

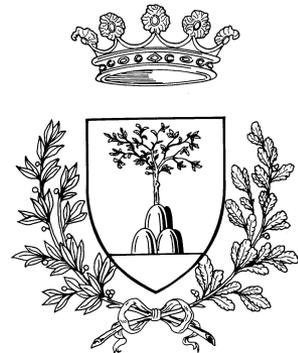
# Comunicare sul WEB

## Università degli Studi di Ferrara

**Stefano Marchetti** – stefano[AT]redturtle.net

**Irene Capatti** – irene.capatti[AT]redturtle.net

14 gennaio 2009



# Di cosa parliamo

- Premessa: il progetto Portale
  - Helpdesk
  - Comunicazione efficace
  - Obiettivi: struttura e contenuto di un sito Unife
  - Usabilità e Accessibilità
  - Comunicazione web: caratteristiche
  - Cosa NON fare
- 
-

# Bibliografia

Testi ed esempi sono tratti da:

- <http://www.unife.it/help/linee-guida>
- <http://www.unife.it/help/approfondimenti/web-writing/web-writing>
- **Introduzione ad Accessibilità e Usabilità**  
(slide a cura di Luca Tebaldi)

# Aiuti e documentazione

---

**Helpdesk**  
**Documentazione**  
**Linee guida**

---

---

# Helpdesk e tickets

Utilizzare sempre i

**tickets**

per inoltrare richieste e segnalazioni all'helpdesk

- **N.B.**

→ **non inviare email** a [helpdesk@unife.it](mailto:helpdesk@unife.it)

Contattare il Portale tramite [helpdesk.unife.it](http://helpdesk.unife.it)

---

---

# Helpdesk e tickets

- Nel ticket va specificato il **sito o pagina web** cui si riferiscono le osservazioni o domande, indicando la **url della pagina** cui la richiesta si riferisce

# Helpdesk e tickets

## Contattare sempre l'helpdesk per:

- **modifiche** al sito nelle aree non di propria competenza (footer, testata, colonne laterali dell'area ateneo e area studiare)
  - **nomi** uffici, descrizione delle **attività degli uffici** nella sezione Uffici di ateneo
  - cambi, aggiunte, eliminazioni di **referenti** o **redattori** web → le richieste relative i permessi da assegnare a eventuali redattori **devono pervenire dal referente del sito**
- 
-

# Helpdesk e tickets

- messa online di **nuovi siti o cartelle** che vanno a sostituire vecchie pagine e che potrebbero essere linkate anche in altre aree del portale

# Referenti

**Vanno invece inoltrate ai REFERENTI le richieste relative a:**

- **segnalazioni** relative a specifiche pagine web  
→ se il referente di un sito A **modifica la url** di una pagina linkata anche da un sito B, allora il referente A dovrà avvertire il referente B  
Es. la relazione sulla didattica che è nelle facoltà, così come i rappresentanti degli studenti, sono linkate dai rispettivi corsi di laurea

È disponibile una **lista dei referenti e redattori web**:  
<http://www.unife.it/comunicazione/portale-unife/materiali-redattori-web/liste-redattori>

# Avvisi

Nella sezione **AVVISI**

<http://www.unife.it/help/avvisi>

si possono consultare tutte le comunicazioni inviate ai referenti dei siti tramite **mailing list** [referenti@unife.it](mailto:referenti@unife.it)

# Documentazione

Sul portale Unife è disponibile una completa documentazione con gli argomenti trattati oggi

<http://www.unife.it/help>

- **Manuale pratico** → istruzioni operative nel dettaglio + good practice
  - **Prodotti aggiuntivi**
- 
-

# Linee guida

Attenersi sempre alle **linee guida** fornite

<http://www.unife.it/help/linee-guida>

- Relative a organizzazione, normative, comunicazione, menù e home page
  - Rispettare le indicazioni per la struttura del menu, l'organizzazione dei contenuti e della navigazione, ecc. ...
- 
-

# Comunicare sul WEB

---

**COMUNICAZIONE** efficace

---

---

# Comunicazione efficace

- Una comunicazione è efficace quando **l'utente ottiene le informazioni** che sta cercando
  - Una **comunicazione efficace** si costruisce:
    - Con un **messaggio chiaro**
    - In un **contesto** adeguato
    - Avendo le idee chiare **prima di cominciare** su **cosa comunicare e a chi**
    - Tenendo conto del mezzo utilizzato, in questo caso **IL WEB**
- 
-

# Comunicazione efficace

- Non pubblicare sul sito qualunque **documento** di pertinenza dell'ufficio → chiedersi piuttosto se questo può **interessare** o meno un utente

# Prima di cominciare

---

**COSA e COME** comunicare

---

---

# Obiettivi

## **OBIETTIVO di un sito web:**

- Soddisfare le esigenze del **mittente** della comunicazione
  - Soddisfare le **richieste** e le **esigenze** di informazione dei destinatari/visitatori delle pagine web
- 
-

# Prima di cominciare

Identificare i propri **obiettivi**:

