

GUIDA ALLA REDAZIONE DEI DOCUMENTI DI TRASPARENZA

I criteri di impaginazione e le scelte tipografiche assicurano elevati livelli di leggibilità.

- Impiegare i diversi stili del carattere (grassetto, corsivo, sottolineato, maiuscolo, maiuscoletto) per dare evidenza alle informazioni e segnalarne le priorità per il cliente. Adottare gli stili con coerenza in tutti i documenti rivolti al pubblico.
- Evidenziare parole e frasi all'interno del testo con precisione ma con parsimonia, per non disorientare il lettore con un eccesso di segnali testuali. Scegliere parole significative, che danno indicazioni chiare sul contenuto.

ESEMPIO

non

“Il cliente ha diritto ad **avere a disposizione** e portare con sé il Foglio Informativo.”

ma

“Il cliente ha diritto ad avere e portare con sé il **Foglio Informativo**.”

- Evitare le soluzioni che compromettono la leggibilità del documento, quali l'adozione del maiuscolo e del sottolineato per intere frasi e per interi blocchi di testo su più righe.

ESEMPIO

non

“IN PARTICOLARE, PER I CONTRATTI DI CREDITO AL CONSUMO, IL
CLIENTE HA I SEGUENTI DIRITTI...”

ma

“In particolare, per i **contratti di credito al consumo**, il cliente ha i seguenti diritti...”

- Non scrivere le informazioni importanti in corpo troppo piccolo.
- Dove è opportuno, preferire alla forma discorsiva elenchi puntati e tabelle, che agevolano il confronto tra le informazioni.

- Evitare i lunghi blocchi di testo e ricorrere il più possibile alla scansione del testo in capoversi, con un doppio spazio tra l'uno e l'altro.

La struttura dei documenti presenta le informazioni in un ordine logico e di priorità che asseconda le necessità informative del cliente e facilita la comprensione e il confronto delle caratteristiche dei prodotti.

- Scandire e organizzare i contenuti su più livelli di lettura: titoli, indici e sintesi iniziali, sottotitoli di sezione o di paragrafo, evidenziazione di parole e concetti chiave, glossari, legende.
- Elaborare titoli e sottotitoli precisi, che informano sul contenuto del testo che segue.

ESEMPI

non “Avviso al pubblico” *ma* “Principali diritti del cliente”

non “Premessa” *ma* “Che cos'è un conto corrente?”

non “Comunicazioni” *ma* “Come comunicare con la banca”

- La struttura dei documenti segue un ordine dal generale al particolare e le informazioni che riguardano lo stesso tema/contenuto sono presentate insieme.

Semplicità sintattica e chiarezza lessicale sono calibrate sul livello di alfabetizzazione finanziaria delle differenti fasce di clientela, anche in relazione al prodotto proposto.

- Scrivere frasi semplici e brevi, con una sola informazione principale, pochi incisi e subordinate.

ESEMPIO

non

“Il Cliente, seguendo le procedure di reclamo e di composizione stragiudiziale delle controversie quali indicate nel documento "Principali diritti del cliente", può avanzare reclamo al competente ufficio della Banca XXX e, ove sia rimasto insoddisfatto dalla risposta avuta, può, qualora la controversia non superi un valore di Euro 100.000,00, presentare ricorso a..., Via ... 00100 Roma.”

ma

“Il Cliente può presentare un reclamo all’Ufficio Reclami della Banca XXX. Se non è soddisfatto della risposta e se la controversia non supera un valore di Euro 100.000,00, può presentare ricorso a ... (Via ..., 00100 Roma). Maggiori indicazioni sono nel documento “Principali diritti del cliente”, affisso in tutte le filiali e scaricabile dal sito internet della banca.”

- Preferire la forma attiva a quella passiva.

ESEMPIO

non

“L’invio degli estratti conto, ad ogni chiusura periodica prevista contrattualmente, sarà effettuato dalla banca entro il termine di giorni 30 dalla data di chiusura.”

ma

“La banca invia gli estratti conto entro 30 giorni da ogni data di chiusura prevista dal contratto.”

- Esprimere il soggetto.

ESEMPIO

non

“In mancanza di opposizione scritta, gli estratti conto si intendono approvati trascorsi 60 giorni dal ricevimento.”

ma

“Se il cliente non presenta una contestazione scritta, gli estratti conto si intendono approvati dopo 60 giorni dal ricevimento.”

- Preferire il modo indicativo rispetto al congiuntivo.

ESEMPI

non

“Qualora la banca si avvalga della compensazione di legge, essa non è tenuta a...”

ma

“Se si avvale della compensazione di legge, la banca non è tenuta a...”

non

“Il costo del prodotto potrà risultare più elevato del canone, qualora il numero di operazioni sia superiore a quello convenuto o qualora si eseguano operazioni per le quali è prevista una specifica commissione.”

ma

“Il costo del prodotto potrà risultare più elevato del canone, se il numero di operazioni è superiore a quello convenuto o se si eseguano operazioni che prevedono una specifica commissione.”

