****

**Guida al linguaggio della Pubblica Amministrazione**

**Suggerimenti e strumenti per il linguaggio dei servizi digitali della Pubblica Amministrazione**

**cap. 1 Le parole della Pubblica Amministrazione**

**cap. 2 Suggerimenti di scrittura**

**cap. 3 Tono di voce nei contesti d’uso**

### 

### **GUIDA ALL’USO DEI TERMINI (aka GLOSSARIO)**

In questa guida trovi una selezione di termini associati alla Pubblica Amministrazione che generano spesso dubbi di ortografia. Abbiamo elencato anche diversi esempi di termini tipici del contesto burocratico della Pubblica Amministrazione (cosiddetto “burocratese”) che possono essere sostituiti con parole più semplici senza perdere significato.

Usa la buca di ricerca per trovare risposte ai tuoi dubbi!

Questo elenco è per definizione parziale, puoi aiutarci a completarlo.

Vai al forum  
Invia una proposta di modifica su GitHub

In alcuni casi esistono più alternative corrette relative alla grafia di un singolo termine. Abbiamo preferito fare una scelta, per favorire la diffusione di uno standard.

##### abrogare (abrogazione)

Limita l’uso di questo termine ai contesti normativi. Usa invece “eliminare” in contesti più divulgativi.

##### adempiere (adempimento)

Preferisci l’uso di termini più semplici.

**Usa**

“Per metterti in regola con gli obblighi vaccinali dovrai…”

**Non usare**

“Regolarizzazione iscrizioni per adempiere agli obblighi vaccinali”

##### Agenda digitale (italiana)

Solo la prima lettera è maiuscola.

##### Agenzia per l’Italia Digitale, AgID

Nell’acronimo, la “g” è minuscola.

##### alienazione

Preferisci l’uso di termini più semplici, come “vendita” o “trasferimento della proprietà”.

##### allegato

L’iniziale è minuscola.

##### ammenda

Preferisci l’uso di “multa” o “contravvenzione”

**Usa**

“I cittadini che inviano la dichiarazione in ritardo sulla scadenza dovranno pagare una multa.”

**Non usare**

“Una dichiarazione inviata dal cittadino dopo i termini di legge previsti comporterà l’applicazione di un’ammenda.”

##### Anas

Azienda (ora Ente) nazionale autonoma per le strade. Solo la prima lettera è maiuscola.

##### app / applicazione

Puoi usare entrambe le forme. In ogni caso l’iniziale è minuscola.

##### aziende sanitarie locali

Tutte le iniziali sono minuscole. Usa l’acronimo Asl (con l’iniziale maiuscola) solo dopo averlo scritto per esteso.

##### banca

L’iniziale è maiuscola solo quando la parola fa parte di un nome proprio (es. Banca d’Italia, Banca Intesa).

##### best practice

È “buona pratica” usare i termini in italiano. Questo non fa eccezione.

##### Camera di commercio

Solo la prima lettera è maiuscola.

##### Carta nazionale dei servizi,Cns

Solo la prima iniziale è maiuscola.

##### Cassa depositi e prestiti, Cdp

[Solo la prima lettera](http://www.comune.signa.fi.it/area-di-upload/guide/glossario.pdf) è maiuscola, anche nell’acronimo.

##### citizen satisfaction

Usare termini in inglese non renderà i cittadini più soddisfatti. Preferisci il termine italiano, magari spiegando in che modo viene valutata la “soddisfazione dei cittadini”.

##### Commissione europea

Solo la prima iniziale è maiuscola.

##### Comune

L’iniziale è maiuscola quando si fa riferimento all’ente.

##### concernere

Evita l’uso di questo termine, in particolare nella forma al participio.

**Usa**

“Per dubbi su come utilizzare il servizio leggi la guida“

**Non usare**

“Per domande concernenti il servizio consultare la guida”

##### Consiglio dei ministri, Cdm

Solo la prima iniziale è maiuscola, anche nell’acronimo.

##### Consiglio nazionale delle ricerche, Cnr

Soltanto l’iniziale è maiuscola.

##### [Contact Center](https://www.inps.it/NuovoportaleINPS/default.aspx?sPathID=0%3b46670%3b&lastMenu=46670&iMenu=1)

L’italiano “Centro assistenza” va benissimo. Vedi anche “[help desk](#_5aj9xjeizoun)”.

##### conto corrente, c/c

Preferisci l’uso esteso del termine. Usa l’abbreviazione solo dopo aver usato il termine completo.

##### Corte

Di regola solo la prima iniziale è maiuscola (es. Corte costituzionale; Corte d’appello; Corte d’assise, Corte di cassazione). Fa eccezione la Corte dei Conti, dove entrambe le iniziali sono maiuscole.

##### Costituzione (della Repubblica Italiana)

Ha sempre l’iniziale maiuscola.

##### decreto legge / decreto legislativo / d.l. / d.lgs.

All’interno di un testo, cerca di scriverli per esteso, usando le sigle “d.l.” e “d.lgs.” solo per specifici riferimenti normativi.

Le iniziali sono minuscole.

##### disclaimer

Usa termini italiani per avvertire i cittadini di qualcosa (es. “avvertenza”, “informazioni importanti”).

##### Docs Italia

La piattaforma per la documentazione pubblica digitale italiana. Le due iniziali sono maiuscole, senza trattini o punti in mezzo.

##### eccetera, ecc. o etc.

Tutte e tre le forme sono corrette. Se si tratta di elenchi, scegli la forma abbreviata “ecc.”. Qualunque versione tu abbia scelto, ricorda di usarla uniformemente in tutto il testo.

##### email

##### Si scrive senza trattini o spazi, in minuscolo. Vedi anche [ulteriori suggerimenti](#_1vsczz9sluj7).

##### ente

L’iniziale è minuscola. Non abusare del termine: trova dove possibile sinonimi meno generici.

**Usa**

“Le liste dei cittadini ammessi sono disponibili sul sito del Comune”

**Non usare**

“Le liste dei cittadini ammessi sono disponibili sul sito dell’ente promotore”.

##### erogare

Evita di usare questo verbo, specie con parole come “servizi”: in genere, vengono erogati l’acqua e i finanziamenti. Negli altri casi, preferisci piuttosto verbi come “offrire” e “fornire”.

**Usa**

“Il servizio è disponibile dal lunedì al venerdì, dalle 10 alle 18.”

**Non usare**

“Il servizio viene erogato dal lunedì al venerdì, dalle 10 alle 18.”

##### feedback

Preferisci l’uso di termini italiani (es. “valutazione”, “commenti”, “riscontro”).