- Definire chiaramente **cosa** si vuole comunicare
  - Definire a chi si comunica/chi sono i **destinatari** della comunicazione
  - Riassumere in poche frasi gli **obiettivi del sito**
- 
-

# Prima di cominciare

- Quando si progetta il **contenuto informativo** di un sito, bisogna **classificare le informazioni** in base alla loro importanza in certi contesti
  - Capita che le informazione presenti sul sito siano poste in **contesti** che non ne consentono l'agevole ricerca da parte del visitatore, il quale può **ritenere che non vi siano**, arrivando persino ad **interrompere la visita**
- 
-

# La struttura

Dall'analisi degli obiettivi si arriva a definire una **struttura** per il sito

- Verificare nelle linee guida quale **modello di navigazione** utilizzare  
<http://www.unife.it/help/linee-guida/menu/menu-di-navigazione>
- Per la maggior parte degli uffici, di solito l'obiettivo è **evidenziare**: personale/staff, i servizi, eventuali normative, eventuale modulistica, avvisi

# La struttura

## MENU

- Nel sito sono visibili solo le voci di **primo livello**
  - Le **voci indicate nelle linee guida** devono essere tutte presenti e non possono essere eliminate
  - Se si è responsabili dell'intero sito si possono **aggiungere ulteriori voci** di menu al primo livello, dopo aver verificato che non è possibile farle rientrare nelle voci già previste
- 
-

# La struttura

## MENU

- Le voci del menù, quando possibile, devono essere **brevi e sintetiche**
  - Cercare il più possibile di far rientrare le voci dentro quelle fissate inizialmente
  - Per voci molto importanti, ma che sono *annidate* in secondo o terzo livello, si può **utilizzare anche la Home page**
- 
-

# Esempio di home page



**STUDIARE  
A UNIFE**

contatti telefono-email cerca A A A

login redattori

Home

Offerta formativa

Valutazione corsi di  
laurea

Tasse, agevolazioni e  
forme di sostegno

Immatricolazioni,  
iscrizioni e carriera

Servizi per te

Unife International

Unife lavoro

Spazio studenti

Tempo libero

## Studiare a Unife



Dall'immatricolazione alla laurea, le principali procedure che ogni studente deve compiere, gli aiuti che può ricevere, una guida completa sul modo migliore per vivere e utilizzare il proprio tempo a Ferrara

### Pagine più visitate

1. [Orientamento](#)
2. [Corsi di studio](#)
3. [Immatricolazioni e iscrizioni](#)
4. [Segreterie studenti](#)
5. [Piani di studio e corsi a scelta](#)
6. [Scadenze](#)
7. [Area riservata studente](#)
8. [myDesk@unife](#)

### ultime notizie

 Nuovi orari  
ricevimento ufficio  
Scuole  
specializzazione ed  
esami di stato  
02/01/2009

 Calendario  
sessione straordinaria  
lauree Lettere e  
Filosofia  
01/12/2008

 Premio di laurea  
G. E. Zanetti a.a.  
2008/2009  
24/11/2008

 Premio di studio M.  
Carantoni a.a.  
2006/2007  
24/11/2008

[Altre notizie](#)

# La struttura

## N.B.

- Questo NON significa riempire la Home page di tutto ciò che viene in mente
  - **valutare** bene quali voci inserire
  - fare delle **scelte**
  - per **avvisi** sfruttare la bacheca notizie

# La struttura

## Esempio di menu di facoltà con voci in eccesso



- Home
- Facoltà'
- Orientamento
- Offerta formativa
- Studenti
- Facoltà ed Imprese
- Concorsi
- Domanda di partecipazione Premio Ravalli 2008-09
- Ricerca
- Link utili
- VALUTAZIONE DIDATTICA PER CDL A.A. 2005-2006
- VALUTAZIONE DIDATTICA PER CDL A.A. 2006-2007

### Menù facoltà

- Facoltà -> Voce che diventerà Organizzazione
- Orientamento
- Offerta formativa
- Studenti
- **Facoltà e imprese (eventuale)**
- Avvisi\*
- Eventi\*

\* Una di queste due voci, o entrambe, può essere sostituita dalla bacheca a dx

# La struttura

## HOME PAGE

Entrando in un sito, l'utente:

- deve capire subito **di cosa si parla**
- deve capire **chi parla**

Fornire **identità** e **orientamento** sono dunque le due funzionalità principali dell'homepage

---

---

# La struttura

Esempio  
da  
evitare...

LICEO CLASSICO STATALE  
"L. ARIOSTO" - FERRARA



*Fondato il 3 dicembre 1860*

Best viewed with  
  
screen size 1024 x 768

ENTRA

ShinySt  
1257  
accesi dal 27/10/20

# I contenuti

Passare in rassegna i **contenuti** da inserire nei siti:

- pensare a quale è la forma migliore per metterli sul web → scegliere il **tipo di oggetto/documento più adatto** (form, pdf, pagina...)

