procedura di registrazione utente	11	13	21,5	45,1	31,1	50,5	n.r.	31,9	n.r.	22,4
<i>per ottenere informazioni generalizzate</i>	1	4	3,9	24,5	11,7	19,4	n.r.	15,4	n.r.	12,7
<i>per accedere a servizi personalizzati</i>	10	9	17,6	20,6	19,4	31,1	n.r.	16,5	n.r.	9,7
Discussione in rete tipo forum o chat (su contenuti non istituzionali)	5	4	27,5	16,7	25,2	22,3	n.r.	8,8	n.r.	9,1
Pubblicazione di newsletter e/o mailing list	12	12	37,3	39,2	35,9	39,8	n.r.	26,4	n.r.	21,8
Presenza di un sistema di raccolta di consigli, valutazioni e suggerimenti per il miglioramento del sito		14		50,0		54,3	n.r.	39,6	n.r.	35,1
<i>e-mail</i>		8		41,2		36,9	n.r.	34,1	n.r.	33,9
<i>form on line</i>		3		4,9		12,6	n.r.	5,5	n.r.	1,2
<i>questionario</i>		2		3,9		2,9	n.r.	-	n.r.	-
<i>altri strumenti</i>		1		-		1,9	n.r.	-	n.r.	-
Presenza di una pagina o sezione dedicata all'Agenda 21	9	19	43,1	89,2	47,6	82,5	n.r.	30,8	n.r.	9,1

Fonte: Rur-Censis, 2006

Aumenta la tendenza a richiedere la registrazione dell'utente al sito, presente ormai nel 55% dei siti regionali, nel 21,5% dei siti provinciali e nel 31% dei siti comunali (tab. 18). L'iscrizione sembra però funzionale più a fruire di informazioni e servizi on line puntuali che alla creazione di spazi di community.

Si riducono gli spazi di discussione on line, che ancora non riescono ad ottenere successo se non legati a specifici temi istituzionali. Se la creazione di una comunità on line non è una delle principali preoccupazioni per chi gestisce i siti web, tuttavia cominciano ad affermarsi forme di Crm (*Citizen Relationship Management*) per ottenere feedback utili al miglioramento dei servizi: 14 regioni su 20 e più del 50% di province e comuni capoluogo

utilizzano strumenti finalizzati alla raccolta di *consigli, valutazioni e suggerimenti sul sito Internet*. In massima parte si tratta di indirizzi e-mail messi a disposizione a questo scopo, mentre altri strumenti come i form e i questionari che consentirebbero di avere una visione d'insieme complessiva e di raccogliere dati periodici non sono ancora praticati in modo diffuso.

Molto diffuse le pagine dedicate all'*Agenda 21*, dove sono descritti obiettivi e pubblicati materiali e resoconti dell'attività dei forum partecipati dai soggetti rappresentativi della realtà locale. Quasi tutte le regioni, circa il 90% delle province e più dell'80% dei comuni capoluogo dedicano a questo tema uno spazio sul sito web.

Non si nota però, neppure in nuce, un nuovo modo di intendere la comunicazione on line che sia possibile definire come **democrazia elettronica**. La progettualità espressa nel corso del 2004 non ha ancora trovato corpo (sono 57 i progetti approvati sui 129 presentati che ora prendono avvio). Sarà interessante osservare la capacità che avranno i progetti avviati di coinvolgere, da un lato, i soggetti a cui sono rivolti, come banco di prova circa la maturazione della partecipazione per via telematica, e dall'altro quale sarà la forza dei progetti in termini di aggregazione e cooperazione con altri soggetti. Le nuove forme di interazione aprono scenari della comunicazione on line degni di attenzioni.

Tab. 18 - Presentazione del vertice politico dell'ente istituzionale. Confronto dati 2004-2006 (v.a. e val. %)

	Regioni		Province		Comuni capoluogo		Altri comuni (più di 40.000 ab)		Altri comuni (5.000-40.000 ab)	
	v.a.		val. %		val. %		val. %		Val. %	
	2004	2006	2004	2006	2004	2006	2004	2006	2004	2006
Informazioni sul vertice politico dell'ente	20	20	98,0	97,1	97,1	98,1	n.r.	94,5	n.r.	93,9
Indicazioni biografiche rispetto al vertice politico	16	19	41,2	51,0	36,9	39,8	n.r.	29,7	n.r.	11,5
Presenza di forme di contatto verso il vertice politico (fax-telefono)	17	15	67,6	71,6	64,1	67,0	n.r.	51,6	n.r.	44,2

Fonte: Rur-Censis, 2006

Valutando le tre dimensioni reputabili nodali per le iniziative di democrazia elettronica (la presenza di informazioni, gli strumenti di contatto, le iniziative di dialogo), si nota, rispetto al 2004, l'aumentata propensione a rendere disponibili contenuti, in contrapposizione ad una rinnovata scarsa tendenza a sviluppare sui contenuti specifici (tab. 19).

2.3. Equivoci e ritardi. E la qualità rimane lusso di pochi.

Nonostante il Codice dell'amministrazione digitale abbia ribadito l'importanza dell'**accessibilità**, già materia di una legge del 2004, i siti non sono tuttavia ancora accessibili nella maggior parte dei casi (tab. 20). Lo sono i siti di 13 regioni su 20 e più del 30% di province e comuni capoluogo. La mancanza di potere sanzionatorio ed il ritardo nella pubblicazione dei regolamenti hanno fatto sì che la situazione non abbia subito un rapido mutamento nella sua prima fase di applicazione. Gli enti che non hanno ancora un sito accessibile tendono, persino in misura minore rispetto agli altri, a rendere disponibili siti alternativi accessibili che possano fornire una provvisoria soluzione. Parte dei siti si fregia di marchi di qualità nonostante il mancato superamento del test di qualità più importante.

L'**usabilità** è danneggiata da scelte talvolta stilistiche (non rendere visibili i link attivi o visitati), da rigidità delle impaginazioni (mancata possibilità di ridimensionare i caratteri di schermo o la pagina nella sua interezza) o da difficoltà nel gestire la complessità (menu eccessivamente lunghi) (tab. 21).

Nel complesso, i siti istituzionali adottano modelli di impaginazione oramai simili tra loro che si distinguono per qualità, più che altro nella scelta di loghi creati *ad hoc* e vesti grafiche spesso rinnovate, meno per risultati efficaci sotto il profilo dell'usabilità e accessibilità. Scomparse oramai da tempo le inopportune pagine introduttive "splash", anche i frame lasciano posto a siti più uniformi, più chiari e coerenti. Alcuni passi in avanti sono da segnalare: nel 2002 oltre il 40% dei siti non utilizzava i fogli di stile per la pubblicazione delle pagine, mentre oggi sono correttamente in uso nei siti di 19 regioni su 20, nel 75,5% dei siti provinciali e nel 77,7% dei siti dei comuni capoluogo.

Tab. 19 - Forme di partecipazione on line all'attività politica dell'ente territoriale (v.a. e val. %)

	Regioni		Provincie		Comuni capoluogo		Altri comuni (più di 40.000 ab)	Altri comuni (5.000-40.000 ab)
	v.a.		val. %		val. %		val.	val. %
	2004	2006	2004	2006	2004	2006	2006	2006
INFORMAZIONI								
Pubblicazione di dati e risultati elettorali	13	13	19,6	30,4	49,5	65,0	62,6	25,5
Aggiornamenti circa le sedute del consiglio		20		47,0		62,2	39,6	26,6
<i>Diretta audio/video delle sedute</i>	4	5	1,0	2,9	7,8	7,8	2,2	-
Pubblicazione di testi delle delibere	11	n.r.	48,0	n.r.	53,4	n.r.		
Pubblicazione dello Statuto dell'ente	19	19	92,2	94,1	83,5	90,3	84,6	61,8
Pubblicazione di testi di regolamenti	18	17	83,3	90,2	81,6	89,3		
Pubblicazione pagine relative bilancio dell'ente	17	14	45,1	41,2	50,5	50,5	30,8	20,6
CONTATTO								
Possibilità di contattare il sindaco, il presidente della provincia o della regione	17	16	79,4	85,3	75,7	85,4	73,6	63,1
Possibilità di inviare consigli e segnalazioni alla pubblica amministrazione	15	19	72,5	79,4	71,8	82,5	61,5	55,7
DIALOGO								
<i>Dibattito su questioni d'interesse generale</i>								
Sondaggi/questionari	2	1	3,9	2,0	7,8	3,9	3,3	3,0
Forum tra cittadini	3	3	22,5	9,8	17,5	8,7	5,5	4,8
Forum con amministratori	4	-	1,0	2,9	1,9	3,9	-	2,4
Più strumenti	-	-	-	2,9	-	2,9	1,1	-
<i>Dibattito su questioni specifiche inserito all'interno di un processo decisionale</i>								
Sondaggi/questionari	-	-	-	2,0	1,0	1,0	-	1,8
Forum tra cittadini	-	1	-	7,8	2,9	6,8	3,3	3,0
Forum con amministratori	1	-	-	2,9	2,9	2,9	-	2,4
Più strumenti	-	1	-	-	-	2,9	1,1	-

Fonte: Rur-Censis, 2006

Per quel che riguarda il **download dei documenti** cominciano ad essere presenti siti che pubblicano documenti in formato non proprietario (24,3% dei comuni capoluogo, 4 regioni su 20) accanto a quelli in formato proprietario (tab. 22).

A rendere usabile la navigazione all'interno del sito giocano a favore i sistemi di profilazione dell'utente, dai più semplici, basati su macro-categorie di utenza, fino ai più articolati. La profilazione viene praticata soprattutto dai comuni capoluogo: è qui che si sono affermati maggiormente i percorsi di navigazione ad **eventi della vita** (presenti complessivamente nel 29,1% dei comuni) o per tipologie di utenza (tab. 23).

Tab. 20-Siti che superano il test di accessibilità livello A (v.a. e val. %)

	Regioni		Province		Comuni capoluogo		Altri comuni (più di 40.000 ab.)		Altri comuni (5.000-40.000 ab.)	
	v.a.		Val. %		Val. %		Val. %		Val. %	
	2004	2006	2004	2006	2004	2006	2004	2006	2004	2006
Siti accessibili livello A	6	13	12,7	33,3	15,5	30,1	-	19,8	-	17,0
<i>di cui con sito alternativo accessibile</i>	n.r.	4	n.r.	28,6	n.r.	20,5	n.r.	35,7	n.r.	44,4
<i>di cui con marchio di qualità</i>	n.r.	6	n.r.	85,7	n.r.	56,4	n.r.	64,3	n.r.	59,3
Siti non accessibili	14	7	87,3	66,7	84,5	69,9	n.r.	80,2	n.r.	83,0
<i>di cui con sito alternativo accessibile</i>	n.r.	1	n.r.	16,2	n.r.	7,8	n.r.	5,2	n.r.	4,3
<i>di cui con marchio di qualità</i>	n.r.	-	n.r.	13,5	n.r.	14,1	n.r.	11,7	n.r.	8,7

Fonte: Rur-Censis, 2006

Tab. 21 - Usabilità e accessibilità dei siti Internet (v.a. e val. %)

