

VOTEAPP

Proposta e strategie di comunicazione di
una modalità di voto digitale in Italia

VOTEAPP

Proposta e strategie di comunicazione di
una modalità di voto digitale in Italia



**Politecnico
di Torino**

Politecnico di Torino
Dipartimento di Architettura e Design
Design e Comunicazione Visiva
Tesi di Laurea di primo livello

Candidato:
Mattia Ruggeri

Relatore:
Paolo Marco Tamborrini

Indice

Abstract	6
Vision e Mission	8
Goals	10
1. Il voto	13
a. Cenni storici e teorici	14
a.1 Storia	15
a.2 Tipologie di elezioni	16
b. Analisi sullo stato dell'arte	17
c. Studio sulla comunicazione	18
c.1 La comunicazione	20
c.2 Le categorie di comunicazione	22
c.3 La comunicazione politica	26
c.4 Casi studio	28
2. Le problematiche legate al voto	35
a. Covid-19	36
b. Fuorisede	37
c. Contraffazioni	38
d. Attese	39
e. Costi	39

3. Le soluzioni	41
a. Le tipologie di soluzioni	42
b. Casi studio	44
b.1 I risultati raggiunti in Estonia	51
c. Analogico VS digitale	52
d. Le personas	54
e. Risultati questionario	55
4. Il progetto	63
a. Concept	64
b. Linee guida di progetto	66
c. Brand Identity	68
c.1 Naming	69
c.2 Logo	70
c.3 Palette e font	74
c.4 Icona	76
d. L'interfaccia	78
e. Sistema governativo	94
f. Cenni di informatica	96
g. Interazioni di utenti	98

5. Introduzione in Italia	101
a. La campagna di comunicazione	102
a.1 Propaganda	106
a.2 Educazione	112
a.3 Voto	120
a.4 Coesistenza digitale-analogico	122
6. Considerazioni conclusive	124
7. Appendice	127
a. Sitograifia	128
b. Bibliografia	130
c. Citazioni	131
d. Ringraziamenti	132

Abstract

Il seguente progetto di tesi ha visto la propria nascita in seguito all'**esperienza personale** e relativa analisi critica e costruttiva delle attuali dinamiche di voto, in occasione, in particolar modo, delle **elezioni politiche italiane** - estendendo successivamente l'analisi a svariate tipologie di votazione, a livello mondiale, differenti per natura e modalità.

Opportunità e relativi **spunti progettuali** nascono, infatti, a partire dall'analisi delle individuate problematiche, **criticità** e **limitazioni** proprie del sistema elettorale attuale; obiettivo principale del seguente progetto di tesi risulta, dunque, l'**evoluzione** dell'attuale modus operandi, al fine ultimo di aumentare il **coinvolgimento**, l'**interesse** e l'**accessibilità** al voto - e, di conseguenza, l'**affluenza** allo stesso da parte di target di svariata natura, dalla Generazione Z ai più distanti dalla tecnologia.

Infine, appare opportuno puntualizzare come le decisioni in merito a proposte e sviluppi progettuali, siano state discusse insieme al Professor Paolo Marco Tamborrini, relatore e docente del laboratorio di Communication Design II.

Vision e Mission

La **vision** del progetto risulta essere l'aspirazione all'**evoluzione** delle **modalità di voto** dell'attuale sistema elettorale, concretizzandosi nell'obiettivo di **estendere l'accesso** alla votazione anche a chi, per motivi di varia natura, risulta essere impossibilitato all'adempimento di tale diritto.

A tal motivo, si procederà inizialmente tramite l'**analisi del contesto** attuale, evidenziandone le relative **problematiche** e ponendo a confronto le **soluzioni** proposte da altre nazioni. Tale analisi servirà per introdurre la **mission** stessa del progetto di tesi, che vede come possibile soluzione l'introduzione del **voto online** nel contesto elettorale italiano e, dunque, la progettazione di un'**app** dedicata a tale scopo.

Il design della piattaforma si concretizzerà in elementi quali l'**interfaccia**, le **modalità di interazione** dell'utente con essa, l'**aspetto informatico**, oltre ad un'analisi di **aspettative**, dubbi e possibili **scetticismi** da parte dell'utente finale nei confronti di tale strumento.

Inoltre, verrà successivamente proposta, in seguito ad ulteriori ricerche ed approfondimenti relativi allo scenario di riferimento, una **campagna di comunicazione** rivolta non solo all'**introduzione** ma anche all'**educazione** all'uso della piattaforma stessa di voto.

Goals

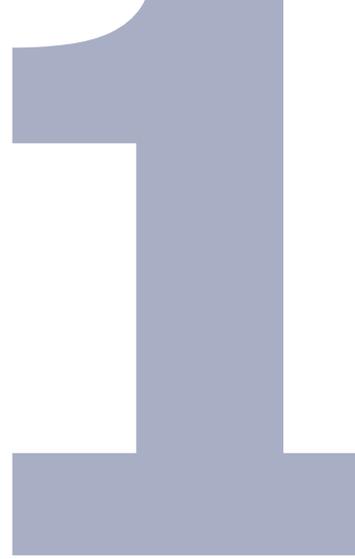
Tramite un'attenta fase di ricerca e applicazione di accurate metodologie progettuali, la seguente tesi aspira ad **indagare** e **rielaborare** le dinamiche di voto all'interno del sistema di elezioni italiano e mondiale, allo scopo di ampliare l'affluenza al voto stesso, integrandone gli strumenti offerti e disponibili.

L'obiettivo è quello di **modificare la percezione** dell'utenza nel diritto - e dovere - al voto stesso, allo scopo di avvicinare e coinvolgere anche il non pubblico - per scelta o necessità.

Si delineano, inoltre, come obiettivi intermedi del progetto di tesi non solo lo **studio del concetto di voto** in sé, effettuando una focalizzazione in merito a criticità e possibili spunti, ma anche la proposta progettuale di una **modalità alternativa** relativi alle dinamiche di voto stesse, atta alla partecipazione di tutti i cittadini e che si dimostri interessante ed intuitiva.

La progettazione e lo sviluppo di un'applicazione adibita a tale scopo è parso particolarmente vincente al fine di poter **incrementare** e **coinvolgere attivamente** l'utenza di riferimento.

Si configurano come goals ulteriori la **strategia di comunicazione** parte del progetto di tesi, preceduta da un'analisi sul concetto stesso di comunicazione, effettuando un focus sulla comunicazione politica, in riferimento allo scenario preso in esame.



Il Voto

Il voto rappresenta per **definizione** l'espressione della **volontà** dei cittadini oppure dei componenti di un gruppo o di un organo collegiale nelle elezioni o nelle deliberazioni; **votazione, suffragio**.

a. Cenni storici e teorici

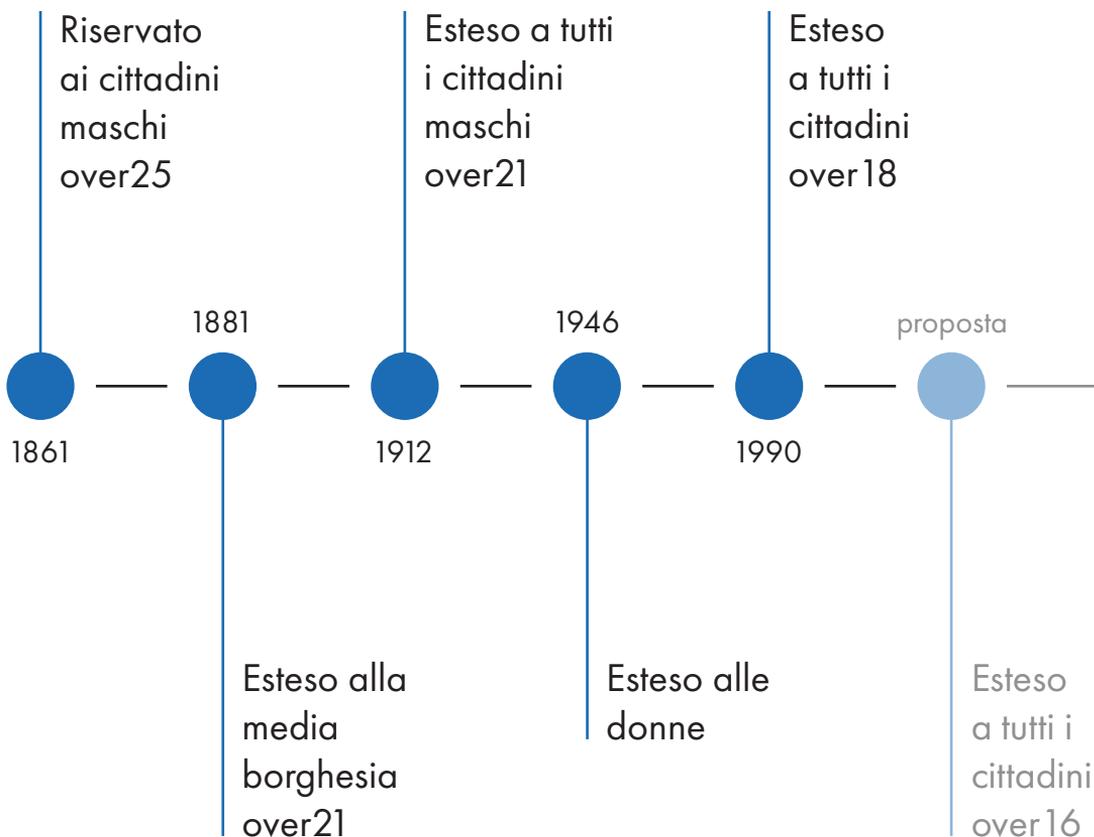
È stato reputato opportuno effettuare una **breve introduzione** in merito al concetto stesso di voto, dai cenni storici alle diverse tipologie esistenti ai giorni nostri.

**“
Qualcuno ha
lottato per il tuo
diritto di voto.
Usalo.¹”**

a.1 Storia

Il voto politico ha visto la propria **diffusione** in Italia a partire dal **1861**, quando era ancora unicamente riservato ai cittadini di **sesso maschile** con più di **25 anni** di età; con il passare degli anni è stato esteso anche alle **donne** e successivamente a tutti i **cittadini** dal compimento della **maggiore età**.

Ad oggi, inoltre, si vocifera riguardo la **proposta di legge** di estendere il voto a qualsiasi cittadino con almeno **16 anni di età**.



a.2 Tipologie di elezioni

In Italia esistono attualmente **diverse tipologie** di elezioni politiche, brevemente illustrate di seguito.

Europee

L'elezione dei rappresentanti statali al Parlamento Europeo: ciascun gruppo politico ottiene un numero di seggi proporzionale al numero di voti ottenuto

Politiche

L'elezione di Camera dei Deputati e Senato della Repubblica: vengono eletti 360 Deputati e 315 Senatori; l'Italia viene divisa in circoscrizioni interne, a cui si aggiunge la circoscrizione estero nella quale i cittadini italiani possono scegliere di votare per corrispondenza

Regionali

L'elezione di Consiglio Regionale e Presidente della Giunta Regionale: l'elettore può esprimere uno o due voti di preferenza, tracciando un segno nella casella posta a fianco del nome del candidato

Amministrative

L'elezione di Sindaco e Consiglio Comunale: quest'ultima si suddivide, a sua volta, in due sottotipologie:

- comune con una popolazione inferiore a 15000 abitanti: in cui il sindaco viene eletto nel caso in cui egli abbia riportato il maggior numero di voti nei due terzi dei seggi; la lista è unica e vengono eletti tutti i candidati della lista
- comune con una popolazione maggiore o uguale a 15000 abitanti: in cui il sindaco viene eletto se ha riportato come risultato finale il 50% dei voti + 1; alla lista del candidato sindaco vanno di diritto il 60% dei seggi disponibili e i restanti alle altre liste per voto

Referendum

Preferenza del cittadino riguardo una determinata decisione da prendere

b. Analisi sullo stato dell'arte

Il voto politico cittadino, non si configura, tuttavia, come l'unico utilizzo della modalità precedentemente citata: il sistema di votazione viene, infatti, utilizzato anche per eleggere **cariche rappresentative** all'interno di **enti pubblici e privati**, come in ambito **scolastico, universitario, societario e sindacale**, oltre che nel mondo dell'**intrattenimento** per la scelta di vincitori di talent, contest o una semplice preferenza da parte dell'utenza.

All'interno di quest'ultimo ambito si opta prevalentemente per la scelta del **voto a distanza**, tramite svariati canali quali sms, chat o applicazioni realizzate appositamente per adempiere allo scopo.

Appare opportuno porsi, a tal ragione, una **domanda**:



PER QUALE MOTIVO, ALL'INTERNO DI TALE SPECIFICO CONTESTO, LA PREFERENZA VIENE ESPRESA ONLINE SENZA ALCUN TIPO DI DIFFICOLTÀ O "SCETTICISMO"?

Le risposte risultano essere molteplici. Tra queste, la ragione evidenziata come principale è il sentimento di "**partecipazione**" e **coinvolgimento** avvertito da parte degli utenti, che talvolta si può evolvere in un avvicinamento ai propri idoli e/o personaggi noti del panorama attuale. Inoltre, non è da trascurare il fatto che il voto, in contesti di tale natura, **non** debba necessariamente essere **segreto** e, soprattutto, il fatto che la propria scelta sia da collocarsi in un **contesto** di tipo **ricreativo** e spesso di evasione, frequentemente **privo** di qualsiasi **conseguenze** e cambiamenti concreti nella vita di tutti i giorni.

c. Studio sulla comunicazione

Ad oggi, appare innegabile affermare come la comunicazione in senso lato risulti essere un **elemento di fondamentale** importanza all'interno di qualsiasi ambito di riferimento.

In seguito, si procederà trattando in chiave specifica la **Comunicazione Politica**, descrivendone obiettivi e attori. Infine, sono riportati diversi **casi studio** attinenti alle tematiche in questione, allo scopo di facilitarne la comprensione.

“ La comunicazione non è soltanto uno tsunami di parole, è molto altro; è qualcosa che ti permette di penetrare in quelle parti che lo spettatore neppure sa di avere.² ”



c.1 La comunicazione

In merito al concetto di comunicazione, appare opportuno evidenziarne le **svariate tipologie** esistenti.

Si è deciso, quindi, di effettuare un'analisi relativa agli aspetti pragmatici della comunicazione.

Il primo **assioma** della comunicazione afferma:

NON SI PUÒ NON COMUNICARE

Innegabile, infatti, come ogni movimento, azione o semplice respiro rappresenti, di fatto, una forma di comunicazione.

Costituisce uno degli **aspetti più rilevanti** della nostra esistenza: senza la comunicazione ci troveremmo, senza dubbio, ancora agli **stadi evolutivi più primordiali**.

Anche gli animali, a loro modo, vantano complesse tecniche relative al comunicare.

Nella vita privata e nel lavoro la comunicazione svolge il **ruolo di maggior rilevanza**: senza comunicazione non vi è sviluppo, progresso o evoluzione.

L'atto del comunicare rappresenta, perciò, non solo una considerevole **opportunità** ma anche una vera e propria **necessità**.

Il secondo **assioma** comunicativo afferma:

OCCORRE SEMPRE COMUNICARE

prescindendo la tipologia di comunicazione, tra individui o aziendale.

Appare, a tal motivo, necessario, dedicarsi allo svolgimento di una serie di pratiche: **definire** una precisa strategia, **programmarne** ed **organizzarne** lo sviluppo concreto ed, infine, **attuare** e **controllare** il processo di comunicazione stesso.



