

Consiglio Nazionale delle Ricerche

La realizzazione del nuovo sito web del Registro .it

A. Vaccarelli, S. Fabbri, G. Bassi

IIT B4-04/2010

Nota Interna

Luglio 2010



Istituto di Informatica e Telematica

**LA REALIZZAZIONE DEL NUOVO SITO WEB DEL
REGISTRO .IT**

A. Vaccarelli, S. Fabbri, G. Bassi

LA REALIZZAZIONE DEL NUOVO SITO WEB DEL REGISTRO .IT	1
A. Vaccarelli, S. Fabbri, G. Bassi	1
Introduzione	3
1 LA CAMPAGNA DI COMUNICAZIONE	3
2 IL NUOVO SITO INTERNET DEL REGISTRO	5
2.1 La pubblicazione del sito: strategia di comunicazione	5
2.2 Le modalità di lavoro	5
2.2.1 Le risorse umane: il gruppo e le procedure di lavoro	6
2.3 Le novità e le caratteristiche del nuovo sito	7
2.3.1 Accessibilità	8
2.3.2 Usabilità	9
2.3.3 Lingue straniere	10
2.4 Scelte tecniche	10
2.4.1 Perché un Content Management System (CMS)	10
2.4.2 I vantaggi di Plone	11
2.5 Analisi preliminare	12
2.5.1 I target	13
2.5.2 Gli obiettivi	13
2.5.3 Le novità: il tono della comunicazione e i contenuti	14
2.6 Il progetto editoriale	14
2.6.1 L'inventario delle tematiche	14
2.6.2 Le unità logiche	14
2.6.3 La metafora di navigazione	15
2.6.4 Il restyling grafico	17
2.6.5 La nuova home Page	17
2.6.6 Le pagine interne: esempi	18
2.6.7 Tag, meta tag, title e Feed: verso il Web 2.0	23
2.7 La redazione e il flusso delle informazioni	24
2.7.1 Piano delle responsabilità	24
3 LA WEB ANALYSIS (statistiche di accesso)	26
4 STEP SUCCESSIVI	27
4.1 La gestione tecnica e la redazione del sito internet	27
4.2 Il riconoscimento del “sistema redazionale”	27
4.3 Un forum tecnico/legale	27
4.4 Un blog per la “Web reputation”	28
5 Conclusioni	29
6 Bibliografia e Sitografia	31

Introduzione

Questa nota riguarda la riprogettazione del sito web del Registro dei nomi a dominio di internet con estensione .it

Il progetto del nuovo sito web si inquadra in un'ampia iniziativa di comunicazione integrata (intesa come comunicazione interna e esterna), che si sta svolgendo secondo un piano di comunicazione definito alla fine del 2007 (vedi par.2).

Il documento è così organizzato: nel capitolo 1 si descrive brevemente la campagna di comunicazione all'interno della quale si colloca la realizzazione del nuovo sito web del Registro. Nel capitolo 2 sono descritte le fasi del progetto, evidenziando anche il percorso "storico", il percorso logico, i vincoli organizzativi e le modalità di lavoro, per chiarire il perché di alcune scelte e la cronologia di alcuni processi. Nel paragrafo 2.5 è illustrato il lavoro fatto per definire il target e gli obiettivi, le unità logiche che sottostanno alla navigazione ed il tono della comunicazione. Del paragrafo 2.6 sono protagonisti i contenuti e vengono forniti alcuni esempi realizzativi. Al paragrafo 2.7 viene descritta una ipotesi organizzativa di come dovrà essere mantenuto, gestito e aggiornato. Al capitolo 3 vengono esaminate le modalità di monitoraggio degli accessi e infine al capitolo 4 si illustrano le attività ancora da svolgere e le possibili evoluzioni verso il web 2.0. L'ultimo capitolo è dedicato alle conclusioni.

1 LA CAMPAGNA DI COMUNICAZIONE

L'importante cambiamento delle modalità di registrazione, in seguito all'introduzione del sistema sincro¹, la promozione della cultura di Internet attraverso i nomi a dominio, la necessità crescente di promuovere la propria immagine in ambito nazionale e internazionale, sono tra i principali motivi che hanno portato alla stesura di un piano di comunicazione integrata per il Registro .it (vedi nota interna "Il Registro .it e la comunicazione esterna - Prima fase della Campagna di Comunicazione – aprile/dicembre 2009" - IIT B4 – 03/2010) che ha individuato una serie di attività al fine di migliorare la fruizione delle informazioni sia verso l'organizzazione interna che verso gli stakeholders² esterni, quali ad esempio Maintainer³/Registrar⁴ e cittadini (utenti finali).

In una prima fase si è concentrata l'attenzione sulla ricognizione del contesto sia dal punto di vista delle risorse disponibili, sia umane che strumentali, che dei prodotti di comunicazione già esistenti. Successivamente sono stati individuati gli obiettivi strategici del piano di comunicazione di portata biennale, traducendoli in seguito in obiettivi operativi. Una volta determinati questi obiettivi, il Registro ha voluto procedere ad alcuni incontri con i Maintainer⁵ per condividere le linee guida del piano di comunicazione e della relativa campagna. All'interno di questo obiettivo più generale, il Registro ha voluto quindi

¹ Modalità che permette di registrare un dominio in tempo reale, senza l'invio di alcuna documentazione cartacea al Registro .it

² Insieme dei soggetti che hanno un interesse nei confronti di un'organizzazione e che con il loro comportamento possono influenzarne l'attività.

³ Il Maintainer è un fornitore di servizi che ha un contratto con il Registro in base al quale può gestire i domini .it in modalità asincrona (con invio di documentazione cartacea e moduli elettronici), in proprio o per conto dei suoi clienti

⁴ Il Registrar è un fornitore di servizi che ha un contratto con il Registro in base al quale può gestire i domini .it in modalità sincrone, in proprio o per conto dei suoi clienti

⁵ Gli incontri si sono tenuti nel 2008 e in quella data esisteva la sola figura del Maintainer. Il Registrar compare come stakeholder del Registro a partire dal 20 luglio 2009, data di pubblicazione del contratto e dei Regolamenti per la registrazione sincrone.

provvedere al totale restyling del proprio sito web, migliorandolo e modificandolo non soltanto dal punto di vista grafico, ma anche dei contenuti e degli obiettivi di comunicazione. Il processo di organizzazione del piano di comunicazione - cui hanno partecipato sia risorse interne sia l'agenzia di comunicazione incaricata di realizzare il restyling grafico – ha avuto inizio proprio dalla riprogettazione *ex novo* del sito Internet.

2 IL NUOVO SITO INTERNET DEL REGISTRO

2.1 La pubblicazione del sito: strategia di comunicazione

Il totale rifacimento del sito web del Registro si inquadra in un più ampio piano di comunicazione integrata (vedi cap. 1) che poneva al primo posto l'esigenza di riorientare la comunicazione su strategie di rafforzamento del proprio mandato istituzionale e di sensibilizzazione alla cultura di internet. Per questo il sito web ha un ruolo di particolare rilievo per almeno due motivi:

- per la maggior parte degli utenti è il primo contatto con il Registro, il suo biglietto da visita;
- è il prodotto per eccellenza del lavoro del Registro e rappresenta con la sua realizzazione la prima testimonianza della cultura di internet che il Registro intende favorire e diffondere.

Nella scelta della data per la pubblicazione del nuovo web ha avuto un ruolo chiave l'entrata in servizio del nuovo sistema di registrazione sincrono. Per rafforzare l'idea di un Registro "tutto nuovo" si è deciso di far coincidere il cambiamento del naming⁶ e la pubblicazione del rinnovato sito web con la data di pubblicazione del nuovo Regolamento sincrono, il 20 luglio 2009.

2.2 Le modalità di lavoro

La realizzazione e la progettazione del nuovo sito del Registro sono stati affidati a personale interno con competenze sia di comunicazione che di informatica. Esse risiedono rispettivamente nell'Unità Relazioni Esterne, Media e Comunicazione e nell'Unità Sistemi (i "tecnici informatici"), che storicamente (nel 2001) ha progettato, realizzato e curato il sito web del Registro. Va precisato, che prima del "vario" del piano di comunicazione l'Unità Sistemi aveva già avviato un suo progetto autonomo di riprogettazione e restyling, che teneva solo marginalmente conto delle nuove e accresciute esigenze di comunicazione del Registro, nonché della sua maggiore consapevolezza della propria missione e dei propri obiettivi comunicativi.

Per la prima volta è stato avviato un processo di condivisione e confronto fra i due gruppi coinvolti: partiti da due approcci diversi, si è arrivati, dopo una serie di incontri, a condividere una ricognizione dei contenuti meritevoli di attenzione, uno schema di struttura e navigazione in funzione delle priorità di comunicazione espresse nel piano integrato e dei pubblici di riferimento, individuati anche sulla base delle analisi delle statistiche del sito attuale e delle richieste pervenute all'helpdesk del Registro.

L'Unità Relazioni Esterne, Media e Comunicazione e l'Unità Sistemi hanno contribuito alla creazione del nuovo sito: se da una parte i tecnici informatici hanno provveduto alla realizzazione e alla messa in pratica di un autonomo progetto di restyling del vecchio sito, dall'altra l'Unità Relazioni Esterne, Media e Comunicazione ha integrato le loro indicazioni di massima con contenuti allineati agli obiettivi della campagna di comunicazione.

Questa prima esperienza di progettazione e gestione partecipata del nuovo sito web del Registro è servita sia come occasione formativa per le risorse umane delle Relazioni Esterne

⁶ Il **naming** è il ramo del marketing che si occupa dello studio della scelta dei nomi dei prodotti, dei servizi e delle aziende. *Naming* (tradotto "Chiamare" o "nominare"), vuol dire assegnare un nome o una frase ad un determinato oggetto o ad una proprietà. Dal 20 luglio 2009 il *Registro del ccTLD.it* diventa *Registro .it*.

Media e Comunicazione già impegnate in attività di comunicazione che da banco di prova per la futura gestione autonoma delle strategie e dei processi di comunicazione.

2.2.1 Le risorse umane: il gruppo e le procedure di lavoro

Al fine di presentare entro luglio 2009 il nuovo sito, al centro della nascente campagna di comunicazione e delle nuove attività di registrazione e mantenimento dei domini .it sincrone, è stato necessario procedere con uno schema di lavoro e una tempistica ben definita

Per quanto riguarda il progetto si è dato inizio in primo luogo alla costituzione del gruppo di lavoro interno. In seguito sulla base del piano di comunicazione sono stati analizzati gli elementi e i vincoli che potevano essere importanti per la realizzazione del sito internet. Successivamente è stato utile analizzare il precedente progetto di realizzazione, proposto dall'Unità Sistemi, di cui alla nota interna "Riprogettazione del sito del sito web del Registro .it" (IIT TR – 16/2007); sono state così definite le caratteristiche principali della navigazione con un'analisi preliminare dei target, degli obiettivi, del tono della comunicazione e dei contenuti.