	Regioni		Province		Comuni capoluogo		Altri comuni (con più 40.000 ab.)		Altri comuni (5.000-40.000 ab.)	
	v.a.		Val. %		Val. %		Val. %		Val. %	
	2004	2006	2004	2006	2004	2006	2004	2006	2004	2006
ORIENTAMENTO										
Presenza ed efficacia di un motore di ricerca interno	14	17	56,9	70,6	52,4	63,2	n.r.	53,9	n.r.	41,2
<i>raggiungibile da ogni pagina</i>	10	12	36,3	55,9	30,1	51,5	n.r.	42,9	n.r.	29,7
Presenza di una mappa del sito	8	12	27,5	51,0	38,8	60,0	n.r.	29,7	n.r.	23,0
Visibilità dei link attivi e già visitati	12	7	45,1	37,3	46,6	40,8	n.r.	48,4	n.r.	49,7
Prevedibilità dei link	6	17	45,1	72,5	48,5	66,0	n.r.	56,0	n.r.	58,8
Coerenza e sistema di navigazione alternativo nel caso di utilizzo dei colori per definire settori tematici	3	3	5,9	19	3,9	15	n.r.	11,0	n.r.	4,2
<i>mancato utilizzo dei colori</i>	16	16	92,2	74,5	91,3	81,6	n.r.	87,9	n.r.	90,9
Link alla home page in ogni pagina interna	18	18	77,5	95,1	81,6	95,1	n.r.	87,9	n.r.	89,7
Percorso indicato in ogni pagina	7	13	23,5	40,2	18,4	44,7	n.r.	26,4	n.r.	21,2
Numero ottimale di voci usate nei menu o sottomenu delle pagine principali (5-9)	5	2	24,5	16,7	34,0	12,6	n.r.	34,1	n.r.	49,7
RICONOSCIBILITA'										
Presenza di un logo istituzionale	16	19	89,2	98,0	84,5	95,1	n.r.	96,7	n.r.	98,8
Ricorrenza di elementi uguali e riconoscibili in tutte le pagine	15	17	79,4	90,2	75,7	91,3	n.r.	90,1	n.r.	89,7
Immediata riconoscibilità dei link rispetto ai testi non cliccabili	17	18	83,3	92,2	77,7	90,3	n.r.	84,6	n.r.	88,5
LEGGIBILITA'										
Disponibilità di un'alternativa di testo sulle immagini usate come link	13	16	42,2	62,7	40,8	64,1	n.r.	47,3	n.r.	42,4
Possibilità di ingrandire i caratteri dello schermo	8	10	54,9	50,0	62,1	53,4	n.r.	46,2	n.r.	46,1
Corretto ridimensionamento degli elementi della pagina		13		59,8		60,2	n.r.	59,3	n.r.	63,6
ACCESSIBILITA'										
Assenza di pagine splash o di introduzioni flash	18	17	96,1	92,2	89,3	93,2	n.r.	94,5	n.r.	92,7
Assenza di frames, o presenza di sito alternativo	7	17	62,7	80,4	54,4	71,4	n.r.	69,2	n.r.	67,3
Possibilità di controllare gli elementi dinamici della pagina (script etc.)	4	2	11,8	9,8	14,6	12,6	n.r.	3,3	n.r.	6,1
Utilizzo dei fogli di stile nella definizione della struttura della pagina	18	19	67,6	75,5	63,1	77,7	n.r.	70,3	n.r.	60,6
Presenza di shortcut per la navigazione senza mouse	-	5	1,0	13,7	1,9	10,7	n.r.	4,4	n.r.	8,5

Fonte: Rur-Censis, 2006

Tab. 22 - Qualità del download della modulistica (v.a. e val.%)

	Regioni	Province	Comuni capoluogo	Altri comuni (più di 40.000 ab)	Altri comuni (5.000-40.000 ab)
	v.a.	val. %	val. %	val. %	val. %
Documenti in solo formato html	-	1,0	1,0	3,3	3,6
Documenti in formato non html solo di tipo proprietario	69,9	72,5	75,0	71,4	67,9
Disponibilità di scelta tra formati di tipo proprietario ed open source	4	22,5	24,3	18,7	14,5
Percorso guidato per il download di documenti	1	-	1,9	-	-

Fonte: Rur-Censis, 2006

Tab. 23 - Profilazione dell'utente. Eventi della vita, categorie di utenza e possibilità di personalizzazione (v.a. e val. %)

	Regioni	Province	Comuni capoluogo	Altri comuni (più di 40.000 ab)	Altri comuni (5.000-40.000 ab)
	v.a.	val. %	val. %	val. %	val. %
Profilazione dell'utente	4	12,7	35,9	15,3	9,7
<i>Eventi della vita</i>	3	2,0	16,5	8,8	7,9
<i>Categorie di utenza</i>	-	7,8	6,8	2,2	0,6
<i>Eventi della vita e categorie di utenza</i>	1	2,9	12,6	3,3	1,2
Possibilità di personalizzazione della navigazione nel sito per visite successive	1	2,9	3,9	5,5	1,8

Fonte: Rur-Censis, 2006

Dal punto di vista tecnico le prestazioni dei siti tendono a peggiorare, per la pesantezza delle pagine e la conseguente maggiore lentezza di caricamento. La tabella 24 indica le prestazioni maggiormente negative in termini di lentezza, peso complessivo delle pagine e delle immagini. Elevato il numero di siti che risultano lenti al caricamento con connessione analogica, in particolare siti provinciali ma anche di comuni. Tale situazione danneggia il 41,3% degli utenti che, da casa, ancora si collega con la linea commutata (tab. 25).

Cresce, a discapito del software proprietario windows, l'utilizzo di software open source per la pubblicazione dei siti. Per la prima volta, nei comuni capoluogo, l'utilizzo di sistema operativo open source (nella maggior parte dei casi si tratta di Linux) supera il 50% (tab. 26). Non essendoci ancora, se non in alcune regioni italiane, un forte indirizzo verso l'utilizzo di software aperto, è da ritenere che tali scelte vengano compiute sulla base di motivazioni economiche, pratiche o anche di scelte nelle politiche tecnologiche.

Tab. 24 - Indicatori tecnici di funzionalità del sito. Prestazioni negative nei siti istituzionali (v.a. e val. %)

	Regioni		Province		Comuni Capoluogo		Altri comuni (più di 40.000 ab)		Altri comuni (5.000-40.000 ab)	
	v.a		val. %		val. %					
	2004	2006	2004	2006	2004	2006	2004	2006	2004	2006
Più di tre immagini in home page eccedenti il limite di 20 kb	-	1	2,9	7,8	2,9	1,9	n.r.	12,1	n.r.	6,1
Peso complessivo dell'home page oltre i 200 kb	1	2	10,8	13,7	10,7	11,7	n.r.	24,2	n.r.	19,4
Tempo necessario al caricamento completo della pagina principale con connessione analogica (56kb) superiore a 20 sec.	5	6	40,2	49,0	28,2	40,8	n.r.	48,4	n.r.	38,2
Tempo necessario al caricamento completo della pagina principale con connessione ADSL (2.0 Mbps) superiore a 5 sec.	n.r.	-	n.r.	8,8	n.r.	7,8	n.r.	15,4	n.r.	12,1
Più di 20 errori rilevati nel codice HTML dell'home page del sito	3	2	13,7	17,6	17,5	18,4	n.r.	15,4	n.r.	15,8
Più di 3 link non validi nelle pagine del sito		5		2,0		10,7	n.r.		n.r.	

Fonte: Rur-Censis, 2006

Tab. 25 - Tipo di collegamento, da casa e sul luogo di lavoro/studio* (val. % sul totale della popolazione di oltre 18 anni)

	Da casa	Sul luogo di lavoro/studio
Linea commutata (modem e telefono)	41,3	23,7
Linea ADSL	56,7	59,0
Linea ISDN	4,0	10,9
Linea a fibre ottiche	6,3	16,7
Linea dedicata	1,7	6,6

* il totale non è uguale a 100 perché erano possibili più risposte

Fonte: Censis, 2005

Tab. 26 - Tipologia di web server e sistema operativo installato per la pubblicazione dei siti Internet istituzionali. Confronto dati 2002-2004 (v.a. e val. %)

	Regioni			Province			Comuni capoluogo			Altri comuni (più di 40.000 ab)			Altri comuni (5.000-40.000 ab)		
	v.a.			Val.%			Val.%			Val.%			Val.		
	'02	'04	'06	'02	'04	'06	'02	'04	'06	'02	'04	'06	'02	'04	'06
S.O. Windows	16	15	12	70,0	67,6	56,9	52,9	55,3	42,7	n.r.	n.r.	62,6	n.r.	n.r.	35,2
S.O. Open source	2	3	5	23,0	30,4	36,3	37,3	41,7	51,5	n.r.	n.r.	28,6	n.r.	n.r.	29,7
Altri sistemi operativi	2		1	7,0	2,0	3,9	9,8	3,0	5,8	n.r.	n.r.	3,3	n.r.	n.r.	1,8
Sconosciuto			2			2,9			-	-	-	5,5	-	-	33,3
Web server Microsoft	15	14	11	66,0	61,8	53,9	47,1	47,6	39,8	n.r.	n.r.	61,5	n.r.	n.r.	35,2
Web server open source	1	4	6	27,0	32,4	37,2	41,2	42,7	46,6	n.r.	n.r.	31,9	n.r.	n.r.	30,3
Altri web server sconosciuto	4	3	3	7,0	5,0	7,8	11,8	9,0	12,6	n.r.	n.r.	3,3	n.r.	n.r.	1,8
	-	-	-	-	-	1,0	-	-	1,0	-	-	3,3	-	-	32,7

Fonte: Rur-Censis, 2006

3. IL RATING DELLE CITTÀ DIGITALI

Come ogni anno, l'indagine sulle Città Digitali in Italia presenta il rating dei siti istituzionali analizzati. La classifica è stilata a partire dai punteggi ottenuti sulle diverse dimensioni di analisi da ciascuno dei siti web. Incide sul punteggio finale di rating anche un valore detto di "stabilità" che premia i siti che negli anni hanno mantenuto posizioni elevate all'interno della classifica. Di seguito vengono presentati i risultati dei migliori siti della Pa locale, ambito per ambito, e una riflessione sull'evoluzione dei rating dal 1999 al 2006.

3.1. I migliori siti della Pa locale

La classifica di rating conferma anche quest'anno le già note eccellenze. Si conferma una tendenza alla stabilità nelle parti alte della classifica, soprattutto per i siti regionali e comunali. Ancora della **Regione Liguria** è il miglior sito regionale, parte del prestigioso "triangolo della qualità" con i siti di **Emilia Romagna** e **Toscana**, cui si aggiunge quest'anno il **Piemonte** in crescita (tav. 7).

I comuni di **Bologna** e **Torino** sono come sempre ai vertici del rating dei comuni capoluogo. Tra i primi sono comunque presenti degli outsider: il sito del Comune di **Prato**, che ha sempre ottenuto discreti punteggi, diventa quest'anno terzo per qualità complessiva, per l'azione condotta su tutti i fronti ma in special modo sui servizi on line. Il sito del Comune di **Genova** torna a prendere posizioni e si classifica al quarto posto. Tra i comuni non capoluogo con più di 40.000 abitanti (per la prima volta analizzati nella loro interezza), i siti di maggiore qualità secondo l'indice ARPA-L sono il sito del Comune di **Sesto San Giovanni** (Milano), del Comune di **Empoli** (Firenze), del Comune di **Senigallia** (Ancona) e del Comune di **Carpi** (Modena).

Tav. 7 - Gli enti i cui siti istituzionali sono collocati alle prime posizioni dei rispettivi rating

Ente	Punteggio
Regioni	
Liguria	87
Emilia Romagna	82
Piemonte	74
Toscana	74
Province	
Bologna	77
Milano	75
Bergamo	74
Ferrara	73
Bolzano	71
Comuni capoluogo	
Bologna	84
Torino	83
Prato	81
Genova	80
Modena	78
Comuni non capoluogo con più di 40.000 abitanti	
Sesto San Giovanni	67
Empoli	63
Senigallia	61
Carpi	61

Fonte: Rur-Censis, 2006

Tra le province, infine, **Bologna** torna ad essere la prima (era al terzo posto lo scorso anno), **Milano**, prima nell'ultimo rating, si posiziona seconda. A conquistare posizioni tra le province è **Bolzano** (ma in effetti si tratta di una unità a valenza regionale) con un sito rinnovato ed accessibile. I siti complessivamente migliori sono ancora tutti concentrati nel centro-nord della penisola.

Ulteriori considerazioni di merito possono essere fatte sui sei indici settoriali del metodo ARPA-L che contribuiscono a formare il punteggio finale ottenuto dai siti istituzionali. Raggiungono 90 punti per la qualità dei contenuti istituzionali e della trasparenza la **Regione Liguria** e il **Comune di Bologna** (tav. 8). Entrambe le amministrazioni non soltanto curano sui loro siti la presentazione di informazioni e l'accesso a documenti, atti e normative, ma hanno portato oramai oltre il livello di sperimentazione, iniziative di comunicazione a due vie e di e-democracy.