Riguardo la **metacomunicazione**, essa risulta condizionare il primo assioma: qualsiasi comunicazione vanta la presenza di due aspetti, ovvero **contenuto** e **relazione**, a livelli complementari.

Il '**come**', in relazione alla trasmissione di un messaggio, assume un ruolo di particolare **importanza**, dimostrandosi principale all'interno di svariati contesti, a livello relazionale e professionale.

A tal motivo appare vantaggioso non rivolgersi unicamente alla **componente** razionale degli individui, ma anche a quella **emozionale**. Ricevente e relazione con esso assumono, perciò, un'importanza fondamentale nel modello comunicativo, andando quasi a **prevalere sul contenuto** stesso.

A tal motivo, una comunicazione ben riuscita si configura come un connubio tra contenuto e relazione con il target di riferimento: l'obiettivo è raggiungere un **equilibrio tra il cosa e il come**.



c.2 Le categorie di comunicazione

Esistono, innegabilmente, svariate **tipologie** di trasmissione di messaggi.

Ma, qual è il miglior modo di comunicare?

Al giorno d'oggi, diverse figure professionali adoperano il termine per definire il carattere specifico delle relazioni, rapporti caratterizzati dalla reciprocità di partecipazione e comprensione.

Se ne deduce che la stessa parola 'comunicazione' assuma il significato di **coesistenza e condivisione**.

Adottando un approccio prettamente accademico, la comunicazione è definibile come il **processo** attraverso il quale vengono messe in comune informazioni, idee, fatti, comportamenti, opinioni e sentimenti: l'obiettivo principale è rendere efficace lo **scambio fra un emittente** - colui che trasmette le informazioni - e un **ricevente**, colui al quale sono rivolte - attraverso un canale specifico ed utilizzando un linguaggio decifrabile.

Le **forme di comunicazione** risultano essere **molteplici** e di fondamentale importanza, tanto da poter affermare che l'esistenza stessa e il progresso dell'umanità dipendano strettamente da possibilità e capacità di comunicare.

Volendo effettuare una suddivisione, è utile delineare **due categorie comunicative principali**:

Interpersonale

Interazione diretta tra due o più individui, aspettandosi l'eventualità di risposta e dialogo

Sociale

Rivolta alla massa, mira a promuovere o modificare i comportamenti umani per il bene comune

Oltre quest'ultime, si è soliti prendere in considerazione **altre categorie**.

Istituzionale

Indica le strategie di comunicazione adoperate da una istituzione per informare in modo diretto e univoco un gruppo o una comunità appartenenti a uno stesso contesto sociale e accomunati da interessi ed esigenze comuni

Advocacy

Ha la finalità di contribuire ad aiutare le persone a difendere i propri diritti, promuovendo giustizia e benessere per la comunità. Nello specifico, il messaggio ha lo scopo di sensibilizzare verso il disagio di una categoria specifica di persone

Politica

Quest'ultima fa riferimento ad una tecnica comunicativa che permette la relazione tra tre attori diversi, ovvero cittadini, mass media e sistema politico

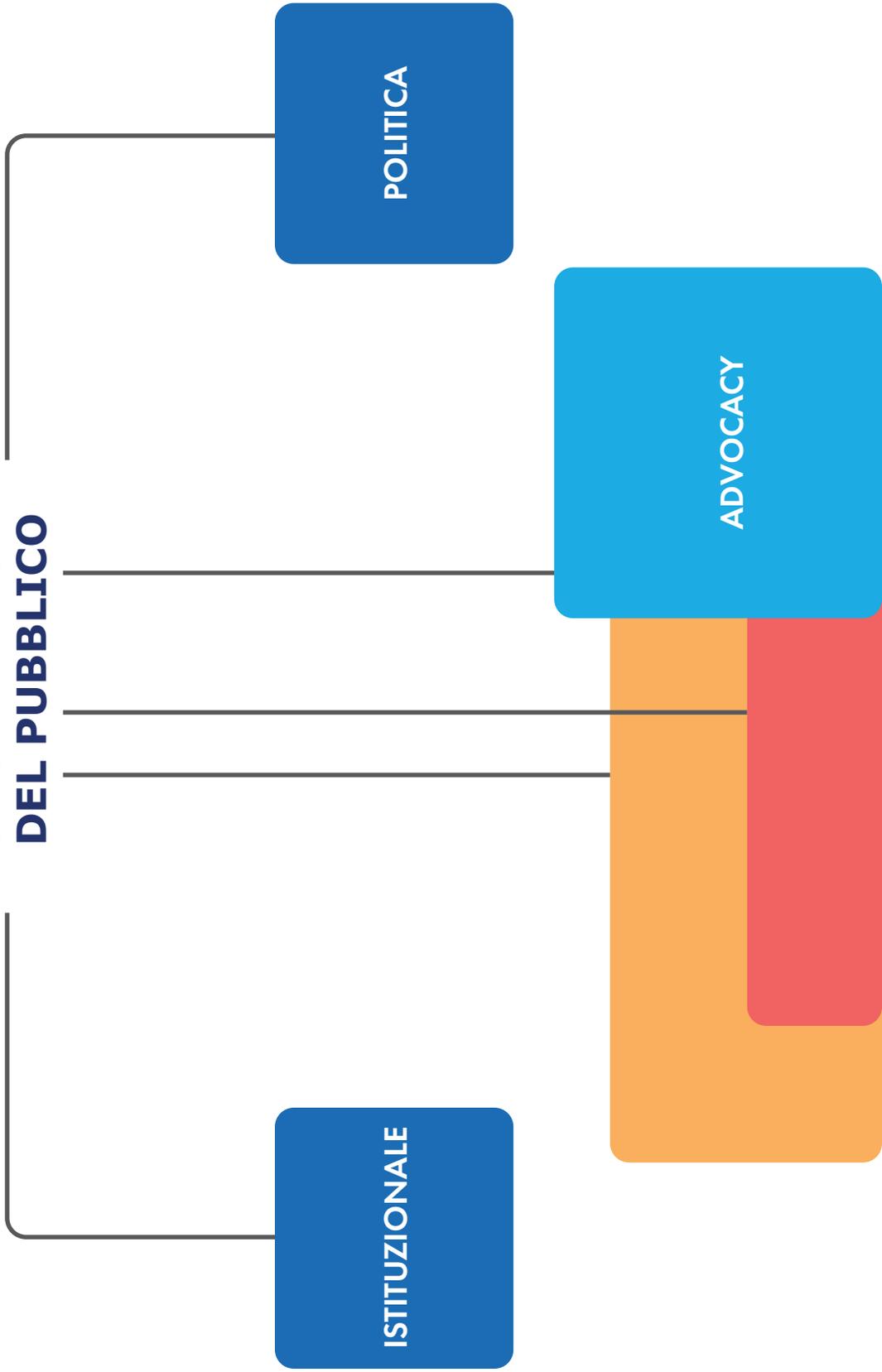
PSA

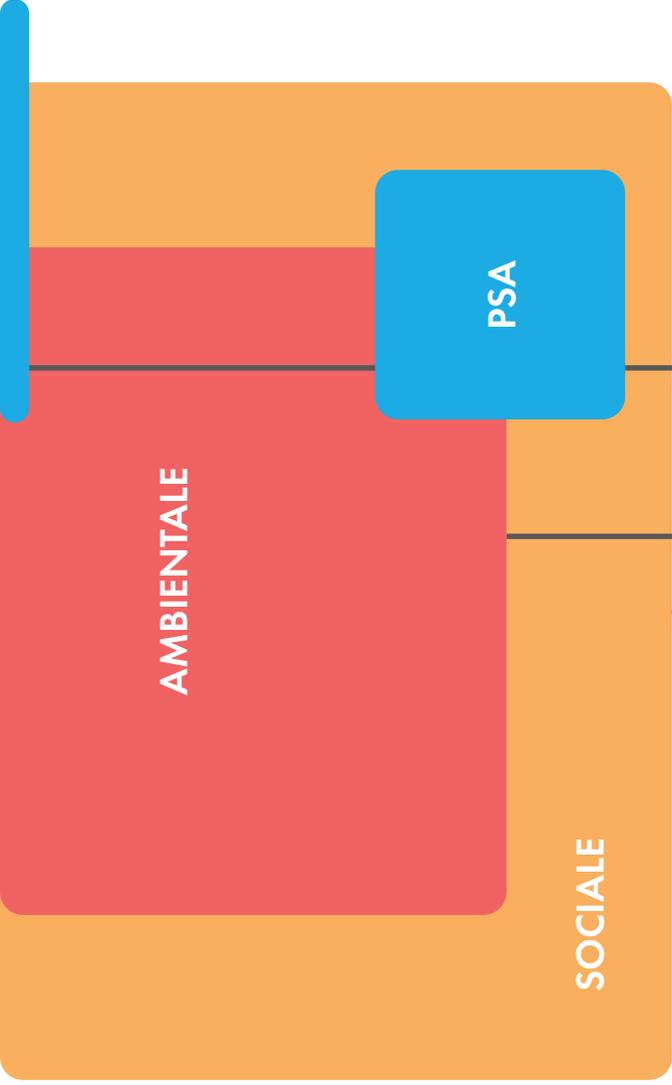
Il Public Service Announcement mira a catturare l'attenzione dell'utente, allo scopo di sensibilizzarlo a temi di interesse sociale, tramite spazi gratuiti attraverso molteplici media

Ambientale

Ha l'obiettivo di coinvolgere, informare e provocare una reazione: tal motivo, il messaggio da trasmettere ha come oggetto in sé la tutela dell'ambiente circostante ed il conseguente sviluppo sostenibile, al fine di prediligere la comunicazione di relazioni piuttosto che di fatti

COMUNICAZIONE DEL PUBBLICO



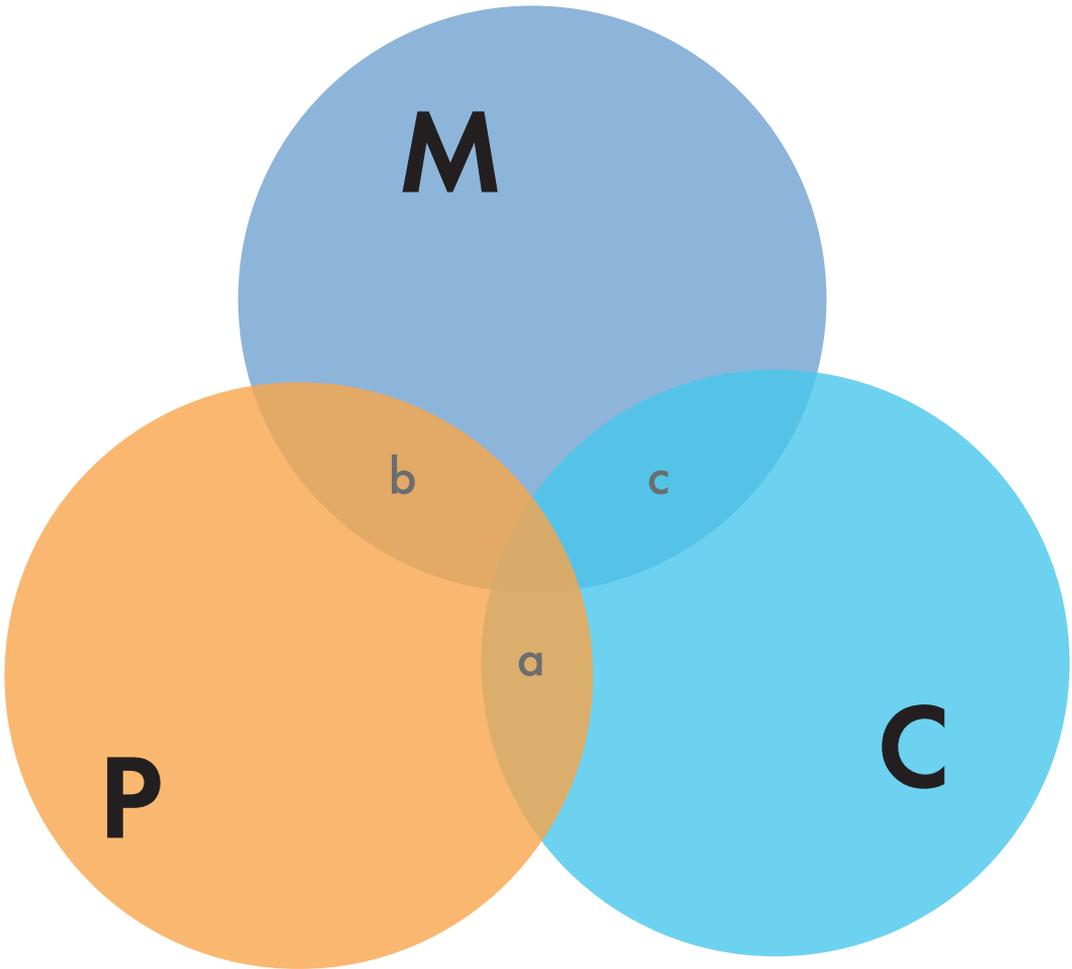


COMUNICAZIONE DEL PRIVATO

c.3 La comunicazione politica

In ambito politico, come già affermato precedentemente, si auspica ad una relazione tra i **3 attori** coinvolti in tale scambio: **cittadini**, **mass media** e **sistema politico**; in particolare, la comunicazione si ricollega al **modello pubblicistico-dialogico**.

La comunicazione politica, nello spazio pubblico moderno, si inquadra in un **contesto dinamico**, in uno schema relazionale tra gli attori della scena politica moderna: istituzioni politiche (P), mass media (M) e cittadini (C). I mass media non sono lo spazio pubblico: contribuiscono a crearlo, ne sono uno dei **principali motori**. La loro azione va a sommarsi all'**azione dialogica** degli e tra gli altri due attori (C e P) che mantengono la capacità autonoma di comunicazione. Lo **spazio condiviso "a"** nasce dalla comunicazione immediata di P e C. Lo spazio **"b"** è condiviso tra P e M. Lo spazio condiviso **"c"** è di tipo **informativo**: la comunicazione tra M e C è a senso unico.



c.4 Casi studio

Tra gli esempi più rilevanti di questo tipo di comunicazione troviamo:



• Campagna EU #STAVOLTAVOTO



stavoltavoto.eu



Sostiene la **partecipazione** al voto, come primo passo per **contribuire** alla democrazia europea e per esprimere la propria idea sull'Europa. La campagna prevede numerosi eventi con lo scopo di accrescere la consapevolezza relativa all'importanza stessa del concetto di voto.

- > **Valori trasmessi** importanza del voto
- > **Tecnica** video girato
- > **Tone of voice** diretto



• Campagna istituzionale Elezioni Politiche 2018



Promuove la **partecipazione** stessa, **sensibilizzando** i cittadini all'importanza di esprimere il proprio voto e ricordando come il **voto sia un diritto**. Inoltre, si propone di spiegare, in modo semplice ed accessibile, la procedura di voto della legge elettorale e le novità introdotte recentemente.

- > **Valori trasmessi** senso di community
- > **Tecnica** motion graphics
- > **Tone of voice** semplice



• Quanto mi costa l'UE?



Spiega, attraverso una moka ed una tazzina di caffè, il funzionamento dei costi dell'Unione Europea e quanto questi siano irrisori in rapporto ad ogni individuo.

- > **Valori trasmessi** senso di community EU
- > **Tecnica** motion graphics
- > **Tone of voice** semplice



• G. Thunberg al Parlamento Europeo



Il video di Greta Thunberg al Parlamento Europeo durante il quale quest'ultima enfatizza l'importanza del voto e come questo possa parlare anche a nome di chi non ne ha la possibilità.