Il Gruppo di Lavoro ha scelto le risorse tecniche, il CMS (Content Management System – vedi par. 2.4.1) adatto e la linea editoriale (le tematiche, le unità logiche, la metafora di navigazione). Si è così passati alla produzione delle prime bozze della home page e di alcune pagine di secondo livello presentate a maggio 2009 all'agenzia di comunicazione e al Comitato di Gestione.

Il sito internet è stato quindi passato all'agenzia di comunicazione esterna Light con l'incarico di crearne la grafica, mentre il gruppo interno delle Relazioni Esterne ha iniziato a produrre i primi contenuti sulla base delle direttive di comunicazione stabilite in precedenza.

L'ultimo test è stato eseguito all'interno con la messa in opera del sito che aveva comunque ancora la possibilità di essere modificato sia per quanto riguarda la revisione dei contenuti che per la struttura di navigazione. Il 20 luglio 2009 il gruppo di lavoro pubblica il nuovo sito internet in rete, sostituendo così il precedente.

Di seguito viene riportato il diagramma di Gantt che mostra la tempistica del gruppo di lavoro interno per la realizzazione del nuovo sito del Registro.it.

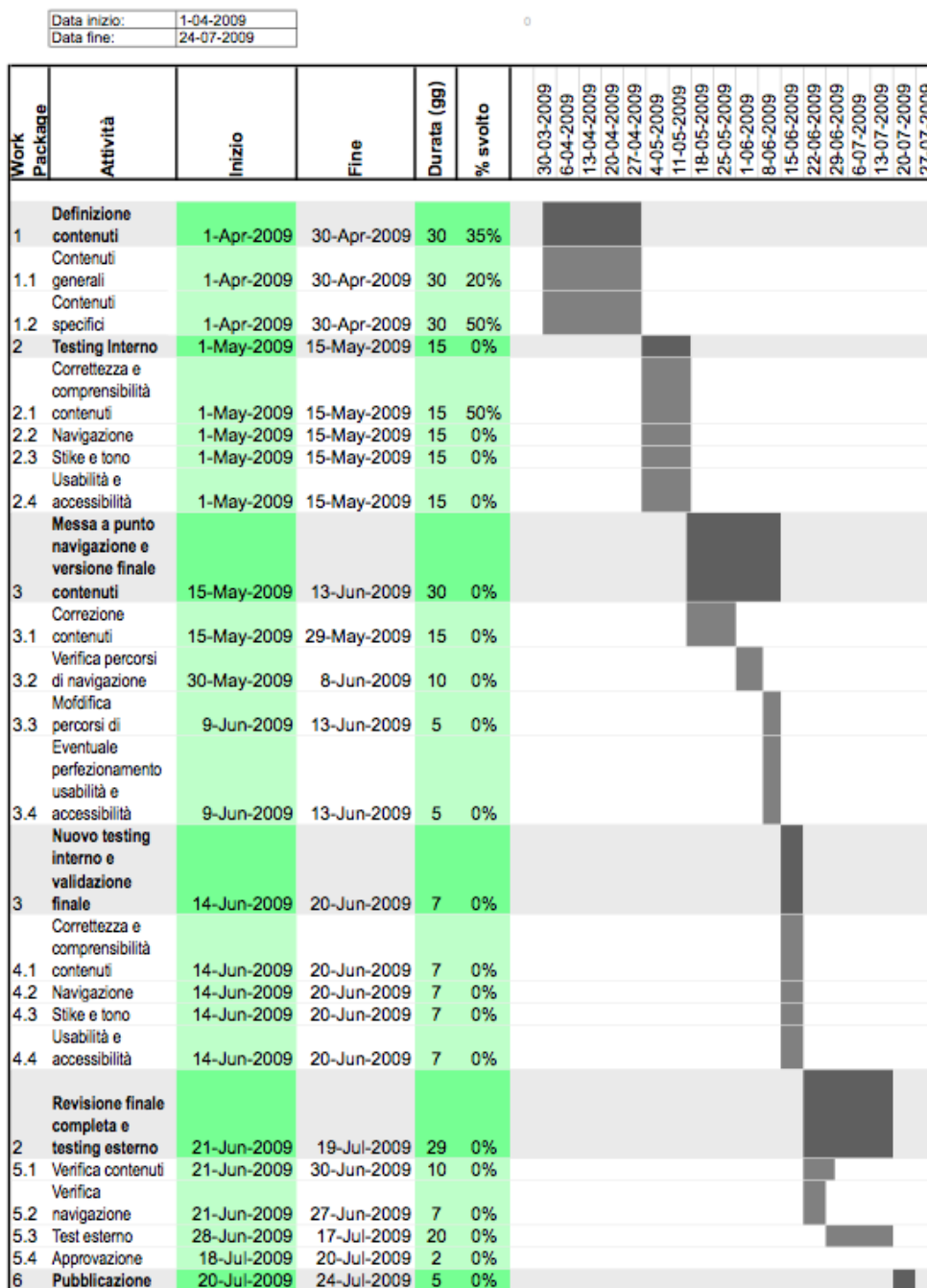


Figure 1 – Schema di lavoro: diagramma di Gantt

2.3 Le novità e le caratteristiche del nuovo sito

Il nuovo sito del Registro è stato progettato e realizzato secondo quanto previsto dal codice della PA, la cosiddetta “Legge Stanca” (Legge n.4 del 9/1/04) in termini di accessibilità e usabilità: il sito è stato realizzato con criteri di usabilità, reperibilità e accessibilità anche per i disabili. Tra i punti di forza che rispondono al codice normativo si trovano anche: la chiarezza

e semplicità di linguaggio, la completezza d'informazione, l'affidabilità, la semplicità di consultazione, la qualità, l'omogeneità e l'interoperabilità.

Caratteristiche:

- usabilità (anche per i disabili)
- reperibilità (anche per disabili)
- accessibilità (anche per i disabili)
- completezza d'informazione
- chiarezza di linguaggio
- affidabilità
- semplicità di consultazione
- qualità
- omogeneità
- interoperabilità

Contenuti

- organigramma; articolazione degli uffici; attribuzioni; organizzazione di ciascun ufficio anche di livello dirigenziale non generale; nomi dei dirigenti responsabili dei singoli uffici; settore dell'ordinamento giuridico riferibile all'attività da essi svolta, corredati dai documenti anche normativi di riferimento
- elenco delle tipologie di procedimento svolte da ciascun ufficio di livello dirigenziale non generale; termine per la conclusione di ciascun procedimento ed ogni altro termine procedimentale; nome del responsabile e dell'unità organizzativa responsabile dell'istruttoria e di ogni altro adempimento procedimentale, nonché dell'adozione del provvedimento finale
- scadenze e modalità di adempimento dei procedimenti
- elenco completo delle caselle di posta elettronica istituzionali attive, specificando anche se si tratta di caselle di posta elettronica certificata
- pubblicazioni previste dalla Legge 241/90
- messaggi di informazione e di comunicazione previsti dalla Legge 150/2000
- elenco di tutti i bandi di gara e di concorso
- elenco dei servizi forniti in rete già disponibili e dei servizi di futura attivazione, indicando i tempi previsti per l'attivazione medesima

Il sito del Registro è per certi aspetti un sito istituzionale dato che il Registro è gestito da un ente pubblico, ma il tipo di servizi che eroga e il rapporto con l'utenza è diverso dai tradizionali servizi e rapporti gestiti da Ministeri, Enti Locali ecc.. Le prescrizioni normative costituiscono, pertanto, un ottimo indirizzo, ma non possono e, in alcuni casi, non devono essere seguiti alla lettera.

2.3.1 Accessibilità

Il nuovo sito internet del Registro risponde anche a quanto previsto dalla “Legge Stanca” in termini di accessibilità e secondo quanto predisposto dagli standard del W3C, in particolare:

- fornire alternative equivalenti al contenuto audio e visivo
- non fare affidamento sul solo colore
- usare marcatori e fogli di stile e farlo in modo appropriato

- chiarire l'uso di linguaggi naturali
- assicurarsi che l'utente possa controllare i cambiamenti di contenuto nel corso del tempo
- assicurare l'accessibilità diretta delle interfacce utente incorporate
- usare le tecnologie e le raccomandazioni del W3C
- fornire informazioni per la contestualizzazione e l'orientamento
- fornire chiari meccanismi di navigazione
- assicurarsi che i documenti siano chiari e semplici

2.3.2 Usabilità

Secondo la definizione internazionale ISO 9241, l'usabilità è il “grado di efficacia (livello di raggiungimento degli scopi), efficienza (rapporto tra livello di efficacia raggiunto e risorse investite) e soddisfazione (comodità e accettabilità dell'uso) con cui gli utenti raggiungono determinati obiettivi in determinati ambienti”. Nella progettazione dei siti, quindi, per usabilità si intende il grado di efficacia, efficienza e soddisfazione con i quali gli utenti riescono a reperire le informazioni che cercano e/o completare le transazioni che intendono svolgere.

Nel decreto ministeriale della legge Stanca (4/2004) vengono individuati i seguenti parametri

- percezione: le informazioni e i comandi necessari per l'esecuzione delle attività devono essere sempre disponibili e percettibili
- comprensibilità: le informazioni e i comandi necessari per l'esecuzione delle attività devono essere facili da capire e usare
- operabilità: informazioni e comandi sono tali da consentire una scelta immediata della azione adeguata per raggiungere l'obiettivo voluto
- coerenza: stessi simboli, messaggi e azioni devono avere gli stessi significati in tutto l'ambiente
- salvaguardia della salute: l'ambiente deve avere caratteristiche adeguate per salvaguardare e promuovere il benessere psicofisico dell'utente
- sicurezza: l'ambiente deve permettere di gestire le transazioni e i dati in maniera affidabile, e con adeguati livelli di sicurezza
- trasparenza: l'ambiente deve comunicare il suo stato e gli effetti delle azioni compiute. all'utente devono essere comunicate le necessarie informazioni per la corretta valutazione della dinamica dell'ambiente
- apprendibilità: l'ambiente deve consentire l'apprendimento del suo utilizzo in tempi brevi e con minimo sforzo
- aiuto e documentazione: bisogna fornire funzioni di aiuto come guide in linea e documentazione relative al funzionamento dell'ambiente. Le informazioni di aiuto devono essere facili da trovare e focalizzate sul compito dell'utente
- tolleranza agli errori: l'ambiente deve prevenire gli errori e, qualora accadano, fornire appropriati messaggi che indichino chiaramente il problema e le azioni necessarie per recuperarlo
- gradevolezza: l'ambiente deve favorire e mantenere l'interesse dell'utente
- flessibilità: l'ambiente deve tenere conto delle preferenze individuali e dei contesti

Accessibilità

Dimensione testo:

- Grande
- Normale
- Piccolo

Questo sito utilizza l'Open Source Content Management System Plone, ed è stato progettato in modo da avere accessibilità e usabilità ottimali, in conformità alle linee guida sull'accessibilità dei contenuti web (WCAG v1.0). Se trovi qualche elemento di questo sito che, relativamente all'accessibilità o alla validità, non sia conforme agli standard, contatta l'amministratore del sito, e non il Team Plone.

