



Manuale d'identità web

Guida alla realizzazione dei portali federati della Regione Puglia

Versione 3.8



PUGLIA



Struttura speciale 'Comunicazione Istituzionale'

Manuale d'identità web

Guida alla realizzazione dei portali federati della Regione Puglia

Adattamento alle "Linee guida per il design dei servizi digitali della Pubblica Amministrazione"

Versione 3.8 - Gennaio 2026

INDICE

2 Introduzione

3 Impostazione progettuale

4 Type Kit

5 I colori

6 Ispirazione

7 Differenziare i portali tematici

9 UI kit

10 Icone e simboli

11 Bottoni e form

Tag

12 Portale della Regione Puglia

12 Livello 1

13 Struttura della homepage

14 Griglia

15 Header e menu

16 Footer

17 Portale Tematico

17 Livello 2

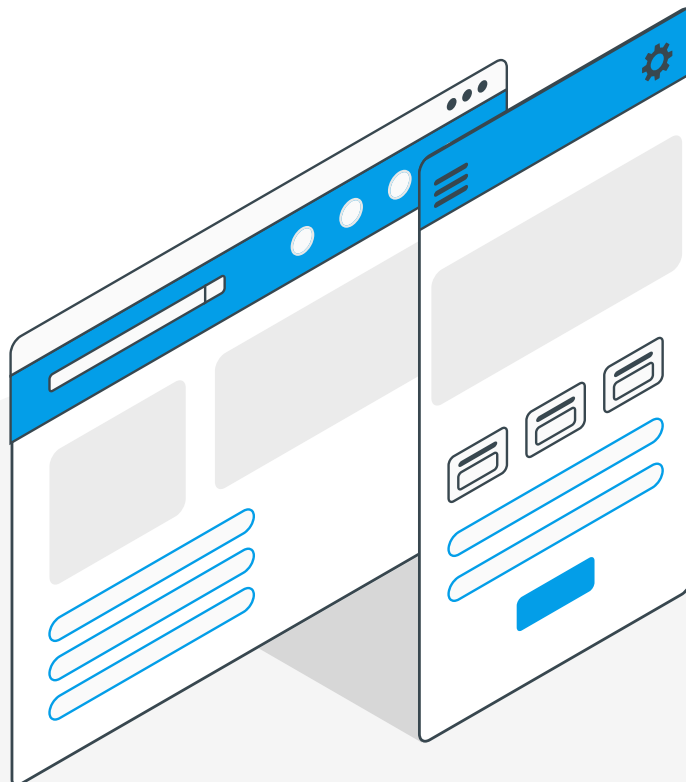
18 Struttura della pagina

19 Griglia

20 Header, corpo e footer

21 Sezioni Tematiche

Livello 3



INTRODUZIONE

Migliorare l'esperienza delle persone sul portale regionale e offrire al pubblico un canale di comunicazione tempestivo, semplice e inclusivo. Nasce con questi obiettivi il nuovo portale della Regione Puglia, canale istituzionale delle opportunità – bandi, avvisi pubblici, finanziamenti – e della vita amministrativa – atti, determine e delibere – dell'ente. Un design aggiornato secondo gli ultimi standard del web, un linguaggio meno burocratico e un'organizzazione dei contenuti più vicina alle abitudini d'uso e ricerca degli utenti, per accorciare le distanze fra l'ente e i destinatari delle politiche e degli interventi regionali: persone, imprese, startup, enti del terzo settore e pubbliche amministrazioni.

La progettazione del nuovo portale segue le linee guida di design per i servizi digitali delle PA. Il documento predisposto dall'Agenzia per l'Italia Digitale (AGID) contiene "un sistema condiviso di riferimenti progettuali e visivi relativi al design dei siti e dei servizi dalla Pubblica amministrazione". Il focus è il cittadino al centro: ribalta l'impostazione ente-centrica per favorire la semplicità d'uso, l'inclusività del linguaggio e la trovabilità dei contenuti.

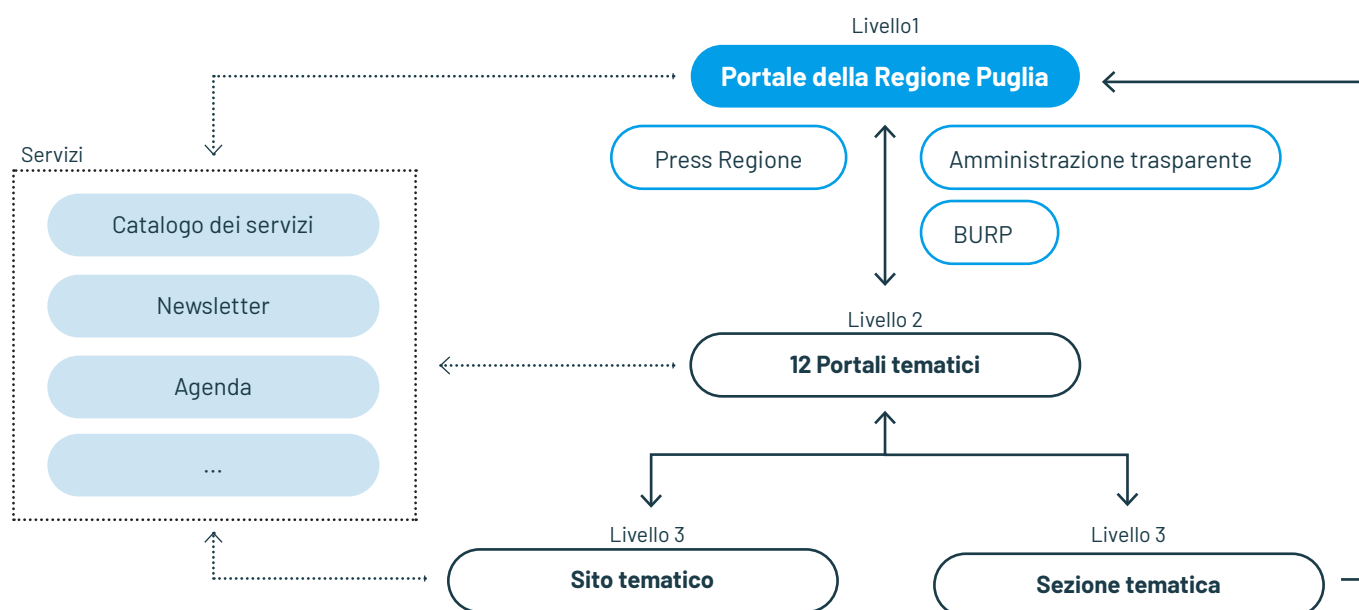
Livelli

La nuova rete di portali della Regione Puglia è stata strutturata su 4 livelli, ognuno dei quali funziona da hub per il livello sottostante.

Il **livello 1**, il Portale istituzionale della Regione Puglia, è l'hub centrale di tutta la rete. Di qui è possibile arrivare ovunque, e da qualsiasi livello successivo deve essere possibile tornare al livello 1.

Il **livello 2** è costituito dai portali tematici. Al momento sono 12 e ognuno rappresenta un'area tematica. L'organizzazione per macroargomenti, e non per dipartimenti, facilita la ricerca di contenuti, programmi e servizi.

Al **livello 3** appartengono sezioni, siti e portali di programmi specifici, regionali ed europei, accessibili dai portali di livello 2 (nello schema: sezione tematica o sito tematico).



INTRODUZIONE

Impostazione progettuale

Presentazione del manuale

Questo manuale è il supporto operativo per i soggetti coinvolti nelle attività di comunicazione della Regione Puglia.

Queste linee guida sono state elaborate per realizzare il portale istituzionale della Regione Puglia e i suoi portali federati, e per facilitare la diffusione delle regole per l'utilizzo del brand Regione.

Il manuale nel suo complesso risponde agli obiettivi di:

> **Uniformare** la comunicazione interna ed esterna della Regione Puglia, basandola su un'immagine unitaria, facilmente identificabile e riconducibile all'Ente.

> **Guidare** lo stile di comunicazione, attraverso l'introduzione di linee guida operative per tutte le esigenze di comunicazione.

> **Condividere** le suddette linee guida attraverso una fonte ufficiale, il manuale, che tutti gli addetti ai lavori, interni ed esterni all'ente, possono consultare.

Di seguito vengono descritti l'interfaccia utente (modelli di pagina, UI kit ed elementi di stile) e i content type.