Tav. 8 - Gli enti i cui siti istituzionali sono collocati alle prime posizioni dei rispettivi rating. Indice Contenuti istituzionali e trasparenza amministrativa

Ente	Punteggio
Regioni	
Liguria	90
Emilia Romagna	82
Puglia	79
Province	
Milano	87
Bologna	81
Crotone	80
Trento	80
Lodi	77
Comuni capoluogo	
Bologna	90
Torino	88
Prato	88
Macerata	87
Modena	85
Comuni non capoluogo con più di 40.000 abitanti	
Sesto San Giovanni	85
Senigallia	78
Rho	77
Carrara	75

Fonte: Rur-Censis, 2006

Alti punteggi sono ottenuti, su questa dimensione, anche dai siti dei Comuni di **Sesto San Giovanni**, **Senigallia**, **Rho** (Milano) e **Carrara** (Massa Carrara). Colpisce la presenza in terza posizione su questo indice della Provincia di **Crotone**, il cui sito rinnovato ha conquistato diverse posizioni collocandosi quattordicesimo nel rating generale.

Sull'altra dimensione fortemente istituzionale, la qualità e l'interattività dei servizi on line, punte di eccellenza sono La **Regione Liguria** e il **Comune di Torino** con il punteggio di 75 su 100 (tav. 9). I comuni di **Prato** e **Verona** (73 punti) e **Roma** (71) sono tra quelli che offrono la più ampia scelta di servizi transattivi on line. **Carpi**, tra i comuni con più di 40.000 abitanti, ha il sito che raggiunge il punteggio più alto su questa dimensione, con un'offerta paragonabile ai siti istituzionali migliori in assoluto. Tra le province si distingue in positivo **Reggio Emilia**.

Fra i siti più usabili delle regioni, spicca nettamente, quello della Liguria (tav. 10).

Ottimi risultati ottengono, a sorpresa, le province di **Cuneo** e **Crotone** e i comuni di **Vicenza** e **Macerata**.

Tra i comuni con più di 40.000 abitanti, comuni della Campania come **Nocera Inferiore**, **Scafati** e **Pomigliano d'Arco** ottengono elevati punteggi.

Su questo indice, come noto, non sempre le "migliori" riescono ad ottenere buoni punteggi. I comuni di **Bologna** e **Torino** mantengono invece una condizione di primato nell'indice dedicato alla cooperazione con altri enti, insieme alla Regione **Emilia Romagna** e alla **Toscana** (tav. 11).

Ottima la capacità di relazione on line dei comuni di **Sesto San Giovanni** (99 punti su 100, il miglior punteggio in assoluto) e di **Quartu Sant'Elena** (Cagliari), **Senigallia** e **Monza** (Milano). Si tratta di siti che fanno della relazionalità la base su cui tessere contenuti e servizi.

Tav. 9 - Gli enti i cui siti istituzionali sono collocati alle prime posizioni dei rispettivi rating. Indice Qualità e interattività dei servizi

Ente	Punteggio
Regioni	
Liguria	75
Emilia Romagna	63
Marche	57
Province	
Reggio Emilia	58
Bergamo	56
Trento	54
Firenze	53
Brescia	52
Comuni capoluogo	
Torino	75
Prato	73
Verona	73
Roma	71
Firenze	69
Comuni non capoluogo con più di 40.000 abitanti	
Carpi	63
Settimo Torinese	52
Sesto Fiorentino	52
Empoli	49

Fonte: Rur-Censis, 2006

Tav. 10 - Gli enti i cui siti istituzionali sono collocati alle prime posizioni dei rispettivi rating. Indice Usabilità e accessibilità

Ente	Punteggio
Regioni	
Liguria	89
Umbria	79
Campania	77
Province	
Cuneo	90
Crotone	88
Ferrara	85
Bergamo	85
Arezzo	84
Comuni capoluogo	
Vicenza	90
Macerata	89
Prato	86
Modena	84
Reggio Emilia	82
Comuni non capoluogo con più di 40.000 abitanti	
Nocera Inferiore	88
Carrara	84
Scafati	82
Pomigliano D'Arco	79

Fonte: Rur-Censis, 2006

Tav. 11 - Gli enti i cui siti istituzionali sono collocati alle prime posizioni dei rispettivi rating. Indice Cooperazione, relazionalità e communities

Ente	Punteggio
Regioni	
Emilia Romagna	91
Toscana	88
Campania	77
Province	
Perugia	89
Milano	86
Bologna	77
Macerata	77
Parma	77
Comuni capoluogo	
Bologna	94
Torino	89
Prato	81
Bergamo	81
Viterbo	79
Comuni non capoluogo con più di 40.000 abitanti	
Sesto San Giovanni	99
Quartu Sant'Elena	90
Senigallia	85
Monza	84

Fonte: Rur-Censis, 2006

Raggiunge il massimo raggiungibile sull'indice dedicato al marketing territoriale la **Regione Liguria** (tav. 12). Portali creati ad hoc e pagine interne al sito istituzionale esauriscono completamente il livello informativo sul turismo, la presentazione del territorio e le informazioni per eventuali investitori. Raggiungono 80 punti la **Provincia di Piacenza**, il **Comune di Torino** e di **Firenze**. Ancora **Carpi** e **Sesto San Giovanni** ottengono le migliori prestazioni in questo ambito tra i comuni con più di 40.000 abitanti. L'analisi dei migliori punteggi ottenuti sul rating si chiude con gli ottimi risultati ottenuti dalle province siciliane sull'indice tecnologico, **Enna** addirittura con 94 punti su 100 (tav. 13). Tra i comuni si collocano bene **Milano**, **Genova** e **Massa Carrara**, **Toscana** e **Lazio** tra le regioni.

Tav. 12 - Gli enti i cui siti istituzionali sono collocati alle prime posizioni dei rispettivi rating. Indice Marketing territoriale e sviluppo economico

Ente	Punteggio
Regioni	
Liguria	100
Emilia Romagna	81
Piemonte	80
Province	
Piacenza	80
Bologna	78
Ferrara	78
Firenze	78
Bolzano	76
Comuni capoluogo	
Torino	80
Firenze	80
Como	75
Bologna	73
Genova	73
Comuni non capoluogo con più di 40.000 abitanti	
Carpi	79
Sesto San Giovanni	69
Imola	67
Faenza	63

Fonte: Rur-Censis, 2006

Tav. 13 - Gli enti i cui siti istituzionali sono collocati alle prime posizioni dei rispettivi rating. Indice Professionalizzazione dei dispositivi tecnologici

Ente	Punteggio
Regioni	
Toscana	85
Lazio	82
Piemonte	80
Province	
Enna	94
Messina	89
Trapani	88
Rimini	87
Sondrio	85
Comuni capoluogo	
Milano	89
Genova	86
Massa Carrara	86
Lecco	85
Aosta	84
Comuni non capoluogo con più di 40.000 abitanti	
Comune di Bollate	76
Comune di Gela	74
Comune di Ercolano	71
Comune di Rivoli	69

Fonte: Rur-Censis, 2006

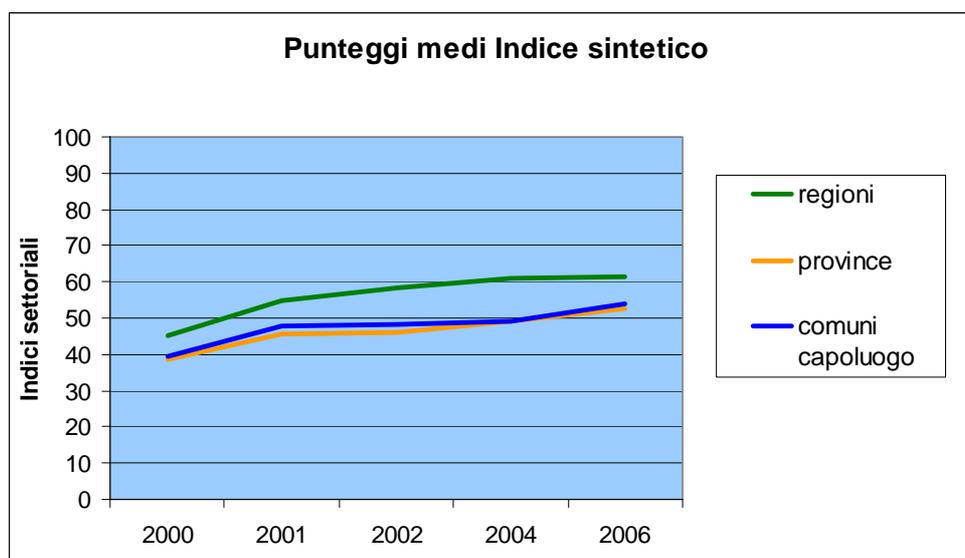
3.2. Analisi storica dei rating di città digitali

Il primo rating delle città digitali risale al 1999, si basava esclusivamente su un insieme di comuni capoluogo, quelli che allora, da pionieri, avevano già un sito web su cui sperimentare iniziative di democrazia telematica. Dal 2000, a partire quindi dalla prima applicazione del metodo ARPA-L, il rating (di regioni, province e comuni capoluogo) è diventato una costante dell'analisi "Città Digitali". Arrivati al 10° anno di monitoraggio, la serie

storica delle classifiche degli enti (e dei relativi punteggi) aiuta a comprendere l'evoluzione del fenomeno delle città digitali in Italia.

Come premessa al ragionamento che verrà fatto in queste pagine, occorre sottolineare come i valori degli indici sintetico e settoriali subiscono influenze derivate dall'evoluzione metodologica. L'aumento annuale del numero degli indicatori e la variazione nell'attribuzione dei pesi specifici, tendono ad allontanare il raggiungimento del punteggio più alto (pari a 100). Tuttavia è possibile trarre riflessioni generali circa l'andamento temporale di tali valori, consapevoli del fatto che la maggiore "severità" metodologica è direttamente proporzionale al miglioramento della qualità complessiva dei siti. Il grafico 1 esprime l'andamento medio dei punteggi ottenuti dagli enti appartenenti alle tre diverse tipologie (regioni, province e comuni capoluogo).

Graf. 1 -Valore medio dei punteggi ottenuti dai siti istituzionali di regioni, province e comuni capoluogo (Indice sintetico). Anni 2000-2006



Fonte: Rur-Censis, 2006

Le regioni sono quelle che nel 2000 partivano con siti di qualità superiore e hanno mantenuto questo vantaggio, sebbene via via la curva di crescita

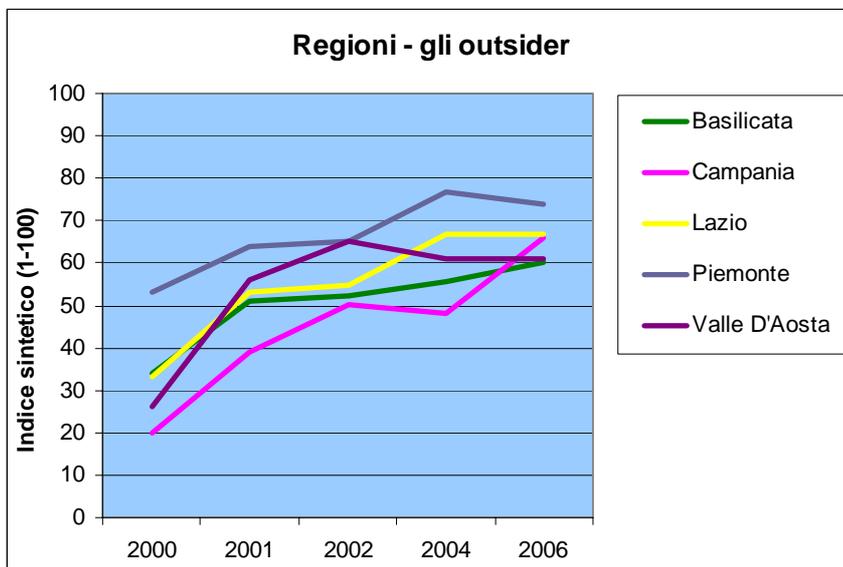
segnali un livello di saturazione oltre il quale la crescita si interrompe. Il miglioramento qualitativo generale per province e comuni è andato grossomodo di pari passo, con un maggiore salto in avanti dei siti dei comuni capoluogo tra il 2000 e il 2004 che tende poi ad appianarsi. Nel 2006 la qualità media dei siti comunali e provinciali è equivalente. Indubbiamente, nel corso del tempo, sono i siti comunali ad aver fatto “da traino” al miglioramento della qualità generale dei siti degli enti locali, ispirandosi, da un lato, alla “robustezza” dei siti regionali e dall’altro avviando un proprio specifico percorso finalizzato alla predisposizione di servizi on line a cittadini e imprese.