##### Gazzetta Ufficiale, GU

Usa l’acronimo GU il meno possibile, e comunque solo dopo aver utilizzato la dicitura per esteso “Gazzetta Ufficiale (GU)”

Le iniziali sono entrambe maiuscole, anche nell’acronimo.

##### GitHub

Il nome del servizio corretto ha la “H” maiuscola.

##### giudice

L’iniziale è minuscola, tranne quando accompagnato dalla dicitura completa della carica:

* (...) il Giudice della Corte costituzionale Nome Cognome (...)
* (...) i giudici della Corte costituzionale sono nominati … (...)

##### Governo

L’iniziale è maiuscola se riferito al Governo in carica di un Paese.

##### guideline

Preferisci l’uso del termine italiano “linea guida”.

##### help desk

Assieme alle altre possibili grafie (“HelpDesk”, “help-desk”), questo termine dovrebbe essere sostituito con “assistenza”, “servizio di assistenza” o altri termini simili in italiano.

##### implementare

Limita l’uso di questo termine all’ambito informatico (“implementare un software”), senza comunque abusarne. Quando parli di [decreti e riforme](http://www.funzionepubblica.gov.it/capacita-amministrativa), preferisci “realizzare”, “mettere in pratica”, “attuare”.

##### imposta sul reddito delle persone fisiche, IRPEF

L’acronimo è tutto maiuscolo. Quando è scritto per esteso, non richiede lettere maiuscole.

##### imposta sul valore aggiunto, IVA

L’acronimo è tutto maiuscolo (vedi “[Sigle e acronimi](#_kxoew0wf6h7y)”). Quando è scritto per esteso, non richiede lettere maiuscole.

##### Inps

Soltanto la prima lettera dell’acronimo è maiuscola.

##### Istat

Soltanto la prima lettera dell’acronimo è maiuscola.

##### interlocuzione

I cittadini non interloquiscono: parlano! Preferisci termini più semplici, quali “dialogo”, “discussione”, “consultazione”.

**Usa**

“... il confronto con i cittadini e con le imprese ha dimostrato che negli anni si sono creati dei blocchi.”

**Non usare**

“... l’interlocuzione con i cittadini e con le imprese ha dimostrato che negli anni si sono creati dei blocchi.”

##### legge

L’iniziale è minuscola, a meno che non ci sia il richiamo esatto al nome della norma:

* (...) la legge approvata dalle Camere (...)
* Testo definitivo della Legge di Bilancio 2018 (Legge 205/2017)

##### meeting

Preferisci l’uso di termini italiani: “riunione”, “incontro”.

##### ministero

L’iniziale è minuscola, tranne quando accompagnato dal nome completo:

* (...) Dopo l’incontro svolto al ministero, la delegazione (...)
* (...) Il Ministero dell'ambiente e della tutela del territorio e del mare (...)
* (...) l’incontro si è svolto presso il ministero dell’ambiente nella giornata di ieri (...)

##### ministro

L’iniziale è minuscola, tranne quando accompagnato dalla dicitura completa della carica:

* (...) Il Ministro per lo sviluppo economico Nome Cognome ha annunciato (...)
* Scrivi al ministro

##### mission

Si tratta di un termine tecnico di marketing. Preferisci termini alternativi (es. “valori”, “scopi”, “obiettivi”) a seconda dei contesti.

##### newsletter

Il termine usato in italiano è femminile.

##### online, on-line oppure on line?

Preferisci “online”, anche se tutte e tre le versioni sono corrette. Ricordati di usare con uniformità la variante che decidi di usare.

##### Parlamento

L’iniziale è sempre maiuscola.

**Usa**

Parlamento della Repubblica Italiana

Parlamento italiano

Parlamento europeo

##### Pin, codice Pin

La prima volta che appare nel testo, aggiungi la parola “codice” prima di “Pin”. Solo la prima lettera è maiuscola.

##### posta elettronica certificata, Pec

Solo la prima lettera dell’acronimo è maiuscola. Scritto per esteso non richiede maiuscole.

##### Procura della Repubblica

Entrambe le iniziali sono maiuscole.

##### Protezione civile / Dipartimento della protezione civile

Solo la prima iniziale è maiuscola, anche quando si scrive “Dipartimento della protezione civile”.

##### Pubblica Amministrazione, PA

Scrivilo per esteso, almeno la prima volta: dopo puoi usare l’acronimo. Le iniziali sono maiuscole.

**pubblico ministero, PM**

Entrambe le iniziali sono minuscole. L’acronimo è maiuscolo.

##### Paese

L’iniziale è maiuscola quando ci si riferisce a una nazione in particolare, come sinonimo di Stato. In tutti gli altri casi è minuscola.

##### Presidente del Consiglio dei ministri

Le iniziali di “Presidente” e “Consiglio” sono maiuscole.

##### Presidente della Repubblica

Le iniziali di “Presidente” e “Repubblica” sono maiuscole.

##### ratificare

Limita l’uso di questo termine ai contesti normativi. Negli altri casi preferisci altri termini, come “approvare” o “confermare”, nei contesti divulgativi.

##### Repubblica

L’iniziale è sempre maiuscola.

##### sindaco

L’iniziale è sempre minuscola, tranne quando accompagnato dal nome completo della persona in carica.

“Il sindaco era presente all’inaugurazione”

“Il Sindaco Giuseppe Rossi era presente all’inaugurazione”

##### Sistema Pubblico di Identità Digitale, SPID

Tutte le iniziali sono maiuscole, anche nell’acronimo.

##### smartphone

Scrivilo come una parola unica, senza spazi o trattini.

##### speaker

Preferisci il termine in italiano: “relatore”.

##### Stato

L’iniziale è maiuscola.

##### Stati membri

È maiuscola solo l’iniziale di “Stati”.

##### supportare

Non usare questo termine, a meno che tu non stia parlando di supporti meccanici. Spiega piuttosto cosa stai facendo per aiutare o sostenere i cittadini.

##### tassa sui rifiuti, Tari

Preferisci la dicitura completa. Nell’acronimo, solo la prima lettera è maiuscola.

##### Testo Unico

Scritto per esteso, le iniziali sono maiuscole.

##### tool

Preferisci il termine in italiano “strumento”.

##### touch screen

Sono due parole separate. Puoi usare anche la forma italiana “schermo tattile”.

##### Ufficio relazioni con il pubblico, Urp

Preferisci la dicitura completa, e ricorri all’acronimo solo dopo averla già usata. Solo la prima lettera è maiuscola, anche nell’acronimo.

##### Unione Europea

Entrambe le iniziali sono maiuscole. Si abbrevia UE.