- > **Valori trasmessi** importanza del voto
- > **Tecnica** video girato
- > **Tone of voice** diretto e amichevole



• Come votare Forza Italia?

COME VOTARE FORZA ITALIA - 04 MARZO 2018



Dovete fare **UNA CROCE SUL SIMBOLO,**
naturalmente, di Forza Italia

Messaggio elettorale a pagamento. Committente Movimento Politico Forza Italia

Lo spot vede S. Berlusconi - come soggetto principale - che spiega **come votare il suo partito**, Forza Italia, in occasione delle elezioni. Inoltre, viene precisato che barrando solo il simbolo del partito, si voteranno tutti i candidati e il **voto non sarà contestabile** successivamente.

- > **Valori trasmessi** n/a
- > **Tecnica** video girato
- > **Tone of voice** amichevole



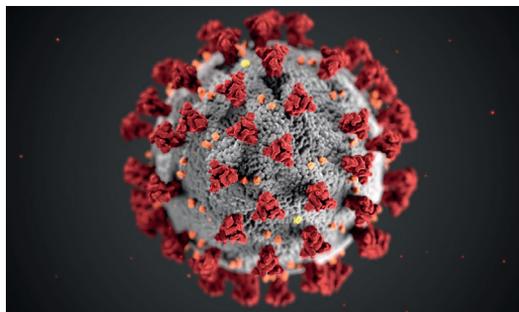
Le Problematiche Legate Al Voto

Diverse risultano essere le **criticità** e **limitazioni** proprie del sistema di voto odierno vigente nel nostro Stato; di seguito sono elencate le principali problematiche riscontrate in seguito allo svolgimento ad un'attenta analisi.

a. Covid - 19

Votare all'interno di scuole e seggi genera inevitabilmente **code** ed un'**affluenza** d'individui molto **elevata**, soprattutto durante le ore di punta della giornata.

Nel periodo attuale, anche se considerevolmente migliorato in confronto agli scorsi mesi, risulta indispensabile **evitare** l'insorgere di **assembramenti** e grandi **ritrovi** di persone, al fine di poter contribuire al superamento dell'attuale difficile situazione di pandemia.



b. Fuorisede



Ad oggi, risulta innegabile il fatto che uno **studente** o **lavoratore** fuorisede non abbia la possibilità - nella maggior parte dei casi - di votare al di fuori della città di **residenza**.

L'unica soluzione plausibile è rappresentata dall'iscrizione come **rappresentante di lista**, la quale concede il voto ad un seggio in un'altra città, ma risulta essere applicabile solo in caso di **elezioni politiche nazionali** o **referendum**.

Nei casi di elezioni **regionali** e **comunali**, invece, il cittadino si trova obbligato ad effettuare talvolta **lunghi spostamenti** - spesso anche dispendiosi - per poter fare ritorno alla propria residenza o, nella maggior parte dei casi - per motivi principalmente economici o lavorativi -, è costretto a doversi astenere totalmente dal voto.

Attualmente, circa **2 milioni di cittadini**, principalmente studenti e lavoratori **tra i 18 e i 35 anni**, si trovano costretti ad effettuare una scelta: decidere se affrontare o meno lunghi, costosi e - in tempi di pandemia - potenzialmente rischiosi viaggi per potersi recare a votare; inevitabilmente ciò, in particolare nell'anno 2018, ha avuto una decisiva ripercussione sulle **affluenze** ai seggi stessi, portando la **media nazionale al 73%** - la quale risulta, tuttavia, ulteriormente inferiore di 7 punti nelle regioni meridionali.

c. Contraffazioni

Usufruire di **fogli di carta** - spesso non compilati - consente a chiunque la possibilità di **manipolare**, **nascondere** o **modificare** tali supporti: ne sono la prova i numerosi casi di **brogli elettorali** individuati dalle forze dell'ordine negli ultimi anni.

Un esempio concreto è rappresentato dalle **elezioni del 2006**, in occasione delle quali circa un milione di schede bianche venne contraffatto e convertito in voti a favore del partito Forza Italia. Tale evento ha portato ad un'**alterazione del panorama politico** italiano, causando un costo particolarmente elevato in termini di personale ed enti che dovettero occuparsi di effettuare la riconta dei voti e stime mediante modelli matematico-statistici.



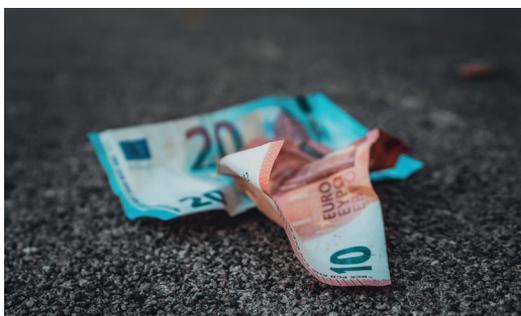
d. Attese



È innegabile il fatto che i periodi elettorali non si concentrino unicamente nei due giorni di elezioni, ma si estendono per la **durata di tutti i conteggi** dei voti, generando spesso **attese** eccessivamente **prolungate**.

Tali tempistiche risultano essere dovute principalmente alla **ridotta quantità di personale** disponibile e ad **orari notturni** che portano spesso il personale a rallentare le procedure.

e. Costi



Le elezioni presentano, infine, determinati **costi** che è imprescindibile sostenere, i quali **variano** considerevolmente in base alla tipologia - in media le **nazionali** si collocano in un intervallo compreso tra dai **300 ai 400 milioni di euro**.

Questi ultimi risultano necessari per finanziare correttamente il **materiale elettorale**, il **personale** - tra cui rappresentanti di lista, segretari e presidenti di seggio - e le **forze dell'ordine**, i quali ricevono un extra per effettuare servizi di questa tipologia.



Le Soluzioni

Ai giorni nostri, a livello mondiale, appare innegabile l'esistenza di svariate **soluzioni** relative ad **innovative** modalità di voto introdotte e sperimentate al livello mondiale, in relazione alle **necessità locali** e al fine di **facilitare** il **processo** stesso di **voto** ai propri cittadini.

In numerosi di tali casi, l'adozione di modalità alternative o in aggiunta alle consuete dinamiche di votazione, ha prodotto come risultato un **aumento di affluenza** al voto da parte dell'utenza stessa

a. Le tipologie di soluzioni

Le principali **alternative** alla consueta modalità di voto si configurano come:



Corrispondenza

Consiste nell'invio del voto stesso tramite il sistema definito 'a due buste'. La busta interna contiene una scheda atta alla scelta del voto degli elettori; quella esterna contiene, invece, le informazioni di identificazione. Le informazioni proprie della busta esterna vengono utilizzate per verificare l'idoneità degli elettori stessi e, se confermate, fanno sì che la busta esterna stessa possa essere inserita all'interno di un'urna destinata al conteggio. Tale sistema si utilizza attualmente in Spagna, Irlanda, Svizzera



Voto in anticipo

Consiste nell'organizzazione di date anticipate rispetto al periodo elettorale stesso, dando la possibilità a chiunque di essere in grado di organizzare le proprie tempistiche. Si utilizza, ad oggi, in Danimarca



E-voting

Diverse metodologie finalizzate a rendere possibile l'espressione del voto e il conteggio delle preferenze attraverso l'utilizzo di tecnologie elettroniche e informatiche. Tale metodo vede attualmente il proprio utilizzo in territori quali USA, Canada, India, Francia, Svizzera



I-voting

Consiste nella trasmissione delle preferenze di voto, e il successivo conteggio delle stesse in remoto, tramite l'utilizzo di qualunque tipologia di computer che possa connettersi ad internet. Quest'ultimo risulta essere ampiamente utilizzato in Estonia a partire dal 2005



Voto in altri seggi

Consente di votare in seggi avulsi da quello a cui si è stati assegnati, confermando e notificando l'avvenuta votazione.
Viene utilizzato in Germania



Delega

Permette di poter delegare il voto ad un'altra figura, quale un parente o un amico.
Viene utilizzato in Francia e Belgio

Tenendo in considerazione le appena descritte, la modalità che si configura come **probabile** e possibile **soluzione** alle problematiche proprie del panorama elettorale italiano, citate e discusse in precedenza, è rappresentata dal sistema dell'**i-voting**.

b. Casi studio

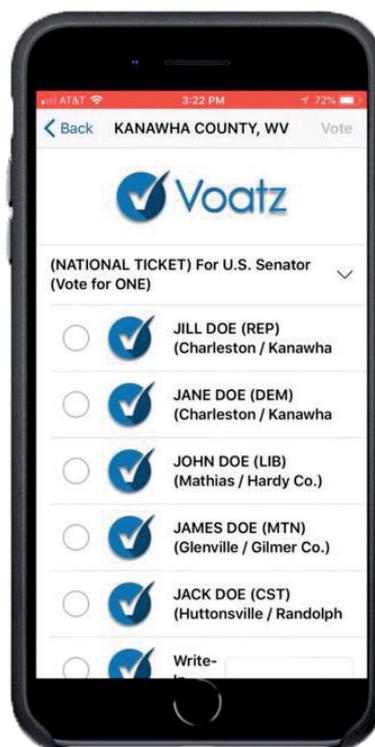
Dato il fine ultimo del progetto di tesi stesso, ovvero la realizzazione di un'applicazione adibita a piattaforma per la votazione online in Italia, è stato necessario procedere tramite un'**analisi critica** dei diversi **servizi** già esistenti, a livello mondiale, atti all'adempimento di tale scopo.



• Voatz

L'app è stata adoperata all'interno del **partito repubblicano USA** durante le proprie **convention** - solitamente svoltesi in presenza - per la **selezione dei candidati** per le elezioni statali o presidenziali.

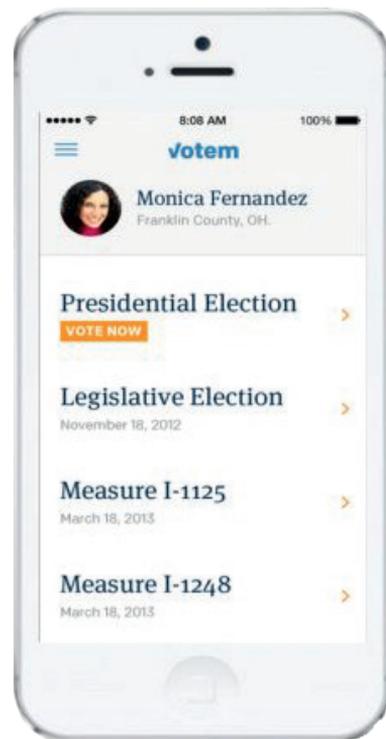
- > **Valori trasmessi** patriottismo
- > **Funzioni** registrazione, voto e risultati
- > **Interfaccia** semplice e intuitiva
- > **Tone of voice** ufficiale
- > **Palette** 





• **Votem**

Sistema di **registrazione** e **voto online** per gli elettori - nel 2016 - dello stato del **Montana**, di **Washington D.C.**, di **Detroit** e - nel 2018 - dell'**Alabama**.



- > **Valori trasmessi** senso di community
- > **Funzioni** registrazione, attività di voto
- > **Interfaccia** semplice ed intuitiva
- > **Tone of voice** diretto e ufficiale
- > **Palette**



• Bevote

Sviluppata da studenti per studenti, l'app dell'Università del Texas ad Austin, è progettata non solo per migliorare l'esperienza di voto degli studenti, ma anche per **informarli attivamente** al fine di diventare elettori consapevoli.



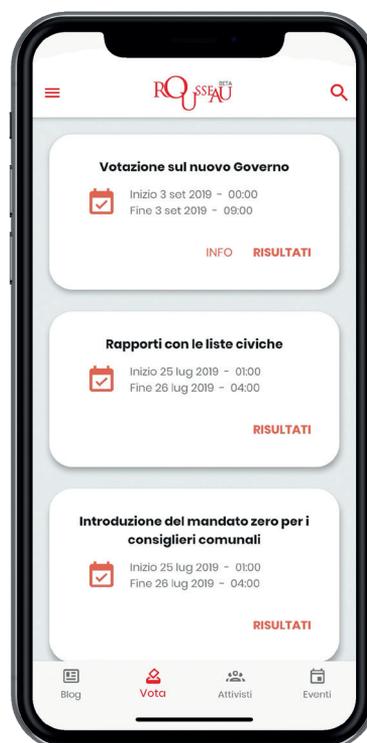
- > **Valori trasmessi** importanza del voto
- > **Funzioni** registrazione, voto e informazioni
- > **Interfaccia** intuitiva con elementi
- > **Tone of voice** diretto
- > **Palette**

• Rousseau

Unico caso studio italiano presente nell'analisi; il principale servizio offerto dalla piattaforma riguarda la possibilità di **svolgere operazioni di internet voting** per la scelta dei candidati da inserire nelle liste elettorali o per **decidere in merito a specifiche questioni** all'interno del Movimento.

In particolare, l'**espressione del voto** da parte degli iscritti alla piattaforma viene **registrata elettronicamente**, conservando, tuttavia, uno stretto legame con i dati identificativi dei votanti: ogni voto espresso viene infatti associato immediatamente al numero di telefono del votante.

- > **Valori trasmessi** senso di community
- > **Funzioni** voto, notizie, corsi, supporto, ecc.
- > **Interfaccia** complessa ma intuitiva
- > **Tone of voice** diretto e ufficiale
- > **Palette**



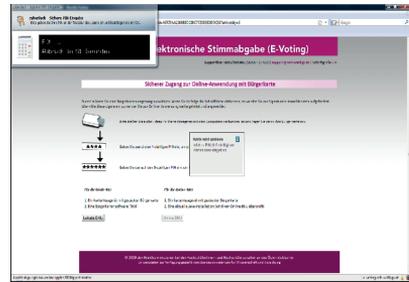


Nell'ultimo periodo è avvenuto il **'divorzio'** tra il partito e la piattaforma Rousseau per l'ammontare di diversi **debiti** da parte del partito politico stesso. La nuova piattaforma, a differenza della prima, **non** fornirà una **gestione dei dati**, dal momento che quest'ultimi non verranno memorizzati, garantendo, in tal modo, una **maggiore privacy** ai votanti stessi. Attualmente si tratta di un cosiddetto **'work in progress'** tra l'azienda di business management e il partito; la piattaforma sarà definitivamente online durante i prossimi mesi.



• I-Voting in Estonia

Piattaforma realizzata, nel 2005, appositamente per le elezioni politiche in Estonia, diventata poi applicazione nel 2019. Il funzionamento risulta alquanto semplice: quando un cittadino imposta la propria carta d'identità digitale, viene chiesto di impostare anche due cifre PIN; la prima viene utilizzata per l'autenticazione stessa, la seconda per le firme digitali. Tali dati risultano necessari per il corretto accesso al servizio, oltre che per provare la propria identità alla conferma della preferenza espressa.



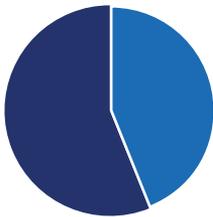
- > **Valori trasmessi** ufficialità
- > **Funzioni** registrazione, attività di voto
- > **Interfaccia** semplice
- > **Tone of voice** ufficiale
- > **Palette** ■ ■ □

b.1 Risultati raggiunti in Estonia

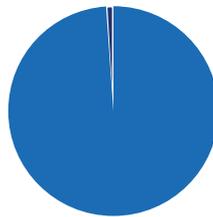
Il caso studio dell'i-voting in Estonia risulta essere il **maggiormente rappresentativo** in relazione alla tipologia di progetto che si andrà a sviluppare, a tal ragione è parso indispensabile riportare in maniera più specifica i **risultati** ottenuti dalla piattaforma stessa nel tempo.