Tasti di accesso rapido

I tasti di accesso rapido sono un meccanismo di navigazione che consente di muoversi nelle varie parti del sito usando la tastiera.

Tasti di accesso rapido disponibili

Questo sito utilizza una configurazione che segue per quanto possibile le raccomandazioni internazionali sui tasti di accesso rapido. Questi sono:

- 1 – Pagina principale del portale
- 2 – Salta al contenuto
- 3 – Mappa del sito
- 4 – Accesso al campo di ricerca
- 5 – Ricerca avanzata
- 6 – Albero di navigazione del sito
- 9 – Informazioni su come contattare i responsabili del sito
- 0 – Dettagli sui tasti di accesso rapido

Informazioni sull'accessibilità

Abbiamo cercato di usare la nostra esperienza e conoscenza delle varie modalità di accesso a Internet per sviluppare un sito web chiaro e semplice da usare per chiunque.

Figure 2 – Sito web del Registro .it: pagina dedicata all'accessibilità

2.3.3 Lingue straniere

Il sito web del Registro italiano ha sempre avuto la corrispondente versione inglese di ogni pagina pubblicata. Possono registrare nomi a dominio .it tutte le persone fisiche e giuridiche che hanno cittadinanza, residenza o sede in uno dei Paesi membri dell'Unione Europea ed appare quindi chiaro che un sito gemello in lingua inglese è obbligatorio per poter dare una corretta e chiara informazione sul funzionamento della registrazione e mantenimento dei nomi secondo le direttive del Registro italiano.

2.4 Scelte tecniche

Il gruppo di lavoro interno per la riprogettazione del sito web del Registro si è costituito quando l'Unità Sistemi aveva già effettuato le scelte tecniche di base ed abbiamo convenuto di procedere integrandole nella nuova fase di progettazione, puntando, invece a ridiscutere in modo il più possibile radicale l'impostazione che era già stata data alla navigazione e ai contenuti. Il processo di riprogettazione risente pertanto di questa inevitabile scelta iniziale, dettata dalla necessità di collaborare nel modo più proficuo possibile e di sfruttare al massimo una parte del lavoro già svolto.

2.4.1 Perché un Content Management System (CMS)

Per quanto riguarda l'infrastruttura tecnica del nuovo sito si è deciso di utilizzare un CMS (Content Management System) rispetto invece al precedente portale che invece era realizzato attraverso pagine html statiche e non facilmente aggiornabili. Un CMS è un software da installare su un server che dispone di un database di informazioni facilmente aggiornabile dagli utenti accreditati. Un CMS come Plone permette di gestire facilmente le informazioni aiutando a risolvere una serie di problemi:

- L'identificazione degli utenti, sia utenti con ruoli di produzione dell'informazione, sia utenti finali;
- L'assegnazione di responsabilità diverse a differenti categorie di utenti a seconda dei tipi di contenuto da pubblicare;

- La formalizzazione di un percorso per il completamento dell'informazione finale frutto di passaggi e supervisioni diverse, gestibile con un sistema di messaggistica, che le diverse figure destinate alla produzione delle informazioni potranno ricevere una volta aggiornato lo stesso contenuto;
- Il tracciamento e la gestione delle versioni del contenuto;
- La pubblicazione stessa del contenuto.

In genere un CMS può dare dei problemi di adattabilità e di scalabilità alle esigenze di un sito internet se non modificabile al suo interno. Plone è un CMS con licenza d'uso open source che permette di quindi di personalizzare e apportare modifiche al codice sorgente a seconda delle specifiche esigenze. In questo modo si ottengono grandi vantaggi anche in termini di costi, visto che a parte la realizzazione grafica, demandata all'agenzia di comunicazione, il mantenimento dell'infrastruttura tecnica del nuovo sito internet è praticamente gratuita.

2.4.2 I vantaggi di Plone

Plone è il CMS che è stato adottato dall'area tecnica del Gruppo di Lavoro per il nuovo sito del Registro per una serie di vantaggi indicati nella nota interna "Riprogettazione del sito del sito web del Registro.it" (IIT TR – 16/2007):

- l'indicizzazione completa e un potente motore di ricerca. Tutti i contenuti (inclusi eventuali file PDF...) all'interno di Plone sono indicizzati e quindi possono essere recuperati dal motore di ricerca interno;
- la gestione della sicurezza con utenti e gruppi, particolarmente flessibile, in modo da poter impostare permessi diversi su percorsi (cartelle) diversi;
- una potente Gestione degli argomenti - Categorizzazione, Organizzazione dei contenuti. Oltre alla categorizzazione ad albero tipica dei filesystem tradizionali, si possono usare categorizzazioni ulteriori quali i collegamenti tra i singoli documenti, ma anche parole chiave;
- la data di attivazione e di scadenza. Ogni oggetto/contenuto ha un attributo che ne controlla il tempo di vita (scadenza). Questo assicura che il contenuto sia pubblicato per tempo (quando serve) e solo per l'intervallo temporale richiesto (per quanto serve);
- la facilità di creazione di nuovi "tipi di contenuti". A partire dai contenuti già presenti è possibile definirne altri, sulla base delle proprie necessità;
- XHTML "leggero". L'interfaccia XHTML di Plone è molto "leggera" e permetterà di utilizzare Plone anche dai palmari o dal telefono cellulare, in ogni caso anche con collegamenti "lenti";
- l'integrità dei collegamenti interni al portale, evita i collegamenti spezzati e fornisce un importante ausilio agli operatori che effettuano le normali operazioni di manutenzione, come rinominare o cancellare oggetti dal portale.
- il multilinguismo facile e flessibile permette di gestire, tenendole unite, più lingue dello stesso documento, con l'utilizzo di un sistema di confronto e di controllo incrociato;
- un potente sistema di gestione dei flussi di lavoro (workflow). Plone ha un sistema di gestione dei flussi di lavoro e un meccanismo di approvazione che può essere basato sia sulle azioni che sulle entità. Ed è fatto in modo tale da poter modellare il flusso di lavoro, secondo necessità;
- la copia di lavoro dà la possibilità di creare e lavorare su una versione dei documenti diversa da quella pubblicata, che potrà andare a sostituire la versione online al momento in cui sarà completata e approvata;
- Il versionamento interno al CMS fornisce, per ciascun documento, lo storico consultabile,

con la possibilità di esaminare le differenze tra le varie versioni, ma anche recuperarle.

La scelta di Plone è particolarmente adatta, anche per la licenza Open Source ad esso collegata, che porta una serie di vantaggi largamente riconosciuti, tra cui:

- La possibilità di cedere copia (originale o modificata) a chiunque, in completa libertà (riuso accentuato);
- La mancanza di un costo di licenza;
- La possibilità di installazione su un numero di postazioni non definito a priori, senza oneri aggiuntivi;
- La facilità di modifica del codice per adattarlo alle proprie esigenze, naturalmente avendo a disposizione le competenze tecniche necessarie;
- Le continue revisioni del codice sorgente per scoprire ed eliminare eventuali bug, backdoor, spyware, etc., a cui viene sottoposto il software, con pubblicazione dei risultati;
- La velocità con cui vengono risolti bug è molto basso, o rilasciati ulteriori aggiornamenti;
- La possibilità di aggiornare la versione scaricata senza alcun costo aggiuntivo;
- L'interoperabilità con altre applicazioni, dovuta alla facilità di accesso alla logica interna di un'applicazione OS;
- L'ulteriore garanzia di interoperabilità data dall'utilizzo di standard aperti.

2.5 Analisi preliminare

E' servita una lunga fase preliminare di studio per comprendere quali potessero essere i punti di forza e di distinzione del nuovo sito del Registro .it. Il gruppo di lavoro si è in particolare soffermato sulle criticità presenti sul precedente sito, riscontrate nell'ambito del servizio di helpdesk che l'unità Relazioni Esterne svolge quotidianamente. Il supporto all'utenza, anche nel caso del servizio telefonico, avviene anche attraverso il sito Internet: prezioso "contenitore" di regolamenti e procedure alla cui lettura rimandare l'utenza che necessita di informazioni e supporto.

Il sito web assume dunque un ruolo critico nelle politiche di sostegno agli operatori e all'utenza finale: capace, se ben organizzato e fruibile, di sostituire almeno in parte il ricorso al supporto telefonico da parte dei clienti. La strutturazione del sito precedente e le modalità stesse nelle quali erano stati formulati i contenuti apparivano però inadeguate al ruolo: gli operatori - impegnati quotidianamente nel servizio di helpdesk telefonico, cartaceo e via posta elettronica - hanno infatti rilevato la generale insoddisfazione della clientela, che si sostanzia in una serie di rilievi ai percorsi di navigazione (ritenuti poco lineari), alla scarsa usabilità (pagine troppo ricche di testo, voci di menù poco intuitive, difficile reperibilità della modulistica) e all'impostazione grafica (impersonale e priva di stile).

Sviluppati nel 2001 e mai profondamente rivisti, contenuti e impostazione si concretizzavano in un approccio "tecnico-centrico" nel quale solo l'utente evoluto e gli addetti ai lavori riuscivano - talvolta a fatica - a localizzare i singoli nuclei informativi (peraltro scritti in uno stile più consono ai regolamenti della pubblica amministrazione che non a quelli di un sito web "di servizio"). L'utenza standard, pure interessata ai nomi a dominio, ne restava sostanzialmente esclusa. Né può valere da attenuante l'assunto che le pagine web contenevano tutte le informazioni, dalle principali alle secondarie: in assenza di una rigida gerarchia dell'informazione e di specifici percorsi di lettura, il sito appariva una sorta di contenitore - poco armonico e disorganizzato - delle attività del Registro.

Partendo da queste riflessioni, il gruppo di lavoro ha cercato di individuare le principali linee strategiche da adottare, definendo target e obiettivi del nuovo sito e, sulla base di questi, una possibile articolazione dei contenuti.

2.5.1 I target

La profilazione degli utenti ha tenuto conto innanzitutto dell'esperienza pluriennale di servizio helpdesk svolto dal personale delle Relazioni Esterne, che ha maturato una conoscenza diretta dei profili e soprattutto delle esigenze degli utenti.

Nella maggioranza dei casi, le persone che si mettono in contatto col Registro hanno scarse o modeste conoscenze sui nomi a dominio e utilizzano il sito unicamente per reperire informazioni su pratiche e modulistica.

Una fetta consistente di utenti è costituita dall'indotto creato dall'attività degli ISP, Internet Service Provider (web-agency, internet provider, web master, reseller), la cui conoscenza tecnica è medio-bassa.