# I contenuti

- **mai ripetere o copiare pagine** e parti di contenuto → le informazioni già presenti in altre pagine del portale, realizzate dagli uffici o strutture competenti e responsabili di tali informazioni e del loro aggiornamento, vanno **linkate** o indicate come **documenti correlati**  
→ In caso si notino discrepanze o si tratti di informazioni non aggiornate, **contattare l'ufficio/ struttura o il suo referente web**
- 
-

# I contenuti

- I link alle **pagine docenti** saranno solitamente di questo tipo <http://docente.unife.it/nome.cognome> (verificare sul sito <http://docente.unife.it>)
  - Non dimenticare che si sta lavorando in un **PORTALE** → **gestione centralizzata** delle informazioni
  - In caso di necessità (elaborazione di file, immagini...) contattare il proprio **tecnico di plesso**
- 
-

## Usabilità e Accessibilità

---

---

# Usabilità

Definisce il **grado di facilità e soddisfazione** con cui l'interazione uomo-strumento si compie

- **Ridurre il tempo** per completare i compiti → trovare l'informazione, iscriversi ad un servizio...
  - **Ridurre il numero di errori commessi** → evitare il back, evitare di cliccare in punti sbagliati...
- 
-

# Usabilità

- **Ridurre il tempo di apprendimento** → capire dove andare, cosa si può e non può fare...
  - **Migliorare la soddisfazione degli utenti con il sistema** → ad esempio con l'impressione di avere a disposizione proprio le funzionalità che servono, suggerimenti, ecc.
  - È una caratteristica del progetto ma in parte compete anche ai redattori
- 
-

# Accessibilità

L'abilità di garantire che dei **servizi siano disponibili** anche a chi, a causa di **disabilità**, necessita di **tecnologie assistive** o configurazioni particolari

- È **definita** in fase di sviluppo
  - Va **mantenuta** in fase redazionale
- 
-

# Legge Stanca

In Italia la **Legge Stanca** definisce quali **requisiti di accessibilità** deve soddisfare il sito.

Alcune regole da rispettare:

- Specificare sempre il **testo alternativo** per le immagini e tutti gli oggetti non testuali
- **Non veicolare informazioni tramite colore** (mai scrivere “*clicca sul link rosso*” o “*gli elementi in verde indicano...*”)

# Legge Stanca

- **Non usare animazioni** o scritte lampeggianti → no alle immagini in movimento!
  - **Usare testi significativi per i link** → non usare “*clicca qui*” o “*per la presentazione clicca qui*”
  - Evitare **testi in forma di immagine**
- 
-

## **Redazione** dei contenuti

---

---

# Lavorare sul web

Quando si progetta per lo schermo occorre tenere presente quali sono le **principali differenze rispetto alla carta stampata**:

- Il video ha una forma **orizzontale**, mentre la carta è solitamente posizionata in verticale
- Lo schermo è una **sorgente di luce**, al contrario della carta che la riflette → condiziona molto i **colori** che si possono usare, i **font** e la loro **dimensione**

# Leggere sul web

- La **lettura su schermo** è più faticosa per gli occhi e di circa il **25% più lenta**
  - Secondo Jacob Nielsen il **79% degli utenti-lettori del web non legge il testo parola per parola**, ma si limita a scorrerlo
  - Il lettore dedica il proprio prezioso tempo solo a **ciò che davvero lo interessa**
- 
-

# Organizzazione dei contenuti

- L'**organizzazione dei contenuti** deve rispettare l'esigenza del lettore che vuole cogliere a **colpo d'occhio** i contenuti della pagina per scoprire subito se lo interessano
  - Si parte dal **concetto principale** per poi **scendere via via nei dettagli**
  - Il concetto principale va collocato nelle **posizioni** su cui l'attenzione dell'utente-lettore cade prima
- 
-

# Stesura dei testi

Chi scrive sul web deve aumentare al massimo la leggibilità del testo:

- **Limitare la lunghezza** del testo
  - **Evitare lo scroll**  
non costituire pagine eccessivamente lunghe: la parte sotto rischia di non essere vista per nulla!
  - Usare **periodi semplici e brevi**  
un solo tema per ogni paragrafo
- 
-

# Stesura dei testi

- **Strutturare la pagina** con titoli, paragrafi, grassetto ed elenchi puntati
  - Costruire **pagine autosufficienti** sul web, il contesto di riferimento è la pagina corrente → evitare espressioni come: “si è precedentemente visto/detto”...
  - Non ricorrere eccessivamente a maiuscolo, corsivo, passivo, negazioni, sottolineati → ostacolano e rallentano la lettura web
- 
-

# Stesura dei testi

## **Semplicità, chiarezza, pertinenza del testo**

- Sono necessarie tutte le informazioni riportate?
  - È possibile eliminare qualche dettaglio, delle frasi, delle intere sezioni?
  - Il linguaggio può essere ulteriormente semplificato?
- 
-