844 anni

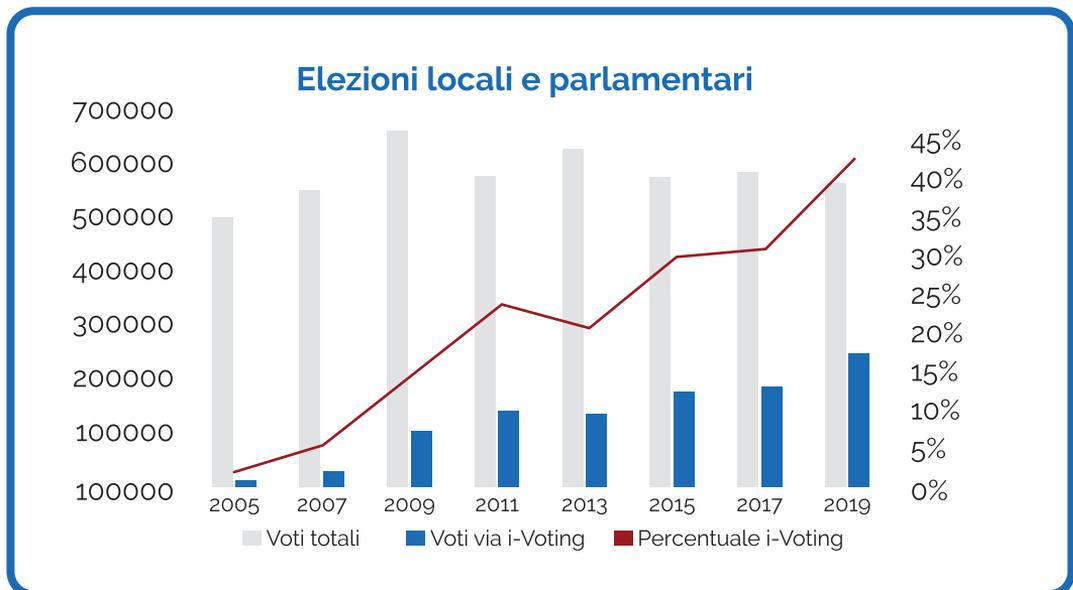
di lavoro risparmiati



Usato dal
44%
dei votanti



99%
servizi
pubblici
attivo 24/7

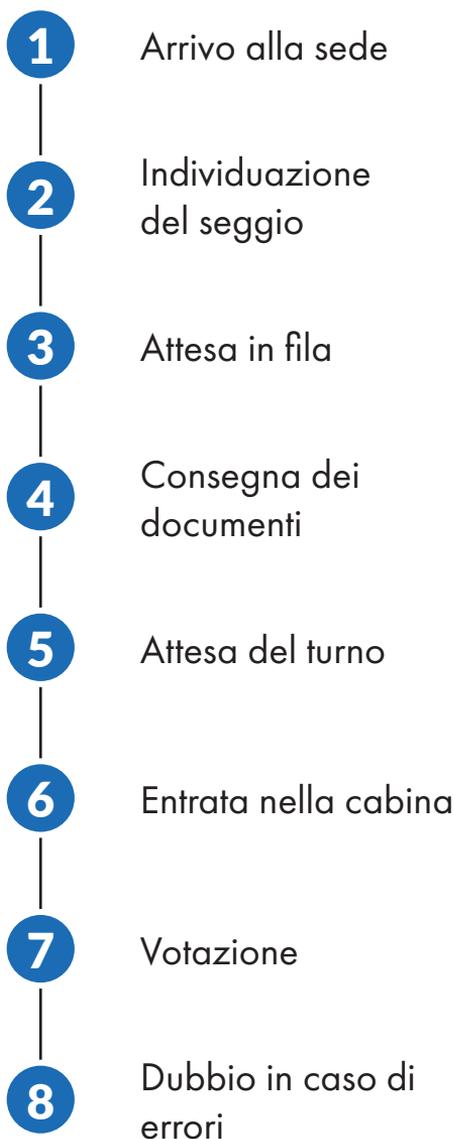


c. Analogico VS Digitale

Vista l'analisi in corso, è stato ritenuto opportuno effettuare un confronto tra il **seggio fisico** e quello virtuale.

SEGGIO FISICO

Journey map



lento

necessita di spostamenti

rischio di contraffazioni

rischio di errori

in compagnia

controllo da ufficiali

spreco eccessivo di carta

costi statali elevati

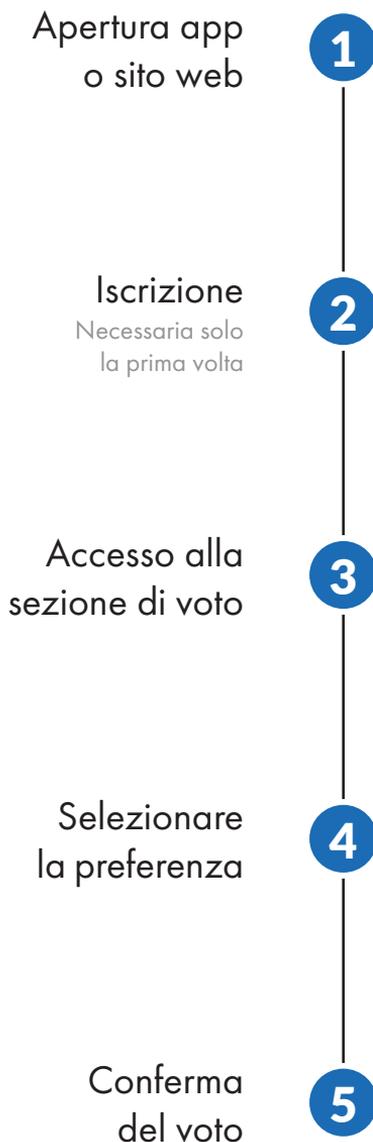
Durata media: 30 - 40 min

SEGGIO VIRTUALE

- rapido**
- comodo**
- sicuro**
- certo**
- alienazione**
- nessun controllo fisico**
- minor spreco di carta**
- costi statali ridotti**

Durata media: 10 - 15 min

Journey map



d. Le personas

In merito all'analisi di scenario, appare opportuno effettuare in primis un'analisi relativa al **pubblico di riferimento**, al fine di dettagliare i profili delle **personas** che potranno usufruire di tale strumento, al fine di avvicinarsi alla **mentalità del target**, facilitando l'immedesimazione e la comprensione di obiettivi, desideri e richieste delle distinte categorie di utenze.

Di seguito sono riportati i **profili** delle personas: descrizione di potenziali utenti atte ad approfondirne la conoscenza, attraverso tratti dettagliati e specifici, dando loro vita anche al di là del ruolo di fruitori.

Chiara



Età: 23 anni
Professione: studentessa fuorisede
Interessi: legislatura, politica, ambiente e viaggi
Social:   

Laureanda in giurisprudenza, Chiara è fortemente **interessata** al campo **politico** italiano: ogni elezione parte per tornare a casa a votare. Le piace **viaggiare** e sostenere le **cause ambientali** attraverso repost e storie sui social.

Giovanni



Età: 45 anni
Professione: professore della scuola secondaria superiore
Interessi: ingegneria, informatica e tecnologia
Social: 

Professore in meccanica, Giovanni ogni giorno fa un **percorso di circa 60km** per poter andare ad insegnare, che occupa gran parte della sua giornata. È sempre pronto a **testare** nuove **tecnologie** ed **invenzioni**.

Non è molto **interessato** alla **politica**, e questo, accompagnato dalle lunghe tempistiche, comporta la sua **assenza ai seggi**.

Concetta



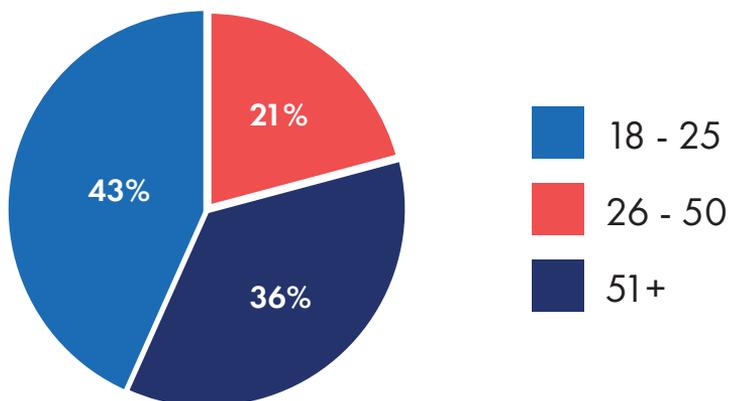
Età: 69 anni
Professione: ex maestra della scuola materna
Interessi: giardinaggio e attività all'aperto
Social: 

Concetta, da quando è andata in **pensione** dal suo lavoro di maestra alla scuola materna, si dedica al **giardinaggio** e a diverse attività all'aperto, come **passeggiate** ed **escursioni**. Prova a **stare al passo** con la **tecnologia**, utilizzando **sporadicamente** i social e controllando le notizie sul suo smartphone. A livello politico, **partecipa alle elezioni** anche se molte volte non sa chi votare.

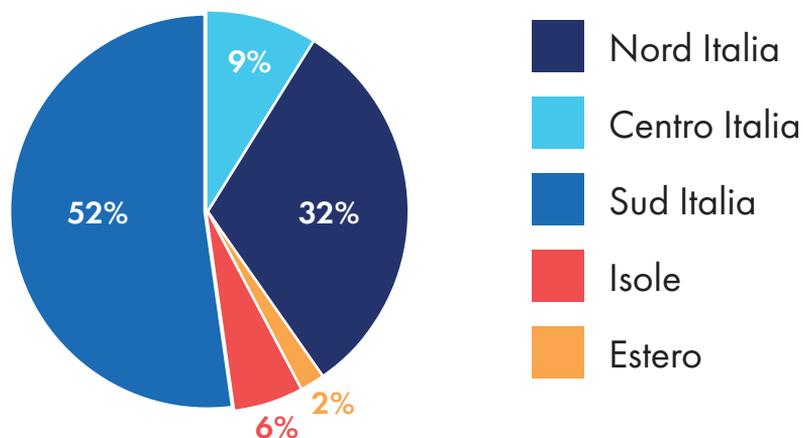
e. Risultati questionario

È stato reputato opportuno somministrare un questionario relativo a **preferenze, curiosità ed esperienze proprie** del contesto di riferimento - il sistema di voto in Italia -, al fine di **confermare, integrare o smentire** le sopracitate considerazioni riguardanti le attuali **problematiche** proprie del sistema di voto; la successiva analisi dei risultati è stata effettuata sulla base di **225 campioni**, corrispondenti agli utenti coinvolti nella somministrazione.

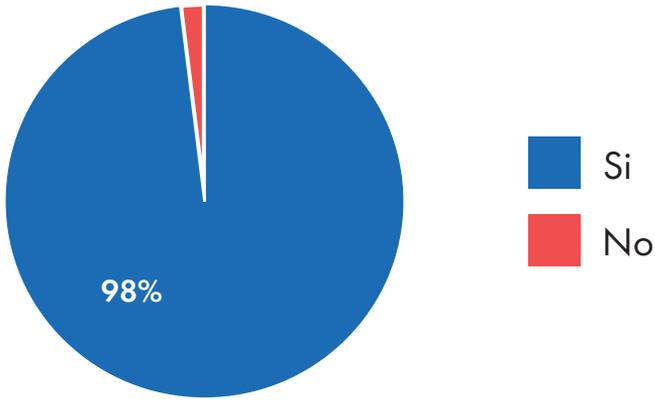
Età



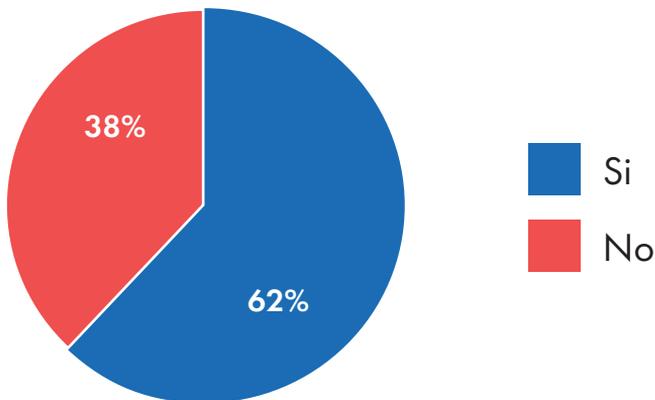
Residenza abituale



Voti?

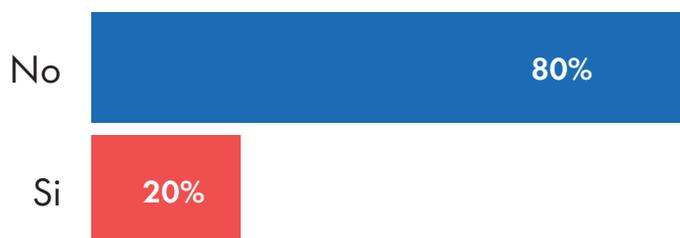


Sei o sei stato un fuorisede?



NON FUORISEDE

Hai mai avuto problemi durante la procedura di voto?



Una volta mentre ero nel gabbiotto a votare, stavo leggendo attentamente la dichiarazione della scheda e le persone presenti al seggio mi hanno chiesto di uscire perché non potevo stare troppo tempo dentro la cabina (erano passati circa 90 secondi)

Coda

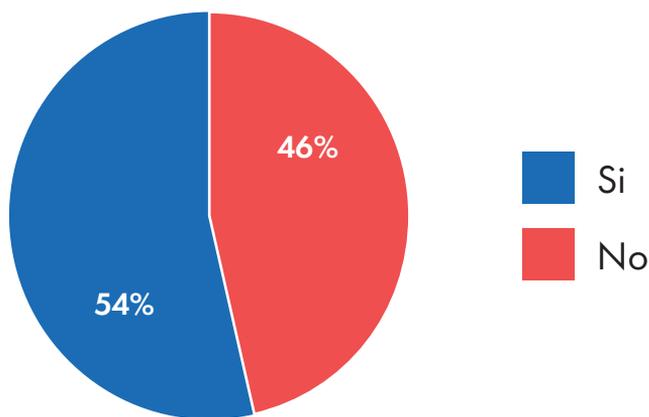
La lentezza delle operazioni di voto

La paura di sbagliare e fare incidentalmente un voto nullo

Persone incompetenti

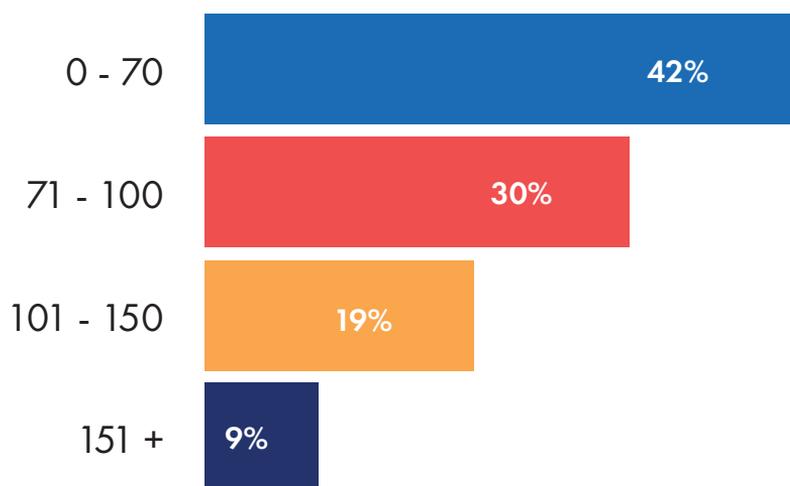
FUORISEDE

Hai mai fatto dei viaggi per poter votare?