La categoria "Maintainer", che nella maggioranza dei casi rientra nel gruppo di utenti con conoscenze più approfondite, utilizza sporadicamente il servizio helpdesk, accedendo direttamente all'area riservata del sito (portale Rain) per raccogliere informazioni relative a nuove procedure o a eventi e corsi organizzati dal Registro, per individuare problematiche legate ai loro domini, per visualizzare i loro dati amministrativi e di fatturazione.

A partire dal mese di dicembre 2008, al fine di ottenere una fotografia il più possibile realistica del bacino di utenza dell'attuale sito, gli operatori telefonici dell'helpdesk si sono attivati nella raccolta di dati relativi alle diverse tipologie di target.

Di seguito i dati raccolti nel periodo dicembre 2008/febbraio 2009:

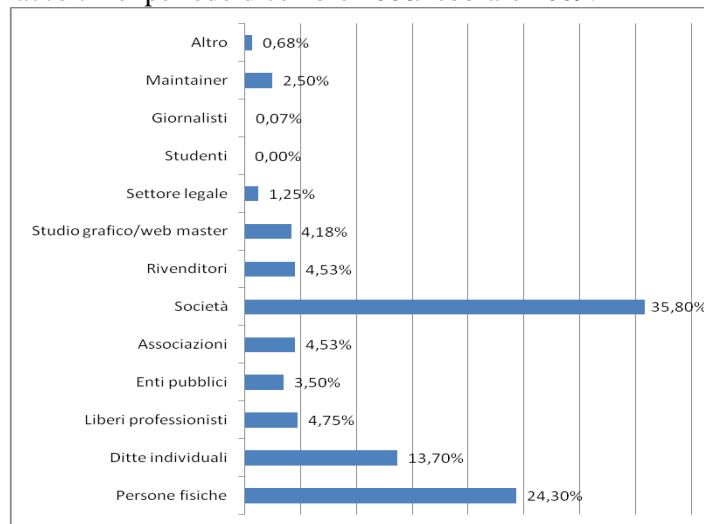


Figure 3 – Statistiche relative all'utenza

Come si può notare prevalgono le società e le persone fisiche: utenti per la maggior parte caratterizzati da scarse conoscenze tecniche, interessati esclusivamente a effettuare procedure di registrazione e mantenimento.

2.5.2 Gli obiettivi

Individuate le principali tipologie di utenti, il gruppo di lavoro si è concentrato sulla definizione degli obiettivi sui quali impostare le scelte comunicative, stilistiche e soprattutto l'architettura dell'informazione.

Il sito del Registro, oltre ad assumere una funzione istituzionale volta a comunicare l'identità e la missione dell'ente, deve sostenere prima di tutto il ruolo primario di supporto all'utenza inesperta: garantendo un servizio efficace, il reperimento facile e rapido delle informazioni e della modulistica, la capacità di soddisfare in maniera esaustiva i dubbi sulle pratiche inerenti i domini .it.

Sulla base di queste considerazioni occorre progettare un nuovo sito che mantenesse, da un lato, il suo ruolo di contenitore di modulistica, ma dall'altro potesse anche essere reso accessibile e fruibile anche per l'utenza finale dal punto di vista della navigazione, della

grafica e dei contenuti e che restituisse un'immagine di un Registro moderno, dinamico con attenzione ai valori di affidabilità, imparzialità e autorevolezza che contraddistinguono un ente pubblico di ricerca come il CNR.

2.5.3 Le novità: il tono della comunicazione e i contenuti

Come obiettivo primario per il nuovo sito ci si è prefissi di entrare in comunicazione con il navigatore in modo semplice, ma fornendo comunque tutte le informazioni. Per questo motivo sono stati redatti testi scritti appositamente per il web, visto che una pagina o un sito web non possono essere costruiti con testi pensati e scritti per la carta: è stata privilegiata la sintesi cercando di evitare tecnicismi e perifrasi. Sono stati redatti testi più brevi ed esaustivi, sia nelle parti dedicate alle procedure che in quelle più strettamente istituzionali, con la collocazione di link correlati e parole chiave nei punti opportuni per rendere ancora più accessibile l'informazione. Sono state usate delle metafore che meglio spiegano alcuni concetti troppo tecnici per il largo pubblico, come ad esempio "l'anagrafe dei domini .it" per spiegare l'attività principale del Registro.

Dal punto di vista della leggibilità dei contenuti sono stati introdotti titoli enunciativi che riassumono in breve il contenuto di ogni sezione.

2.6 Il progetto editoriale

Il gruppo di lavoro ha compiuto una prima valutazione del contesto di riferimento e di alcune ipotesi preliminari di architettura informativa. Ne è emerso come, accanto alla presenza di una serie di unità logiche esaustive dal punto di vista dei contenuti, fosse necessario un rigoroso processo di gerarchizzazione delle informazioni: requisito fondamentale, come già sottolineato, per soddisfare al meglio le esigenze della maggior parte degli utenti.

Una netta divisione tra aree (Nomi a dominio, Maintainer e Registrar, Registro) appariva sicuramente funzionale per organizzare un gran numero di contenuti eterogenei (modulistica, spiegazioni procedura, definizioni) ma non rispecchiava il naturale percorso di lettura di chi entra nel sito semplicemente per registrare un dominio o svolgere altre pratiche.

2.6.1 L'inventario delle tematiche

In fase di formulazione delle prime ipotesi di architettura informativa è emersa con chiarezza la necessità di avviare un "inventario delle tematiche e dei materiali", indispensabile per l'organizzazione completa e coerente dei contenuti.

Ogni unità del Registro (Relazioni esterne, Media e Comunicazione, Unità Sistemi, Operazioni, Ufficio Legale e Amministrazione) ha stilato una lista delle tematiche che si ritenevano importanti da inserire sul sito internet. Una volta raccolto tutto il materiale è stato individuato il percorso logico per la strutturazione della navigazione.

2.6.2 Le unità logiche

Le unità da inserire nel sito internet sono state individuate in:

- **Nomi a dominio** che in un'ottica "utente-centrica" potrebbe essere etichettata anche "Come registrare un dominio/Vuoi registrare un nome a dominio?", da suddividere nelle sottosezioni Registrare-Mantenere
- **I Maintainer e I Registrar**
- **Il Registro**

In questa fase è stata sottolineata l'importanza di gerarchizzare le sezioni in base al target e agli obiettivi prefissati, in modo da facilitare la lettura e la fruizione delle informazioni.

Uno degli aspetti centrali del processo comunicativo è infatti l'organizzazione delle unità logiche che, di fatto, devono essere strettamente dipendenti dal destinatario. Più i contenuti sono gerarchizzati, più la lettura risulta agevole: una struttura a blocchi allineati, privi di gerarchia, difficilmente può rispondere alle esigenze "pratiche" di quella tipologia di utenza

che utilizza il sito soprattutto come semplice supporto nelle pratiche sui domini. In sintesi, si è ritenuto opportuno disporre le varie unità su diversi livelli di importanza, mettendo in evidenza, già a livello di home page, questi principali contenuti di servizio, attraverso uno stile comunicativo il più possibile semplice e diretto.

Completata la raccolta dei materiali, il gruppo di lavoro ha cercato di organizzare le tematiche in base a una gerarchia che ne valorizzasse “peso” e importanza, tenendo conto delle necessità del target e dei principali obiettivi attesi.

2.6.3 La metafora di navigazione

“Navigare nel web è molto diverso dal muoversi in uno spazio fisico; manca l’esperienza sensoriale che accompagna il movimento e non può essere usata nessuna delle abilità motorie o percettive che abbiamo in uno spazio fisico reale. Bisognerebbe, quindi, ripensare il web non come uno spazio fisico, ma come una serie di processi semantici. Questo non significa rigettare totalmente la metafora di cui siamo soliti far uso, quanto piuttosto rammentare che la comprensione dello spazio informativo richiede più abilità che la sua esplorazione, proprio perché attraversare uno “spazio semantico” è più complicato che acquisire il senso di uno spazio fisico⁷.”

Una delle più importanti novità del nuovo sito del Registro è stata quella di creare delle unità logiche che potessero rendere la struttura di navigazione snella e di semplice fruizione per tutti gli utenti.

In primo luogo sono stati individuati tre blocchi principali che dovevano assolvere ai principali compiti di comunicazione verso l’esterno del nuovo sito:

Conoscere (per chi ha scarse o modeste conoscenze sui registri, i domini, Internet)

Fare (le operazioni in genere)

Divulgare (conoscenza, notizie, informazioni, novità)

Ogni unità logica è stata in seguito suddivisa in varie articolazioni sempre al fine di rendere più intellegibile il sito internet alla luce di una struttura di navigazione rigorosa ma allo stesso tempo intuitiva.

L’unità logica del conoscere è stata studiata per coloro che sono poco esperti e che hanno poca conoscenza dei nomi a dominio .it in genere. Le sue sottosezioni sono quindi:

Conoscere il Registro
Conoscere i nomi a dominio
Conoscere i Maintainer e i Registrar

⁷ “It’s the journey and the destination”: Shape and the emergent property of genre in evaluating digital documents, Dillon e Vaughan,(1997)

L'unità logica del "fare", articolata in modo da perseguire sempre l'obiettivo di rivolgersi anche ad un pubblico non troppo specializzato nella conoscenza dei meccanismi di funzionamento del .it, comprende le principali procedure che interessano i nomi a dominio. Le sottosezioni sono state così individuate in:

Registrare

Mantenere

Cancellare

Contestare

Guide, norme e regolamenti

In queste quattro sottosezioni dell'unità logica del "Come fare per.." sono state individuate tutte le informazioni relative alle operazioni possibili dei domini .it. e tutte le informazioni relative alla normativa del Registro, Regolamenti e Linee Guida, relative alle procedure – tecniche e legali - di registrazione e mantenimento dei domini .it.

Un'unità logica a parte viene considerata quella dedicata ai Maintainer/Registrar che appartiene sia all' unità del "conoscere" che a quella del "fare". L'unità logica "Maintainer/Registrar" prevede una serie di informazioni visibili a tutta l'utenza con informazioni preliminari su come procedere alla stipula del contratto sia un'area riservata ("Portale Rain") dove il singolo Maintainer/Registrar accreditato può eseguire operazioni sui nomi a dominio, oltre che verificare i dati amministrativi e quelli relativi alla fatturazione, modificare direttamente i contatti, ricavare il codice di autenticazione di accesso al centralino del Registro e consultare il programma dei corsi. La nuova sezione relativa ai Maintainer/Registrar viene così definita:

*Essere Maintainer/Registrar (accesso all'area Rain) /
Diventare Maintainer/Registrar (con informazioni sul contratto e le tariffe)*

L'unità logica della "divulgazione", da considerarsi a sé stante, non può essere coinvolta con la struttura di navigazione gerarchizzata prevista per le categorie logiche del "Conoscere" e del "Fare". E' stata prevista una parte del nuovo sito dove pubblicare notizie/informazioni/eventi (Tutto sul .it) in stretto collegamento con le attività del Registro e con il piano di comunicazione che possano essere di interesse per l'utenza generica desiderosa di approfondire argomenti dedicati alla diffusione della cultura di Internet e ai nomi a dominio. A queste macro sezioni logiche della struttura di navigazione si aggiungono una serie di link correlati fissi e sempre visibili in tutte le aree:

- Lingua

- Whois / Stato delle registrazioni
- Contatti
- Cerca
- Accessibilità
- Copyright
- Data ultimo aggiornamento
- Briciole di pane
- RSS

L'ambito della divulgazione rappresenta una grossa novità rispetto al precedente sito del Registro: le notizie venivano aggregate in Home Page con un link che indirizzava il visitatore ad una pagina interna dove veniva esplicita in breve la news cliccata ("Feed Ansa" che riprendeva le principali notizie legate a Internet proprio dalla principale agenzia giornalistica italiana).