I **content type** sono le strutture dati che definiscono un oggetto informativo. Costituiscono la base di analisi su cui sono stati progettati i componenti del Portale istituzionale (livello 1) che vengono variamente assemblati per creare le pagine dei portali di livello 1 e 2. I modelli di pagina presentati nel manuale valgono come linea guida per la realizzazione delle pagine dei portali di livello 2 e 3. È consigliato l'utilizzo delle componenti nelle diverse combinazioni per meglio rispondere agli obiettivi di comunicazione. L'interfaccia utente è l'insieme dei cosiddetti touch point. Non solo elementi grafici e visuali, ma tutto ciò con cui l'utente entra in relazione usando un servizio o un prodotto digitale. Lo scopo prima-

rio dell'interfaccia è quello di aiutare l'utente a raggiungere ciò che cerca in modo naturale e veloce. Per agevolare la riconoscibilità dei contenuti e delle strutture e facilitare l'esperienza utente, sono stati creati degli standard visuali e di comportamento. Questi standard possono evolvere in base ai feedback diretti degli utenti e i dati sull'uso del portale provenienti dagli strumenti di analytics. A differenza dei modelli, lo stile è trasversale a tutti i componenti di una interfaccia, non dovrebbe cambiare troppo frequentemente per non danneggiare la riconoscibilità ed evitare un'eccessiva distanza stilistica tra prodotti web nati a distanza di tempo. In questo manuale vengono presentati anche griglia, palette colori, caratteri, spaziature ideali ed effetti di hover. Nella progettazione è inclusiva: tiene conto della possibilità di disabilità fisiche e difficoltà a relazionarsi con la tecnologia, che possono influenzare l'accessibilità alle informazioni.

IDENTITÀ WEB

Typekit

I caratteri

Per il Portale istituzionale e i portali federati sono stati scelti due caratteri (google font):

- il Barlow per i titoli;
- il Titillium web per i testi.

La gerarchia visiva individuata per desktop e mobile, intesa come uso della scala tipografica, garantisce agganci visivi nella pagina stimolando l'attenzione, facilitando la lettura e di conseguenza l'accesso alle informazioni.

Allineamento del testo (consigliato da AgID)

Il paragrafo di testo deve essere composto con allineamento a sinistra e non deve mai superare i 75 caratteri (spazi inclusi) per rigo.

L'allineamento giustificato e senza sillabazione è sempre da evitare per l'incongrua spaziatura delle parole e la minore leggibilità che comporta.

Desktop

h1 Titoli principali

Barlow 24 px
line-height: 30 px
font weight: Bold 700
color: #01283A

h2 Titoli secondari

Barlow 21 px
line-height: 27 px
font weight: Semibold 600
color: #01283A

h3 Titoli sezioni

Barlow 18 px
line-height: 24 px
font weight: Semibold 600
color: #01283A

Testo base

Titillium Web 16 px
line-height: 24 px
font weight: Regular 400
color: #000

date gg/mm/aaaa

Titillium Web 14 px line-height: 21 px
font weight: light 300
color: #000

Testi card ed elenchi

Titillium Web 16 px
line-height: 24 px
font weight: Semibold 600
color: #000

LINK CARD ->

Titillium Web 14 px
line-height: 21 px
font weight: Bold 700
color: #000

Mobile

h1 Titoli principali

Barlow 20 px
line-height: 28 px
font weight: Bold 700
color: #01283A

h2 Titoli secondari

Barlow 18 px
line-height: 24 px
font weight: Semibold 600
color: #01283A

h3 Titoli sezioni

Barlow 16 px
line-height: 24 px
font weight: Semibold 600
color: #01283A

Testo base

Titillium Web 16 px
line-height: 21 px
font weight: Regular 400
color: #000

date gg/mm/aaaa

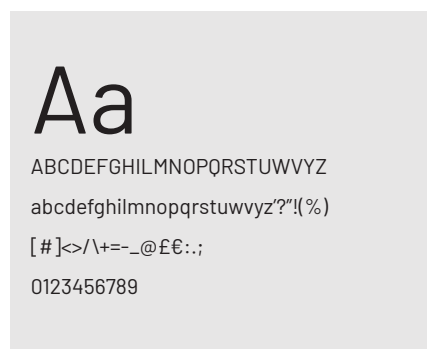
Titillium Web 14 px
line-height: 21 px
font weight: light 300
color: #000

Testi card ed elenchi

Titillium Web 14 px
line-height: 21 px
font weight: Semibold 600
color: #000

LINK CARD ->

Titillium Web 12 px
line-height: 16 px
font weight: Bold 700
color: #000



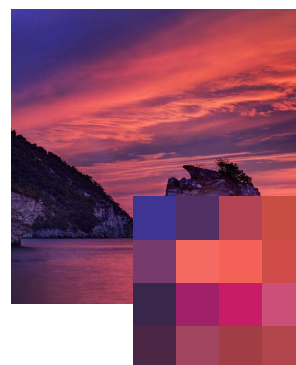
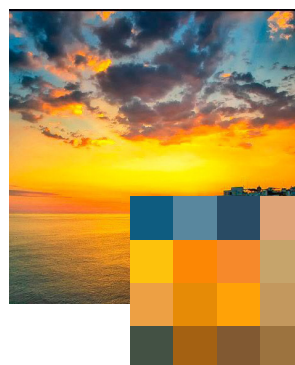
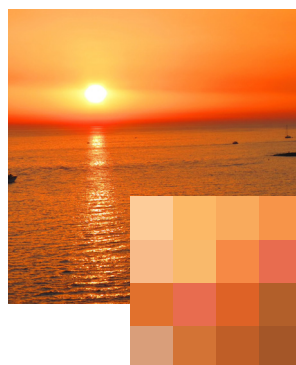
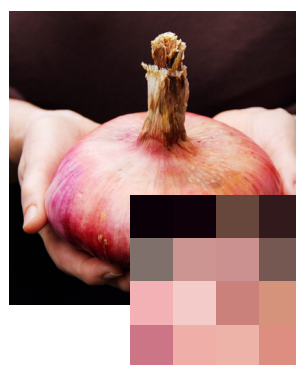
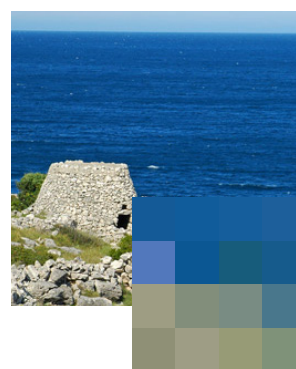
I COLORI

Ispirazione

La scelta dei colori è basata sull'analisi del materiale identitario presente nel Manuale di identità visiva della Regione Puglia del 2013.

Tutte le tematiche e le politiche sono rappresentate partendo dalle suggestioni paesaggistiche e culturali della Regione Puglia.

La palette dei colori è stata aggiornata nel 2025 adottando tonalità cromatiche che rispettano i nuovi parametri di accessibilità.



I COLORI 1/3

**Differenziare
i portali tematici****Colori web per il Portale istituzionale
e per i portali federati**

Per garantire la massima leggibilità sono state individuate delle **palette monocromatiche** per ciascuna area tematica, sfumando le tonalità verso il colore bianco e il colore blu.

Per garantire un rapporto di contrasto minimo con lo sfondo (soprattutto in ragione dell'uso di questi colori per il testo) ciascuna palette contiene, oltre il colore principale dell'area tematica,

anche colori con una *Contrast Ratio* pari o superiore a 4,5:1.

Ai colori di base (esplicitati in esadecimale) si affiancano i neutri: il grigio per gli sfondi #F2F2F2; il blu #1A4D72, colore secondario di tutti i portali federati.

Il Portale istituzionale, in virtù della sua funzione di raccordo, è progettato con colori neutri per accogliere e rappresentare le identità delle varie aree tematiche.

Istituzione
e partecipazione

#187CB4

Turismo
e cultura

#004CBF

Politiche europee
e cooperazione internazionale

#004286

Agricoltura

#69782B

Territorio, mobilità
e infrastrutture

#016550

Ambiente

#52823B

Salute, sport
e buona vita

#98444C

Welfare, diritti
e cittadinanza

#981432

Lavoro, istruzione
e formazione

#C81A0F

Politiche giovanili

#AA300D

Competitività, ricerca
e innovazione

#B85C00

Pari opportunità

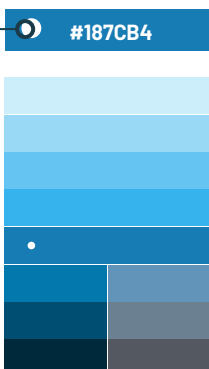
#C81D67

I COLORI 2/3

DIFFERENZIARE
I PORTALI TEMATICIISTITUZIONE
E PARTECIPAZIONE

Colore principale

C 83 M 41 Y 10 K 1
R 24 G 124 B 180

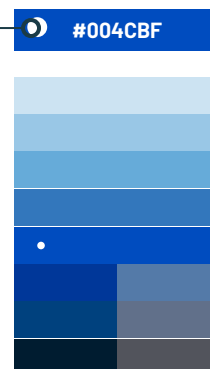


Il celeste prescelto riprende visivamente i colori contenuti nel logo della Regione e quelli storicamente utilizzati per la comunicazione istituzionale. Il colore ricorda inoltre le lunghe fasce costiere e l'azzurro dei cieli del tacco italiano.

TURISMO
E CULTURA

Colore principale

C 92 M 70 Y 0 K 0
R 0 G 76 B 191

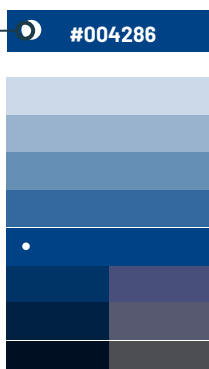


Il colore utilizzato per questa area tematica è in linea con quello utilizzato dall'Agenzia di Promozione del Turismo Regionale. La suggestione che ispira il colore richiama il mare, uno tra gli elementi paesaggistici più caratterizzanti.