3.2.1. Le regioni, solide e ricche

I siti regionali sono i più ricchi e i più complessi, pertanto il punteggio medio ottenuto negli anni è sempre piuttosto alto. La classifica basata sui punteggi ottenuti è in genere stabile, come conseguenza di un livello di maturità che tende ormai alla saturazione, impedendo il movimento all’interno della classifica. Tra i siti regionali che hanno avuto il massimo livello di movimento in ascesa nella classifica e possono pertanto essere definiti degli “outsider” ci sono due siti del Sud Italia (tipicamente collocati nelle parti più basse della classifica). Uno di questi è il sito della Regione **Campania**, che dopo un rallentamento tra il 2002 e il 2004, ha fatto un nuovo salto in avanti con la nuova versione del sito raggiungendo nel 2006 la sesta posizione in classifica, primo dei “meridionali” (graf. 2). La Regione **Basilicata**, con il sito Basilicatanet, è il secondo sito del mezzogiorno: nel 2002 la crescita ha avuto l’exploit, poi raffreddatosi con una tendenza ad una stabilità attorno a livelli di sufficienza. La crescita del sito della Regione **Lazio** è invece costante, come quella della Regione **Valle D’Aosta**. La migliore tra gli outsider è la Regione **Piemonte**, il cui punteggio ha comunque visto una lieve inflessione nell’ultima rilevazione.

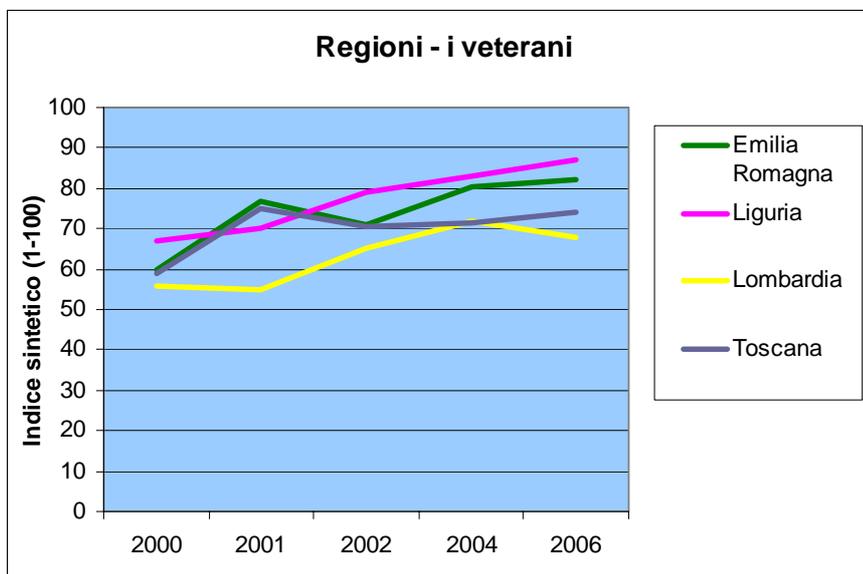
Le regioni “veterane” sono invece quelle che più stabilmente hanno mantenuto posizioni alte in classifica (graf. 3). Si tratta della triade di eccellenza composta da Regione **Liguria**, Regione **Emilia Romagna** e Regione **Toscana** e della Regione **Lombardia** che viaggia a ridosso delle tre con un andamento lievemente più incostante.

Graf. 2 - I siti regionali “outsider” in base ai punteggi dell’Indice sintetico. Anni 2000-2006



Fonte: Rur-Censis, 2006

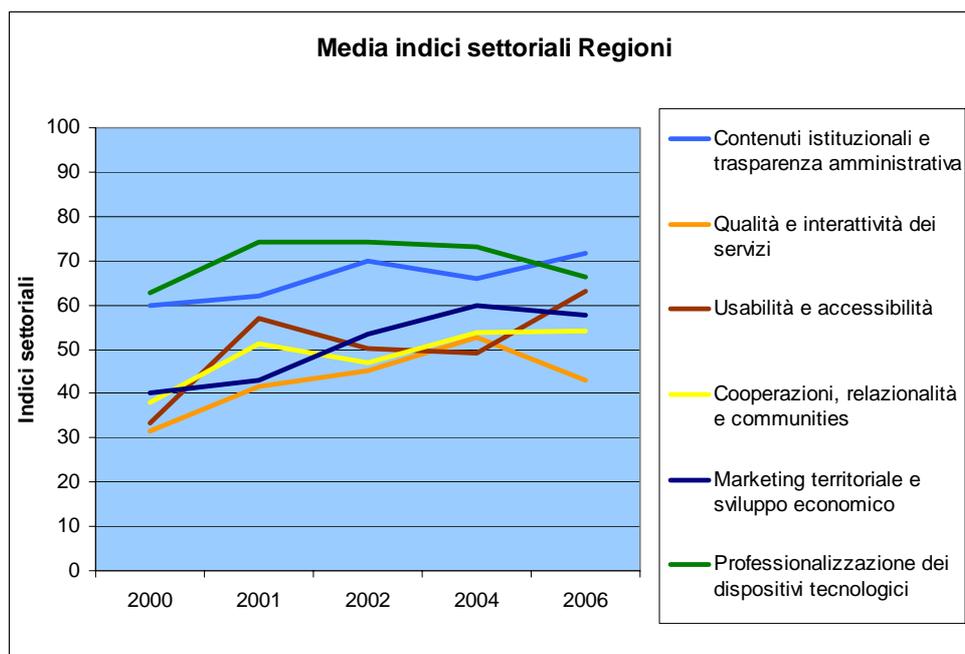
Graf. 3 - I siti regionali “veterani” in base ai punteggi dell’Indice sintetico. Anni 2000-2006



Fonte: Rur-Censis, 2006

Valutando l'andamento storico (2000-2006) dei siti regionali per indice settoriale, si riscontra che la maggiore crescita recente in termini di risultati è riscontrabile sugli indici settoriali legati ai contenuti istituzionali e all'usabilità e accessibilità dei contenuti (graf. 4). Decresce il punteggio medio ottenuto dai siti regionali sul fronte dei servizi, come sul piano della qualità tecnologica. In questi casi è comunque da considerare l'influenza del cambiamento metodologico, con un maggiore "rigore" della rilevazione su tali aspetti di grande interesse: si è fatto nel tempo più severo il giudizio sui cosiddetti "errori" di pubblicazione tecnica dei siti e sulla valutazione del livello di interattività dei servizi.

Graf. 4 -Punteggi medi ottenuti dai siti regionali sugli indici settoriali. Anni 2000-2006

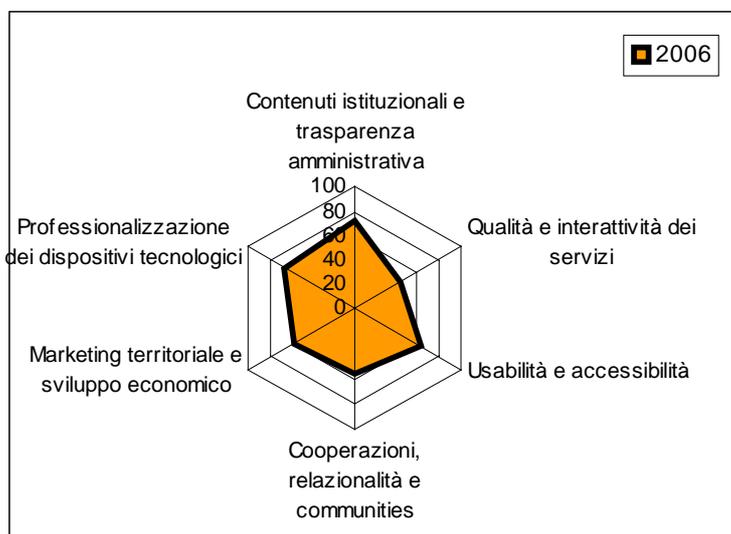
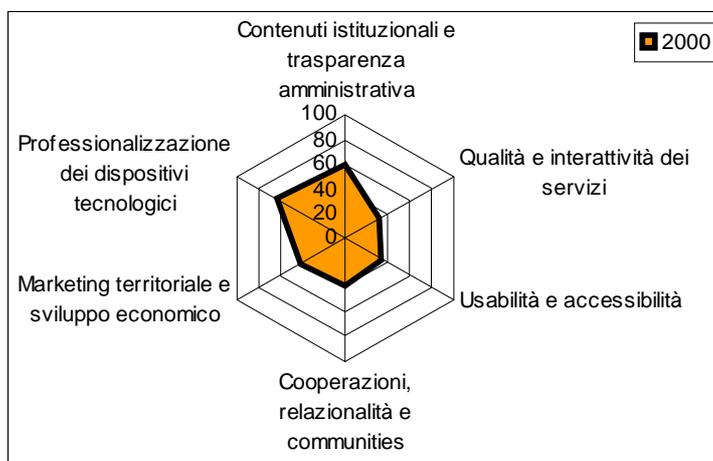


Fonte: Rur-Censis, 2006

Nel grafico 5 è presentato il confronto tra l'esagono della qualità (medie regionali) del 2000 e quello del 2006 che evidenzia chiaramente le aree di maggiore crescita rispetto alle diverse dimensioni-indici che rendono più

equilibrata la figura (e quindi più equilibrata la qualità complessiva del sito). Nell'osservare il mancato sviluppo della dimensione dei servizi va considerata anche la minore propensione regionale ai servizi on line di front-end, legata alle sue specifiche competenze.

Graf. 5 - Confronto degli esagoni di qualità basati sul punteggio medio degli indici settoriali ottenuto dai siti regionali. Anni 2000-2006