##### università

L’iniziale è minuscola, a meno che non si citi il nome completo dell’ateneo:

* “Secondo uno studio prodotto dall’Università degli studi di Bologna”;
* “Le università in Italia sfornano un numero di laureati (...)”.

##### username / nome utente

Preferisci quando possibile la forma italiana “nome utente”

##### vision

Si tratta di un termine tecnico del marketing. Trova termini più semplici per descrivere i progetti futuri della pubblica amministrazione.

##### wi-fi

Si scrive tutto minuscolo e con il trattino

### **SUGGERIMENTI DI SCRITTURA**

#### **Stile di scrittura**

##### Acronimi

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

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

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

##### Linguaggio breve e semplice

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

##### Parole straniere

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

##### Nomi di servizi e progetti

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

**Usa**

“Servizio di assistenza del Comune”

**Non usare**

“Linea amica”

##### Simboli

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

##### Verbi

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

* Utilizza forme verbali attive:

**Usa**  
“Registrati sul sito”

**Non usare**  
“La registrazione può essere effettuata sul sito”

* Scegli forme colloquiali e dirette:

**Usa**  
“Scarica il bando per la richiesta dei contributi”

**Non usare**  
“Il cittadino interessato può reperire il bando per la richiesta di contributi in questa sezione”;

* Mantieni un linguaggio semplice, diretto e chiaro, evitando forme impersonali:

**Usa**  
“Iscriviti sul sito del comune”

**Non usare**  
“È possibile iscriversi sul sito del comune”

#### **Numeri e date**

##### Date

Scegli la forma: “01 gennaio 2018”.

I giorni della settimana e i mesi si scrivono con la lettera minuscola (es. lunedì 15 marzo)

##### Euro, euri, EUR, €

Nei contenuti testuali, usa la forma estesa (es. “250 euro”).

Nelle tabelle, usa il simbolo “€” dopo la cifra, separato da uno spazio (es. “250 €”).

Il plurale di “euro” non è scorretto, anche se il singolare è preferibile.

##### Numeri

In genere puoi scriverli in lettere. Usa le cifre:

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

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

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

##### Numeri romani

Usali per:

* riferimenti puntuali alle leggi (es. “Titolo V della Costituzione”);
* indicare i secoli.

##### Percentuali

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

**Usa**

“La popolazione è aumentata del 3 per cento”.

##### Unità di misura

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

Per i documenti tecnici, il numero è scritto in cifre ed è seguito dal simbolo dell’unità di misura nel [Sistema Internazionale](https://it.wikipedia.org/wiki/Sistema_internazionale_di_unit%C3%A0_di_misura), separato da uno spazio.

**Usa**

“Una distanza di 3 km”

“Un peso di 15 kg”

“Una temperatura di 25 °C”

Nei documenti divulgativi, puoi esprimere sia il numero che l’unità di misura in lettere (vedi anche [Numeri](#_ikypdqa1tnwr)).

#### **Scrivere per i motori di ricerca**

##### Didascalie

Accompagna sempre le immagini con delle didascalie sintetiche (non più di due righe). Ricorda, [quando necessario](http://design-italia.readthedocs.io/it/stable/doc/content-design/linguaggio.html#immagini), di:

* citare l’autore;
* riportare la licenza di pubblicazione.

##### Parole chiave

Crea una lista delle parole chiave che definiscono gli argomenti del tuo sito, elimina i sinonimi, cerca di usare i termini più semplici possibili. Usa questa lista per costruire i menu di navigazione del tuo sito e per classificare i tuoi contenuti (per esempio usandoli come tag quando scrivi articoli).

Per individuare i termini che sono più cercati dagli utenti usa [Google Trends](https://trends.google.it/trends/).

##### Sommari

Il sommario è un testo breve che riassume in modo chiaro il contenuto della pagina.

Il sommario dovrebbe:

* essere presente in tutte le pagine;
* non superare i 150 caratteri;
* finire con il punto;
* non ripetere il contenuto del titolo o del testo;
* essere chiaro e specifico.

##### Titoli

I titoli della pagina devono spiegare bene il contenuto della pagina in massimo 65 caratteri. È possibile scrivere un testo più lungo solo se essenziale per rendere il titolo chiaro, ma dev’essere un’eccezione in quanto:

* Google taglia i testi che suprano i 65 caratteri;
* Titoli troppo lunghi sono difficili da capire;

Il titolo dovrebbe inoltre:

* essere chiaro e descrittivo dei contenuti della pagina;
* essere incisivo e ottimizzato per la ricerca;
* non contenere caratteri speciali;
* non avere il punto alla fine;
* non usare acronimi.

**Usa**

“Riduci, riusa, ricicla: come gestire i rifiuti a Venezia”

**Non usare**

“Io riduco, riuso, riciclo”

#### **Accessibilità e inclusività**

##### Captcha

Prevedi dei controlli di verifica antispam (captcha) che non siano basati solo su immagini, audio o distinzione di colori.

##### Dimensione del carattere

Evita di proporre contenuti o interfacce che utilizzino caratteri troppo piccoli e quindi poco visibili o leggibili.

Per la scelta e le dimensioni del carattere, consulta [il kit per la User interface di Designers Italia](https://designers.italia.it/kit/ui-kit/).

##### Disabilità

Assicurati che i tuoi contenuti siano egualmente fruibili da tutti (anche da chi ha problemi motori, di parola, di vista, di età… o di timidezza!)

**Usa**

Per contattarci:

tel. +39 06 12345678

mail. esempio@comuneroma.it

**Non usare**

Centralino:

06 12345678

Parla di “persone con disabilità”, evita invece formule come “diversamente abile, disabile, handicappato” ([approfondisci](http://invisibili.corriere.it/2012/04/05/invalido-a-chi-disabilita-le-parole-corrette/)) o “persone che soffrono di una disabilità”.

##### Gergo / linguaggio tecnico

Usa termini tecnici solo quando sei certo che il pubblico a cui ti rivolgi sia in grado di capirne il significato. In alternativa preferisci dei sinonimi; se non è possibile spiega il significato del termine in modo chiaro e conciso.

##### Identità culturale

Usa i termini più appropriati per distinguere correttamente tra persone richiedenti asilo politico, rifugiati, migranti irregolari ([approfondisci](https://www.cartadiroma.org/cosa-e-la-carta-di-roma/glossario/)). Evita ogni forma di generalizzazione legata a origine, etnia, religione e cultura.