# Stesura dei testi

## Correttezza ortografica e grammaticale

- **Grammatica, ortografia**, punteggiatura, sintassi devono essere corrette
- Errori di questo tipo minano l'autorevolezza dei testi e del sito perché comunicano sciatteria
  - rivedere i contenuti già presenti nel portale

# Alcuni esempi

## Passivo/attivo

- La palla viene colpita dal battitore
- **Il battitore colpisce la palla**

# Alcuni esempi

## Positivo/negativo

- L'interruttore non è spento
- **L'interruttore è acceso**

# Alcuni esempi

## Maiuscolo/alto basso

- L'UNIVERSITÀ DI FERRARA È UNA DELLE PIÙ ANTICHE D'ITALIA: VENNE FONDATA...
  - **L'Università di Ferrara è una delle più antiche d'Italia: venne fondata...**
- 
-

# Alcuni esempi

## Corsivo/normale

- *L'Università di Ferrara è una delle più antiche d'Italia: venne fondata...*
  - **L'Università di Ferrara è una delle più antiche d'Italia: venne fondata...**
- 
-

# Alcuni esempi

## Linguaggio tecnico-burocratico / semplice

- La stesura consiste nello sviluppo e nella concatenazione degli argomenti emersi in fase creativa secondo l'ordine stabilito in fase organizzativa
  - **La stesura è la trattazione degli argomenti che sono stati definiti nella progettazione del sito**
- 
-

# Presentazione dei contenuti

- **Suddividere il testo in paragrafi:** è il paragrafo, non il capitolo l'unità di misura di un testo sul Web
  - **Spaziatura tra paragrafi:** dividere il testo in tanti piccoli blocchi e distanziarli → sarà più facile leggerli e comprenderli
  - **Ridurre del 50% il numero di parole** di un paragrafo, rispetto al numero di parole che si sarebbe utilizzato su carta
  - **Mettere in evidenza** le parole significative
- 
-

# Presentazione dei contenuti



**portomaggiore**  
on line

sito istituzionale del  
comune di Portomaggiore



Piazza Umberto I n.5  
44035 Portomaggiore(Fe)  
Tel. 0532/323011  
Fax. 0532/323012  
P.IVA 00292080399  
(Art. 32, C 1°, DPR 430/72)

Home

il comune

il cittadino

i servizi

la città

comune informa

progetti

Forum

Link



cerca

## Il comune

- organi istituzionali
- organigramma
- regolamenti
- statuto
- delibere
- scrivi a...
- uffici comunali

## I servizi

- service point
- sportello unico
- attività produttive
- attestazioni isee
- servizi sociali
- immigrati
- hera-acosea
- area e cogas
- secif
- ambiente

## Progetti

- portoinforma
- piano di zona
- agenda 21
- parco ed. stradale
- portoincampo
- psc associato
- partecipa.net
- pedibus

## News

05/04/2007 Autore: segreteria

### UN INCENTIVO PER I CITTADINI VIRTUOSI

Area s.p.a. la società che ha in gestione per il Comune di Portomaggiore il servizio di igiene ambientale al fine di incentivare la raccolta....

05/04/2007 Autore: admin

### DA OGGI CAMBIA LA NUMERAZIONE DEL COMUNE

L'Amministrazione Comunale informa tutti i Cittadini che da oggi è cambiata la numerazione telefonica degli uffici comunali in modo tale da semplificarla il più possibile....

05/04/2007 Autore: segreteria

### INTERVENTI ALLA PUBBLICA ILLUMINAZIONE

Sono iniziati sul territorio portuense i lavori per sostituire le lampade a vapore di mercurio, attualmente in uso nella pubblica illuminazi...

04/04/2007 Autore: segreteria

### VARIAZIONE NUMERI TELEFONICI

Per facilitare le comunicazioni dei cittadini con tutte le sedi comunali a partire da venerdì 6 aprile 2007 i numeri telefonici degli uffici....

03/04/2007 Autore: segreteria

### ELENCO DATI DEI REDDITI DELLE PARCELLE DI TERRENO CATASTALI

Il Comune di Portomaggiore informa che a partire dal 03/04/2007 fino al 01/06/2007 compreso, sono in pubblicazione presso l'Albo pretorio gli...

02/04/2007 Autore: admin

### LA SALUTE IN MOSTRA

Dopo l'esposizione in Piazza Municipale a Ferrara nell'estate 2006, le quattro mostre sulla salute curate e realizzate dall'AUSL di Ferrara denominate "La salute in mostra", vengono ospitate da diversi comuni della provincia....

[archivio news](#)

## Bandi e Concorsi

04/04/2007 Autore: admin

### BANDO DI SELEZIONE PUBBLICA PER ESAMI PER LA FORMAZIONE DI UNA GRADUATORIA PER ASSUNZIONI A

## il cittadino

- guida ai servizi
- modulistica
- cosa fare per...