POLITICHE EUROPEE
E COOPERAZIONE INTERNAZIONALE

Colore principale

C 100 M 78 Y 18 K 4
R 0 G 66 B 134

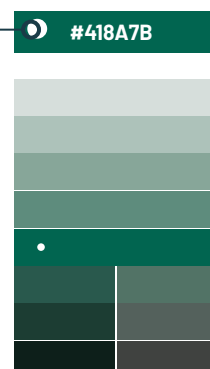


La tonalità scelta richiama il campo blu della bandiera dell'Europa. Il colore conduce l'osservatore a un'associazione diretta tra l'area tematica e i contenuti comunicati.

TERRITORIO, MOBILITÀ
E INFRASTRUTTURE

Colore principale

C 89 M 34 Y 70 K 28
R 1 G 101 B 80

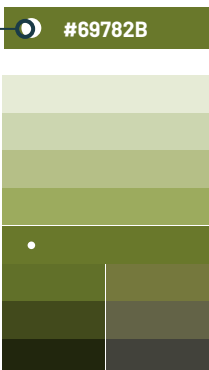


Il colore prescelto nasce dall'associazione visiva con la flora del territorio pugliese. Sottobosco, macchia mediterranea e fico d'india sono le suggestioni di partenza per raffigurare la suddetta area tematica.

AGRICOLTURA

Colore principale

C 60 M 34 Y 97 K 22
R 105 G 120 B 43

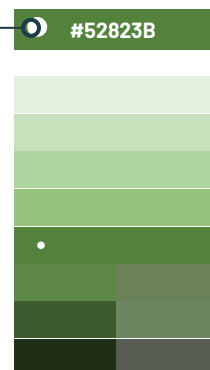


Le tonalità prescelte traggono origine principalmente dalle varietà di *cultivar* presenti sul territorio pugliese. I colori virano toccando tonalità neutre o più intense, richiamando tutti i prodotti sapientemente coltivati nell'agro.

AMBIENTE

Colore principale

C 72 M 28 Y 93 K 12
R 82 G 130 B 59



La tonalità di verde prescelto, come somma di giallo e blu, si interpone armoniosamente tra i due colori. Induce calma, equilibrio, freschezza e speranza per raffigurare un'area tematica sensibile e dinamica.

I COLORI 3/3

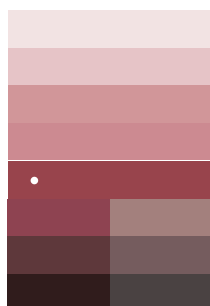
DIFFERENZIARE
I PORTALI TEMATICISALUTE, SPORT
E BUONA VITA

Colore principale

C 28 M 78 Y 54 K 26
R 152 G 68 B 76



Il colore prescelto è quello già utilizzato dal portale Puglia Salute e per la comunicazione dei progetti correlati. L'associazione con l'universo femminile rende inoltre il gradiente accogliente e familiare.

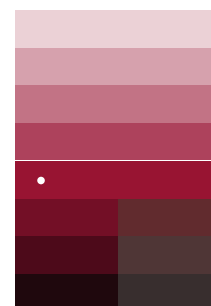
WELFARE, DIRITTI
E CITTADINANZA

Colore principale

C 26 M 100 Y 68 K 26
R 152 G 20 B 50



La calda tonalità prescelta richiama l'involucro dei documenti ufficiali di riconoscimento (passaporto). L'intento è ricordare al fruitore l'universo istituzionale connesso alla cittadinanza, alla tutela dei diritti civili e delle libertà fondamentali.

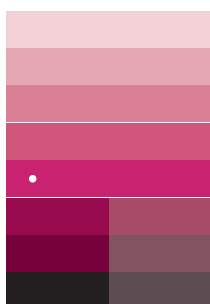
PARI
OPPORTUNITÀ

Colore principale

C 15 M 97 Y 27 K 4
R 202 G 28 B 104



Il rosso cremisi è riconosciuto come segno distintivo della comunità LGBTQIA. Simboleggia solidarietà e viene indossato come simbolo di orgoglio. Allo stesso modo la Regione Puglia veste le sue Pari Opportunità di un colore pieno di importanza.

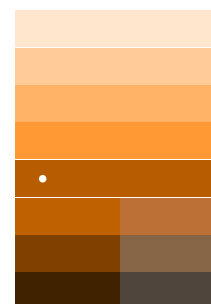
COMPETITIVITÀ, RICERCA
E INNOVAZIONE

Colore principale

C 22 M 68 Y 100 K 12
R 184 G 92 B 0



Il colore adottato esprime vitalità ed energia. Il giallo è il colore legato all'intelletto. Luminoso, suggestivo e stimolante, incentiva la creatività e l'intraprendenza, concetti fortemente legati all'area istituzionale legata all'innovazione tecnologica e allo sviluppo produttivo.

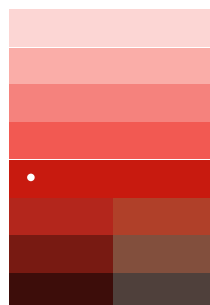
LAVORO, ISTRUZIONE
E FORMAZIONE

Colore principale

C 14 M 98 Y 100 K 5
R 200 G 26 B 15



Il colore prescelto e il suo gradiente ricordano primariamente il concetto di energia. L'arancio utilizzato si ottiene dalla mescolanza di giallo e rosso e ne mutua gli effetti. La presenza nell'area tematica genera ottimismo, entusiasmo e voglia di vivere.

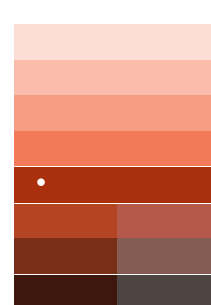
POLITICHE
GIOVANILI

Colore principale

C 23 M 90 Y 100 K 17
R 170 G 48 B 13



La tonalità prescelta ricorda le caratteristiche peculiari del segmento di utenti a cui è rivolta (ambizione, determinazione e personalità) e allo stesso tempo alcuni elementi grafici dei progetti tematici come PIN e Luoghi Comuni.



UI KIT

Icone e simboli

L'User Interface Kit (UI kit) è una raccolta di elementi grafici che, oltre a definire lo stile visivo del portale, ha il compito di orientare e aiutare la comprensione durante la navigazione. È composto da icone e simboli che marciano gli *highlights* della pagina, da bottoni, input e select che chiamano all'azione e poi ci sono elementi, come ad esempio gli effetti di hover, i

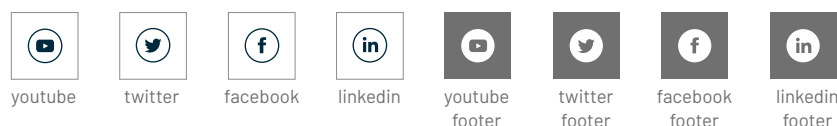
bottoni danger e success e i messaggi di errore di *data entry*, che aiutano l'utente a comprendere le azioni possibili e le conseguenze.

L'UI Kit presentato di seguito è una raccolta rappresentativa, ma parziale, di questi elementi che vengono frequentemente aggiornati e forniti separatamente.

Simboli e indici



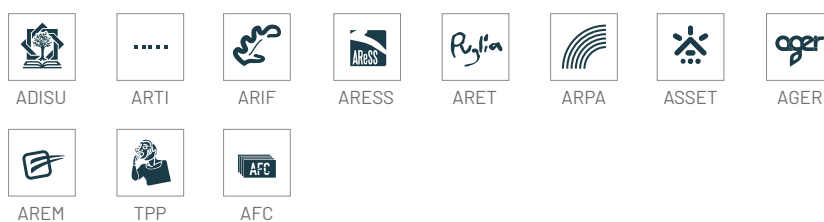
Link a canale social



Condivisione social



Agenzie e società partecipate



Icone



UI kit

Bottoni e form

I bottoni hanno un ruolo fondamentale, perché sono il mezzo che definisce le azioni da far compiere all'utente. Al suo interno, infatti, ospita preferibilmente una call to action.

Per il Portale istituzionale è stato scelto un approccio "solido": i tasti principali sono pieni in stato di riposo, scuri in hover e con ombra al click.

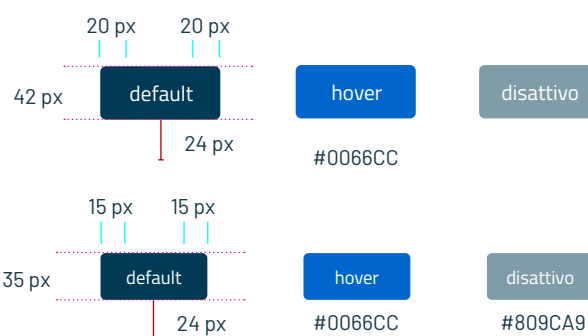
Oltre questi sono previsti i bottoni

secondari (solo outline), success (implica una conferma positiva al percorso effettuato fino ad ora), Info, warning e Danger (sottolineano azioni con potenziale perdita di informazioni).

I bottoni dei portali tematici si comportano in maniera analoga, ma adottano di default il colore di area tematica.

