

MotoridiRicerca.ch

Salve e benvenuti su MotoridiRicerca.ch, un sito dedicato a quanti vogliono approfondire l'argomento. Questa **breve guida** è rivolta a coloro che hanno già un **sito internet** o si apprestano a costruirne uno, ponendosi l'obiettivo di **aumentare la propria visibilità** on line ed acquisire nuovi clienti e mercati. L'importanza della promozione attraverso la **presenza sui motori di ricerca** si basa essenzialmente sulla **raccolta di traffico targettizzato** (*finalizzato all'utente giusto*) e di qualità. Un utente che effettua una ricerca utilizzando una chiave specifica sarà, infatti, estremamente interessato ai risultati che questa gli restituirà. Per il **sito indicizzato** il contatto stabilito costituisce un indubbio **elemento di qualità**, in quanto l'utente può diventare un **potenziale acquirente** del servizio o prodotto ricercato.

Essere nelle **prime posizioni** con le **parole chiavi** di interesse strategico costituisce un vantaggio competitivo di notevole importanza rispetto agli altri siti concorrenti od omologhi. Individuato immediatamente l'oggetto, infatti, difficilmente un utente decide di proseguire nella successiva **pagina di ricerca**.

Questa guida è stata creata in modo da essere navigata come una brochure, cliccando sui link *continua* o per tornare indietro schiacciando il tasto *back del browser*.

continua



Se **vai di fretta** puoi scaricare tutto il sito in formato Adobe Acrobat mettendo il mouse sull'icona che rappresenta il programma, con il tasto destro fai salva oggetto con nome e seleziona.

Copyright (c) 2003 Marco Gianfreda

È garantito il permesso di copiare, distribuire e/o modificare questo documento seguendo i termini della [Licenza per Documentazione Libera GNU](#)

marco (at) motoridiricerca.ch



Introduzione

Questo sito è stato creato con l'obiettivo di far capire l'importanza della presenza sui Motori di Ricerca e per dimostrare come un piccolo investimento può dare grandi risultati anche dopo pochissimi mesi.

Per circa 4000 anni, l'uomo ha organizzato le **proprie informazioni** in modo da renderle fruibili ed accessibili in maniera facile ed immediata. Internet, ed in particolar il web, in questi ultimi anni risulta essere il mezzo principale per pubblicare e rendere **disponibili le informazioni**.

I **motori di ricerca** sono lo strumento per **reperire più facilmente** e più in fretta le informazioni, sebbene, date le dimensioni, è sempre più **difficile trovarle** e, quindi, più difficoltosa la loro catalogazione. Negli ultimi anni, però, i motori di ricerca hanno **imparato a dare una valutazione** sull'importanza delle pagine in maniera da evitare di restituire risultati poco importanti per l'utente.

Può sembrare paradossale, ma avere **tantissima informazione** disponibile equivale a non possederne alcuna. Per questo, negli ultimi tempi, si è puntato molto sull'**importanza della qualità** della presenza sui motori di ricerca e, quindi, sul web. Molti motori hanno modificato i propri **algoritmi** oppure hanno introdotto il **sistema di pagamento** per fornire maggiore **visibilità**.

I motori sono i discendenti diretti dei vecchi sistemi usati per il **recupero e la conservazione** delle informazioni (biblioteche, archivi, ecc.). Con l'avvento del web, questi metodi hanno subito molte evoluzioni fino **all'ottimizzazione** dell'accesso all'informazione richiesta.

I motori di ricerca sono, senza ombra di dubbio, il **punto di partenza** del navigatore che cerca qualcosa sul web. Come tutti sanno, essi rispondono ad una **query (domanda)**, che restituisce una **lista di siti** che sono l'elaborazione delle **parole chiave** immesse. Queste parole vengono sottoposte ad un **algoritmo**, che cambia da motore a motore. La lista, inoltre, può essere **ordinata in base all'importanza** che il motore dà ad un sito. Questa fase viene definita **ranking** ed è alla base del successo di un **motore di ricerca**. Il motore attualmente più popolare e più utilizzato è **Google**, che, grazie al suo sofisticatissimo meccanismo di analisi delle pagine (PageRank©), è divenuto uno dei più importanti soggetti del web.

continua

Perché scegliere i motori di ricerca come attività di promozione on line ?