## Comune Informa

- documenti in deposito
- apportoaggiore
- odg consiglio

## Viabilità

Attualmente nessun evento

- viabilità e territorio
- archivio lavori in corso

## Eventi

02/04/2007 Autore: admin

### LA SALUTE IN MOSTRA

Data scadenza: 26/04/2007

30/10/2006 Autore: admin

### NUOVA EDIZIONE DE "I

### CONCERTI AL

### CONCORDIA"

Data scadenza: 15/04/2007

27/04/2006 Autore: admin

### I FADIENTI E IL LORO

### SEPOLCRETO

Data scadenza: 30/05/2007

[archivio eventi](#)

## Area Master

USERNAME

# Presentazione dei contenuti

## L'identità formativa del Liceo Ariosto



L'istituzione a Ferrara di un Regio Liceo statale avviene il 2 dicembre 1860 a seguito delle disposizioni ministeriali sulla costituzione dei licei nelle province dell'Emilia.

Il giorno dopo, sette professori e trentacinque studenti iniziavano il primo anno scolastico 1860/61. Come sede viene scelto il piano terreno dell'austero edificio in via Borgoleoni dove avevano fatto scuola i Gesuiti fin dal 1551. Rispetto alla città l'ubicazione è centrale al punto che "l'entrata e l'uscita degli allievi saranno regolate secondo l'ora indicata e suonata dall'orologio del Castello".

Nel 1865, il Liceo di Ferrara assunse il nome "dell'autore del Furioso", che rappresenta la gloria maggiore della città.

Nelle intenzioni ministeriali, l'istruzione liceale era indirizzata ai figli del ceto medio, che si sarebbero avviati alle libere professioni e avrebbero occupato posizioni di responsabilità nella società e nell'amministrazione del nuovo Stato. Aveva perciò come principale obiettivo la preparazione della classe dirigente attraverso una selezione fondata sulla formazione umanistica e classica. I primi allievi del Liceo di Ferrara, infatti, appartenevano tutti a famiglie del ceto agrario, delle professioni e del commercio.

Per tutto l'Ottocento e fino ai primi anni del Novecento, il Liceo aveva solo tre classi e un numero di studenti che non superava le settanta unità. Molto scarsa la presenza femminile: solo cinque studentesse conseguono la Licenza Liceale nei primi quarant'anni del Liceo e, ancora fino al 1925, la percentuale delle allieve risulta inferiore al dieci per cento degli iscritti.

Dopo un inizio non privo di difficoltà, soprattutto a causa del poco funzionale edificio scolastico, il Liceo cominciò ad avere un'attività scolastica di buon livello anche grazie ad un corpo docente di qualità culturali e professionali non comuni. Anche tra gli allievi che hanno studiato sui banchi del Liceo, sono frequenti i nomi diventati famosi: è il caso dello scrittore Giorgio Bassani e del regista Michelangelo Antonioni.

Dal secondo Novecento e, soprattutto a partire dai primi anni '60, il clima culturale ed il dibattito interno al Liceo rispondono alle esigenze di innovazione che provengono dalla società: ad esempio la riforma della scuola media unificata, nell'a.s. 1963/64, sollecita i docenti ad una riflessione sulla nuova funzione formativa del Liceo.

La partecipazione di genitori e studenti al dialogo educativo viene favorita e dal confronto fra le varie componenti scaturisce lo "Statuto e regolamento della comunità studentesca Ariosto", presentato all'approvazione del Collegio dei docenti nel febbraio 1968.

Principi fondamentali del documento sono l'apprendimento dei metodi della partecipazione democratica e la concezione della scuola come comunità in stretto rapporto con il mondo sociale e civile. Proprio in questi anni l'identità formativa del Liceo si trasforma e assume le nuove caratteristiche che conserva anche oggi.

In altre parole si può dire che il Liceo Ariosto nasce una seconda volta, infatti nel 1974 si fa promotore di nuovi percorsi formativi, che prendono il nome di "sperimentazione": gli indirizzi sperimentali sono il classico, il letterario-moderno, il linguistico, scienze umane e sociali.

Il Decreto Delegato n. 419/74 apriva allora la strada ai progetti curriculari sperimentali elaborati dal Collegio dei docenti, con i quali, in assenza di un provvedimento legislativo di riforma della scuola secondaria, si esprimeva concretamente la partecipazione della committenza locale ai processi generali di cambiamento dell'istruzione. I docenti dell'Ariosto dimostrano una visione strategica del ruolo della scuola e del suo rapporto con le trasformazioni della società e si rendono disponibili a rivedere la propria preparazione professionale, ad aprirsi alla pratica della collegialità e a ripensare il ruolo sociale della funzione docente.

Il Liceo intraprende la strada del rinnovamento e cerca di conciliare la migliore tradizione culturale dell'istituto con le esigenze di una società democratica che chiedeva la piena scolarità insieme alla qualità dei processi di istruzione.

L'utenza si allarga e, per effetto dell'innovazione didattica il numero delle classi cresce di anno in anno (cfr. la tabella delle iscrizioni degli studenti dal 1947 al 2001).

Nel 1976 viene inaugurata la nuova sede del Liceo: essa realizza, proprio nel cuore della Ferrara rinascimentale, un ambiente scolastico nel quale avanzati concetti architettonici sanno interpretare le nuove esigenze della formazione scolastica.