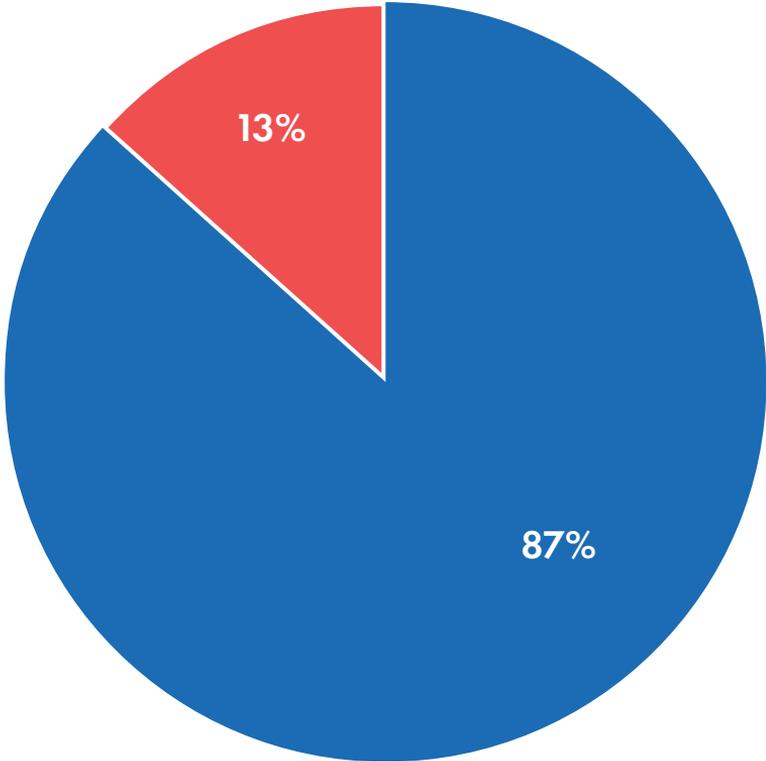


Le soluzioni - Risultati questionario

Quanto hai speso in media per andata e ritorno?

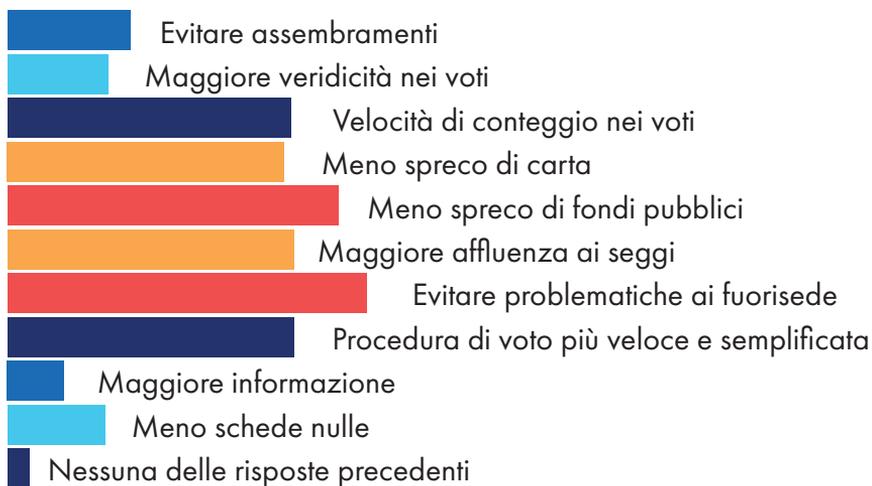


Ti piacerebbe votare attraverso una piattaforma online?



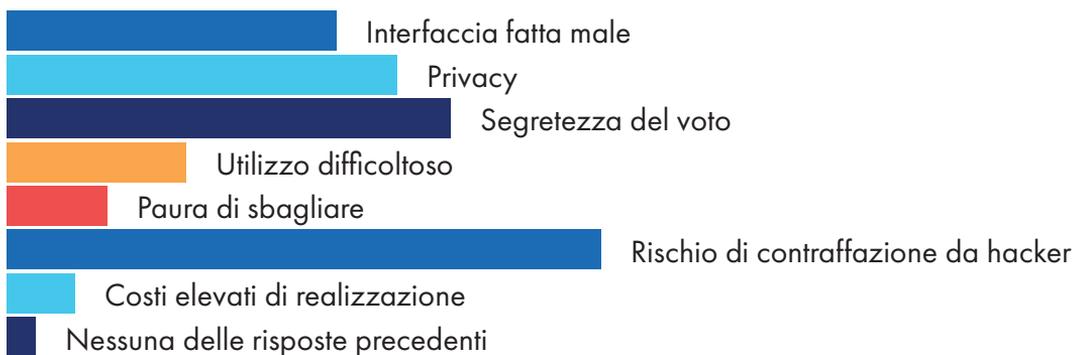
VoteApp

Quali tra le seguenti problematiche potrebbe risolvere?



Le soluzioni - Risultati questionario

Quali tra le seguenti impedirebbero l'uso di quest'app?



Dai risultati ottenuti si evince che il **98% degli utenti vota**, di questi **62%** ha o ha avuto un'esperienza come **fuorisede**.

Di questi ultimi il **54%** si è visto obbligato ad **effettuare viaggi** e spostamenti per poter tornare in residenza - fattore necessario per poter esprimere il proprio voto -, costretto a spendere, in media, dai **100 ai 150 euro**.

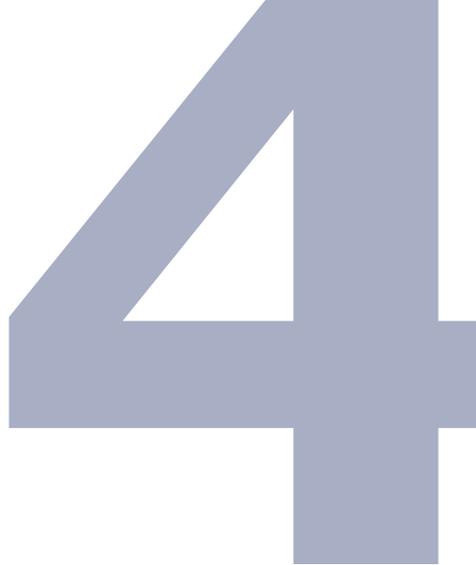
Solo il **20%** ha affermato di aver riscontrato **problemi** durante le elezioni, riferendosi prevalentemente alla **lentezza** delle procedure stesse o alla paura di **emettere un voto nullo** accidentalmente.

Nel complesso, invece, quasi il **90%** sarebbe disposto ad **utilizzare una piattaforma** dedicata al **voto online**, evidenziandone le principali **problematiche** che potrebbero essere risolte dall'introduzione di tale sistema:

- Evitare disagi e limitazioni all'utenza fuorisede
- Riduzione dello spreco di fondi pubblici per personale e attrezzature di varia natura
- Procedura di voto nel complesso più rapida, intuitiva e semplificata
- Velocità nelle procedure di conteggio dei voti
- Maggiore affluenza al voto

Tuttavia i principali **dubbi** e **scetticismi** emersi, i quali contribuirebbero ad ostacolare o peggio impedire l'utilizzo stesso dell'applicazione, risultano essere:

- Rischio di contraffazione da parte di hacker
- Segretezza del voto
- Privacy
- Interfaccia non ben realizzata e poco intuitiva



Il Progetto

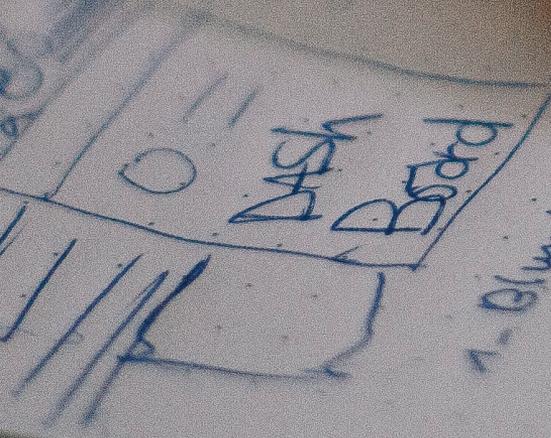
Il progetto di tesi stesso, come affermato in precedenza, consiste nello **studio**, **progettazione** e **realizzazione** dell'**interfaccia** di un'applicazione mobile, atta a consentire ai cittadini di votare online.

a. Concept

Il concept risulta essere rappresentato dall'obiettivo di **infondere**, tramite uno strumento alternativo, maggiore **entusiasmo** nei confronti dell'atto del votare, soprattutto in quelle determinate categorie di utenti che si dimostrano, per differenti ragioni, **restii** al voto; auspicando, in tal modo, al raggiungimento di un'**utenza attiva e partecipativa**, consapevole che il voto rappresenti non solo un diritto ed un dovere, ma soprattutto un potente strumento di cui essere consci.

Affinché il progetto stesso si dimostri realizzabile, si è pensato di **'potenziare'** il contenuto offerto dall'applicazione digitale, in modo che quest'ultima possa fungere non solo da strumento atto alla votazione - affiancato e proposto come alternativa alla tradizionale dinamica di voto, come verrà precisato in seguito -, ma anche da veicolo di **informazioni, aggiornamenti e comunicazioni** relativi al contesto politico e all'andamento stesso delle varie categorie di elezioni presenti.

Tale scelta progettuale mira, come affermato in precedenza, ad un **aumento** da un punto di vista pratico dell'**interesse** del singolo utente nei confronti dei cambiamenti concreti determinati dal voto.



1 - Glued Bking



2 - Solid Colors

A Affinity
minimum
a buffet

b. Linee guida di progetto

Data l'analisi effettuata fino ad ora, è stato reputato opportuno **definire** le **linee guida necessarie** da seguire per l'evoluzione e la realizzazione del progetto di tesi stesso.

Quest'ultime si dividono in **utilizzo e funzionalità**, e **comunicazione**.

UTILIZZO E FUNZIONALITÀ

Interfaccia semplice

Sicurezza informatica

Spiegazione dell'utilizzo

Conteggio in tempo reale

COMUNICAZIONE

Ufficialità

Patriottismo

Dialogo con il cittadino

Tone of voice diretto

c. Brand Identity

È stato ritenuto opportuno individuare l'identità del software che **dialogherà** in prima persona con l'utenza di riferimento.

“
**Non ha più senso inviare
un messaggio pubblicitario
generico a molti con la
speranza di persuadere
pochi.** ³”

c.1 Naming

Il naming che si è pensato di adottare per l'applicazione in questione è **VoteApp** |'vəʊt 'æp|, termine che intende fondere i semplici vocaboli "voto" e "app" in lingua inglese - ma di facile intuizione -, creando un **gioco di parole** che richiama, inoltre, l'imperativo del verbo votare stesso.

VoteApp
VoteApp
VoteApp

c.2 Logo

Il marchio si traduce, perciò, nel **singolo grafema V**, iniziale del naming stesso.

Quest'ultimo è strutturato su due **livelli di profondità** differenti - risultanti dalla luminosità dei colori - atti a trasmettere l'idea stessa di **piega**, a rimando della scheda elettorale stessa, di consueto piegata prima di essere imbucata.

Il logo è stato studiato per poter essere utilizzato in **due versioni**, elencate di seguito:

- Logotipo **esteso**, ovvero l'intero nome dell'app
- Marchio **breve**, ovvero la singola V



BAY OF MANY

#312783



CERULEAN

#009fe3

Il logo è costituito da **due tonalità di blu** - le quali differiscono per luminosità - atte, come affermato in precedenza, a trasmettere l'immagine di una piega, conseguente rimando alle elezioni stesse - scheda elettorale -; la scelta stessa del blu si deve alle sue innumerevoli potenzialità e significati, tra i quali **ufficialità, innovazione e sicurezza**.

Il font che si è scelto di utilizzare è il **Verdana Bold**, prediletto poiché non solo si dimostra facilmente **leggibile**, ma comunica, inoltre, l'idea di **formalità**.

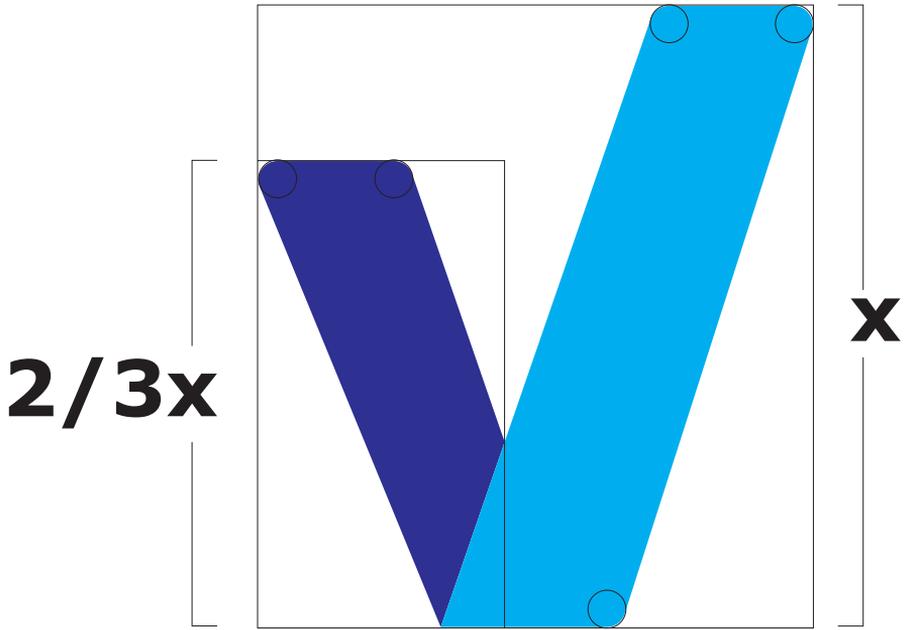


Verdana Bold

abcdefghijklmnopqrstuvxyz

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

1234567890



VoteApp





VOTEAPP



VOTEAPP

c.3 Palette e Font

La **palette** dell'applicazione presenta, come primari, **due colori** che richiamano quelli del logo utilizzati per gli elementi **principali**. Affiancati ad essi, ogni colore dispone di una **seconda tonalità** - di minore saturazione -, utilizzata per elementi **secondari** o per la creazione di **contrasto** con elementi in primo piano.

A quest'ultimi si aggiungono, infine, i **colori** adibiti alle '**scelte**' all'interno dell'applicazione, costituiti da due accese tonalità degli intuitivi **verde** e **rosso**.

Il **font** che si è scelto di utilizzare all'interno dell'applicazione stessa, invece, sono due caratteri **formali** e facilmente **leggibili**: il già citato **Verdana Bold** per i titoli e il font **Futura PT Book** per la creazione di corpi testo, i quali possono presentarsi in **colorazione scura** o **chiara**, in relazione allo sfondo.



MATISSE

#2064ae



POLO BLUE

#8fb2d7



CLOUD BURST

#272f65



SANTAS GREY

#9397b2



ROMAN

#db5e5e



CLOUD BURST

#70b966



HAITI

#110f33



SOLID WHITE

#ffffff

VolerApp

Aa

Verdana Bold

abcdefghijklmnopqrstuvxyz

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

1234567890

Ad

Futura PT Book

abcdefghijklmnopqrstuvxyz

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

1234567890

c.4 Icona

Appare, infine, opportuno effettuare un focus sull'**icona** che si è pensato di proporre; quest'ultima intende essere un ulteriore **richiamo** al sistema di **votazioni cartacee**, ottenuto attraverso l'illustrazione e la piega stessa propria del marchio, in modo da risultare **intuitiva** e **comprensibile** anche agli individui che si dimostrano maggiormente restii nei confronti della tecnologia.