I motori di ricerca sono la funzione più utilizzata del web e, quindi, un evidente strumento di visibilità. La maggior parte degli accessi ad un sito avviene tramite i motori. Essi sono più economici e duraturi rispetto ad altri tipi di campagne pubblicitarie.

Tipologia dei motori

Vi sono due tipologie: le web directory, organizzate in categorie, ed il motore di ricerca, che visualizza i propri risultati in base alle parole chiave proposte dal navigatore. Oggi vi sono anche i motori a pagamento per inclusion o a click.

Motori di Ricerca

Nei motori di ricerca (per esempio Google, Inktomi, Fast-All The Web o Altavista) l'**indicizzazione** viene effettuata da un software chiamato **spiders** o **crawler** (*detti anche robots*), che naviga continuamente per il web seguendo i link, aggiornando il loro database in base al proprio algoritmo ed estraendo tutti i dati utili alla catalogazione. Il nome spiders (*“ragni”*) è stato dato proprio perché tale software può essere immaginato come dei ragnetti che vagano in giro sulla propria tela a **catalogare le informazioni**.

Questi motori, quindi, sono proprio l'**espressione più evidente del carattere sintattico** (*basato cioè sulla forma*) del web attuale. In risposta alle ricerche effettuate, essi restituiscono degli elenchi dove ogni voce è caratterizzata da un titolo, un'estrapolazione del contenuto della pagina, dall'URL del sito.

- [Google](#)
- [Alltheweb](#)
- [Altavista](#)
- [Inktomi](#)

Web Directory

Le **web directory** (*per esempio dmoz.org*) si basano su una logica completamente diversa: catalogare le informazioni in base ad un'organizzazione precisa suddivisa in argomenti.

La **differenza sostanziale** rispetto al motore di ricerca consiste nel fatto che la maggior parte delle web directory non sono gestite direttamente da un software, ma **dipendono unicamente** dal lavoro di persone che valutano ed inseriscono i vari siti proposti in ogni categoria. Dopo una richiesta di ricerca effettuata in questi motori, vengono anche restituite le sottocategorie ritenute rilevanti.

Le web directory rappresentano un'immagine **web più semantica** (*basata sul significato*), in quanto possono essere navigate per argomento.

- [Dmoz.org](#)
- [Yahoo](#)
- [Arianna](#)
- [Virgilio](#)

Motori a pagamento

Alcuni motori negli ultimi anni oltre a migliorare la loro **caratteristica di indicizzazione e ranking**, hanno dovuto affrontare la crisi speculativa della new economy del 2000, per questo per **poter sopravvivere**, sono stati obbligati (*oltre alle raccolte pubblicitarie*) di **far pagare ai webmaster** l'inserimento nei propri indici. Alcuni motori di ricerca invece oltre ai risultati normali, fanno anche apparire quelli a pagamento.

Pay per Inclusion - si paga per essere inseriti negli indici in un tempo compreso, in genere, tra le 48 e 72 ore. Viene assicurato un tempo di **refresh** (*tecnica che garantisce il ritorno dello spider*) del contenuto delle pagine altrettanto breve.

- [Looksmart](#)
- [Inktomi](#)

Pay per click - spesso associato al **keyword advertising**, comporta il pagamento di una tassa ogni volta che il visitatore clicca sul link verso il sito. Quanto pagato viene scalato dal budget che l'investitore mette a disposizione.

- [Espotting](#)
- [Overture](#)
- [Godado](#)

continua

Ma si deve obbligatoriamente pagare per essere presenti sui motori ?

Non tutti i motori di ricerca fanno pagare. Ci sono motori che fanno accedere gratuitamente nei loro database, ma, certo, se paghi ti evidenziano in qualche modo. Per altri, invece, bisogna pagare per accedervi. Si può tranquillamente utilizzare solo i motori di ricerca gratuiti oppure, in dipendenza del budget, puntare solamente su alcuni. Questo si può fare perché alcuni motori sono partner e collegati tra loro e, quindi, la presenza in uno potrebbe avvantaggiare la posizione nell'altro.

Cos'è il ranking ?

E' il metodo con cui un motore dispone i risultati di una ricerca.