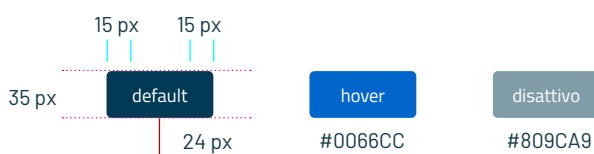
Desktop

Titillium Web 16 px Regular
Bianco su fondo colorato
border-radius 4
#029FE8



Mobile

Titillium Web 14 px Regular
Bianco su fondo colorato
border-radius 4

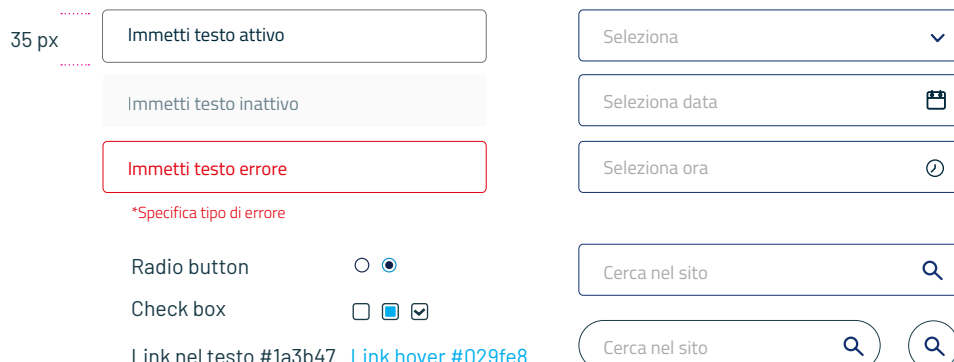


Bottoni sui portali di area tematica

default	Portale tematico Istituzione e partecipazione	default	Agricoltura
default	Turismo e cultura	default	Ambiente, energia e rifiuti
default	Politiche europee e cooperazione	default	Territorio e paesaggio
default	Competitività e innovazione	default	Salute, sport e buona vita
default	Lavoro e formazione	default	Welfare, diritti e cittadinanza
default	Politiche giovanili	default	Pari opportunità

Input e select

Titillium Web 16px Regular
border-radius 2
border-width 0.5 px



UI KIT

Tag

Principi base

La tassonomia progettata per catalogare i contenuti del portale regionale serve a raggrupparli secondo unità di senso utili per gli utenti.

I principi base sono:

- tag non è sinonimo di parola chiave per i motori di ricerca. Inserire più tag per un contenuto non porta necessariamente benefici al suo posizionamento. Al contrario, l'uso smodato dei tag può compromettere l'indicizzazione del sito.
- un tag che identifica solo un contenuto è inutile. Il tag funziona e ha senso solo se mette in relazione più contenuti.

I vocabolari

Aree tematiche. Definisce l'ambito del contenuto.

Tipologie di notizie. Nella sezione PressRegione definisce il contenuto del Comunicato Stampa.

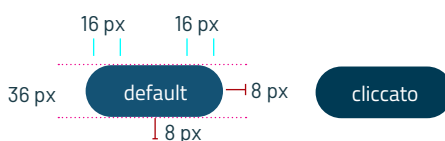
Argomenti. Risponde alla domanda "Qual è l'oggetto chiave di questo contenuto?". Il vocabolario contiene temi specifici trattati dalla Regione, es. Ilva, Tap, RED.

Persone. Risponde alla domanda "Quali figure istituzionali sono coinvolte in questo contenuto?". Il vocabolario contiene i nominativi di Presidente e Assessori.

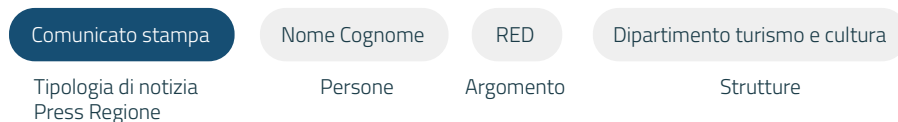
Strutture. Risponde alla domanda "Quali strutture amministrative - dipartimenti, uffici - sono coinvolti in questo contenuto?". Il vocabolario contiene l'elenco dei dipartimenti e delle agenzie.

Tag e categorie

Titillium Web 14px Regular
border-radius 18



Altri tag
blu #01283A su fondo
grigio #EFEFEF



Le regole

1. Il tag è sempre un nome. Da evitare l'uso di aggettivi e avverbi. In rari casi è possibile utilizzare un verbo. È al singolare ed è una sola parola.
2. Può essere formato da più nomi, ma solo se strettamente necessario a rendere il senso del tag (es: Stato dell'Arte).
3. Deve fare sempre riferimento al contenuto dell'articolo, mai a elementi esterni come l'autore, la data o i documenti allegati.
4. Può essere un nome proprio solo se è rilevante.
5. Ha l'iniziale maiuscola. Se è formato da più parole le iniziali sono maiuscole, eventuali articoli, preposizioni e/o congiunzioni minuscoli.
6. Non deve coincidere con una categoria già esistente. Non dev'essere un sinonimo di una categoria esistente. Non dev'essere una macrocategoria.
7. Non dev'essere troppo specifico.
8. Deve essere potenzialmente riutilizzabile per contrassegnare altri contenuti.

Dev'essere più specifico oppure trasversale a una categoria. Può riferirsi a una sottocategoria o a un tema emerso dopo.

I consigli

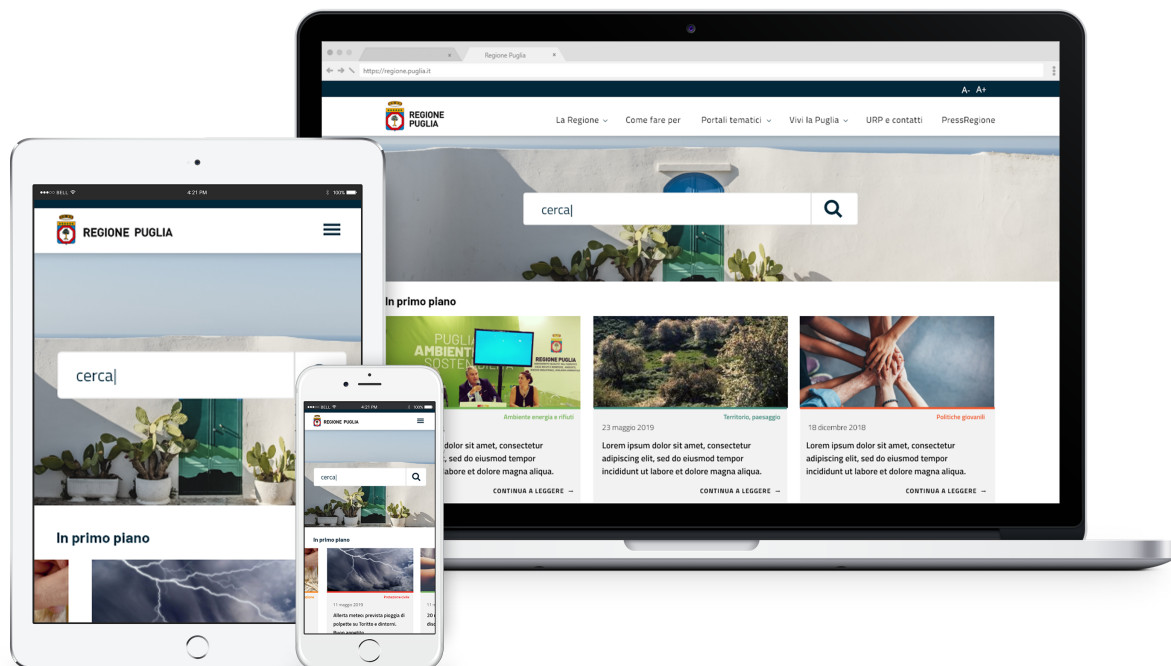
Cercare tra i tag esistenti prima di crearne di nuovi. Aggiornare i tag dei contenuti già pubblicati se emergono tag nuovi (se è possibile).

Lavorare a un vocabolario comune, condiviso tra i membri della redazione.

Il numero di tag può variare in base al tema del contenuto. Uno-due tag è il numero minimo (anche zero, se necessario), tra due e cinque il valore consigliato.

PORTALE DELLA REGIONE PUGLIA

LIVELLO 1



L'homepage del nuovo portale della Regione Puglia è la vetrina delle attività istituzionali. Nell'area In Primo piano trovano spazio gli aggiornamenti quotidiani sulle opportunità, sulle decisioni della Giunta e sulle campagne di comunicazione in atto.

Il portale è suddiviso in 12 grandi aree tematiche: una struttura che, alla suddivisione amministrativa dei contenuti, preferisce una logica semantica, di ambito. Gli utenti del sito non dovranno perciò chiedersi a quale dipartimento faccia capo un determinato provvedimento ma potranno muoversi per associazione mentale fra le singole aree tematiche.