L'unità logica della Divulgazione/news prevede la creazione di una redazione interna, adeguatamente formata che agisce sulla base di un metodo di pubblicazione delle notizie stabilito e concordato tra le varie unità del Registro .it (vedi paragrafo 2.7).

2.6.4 Il restyling grafico

Il restyling grafico è stato affidato all'agenzia di comunicazione Light che si è aggiudicata il bando di gara promosso dall'Istituto di Informatica e Telematica per la creazione della nuova immagine del Registro .it.

In primo luogo è stato creato un logo che potesse essere semplice e intuitivo, ma allo stesso tempo doveva rispecchiare l'idea di "italianità" dei domini .it: si è deciso allora di aggiungere al nome del sito i colori della bandiera italiana.

Una volta creato il logo, posizionato su tutte le pagine grafiche del nuovo sito, l'agenzia di comunicazione Light ha provveduto alla creazione grafica del template da "innestare" sul CMS Plone già pronto per quanto riguarda i contenuti e la struttura di navigazione, sviluppati dal gruppo di lavoro interno.

La grafica è stata sviluppata con colori neutri cercando di privilegiare gli aspetti di comunicazione che dovevano apparire primari, come le unità logiche di cui ai paragrafi precedenti. Il carattere dei font utilizzato è stato ottimizzato in modo da rendere più leggibili i contenuti.

Una grande novità grafica rispetto al precedente è la risoluzione a 1280 x 728: in pratica si tratta di un sito "a tutto schermo" che permette di leggere meglio i contenuti e di sistemare in maniera più intellegibile anche le varie sezioni. La risoluzione utilizzata ha permesso quindi di essere d'aiuto per le linee guida di comunicazione di cui il sito internet deve essere l'attore principale.

Particolare attenzione è stata data alla necessità di limitare l'uso di Javascript e di tecnologie "flash" che non rispondevano ai canoni di accessibilità e usabilità previsti dalla "Legge Stanca" e che potevano essere di impedimento per quell'utenza non in grado di supportare tali tecnologie.

2.6.5 La nuova home Page

Alla luce delle riflessioni, dell'operatività della struttura di navigazione, della nuova grafica ecco come appare la nuova home page, costruita con l'obiettivo di soddisfare in primo luogo le esigenze "pratiche" dell'utenza finale, costituita in prevalenza da persone fisiche e società private:



Figure 4 – Screenshot dell’home page del sito del Registro .it

È stata quindi definita una struttura che potesse soddisfare le esigenze dell’utente meno esperta, valorizzando anche l’immagine e la missione del Registro.

Nella home page - oltre al logo, gli elementi sempre visibili, il numero di domini registrati e l’area delle informazioni/notizie - sono state collocate altre tre grandi aree dedicate alle informazioni:

- sul Registro (Conosciamoci)
- sulla cultura di internet e le iniziative di divulgazione (tutto sul .it – Focus, News)
- sulle modalità e procedure di registrazione (Crea e modifica, legale)

Come si può notare osservando la home page, sono stati ulteriormente facilitati gli utenti meno esperti con l’inserimento di una grafica che evidenzia gli argomenti principali per chi voglia registrare o modificare un nome a dominio .it:

- Crea il tuo dominio
- Whois
- Trova Maintainer o Registrar
- FAQ

Accanto a queste tre aree di base sono state collocate le zone riservate ai Maintainer e ai Registrar con le informazioni relative alle modalità di sottoscrizione del contratto e dove è possibile (per coloro che sono già titolari di contratto) accedere al portale RAIN.

Questo tipo di organizzazione porta a dover considerare la home page un elemento dinamico, in costante aggiornamento per quanto riguarda i contenuti: una sorta di contenitore informativo multimediale .

2.6.6 Le pagine interne: esempi

Una volta stabiliti il target, gli obiettivi e le caratteristiche principali della navigazione è stato

elaborato un diagramma dei contenuti. Stabilita la gerarchia delle informazioni, si è provveduto alla stesura di una serie di pagine web che rispecchiassero – per stile, linguaggio e contenuto informativo – l’impostazione di tutte le informazioni erogate dal nuovo portale:

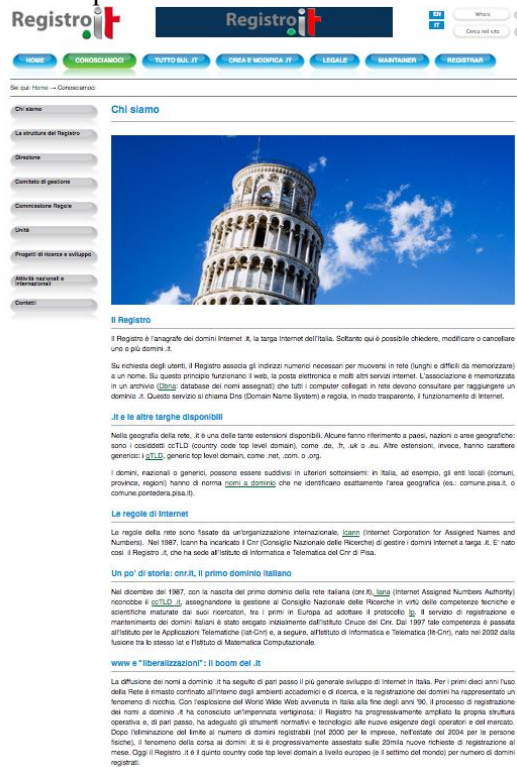


Figure 5 – Screenshot pagina “Chi siamo”



Figure 6 – Screenshot pagina “Tutto sul punto .it”

Registro.it

Aiutaci a migliorarlo. QUESTIONARIO DI VALUTAZIONE 2010

EN IT Whois Cerca nel sito

HOME CONOSCIAMOCI TUTTO SUL .IT CREA E MODIFICA .IT LEGALE MANTENERE REGISTRAR

Sei qui: Home → Crea e modifica .it

Crea e modifica .it

Chi può registrare
I domini .it possono essere registrati e mantenuti secondo due modalità operative:

Domini riservatogeografici
[asincrona](#)

Regolamenti e Linee Guida
Il [Registrante](#) o il [Maintainer](#) devono inviare una richiesta cartacea (L'AR, [Lettera di assunzione di responsabilità](#)) al Registro .it. Per completare l'operazione, il Maintainer deve inviare a sua volta il cosiddetto "[modulo tecnico di registrazione](#)" tramite email o via web.

Leggere e capire gli stati di un dominio
[sincrona](#)

Con il Faz
Il [Registrante](#) deve rivolgersi al [Registrar](#) che provvede direttamente a registrare il dominio in tempo reale, senza alcuna documentazione cartacea. Il sistema è basato sul protocollo EPP ([Extensible Provisioning Protocol](#)).

In tempo reale
Il Registro .it gestisce e mantiene aggiornato l'archivio dei nomi a dominio (DBNA, database dei nomi a dominio assegnati): il database è unico sia per i domini sincroni che per quelli asincroni. I dati sono liberamente visualizzabili, nei limiti del rispetto della privacy degli utenti.
Il Registro permette anche di verificare lo [stato delle registrazioni](#) di un singolo dominio .it.

ultima modifica 20/05/2010 15:40

Approfondimenti

- [Trova Maintainer o Registrar](#)
- [Trova Registrar](#)
- [Cosa è un nome a dominio?](#)
- [Come si controlla se un dominio è già stato registrato?](#)
- [Domini riservatogeografici](#)
- [Leggere e capire gli stati di un dominio](#)
- [Dismissione contratto Maintainer](#)

Consiglio Nazionale delle Ricerche Accessibilità © Registro.it Contatti Istituto di Informatica e Telematica

Figure 7 – Screenshot pagina “Crea e Modifica .it”

Registro.it

Aiutaci a migliorarlo. QUESTIONARIO DI VALUTAZIONE 2010

EN IT Whois Cerca nel sito

HOME CONOSCIAMOCI TUTTO SUL .IT CREA E MODIFICA .IT LEGALE MANTENERE REGISTRAR

Sei qui: Home → Legale

Legale

Contestare l'assegnazione di un dominio
[Contestare l'assegnazione di un dominio](#)

Arbitrato
[Arbitrato](#)
L'arbitrato consiste nell'affidare ad un collegio di arbitri la risoluzione dell'opposizione, anziché ricorrere alla magistratura ordinaria.

Riassegnazione
[Riassegnazione](#)
La procedura di riassegnazione è condotta da appositi studi professionali (chiamati Prestatori del Servizio di Risoluzione delle Dispute, PRSD) e ha lo scopo di verificare che un dominio non sia stato registrato e mantenuto in malafede. Il ricorso a questa procedura può avere come unico esito la riassegnazione del dominio al soggetto che ha iniziato l'opposizione. La riassegnazione non impedisce il ricorso alla magistratura o all'Arbitrato, ma non può essere attivata se si è già dato inizio ad una procedura arbitrale o se si è in attesa di un giudizio pendente da parte di un giudice ordinario.

Regolamento dispute e Linee guida legali
[Regolamento dispute e Linee guida legali](#)

ultima modifica 16/06/2010 18:16

Consiglio Nazionale delle Ricerche Accessibilità © Registro.it Contatti Istituto di Informatica e Telematica

Figure 8 – Screenshot pagina “Legale”

Sei qui: Home → Registrar → Diventare Registrar

CHI è il Registrar?

Diventare Registrar

Diventare Registrar

Norme di buona condotta

Tariffe Registrar

Cessione

Trova Registrar

Area Riservata

Per diventare Registrar occorre sottoscrivere un contratto con il Registro .it e sostenere il test di accreditamento: superata la prova, finalizzata ad accertare la competenza tecnica nel portare a buon fine le operazioni previste dal [Regolamento e dalle Linee Guida tecniche sincrone](#), l'operatore potrà registrare e mantenere domini .it in [modalità sincrone](#).

Si può diventare Registrar sia da una precedente posizione [Maintainer](#), sia senza aver avuto alcun rapporto con il Registro.