Si è detto precedentemente che dall'algoritmo dipende il **successo di un motore di ricerca**. Nel passato un motore non **utilizzava degli algoritmi** particolari per pubblicare una lista di risultati, ma **assegnava** direttamente un valore di **importanza** alle pagine restituite in base al numero di ricorrenze, in ogni documento, dei termini della **query**. Naturalmente, in un ambiente particolare come il **web**, attraverso questo metodo era facile apparire alle **prime posizioni**: bastava inserire un numero elevato, ed a volte esagerato, di **parole chiave** dentro una pagina e il gioco era fatto. Questo sistema, però, è durato poco ed i **motori di ricerca** hanno cominciato a bannare (*eliminare dai loro db*) e considerare spamming (*cioè, tecniche fraudolente utilizzate per eludere il motore di ricerca e fare apparire, comunque, il proprio sito nei primi posti*) alcuni metodi di costruzione delle pagine.

Quando un motore **effettua una ricerca** sul proprio database, entrano in atto una serie di calcoli statistici che compongono il proprio algoritmo. Sorvoliamo sui calcoli matematici con cui vengono applicate queste regole.

Inizialmente i motori **assegnavano importanza** alle pagine in base al numero di parole che l'utente ricercava. Per ovviare a questo sistema, una tecnica moderna di ranking è quella della **link popularity**, in base alla quale un valore di importanza era dato dal numero di link che una pagina riceveva dalle altre, sia interne che esterne al sito.

In origine, alla base di tutto c'era il problema/obiettivo di riuscire ad **usare un parametro umano** per determinare quanto fosse rilevante una pagina sulle altre, rispetto a un certo termine. Ma come fare questo senza dover coinvolgere (*e quindi pagare*) un gran numero di persone e studiare un sistema valido per consentire loro di dare valutazioni oggettive ? L'unico modo era creare un sistema matematico incentrato sulla valutazione, **spesso non espressamente riconosciuta**, di un sito da parte di altri responsabili, amministratori e creatori di **website**. In pratica, il sistema doveva poter rispondere alle domande: *Cosa pensano gli altri del mio sito ? Quanto lo valutano pertinente e interessante rispetto ad un dato argomento ?*

Google sembra essere stato un pioniere nell'utilizzo dei **collegamenti ipertestuali** per la creazione di un **sistema di valutazione** dell'importanza di un website. Grazie alla tecnologia chiamata *PageRank*, Google riesce oggi a fornire risultati altamente pertinenti, stabilendo in modo del tutto automatizzato una misurazione oggettiva dell'importanza di ogni singola pagina web presente nel suo database.

Per concludere, si può dire che le **pagine web**, a differenza dei normali testi, possono avere dei link ad altre pagine e questi **link vengono interpretati** dai motori di ricerca come una specie di **voto** da parte delle altre pagine e quindi da parte degli altri siti e webmaster. Un link ricevuto da un sito importante varrà sicuramente più di un link che proviene da pagine meno importanti. Naturalmente questo è uno degli algoritmi utilizzati da Google o da altri motori, perché ovviamente anche qui c'è un punto debole,

definito Google Bomb, cioè una tecnica mirata ad aumentare la link popularity.

continua

Cosa si intende per posizionamento sui motori di ricerca ?

E' quell'insieme di operazioni che hanno l'obiettivo di far comparire un sito in testa ai risultati dei motori di ricerca, utilizzando quelle parole chiave (o, meglio, combinazioni di termini) che riguardano l'attività del sito stesso. Anche se non è estremamente importante apparire obbligatoriamente ai primi posti, perché l'obiettivo principale è quello di attirare il **traffico di qualità**.

Tecniche di base per il posizionamento

Le scelte di base da fare prima di mettere on line un sito internet che si pone l'obiettivo di acquisire nuovi clienti e mercati.

Un motore di ricerca non è altro che un **software che analizza** soprattutto i contenuti testuali delle pagine. Al motore di ricerca non interessa un sito dalla **grafica accattivante**, con dei livelli di grande impatto grafico. Anzi, a volte questi elementi disturbano il motore. Basti pensare all'utilizzo sbagliato della tecnologia in Flash di Macromedia.

L'unica cosa veramente importante per il motore di ricerca è lo **scheletro della pagina**, ovvero il codice HTML e l'organizzazione. Una cosa semplice da intuire è che ai motori di ricerca piacciono i siti semplici, come questo che stai leggendo, fatto di testo utilizzando il semplice linguaggio di base della rete, cioè l'HTML.