**Usa**

“L’incidente ha coinvolto due persone”

**Non usare**

“L’incidente ha coinvolto due marocchini”

##### Pulsanti di navigazione

Ogni pulsante dovrebbe basarsi sempre su combinazioni di forme, colori e testo. In ogni caso l’interfaccia non può mai basarsi solo su immagini o, peggio ancora, colori o audio. Nel testo dei pulsanti, assicurati che sia spiegata bene l’azione che l’utente compie con un clic:

**Usa**

“Conferma i tuoi dati”

**Non usare**

“Clicca qui”

##### Inclusività del linguaggio

Usa sempre un linguaggio inclusivo orientato verso le persone, a prescindere dal genere, l’orientamento sessuale, la nazionalità o le origini, la religione o altre caratteristiche fisiche o psicologiche.

Quando crei contenuti (per es. immagini o testi) che riguardano le persone, evita di banalizzare la complessità e non usare stereotipi. Quando fornisci degli esempi a un testo, evita di preferire un genere a un altro.

**Non usare**

“Il presidente di Acme, Mario Rossi…” (il presidente di una società non è sempre solo un uomo)

Vedi anche [Identità culturale](#_ra3esnoq6ctx).

##### Testo alternativo / Alt text

Il testo alternativo (contenuto nell’attributo “alt” dell’html) serve a descrivere il contenuto di immagini e video: è fondamentale per l’accessibilità, e dovresti scriverlo tenendo questo in considerazione. Il testo dovrebbe essere:

* breve e pertinente;
* descrittivo del contenuto, non troppo generico;
* coerente con le parole chiave del testo.

##### Traduzioni

Considera sempre se sia necessario tradurre un testo in altre lingue (per esempio, nel caso di contenuti legati alle cure sanitarie, alla richiesta di un permesso di soggiorno, alle emergenze è opportuno prevedere almeno una versione in inglese del contenuto).

Puoi usare traduttori automatici, ma:

* verifica la correttezza e l’accuratezza della traduzione;
* specifica che si tratta di una traduzione automatica;
* assicurati che il testo sia comprensibile anche se non è tradotto tutto il contesto in cui è pubblicato.

#### Come strutturare il contenuto

##### Elenchi puntati e numerati

Usa un elenco puntato per rendere più leggibile il testo. Verifica che i punti dell’elenco siano:

* coerenti, se sono parte integrante della frase che introduce la lista: in questo caso, inoltre l’iniziale del punto elenco è minuscola e la frase si chiude col punto e virgola (se è l’ultimo punto dell’elenco con il punto fermo);
* sintetici e chiari;
* correttamente allineati.

Usa un elenco numerato quando devi guidare le persone in un processo. In questo caso non serve avere una frase introduttiva.

1. Assicurati di mettere il punto fermo all’inizio di ogni frase.
2. Scrivi frasi brevi, semplici e chiare per far capire l’azione da compiere.
3. Segnala con dei link i documenti eventualmente necessari per completare l’azione.

Evita sottoelenchi puntati. Se necessario, crea piuttosto un nuovo elenco puntato.

##### email

Si scrive senza trattini o spazi, in minuscolo. Inserisci gli indirizzi email come link attivi (usando l’attributo “**mailto**:”):

**Usa**

[mario.rossi@comune.it](mailto:mario.rossi@comune.it)

**Non usare**

mario.rossi@comune.it

##### Faq

Se le pagine del tuo sito spiegano in modo chiaro e sintetico le informazioni che gli utenti cercano non è necessario creare delle Faq, che finirebbero solo per duplicare i contenuti. Se ci sono domande frequenti, invece di creare delle Faq mischiando diversi argomenti in una sezione separata del sito, adegua il contenuto delle tue pagine per soddisfare la richiesta e le reali esigenze di informazione degli utenti.

##### Immagini

Usa le immagini se aiutano a comprendere meglio il contenuto della pagina o a renderlo più fruibile.

Nel caso di utilizzo di una immagine:

* assicurati di avere i diritti di utilizzo;
* aggiungi sempre una breve didascalia che ne descriva il contenuto;
* usa un testo alternativo (alt text) nell’html che ne descriva il contenuto.

Per approfondire, leggi [la sezione dedicata alle immagini delle Linee guida di design della Pubblica Amministrazione](http://design-italia.readthedocs.io/it/stable/doc/content-design/linguaggio.html#immagini).

##### Link

L’utilizzo dei link è molto utile per rendere un testo breve e rimandare ad altri contenuti per ulteriori approfondimenti.

* Assicurati che sia chiara la destinazione di ogni link o lo scopo del collegamento;
* Inserisci solo collegamenti a contenuti che abbiano un’effettiva pertinenza e utilità con il contenuto: inserire troppi link inutili rischia di rendere meno chiaro il testo.

**Usa**

Leggi la scheda di sintesi "[Rapporto sull'attuazione del Servizio Civile: anno 2017](#)"

**Non usare**

Leggi [qui](#) la scheda di sintesi "Rapporto sull'attuazione del Servizio Civile: anno 2017"

##### Menu di navigazione

Nei menu usa etichette di navigazione tenendo sempre in considerazione il punto di vista dell’utente:

* aiutalo a raggiungere subito la parte del contenuto che più gli interessa;
* usa termini semplici, di uso comune e di immediata comprensione;
* evita di avere nello stesso sistema label a base verbale (“Scarica il documento”), nominale (“Documenti scaricabili”) e domande (“Devi scaricare il documento?“). Scegli un approccio sintattico e mantienilo.

**Usa**

“Servizi per le imprese”

**Non usare**

“Imprese”

##### Numeri di telefono

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

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

**Usa**

+39 06 123 456 78

**Non usare**

06 12345678

##### Paragrafi

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

#### **Regole di formattazione**

##### Corsivo

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

* indicazioni bibliografiche, opere d’arte o cinematografiche;
* parole straniere, ma solo di uso non comune e in ambito non specialistico.

##### Grassetto

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

##### Tabelle

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

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

##### Testo sottolineato

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

#### **Termini ricorrenti**

##### Cariche istituzionali

##### Usa l’iniziale minuscola per indicare cariche istituzionali (sindaco, giudice, assessore, ministro) tranne in alcune eccezioni (es. Presidente della Repubblica, Presidente del Consiglio dei ministri).

##### Nomi dei ministeri e dei dipartimenti

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

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

La stessa regola vale per gli acronimi.

##### Riferimenti normativi

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

Quando fai riferimento a una disposizione di legge:

* spiegane sinteticamente e in modo discorsivo il contenuto invece che citarla testualmente, per rendere più semplice la comprensione. Meglio far capire lo spirito e le intenzioni della normativa che usare del linguaggio legale;
* dopo il testo scrivi una nota con un breve estratto del testo e il nome della norma per esteso;
* evita comunque un linguaggio tecnico (ex ART. 20 comma 2 e 3 della legge n. 247/2012);
* aggiungi sempre il link alla norma di riferimento.