La struttura del portale istituzionale della Regione Puglia sostiene una nuova linea editoriale: raccontare la Puglia oltre gli aspetti puramente amministrativi. Accanto ai comunicati stampa della redazione giornalistica regionale e alle notizie dell'URP, la redazione del portale darà vita a due nuove rubriche:

Succede in Puglia e Vivi la Puglia. In Succede in Puglia trovano spazio tutte le notizie che mettono in luce i valori, le potenzialità e i risultati raggiunti: imprese sportive, onorificenze, riconoscimenti a pugliesi. La sezione sarà corredata da numeri e infografiche per raccontare la regione sotto diversi punti di vista. Vivi la Puglia racchiude eventi, spettacoli e le manifestazioni culturali di rilievo che animano i luoghi della cultura, le strade e le piazze pugliesi.

Il portale della Regione Puglia contiene le aree trasversali a tutto l'hub regionale:

- L'elenco dei dipartimenti, degli uffici, dei dirigenti e dei funzionari regionali;
- Il catalogo dei servizi;
- L'agenda eventi;
- Il bollettino ufficiale della Regione Puglia (BURP);
- La sezione Amministrazione trasparente;
- Press Regione, la testata giornalistica ufficiale della Regione Puglia.

PORTALE DELLA REGIONE PUGLIA

Struttura della homepage

Hero image

Serve a invogliare l'utente a cercare e dà forza alla *value proposition*: trovare i contenuti nel sito.

In primo piano

Mostra le tre notizie più importanti provenienti dalle 12 aree tematiche.

Press Regione

Mostra le 5 notizie presenti nella pagina di Press Regione, testata giornalistica della Regione Puglia.

Agenda

È il calendario collegato agli eventi istituzionali. Lateralmente sono riportati i due eventi più prossimi o più rilevanti.

Utilità

La sezione dal gradiente più chiaro contiene il redirect al BURP, al catalogo dei servizi e alla pagina interna dei link utili.

Succede in Puglia

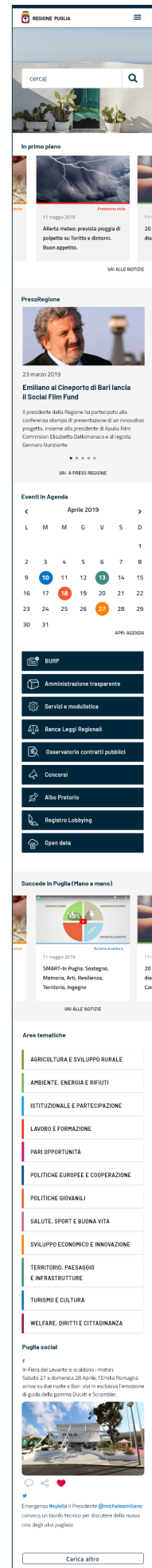
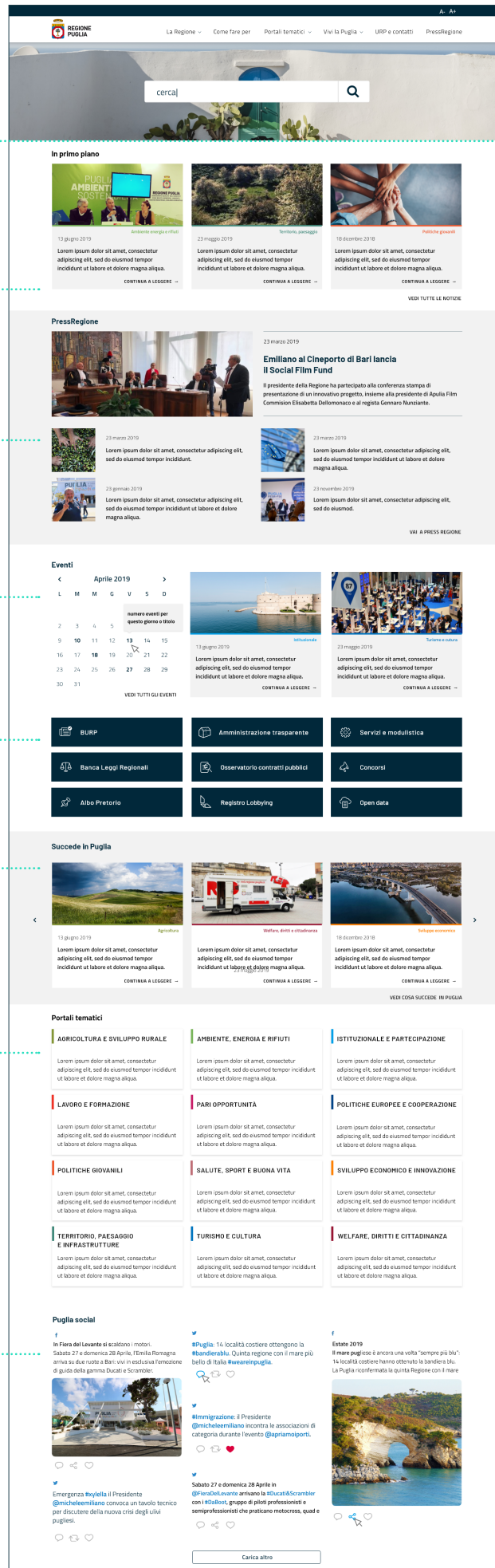
Mostra fino a 6 notizie, infografiche con report numerici e *best practice* pugliesi.

Box bianco

È la sezione che riporta i collegamenti ai 12 portali tematici di livello 2.

Social Wall

È la parte dedicata ai social media istituzionali.



PORTALE DELLA REGIONE PUGLIA

Header e menu

L'**Header**, compatto e leggero, calibrato per occupare il minor spazio possibile in pagina, contiene:

- il logo della Regione, *passepertout* per il ritorno alla home da qualsiasi pagina;
- le icone per ingrandire e ridurre il testo, collocate nel pre-header;
- il menu di navigazione.

Il **menu di navigazione** al suo interno apre tendine di menu o megamenu a seconda del numero di voci presenti (maggiori di 8). Di qui è possibile arrivare a tutte le aree del sito e atterrare nei portali tematici.

Su mobile il menu si contrae in un burger menu a ingresso laterale in cui l'apertura e la chiusura delle tendine è gestita con click sulla voce principale.

È stata prevista l'aggiunta di menu secondari di navigazione nella sidebar di destra.

Il percorso di navigazione è inoltre evidenziato dalla **presenza di breadcrumb** che aiutano l'utente a orientarsi anche quando approda, direttamente dal browser, a contenuti particolarmente annidati.