La **colorazione** scelta, coerentemente all'app stessa, presenta gli **elementi dominanti** nei **colori del logo** stesso, mentre il resto della composizione lavora con **tonalità secondarie** di un medesimo colore.





VoteApp

d. L'interfaccia

Il funzionamento dell'app seguirà un determinato flow che permetterà all'utenza di usufruire dei servizi all'interno.

Per questo motivo, è parso opportuno lo sviluppo dell'interfaccia, dividendola in 6 tipologie di schermate distinte.



SCRUTINIO IN CORSO



VOTA QUI

DA AVVOCATO A PREMIER A LEADER,
L'ASCESA DI CONTE AL VERTICE MSS

AGI - "Sarò l'avvocato difensore del popolo italiano". Da quel 23 maggio del 2018, quando dal Quirinale si presentò agli italiani con questa frase...

CONTINUA



**ARTIOLI: «NON ENTRERÒ NEL PDL.
PASSEREI PER OPPORTUNISTA»**

«Saltare nella lista Pdl, senza un preciso progetto, sarebbe visto come puro opportunismo». La consigliera provinciale

**MATTARELLA: «NO A IPOCRISIA
OTTUSITÀ. IN EUROPA L'ORA DELLE
RESPONSABILITÀ»**

• Home e Menù

La **pagina iniziale**, come citato in precedenza, presenterà **articoli** riguardanti scenario politico, **programmi elettorali** e **comunicazioni** in diretta riguardanti le elezioni stesse.

In particolare, appare opportuno precisare che durante il periodo di votazione, in cima alla schermata home, sarà disponibile il **conteggio dei voti in tempo reale**, affiancato da un bottone di **call to action** che invita l'utente ad **esprimere il proprio voto**, nel caso in cui non lo si abbia già fatto.

Il **menù** permetterà, inoltre, di **navigare** all'interno delle diverse **sezioni** che costituiscono l'applicazione, consentendo al singolo utente di usufruire di tutti i servizi offerti.

VOTEAPP
☰



DA AVVOCATO A PREMIER A LEADER, L'ASCESA DI CONTE AL VERTICE M5S

AGI - "Sarò l'avvocato difensore del popolo italiano". Da quel 23 maggio del 2018, quando dal Quirinale si presentò agli italiani con questa frase...

CONTINUA



ARTIOLI: «NON ENTRERÒ NEL PDL. PASSEREI PER OPPORTUNISTA»

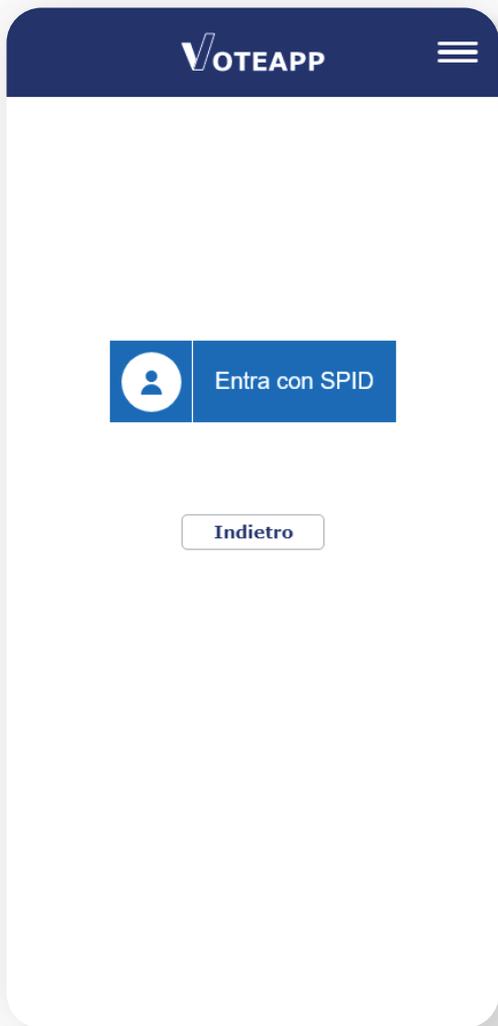
«Saltare nella lista Pdl, senza un preciso progetto, sarebbe visto come puro opportunismo». La consigliera provinciale della Lega Nord...

CONTINUA



• Login

Per la login page si è scelto di prediligere lo **standard attuale**, utilizzando il sistema **SPID** e permettendo all'utente di scegliere il proprio **Identity Provider** tra i servizi proposti.



• Choice Page

All'interno della schermata della **choice page**, l'utente finale potrà **scegliere** a quale **votazione** desidera partecipare.

Verranno, a tal ragione, rese disponibili le **date** in cui sarà possibile esprimere il proprio voto, accompagnate da un'**anteprima** di quel che riguarda la votazione in questione.

LE TUE VOTAZIONI

REFERENDUM

26/06 - 27/06

Proroga delle concessioni di estrazione di idrocarburi entro le 12 miglia marine



VOTA

POLITICHE

26/06 - 27/06

Elezioni della Camera dei Deputati



VOTA

POLITICHE

26/06 - 27/06

Elezioni del Senato della Repubblica



VOTA

REGIONALI

26/06 - 27/06

Elezione del Consiglio della Regione Lazio



VOTA

Torna alla home

• Voting Page

All'interno della **Voting Page** l'utente potrà decidere se **esprimere o meno il proprio voto** relativo all'elezione in corso.

La pagina sarà **strutturata** nel seguente modo:

- **Titolo** votazione
- **Domanda**, nel caso di un referendum; **modalità di voto**, in caso di elezioni
- **Campi** selezionabili
- Submit **button**

The image shows a mobile application interface for voting. At the top is a dark blue header with the logo 'VOTEAPP'. Below the header, the title of the referendum is displayed in bold black text: 'Proroga delle concessioni di estrazione di idrocarburi entro le 12 miglia marine'. The question is presented in a centered, justified format: 'Volete che, quando scadranno le concessioni, vengano fermati i giacimenti in attività nelle acque territoriali italiane anche se c'è ancora gas o petrolio?'. There are two large circular buttons: a green one labeled 'SI' and a red one labeled 'NO'. Below these is a checkbox option: 'Non voglio esprimere il mio voto'. At the bottom, there are two buttons: a dark blue 'INVIA' button and a white 'Indietro' button with a dark border.

ELEZIONE DEL CONSIGLIO DELLA REGIONE LAZIO

Il voto si esprime selezionando la lista prescelta ed è espresso per tale lista e per il candidato uninominale ad essa collegato.

Scegli il partito

Scegli il candidato

Non voglio esprimere il mio voto

INVIA

Indietro

ELEZIONE DEL SENATO DELLA REPUBBLICA

Il voto si esprime selezionando la lista prescelta ed è espresso per tale lista e per il candidato uninominale ad essa collegato.

Scegli il partito

-  Partito Democratico
-  Fratelli d'Italia
-  Movimento 5 Stelle
-  Forza Italia

Scegli il candidato

Non voglio esprimere il mio voto

INVIA

Indietro

• Post Voting

In seguito alla votazione l'utente verrà **ringraziato** per l'avvenuta partecipazione e riceverà, conseguentemente, una chiara **conferma** della registrazione del proprio voto.

La **choice page**, a questo punto, mostrerà le votazioni a cui è ancora concesso partecipare, oltre alle già effettuate; quest'ultime, è lecito puntualizzare, **non** potranno essere successivamente **riaperte** e/o **modificate** in alcun modo.

GRAZIE PER AVER VOTATO

Il tuo voto è stato registrato

TORNA A LE TUE VOTAZIONI

LE TUE VOTAZIONI

REFERENDUM

26/06 - 27/06

Proroga delle concessioni di licenze di idrocarburi entro la 12ª legislatura

HAI GIÀ VOTATO

POLITICHE

26/06 - 27/06

Elezioni della Camera dei Deputati

HAI GIÀ VOTATO

POLITICHE

26/06 - 27/06

Elezioni del Senato della Repubblica

VOTA

REGIONALI

• Servizio Aggiuntivo

Allo scopo di permettere un **utilizzo** da parte di **enti e privati** esterni al panorama politico ufficiale, si è pensato di offrire la possibilità - ad enti, aziende, istituti o utenti privati - di creare un account, al fine di poter **generare una votazione** personalizzata.

Dopo aver personalizzato la propria votazione, risulterà necessario impostare una **password**; successivamente verrà, inoltre, generato un ulteriore **codice di accesso**. Entrambi gli elementi sopracitati si dimostreranno, in seguito, **necessari** per l'accesso al voto.

ACCEDI

Username

Password

LOGIN

Registrati

Dai un titolo alla tua votazione

Scegli la tua domanda

risposta 1

risposta 2

Inserisci una password per l'accesso

INVIA

ACCEDI ALLA VOTAZIONE

Numero della votazione

Password

ACCEDI

• **Pagine Secondarie**

Le sezioni appena descritte possono, inoltre, essere **integrate** con delle **pagine secondarie**: schermate non direttamente collegate al servizio principale offerto dall'applicazione.

In particolare queste saranno costituite da: la **spiegazione** dell'utilizzo del software e una pagina di segnalazione di problemi e **assistenza**.

1. EFFETTUA LA REGISTRAZIONE

Utilizza uno degli Identity Provider (ad es. PostelD, SPID Italia, Aruba.it) per ottenere il tuo SPID e poter usufruire del servizio.



2. ACCEDI AL PORTALE DI VOTO

Utilizza le credenziali SPID per accedere al servizio dopo aver selezionato l'Identity Provider con cui hai effettuato la registrazione.



3. SCEGLI LA CAMPAGNA

Seleziona tra le campagne disponibili quella per cui vuoi esprimere il tuo voto. Fai attenzione a leggere tutte le informazioni riguardanti le votazioni.



4. ESPRIMI IL TUO VOTO

Decidi cosa votare, segui le indicazioni, esprimi la tua preferenza e invia il tuo voto.



Hai bisogno di aiuto?

Se qualcosa **non funziona** come dovrebbe o se vuoi **suggerirci un miglioramento** o una nuova funzionalità, scrivici! Il team risponderà direttamente tramite l'app.

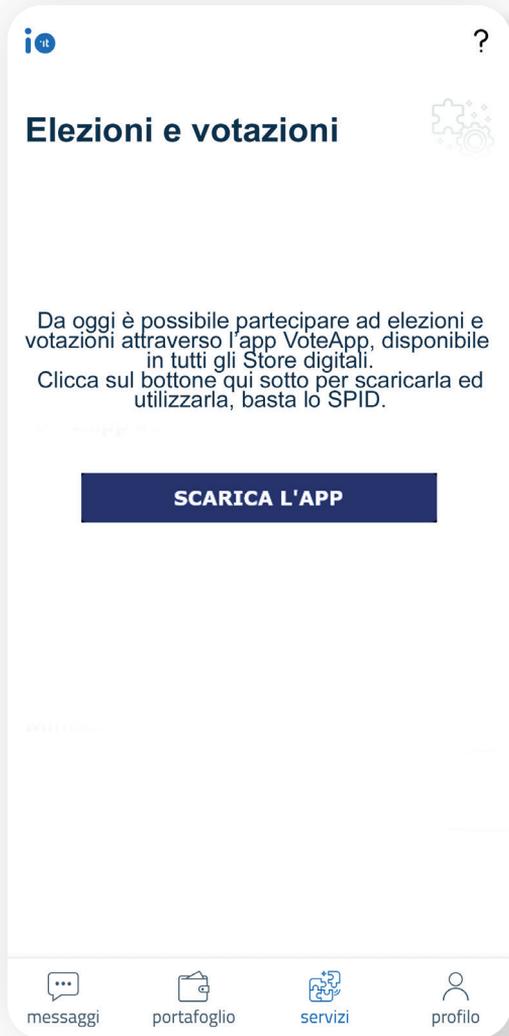
 L'assistenza è disponibile dal lunedì al venerdì dalle ore 8 alle 20; sabato, domenica dalle ore 8 alle 13. Sono esclusi i giorni di festività nazionale.

CONTATTACI

e. Sistema governativo

Al fine di contribuire alla **diffusione** dell'applicazione e facilitarne il **download**, verrà, inoltre, realizzato un **collegamento** con le attuali **app** maggiormente utilizzate realizzate dal **governo italiano** stesso, come IO.

In particolare, nella sezione servizi, sarà introdotta la voce "**Elezioni e Votazioni**", di rimando allo **store** del relativo sistema operativo, in modo da permettere il download dell'applicazione ed il suo successivo **utilizzo**.



f. Cenni di informatica

Da un punto di vista **informatico**, indispensabile da citare all'interno dell'elaborato, appare opportuno effettuare determinate considerazioni.

La struttura "nascosta" dell'app si svilupperà attraverso una **gerarchia di database**, ovvero dei contenitori di dati. Questo consentirà di ottenere una **struttura pulita e funzionale**, la quale permetterà un **funzionamento fluido** e privo di criticità di alcun genere.

In particolare, l'utente risulta interfacciarsi al **gestore delle preferenze** - ovvero il database contenente tutte le opzioni di voto -, effettuando prima l'autenticazione tramite SPID, che, essendo **gestore del metodo di accesso**, ha il compito di autorizzare il dialogo tra l'interfaccia stessa e il database gestore delle preferenze - in quanto **conduttore delle interrogazioni**.

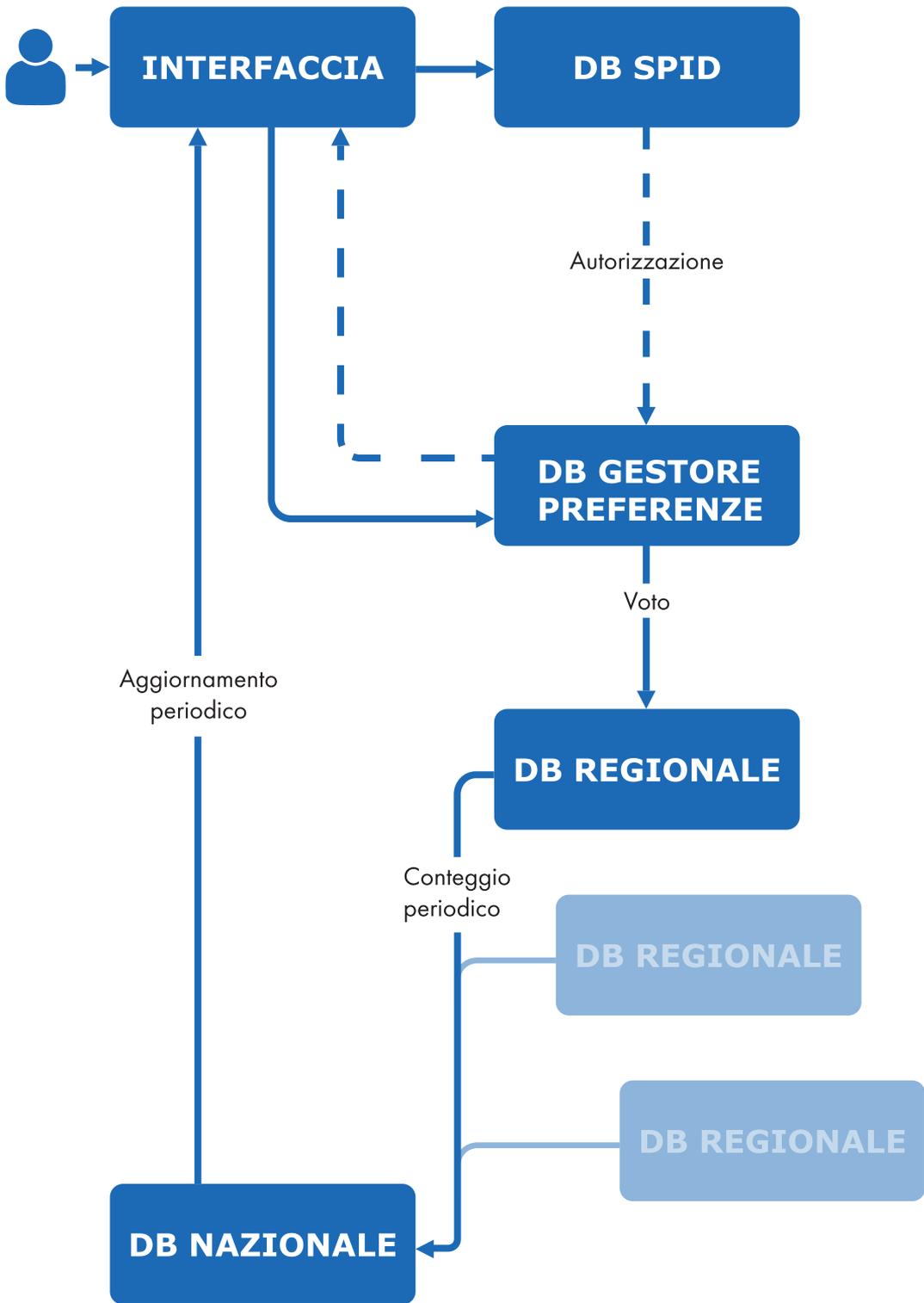
Una volta approvato il dialogo, il citato **database** raccoglie le **preferenze espresse** dall'utenza e ne permette la **trasmissione** ad un **centro di raccolta dati regionale**.