Negli anni seguenti la sperimentazione rappresenta sempre più un fondamentale spazio di ricerca e un laboratorio di strategie didattiche, cui gli insegnanti del Liceo si dedicano sottoponendo a periodica verifica il progetto complessivo ed aggiornando la proposta metodologica.

Il Liceo segue con attenzione il lavoro della Commissione Ministeriale che, dal 1980, sottopone a revisione i profili degli indirizzi di studio e attiva nel 1991 l'indirizzo classico Brocca, seguito nel 1992 da quello linguistico e da quello scientifico. Con lo stesso spirito il Liceo partecipa nel 1995, assieme ad altri quattro istituti al "Progetto Proteo" coordinato dalla Direzione classica del Ministero: i docenti delle cinque scuole sono stati coinvolti direttamente nella formulazione degli obiettivi e nella costruzione dei curricula e dei programmi della disciplina.

# Presentazione dei contenuti

## Merging the art & science of design

### DISCOVER

---

We begin each project with extensive research and evaluation to ensure the vision and objectives are clearly outlined. The ideas and conclusions generated from this analytical process serve as the fundamental building blocks in helping plan and create new businesses, services and applications. We work closely with our clients to ensure a successful roadmap is in place as we embark on each project.

### DESIGN

---

For us, the design process is an expression of all the relevant information, research and requirements gathered for the project. The success of our work is not only in making our clients and their stories visually appealing but also in achieving the stated project goals and business objectives established from the beginning.

Whether the task at hand is branding, information design or interface design, we apply a consistent and rigorous design approach to obtain the best results for our clients. Our design



# Presentazione dei contenuti

- **Scrivere per liste** → aumenta la **leggibilità** della pagina
  - **Titoli significativi** → aiutano ad orientare l'utente
  - Sempre **allineato a sinistra** → è il meno pesante per la vista
  - Non abusare del maiuscolo
- 
-

# Presentazione dei contenuti

## FEXPO, la vetrina on-line delle imprese import-export della provincia di Ferrara



Ultima modifica 31/10/2008 09:27

**La Camera di Commercio di Ferrara renderà presto disponibile sul proprio sito una banca dati dedicata alle aziende ferraresi che operano con mercati esteri.**

**FEXPO** rappresenta per le imprese una porta di accesso privilegiata per descrivere la propria attività e monitorare le opportunità di sviluppo offerte dai mercati internazionali.



Logo FEXPO

La Camera di Commercio realizzerà **gratuitamente** una pagina web per le aziende contenente le informazioni su attività, linee di prodotto, reti di vendita, certificazioni, che ciascuna di esse vorrà rendere note a potenziali clienti.

### Ulteriori vantaggi

Alle imprese che si iscriveranno, la Camera di Commercio offrirà:

- **sei consulenze specialistiche**, prestate da importanti esperti in materia di internazionalizzazione, attraverso la piattaforma  [www.infoexport.it](http://www.infoexport.it);
- **l'iscrizione a Newsmercati**, *newsletter* del sistema camerale per l'internazionalizzazione;
- **due rapporti commerciali** informativi sull'affidabilità delle imprese italiane o estere.

# Presentazione dei contenuti

- Ogni testo che abbia **importanza** o **rilievo** deve far capire **a colpo d'occhio** il senso di tutta la sezione a cui fa riferimento
  - Non sottovalutare l'importanza che assumono nell'ambito della schermata **titoli, abstract e trafiletti**
- 
-

# Presentazione dei contenuti

## e bomb kills 9 U.S. soldiers in Iraq

### STORY HIGHLIGHTS

- Suicide car bomb also wounds 20 U.S. soldiers and 1 Iraqi civilian
- Iraqi protesters say security walls promote sectarian divide
- Walls are temporary security enhancements, U.S. military says
- Suicide car bomber near Mosul targets Kurdish political office

Adjust font size:  

**BAGHDAD, Iraq** (CNN) -- Nine U.S. soldiers were killed Monday when a suicide car bomb struck near their patrol base in Diyala province, the U.S. military said in a statement.

Twenty other U.S. soldiers and one Iraqi civilian were wounded in the attack, the statement said.

In a separate incident, the military reported a U.S. soldier was killed in Muqtadya, northeast of Baghdad, by a roadside bomb.

Muqtadya is a city in Diyala province located about 25 miles (40 kilometers) northeast of the provincial capital of Baquba.

- Also Monday, a suicide car bomber targeted a gathering of police vehicles in Baquba, killing six police officers, including a police general, a Diyala province police official said.

# Presentazione dei contenuti



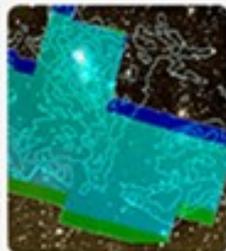
## Science

Make your next discovery on a Mac. 