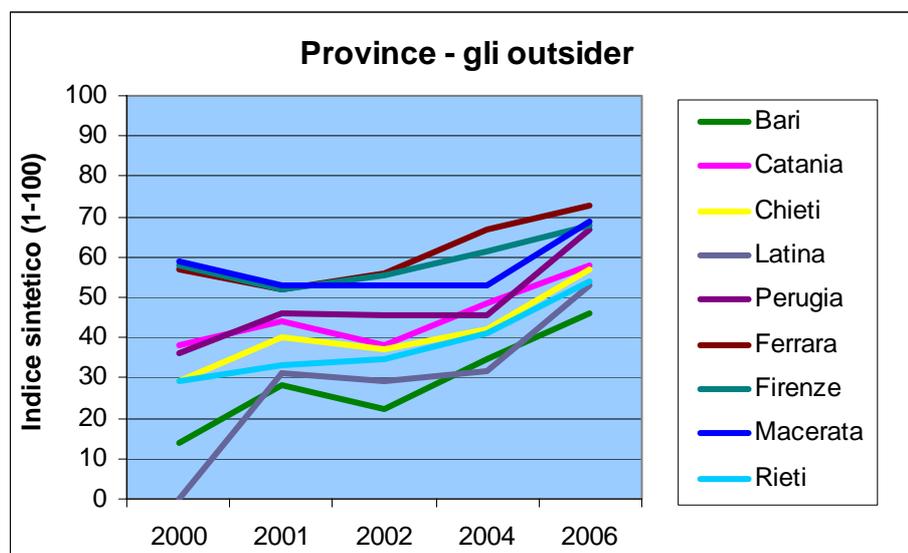


Fonte: Rur-Censis, 2006

3.2.2. Le province, mobili e in crescita

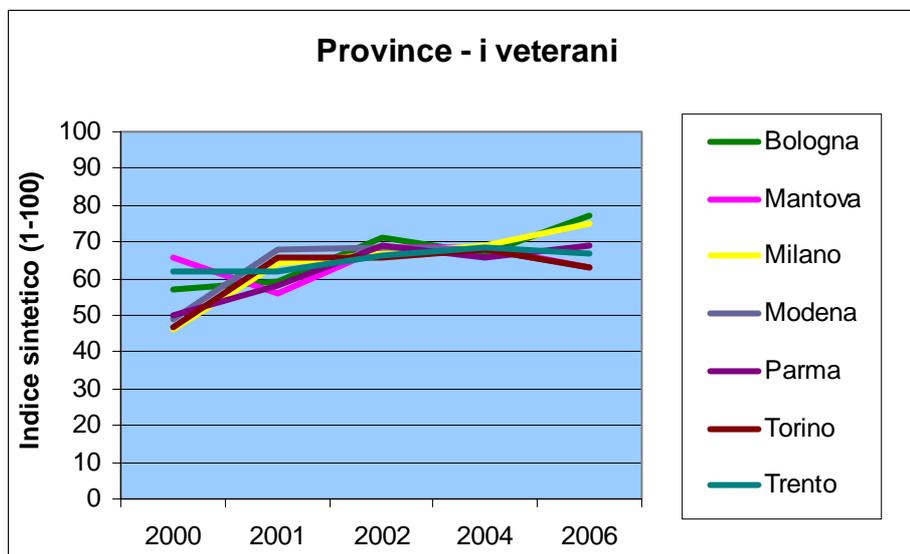
I siti provinciali, come si è visto, hanno caratteristiche che li assimilano a quelli comunali se si guarda ai valori medi dei risultati ottenuti. Una lettura disaggregata dei dati, però, invita a riflettere sulle caratteristiche di una classifica più mobile, con molte “incostanze”. Tra gli outsider, anche qui troviamo città del sud Italia la cui crescita avviene sempre da livelli bassi a livelli medi. Entrano invece come outsider ai vertici della classifica i siti dei comuni di **Perugia, Ferrara, Firenze e Macerata** (graf. 6). I siti di **Torino, Trento, Modena e Parma** sono i più incostanti tra i “veterani” (graf. 7): pur mantenendosi nei livelli alti di punteggio e classifica hanno un andamento meno lineare di altri (**Bologna, Milano**).

Graf. 6 -I siti provinciali “outsider” in base ai punteggi dell’Indice sintetico. Anni 2000-2006



Fonte: Rur-Censis, 2006

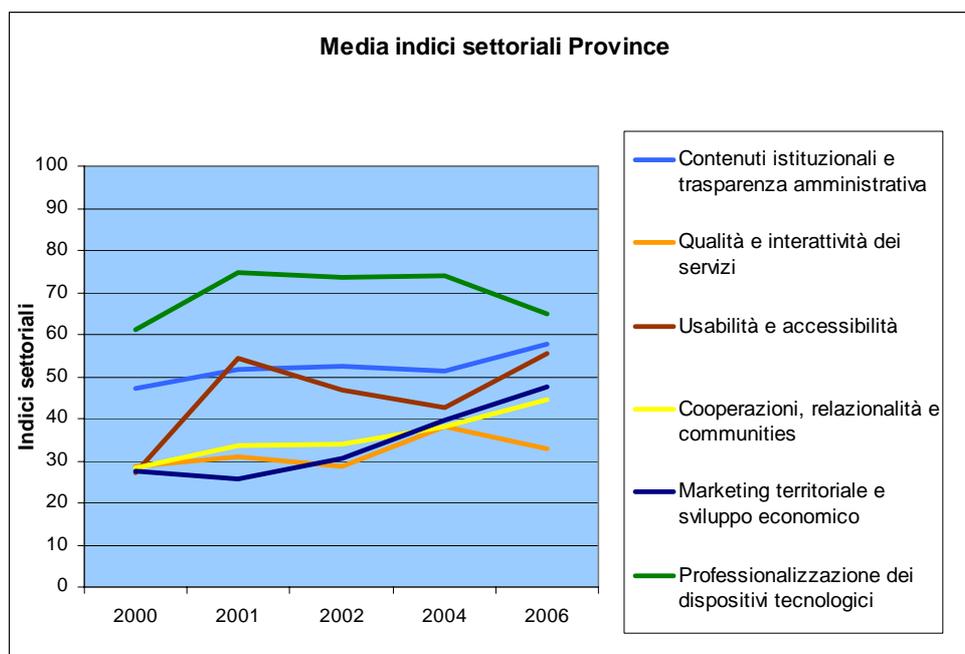
Graf. 7- I siti provinciali “veterani” in base ai punteggi dell’Indice sintetico. Anni 2000-2006



Fonte: Rur-Censis, 2006

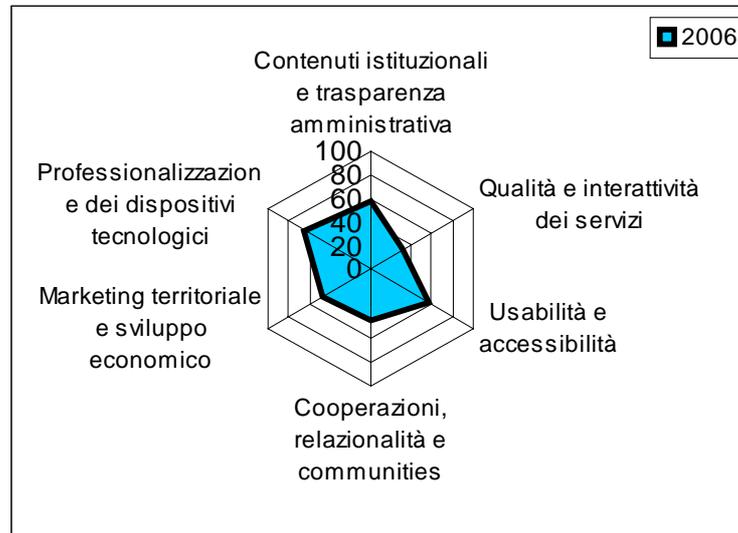
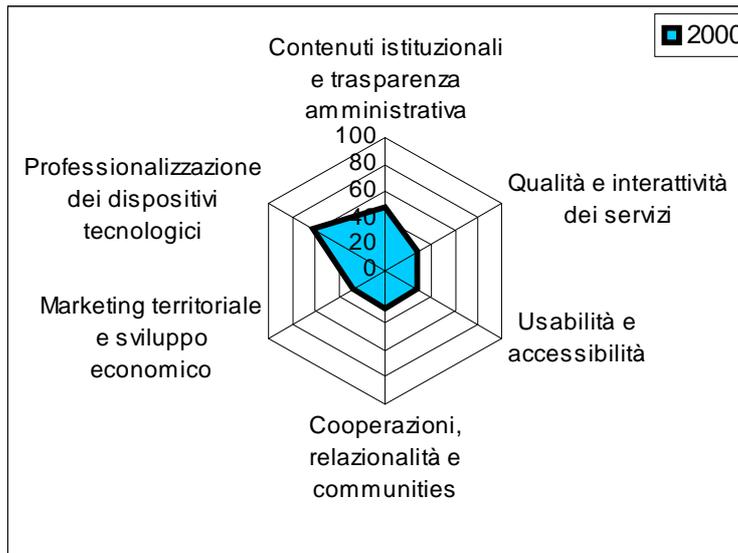
I punteggi medi ottenuti dalle province sugli indici settoriali segnalano una crescita particolare sui temi delle cooperazioni e del marketing territoriale, sebbene il punto di partenza fosse decisamente basso (graf. 8). Complessivamente, il maggior impegno (come si nota facilmente osservando il grafico 9 rappresentante gli esagoni della qualità) è stato posto nell’aumentare il livello di accessibilità e usabilità. La discontinuità che si riscontra tra il 2000 e il 2001 è dovuta all’aggiornamento metodologico.

Graf. 8- Punteggi medi ottenuti dai siti comunali sugli indici settoriali. Anni 2000-2006



Fonte: Rur-Censis, 2006

Graf. 9 -Confronto degli esagoni di qualità basati sul punteggio medio degli indici settoriali ottenuto dai siti provinciali. Anni 2000-2006

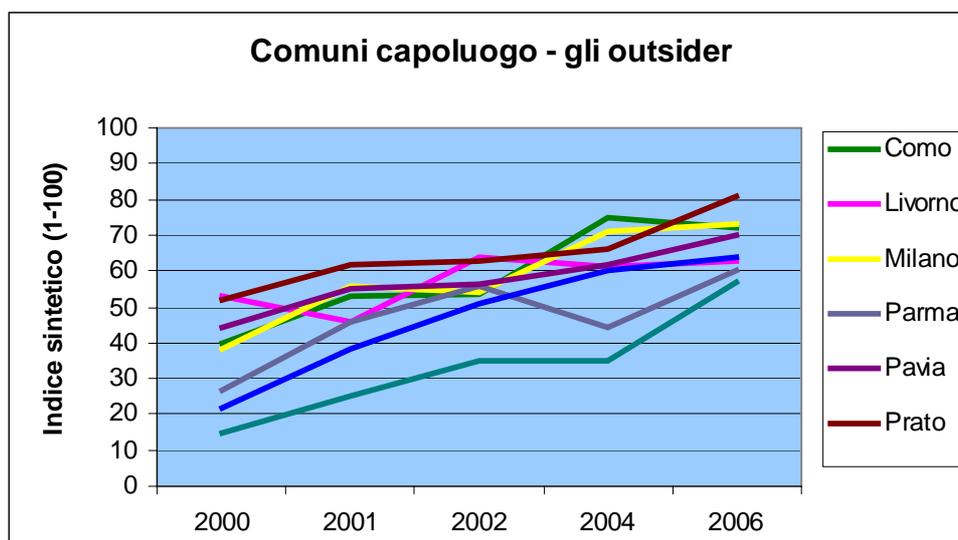


Fonte: Rur-Censis, 2006

3.2.3. I comuni capoluogo: veterani ed equilibrati

I siti dei comuni capoluogo hanno avuto, rispetto ai siti provinciali, un andamento più lineare, dovuto ad una maggiore maturità delle esperienze e, molto probabilmente, anche alla capacità delle amministrazioni di individuare obiettivi specifici perseguiti in modo più costante e convinto. Nel tempo, si sono registrate crescite qualitative in siti del centro nord di comuni di dimensioni varie, più piccoli da un punto di vista demografico, come **Prato**, o grandi, come **Milano** (graf. 10).

Graf. 10 -I siti comunali “outsider” in base ai punteggi dell’Indice sintetico. Anni 2000-2006

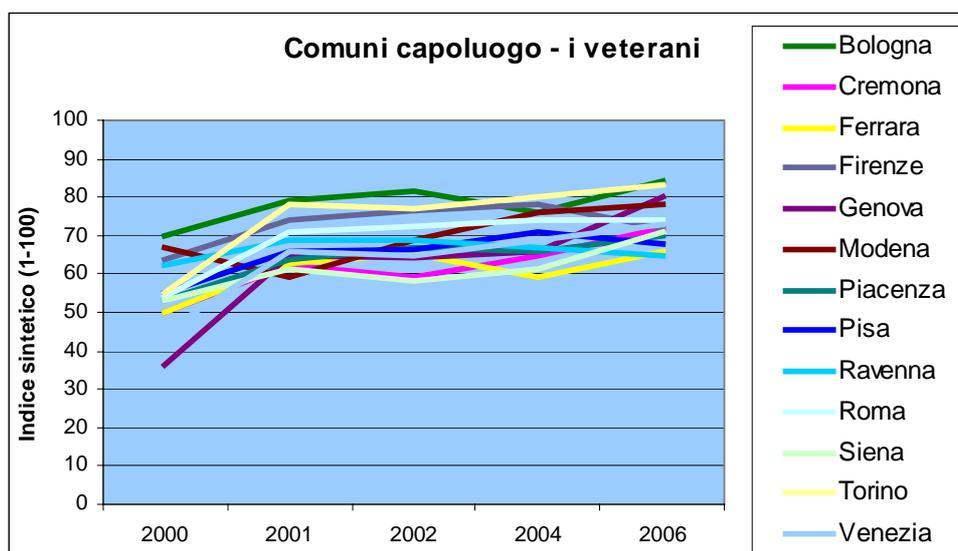


Fonte: Rur-Censis, 2006

Molti sono, proprio per la forte stabilità ai vertici della classifica, i siti comunali cosiddetti “veterani”. **Bologna** e **Torino** in primis, che si passano da anni il testimone della migliore città on line, fanno parte di questa categoria anche i siti del Comune di **Firenze** (sebbene in discesa quest’anno) e **Roma**, i siti dei comuni di **Genova**, **Modena**, **Pisa**, **Venezia**, **Ravenna**, **Cremona** (graf. 11). Accomuna questi siti una forte “storia”, che manca per i siti provinciali e che è meno articolata nei siti regionali. Bologna, Siena, Roma, Modena, Torino sono stati invece i luoghi della

discussione ampia sulla telematica civica e sono espressione di forze che molto spesso vengono da più parti (associazioni, università), protagonisti della stagione antecedente al 2000, quando di e-government non si parlava ancora e si parlava, invece molto, di democrazia elettronica e accesso trasparente alla pubblica amministrazione. E' quindi questo il motivo che è alla base di esperienze forti e radicate, il cui passato ha non solo fornito un know-how importante e una buona dose di competenze da condividere ed ampliare, ma ha anche stimolato investimenti, in termini economici e di risorse umane, su progetti telematici e servizi on line.