I passi comuni (per nuovi Registrar o per Maintainer già attivi) da seguire sono:

1. compilare il contratto. E' possibile [scaricare il contratto Registrar in formato pdf](#) oppure utilizzare il [form online per la compilazione guidata del contratto](#).
 2. sottoscrivere il contratto da parte del rappresentante legale, dattarlo, ed inviarlo al Registro in due copie (su carta semplice o su carta intestata) all'indirizzo:
Istituto di Informatica e Telematica - CNR
Registro .it - Ufficio amministrazione
Via Giuseppe Moruzzi, 1
I - 56124 PISA
- Il rappresentante legale dello IIT firmerà entrambe le copie. Una copia controfirmata sarà rispettata al mittente.

Da Maintainer a Registrar:

- Il passaggio da [Maintainer](#) a [Registrar](#) presuppone l'esistenza di un contratto attivo con il Registro, sottoscritto almeno **6 mesi** prima della scadenza del contratto stesso, e che il [Maintainer](#) sia in regola con i pagamenti.
- Processo di accreditamento (**versamento di 300 euro + IVA**)
- Versamento della quota iniziale di "prepagato" necessaria per iniziare ad operare pari al **10%** del valore dei nomi a dominio mantenuti alla data di superamento dei test, per un importo non inferiore a **500 euro**.

Nuovo Registrar

- Versamento di una quota iniziale "una tantum" di **2.200 euro + IVA**
- Processo di accreditamento (**versamento di 300 euro + IVA**)
- Versamento della quota iniziale di "prepagato" necessaria per iniziare ad operare pari a **2.295 euro + IVA (510 operazioni)**. Per quest'ultimo versamento, il Registro emette fattura in acconto.

L'accreditamento

L'aspirante Registrar per accreditarsi e poter dunque registrare e mantenere domini .it, deve superare un test di accreditamento. Esso consiste nel compiere specifiche operazioni, tramite una propria applicazione client, sul server [EPS](#) del Registro e dimostrare così di avere le necessarie competenze tecniche per operare in modalità sincrone.

Per agevolare il superamento del test, il Registro mette a disposizione una piattaforma di simulazione sulla quale è possibile provare tutte le operazioni sui nomi a dominio. Il Registrar può inoltre usufruire del supporto di helpdesk tecnico e degli specifici corsi di formazione organizzati dal Registro.

ultima modifica 27/05/2010 18:28

Approfondimenti

- [Registro, Registrar e Maintainer](#)
- [Norme di buona condotta](#)
- [Tariffe Registrar](#)
- [Trova Registrar](#)
- [Quale è la decorrenza e la durata del contratto?](#)
- [È possibile inviare il contratto in un'altra lingua \(inglese, francese...\)?](#)
- [Anche i Registrar stranieri devono pagare l'IVA?](#)
- [Quali sono le coordinate bancarie per effettuare il bonifico relativo ai contratti per Registrar?](#)

Figure 9 – Screenshot pagina “Diventare Registrar”

Sei qui: Home → Tutto sul .it → Focus.it - Newsletter del Registro .it

- Chi è un dominio .it
- Perché scegliere un .it
- Registro, Registrare e Maintainer
- Registro .it: il video
- La comunicazione di .it
- .it a scuola
- News
- Sala Stampa
- Focus.it - Newsletter del Registro .it**
- Annuario dati del Registro .it
- Eventi
- Le statistiche
- Standard tecnici e norme
- Glossario di .it
- Netiquetta
- Privacy

Focus.it - Newsletter del Registro .it

Da alcuni anni il Registro pubblica un periodico - Focus .it - Newsletter del Registro .it - che affronta, con inchieste e interviste esclusive, i temi caldi di Internet e dei nomi a dominio: la rivista, diffusa liberamente sul web e in circa 3mila copie cartacee, è a sua volta uno strumento in grado di raggiungere ampi strati della popolazione e favorire così un approccio semplice a temi altrimenti ritenuti poco comprensibili.

- [focus.it - numero 17 - Aprile 2010](#) [pdf 2.702 KB]
- [focus.it - numero 16 - Novembre 2009](#) [pdf 11.920 KB]
- [focus.it - numero 15 - Giugno 2009](#) [pdf 8.061 KB]
- [focus.it - numero 14 - Maggio 2009](#) [pdf 1.138 KB]
- [focus.it - numero 13 - Marzo 2009](#) [pdf 2.405 KB]
- [focus.it - numero 12 - Dicembre 2008](#) [pdf 2.785 KB]
- [focus.it - numero 11 - Settembre 2008](#) [pdf 1.710 KB]
- [focus.it - numero 10 - Giugno 2008](#) [pdf 2.093 KB]
- [focus.it - numero 9 - Dicembre 2007](#) [pdf 2.657 KB]
- [focus.it - numero 8 - Luglio 2007](#) [pdf 2.219 KB]
- [focus.it - numero 7 - Marzo 2007](#) [pdf 2.731 KB]
- [focus.it - numero 6 - Novembre 2006](#) [pdf 8.689 KB]
- [focus.it - numero 5 - Giugno 2006](#) [pdf 1.891 KB]
- [focus.it - numero 4 - Novembre 2005](#) [pdf 8.048 KB]
- [focus.it - numero 3 - Luglio 2005](#) [pdf 7.812 KB]
- [focus.it - numero 2 - Marzo/Aprile 2005](#) [pdf 4.518 KB]
- [focus.it - numero 1 - Novembre 2004](#) [pdf 804 KB]
- [R.A. News - numero 9 - luglio/agosto 2004](#) [pdf 3.705 KB]
- [R.A. News - numero 8 - marzo 2004](#) [pdf 2.408 KB]
- [R.A. News - numero 7 - dicembre 2003](#) [pdf 1.482 KB]
- [R.A. News - numero 6 - settembre 2003](#) [pdf 1.697 KB]
- [R.A. News - numero 5 - giugno 2003](#) [pdf 1.413 KB]
- [R.A. News - numero 4 - marzo 2003](#) [pdf 1.143 KB]
- [R.A. News - numero 3 - dicembre 2002](#) [pdf 1.117 KB]
- [R.A. News - numero 2 - settembre 2002](#) [pdf 1.727 KB]
- [R.A. News - numero 1 - giugno 2002](#) [pdf 864 KB]
- [R.A. News - numero 0 - ottobre 2001](#) [pdf 1.490 KB]



ultima modifica 07/05/2010 13:16

Figure 10 – Screenshot pagina “Focus .it- Newsletter del Registro .it”

Registro.it

EN IT Whois Cerca nel sito

HOME CONOSCIAMOCI TUTTO SUL .IT CREA E MODIFICA .IT LEGALE MAINTAINER REGISTRAR

Sei qui: Home -> Tutto sul .it -> .it a scuola

Cos'è un dominio .it

Perché scegliere un .it

Registro, Registrar e Maintainer

Registro .it: il video

La comunicazione di .it

.it a scuola

.it a scuola

Il video

Premio .it Awards 2010

News

Sala Stampa

Focus.it - Newsletter del Registro .it

Annuario dati del Registro.it

Eventi

Le statistiche

Standard tecnici e norme

Glossario di .it

Netiquette

Privacy

.it a scuola

Sono i giovani e i giovanissimi nati nell'ambiente "digitale", dove Internet, videogiochi, cellulari e social network sono ormai parte integrante della vita quotidiana. A loro, i "nativi digitali", è dedicata l'omonima iniziativa del Registro .it, finalizzata alla diffusione della cultura di Internet nelle scuole e, al contempo, a favorire la conoscenza delle norme nazionali e internazionali che consentono il funzionamento di Internet e il ruolo del Registro dei domini italiani.

Per parlare della Rete e delle opportunità che può offrire abbiamo realizzato in collaborazione con [Current Tv](#) (canale indipendente che trasmette via cavo e sul satellite) un video che racconta - con animazioni, interviste a personaggi autorevoli e gag - alcuni dei temi più interessanti legati al mondo di Internet: dalla nascita della Rete e dei domini .it al digital divide, il ruolo chiave dei motori di ricerca, i cambiamenti sociali innescati da Internet, le opportunità di inventarsi un'occasione, il futuro della Rete.

Il filmato, da vedere e commentare in classe con gli insegnanti, è in distribuzione in 3.000 scuole superiori accompagnato da locandine, depliant ([scarica il depliant](#)) e materiale informativo: raggiungerà almeno un milione e mezzo di studenti.

Chi avesse idee, progetti, video, foto, presentazioni, testi, siti web che documentino le potenzialità di Internet associate all'uso di un dominio italiano .it può partecipare, da solo o in gruppo ma sempre con il supporto della propria scuola, agli ".it Awards".

Le scuole (Istituti superiori di secondo grado) interessate al "kit" Nativi Digitali possono richiederlo scrivendo a comunicazione@registro.it

ultima modifica 18/04/2010 19:14

Successivo: [il video](#)

Consiglio Nazionale delle Ricerche

Accessibilità

© Registro.it

Contatti

Istituto di Informatica e Telematica

Figure 11 – Screenshot pagina dedicata all’iniziativa “Nativi Digitali”

2.6.7 Tag, meta tag, title e Feed: verso il Web 2.0

Il nuovo sito del Registro.it presenta importanti novità anche dal punto di vista del posizionamento sui motori di ricerca e della tecnologia che viene etichettata “Web 2.0”. L’uso infatti mirato dei meta tag (come *title* e *description*) rappresenta un’importante soluzione per raggiungere, dal punto di vista informativo, quegli utenti che visitano il portale attraverso i risultati proposti dai Motori di Ricerca.

Secondo recenti stime circa il 70% del traffico generato dai siti internet proviene dai motori di ricerca come Google, Yahoo, Bing, Altavista e Ask. Il nuovo sito è stato quindi ottimizzato per ottenere un migliore posizionamento nelle cosiddette SERP (Search Engine Result Position) dei motori di ricerca grazie ad un’accurata attenzione ai titoli ogni pagina, che risultano mirati al contenuto proposto, e ai meta tag come il campo “description” che permette di descrivere in 160 caratteri il contenuto interno della pagina. Da questo punto di vista l’utilizzo del CMS Plone (v. capitolo 3) ha aiutato molto il gruppo di lavoro: in modo semplice e intuitivo è stato possibile inserire per ogni pagina un meta tag appropriato che permettesse quindi l’indicizzazione ottimale dei contenuti proposti anche sui motori di ricerca. Un’altra funzionalità che non era presente sul vecchio sito internet è quella dei *Feed*. Il *Feed* permette infatti di rimanere sempre “up to date” per quanto riguarda gli aggiornamenti che vengono effettuati sul sito e sui contenuti. L’utente più esperto può quindi iscriversi al “Feed del Registro.it” e rimanere costantemente aggiornato sul proprio browser senza la necessità di collegarsi direttamente a www.registro.it. La funzione dei *Feed* diventa strategica in un’ottica

di Web 2.0 soprattutto per l'ambito della divulgazione delle news (v. paragrafo 2.2.3), visto che la maggioranza di portali d'informazione in rete utilizza questa tecnologia al fine di fidelizzare l'utenza.