### Science + Computing = Innovation

The Harvard Initiative in Innovative Computing (IIC) brings scientists together to discover new approaches for solving disparate problems with common threads.

[Read story](#) 



### High-Def Endoscopy

With high-def endoscopy, Physicians at the Veterans Affairs Hospital in Palo Alto improve diagnosis of early cancer lesions.



### Understanding the Human Heart

Doctors at the VCU Medical Center see the heart in motion — even if they're thousands of miles away.

## Small Business

No IT department required. 

### What Happens in Vegas Stays on her Mac

In Las Vegas, high-stakes showdowns don't just take place on the gaming tables. Attorney Renée Mancino recently prevailed in a \$2.5 million dollar Las Vegas construction dispute by keeping a confident lowkey cool. She claims that winning wasn't due to luck, but to the way she organizes her cases — and her entire home-based law practice runs on a Mac.



### Fresh Brewed Marketing

Sustainable Harvest, a leading importer of organic coffee, puts the focus on fair trade with iWork and iLife.

-  **Business Events at Apple Retail Stores** Learn how people are using Apple and 3rd party technology in their businesses.
-  **Mac & PC Compatibility** Not only does Microsoft Office run on the Mac, but Macs plug in to any network — seamlessly.

## Seminars & Training

### Windows to Mac

Quick tips and hints on moving from a Windows-based machine to the Mac. Learn how to get up and running on a Mac right out of the box, share files and printers between a PC and a Mac, and integrate a Mac into a typical office workgroup network.

### Brand your business better with a Mac

Learn how your small business can gain an edge with iLife and iWork. You'll be amazed how easy it is to create professional-looking movies, websites, podcasts, presentations, newsletters, photos, and more on a Mac.

### Accounting on the Mac

Learn about accounting solutions on the Mac, and how easy it is to exchange data and files between Macs and PCs.

### Aperture: Streamline your workflow after the shoot

Aperture brings the digital photography revolution to post-production. It's the first all-in-one post-production tool for professional photographers.

### Accelerate your video production

In the world of video production, time is money. You want to deliver ahead of schedule and astound your clients. So how can you realize your cinematic vision in record time?

### Your guitar. Your music. Your Mac.

Apple brings the digital music revolution to

# Presentazione dei contenuti



Unione delle Camere di commercio dell'Emilia-Romagna

| [Home Page](#) | [Unioncamere](#) | [Comunicazione](#) | [Imprese](#) | [Progetti](#) | [Dati e Studi](#) |

## Attività Istituzionale

### [Unioncamere](#)

#### L'Istituzione

[Cos'è e cosa fa Unioncamere](#)

[Organi sociali e personale](#)

[FAQ - domande frequenti](#)

#### Attività di sistema

[Progetto Network Cciao E.R.](#)

[Altro sul Sistema camerale...](#)

#### Relazioni esterne

[Protocolli, programmi...](#)

#### Pubblicazioni

[Bilancio sociale](#)

[Rapporto attività delle Cciao](#)

[Altre pubblicazioni...](#)

[Altro sull'attività istituzionale...](#)

## Da quarant'anni in rete per lo sviluppo dell'economia regionale. 1965 - 2005



Unioncamere Emilia-Romagna celebra i 40 anni dalla sua costituzione con una pubblicazione che riassume le tappe del percorso compiuto, ne traccia un bilancio e si proietta verso gli obiettivi futuri.

Il [Comunicato Stampa](#).

Il volume può essere scaricato in formato .pdf.

Da quasi mezzo secolo, l'Associazione regionale promuove iniziative e coordina l'attività delle singole Camere di commercio. Promozione delle infrastrutture e del turismo, monitoraggio delle economie locali e degli interventi pubblici, supporto intersettoriale ai Consorzi fidi e assistenza alle imprese per l'internazionalizzazione: queste alcune delle linee di lavoro, altre si sono avvicinate nel corso degli anni, portate avanti da Unioncamere fin dall'inizio e intorno alle quali, oggi, resta l'impegno per affrontare sfide competitive sempre più complesse.

"E' un momento importante non solo per riflettere sulla nostra storia - sottolinea il Presidente Andrea Zanlari - ma soprattutto per individuare le nuove frontiere di intervento".

Il volume monografico presentato riassume, a grandi linee, le tappe del percorso compiuto dall'Unione e dal sistema camerale dell'Emilia-Romagna, traccia un primo bilancio e si proietta verso gli obiettivi da raggiungere nei prossimi anni a sostegno dell'economia del territorio. "Mettere a disposizione degli addetti ai lavori una "cassetta degli attrezzi", un utile strumento in ambedue le direzioni - precisa il Segretario Generale di Unioncamere, Ugo Girardi che ha coordinato il volume - è la finalità perseguita dal gruppo di lavoro dell'Unione regionale che ha curato questa pubblicazione."