Graf. 11 -I siti comunali “veterani” in base ai punteggi dell’Indice sintetico. Anni 2000-2006

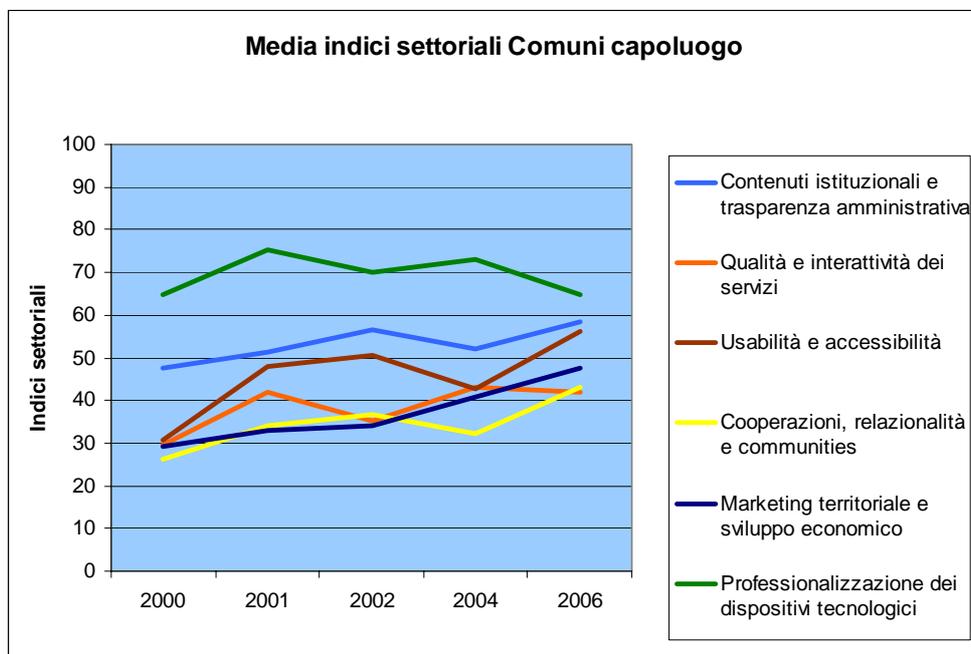


Fonte: Rur-Censis, 2006

Il grafico 12 mostra come ad un calo dei risultati ottenuti sull'indice di qualità tecnologica (da attribuire, come anticipato, ad una maggiore “severità” metodologica), simile a quello riscontrato per i siti provinciali, corrisponda un calo minore nell'indice dedicato ai servizi on line. Cresce, anche in questo caso, il punteggio medio sull'indice dedicato alle cooperazioni con altri enti, che rimane, comunque, la dimensione più critica dei siti comunali: più netta è stata la crescita di interesse verso il marketing territoriale e, in assoluto, verso il tema dell'usabilità e accessibilità. Il

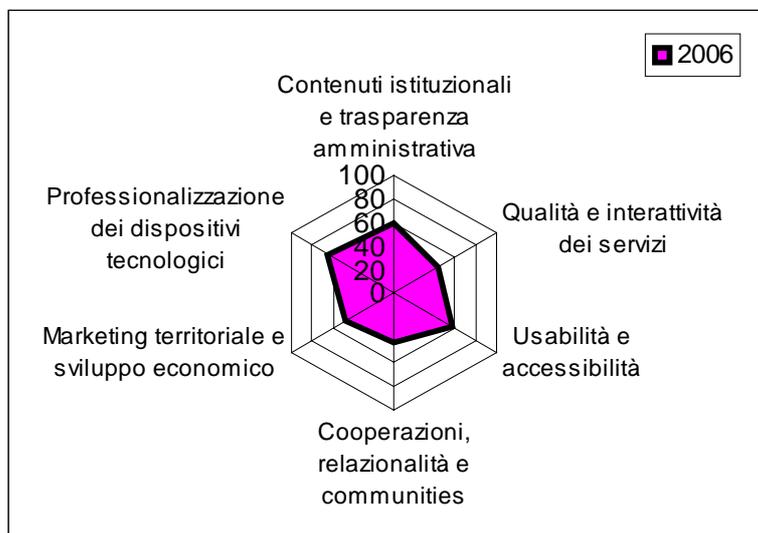
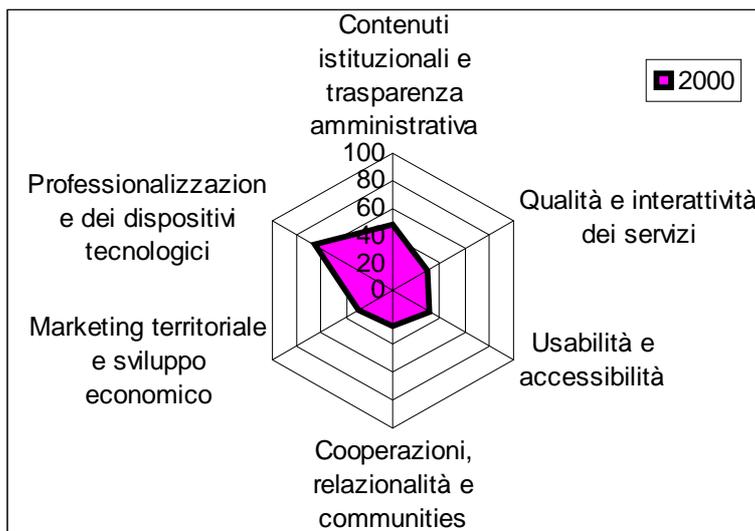
confronto tra il 2000 e il 2006 rende evidente una situazione di ricerca di equilibrio tra le varie dimensioni, più netta che per le altre tipologie di ente (graf. 13).

Graf. 12 -Punteggi medi ottenuti dai siti comunali sugli indici settoriali. Anni 2000-2006



Fonte: Rur-Censis, 2006

Graf. 13 - Confronto degli esagoni di qualità basati sul punteggio medio degli indici settoriali ottenuto dai siti comunali. Anni 2000-2006



Fonte: Rur-Censis, 2006

Tab. 27 - Rating dei siti istituzionali delle regioni italiane

Posizione rating			Valore indice sintetico			Valore indice settoriale			
2006	2004	Ente	2006	Contenuti istituzionali	Qualità dei servizi	Usabilità e accessibilità	Cooperazioni e relazionalità	Marketing territoriale	Qualità tecnologica
1	1	Liguria	87	90	75	89	67	100	75
2	2	Emilia Romagna	82	82	63	72	91	81	75
3	3	Piemonte	74	78	54	71	57	80	80
3	5	Toscana	74	77	53	49	88	67	85
4	4	Lombardia	68	64	52	73	75	47	75
5	6	Lazio	67	72	46	51	75	64	82
6	14	Campania	66	73	42	77	77	67	61
7	8	Umbria	63	64	41	79	57	67	56
8	8	Friuli Venezia Giulia	62	78	51	45	46	64	67
9	9	Valle D'Aosta	61	65	33	64	59	64	69
10	14	Puglia	60	72	35	70	77	54	41
10	12	Basilicata	60	79	39	49	68	54	61
11	9	Sicilia	58	78	36	68	34	62	61
11	7	Veneto	58	67	41	74	29	52	74
12	10	Marche	57	67	57	53	39	64	49
13	15	Calabria	52	74	34	64	51	38	51
14	11	Abruzzo	50	59	34	48	21	57	71
14	13	Sardegna	50	73	35	65	24	16	75
15	14	Molise	43	60	25	67	13	32	52
16	16	Trentino*	39	65	17	33	30	26	64

* La Regione risente della diversità istituzionale con le altre regioni. Le Province Autonome di Trento e Bolzano sono state ricomprese nell'elenco degli enti provinciali.

Fonte: Rur-Censis, 2006

Tab. 28 - Rating dei siti istituzionali delle province italiane

Posizione rating			Valore indice sintetico	Valore indice settoriale					
2006	2004	Ente	2006	Contenuti istituzionali	Qualità dei servizi	Usabilità e accessibilità	Cooperazioni e relazionalità	Marketing territoriale	Qualità tecnologica
1	3	Bologna	77	81	50	79	77	78	72
2	1	Milano	75	87	49	73	86	69	64
3	5	Bergamo	74	74	56	85	74	67	64
4	4	Ferrara	73	72	49	85	59	78	69
5	11	Bolzano	71	72	44	79	57	76	76
6	14	Macerata	69	56	40	77	77	74	69
6	4	Parma	69	71	46	62	77	67	65
7	6	Firenze	68	71	53	78	45	78	60
8	11	Grosseto	67	66	48	74	59	59	72
8	21	Perugia	67	73	43	73	89	53	61
8	2	Trento	67	80	54	64	63	54	67
9	6	Arezzo	66	75	46	84	74	42	64
9	3	Brescia	66	71	52	47	76	64	72
9	16	Massa-Carrara	66	74	46	69	74	67	64
10	11	Piacenza	64	63	45	51	56	80	67
10	15	Venezia	64	70	44	60	77	52	56
11	2	Mantova	63	70	43	50	61	57	69
11	2	Modena	63	65	51	57	61	62	55
11	2	Torino	63	68	46	58	53	61	67
12	8	Lodi	62	77	26	71	47	64	62
12	4	Padova	62	44	29	74	56	67	76
12	13	Trapani	62	62	44	50	44	75	88
13	4	Cuneo	61	49	40	90	45	62	69
14	22	Crotone	60	80	38	88	58	47	51
14	8	Roma	60	67	48	74	44	43	64
15	10	Rimini	59	60	36	47	31	67	87
16	18	Catania	58	57	34	81	42	58	65
16	8	Cremona	58	70	29	54	74	37	61
16	14	Genova	58	56	34	54	52	63	62
16	8	Lucca	58	66	40	46	49	59	62
16	15	Pesaro e Urbino	58	59	34	43	61	57	68
17	24	Chieti	57	71	26	53	58	54	80
17	13	Forli'	57	70	33	70	27	62	66
18	12	Alessandria	56	60	40	45	61	46	69
18	16	Pisa	56	63	31	53	56	62	56
18	15	Prato	56	60	38	55	53	48	67
19	15	Pistoia	55	71	49	55	44	33	65
19	14	Siena	55	70	41	59	31	54	54
19	7	Varese	55	61	46	40	28	62	72
20	11	Biella	54	70	35	48	39	38	82
20	24	Ragusa	54	59	28	61	15	74	79
20	25	Rieti	54	55	28	59	74	42	67
20	17	Vicenza	54	42	33	73	34	54	76

(segue tab. 28)