**Usa**

* Testo Unico in materia di dati sulla privacy (D.Lgs. 169 del 30 giugno 2003), art. 4 lett. d)

I dati sensibili sono “i dati personali idonei a rivelare l’origine razziale ed etnica, le convinzioni religiose, filosofiche o di altro genere, le opinioni politiche, l’adesione a partiti, sindacati, associazioni od organizzazioni a carattere religioso, filosofico, politico o sindacale, nonché i dati personali idonei a rivelare lo stato di salute e la vita sessuale”

#### P**unteggiatura e grammatica**

##### Esempio o es.

Nel testo è meglio scriverlo per esteso: “per esempio”. Se lo usi tra parentesi, puoi scegliere la forma abbreviata (es. come in questo caso).

##### Maiuscole / minuscole

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

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

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

##### Punto e virgola / punto / due punti

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

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

**Usa**

Questa è la frase che introduce il tuo elenco.

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

Se la frase introduttiva si conclude con i due punti:

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

#### Usabilità

##### Card

L’utilizzo di una galleria di card può essere un buon modo per visualizzare in una stessa pagina dei contenuti molto diversi tra loro (articoli, gallery, video, schede).

##### Messaggi di conferma

Quando chiedi un’azione all’utente (es. l’invio di un form appena compilato, il download di un documento), conferma sempre l’esito positivo con dei messaggi testuali.

Quando il messaggio di conferma prevede un’ulteriore azione da parte dell’utente, assicurati di chiarire bene il senso dell’azione.

**Usa**

Invia i tuoi dati

Premendo “Conferma” invii la tua richiesta e non potrai più modificare i dati

Conferma Annulla

**Non usare**

Confermi?

Invia Annulla

##### Messaggi di errore

All’interno di form o di procedure guidate, prepara con attenzione i messaggi di errore, per spiegare sempre all’utente:

* quali sono le informazioni mancanti (es. l’indirizzo email è un campo obbligatorio);
* quali sono gli errori legati al formato (es. scrivi il numero di telefono senza spazi).

**Usa**

“Inserisci un numero di telefono valido. Tutti i campi con l’asterisco (\*) sono obbligatori”

**Non usare**

“Errore”

##### Micro-copy

Accompagna la compilazione di un form inserendo dei brevi testi di istruzione o di esempio, per rendere più chiaro che tipo di informazioni sono richieste agli utenti in un campo specifico o il modo in cui utilizzare gli elementi dell’interfaccia.

##### Pagine vuote

In alcune circostanze sul tuo sito possono apparire delle pagine vuote (per esempio il risultato di una ricerca senza esito). Prevedi dei testi per queste pagine in cui indirizzi l’utente verso altri contenuti o azioni sul sito.

**Usa**

La ricerca di “[parole chiave ricercate]” non ha prodotto nessun risultato.

Torna alla pagina precedente per una nuova ricerca, oppure vai alla pagina contatti per chiedere informazioni.

**Non usare**

Not found

#### Gestione dei contenuti

##### Aggiorna i contenuti

Un contenuto aggiornato è sinonimo di credibilità.

Migliora costantemente i testi facendo revisioni periodiche e programmate, analizzando i feedback degli utenti e facendo test: non c’è niente di peggio di un refuso che un refuso che non viene corretto neanche quando viene segnalato dagli utenti.

Non scrivere mai “Pagina in aggiornamento” o “Questa pagina non è aggiornata”.

Quando fai un aggiornamento rilevante del contenuto di una pagina, segnalalo agli utenti con delle note.

##### Contenuti obsoleti

Non lasciare pubblicati i contenuti obsoleti del tuo sito.

Nel caso di contenuti trasferiti in una nuova versione del sito o in un’altra sezione, usa dei *redirect* per non perdere l’indicizzazione e indirizzare gli utenti che arrivano dai motori di ricerca verso i contenuti che stanno cercando.

##### Revisiona i contenuti

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

Quando sono necessari interventi rilevanti sui testi, fai una seconda revisione usando degli strumenti di scrittura collaborativa come Google Docs (guarda un esempio di revisione collaborativa).

### **ESEMPI DI TONO DI VOCE**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **1. Scrivere e leggere un blog tecnico della Pubblica Amministrazione**  *Attraverso un blog tecnico la Pubblica Amministrazione può raccontare novità e iniziative rivolgendosi direttamente ai cittadini. Qual è lo stato d’animo di chi legge? Qual è il modo migliore per l’Amministrazione di scrivere questi contenuti?* | | | | |
| **Chi** | **Spiegazione** | **Esempio** | | **Parole chiave** |
| **L’utente** | **Stato d’animo** L’utente è curioso e in cerca di informazioni approfondite. | “Leggo periodicamente il blog perché trovo novità e approfondimenti sugli argomenti che mi interessano” | | **Curiosità**: l’utente è in cerca di novità  **Approfondimento**: l’utente vuole approfondire una notizia nei dettagli |
| **Il tono di voce dell’amministrazione** | **Suggerimenti per la scrittura**  L’autorevolezza si costruisce attraverso l’approfondimento, senza rinunciare a un linguaggio di complicità con i lettori, che sono almeno competenti quanto noi | “Nel nuovo blog post di Designers Italia ti raccontiamo come costruire un design system in dieci mosse e vivere felici” | | **Autorevolezza**: costruiscila attraverso l’approfondimento di qualità  **Complicità**: considera di parlare con un utente che ha un buon livello di competenza |

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **2. Pagare un servizio online: conferma del pagamento**  *Ricevere conferma di un’azione andata a buon fine è rassicurante per il cittadino, e questo vale ancor più nel caso di un pagamento. Che tono può usare la Pubblica Amministrazione per comunicarlo?* | | | | |
| **Chi** | **Spiegazione** | **Esempio** | | **Parole chiave** |
| **L’utente** | **Stato d’animo**  L’utente è incerto e in attesa di un segnale ufficiale della corretta conclusione dell’operazione. | “Dopo il pagamento sono più tranquillo se ricevo la conferma ufficiale di aver fatto tutto correttamente.” | | **\ Attesa**: l’utente aspetta un segnale ufficiale per essere certo della corretta conclusione dell’operazione  Incertezza: in mancanza di un segnale ufficiale l’utente non ha chiaro se tutto è andato a buon fine  **Preoccupazione**: l’incertezza sulla conclusione dell’operazione genera dubbi che rimangono irrisolti |
| **Il tono di voce dell’amministrazione** | **Suggerimenti per la scrittura**  La chiarezza si costruisce attraverso frasi concise e parole inequivocabili; puoi approfittarne per rassicurare l’utente con qualche parola di incoraggiamento. | “Perfetto, abbiamo ricevuto il tuo pagamento! Adesso puoi scaricare la ricevuta.” | | **Rassicurazione**: il successo dell’operazione è sottolineato dall’entusiasmo anche nella punteggiatura  **Certezza**: l’utente riceve la conferma senza giri di parole |