Il nuovo sito del Registro è stato pensato quindi allo scopo di essere all'avanguardia anche dal punto di vista della diffusione della notizia sia attraverso il posizionamento sui motori di ricerca, sia attraverso l'utilizzo dei Feed da parte degli aggregatori di notizie??

2.7 La redazione e il flusso delle informazioni

Una volta realizzato e pubblicato il nuovo sito è stato ipotizzato uno schema di funzionamento e di organizzazione interno tra le varie unità del Registro e del Gruppo di Lavoro al fine di mantenere sempre aggiornato il portale. Come primo passo dovrebbe essere istituita una redazione, composta da personale interno dell'Unità Relazioni Esterne, Media e Comunicazione, con il compito di redigere e aggiornare i testi tecnici, legali, amministrativi, informativi e divulgativi che il nuovo sito internet del Registro propone all'utenza.

La redazione è quindi centro principale di tutta l'attività di revisione dei testi e di divulgazione. La redazione riceve l'input di aggiornamento del sito e dei vari contenuti da parte di alcuni referenti nominati all'interno di ciascuna unità del Registro. I vari referenti dovrebbero avere un accesso privilegiato di scrittura delle informazioni qualora riguardino argomenti di interesse limitato ma che comunque dovrebbero sempre avere l'avallo da parte della redazione che cura il tono e lo stile della comunicazione. Modifiche e aggiornamenti importanti non potranno essere tuttavia eseguiti autonomamente dalla redazione ma occorrerà avere in questi specifici casi l'approvazione del Comitato di Gestione e della Direzione.

Ecco il diagramma di flusso del funzionamento a regime del nuovo sito che prevede la creazione di una redazione editoriale:

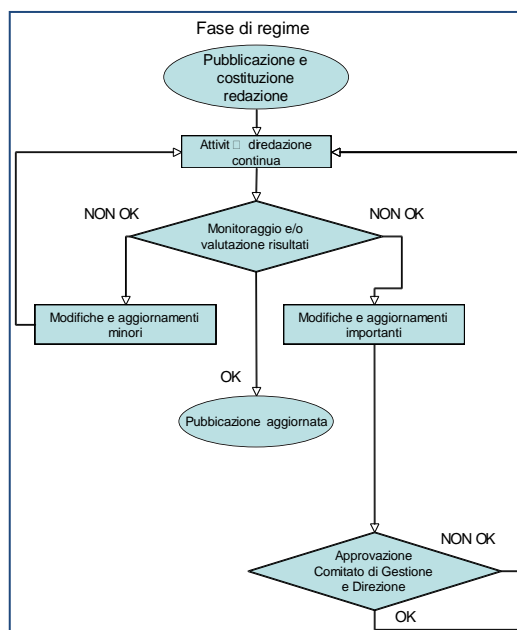


Figure 12 – Diagramma di flusso per la pubblicazione di contenuti

2.7.1 Piano delle responsabilità

Un sistema organizzativo e un flusso delle informazioni gerarchizzato comporta la strutturazione di responsabilità intrinseche all'interno delle varie unità. In particolare si prevede la possibilità di una redazione composta da quattro persone che hanno il compito di definire i contenuti generali e specifici sotto la guida di un responsabile di redazione, l'attuale capo ufficio stampa del Registro .it. Per quanto riguarda la parte tecnica, il Responsabile dell'Unità Sistemi invece supervisionerà l'attività di mantenimento software e hardware del sito internet che viene demandata a tre unità di personale tecnico informatico.

I vari referenti delle unità dovrebbero collaborare alla stesura dei contenuti e proporre notizie e informazioni da pubblicare sul sito sottoposti sempre al vaglio della redazione. Gli organi di direzione, infine, come il Comitato di Gestione e la Direzione verrebbero informati della definizione dei contenuti per decidere sulla pubblicazione finale di particolari contenuti ritenuti importanti per la definizione dell'immagine del Registro. Illustriamo la matrice delle responsabilità come sopra descritta:

ATTIVITÀ	PERSONE																			
	Coordinatore	Responsabile Redazione	Collaboratore redazione 1	Collaboratore redazione 2	Collaboratore redazione 3	Collaboratore redazione 4	Responsabile gruppo informativi	tecnico informatico 1	tecnico informatico 2	tecnico informatico 3	Organi direzione	Fonte contenuti Unità Sistemi	Fonte contenuti Unità Operazioni	Fonte contenuti Unità Contenzioso e aspetti legali	Fonte contenuti Unità Relazioni Internazionali e governance	Fonte comitato Amministrazione	Utenti interni epr II testing	Utenti esterni per II testing	Agenzia comunicazione	
	Unità Relazioni Esterne						Unità Sistemi													
Definizione contenuti	R	R									I									
Contenuti generali	R	R	C	C	C	C						C	C	C	C	C				
Contenuti specifici	R	R	C	C	C	C														
Testing interno	R	R					R				I							C		
Correttezza e comprensibilità contenuti																		C	I	
Navigazione																		C	C	
Stile e tono																		C	C	
Usabilità e accessibilità																		C	C	
Messa a punto navigazione e versione finale contenuti	R	R					R													
Correzione contenuti		R	C	C	C	C												I	I	
Verifica percorsi di navigazione		R	C	C														I	C	
Modifica percorsi di navigazione							R	C	C									I	I	
Eventuale perfezionamento usabilità e accessibilità										C								I	I	
Approvazione	R	R									D							I	I	
Nuovo testing interno e validazione finale	R	R					R				I							C		
Correttezza e comprensibilità contenuti	R	R	C	C	C	C												C	I	
Navigazione	R	R	C	C			R	C										C	C	
Stile e tono	R	R				C												C	C	
Usabilità e accessibilità	R	R					R			C								C	C	
Revisione finale completa e testing esterno	R	R					R				D								C	
Verifica contenuti	R	R	C	C	C	C					I							I	I	
Verifica navigazione	R	R	C	C			R	C			I							I	C	
Test esterno	R	R									I							I	C	
Approvazione	R	R									D								I	
Pubblicazione	R	R					R													
	LEGENDA R= È responsabile C= Collabora I= è informato D= Decide																			

Figure 13 – Matrice delle responsabilità

3 LA WEB ANALYSIS (statistiche di accesso)

Il nuovo sito internet del Registro ha a disposizione i dati aggregati relativi alle statistiche di accesso. Per l'anno 2009, (da febbraio al 31 dicembre) il numero di visitatori è stato di 660244 con una media di circa 3000 visitatori giornalieri.

I giorni della settimana di maggiore traffico sul sito sono il lunedì e il mercoledì. Durante il weekend si riscontra un calo superiore del 50% rispetto ai picchi dei primi giorni lavorativi della settimana.

Il traffico sul sito internet si concentra soprattutto negli orari lavorativi della mattina tra le 10 e le 12. Nelle ore del pomeriggio e dopo le 18 il numero di visitatori tende a diminuire drasticamente.

La messa online del nuovo sito ha determinato anche un maggiore "interesse" da parte degli spider⁸: nei mesi di settembre, ottobre e novembre 2009 sono infatti aumentati gli accessi totali aggregati (utenti e spider) fino a 6 milioni c.a di hits mensili sul sito internet.

Le aree più visitate del sito internet sono quelle relative al Whois e allo stato delle registrazioni dei domini .it. Le nuove pagine di informazione e di notizie hanno determinato un aumento di interesse da parte dei visitatori senza tuttavia diventare il "core" del nuovo sito internet che rimane ancora incentrato sui servizi informativi relativi ai database.

Le principali fonti di traffico sono quelle derivanti dalla digitazione diretta del nome del dominio sulla barra del browser per il 95% degli accessi. Il restante 5% avviene attraverso motori di ricerca e link provenienti dai siti internet dei Maintainer come Aruba.it e Tophost.it. I termini di ricerca, attraverso i motori, che conducono al sito internet Registro.it sono "dirette" e poco composte. Tra le prime 9 troviamo

- Whois
- Nic.it
- Domini
- Dominio
- Registro
- Lar
- .it
- Registrazione

⁸ è un software che analizza i contenuti di una rete (o di un database) in un modo metodico e automatizzato

4 STEP SUCCESSIVI

4.1 La gestione tecnica e la redazione del sito internet

Considerata la complessità del sito internet il gruppo di lavoro non poteva terminare la sua operatività dopo la messa online del portale.

E' stato necessario quindi formare una redazione, costituita da personale che fa parte dell'Unità Relazioni Esterne, Media e Comunicazione del Registro, in grado di fare un costante monitoraggio del sito soprattutto dal punto di vista degli aggiornamenti e delle notizie da pubblicare nei modi e negli stili previsti dal piano di comunicazione.

Il mantenimento e l'aggiornamento tecnico è demandato invece alla parte del gruppo di lavoro che fa capo all'Unità Sistemi. In particolare i tecnici si occupano di curare gli aspetti di hardware (mantenimento del server e aggiornamento) e di software tenendo il CMS Plone sempre aggiornato attraverso le ultime release oltre all'installazione di eventuali patches sviluppate per rendere più sicuro il sistema

La redazione, la gestione delle notizie e la possibilità di aggiornamento rappresentano le principali innovazioni del nuovo sito internet del Registro.

In quest'ottica vengono ipotizzati i successivi *step* che potrebbero potenziare il lavoro di divulgazione attraverso strumenti Web 2.0 da affiancare all'attuale sito:

- Il riconoscimento ufficiale, con un ordine di servizio, del “sistema redazionale” come visto nel paragrafo 3.5
- Creazione di un forum tecnico/legale che possa coadiuvare la divulgazione delle informazioni più tecniche verso gli operatori del settore
- Creazione di un blog che possa integrare il sistema di pubblicazione e di aggiornamento delle notizie previsto sul sito con un forte impatto sulla reputazione del Registro in Rete.

4.2 Il riconoscimento del “sistema redazionale”

Lo stato dell'arte in questo momento non prevede ancora un sistema redazionale già funzionante a pieno organico. Manca inoltre un riconoscimento ufficiale, con un eventuale ordine di servizio, da parte della Direzione e del Comitato di Gestione interno.

Il riconoscimento ufficiale rappresenta così una prospettiva importante per la creazione di una “sottounità” all'interno dell'Unità Relazioni Esterne, Media e Comunicazione al fine di rendere pienamente funzionante la fase di regime del nuovo sito e del piano delle responsabilità (v. par 3.5, 3.6).

4.3 Un forum tecnico/legale

Un importante strumento di comunicazione per il nuovo sito internet del Registro può essere la creazione di un forum indirizzato all'utenza più esperta. All'interno di questo “accessorio” dell'attuale sito si potrà creare una community indirizzata ai soggetti che lavorano quotidianamente con i domini .it come Maintainer/Registrar, Internet Service provider, agenzie grafiche, webmaster, agenzie di comunicazione.

Il forum dovrebbe avere lo scopo di fornire - da parte del Registro - assistenza tecnica sulle questioni più ricorrenti che riguardano le operazioni (sincrone e asincrone) dei domini .it e le questioni legali.