Posizione rating			Valore indice sintetico	Valore indice settoriale					
2006	2004	Ente	2006	Contenuti istituzionali	Qualità dei servizi	Usabilità e accessibilità	Cooperazioni e relazionalità	Marketing territoriale	Qualità tecnologica
21	32	Latina	53	63	30	68	58	26	72
21	23	Pordenone	53	69	40	38	77	26	58
21	20	Trieste	53	50	34	58	42	47	74
22	12	Ancona	52	44	30	33	69	62	61
22	17	Ascoli Piceno	52	68	30	42	60	41	51
22	16	Lecco	52	64	33	44	16	58	74
22	19	Novara	52	57	34	20	65	62	64
23	10	Asti	51	41	35	39	27	75	66
23	24	Brindisi	51	62	23	37	60	52	60
23	18	Lecce	51	40	35	53	63	26	64
23	15	Savona	51	66	37	58	44	32	60
23	22	Treviso	51	63	36	41	47	66	54
23	21	Udine	51	52	36	69	15	53	68
24	22	Agrigento	50	55	31	75	58	27	55
24	22	Belluno	50	47	23	47	59	62	65
24	17	Catanzaro	50	32	22	59	67	38	71
24	18	Ravenna	50	61	45	39	16	54	60
24	14	Rovigo	50	53	30	52	59	64	46
24	17	Salerno	50	58	36	47	44	46	56
24	13	Vercelli	50	52	31	55	46	43	61
24	15	Viterbo	50	47	38	48	47	46	61
25	19	Campobasso	49	62	22	51	34	42	72
25	18	Napoli	49	48	41	46	16	64	52
25	23	Nuoro	49	60	12	41	63	32	74
25	17	Sondrio	49	27	27	80	16	46	85
26	20	Livorno	48	58	36	40	51	21	72
26	9	Reggio nell'Emilia	48	50	58	53	6	42	68
26	14	Teramo	48	52	32	73	34	26	72
27	27	Imperia	47	70	17	53	56	32	52
27	10	Pescara	47	59	22	44	58	32	58
27	14	Verona	47	52	35	52	19	57	55
28	31	Bari	46	57	21	50	40	37	72
29	25	Cagliari	45	37	24	69	49	11	69
29	17	Cosenza	45	47	25	47	47	43	52
29	18	L'Aquila	45	56	28	36	34	43	61
29	36	Taranto	45	56	12	80	24	42	53
30	23	Frosinone	44	65	29	38	52	26	52
30	26	Gorizia	44	60	28	49	36	11	67
30	29	Messina	44	62	21	57	4	32	89
30	34	Reggio di Calabria	44	56	20	50	49	36	53
30	21	Terni	44	50	31	49	22	57	54
31	29	Matera	43	46	32	48	51	21	64
31	26	Potenza	43	51	30	79	41	5	54

(segue tab. 28)

Posizione rating			Valore indice sintetico	Valore indice settoriale					
2006	2004	Ente	2006	Contenuti istituzionali	Qualità dei servizi	Usabilità e accessibilità	Cooperazioni e relazionalità	Marketing territoriale	Qualità tecnologica
32	25	Palermo	42	56	24	34	10	46	69
33	28	Foggia	41	64	18	28	27	43	56
34	26	La Spezia	40	57	28	48	27	26	54
35	24	Caserta	39	34	15	59	36	11	76
35	18	Como	39	42	25	44	10	54	60
35	28	Enna	39	42	13	32	26	26	94
35	30	Siracusa	39	58	28	30	6	46	66
36	28	Caltanissetta	38	69	28	36	18	26	49
36	18	Verbano-Cusio-Ossola	38	35	20	42	6	43	74
37	26	Benevento	36	41	16	46	34	37	42
37	22	Pavia	36	38	24	46	6	37	66
38	35	Vibo Valentia	35	36	20	63	15	43	35
39	38	Sassari	34	22	20	45	33	5	78
40	33	Avellino	33	37	10	51	22	21	56
41	22	Isernia	32	43	19	44	6	16	66
42	37	Oristano	31	27	10	49	6	26	66

Tab. 29 - Rating dei siti istituzionali dei comuni capoluogo italiani

Posizione rating			Valore indice sintetico		Valore indice settoriale				
2006	2004	Ente	2006	Contenuti istituzionali	Qualità dei servizi	Usabilità e accessibilità	Cooperazioni e relazionalità	Marketing territoriale	Qualità tecnologica
1	3	Bologna	84	90	68	77	94	73	76
2	1	Torino	83	88	75	74	89	80	68
3	9	Prato	81	88	73	86	81	62	75
4	9	Genova	80	72	66	80	77	73	86
5	3	Modena	78	85	64	84	67	73	71
6	5	Roma	74	78	71	69	61	67	72
7	6	Milano	73	69	63	70	56	68	89
7	7	Venezia	73	85	59	65	70	64	68
8	4	Como	72	74	53	62	72	75	55
8	10	Cremona	72	66	49	77	63	73	81
8	2	Firenze	72	78	69	51	67	80	62
8	15	Reggio Nell'Emilia	72	74	58	82	68	62	66
9	12	Siena	71	51	60	75	76	62	80
10	11	Pavia	70	70	51	73	59	64	78
10	9	Piacenza	70	73	50	71	65	61	76
11	23	Vicenza	69	67	45	90	66	54	80
12	6	Pisa	68	71	60	69	66	57	62
13	27	Macerata	67	87	41	89	63	59	49
13	17	Verona	67	73	73	76	27	69	74
14	14	Ferrara	66	70	45	65	66	59	64
14	17	Padova	66	61	55	81	54	53	66
15	8	Ravenna	65	69	55	72	40	63	65
16	15	Asti	64	57	50	75	66	57	65
16	28	Lucca	64	70	57	72	44	59	56
16	17	Mantova	64	69	52	65	54	47	75
16	18	Perugia	64	75	46	57	66	59	58
16	16	Udine	64	59	53	74	49	48	78
16	13	Viterbo	64	74	48	51	79	64	54
17	19	Ancona	63	68	62	70	36	54	66
17	12	Livorno	63	57	61	53	45	67	68
18	14	Brescia	61	59	43	78	54	54	55
19	19	Bolzano	60	67	53	76	31	33	76
19	13	Forli'	60	68	55	68	53	40	67
19	29	Parma	60	60	56	63	52	57	61
20	19	Pordenone	59	72	45	65	61	21	75
21	17	Alessandria	58	80	34	54	61	43	60
21	23	Bergamo	58	64	55	39	81	49	51
21	25	Catania	58	67	58	75	66	54	59
21	16	Pesaro E Urbino	58	59	58	61	20	62	62
21	26	Pistoia	58	83	46	49	31	52	78
22	18	Napoli	57	52	52	53	47	62	66
22	26	Nuoro	57	43	31	54	69	69	66
22	38	Ragusa	57	62	36	59	54	67	62
22	20	Trento	57	83	42	61	49	35	58
23	14	Arezzo	56	67	45	75	26	43	67
23	28	Gorizia	56	49	41	68	36	48	82
23	29	Lodi	56	57	44	74	47	38	78
24	31	Belluno	54	66	50	35	41	58	64
24	26	Rovigo	54	64	47	30	44	48	75
24	30	Trieste	54	63	45	65	31	64	44
25	19	Palermo	52	70	38	43	27	67	54
26	31	Avellino	51	35	29	73	58	32	66

(segue tab. 29)

Posizione rating			Valore indice sintetico			Valore indice settoriale			
2006	2004	Ente	2006	Contenuti istituzionali	Qualità dei servizi	Usabilità e accessibilità	Cooperazioni e relazionalità	Marketing territoriale	Qualità tecnologica
26	34	Cosenza	51	37	36	68	47	54	51
26	21	Massa-Carrara	51	52	45	39	31	42	86
26	25	Novara	51	60	36	47	31	48	73
26	22	Treviso	51	53	45	73	16	38	69
27	37	Lecco	50	60	41	64	26	26	85
27	34	Salerno	50	47	36	66	36	57	58
28	38	Cagliari	49	79	39	59	39	19	59
28	25	Grosseto	49	66	45	51	33	16	69
28	17	Rimini	49	51	50	51	36	31	64
28	40	Savona	49	57	38	75	16	52	59
29	27	Caserta	48	63	33	47	26	29	80
29	30	Cuneo	48	54	47	35	49	32	60
29	17	Reggio Di Calabria	48	62	40	51	44	33	45
30	34	Imperia	47	58	35	61	26	31	72
30	17	La Spezia	47	56	43	39	24	52	60
30	31	L'Aquila	47	44	35	71	27	41	66
30	33	Lecce	47	63	17	64	54	11	73
30	32	Messina	47	60	32	27	36	54	58
30	25	Sassari	47	50	41	67	6	46	59
30	41	Siracusa	47	54	36	42	51	48	51
30	45	Vibo Valentia	47	38	41	63	43	43	56
31	33	Agrigento	46	58	30	38	30	54	65
31	25	Biella	46	48	46	38	49	16	67
31	22	Latina	46	56	28	35	58	32	71
31	41	Pescara	46	53	26	56	59	38	46
31	26	Potenza	46	75	40	23	19	43	62
31	15	Terni	46	50	30	49	22	57	54
32	33	Foggia	43	22	15	55	54	33	67
32	35	Matera	43	50	16	33	76	21	60
33	30	Ascoli Piceno	42	49	35	30	29	52	56
33	37	Taranto	42	38	20	29	44	57	67
33	24	Trapani	42	53	38	42	16	46	59
34	36	Bari	41	53	21	46	41	33	52
34	37	Rieti	41	41	24	36	49	38	59
34	37	Verbano-Cusio-Ossola	41	40	41	31	11	57	66
35	31	Vercelli	40	46	32	29	49	22	62
36	30	Benevento	39	37	12	46	41	43	54
36	44	Frosinone	39	57	41	37	6	37	56
37	36	Caltanissetta	38	61	29	46	4	21	68
37	23	Campobasso	38	63	24	29	24	21	56
37	42	Crotone	38	51	13	34	16	48	68
38	26	Aosta	36	18	24	35	4	41	84
38	23	Varese	36	60	48	38	31	21	64
39	44	Chieti	35	29	29	35	15	54	47
40	45	Catanzaro	34	20	20	46	6	43	69
40	32	Sondrio	34	30	24	45	4	33	66
40	37	Teramo	34	30	17	34	4	43	72
41	41	Isernia	33	34	27	46	15	26	53
42	43	Enna	30	47	11	33	4	37	48
43	39	Oristano	28	35	11	44	4	22	53
44	46	Brindisi	17	6	14	21	11	0	51

Tab. 30 - Rating dei siti istituzionali dei comuni non capoluogo italiani con più di 40.000 abitanti

Posizione rating	Ente	Provincia	Valore indice sintetico			Valore indice settoriale			
			2006	Contenuti istituzionali	Qualità dei servizi	Usabilità e accessibilità	Cooperazioni e relazionalità	Marketing territoriale	Qualità tecnologica
1	Sesto San Giovanni	Milano	67	85	46	60	99	69	42
2	Empoli	Firenze	63	66	49	61	76	62	62
3	Senigallia	Ancona	61	78	39	66	85	57	45
4	Carpi	Modena	61	58	63	71	49	79	48
5	Carrara	Massa							
5	Carrara	Carrara	60	75	32	84	69	54	48
6	Scandicci	Firenze	56	44	38	69	78	59	48
7	Rho	Milano	56	77	41	45	79	37	57
8	Vigevano	Pavia	56	54	44	54	71	62	50
9	Quartu Sant'Elena	Cagliari	56	41	31	57	90	48	66
10	Imola	Bologna	55	57	32	61	51	67	60
11	Pomigliano D'Arco	Napoli	53	58	39	79	53	33	60
12	Settimo Torinese	Torino	53	63	52	48	69	32	55
13	Faenza	Ravenna	53	51	47	41	65	63	52
14	Bassano del Grappa	Vicenza	53	59	47	59	51	52	50
15	Foligno	Perugia	52	51	40	53	58	47	64
16	Monopoli	Bari	52	57	43	37	61	62	50
17	Nocera Inferiore	Salerno	51	57	21	88	57	21	63
18	Bollate	Milano	51	60	34	42	46	48	76
19	Montesilvano	Pescara	51	58	28	76	30	59	53
20	Sesto Fiorentino	Firenze	50	50	52	69	16	59	56
21	Scafati	Salerno	50	51	30	82	32	47	59
22	Cinisello Balsamo	Milano	50	60	30	74	72	16	49
23	Legnano	Milano	49	58	40	62	42	54	42
24	Monza	Milano	49	58	35	36	84	21	61
25	Manfredonia	Foggia	48	22	32	76	53	59	50
26	Paderno Dugnano	Milano	48	65	39	43	51	32	61
27	Rivoli	Torino	48	42	36	43	40	59	69
28	Cesena	Forli-							
28	Cesena	Cesena	47	64	43	52	26	46	52
29	Collegno	Torino	47	43	15	68	69	26	62
30	San benedetto del Tronto	Ascoli Piceno	47	48	36	46	51	43	57
31	Corato	Bari	47	47	31	53	64	32	54
32	Moncalieri	Torino	45	50	48	35	42	43	50
33	Alghero	Sassari	45	61	30	45	68	29	69
33	Olbia	Sassari	45	49	18	42	55	54	49
34	Fano	Pesaro e Urbino	44	55	38	60	7	47	59
35	Barletta	Bari	44	48	34	46	52	33	52
36	Andria	Bari	44	56	34	76	33	42	24
37	Acerra	Napoli	43	42	13	51	69	33	53
38	Viareggio	Lucca	43	41	43	47	44	42	40
39	Aprilia	Latina	41	44	30	34	43	54	44
40	Sassuolo	Modena	41	37	30	42	55	29	54
41	San Remo	Imperia	41	62	22	59	35	16	53
42	Cologno Monzese	Milano	41	49	41	36	21	43	56
43	Battipaglia	Salerno	40	60	26	70	33	16	38
44	Castellammare di Stabia	Napoli	40	48	25	47	33	40	48
45	Bisceglie	Bari	40	31	21	44	35	52	55
46	Torre del Greco	Napoli	40	41	39	58	0	38	61
47	Acireale	Catania	40	33	18	38	33	54	62
48	Ercolano	Napoli	40	44	35	58	3	27	71
49	Mazara del Vallo	Trapani	39	30	15	52	67	38	35
50	Modica	Ragusa	38	33	18	48	24	48	56
51	Alcamo	Trapani	38	40	14	36	57	26	52
52	Tivoli	Roma	37	27	31	41	26	46	54
53	Molfetta	Bari	37	30	27	43	31	37	57
54	San Severo	Foggia	37	34	27	69	5	47	42
55	Portici	Napoli	37	36	29	57	43	16	42