La monografia è costituita da due parti. Nella prima, attraverso le interviste ai nove Presidenti in carica delle Camere di commercio, vengono proiettate al futuro le strategie e le politiche di rete delle Camere per promuovere la competitività e la crescita dell'economia regionale. Il contributo del Presidente di Unioncamere italiana, Carlo Sangalli, inquadra le attività delle Unioni regionali all'interno degli indirizzi nazionali del sistema, mentre il Presidente della Regione Emilia-Romagna, Vasco Errani, esplora le potenzialità dell'apporto degli Enti camerali a fronte delle linee di intervento e del programma di legislatura della Regione per lo sviluppo economico, alla luce del riconoscimento, nel nuovo Statuto, del ruolo delle autonomie funzionali.

Nella seconda, trovano spazio scritti, articoli e documenti significativi che consentono di delineare sinteticamente i passaggi salienti che hanno caratterizzato la vita dell'Unione regionale. Gli interventi, appositamente predisposti per l'occasione da Mario Bertolini, Ugo Girardi e Luigi Litardi, tendono a ricostruire la genesi e il potenziamento dell'unità associativa delle Camere, finalizzata ad una più integrata azione di promozione delle economie locali. Vengono poi ripubblicati alcuni testi dei Presidenti (da Stagni a Baccarini) che si sono via via succeduti al vertice dell'Associazione, accanto ad uno scritto dell'allora Ministro dell'Industria Giuseppe Medici, che ha impresso una significativa accelerazione alla nascita dell'Unione regionale. In appendice, trovano spazio il testo del primo Statuto di Unioncamere Emilia-Romagna, nel quale si trovano enunciati gli obiettivi generali dell'Associazione e due articoli

# Linguaggio

- Il **linguaggio** deve **referirsi all'utente**, non a noi e alla nostra organizzazione
  - Usare le parole che l'utente capisce meglio e con un **chiaro significato**
- 
-

# Linguaggio

- **Evitare i titoli molto creativi** → meglio essere semplici e informativi
  - **Essere coerenti** → se una parola la scriviamo maiuscola una volta, allora è per sempre
  - Usare l'imperativo con parsimonia e preferibilmente per far eseguire delle istruzioni
- 
-

# Linguaggio

- **Parole semplici** e comuni: la domanda da porsi è se l'utente capisce o non capisce il messaggio
  - **Ridurre la forma impersonale**: in Internet il rapporto è sempre personale da uno a uno
  - Scegliere la **concretezza** e le espressioni dirette
  - **Essere sintetici**, perché l'utente di internet non legge... scansiona la pagina!
- 
-

# Linguaggio

- Gli **acronimi** (tranne quelli come CD o DVD) vanno sempre sciolti e comunque mai usati come link di navigazione
- Attenzione all'uso della punteggiatura e degli spazi:  
non vanno usati per dare enfasi
  - **web writing**
  - non **W E B W R I T I N G** o **W.E.B.W.R.I.T.I.N.G.**

# Linguaggio

- Se un **link** non va a un'altra pagina html, ma a un **pdf**, a un **video** o a un **altro formato**, specificarlo avvertendo prima l'utente
- Evitare i "*benvenuto in questo sito*": meglio far capire in poche righe al navigatore dove è capitato e se sul sito può trovare qualcosa di utile per lui

# Attenzione

---

Cosa **NON** fare

---

---

# Da evitare

- I siti non devono essere usati come “**calderoni**” **di file** ad uso interno all'ufficio
  - Non caricare file .doc o .pdf al posto di contenuti testuali → creare invece le **pagine** del sito che presentano le informazioni nel modo opportuno
  - *Clicca qui, o clicca sul rosso*
  - **Enfatizzare** usando il sottolineato o il corsivo
- 
-

# Da evitare

- Enfaticizzare usando il **sottolineato** quando non si tratta di link → tutto ciò che nel web è **sottolineato è sinonimo di link!**
  - Caricare **immagini troppo pesanti**, non superare i 100KB
  - Mettere gli **avvisi** in home → per gli avvisi usare la *bacheca delle notizie* o fare un'apposita cartella *Notizie*
- 
-

# Da evitare

- Essere eccessivi nei **titoli dei menu**: è inutile metterci la spiegazione!  
→ ad es *servizio manager didattico*: basta un semplice *manager didattico*
  - Fare **pagine troppo lunghe**
  - Mettere **link che non linkano a nulla...**  
→ se il servizio non c'è meglio non fare vedere nulla piuttosto che metterci la voce non linkata
- 
-

# Da evitare

- **No ai testi lampeggianti o in movimento**  
→ non sono particolarmente attraenti e le persone non si aspettano molto da siti con questa caratteristica
  - Non lasciarsi attrarre da **clipart** o animazioni trovati in rete che non abbiano a che fare con la propria idea di partenza
- 
-

# Da evitare

## Produzione bomboniere in tessuto (sacchetti per bomboniere - wedding favors)

Tel. 346/2291038-335/6477359

**N.B.** Il laboratorio "LE STELLE" NON HA SUCCURSALI

Tutte le nostre creazioni....(clicca per proseguire)



dettaglio



ingrosso

**PayPal**  
gruppo eBay



Enter



NEW

Outlet

# Domande?