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **3. Pagare un servizio online: proposta del metodo**  *La possibilità di pagare un servizio online è un grande vantaggio per i cittadini in termini di tempo ed efficienza. Con che stato d’animo ci si avvicina? Quale linguaggio può aiutare la Pubblica Amministrazione a costruire fiducia rispetto a questa azione?* | | | | |
| **Chi** | **Spiegazione** | **Esempio** | | **Parole chiave** |
| **L’utente** | **Stato d’animo**  L’utente è attento e in cerca di informazioni che gli permettano di decidere se usare con sicurezza il servizio di pagamento online | “La Pubblica Amministrazione ha un servizio di pagamento online: sarà sicuro o mi conviene andare allo sportello?” | | **Attenzione**: l’utente è concentrato, in cerca di informazioni precise  **Preoccupazione**: l’utente non è certo della sicurezza del metodo di pagamento |
| **Il tono di voce dell’amministrazione** | **Suggerimenti per la scrittura**  La fiducia nel servizio è incentivata dall’accoglienza con una presentazione ufficiale. La rassicurazione sulla sicurezza dei dati è rafforzata dalla presenza di un approfondimento. | “Benvenuto nel sistema di pagamento ufficiale della Pubblica Amministrazione. I nostri sistemi aggiornati garantiscono la sicurezza dei tuoi dati. [Leggi di più]” | | **Affidabilità**: il rafforzamento dell’identità ufficiale dell’amministrazione contribuisce a costruire la percezione di un sistema sicuro  **Rassicurazione:** offrire un rimando a informazioni dettagliate sulla sicurezza aumenta la percezione della serietà dell’amministrazione su questo aspetto |

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **4. Registrarsi su un sito web**  *La registrazione a un sito web è un passaggio chiave per poter utilizzare un servizio on line. Qual è lo stato d’animo dell’utente? Quale approccio può utilizzare l’Amministrazione?* | | | | |
| **Chi** | **Spiegazione** | **Esempio** | | **Parole chiave** |
| **L’utente** | **Stato d’animo**  L’utente è interessato a creare un’area personale e attento al trattamento dei suoi dati | “Perché devo inserire tutte queste informazioni? Che uso ne fa l’amministrazione? A me serve solo poter usare il servizio.” | | **Diffidenza**: l’utente non capisce il perché di tanti campi da compilare  **Velocità**: l’utente ha bisogno un accesso rapido al servizio |
| **Il tono di voce dell’amministrazione** | **Suggerimenti per la scrittura**  La trasparenza si costruisce spiegando in parole semplici lo scopo dei dati richiesti.  Distingui i dati obbligatori da quelli facoltativi, e spiega quali sono i vantaggi nel fornirli. Offri la possibilità di completare il profilo in un secondo momento per non perderne i benefici ma mantenere rapida la registrazione. | “Registrati inserendo i dati obbligatori contrassegnati con l’asterisco per utilizzare il servizio. Puoi migliorare la tua esperienza completando la registrazione inserendo i dati facoltativi. Se non vuoi farlo adesso potrai farlo in un secondo momento, dalle impostazioni del tuo profilo personale.” | | **Trasparenza**: spiega in parole semplici lo scopo dei dati richiesti  **Efficienza**: spiega l’utilità dei dati facoltativi e permetti di compilarli in un secondo momento |

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **5. Recuperare le credenziali di accesso a un servizio**  *Alcuni servizi sono necessari al cittadino in maniera sporadica, e le credenziali d’accesso si possono smarrire facilmente. In che modo la Pubblica Amministrazione può proporre il recupero dei dati?* | | | | |
| **Chi** | **Spiegazione** | **Esempio** | | **Parole chiave** |
| **L’utente** | **Stato d’animo**  L’utente teme di dover affrontare una procedura complicata per recuperare le proprie credenziali; ha fretta di accedere al servizio data la vicinanza della scadenza dei termini. | “La scadenza per l’invio dei documenti è tra pochi giorni: sarà possibile recuperare la password in fretta? Ci sarà una spiegazione sul sito?” | | **Preoccupazione**: l’utente teme una procedura complicata  **Urgenza**: l’utente ha fretta di accedere al servizio |
| **Il tono di voce dell’amministrazione** | **Suggerimenti per la scrittura**  Mostra subito all’utente che la procedura di recupero delle credenziali è breve e immediata. | “Hai dimenticato il nome utente o la password? Recuperali seguendo i prossimi tre passaggi, sarai subito in grado di accedere di nuovo alla tua area personale.” | | **Rassicurazione**: proponi subito una soluzione veloce al problema dell’utente  **Efficienza**: dai indicazioni chiare sui tempi di recupero e nuova possibilità di accesso al proprio profilo |

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **6. Fare una ricerca su un sito (motore di ricerca)**  *L’utente utilizza il motore di ricerca quando ha bisogno di un’informazione precisa, sulla quale ha già delle idee abbastanza chiare. In che modo la Pubblica Amministrazione può agevolare le sue esigenze di rapidità ed efficienza?* | | | | |
| **Chi** | **Spiegazione** | **Esempio** | | **Parole chiave** |
| **L’utente** | **Stato d’animo**  L’utente cerca un’informazione precisa, che risponda al suo bisogno senza dover perdere tempo a navigare sul sito | “Cerco “asili nido” nel sito del mio Comune per capire quali hanno ancora posti disponibili” | | **Determinazione**: l’utente ha le idee chiare sul servizio di cui ha bisogno  **Specificità**: l’utente cerca un’informazione precisa in merito a un servizio |
| **Il tono di voce dell’amministrazione** | **Suggerimenti per la scrittura**  Suggerisci il filtro più adatto per ottenere risultati di ricerca più precisi. Un aiuto di questo tipo permette all’utente di risparmiare tempo nella valutazione dei risultati, restringendo il campo secondo le sue specifiche esigenze | “Per avere risultati più precisi rispetto alle tue esigenze, filtra utilizzando il cap della zona in cui cerchi l’asilo nido” | | **Guida**: aiuta l’utente a sfruttare al meglio le opzioni di ricerca suggerendogli l’uso delle funzioni che metti a disposizione  **Personalizzazione**: proponi suggerimenti specifici basati sul tipo di richiesta fatta dall’utente |