- Riportare i riferimenti normativi alla fine della frase, tra parentesi.

ESEMPIO

non

“Il cliente ha facoltà di revocare, ai sensi dell'art. 1373 cod. civ., l'incarico conferito alla banca finché l'incarico stesso non abbia avuto un principio di esecuzione.”

ma

“Il cliente può revocare l'incarico conferito alla banca finché l'incarico stesso non abbia avuto un principio di esecuzione (art. 1373 cod. civ).”

- Dove è possibile, preferire parole ed espressioni d'uso comune.

ESEMPI

“Firmare” *invece* di “sottoscrivere”.

“Portare con sé” *invece* di “asportare”.

“Questo documento” *invece* di “il presente documento”.

“Potere” *invece* di “avere la facoltà di”.

“In anticipo” o “prima della scadenza” *invece* di “in via anticipata”.

- Dove possibile, preferire preposizioni, congiunzioni, espressioni brevi e semplici formate da una o due parole.

ESEMPI

non “finalizzato a”, “volto a”, “mirato a”, “con l'obiettivo di” *ma* “per”

non “fatta eccezione per” *ma* “tranne”

non “nel caso in cui”, “sempreché”, “a condizione che” *ma* “se”

- Preferire il verbo al sostantivo che ne deriva.

ESEMPI

non “Prima della sottoscrizione” *ma* “prima di sottoscrivere/firmare”

non “Per l’attivazione del conto è necessario...” *ma* “Per attivare il conto è necessario...”

- Preferire i verbi semplici alle locuzioni verbali.

ESEMPI

“firmare” *invece* di “apporre la firma”

“pagare” *invece* di “provvedere al pagamento”

- Evitare il gerundio, soprattutto all’inizio di una frase.

ESEMPIO

non

Essendo il finanziamento a tasso fisso, esiste un generico rischio di tasso di interesse, derivante dall’impossibilità di beneficiare delle eventuali fluttuazioni dei tassi al ribasso.

ma

Poiché il finanziamento è a tasso fisso e non si può beneficiare delle eventuali fluttuazioni dei tassi al ribasso, esiste un generico rischio di tasso di interesse.

- Evitare di usare parole come *detto*, *predetto*, *suddetto*, *tale*, *esso*, *quello*, per riprendere o richiamare elementi precedenti. Spesso è preferibile ripetere la stessa parola.
- Spiegare i termini tecnici più importanti e ricorrenti, con un linguaggio preciso ma semplice, in un glossario o in una legenda. Sciogliere le sigle e le abbreviazioni non immediate, almeno la prima volta che appaiono nel documento.

Sintonia tra presentazione delle informazioni e canale comunicativo, che tenga conto di criticità e vantaggi dei diversi canali.

- Nelle comunicazioni e negli avvisi affissi alle pareti:
 - i titoli devono essere precisi e fare chiaro riferimento al tema della comunicazione
 - il corpo dei caratteri deve essere di grandezza tale che il testo si legga agevolmente anche a una distanza di 20-30 cm.

 - Nei siti web:
 - costruire i testi in modo che le informazioni più importanti siano sempre nella prima parte della schermata
 - per non appesantire di testo le singole pagine, scaglionare le informazioni su uno stesso tema, servizio o prodotto anche su due o tre pagine (non in maniera sequenziale, bensì in pagine autonome, ognuna con il suo titolo), ma orientando l'utente attraverso un menu di navigazione chiaro, immediatamente visibile
 - aggregare informazioni e pagine su uno stesso tema, servizio o prodotto attraverso i link, per dare all'utente una facile e completa visione di insieme
 - prevedere all'interno delle pagine anche colonnine laterali di servizio con approfondimenti, spiegazioni di termini difficili, link a guide e fogli informativi
 - utilizzare i link per dare all'utente l'opportunità di approfondire determinati temi su altri siti (massimo cinque)
 - considerare le raccomandazioni per l'accessibilità dei siti per le categorie deboli e svantaggiate; anche se sono obbligatorie solo per i siti delle pubbliche amministrazioni, offrono indicazioni utili per migliorare usabilità e accessibilità di tutti i siti che offrono informazioni e servizi al pubblico (per approfondire: www.pubbliaccesso.gov.it).
-

PER SAPERNE DI PIÙ

Per ulteriori indicazioni, esempi e approfondimenti sulla semplificazione e la chiarezza delle comunicazioni per il pubblico, consultare:

Il progetto per la semplificazione del linguaggio amministrativo, a cura di Alfredo Fioritto.

I Quaderni dell'Innovazione, Istituto Poligrafico e Zecca dello Stato 2002.

Disponibile su internet all'indirizzo:

www.cantieripa.it/allegati/quaderno_innovazione_4.pdf