La scelta del dominio

I motori di ricerca assegnano maggiore importanza alla **parola chiave** che si trova nel **nome del dominio**, ma non è detto che, oltre al normale nome, non possano essere registrati anche una serie di domini che ne riportano le parole chiave all'interno. A volte non è importante che l'URL sia ricordata, l'obiettivo è essere in una **buona posizione**.

Scelta delle parole chiave

La scelta delle **parole chiave** (*keyword*) viene spesso sottovalutata. Questa scelta, invece, dovrebbe far parte di un accurato studio prima di procedere alla fase di **realizzazione del sito**. Consiglio, quindi, durante la progettazione, di spendere qualche ora a questo problema. Occorre fare **un'analisi** e cercare di individuare quali sono le **parole chiavi più pertinenti** all'attività che si vogliono proporre con Internet. L'attenzione va concentrata sull'utente, che deve andare a cercare il vostro sito sui motori di ricerca. Ci sono **strumenti** che consentono di fare un'analisi completa e aiutano a cercare di capire la situazione a livello di concorrenza.

Densità delle parole chiave

La densità è il numero di volte in cui la parola chiave compare nella pagina. Se, per esempio, una pagina ha una sola parola nel testo ("*bambino*"), la **densità** sarebbe del 100%. Se invece il testo fosse: Un "*bambino di Milano sta giocando a calcio con un amico*", la densità è del 20%, poiché nella pagina il rapporto è di 1/5. Teoricamente una pagina con densità del 100% ha un **buon posizionamento**. Nella realtà, invece, bisogna stare attenti a non esagerare per non incorrere in problemi di spamming.

Titolo e Meta TAG

Il titolo di una pagina di un sito web è la prima cosa che il motore di ricerca legge e per molti motori è **essenziale** e fondamentale per le principali **parole chiave**. Non solo, il titolo, essendo visualizzato nei risultati, deve essere anche accattivante per l'utente.

Motori di ricerca e link

Ai motori, non c'è dubbio, **piacciono le pagine con molti link**, soprattutto perché come policy privilegiano le pagine che trovano attraverso i link su altri siti. Per questo è consigliabile proporre sempre degli *scambi link*.

Localizzazione

Infine, è importante la traduzione nelle diverse lingue in cui l'azienda vuole proporre nuovi prodotti e quindi acquisire nuovi clienti. Anche questo fattore – *e le relative tecniche utilizzate* - è fondamentale. Infatti, se si fa la traduzione di un sito Internet in inglese sperando che qualche anglosassone ci metta piede per caso, si è lontani dalla realtà.

continua

Qual'è la differenza tra registrazione e posizionamento di un sito ?

Molti confondono il semplice servizio di registrazione con il più complesso servizio di posizionamento. La registrazione, in pratica, è la semplice segnalazione del sito ai vari motori di ricerca tramite compilazione dei singoli moduli forniti dagli stessi motori. Non prevede, quindi, nessuna garanzia che il sito registrato appaia in una qualsiasi posizione di rilievo. L'unica garanzia è data dall'avvenuta richiesta di registrazione. Poi il motore deciderà se e come fare apparire il sito nelle ricerche, secondo precisi criteri che variano da motore a motore. Il posizionamento, invece, è un servizio molto più complesso e costoso, in quanto prevede varie fasi da seguire molto accuratamente: dallo studio alla garanzia del risultato. Garanzia che prevede, come obiettivo del servizio, la posizione nella quale il sito del cliente sarà mostrato, effettuando una ricerca su un determinato motore e con determinate parole chiave.

Conclusioni

Spero, con questa breve guida, di aver chiarito i vostri dubbi sull'argomento. L'obiettivo è prima di tutto far capire **come funzionano i motori** e il lavoro di posizionamento su di essi. Naturalmente queste pagine non sono esaustive dell'argomento perché ciò è impossibile e richiederebbe un aggiornamento "ogni giorno ed ogni ora" di questo sito. Quando si parla di **search engines** (*motori di ricerca*), le idee non sono spesso chiare perché le cose cambiano tanto velocemente da rendere difficile **l'aggiornamento ad horas**.