I vari database regionali periodicamente realizzano un **conteggio dei voti** ricevuti in relazione al candidato ed effettuano una **trasmissione parallela** verso il **database nazionale**; quest'ultimo ha il compito di **raccogliere ed analizzare la correttezza e l'integrità** di tutti i dati ricevuti per poi **inoltrarli** periodicamente **all'interfaccia**, affinché il conteggio sia visibile a schermo in tempo reale da parte dell'utente finale.

Invece, per far sì che il **voto segreto** possa essere garantito e mantenuto tale, invece, appare opportuno precisare che tale sistema usufruirà di un **metodo analogo al sistema 'a due buste'** utilizzato per la corrispondenza: in sintesi, il **database SPID** sarà **distaccato dal database di raccolta voti**.

Perciò, come fossero due concrete scatole differenti, ognuna **raccoglierà informazioni** mantenendole distanti e **non ricollegabili** tra di loro in alcun modo.

In futuro, allo scopo di **migliorare le prestazioni** generali, si potrebbe pensare sia di **aumentare la granularità** in modo tale da **alleggerire** il carico di **lavoro** delle macchine e **velocizzarne i processi**, attuando, di conseguenza, un **sistema maggiormente distribuito** su tutto il territorio nazionale.



g. Interazione di utenti

È stata effettuata una prima sperimentazione di un prototipo dell'applicazione su 3 soggetti appartenenti a differenti fasce d'età, i quali hanno successivamente espresso una valutazione in merito a: intuitività, facilità di utilizzo, facilità di comprensione, interfaccia piacevole e utilizzo futuro.



Gaia, 20 anni

intuitività	✓	✓	✓	✓	✓
utilizzo	✓	✓	✓	✓	✓
comprensione	✓	✓	✓	✓	✓
interfaccia	✓	✓	✓	✓	✓
futuro	✓	✓	✓	✓	✓

“La userei sempre vivendo in Olanda ed è a prova di scemo”



Socratis, 58 anni

intuitività	✓	✓	✓	✓	✓
utilizzo	✓	✓	✓	✓	✓
comprensione	✓	✓	✓	✓	✓
interfaccia	✓	✓	✓	✓	✓
futuro	✓	✓	✓	✓	✓

“Sarà che sono della vecchia generazione, ma il voto va espresso in cabina”



Giovanna, 78 anni

intuitività	✓	✓	✓	✓	✓
utilizzo	✓	✓	✓	✓	✓
comprensione	✓	✓	✓	✓	✓
interfaccia	✓	✓	✓	✓	✓
futuro	✓	✓	✓	✓	✓

“Io mando solo messaggi”

In media, tenendo in considerazione un valore minimo di 1 e un massimo di 5, i risultati piacevolmente riscontrati sono:

- intuitività: 4.3
- facilità di utilizzo: 4.6
- facilità di comprensione: 4.3
- interfaccia piacevole: 4.6
- utilizzo futuro: 4

Le considerazioni che possono essere espresse in merito a tale primo test possono dirsi più che soddisfacenti, se non positive.



Introduzione In Italia

Per far sì che la nuova tecnologia si diffonda, è parso necessario ideare una **campagna di comunicazione** studiata e progettata appositamente, atta non solo alla **pubblicizzazione**, ma anche ad aiutarne l'**introduzione** stessa nel panorama cittadino italiano.

a. La campagna di comunicazione

La campagna di comunicazione precedentemente citata si struttura in 3 fasi:

1

PROPAGANDA

Rendere noto l'avvento dell'applicazione all'interno delle attuali piattaforme e comunicarne i suoi di forza tramite manifesti, sponsorizzazioni sui social e spot pubblicitari

2

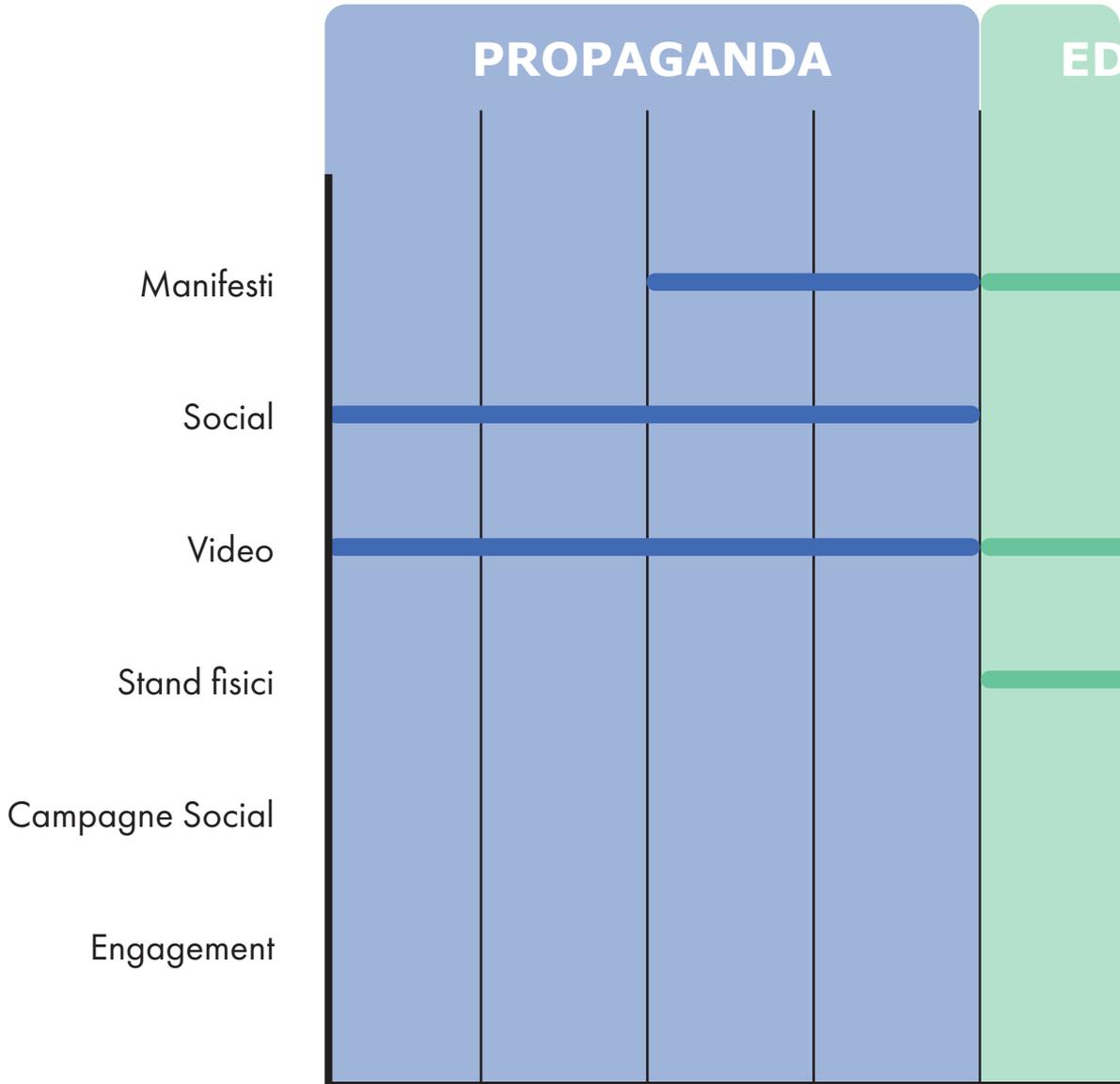
EDUCAZIONE

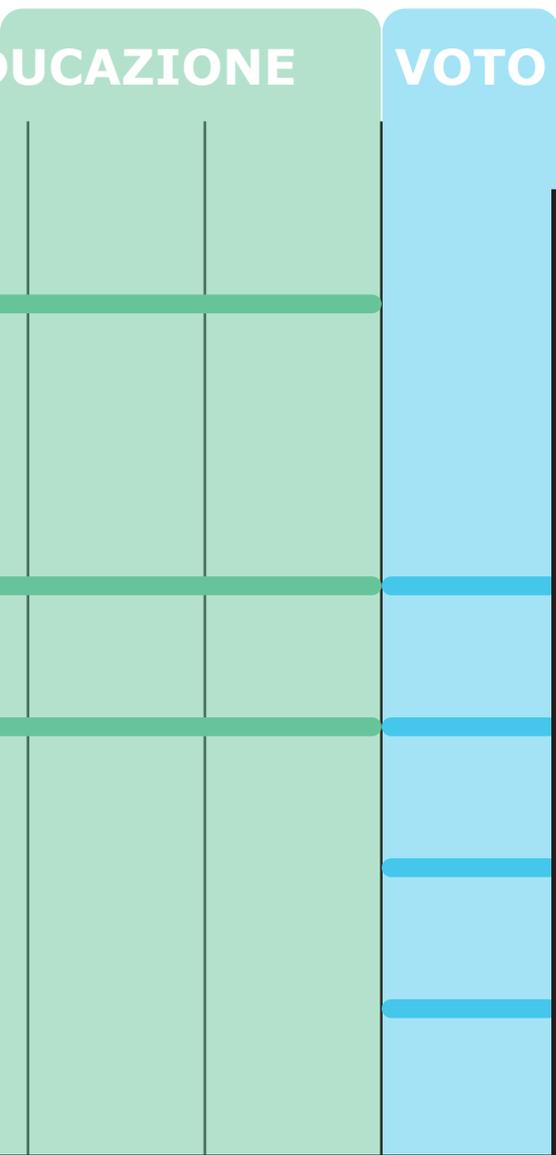
Educare all'utilizzo della nuova tecnologia che si è deciso di affiancare al sistema esistente, rendendola attraente ed intuitiva; l'utilizzo di video, appositi stand fisici, manifesti ed 'influencer communication sui social si configura come strumento vincente atto allo scopo dichiarato

3

VOTO

Riproporre i due punti precedentemente citati in occasione del periodo prossimo alle votazioni, oltre che amplificare la diffusione dell'app stessa tramite campagne sui social e attività di engagement di varia natura





La campagna vedrà il proprio inizio durante i **due mesi precedenti al periodo elettorale**.

In occasione del primo mese si è pensato di procedere **comunicando l'introduzione** della nuova modalità alternativa, attraverso la creazione di un **video teaser, social ads e manifesti** diffusi per le città.

Durante le **tre settimane successive**, si organizzeranno **stand fisici** nelle principali piazze italiane, volti ad insegnamento ed assistenza nell'utilizzo dell'applicazione, sponsorizzati attraverso **manifesti**; inoltre, verrà diffuso un **video esplicativo** attraverso piattaforme video (come twitch, youtube etc) e in televisione.

Infine, durante gli ultimi sette giorni, si proseguirà tramite il **video esplicativo** e gli **stand fisici**, accompagnati da un'ulteriore **campagna** organizzata attraverso i principali **social** e con l'organizzazione di svariate **attività di engagement**, atte ad invitare l'utente sia al votare sia a farlo attraverso la piattaforma.

a.1 Propaganda

Come già detto in precedenza, la prima fase della campagna di comunicazione avrà lo scopo di **introdurre** l'avvento dell'app ai cittadini italiani. Per far ciò si è pensato di **utilizzare**:

- **Manifesti**

I manifesti rappresenteranno un'anteprima dell'app, accompagnata da elementi atti al richiamo di internet e del concetto di sicurezza online.

I manifesti copriranno tutte le principali città italiane, facendo partire l'espansione dai centri più popolati.



VOTEAPP

LA NUOVA FRONTIERA DEL VOTO



Scarica su
App Store

DISPONIBILE SU
Google Play



• Social

La propaganda, attraverso i **social**, mostrerà un'anteprima dell'applicazione stessa, tramite **testi** che esprimano i **punti di forza** della nuova tecnologia introdotta.



VOTEAPP

LE TUE VOTAZIONI

REFERENDUM
26/06 - 27/06
Principi della sovranità e autonomia di
Montecitorio entro la 12ª legge elettorale

VOTA

POLITICHE
26/06 - 27/06
Elezione della Camera dei Deputati

VOTA

POLITICHE
26/06 - 27/06
Elezione del Senato della Repubblica

**DA OGGI
VOTA
ONLINE**

**PIÙ FACILE
PIÙ VELOCE
PIÙ SICURO**

**DA OGGI
VOTA
ONLINE**

**PIÙ FACILE
PIÙ VELOCE
PIÙ SICURO**



VoteApp

• Video

Il video **teaser** è stato concepito per la creazione di **hype** negli spettatori, allo scopo di dare un **"assaggio"** di ciò che sta per arrivare.

In particolare, ci si pone come obiettivo, generare **curiosità** in uno spettatore attraverso **immagini e testi impattanti**.

Il video verrà trasmesso sia in **televisione**, sia attraverso le principali **piattaforme video**, in modo da raggiungere chiunque.



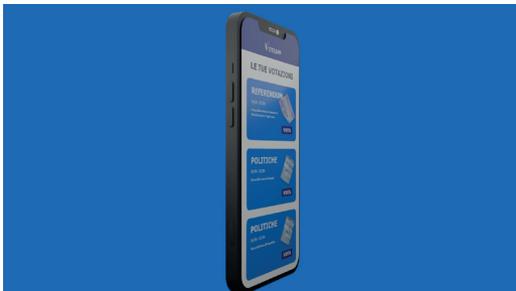
Storyboard



Scena 1
Introduzione al video e allo scopo dell'app



Scena 2
Scena che genera curiosità



Scena 3
Anteprima dell'app



Scena 4
Dimostrazione di parole chiave utili all'utente



Scena 5
Call to action a scaricare l'app



Scena 6
Logo di chiusura

a.2 Educazione

La seconda fase, invece, punterà ad **educare**, come suggerisce il nome stesso, ed **introdurre all'utilizzo** dell'app sia in modo diretto **specialista-cittadino**, che in modalità indiretta, attraverso **spot pubblicitari esplicativi**.

