

La P.A. italiana alla conquista del Mobile Internet

Nel 2008 sempre più P.A. hanno avviato l'erogazione di servizi ed informazioni al cittadino su cellulari ed iPhone. Tra i casi di successo, l'esperienza di alcuni enti con la piattaforma per siti mobili FlexMobile di Idea Futura

Il 2008 è stato per l'Italia l'anno in cui le P.A. più innovative hanno proceduto alla conquista di spazi nella nuova frontiera del *mobile internet*. Questo approccio a considerare il canale di comunicazione sui cellulari come strategico nel rapporto col cittadino è il naturale seguito al fermento degli ultimi mesi ed alle previsioni di sviluppo del settore: Forrester Research prevede che entro il 2013 il 38% degli utenti di telefonia mobile in Europa userà i propri cellulari per connettersi ad Internet.

Per la P.A. ciò significa avere un nuovo canale per diminuire la pressione sugli sportelli tradizionali, potendo procedere ad erogare verso cellulari ed iPhone la consultazione atti, la segnalazione adempimenti, la comunicazione di emergenza, la promozione di iniziative, le informazioni di natura turistica o sulla viabilità.

FlexMobile, la piattaforma di Idea Futura

Tra le piattaforme software di riferimento per la gestione di contenuti e servizi per il *mobile internet* si è distinta FlexMobile della softwa-



re house Idea Futura, l'azienda che fornisce le piattaforme web ad alcuni dei più grandi enti pubblici locali e centrali italiani.

Tra i plus offerti da tale piattaforma, la corretta visualizzazione e fruibilità delle informazioni e servizi su tutti i dispositivi mobili. La chiave di tale possibilità risiede in due caratteristiche dell'infrastruttura software: la *device detec-*

tion e le caratteristiche di *content adaption*. Attraverso *device detection* è possibile rilevare il particolare dispositivo mobile con il quale il cittadino stia richiedendo il servizio, prendendo atto quindi di eventuali limitazioni che tale dispositivo abbia, quali schermo di dimensioni ridotte, non compatibilità con alcune tipologie di documento, ecc. A questo punto attraverso le funzionalità di *content adaption* proprie della piattaforma è possibile erogare a quello specifico dispositivo un contenuto per esso ottimizzato: ad esempio un'immagine opportunamente ridimensionata dalla piattaforma per essere correttamente visualizzabile. La content adaption libera così il redattore dalle esigenze di dover realizzare un contenuto in modo differenziato per i vari dispositivi: inserendo una sola volta i contenuti sarà la piattaforma ad adattarli al momento dell'erogazione sui diversi cellulari o iPhone.

La comunicazione sul nuovo canale mobile può inoltre essere facilmente gestita internamente, grazie alla semplicità di utilizzo degli strumenti di generazione dei contenuti. Con



pochi semplici click sono direttamente i responsabili interni all'ente a veicolare le informazioni sul proprio sito mobile, con risultati di grande usabilità per l'utente.

www.flexmobile.it

Casi di successo

Un esempio di successo di tale approccio è il sito <http://mobi.ismea.it> che *ISMEA* ha realizzato con FlexMobile. Tale sito è dotato di funzionalità di ricerca e consultazione delle quotazioni agricolo alimentari direttamente su cellulare. Attraverso l'interfaccia intuitiva è possibile ricercare da cellulare il prodotto e località di interesse, o parte della stringa: il sistema restituisce i dettagli dei prezzi e gli andamenti dei mercati, in forma anche grafica adatta al dispositivo mobile utilizzato.

Per la generazione dei propri siti mobili ovviamente uno dei principali desideri è quello di conversione automatica anche di siti e servizi preesistenti. Piattaforme mobili evolute prevedono importazioni automatiche di flussi dati preesistenti per la generazione delle pagine mobili. Ad esempio per la realizzazione del portale mobile dell'associazione *Unindustria Bologna* (www.unindustria.bo.it/pda) le

informazioni dei precedenti siti sono stati automaticamente importati con FlexMobile nel portale mobile attraverso flussi xml. La consultazione da cellulare può inoltre essere subordinata ad una fase di profilazione ed iscrizione degli utenti ai singoli servizi. Queste possibilità, di notevole interesse in ottica di e-government, sono già state colte da tempo da grandi brand: con la medesima tecnologia la *Giorgio Armani S.p.A.* ha realizzato ad esempio il sito di fidelità per la clientela di Emporio Armani (<http://mobile.emporioarmaniclub.com>) ed ogni giorno su giornali e riviste si apprende di un nuovo brand o banca che sbarca su iPhone. Facilità d'uso ed organizzazione del progetto editoriale sono alla base della ricchezza informativa e della puntualità degli aggiornamenti del sito, gestito in completa autonomia dal personale dell'ente.