Ho anche deciso di mettere questo documento sotto [licenza GNU](#) in modo che chiunque possa utilizzarlo e distribuirlo nei termini della licenza, che vi consiglio di leggere. Vi prego di contattarmi se avete dei dubbi o se qualcosa in questa guida non è chiara, in modo da renderla per quanto è possibile più semplice e più adatta alle esigenze di chi vuole solamente capire qualcosa sul funzionamento della visibilità motori di ricerca.

Alla fine il titolare di un sito deve chiedersi: " *Qual'è l'utilità o l'obiettivo del mio sito ?* "

1. Serve solamente da vetrina... una semplice brochure;
2. *Serve per acquisire nuovi clienti e nuovi mercati;*

Se la risposta è la prima, non credo che tu sia arrivato fino qui a leggere tutte queste pagine; se la risposta è la seconda, forse ti conviene salvare queste pagine e riflettere un attimo, oppure:

1. [Clicca qui](#), se vuoi vedere la mappa del sito;
2. [Clicca qui](#), se vuoi un preventivo o contattarci per avere maggiori delucidazioni;
3. [Clicca qui, per scaricare tutto il sito](#);



[Home](#)

E' vero che esistono software per registrazione automatica di un sito ?

La registrazione di un sito attraverso programmi automatici non è più un metodo che produce risultati accettabili. Attualmente, la maggior parte dei motori di ricerca penalizzano un sito inserito con questa procedura. Altri hanno reso la procedura di registrazione differente secondo ogni fase così da rendere

inutilizzabili tali sottomissioni massive. Perché il sito sia letto correttamente dagli spiders dei motori di ricerca, è necessario inserire nel codice delle pagine indicazioni – visualizzate dagli spiders – sul tipo di servizio offerto.

La perizia nell'identificare le giuste parole chiave per il target di riferimento della tua attività è di primaria importanza per ottenere il massimo di risposta da parte dei motori.

Copyright (c) 2003 Marco Gianfreda

*È garantito il permesso di copiare, distribuire e/o modificare questo documento
seguendo i termini della [Licenza per Documentazione Libera GNU](#)*

marco (at) motoridiricerca.ch

Licenza per Documentazione Libera (FDL) del Progetto GNU

Versione 1.1, Marzo 2000

Copyright (C) 2000 Free Software Foundation, Inc.
59 Temple Place, Suite 330, Boston, MA 02111-1307 USA

Chiunque può copiare e distribuire copie letterali di questo documento di licenza, ma non ne è permessa la modifica.

(NdT: Questa è una traduzione italiana non ufficiale della Licenza per Documentazione Libera, FDL. Non è pubblicata dalla Free Software Foundation e non ha valore legale nell'esprimere i termini di distribuzione del software che usa la licenza FDL. Solo la versione originale inglese della licenza ha valore legale. Speriamo ad ogni modo che questa traduzione aiuti le persone di lingua italiana a comprendere meglio il significato della FDL.)

0. PREAMBOLO

Lo scopo di questa licenza è di rendere un manuale, un testo o altri documenti scritti "liberi" nel senso di assicurare a tutti la libertà effettiva di copiarli e redistribuirli, con o senza modifiche, a fini di lucro o no. In secondo luogo questa licenza prevede per autori ed editori il modo per ottenere il giusto riconoscimento del proprio lavoro, preservandoli dall'essere considerati responsabili per modifiche apportate da altri.

Questa licenza è un "copyleft": ciò vuol dire che i lavori che derivano dal documento originale devono essere ugualmente liberi. È il complemento alla Licenza Pubblica Generale GNU, che è una licenza di tipo "copyleft" pensata per il software libero.

Abbiamo progettato questa licenza al fine di applicarla alla documentazione del software libero, perché il software libero ha bisogno di documentazione libera: un programma libero dovrebbe accompagnarsi a manuali che forniscano la stessa libertà del software. Ma questa licenza non è limitata alla documentazione del software; può essere utilizzata per ogni testo che tratti un qualsiasi argomento e al di là dell'avvenuta pubblicazione cartacea. Raccomandiamo principalmente questa licenza per opere che abbiano fini didattici o per manuali di consultazione.

1. APPLICABILITÀ E DEFINIZIONI

Questa licenza si applica a qualsiasi manuale o altra opera che contenga una nota messa dal detentore del copyright che dica che si può distribuire nei termini di questa licenza. Con "Documento", in seguito ci si riferisce a qualsiasi manuale o opera. Ogni fruitore è un destinatario della licenza e viene indicato con "voi".