Header desktop

Titillium Web

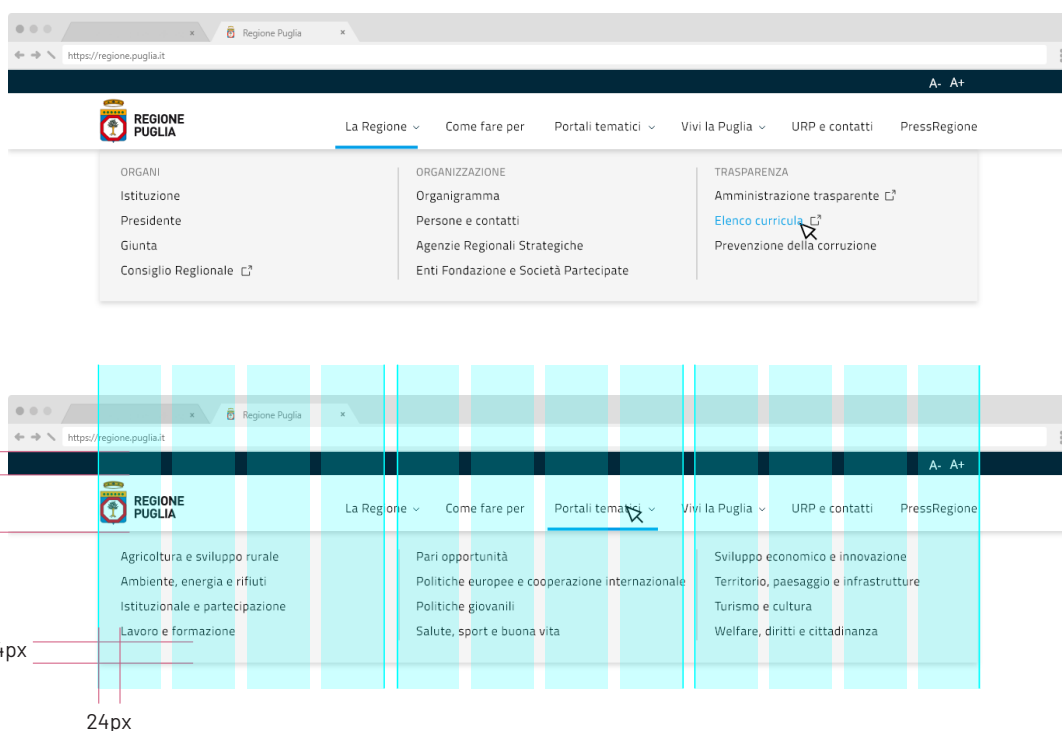
16 px Regular

larghezza megamenu pari al container (1130px)
margine interno 24 px

fondo grigio #F5F5F5

Pre-header

fondo grigio #002537



Header mobile

contiene solo logo e
burger menu

Voci di menu

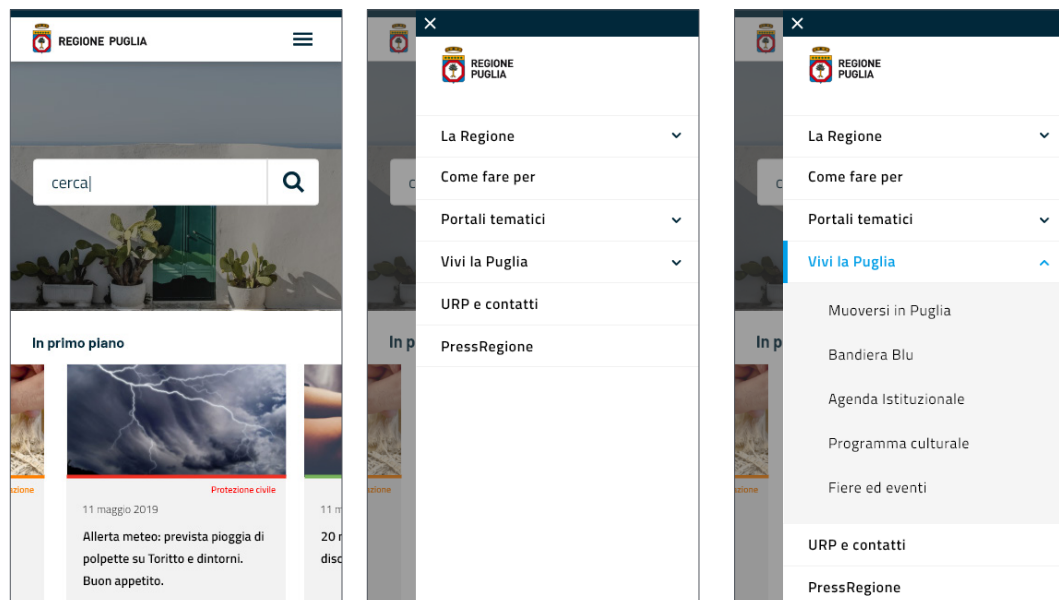
Titillium Web

16 px semibold

margine interno 24 px

fondo voce non cliccata
grigio #F5F5F5

fondo voce cliccata
azzurro #029FE8 10%



PORTALE DELLA REGIONE PUGLIA

Footer

Il footer è stato progettato come segue:

- barra "valuta questo sito" che rimanda a un form*;
- logo della Regione*;
- link di accesso all'area riservata per gli addetti ai lavori;
- social media*;
- contatti e indirizzi generali*;
- link alla pagina contenente elenco pec e alla rubrica contatti;
- link utili a pagine di particolare rilevanza (Press Regione ecc.);

- responsabile di pubblicazione;
- dichiarazione di accessibilità;
- link a Protezione civile;
- link a privacy policy e note legali*;
- crediti*.

* Previsti dalle linee guida AgID.

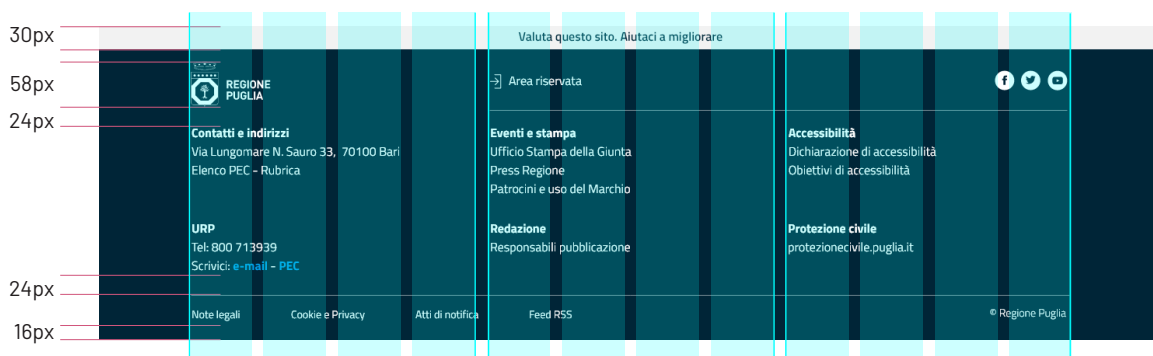
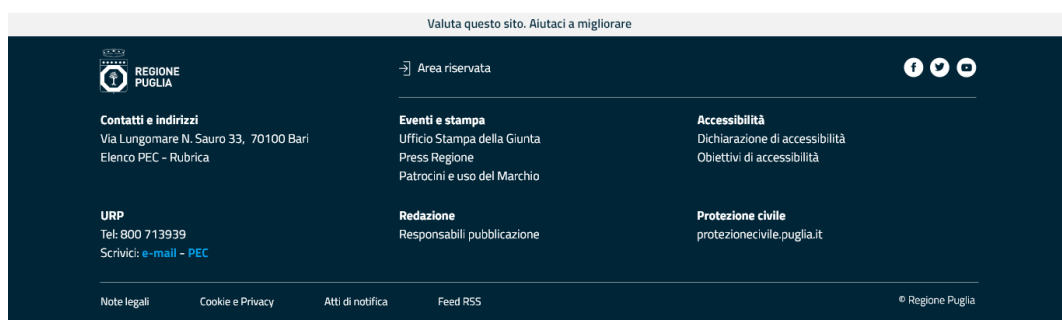
Amministrazione trasparente non è presente nel footer perché già presente nel menu di navigazione principale.

Footer desktop

fondo blu #002537
Titillium Web
16 px Regular

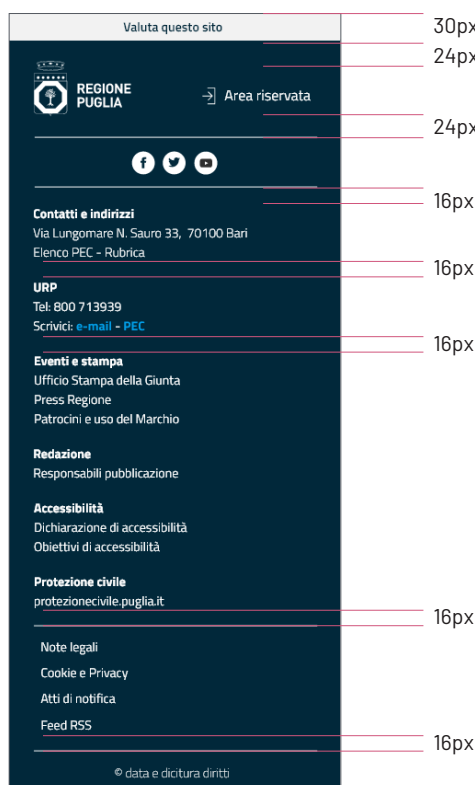
pre-footer

fondo grigio #F5F5F5



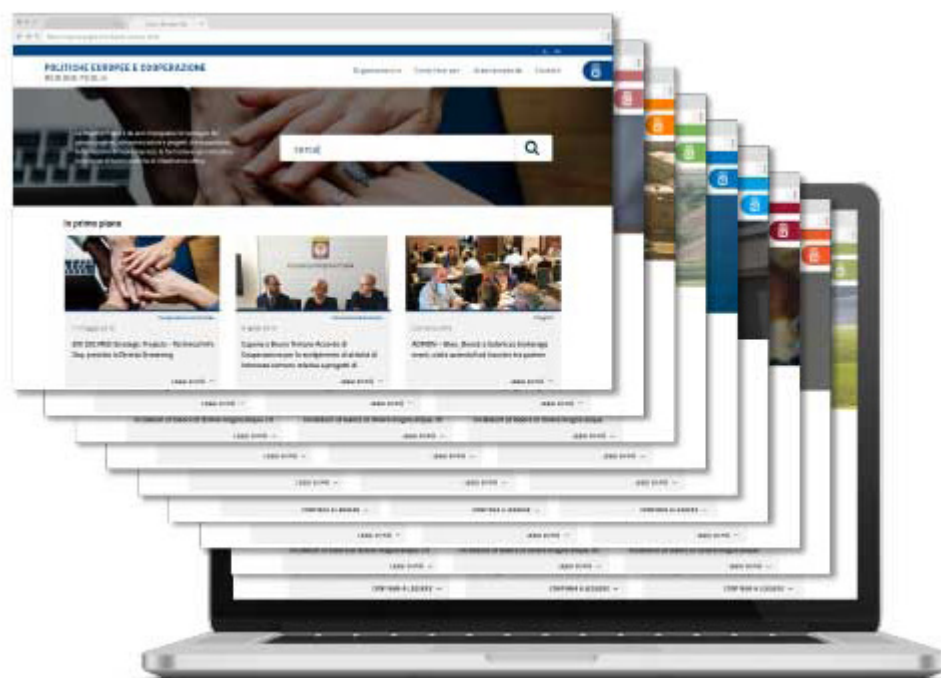
Footer mobile

fondo blu #002537
Titillium Web
14px Regular



PORTALE TEMATICO

Livello 2



Al **livello 2** appartengono i portali tematici. Questi corrispondono a temi o obiettivi che accomunano le attività di più dipartimenti.