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **7. Area personale: storico dei pagamenti**  *Per il cittadino è importante poter contare su un archivio digitale delle proprie transazioni sempre disponibile e curato sul suo profilo nel sito della Pubblica Amministrazione. In che modo questa può trasmettere il senso di sicurezza e affidabilità del sistema?* | | | | |
| **Chi** | **Spiegazione** | **Esempio** | | **Parole chiave** |
| **L’utente** | **Stato d’animo**  L’utente è in ansia per un documento perduto che spera di avere occasione di ritrovare e di scaricare nuovamente. | “Spero di ritrovare sul mio profilo online la ricevuta del pagamento della multa che ho preso qualche mese fa, perché non ricordo più se e dove l’ho salvata” | | **Ansia**: l’utente non è certo di poter recuperare il suo documento |
| **Il tono di voce dell’amministrazione** | **Suggerimenti per la scrittura**  Rassicura l’utente sulla presenza nel suo profilo di tutti i suoi documenti. Aiutalo con una spiegazione semplice su come raffinare i risultati e trovare più velocemente ciò che cerca. | “Questo è l’elenco completo dei tuoi pagamenti. Seleziona dal calendario le date del periodo che ti interessa per restringere i risultati.” | | **Affidabilità**: mostra subito la completezza dei dati disponibile sul profilo personale  **Supporto**: aiuta l’utente a orientarsi tra i filtri a disposizione per restringere i risultati |

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **8. Area personale: promemoria pagamenti futuri**  *Ricordare le scadenze di pagamento verso la Pubblica Amministrazione è spesso fonte di preoccupazione e disorientamento per il cittadino. In che modo l’Amministrazione può comunicare gli aggiornamenti lasciando una sensazione di efficienza?* | | | | |
| **Chi** | **Spiegazione** | **Esempio** | | **Parole chiave** |
| **L’utente** | **Stato d’animo**  L’utente cerca una lista di informazioni chiare e vuole essere informato in tempo per non rischiare di pagare in ritardo. | “Cerco sul mio profilo le prossime scadenze di pagamento delle tasse comunali che mi riguardano. Spero di non averne dimenticata nessuna.” | | **Attenzione**: l’utente è concentrato, vuole informazioni sintetiche e precise  **Tempestività**: l’utente ha bisogno di ricevere in tempo le informazioni che cerca |
| **Il tono di voce dell’amministrazione** | **Suggerimenti per la scrittura**  Permetti all’utente di avere rapidamente le idee chiare sul breve periodo e di capire quali azioni dovrà compiere sul lungo. Permettergli di personalizzare gli aggiornamenti automatici ne aumenterà l’efficacia. | “Per il prossimo mese non ci sono scadenze di pagamento. La prossima scadenza è tra due mesi: vuoi un promemoria via email? Seleziona la data in cui desideri riceverla.” | | **Aggiornamento**: proponi un sistema automatico e impostato dall’utente per ricevere notifiche utili  **Efficienza**: dai una risposta diretta sul breve periodo e visibilità a lungo termine sulle prossime azioni da compiere |

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **9. Area personale: il primo accesso** | | | | |
| **Chi** | **Spiegazione** | **Esempio** | | **Parole chiave** |
| **L’utente** | **Stato d’animo**  L’utente vuole interagire rapidamente con i servizi: è determinato e non cerca altre spiegazioni. | «Finalmente ho creato il mio profilo, ora spero di poter utilizzare subito i servizi senza perdere altro tempo.» | | Determinazione  Rapidità |
| **Il tono di voce dell’amministrazione** | **Suggerimenti per la scrittura**  Offri una guida per gli utenti meno esperti, ma concedi la possibilità di passare avanti a chi non sente di averne bisogno. | «Benvenuto nella tua area personale. Puoi scoprire tutte le funzionalità a tua disposizione guardando il tutorial o accedere direttamente ai servizi.» | | Velocità  Supporto |

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **10.** | | | | |
| **Chi** | **Spiegazione** | **Esempio** | | **Parole chiave** |
| **L’utente** | **Stato d’animo** | « | |  |
| **Il tono di voce dell’amministrazione** | **Suggerimenti per la scrittura** | « | |  |

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **11.** | | | | |
| **Chi** | **Spiegazione** | **Esempio** | | **Parole chiave** |
| **L’utente** | **Stato d’animo** |  | |  |
| **Il tono di voce dell’amministrazione** | **Suggerimenti per la scrittura** |  | |  |

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **12.** | | | | |
| **Chi** | **Spiegazione** | **Esempio** | | **Parole chiave** |
| **L’utente** | **Stato d’animo** |  | |  |
| **Il tono di voce dell’amministrazione** | **Suggerimenti per la scrittura** |  | |  |

##### 

##### 

##### Blog

***L’utente:*** *“Leggo periodicamente il blog perché ci trovo diverse opportunità*

*e notizie interessanti sulle nuove iniziative”*

* curiosità;
* fiducia;
* ricerca di informazioni generiche;
* Ricerca di opportunità.

**La risposta**

Il tuo blog è considerato un luogo affidabile dove trovare informazioni e opportunità. Usa un tono colloquiale, diretto e informale (puoi anche concederti una battuta, siamo in un’area informale della tua comunicazione!). Ogni post dovrebbe offrire al lettore qualcosa di nuovo: una notizia, uno spunto, una risorsa.

* tono colloquiale;
* offri informazioni rilevanti;
* cerca di essere utile.

*“Dall’individuo al team, dal team al network: ecco come Designers Italia prova a ridefinire il ruolo del design nella trasformazione digitale della Pubblica Amministrazione. In nove mosse, grazie ai collaboration tools.”*

*(Dal* [*blog di Designers Italia*](https://medium.com/designers-italia/il-design-collaborativo-ed5d05adaa25)*)*

##### Circolari?

##### Comunicato stampa

**L’utente:**  
“La Pubblica Amministrazione è una delle principali fonti di informazione del mio lavoro (ma spesso mi arriva una grande mole di informazioni inutili…)”

* attenzione;
* ricerca dei contenuti rilevanti.

**La risposta**

Il tuo lettore è impegnato: arriva subito al punto, spiega sin dalle prime righe il contenuto del tuo messaggio, eventualmente approfondisci e spiega i dettagli in una seconda parte. Usa un tono formale ma non burocratico. Usa infografiche e foto pertinenti, se arricchiscono e aiutano l’immediata comprensione.