Una "versione modificata" di un documento è ogni opera contenente il documento stesso o parte di esso, sia riprodotto alla lettera che con modifiche, oppure traduzioni in un'altra lingua.

Una "sezione secondaria" è un'appendice cui si fa riferimento o una premessa del documento e riguarda esclusivamente il rapporto dell'editore o dell'autore del documento con l'argomento generale del documento stesso (o argomenti affini) e non contiene nulla che possa essere compreso nell'argomento principale. (Per esempio, se il documento è in parte un manuale di matematica, una sezione secondaria non può contenere spiegazioni di matematica). Il rapporto con l'argomento può essere un tema collegato storicamente con il soggetto principale o con soggetti affini, o essere costituito da argomentazioni legali, commerciali, filosofiche, etiche o politiche pertinenti.

Le "sezioni non modificabili" sono alcune sezioni secondarie i cui titoli sono esplicitamente dichiarati essere sezioni non modificabili, nella nota che indica che il documento è realizzato sotto questa licenza.

I "testi copertina" sono dei brevi brani di testo che sono elencati nella nota che indica che il documento è realizzato sotto questa licenza.

Una copia "trasparente" del documento indica una copia leggibile da un calcolatore, codificata in un formato le cui specifiche sono disponibili pubblicamente, i cui contenuti possono essere visti e modificati direttamente, ora e in futuro, con generici editor di testi o (per immagini composte da pixel) con generici editor di immagini o (per i disegni) con qualche editor di disegni ampiamente diffuso, e la copia deve essere adatta al trattamento per la formattazione o per la conversione in una varietà di formati atti alla successiva formattazione. Una copia fatta in un altro formato di file trasparente il cui markup è stato progettato per intralciare o scoraggiare modifiche future da parte dei lettori non è trasparente. Una copia che non è trasparente è "opaca".

Esempi di formati adatti per copie trasparenti sono l'ASCII puro senza markup, il formato di input per Texinfo, il formato di input per LaTeX, SGML o XML accoppiati ad una DTD pubblica e disponibile, e semplice HTML conforme agli standard e progettato per essere modificato manualmente. Formati opachi sono PostScript, PDF, formati proprietari che possono essere letti e modificati solo con word processor proprietari, SGML o XML per cui non è in genere disponibile la DTD o gli strumenti per il trattamento, e HTML generato automaticamente da qualche word processor per il solo output.

La "pagina del titolo" di un libro stampato indica la pagina del titolo stessa, più qualche pagina seguente per quanto necessario a contenere in modo leggibile, il materiale che la licenza prevede che compaia nella pagina del titolo. Per opere in formati in cui non sia contemplata esplicitamente la pagina del titolo, con "pagina del titolo" si intende il testo prossimo al titolo dell'opera, precedente l'inizio del corpo del testo.

2. COPIE LETTERALI

Si può copiare e distribuire il documento con l'ausilio di qualsiasi mezzo, per fini di lucro e non,

fornendo per tutte le copie questa licenza, le note sul copyright e l'avviso che questa licenza si applica al documento, e che non si aggiungono altre condizioni al di fuori di quelle della licenza stessa. Non si possono usare misure tecniche per impedire o controllare la lettura o la produzione di copie successive alle copie che si producono o distribuiscono. Però si possono ricavare compensi per le copie fornite. Se si distribuiscono un numero sufficiente di copie si devono seguire anche le condizioni della sezione 3.

Si possono anche prestare copie e con le stesse condizioni sopra menzionate possono essere utilizzate in pubblico.

3. COPIARE IN NOTEVOLI QUANTITÀ

Se si pubblicano a mezzo stampa più di 100 copie del documento, e la nota della licenza indica che esistono uno o più testi copertina, si devono includere nelle copie, in modo chiaro e leggibile, tutti i testi copertina indicati: il testo della prima di copertina in prima di copertina e il testo di quarta di copertina in quarta di copertina. Ambedue devono identificare l'editore che pubblica il documento. La prima di copertina deve presentare il titolo completo con tutte le parole che lo compongono egualmente visibili ed evidenti. Si può aggiungere altro materiale alle copertine. Il copiare con modifiche limitate alle sole copertine, purché si preservino il titolo e le altre condizioni viste in precedenza, è considerato alla stregua di copiare alla lettera.