La redazione o uno staff creato appositamente avrebbe così il compito di comunicare direttamente con l'utenza specializzata valorizzando maggiormente gli aspetti di network e di *community building* che al momento risultano in una fase embrionale.

4.4 Un blog per la “Web reputation”

Una delle caratteristiche più importanti del Web 2.0 è quella della reputazione in Rete (“Web Reputation”). Attraverso le nuove tecnologie l’utente finale è invitato più volte a generare contenuti in Rete (User Generated Content) e a esprimere giudizi e/o opinioni su un prodotto o un particolare servizio.

Le nuove frontiere della comunicazione su Internet prevedono quindi la necessità di analizzare il cosiddetto “brusio” (Buzz) in relazione a un particolare fornitore di servizi o di prodotto. Anche nel caso del Registro .it si è riscontrata, nelle varie community online, la presenza di un “brusio” composto da commenti e opinioni di vario genere da parte dell’utenza finale e/o tecnica.

In questo ambito si rende necessario in primo luogo procedere a un’analisi delle opinioni sul Registro presenti in Rete, nella cosiddetta fase del “Web radaring”. In seguito si dovrà costituire la possibilità di intervenire direttamente nelle varie community per direzionare il c.d “brusio” verso una reputazione positiva.

Per ottenere quest’ultimo obiettivo è necessario che il nuovo sito internet del Registro si doti di un blog in grado di procedere al c.d. “feeding preventivo/informativo” al fine di intervenire nei vari aggregatori di notizie e nelle community per controllare, veicolare e migliorare la reputazione del Registro in rete.

5 Conclusioni

A circa un anno dalla sua pubblicazione, esaminando le statistiche relative al nuovo sito Web del Registro, si può notare che gli accessi sono cresciuti di 22.194.564 unità, collezionando 140.174 visitatori diversi in più. Tra le frasi più cercate compare oggi al quinto posto "Registro" e tra le URL più visitate ci sono la rivista Focus .it, recentemente proposta in home page, e la sezione "Crea e Modifica" .

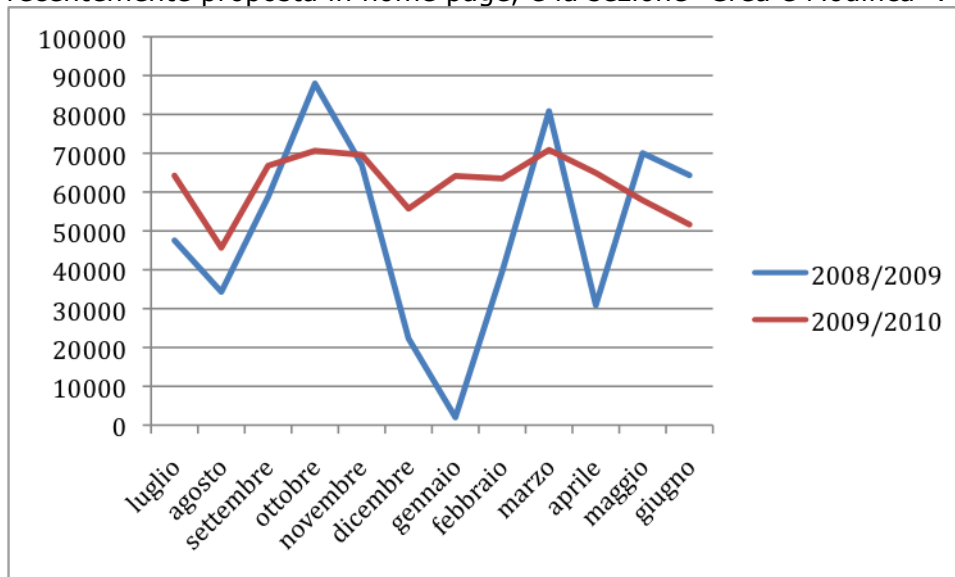


Figure 14 – Grafico visitatori diversi

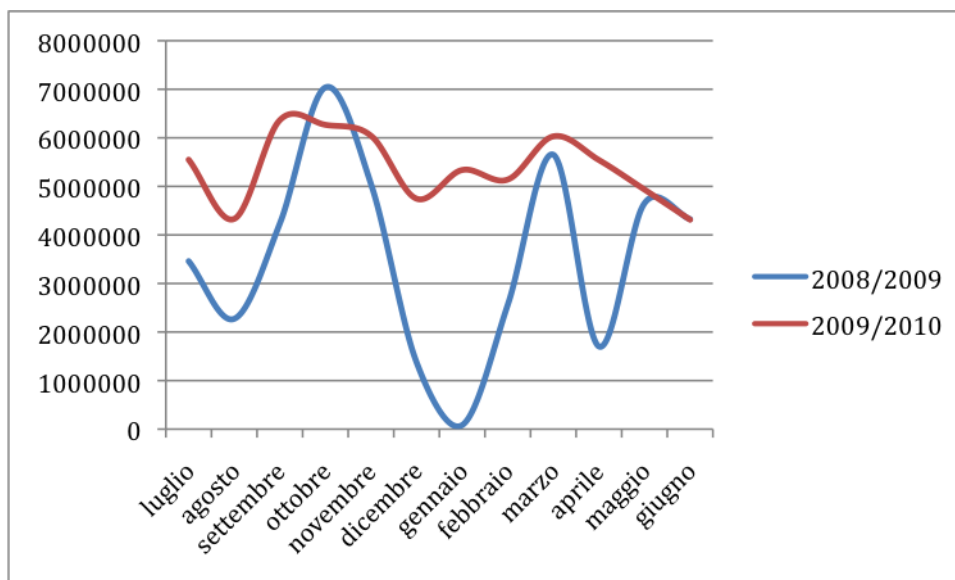


Figure 15 – Grafico numero di accessi

Tutte le novità introdotte hanno portato ad avere un pubblico di navigatori più costante e affezionato rispetto al passato (dove si assisteva a picchi di accessi e nuovi visitatori in concomitanza con l'introduzione di novità operative) in cerca di informazioni tecniche ma anche di notizie, eventi e attività del Registro. L'introduzione di tag, meta tag, title e Feed, la campagna di comunicazione e di informazione a supporto della campagna hanno fatto sì che oggi, cercando la parola "Registro" tramite un motore di ricerca, si ottenga come prima

occorrenza quella del sito web del Registro stesso che compare anche nelle occorrenze successive con le pagine di Wikipedia recentemente redatte e pubblicate a cura dell'Unità Relazioni Esterne, Media e Comunicazione.

Web Immagini Video Maps News Libri Gmail altro ▼

Google registro

Circa 126.000.000 risultati (0,33 secondi) [Ricerca avanzata](#)

Tutto
Immagini
Più contenuti

Nel Web
Pagine in italiano
Pagine da: Italia
Qualsiasi data
Ultime 24 ore

Visual. standard
Siti con immagini
Più strumenti

L'Aquila: si torna in Rete — Registro.it ☆
8 giu 2010 ... Network Information Center per l'Italia. Assegnazione di nomi a dominio ".it"; nel sito, tutte le informazioni per la registrazione.
[Whois - Stato delle registrazioni](#) - [Contatti](#) - [Crea e modifica .it](#)
[www.nic.it/](#) - [Copia cache](#) - [Simili](#)

Registro - Wikipedia ☆
Il termine **registro** può assumere diversi significati, tutti legati al significato originario della parola, che si riferisce alla scrittura formale e ...
[Etimologia](#) - [Registri pubblici](#) - [Registri privati](#) - [Elettronica](#)
[it.wikipedia.org/wiki/Registro](#) - [Copia cache](#) - [Simili](#)

Registro (informatica) - Wikipedia ☆
Nell'architettura dei calcolatori un **registro** (o **registro** del processore) è una piccola parte di memoria utilizzata per velocizzare l'esecuzione dei ...
[it.wikipedia.org/wiki/Registro_\(informatica\)](#) - [Copia cache](#) - [Simili](#)
[Mostra altri risultati da it.wikipedia.org](#)

Attualmente è in corso di somministrazione un questionario online - curato dalla società Pragma vincitrice con Light della gara europea per la campagna di comunicazione che provvederà anche alla elaborazione statistica dei risultati - volto a misurare il gradimento del nuovo sito web e a raccogliere suggerimenti per migliorare la navigazione, i contenuti e la fruibilità della nostra presenza online.

6 Bibliografia e Sitografia

- [1] <http://www.nic.it>
- [2] <http://www.plone.org>
- [3] Pietro Boccia, *Comunicazione e mass media*, Zanichelli, Bologna, 1999, ISBN 88-08-07357-2
- [4] Pietro Boccia, *Linguaggi e multimedialità*, SimoneScuola, Napoli 2004, ISBN 88-244-8707-6
- [5] Arielli Emanuele, Scotto Giovanni, *Conflitti e mediazione*, 2003, Milano, Bruno Mondadori.
- [6] Eco Umberto *Trattato di semiotica generale*, 1975, Milano, Bompiani, ISBN 8845200493
- [7] Schulz von Thun Friedemann, *Miteinander Reden*, 1981, Hamburg
- [8] Tr. it. *Parlare insieme*, 1997, Milano, TEA.
- [9] Watzlawick Paul, J.H. Beavin, D.D. Jackson, *Pragmatics of Human Communication*, 1967, New York, W.W. Norton
- [10] Tr. it.: *Pragmatica della Comunicazione Umana*, 1971, Roma, Astrolabio, ISBN 8834001427.
- [11] Marco Pacori *I Segreti della Comunicazione*, (ultima edizione) 2007, Milano, DVE Editore, Marco Villamira, *Inter Actio o dell'interazione tra sistemi*, FrancoAngeli, Milano, 2001, ISBN 88-464-1422-5
- [12] Mattia Miani, *Comunicazione pubblica e nuove tecnologie*. Il Mulino, 2005
- [13] Stefano Rolando, *Un Paese spiegabile*. Etas, 1998
- [14] Stefano Rolando, a cura di. *Teoria e tecniche della comunicazione pubblica*. II edizione, Etas, 2003
- [15] Stefano Rolando, a cura di. *La comunicazione di pubblica utilità*. volume 1 e 2, Franco Angeli, 2004
- [16] Amedeo Benedetti, *Manuale di sburocrazia. Il linguaggio burocratico italiano tra astrusità e comicità più o meno involontarie*, Genova, Aba Libri, 2008, ISBN 978886275000
- [17] Alessandrini G. (a cura di) , *Formazione e sviluppo organizzativo*, Carocci editore, Roma, 2005
- [18] Formez, Gelosi C. (a cura di), *La comunicazione istituzionale e la gestione delle risorse umane – quaderno n. 54* , Società tipografica romana, Roma, 2007
- [19] Nucci G., *La comunicazione interna nelle imprese private e nelle pubbliche amministrazioni – quaderni di desk*, Ucsi - Iusob, Napoli-Roma, 2006