Lo scopo di questa suddivisione è quello di facilitare l'accesso all'informazione.

Le aree tematiche sono 12:

1. Agricoltura
2. Ambiente
3. Competitività e innovazione
4. Istituzione e partecipazione
5. Lavoro e formazione
6. Pari opportunità
7. Politiche europee e cooperazione internazionale
8. Politiche giovanili
9. Salute, sport e buona vita
10. Territorio, mobilità e infrastrutture
11. Turismo e Cultura
12. Welfare, diritti e cittadinanza

Il portale di area tematica eredita struttura, stili e componenti del portale di primo livello, ad eccezione del colore principale (vedi pag. 10).

Nell'area **Sezioni e siti tematici** dell'homepage del portale di livello 2 sono elencati pagine e siti, singole o aggregate, riferiti allo stesso argomento.

I caratteri (font family) sono gli stessi indicati per il Portale istituzionale.

PORTALE TEMATICO

Struttura della pagina

Rimando a Portale istituzionale

Il pittogramma richiama la paternità del Portale istituzionale. Il logo della Regione è posto sulla parte destra e funge da redirect allo stesso portale regionale.

Hero image

Con descrizione e campo cerca.

Notizie in primo piano

Massimo 3 card in evidenza. Per visualizzare tutti i contenuti l'utente deve cliccare il bottone "Vedi tutte le notizie".

Box bianco

Collegamento a una pagina di 2° livello che aggrega link di livelli 3 e 4.

Box grigio

Collegamento diretto a siti di livello 3 e di livello 4 Interni o esterni all'hub.

Agenzie

I box dal gradiente più scuro rappresentano un redirect ai portali delle Agenzie Regionali di settore.

Utilità

La sezione dal gradiente più chiaro contiene il redirect al BURP, al Catalogo dei servizi e alla pagina interna dei link utili.

Bandi e avvisi

Massimo 3 card in evidenza. Per visualizzare tutti i contenuti l'utente deve cliccare il bottone "Vedi tutti gli avvisi".

Agenda

È il calendario collegato agli eventi di settore. Sulla destra sono riportati due eventi più prossimi o più rilevanti.

Footer

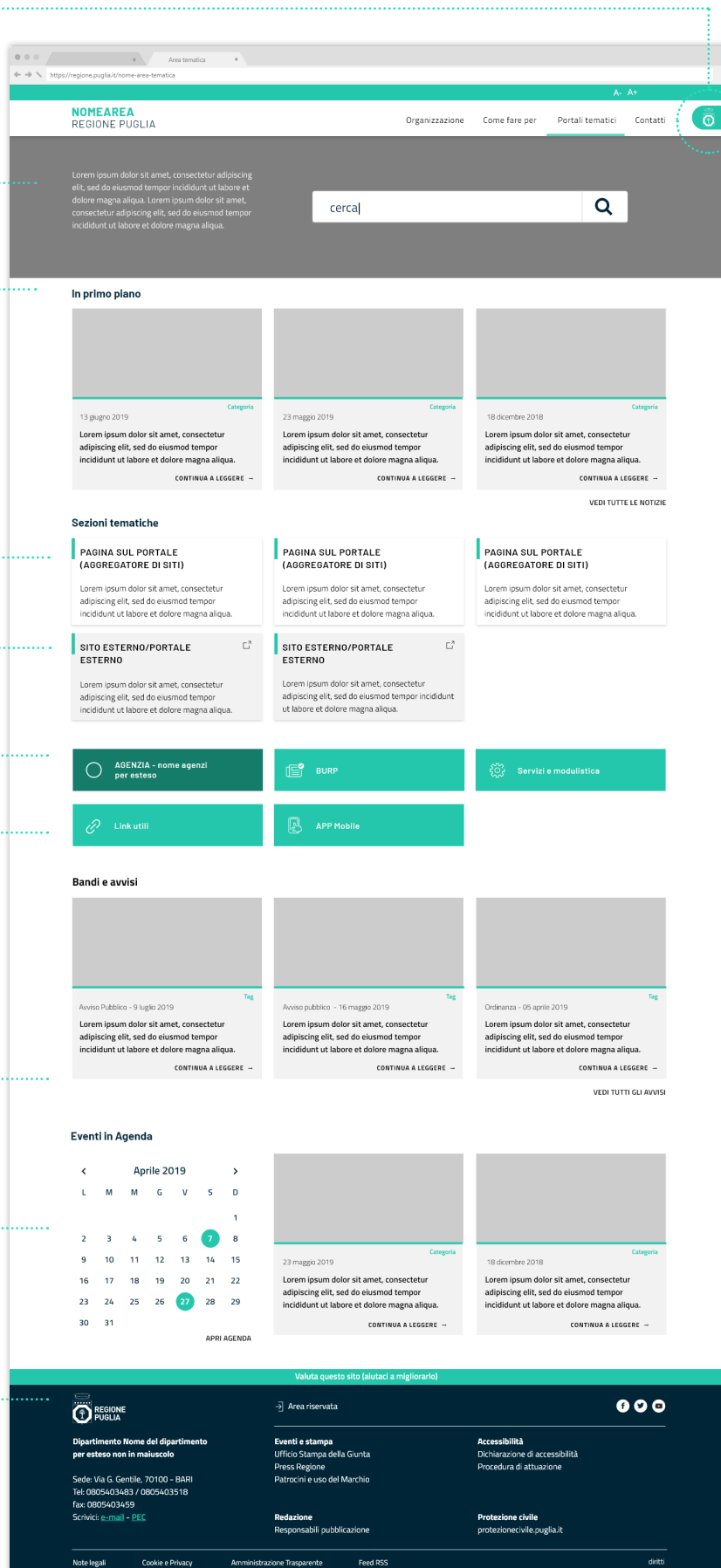
Uguale al portale istituzionale (vedi pagina 21).

Il portale tematico mantiene per tutte le aree la stessa struttura:

- hero image;
- sezione in primo piano;
- sezioni tematiche che può contenere da un minimo di 3 a un massimo di 9 box;
- la sezione Utilità formata da box replicabili;

- bandi e avvisi (al massimo 3 card in evidenza);
- una sezione Agenda con il calendario degli eventi.

Tutte le homepage dei portali tematici saranno caratterizzate dal colore di appartenenza e una stretta osservanza della visualizzazione sotto indicata.



PORTALE TEMATICO

Griglia

La griglia rappresenta la struttura invisibile che permette di organizzare i contenuti web della pagina. I contenuti sono stati distribuiti in un sistema di griglie responsive su 12 colonne, per garantire all'utente una facile fruizione rispetto a qualsiasi dispositivo utilizzato.

I box di testo, come stabilisce la regola generale, non superano mai i 2/3 della larghezza complessiva della griglia per facilitare la lettura del testo. In ogni caso la lunghezza della riga di testo non deve superare i 75 caratteri.

Header

+ hero image
con campo cerca
e descrizione dell'area tematica.

Utilità

Collegamenti rapidi a sezioni o siti esterni importanti. Presente anche nei portali di livello 2.

colore

Poiché il modello è valido per portali di livello 1, livello 2 e livello 3, il colore va sostituito con il *color accent*.

		1130px		
		358 px	358 px	358 px
30 px				A- A+
100 px		NO MEARE A REGIONE PUGLIA	Organizzazione	Come fare per Portali tematici Contatti
270 px		<p>Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua. Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua.</p>	cerca	Q
		In primo piano		
		<p>13 giugno 2019 <i>Categoria</i></p> <p>Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua.</p> <p>CONTINUA A LEGGERE —</p>	<p>23 maggio 2019 <i>Categoria</i></p> <p>Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua.</p> <p>CONTINUA A LEGGERE —</p>	<p>18 dicembre 2018 <i>Categoria</i></p> <p>Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua.</p> <p>CONTINUA A LEGGERE —</p> <p>VEDI TUTTE LE NOTIZIE</p>
		Sezioni tematiche		
164 px		PAGINA SUL PORTALE (AGGREGATORE DI SITI)	PAGINA SUL PORTALE (AGGREGATORE DI SITI)	PAGINA SUL PORTALE (AGGREGATORE DI SITI)
		<p>Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua.</p>	<p>Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua.</p>	<p>Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua.</p>
		SITO ESTERNO/PORTALE ESTERNO	SITO ESTERNO/PORTALE ESTERNO	
		<p>Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua.</p>	<p>Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua.</p>	
80 px		AGENZIA - nome agenzia per esteso	BURP	Servizi e modulistica
		Link utili	APP Mobile	
		Bandi e avvisi		
		<p>Avviso Pubblico - 9 luglio 2019 <i>Tag</i></p> <p>Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua.</p> <p>CONTINUA A LEGGERE —</p>	<p>Avviso pubblico - 16 maggio 2019 <i>Tag</i></p> <p>Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua.</p> <p>CONTINUA A LEGGERE —</p>	<p>Ordinanza - 05 aprile 2019 <i>Tag</i></p> <p>Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua.</p> <p>CONTINUA A LEGGERE —</p> <p>VEDI TUTTI GLI AVVISI</p>
		Eventi in Agenda		
		<p>< Aprile 2019 ></p> <p>L M M G V S D</p> <p>2 3 4 5 6 7 8</p> <p>9 10 11 12 13 14 15</p> <p>16 17 18 19 20 21 22</p> <p>23 24 25 26 27 28 29</p> <p>30 31</p> <p>APRI AGENDA</p>	<p>23 maggio 2019 <i>Categoria</i></p> <p>Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua.</p> <p>CONTINUA A LEGGERE —</p>	<p>18 dicembre 2018 <i>Categoria</i></p> <p>Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua.</p> <p>CONTINUA A LEGGERE —</p>
32 px			Valuta questo sito (aiutaci a migliorare)	
		<p>REGIONE PUGLIA</p> <p>Dipartimento Nome del dipartimento per esteso non in maiuscolo</p> <p>Sede: Via G. Gentile, 70100 - BARI Tel: 0805403483 / 0805403518 Fax: 0805403459 Scrivi: e-mail - PEC</p>	<p>Area riservata</p> <p>Eventi e stampa Ufficio Stampa della Giunta Press Regione Patrocini e uso del Marchio</p> <p>Redazione Responsabili pubblicazione</p>	<p>Accessibilità Dichiarazione di accessibilità Procedura di attuazione</p> <p>Protezione civile protezionecivile.puglia.it</p>
		Note legali	Cookie e Privacy	Amministrazione Trasparente
				Feed RSS
				diritti