Se il testo richiesto per le copertine è troppo voluminoso per essere riprodotto in modo leggibile, se ne può mettere una prima parte per quanto ragionevolmente può stare in copertina, e continuare nelle pagine immediatamente seguenti.

Se si pubblicano o distribuiscono copie opache del documento in numero superiore a 100, si deve anche includere una copia trasparente leggibile da un calcolatore per ogni copia o menzionare per ogni copia opaca un indirizzo di una rete di calcolatori pubblicamente accessibile in cui vi sia una copia trasparente completa del documento, spogliato di materiale aggiuntivo, e a cui si possa accedere anonimamente e gratuitamente per scaricare il documento usando i protocolli standard e pubblici generalmente usati. Se si adotta l'ultima opzione, si deve prestare la giusta attenzione, nel momento in cui si inizia la distribuzione in quantità elevata di copie opache, ad assicurarsi che la copia trasparente rimanga accessibile all'indirizzo stabilito fino ad almeno un anno di distanza dall'ultima distribuzione (direttamente o attraverso rivenditori) di quell'edizione al pubblico.

è caldamente consigliato, benché non obbligatorio, contattare l'autore del documento prima di distribuirne un numero considerevole di copie, per metterlo in grado di fornire una versione aggiornata del documento.

4. MODIFICHE

Si possono copiare e distribuire versioni modificate del documento rispettando le condizioni delle precedenti sezioni 2 e 3, purché la versione modificata sia realizzata seguendo scrupolosamente questa

stessa licenza, con la versione modificata che svolga il ruolo del "documento", così da estendere la licenza sulla distribuzione e la modifica a chiunque ne possieda una copia. Inoltre nelle versioni modificate si deve:

- * A. Usare nella pagina del titolo (e nelle copertine se ce ne sono) un titolo diverso da quello del documento, e da quelli di versioni precedenti (che devono essere elencati nella sezione storia del documento ove presenti). Si può usare lo stesso titolo di una versione precedente se l'editore di quella versione originale ne ha dato il permesso.
- * B. Elencare nella pagina del titolo, come autori, una o più persone o gruppi responsabili in qualità di autori delle modifiche nella versione modificata, insieme ad almeno cinque fra i principali autori del documento (tutti gli autori principali se sono meno di cinque).
- * C. Dichiarare nella pagina del titolo il nome dell'editore della versione modificata in qualità di editore.
- * **D. Conservare tutte le note sul copyright del documento originale.**
- * E. Aggiungere un'appropriata licenza per le modifiche di seguito alle altre licenze sui copyright.
- * F. Includere immediatamente dopo la nota di copyright, un avviso di licenza che dia pubblicamente il permesso di usare la versione modificata nei termini di questa licenza, nella forma mostrata nell'addendum alla fine di questo testo.
- * G. Preservare in questo avviso di licenza l'intera lista di sezioni non modificabili e testi copertina richieste come previsto dalla licenza del documento.
- * H. Includere una copia non modificata di questa licenza.
- * I. Conservare la sezione intitolata "Storia", e il suo titolo, e aggiungere a questa un elemento che riporti al minimo il titolo, l'anno, i nuovi autori, e gli editori della versione modificata come figurano nella pagina del titolo. Se non ci sono sezioni intitolate "Storia" nel documento, createne una che riporti il titolo, gli autori, gli editori del documento come figurano nella pagina del titolo, quindi aggiungete un elemento che descriva la versione modificata come detto in precedenza.
- * J. Conservare l'indirizzo in rete riportato nel documento, se c'è, al fine del pubblico accesso ad una copia trasparente, e possibilmente l'indirizzo in rete per le precedenti versioni su cui ci si è basati. Questi possono essere collocati nella sezione "Storia". Si può omettere un indirizzo di rete per un'opera pubblicata almeno quattro anni prima del documento stesso, o se l'originario editore della versione cui ci si riferisce ne dà il permesso.
- * K. In ogni sezione di "Ringraziamenti" o "Dediche", si conservino il titolo, il senso, il tono della sezione stessa.
- * L. Si conservino inalterate le sezioni non modificabili del documento, nei propri testi e nei propri titoli. I numeri della sezione o equivalenti non sono considerati parte del titolo della sezione.
- * M. Si cancelli ogni sezione intitolata "Riconoscimenti". Solo questa sezione può non essere inclusa nella versione modificata.
- * N. Non si modifichi il titolo di sezioni esistenti come "miglioria" o per creare confusione con i titoli di sezioni non modificabili.