* pertinenza;
* linguaggio formale ma semplice;

*“Da Trento a Catania e fino a San Francisco, oltre 800 sviluppatori - suddivisi in 116 team, 80 community, 200 mentor e 26 città - hanno lavorato per 48 ore consecutive alla costruzione del sistema operativo del Paese, “una serie di componenti fondamentali sui quali costruire servizi più semplici ed efficaci per i cittadini, la Pubblica Amministrazione e le imprese, attraverso prodotti digitali innovativi”.*

*(Comunicato stampa sull’iniziativa* [*Hack.Developers*](https://teamdigitale.governo.it/it/contatti.htm)*)*

##### Descrizione di un servizio

**L’utente:**  
*“Vorrei capire rapidamente in cosa consiste il servizio,*

*se mi spetta e come fare richiesta”*

* interesse attivo;
* approccio pragmatico;
* ricerca rapida di informazioni precise.

**La risposta**

Cerca di rendere le informazioni principali (di cosa si tratta, a chi spetta, come accedere al servizio) facilmente individuabili con un approccio sintetico e chiaro. Usa un tono semplice, colloquiale, che accompagni l’utente nella sua ricerca.

* Cerca di essere sintetico
* Usa un tono disponibile e semplice

*“Sei nato nel '99 e hai già compiuto i 18 anni?*

*Richiedi subito la tua identità digitale (SPID). Ti servirà per registrarti a 18app e ottenere il Bonus Cultura di 500€”*

*(Dal sito* [*18app*](https://www.18app.italia.it/#/)*)*

##### Eventi

**L’utente:**  
*“Ogni tanto do uno sguardo alla pagina degli eventi del Comune per vedere se c’è qualcosa di interessante in programma”*

* curiosità;
* fiducia;
* ricerca di informazioni precise.

**La risposta**

Chi legge ti considera una fonte di informazioni affidabile e aggiornata sugli eventi del territorio. Offri informazioni pertinenti e sintetiche in tono colloquiale per raccontare gli eventi, dove e quando si svolgeranno, come partecipare. Usa un approccio informale, stiamo parlando di intrattenimento!

* pertinenza;
* tono colloquiale;
* offri informazioni di prima mano.

*“Proseguono i concerti in tutta l’Umbria della rassegna dedicata agli universi femminili: il 10 aprile (Terni) e 12 aprile (Città della Pieve) doppio appuntamento con Veda Black, cantante e produttrice dal sound RnB.”*

##### FAQ

##### Form di iscrizione a un servizio online

**L’utente**

*“Spero di avere tutti i dati necessari all’iscrizione a portata di mano”*

* preoccupazione;
* desiderio di raggiungere l’obiettivo velocemente;
* timore di sbagliare;

**La risposta**

Predisponi delle guide contestuali che aiutino l’utente nell’individuazione chiara delle informazioni da inserire nel form. Usa un tono semplice e diretto, che permetta di capire chiaramente le azioni da compiere.

* guide contestuali;
* informazioni sintetiche e chiare.

##### Guida

##### News

##### Newsletter

**L’utente**

*“Mi sono iscritto alla newsletter per ricevere periodicamente una selezione di notizie e informazioni principali su quello che succede nella mia amministrazione”*

* interesse;
* fiducia;
* ricerca di informazioni generiche;
* desiderio di aggiornamenti periodici.

**La risposta**

Gli iscritti alla newsletter ti riconoscono un ruolo importante nella selezione delle informazioni principali che desiderano ricevere direttamente via email. Cura la selezione e la gerarchia delle notizie usando un linguaggio semplice, diretto e preciso per presentarle, includi i link al blog o ai nuovi servizi. Usa un tono colloquiale, esauriente, che inviti all’approfondimento delle notizie se necessario.

* selezione delle notizie;
* tono colloquiale;
* link di approfondimento.

[ESEMPIO]

##### Presentazione istituzionale

##### Tutorial, video tutorial

***L’utente:*** *“Finalmente una guida semplice per imparare a usare questo servizio!”*

* interesse;
* ottimismo;
* fiducia.

**La risposta**

Il tutorial è uno strumento di cui fidarsi per imparare, passo dopo passo, ad utilizzare un servizio online. Accompagna il lettore, senza dare nulla per scontato, spiegando anche le cose più semplici, con un approccio collaborativo.

* parla come se fossi un insegnante con degli studenti alle prime armi;
* semplicità;
* complicità;
* chiarezza.

*“I test a risposta multipla facilitano non poco l'assegnazione dei voti. Ma cosa dire dei saggi? Delle tesine? Dei progetti? Quando nella valutazione rientra la soggettività, la correzione diventa molto più complicata. Imparando a creare una scheda di valutazione comprensiva per gli esami suddivisi in più parti, potrai avere una guida nel corso del processo.”*

*(“Come creare una griglia di valutazione”, da* [*WikiHow*](https://www.wikihow.it/Creare-una-Griglia-di-Valutazione)*)*

##### Twitter, Facebook, Instagram

***L’utente:*** *“Mi piace! Vediamo che c’è di nuovo!”*

* curiosità;
* leggerezza;
* voglia di essere sempre aggiornati;
* familiarità.

**La risposta**

I tuoi post sono immersi tra le “tante voci” che appaiono sulle bacheche dei tuoi lettori. Devi catturare la loro attenzione, coinvolgerli, offrire nei post e nelle immagini informazioni davvero interessanti, usare un tono familiare… ma senza esagerare: rappresenti pur sempre una pubblica amministrazione!

* tono molto colloquiale, in alcuni casi anche familiare, giocoso;
* attira l’attenzione;
* proponi subito contenuto realmente interessante;
* ricorda che rappresenti un ente pubblico.

*“Ecco i nostri suggerimenti su cosa fare a Milano questo fine settimana, sabato 7 e domenica 8 aprile.*

*Domenica, dalle 8 alle 15, si correrà la* [*Milano Marathon*](https://www.facebook.com/MilanoMarathon/?fref=mentions)*, il percorso partirà e terminerà ai giardini Montanelli ma la corsa toccherà una vasta parte della città. Per l’occasione, alcune strade saranno chiuse al traffico, qui tutte le informazioni:* [*https://www.turismo.milano.it/wps/portal/poc…*](https://www.turismo.milano.it/wps/portal/poc?urile=wcm%3Apath%3ATUR_IT_ContentLibrary/sitecontent/eventiamilano/sport/ARMANI_MILAN_MARATHON)*”*

*(Dalla* [*pagina Facebook del Comune di Milano*](https://www.facebook.com/comunemilano/posts/681917778598871)*)*

# **ALTRE RISORSE**

**→** [**STYLE GUIDE SCRITTURA DOCUMENTI TECNICI E AMMINISTRATIVI (SU DOCS ITALIA)**](http://guida-docs-italia.readthedocs.io/it/latest/index/appendice-2.html)

**→** [**GUIDA ALLA REDAZIONE DEI TESTI NORMATIVI (GAZZETTA UFFICIALE)**](http://www.gazzettaufficiale.it/eli/id/2001/05/03/001A4875/sg)