PORTALE TEMATICO

Header, corpo e footer

Header

La testata del sito dovrebbe prevedere una topbar con accessibilità (A- A+), select lingua (se presenti più lingue). Il logo dovrebbe avere un'altezza di circa 70 px e lunghezza in proporzione.

Nel complesso, l'header non dovrebbe superare i 130 px di altezza.

Footer

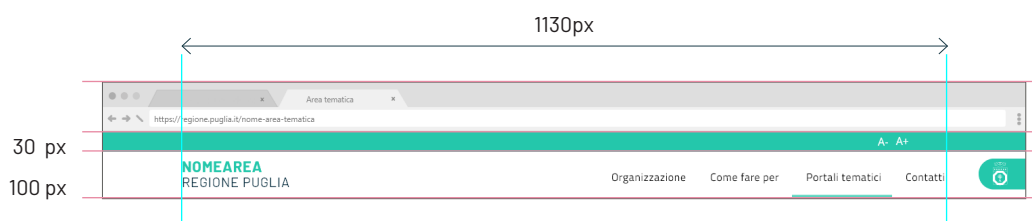
contiene:

- barra "valuta questo sito" che rimanda a un form*;
- logo della Regione*;

- link di accesso all'area riservata per gli addetti ai lavori;
- social media*;
- contatti e indirizzi generali*;
- link alla pagina contenente elenco pec e alla rubrica contatti;
- link utili a pagine di particolare rilevanza (Press Regione ecc.);
- responsabile di pubblicazione;
- dichiarazione di accessibilità;
- link a Protezione civile;
- link a privacy policy e note legali*;
- amministrazione trasparente;
- crediti*.

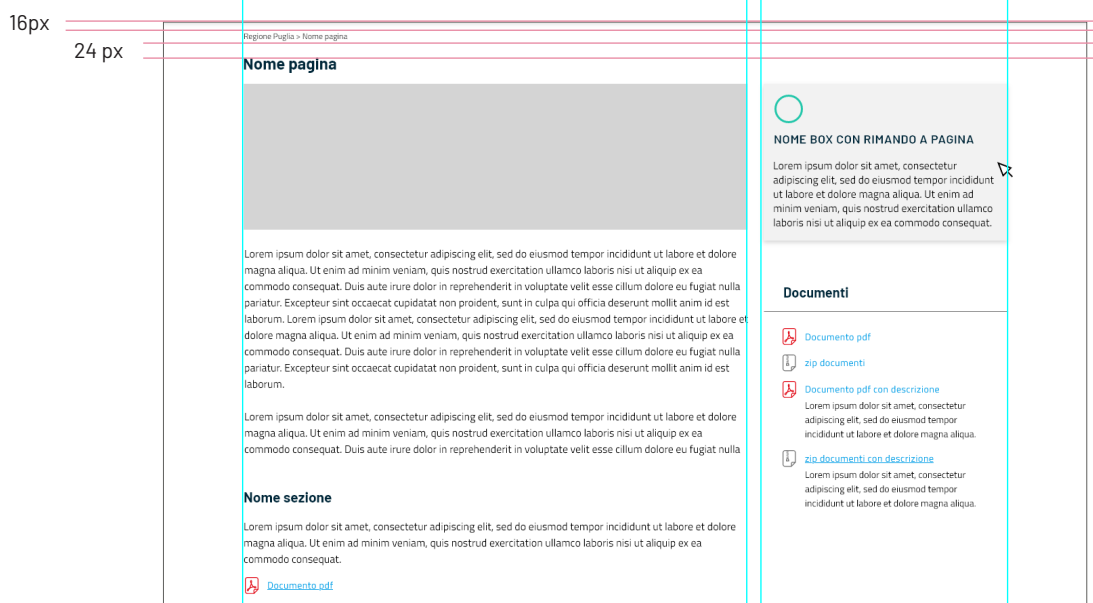
* Previsti dalle linee guida AgID.

Header



Corpo della pagina

es: struttura pagina interna



Footer



colore

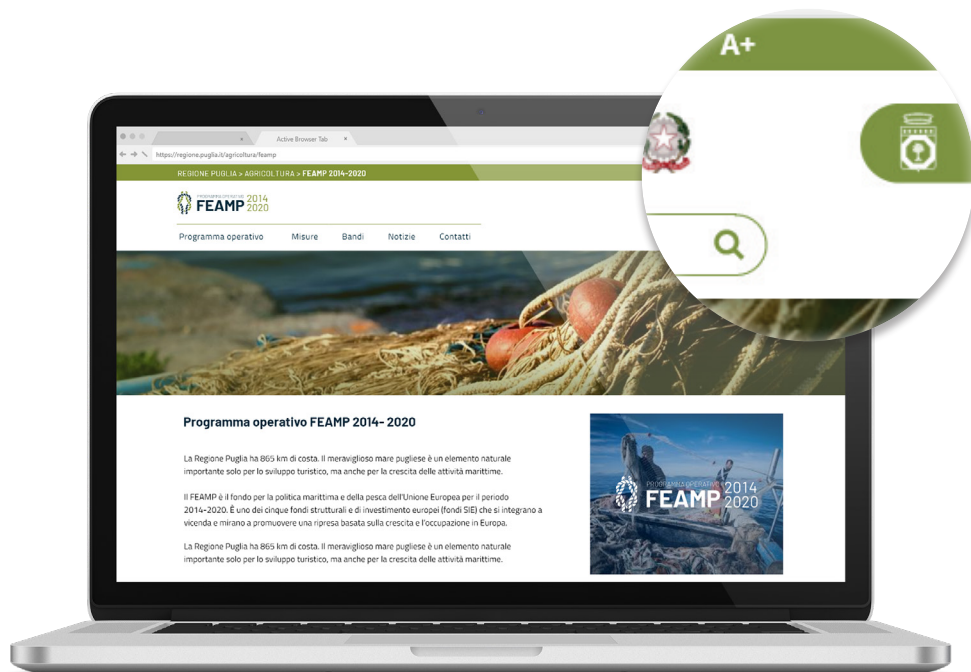
Poiché il modello è valido per portali di livello 1, livello 2 e livello 3, il colore va sostituito con il *color accent*.

Indicare sempre il logo della Regione Puglia, non del sito. Il logo del sito va sull'header.

Social in questa posizione, non sul pre header.

SITI TEMATICI

Livello 3



I siti di **livello 3** riguardano programmi specifici, regionali ed europei, accessibili dai portali di livello 2.

Questi siti raccolgono notizie e bandi riferiti ad un argomento o a un gruppo di argomenti semanticamente collegati tra loro.

Predisporre un sito di livello 3 è opportuno solo se l'argomento o il gruppo di argomenti da rappresentare è così complesso nella sua architettura da giustificare la presenza di un menu di navigazione dedicato.

In tutti gli altri casi è preferibile predisporre una sezione dedicata all'interno del portale di livello 2 di riferimento.

Rispettano le regole di stile già viste per i livelli 1 e 2 (vedi pag. 12 - 17).

Per l'uso dei colori si rimanda allo studio delle *palette* utilizzate per i siti di livello 2, aree tematiche (vedi pag. 5 - 9).

Il **footer** conserva la stessa impostazione del Portale istituzionale: logo della Regione a sinistra e il link ai canali social dedicati all'argomento a destra, tre colonne di informazioni immediatamente sotto, adempimenti legali e cookie nel "piede".

Cambia l'**header** rispetto ai precedenti livelli: il menu di navigazione si sposta sotto il logo per lasciare spazio in alto a destra ai loghi dei partner e dei finanziatori. Il "campo cerca" viene spostato dalla hero image al menu di navigazione per lasciare maggiore libertà di impaginazione nel corpo della pagina.



**REGIONE
PUGLIA**