(segue tab. 30)

Posizione rating		Valore indice sintetico			Valore indice settoriale				
2006	Ente	Provincia	2006	Contenuti istituzionali	Qualità dei servizi	Usabilità e accessibilità	Cooperazioni e relazionalità	Marketing territoriale	Qualità tecnologica
56	Marsala	Trapani	37	20	39	41	35	43	41
57	Cerignola	Foggia	37	48	31	33	50	21	36
58	Trani	Bari	37	35	21	56	35	21	52
59	Anzio	Roma	36	44	22	32	24	38	58
60	Misterbianco	Catania	36	43	11	38	31	37	55
61	Marano di Napoli	Napoli	35	44	34	34	41	16	45
62	Fasano	Brindisi	35	40	7	28	22	48	66
63	Aversa	Caserta	35	34	32	30	34	32	49
64	Nichelino	Torino	35	23	28	62	8	26	62
65	Civitavecchia	Roma	35	50	35	38	8	33	45
66	Paternò	Catania	33	34	40	31	4	37	56
67	Lamezia Terme	Catanzaro	33	41	19	39	49	5	47
68	Fiumicino	Roma	32	50	12	43	31	11	45
69	Casoria	Napoli	31	41	13	25	0	42	66
	Giugliano	in							
70	Campania	Napoli	31	25	31	38	13	21	58
71	Bagheria	Palermo	31	19	23	40	17	38	49
72	Busto Arsizio	Varese	31	20	28	51	15	29	43
73	Pozzuoli	Napoli	31	20	24	37	4	41	58
74	Chioggia	Venezia	30	45	26	46	8	16	42
75	Altamura	Bari	30	24	24	44	4	43	41
76	Capannori	Lucca	30	22	18	44	13	33	49
77	Gallarate	Varese	29	38	25	27	5	32	50
78	Vittoria	Ragusa	29	27	16	31	12	36	51
79	Bitonto	Bari	29	33	23	41	4	16	56
80	Licata	Agrigento	28	20	18	46	0	21	63
81	Cava de' Tirreni	Salerno	28	22	11	48	15	16	55
	San Giorgio	a							
82	Cremano	Napoli	27	25	22	59	6	21	30
83	Velletri	Roma	27	31	20	25	4	32	50
		Caltanissetta							
84	Gela	tta	27	31	30	26	0	0	74
85	Sciacca	Agrigento	26	20	15	42	13	17	51
86	Martina Franca	Taranto	25	1	11	40	19	33	48
87	Afragola	Napoli	24	24	17	30	0	5	66
88	Pomezia	Roma	22	27	15	28	9	11	40
	Barcellona Pozzo di								
89	Gotto	Messina	20	19	3	46	0	11	44
	Guidonia								
90	Montecelio	Roma	20	24	11	28	4	5	49

4. APPENDICE METODOLOGICA

L'annuale indagine sulle "Città Digitali in Italia" è, dal 2000, basata su una rilevazione diretta effettuata sui siti istituzionali della pubblica amministrazione locale. La completa ristrutturazione dell'impianto metodologico operata dopo quattro anni di rilevazione indiretta (attraverso questionari inviati ai responsabili locali) ha portato alla realizzazione di un'innovativa tecnica di indagine, il metodo ARPA-L, utilizzato anche quest'anno come strumento d'analisi.

La scelta di tale metodo consente di effettuare un'indagine estremamente *estesa* ed *approfondita* della realtà dei siti delle pubbliche amministrazioni locali:

- *estesa* per la dimensione del campione. Sono analizzati, infatti, circa 500 siti istituzionali degli enti locali. Nella rilevazione rientrano, nello specifico, tutti i siti delle amministrazioni regionali, provinciali, dei comuni capoluogo di provincia e dei comuni con più di 40.000 abitanti; ad essi si aggiunge un campione statistico di comuni con numero di abitanti tra 5.000 e 40.000 che permette un'analisi estremamente esaustiva della realtà rappresentata;
- *approfondita* per l'accuratezza della scelta degli indicatori che compongono ciascuno dei sei indici settoriali in cui è organizzata l'analisi. La costante attenzione ai fenomeni dell'innovazione nella pubblica amministrazione accompagna, infatti, l'annuale revisione degli *items*, orientata al miglioramento dell'efficacia dell'indagine. La peculiarità di ARPA-L è, infatti, la capacità di cogliere i fenomeni e i cambiamenti in un genere di contesto rapidamente mutevole.

L'estrema attenzione posta nella scelta degli indicatori della ricerca è orientata a fornire una immagine quanto più precisa e puntuale delle dimensioni caratterizzanti i siti istituzionali. Tale accuratezza, unitamente all'oggettività dei criteri scelti per la definizione degli indicatori, consente di fornire un'analisi completa ed approfondita. Il solido impianto di ricerca così costruito, maturato anche grazie ad una visione d'insieme sviluppata nel tempo, si propone di garantire un alto grado di affidabilità dei risultati.

La reiterazione annuale della ricerca, inoltre, ha permesso di introdurre un indicatore relativo alla stabilità dei siti analizzati relativamente al *rating* delle edizioni precedenti che classifica i siti in base alla loro qualità generale.

4.1. L'universo di indagine

L'universo di riferimento per l'indagine è costituito dalle regioni, dalle province, dai comuni capoluogo di provincia e da tutti i comuni italiani non capoluogo con più di 5.000 abitanti.

Il campione è statisticamente rappresentativo dell'universo di indagine. Considerando l'articolazione numerica degli enti territoriali presi in esame, le unità di indagine sono le seguenti:

- Universo completo delle 20 Regioni;
- Universo completo delle 102 Province;
- Universo completo dei 103 Comuni capoluogo di provincia;
- Universo completo dei 92 Comuni non capoluogo con più di 40.000 abitanti;
- Campione statistico dei comuni italiani con numero di abitanti tra 5.000 e 40.000.

E' stato quindi preso in considerazione, oltre alle regioni, alla province, e ai comuni capoluogo di provincia, anche l'universo dei Comuni con più di 40.000 abitanti (per la prima volta quest'anno) e un campione di comuni che permettesse di rendere l'indagine capillare consentendo di entrare in contatto con realtà non esclusivamente legate agli enti territoriali di grandi dimensioni. La tecnica di campionamento utilizzata, per gli *altri comuni* è quella propria del campionamento sistematico: dopo aver estratto il primo comune casualmente, a partire da questo è stato applicato il passo di campionamento risultante dalla divisione del numero delle unità che compongono l'universo per il numero delle unità previste per il campione, che è stato oggetto d'indagine.

4.2. La struttura della ricerca: gli indici settoriali

La struttura dell'analisi è composta da sei indici settoriali, costruiti in relazione alle dimensioni più importanti che caratterizzano la qualità di un sito Internet di un ente locale. In riferimento a tali dimensioni, riportiamo di seguito le peculiarità di ciascun indice e i principali fenomeni che hanno portato a modificarne la definizione attraverso gli indicatori.

Contenuti istituzionali e trasparenza amministrativa: esprime la capacità informativa a livello istituzionale dei siti analizzati. L'analisi relativa a questo ambito indaga sull'utilizzo del sito come strumento di efficace rappresentanza istituzionale e di trasparenza amministrativa.

Qualità e interattività dei servizi: la disponibilità di informazioni o di procedure di transazione riguardanti i servizi *on line* è uno degli elementi decisivi per la qualità di un sito istituzionale. La capacità di offrire servizi a distanza è uno delle opportunità più importanti messe a disposizione dall'innovazione tecnologica

Usabilità e accessibilità: dimensione fondamentale da sviluppare per un sito della pubblica amministrazione è la facilità di accesso e reperibilità delle informazioni. Gli indicatori riguardanti tali aspetti consentono di verificare l'attenzione che le amministrazioni dedicano a questi temi. Le direttive internazionali e nazionali costituiscono il naturale riferimento per la definizione degli indicatori riguardanti questa dimensione.

Cooperazione, relazionalità e *communities*: l'analisi riferita a questa dimensione intende indagare la relazionalità espressa dal sito istituzionale, come capacità di interazione a vari livelli sul territorio. Viene esaminato, cioè, il livello di collaborazione sviluppato attraverso la rete Internet tra i diversi soggetti che costituiscono le comunità locali.

Marketing territoriale: l'indice relativo alla promozione territoriale prende in considerazione la generale presenza di contenuti riferiti all'offerta turistica e alle possibilità di investimento sul territorio. Uno dei fenomeni che ha orientato la revisione di questo indice è stata la diffusione di servizi erogati sul *web* attraverso le sezioni degli Sportelli Unici per le attività produttive.

Professionalizzazione dei dispositivi tecnologici: la qualità tecnologica dei siti è stata analizzata attraverso una serie di rilevazioni effettuate direttamente su *server* attraverso soggetti terzi. Tra gli indicatori più significativi vanno certamente menzionati il tempo di caricamento dell'*home page* e il “peso” delle immagini presenti in essa.

4.3 L'indicatore di stabilità

L'esperienza di ricerca maturata negli ultimi sette anni ha consentito di individuare le realtà locali che da tempo riservano attenzione all'innovazione tecnologica e alle politiche di e-government. Il valore intrinseco di una ricerca ripetuta nel tempo si è arricchita negli ultimi anni grazie all'apporto di un nuovo significativo indicatore.

La possibilità di effettuare un confronto su una *serie* di rilevazioni (a partire dal 2000, anno di introduzione della metodologia ARPA) ha permesso, infatti, l'introduzione di un *item* relativo alla stabilità dei siti delle pubbliche amministrazioni locali all'interno del rating. Si è scelto, cioè, di mettere in evidenza quali amministrazioni abbiano raggiunto nelle precedenti edizioni della ricerca le posizioni migliori, dimostrando di aver pianificato nel tempo un percorso di innovazione, e testimoniando negli anni un interesse consapevole e motivato ad esercitare le proprie funzioni attraverso i siti istituzionali.

L'introduzione di questo indicatore vuole rappresentare, quindi, un riconoscimento per le amministrazioni che abbiano saputo sviluppare nel tempo una coerente politica di innovazione. La revisione annuale della ricerca ed i continui mutamenti del contesto, infatti, fanno sì che, per raggiungere le posizioni più alte del rating di “Città Digitali”, i siti siano oggetto di una costante revisione e miglioramento da parte delle amministrazioni.