• Manifesti

I manifesti relativi all'educazione, inviteranno gli utenti a **visitare una piattaforma** contenente le principali **indicazioni** per trovare il **centro informativo** - ed i relativi orari - più vicino a loro.

Oltre a questi ultimi, continueranno ad essere posizionati i **manifesti propagandistici**, allo scopo di raggiungere anche chi non è stato coinvolto in precedenza.



Con **V**OTEAPP impara a votare online

Visita voteapp.it o scansiona il QR
per saperne di più



• Video

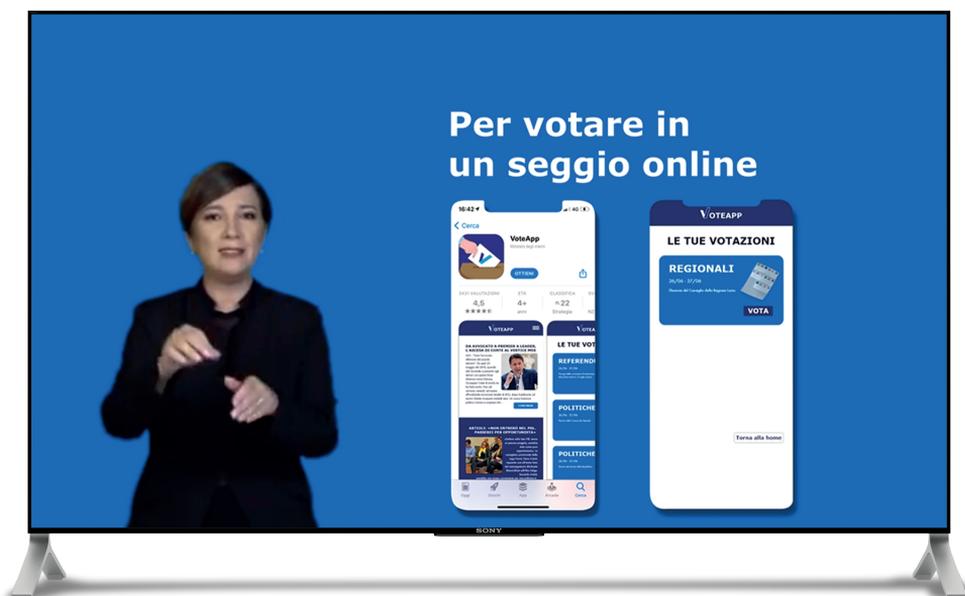
Il video relativo all'educazione sarà strutturato in **tre fasi**:

- spiegazione della **votazione** che si terrà successivamente
- metodologia di voto in un **seggio fisico**
- metodologia di voto in un **seggio virtuale**

Con l'accompagnamento, inoltre, di un un **interprete della lingua dei segni**, in modo da raggiungere e rendere partecipe chiunque.

Pare opportuno precisare che le **istruzioni** e le **modalità** espresse nel video **varieranno** in base alla votazione in questione.

Il video sarà trasmesso sia in **televisione**, oltre che sulle principali **piattaforme video**.



Storyboard



Scena 1
Denominazione della votazione



Scena 2
Indicazioni base della votazione



Scena 3
Documenti necessari per la votazione in un seggio fisico



Scena 4
Come votare in un seggio fisico



Scena 5
Come votare in un seggio online



Scena 6
Frases di chiusura

• Stand fisici

Nelle principali piazze italiane verranno allestiti degli **stand attrezzati**, allo scopo di **spiegare** l'utilizzo dell'app sia a chi sia dispostosi di un proprio smartphone, sia a chi ne sia sprovvisto. Gli orari e il luoghi saranno pubblicati su una **pagina web realizzata appositamente**, in modo tale da essere raggiungibile da parte di tutti.

L'obiettivo è rendere partecipi anche i **più restii** nei confronti della tecnologia, in modo da poter dare una **risposta** a qualsiasi tipo di **dubbio** o **quesito**.







Con **VOTEAPP**
impara a
votare online

Visita voteapp.it per saperne di più



a.3 Voto

La **terza fase** sarà costituita da tutti gli elementi delle due fasi precedenti, in modo da far **proseguire la diffusione** della conoscenza del nuovo sistema di voto, a cui si aggiungeranno:

• Attività di engagement

L'attività di engagement inviterà gli utenti, a fine votazione, alla pubblicazione di una **foto sui social** con l'hashtag **#IOVOTONLINE**.

Questo sistema potrà contribuire ad una **continua espansione** dell'applicazione stessa e della sua **conoscenza**, e conseguente **diffusione**, da parte di futuri utenti

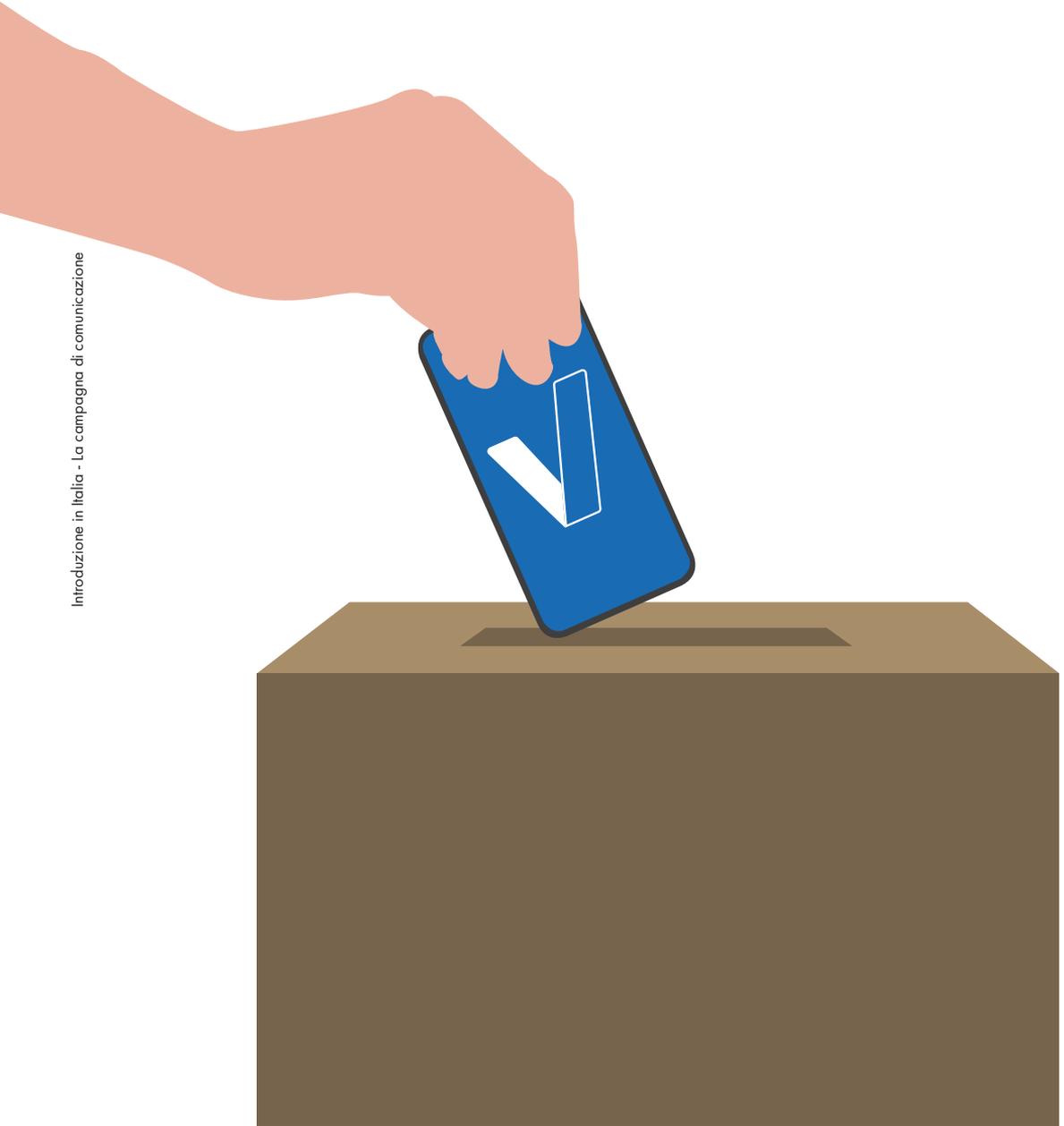


• Campagne social

In collaborazione con i principali **Social Network**, tutti i post e le storie realizzate dagli utenti che trattino l'argomento elezioni riceveranno automaticamente un particolare **badge**, il quale rimanderà ad una pagina nella quale i visitatori potranno **scaricare l'applicazione VoteApp**, trovare il **seggio di appartenenza** e **ricevere informazioni** riguardo la votazione stessa.

Tale strumento, oltre ad una **pubblicità automatizzata**, consentirà una **rapida espansione** del servizio.





a.4 Coesistenza digitale analogico

Pare opportuno precisare, inoltre, che - al fine di **estendere il voto a chiunque** e permettere l'**introduzione** del voto online in maniera **graduale** - si è pensato, come accennato in precedenza, alla necessità della presenza di **periodi di coesistenza** tra digitale e analogico: rimarranno aperti solo il **60% dei seggi fisici** di ogni città, che col passare tempo e degli anni andranno successivamente a diminuire.

In questo modo appare innegabile l'opportunità di una **conseguente riduzione dei costi statali** relativi al personale e ai supporti necessari all'interno dei diversi seggi, e tramite le varie soluzioni proposte, si auspica che anche gli individui più ostili alla nuova tecnologia possano interfacciarsi alla nuova modalità, ma anche scegliere di rimanere fedeli al classico sistema cartaceo.

Considerazioni Conclusive

Appare opportuno sottolineare come l'elaborato di tesi si ponga come obiettivo l'**evidenziare** - dal punto di vista dei cittadini - le **problematiche** presenti all'interno delle attuali dinamiche di voto, ai fini di una **progettazione mirata e studiata** in relazione allo **scenario di riferimento**, atta ad eliminare tali criticità o, quantomeno, contribuire alla loro riduzione.

Esaminando i, precedentemente discussi, casi studio ne è stata illustrata una **panoramica generale**. A partire da tali elementi è stato possibile definire sapientemente quella che potrebbe rappresentare la **soluzione maggiormente efficace**, con l'obiettivo ultimo di **ridurre al minimo** ciò che **impedisce** ai cittadini di votare.



A tal motivo, si è pensata ad una **soluzione** che tenga in considerazione **in primis il cittadino** e, conseguentemente, ciò che egli stesso percepisce come **positivo ed intuitivo**.

Per raggiungere tale scopo sono state richieste - come si è constatato in precedenza - determinate **opinioni e valutazioni** relative ad un **prototipo** dell'applicazione stessa, le quali hanno portato ad un riscontro più che positivo.

Infine, è lecito concludere puntualizzando come la **proposta progettuale** di partenza, affrontata all'interno del seguente elaborato, si configuri come un **primo passo** all'interno di un **percorso articolato e mutevole**, che include, inoltre, la **collaborazione e cooperazione** di **diverse figure** appartenenti ad ambiti differenti tra loro, auspicando a poter estendere gli orizzonti ed **andare oltre il progetto di tesi** appena descritto.



Appendice

Quest'ultima sezione dell'elaborato presenta i **riferimenti** sitografici, bibliografici e i ringraziamenti.

a. Sitografia

<https://www.insuranceitaly.it/storia-del-diritto-di-voto-in-italia/>

<http://www2.po-net.prato.it/it/elezioni-a-prato/sistema-elettorale-italiano/pagina878.html>

<http://www2.po-net.prato.it/elezioni-a-prato/sistema-elettorale-italiano/elezioni-europee/pagina879.html>

<http://www2.po-net.prato.it/elezioni-a-prato/sistema-elettorale-italiano/elezioni-politiche/pagina880.html>

<http://www2.po-net.prato.it/elezioni-a-prato/sistema-elettorale-italiano/elezioni-regionali/pagina881.html>

<http://www2.po-net.prato.it/elezioni-a-prato/sistema-elettorale-italiano/elezioni-amministrative/pagina882.html>

<http://www2.po-net.prato.it/elezioni-a-prato/sistema-elettorale-italiano/referendum/pagina883.html>

<http://www.erasmusplus.it/stavoltavoto-la-campagna-del-parlamento-ue-per-elezioni-2019/>

<https://www.interno.gov.it/it/notizie/campagna-comunicazione-istituzionale-elezioni-politiche-2018>

https://www.youtube.com/watch?v=ZbvOizbycr4&ab_channel=ParlamentoeuropeoinItalia

<https://www.facebook.com/watch/?v=389310635336006>

https://www.youtube.com/watch?v=5z9AAAn7MtDs&ab_channel=ForzaItalia

https://www.repubblica.it/politica/2020/09/10/news/referendum_petizione_fuorisede-266846098/

<https://www.lastampa.it/opinioni/editoriali/2006/11/24/news/la-strana-storia-dei-brogli-elettorali-1.37144372>

https://parstoday.com/it/news/italia-i195482-italia_quanto_costano_le_elezioni

<https://www.dday.it/redazione/21516/voto-elettronico-mondo-usa-italia>

<https://www.ilblogdellestelle.it/>

<https://voatz.com/>

<https://verifiedvoting.org/election-system/votem-castiron/>

<https://cns.utexas.edu/news/ut-created-voting-app-bevote-helps-educate-students>

<https://www.nuharborsecurity.com/how-does-estonias-e-voting-work/>

<https://e-estonia.com/solutions/e-governance/i-voting/>

https://www.youtube.com/watch?v=LW1O0UX1FOk&ab_channel=Rai

b. Bibliografia

G. Mazzoleni - La comunicazione politica

Basi di dati - Modelli e linguaggi di interrogazione 4 ed. di Paolo Atzeni, Stefano Ceri, Piero Fraternali, Stefano Paraboschi, Riccardo Torlone© 2013

G. Vecchiato - La comunicazione

Barbero S., Tamborrini P. (Ed.) (2012). Il fare ecologico. Il prodotto industriale e i suoi requisiti ambientali.

c. Citazioni

- (1) Susan B. Anthony
- (2) Eugenio Barba
- (3) M. Lawrence Light

d. Ringraziamenti

E niente, sono rimasti da scrivere i ringraziamenti e non so assolutamente cosa scrivere.

Prima di tutto ringrazio mamma: mi hai permesso di fare tutto questo.

Mi hai sempre supportato e sopportato, anche dopo aver lasciato ingegneria.

Grazie per avermi sempre spronato a fare del mio meglio e a superare tutto, quando tutto mi veniva contro.

Grazie per tutte le opportunità.

Non sarei qui se non fosse per te, ti voglio bene.

Grazie Davide, per distrarmi ogni tanto con le tue cavolate.

Vorrei anche ringraziare Oscar, la persona con cui ho iniziato il mio percorso a Torino e che continua a sostenermi, nonostante le strade si siano divise.

Grazie anche a Davide Verardo e al suo grande supporto per la parte di informatica.

Un grazie speciale va a Chiara.
Grazie per avermi aiutato in questi due anni,
per essermi stata accanto in tutte le difficoltà che
questa università mi ha creato.
Per sopportarmi sempre.
Per calmarmi anche quando sono seriamente
arrabbiato.
Perché mi hai aiutato con questa tesi.
Grazie davvero, di tutto.
Ti amo.

Ed infine, mi pare opportuno anche ringraziare il
prof. Paolo Marco Tamborrini, per aver creduto
nella mia idea.