Se la versione modificata comprende nuove sezioni di primaria importanza o appendici che ricadono in "sezioni secondarie", e non contengono materiale copiato dal documento, si ha facoltà di rendere non modificabili quante sezioni si voglia. Per fare ciò si aggiunga il loro titolo alla lista delle sezioni immutabili nella nota di copyright della versione modificata. Questi titoli devono essere diversi dai titoli

di ogni altra sezione.

Si può aggiungere una sezione intitolata "Riconoscimenti", a patto che non contenga altro che le approvazioni alla versione modificata prodotte da vari soggetti--per esempio, affermazioni di revisione o che il testo è stato approvato da una organizzazione come la definizione normativa di uno standard.

Si può aggiungere un brano fino a cinque parole come Testo Copertina, e un brano fino a 25 parole come Testo di Retro Copertina, alla fine dell'elenco dei Testi Copertina nella versione modificata. Solamente un brano del Testo Copertina e uno del Testo di Retro Copertina possono essere aggiunti (anche con adattamenti) da ciascuna persona o organizzazione. Se il documento include già un testo copertina per la stessa copertina, precedentemente aggiunto o adattato da voi o dalla stessa organizzazione nel nome della quale si agisce, non se ne può aggiungere un altro, ma si può rimpiazzare il vecchio ottenendo l'esplicita autorizzazione dall'editore precedente che aveva aggiunto il testo copertina.

L'autore/i e l'editore/i del "documento" non ottengono da questa licenza il permesso di usare i propri nomi per pubblicizzare la versione modificata o rivendicare l'approvazione di ogni versione modificata.

5. UNIONE DI DOCUMENTI

Si può unire il documento con altri realizzati sotto questa licenza, seguendo i termini definiti nella precedente sezione 4 per le versioni modificate, a patto che si includa l'insieme di tutte le Sezioni Invarianti di tutti i documenti originali, senza modifiche, e si elenchino tutte come Sezioni Invarianti della sintesi di documenti nella licenza della stessa.

Nella sintesi è necessaria una sola copia di questa licenza, e multiple sezioni invarianti possono essere rimpiazzate da una singola copia se identiche. Se ci sono multiple Sezioni Invarianti con lo stesso nome ma contenuti differenti, si renda unico il titolo di ciascuna sezione aggiungendovi alla fine e fra parentesi, il nome dell'autore o editore della sezione, se noti, o altrimenti un numero distintivo. Si facciano gli stessi aggiustamenti ai titoli delle sezioni nell'elenco delle Sezioni Invarianti nella nota di copyright della sintesi.

Nella sintesi si devono unire le varie sezioni intitolate "storia" nei vari documenti originali di partenza per formare una unica sezione intitolata "storia"; allo stesso modo si unisca ogni sezione intitolata "Ringraziamenti", e ogni sezione intitolata "Dediche". Si devono eliminare tutte le sezioni intitolate "Riconoscimenti".

6. RACCOLTE DI DOCUMENTI

Si può produrre una raccolta che consista del documento e di altri realizzati sotto questa licenza; e rimpiazzare le singole copie di questa licenza nei vari documenti con una sola inclusa nella raccolta, solamente se si seguono le regole fissate da questa licenza per le copie alla lettera come se si applicassero a ciascun documento.

Si può estrarre un singolo documento da una raccolta e distribuirlo individualmente sotto questa licenza, solo se si inserisce una copia di questa licenza nel documento estratto e se si seguono tutte le altre regole fissate da questa licenza per le copie alla lettera del documento.

7. RACCOGLIERE INSIEME A LAVORI INDIPENDENTI

Una raccolta del documento o sue derivazioni con altri documenti o lavori separati o indipendenti, all'interno di o a formare un archivio o un supporto per la distribuzione, non è una "versione modificata" del documento nella sua interezza, se non ci sono copyright per l'intera raccolta. Ciascuna raccolta si chiama allora "aggregato" e questa licenza non si applica agli altri lavori contenuti in essa che ne sono parte, per il solo fatto di essere raccolti insieme, qualora non siano però loro stessi lavori derivati dal documento.

Se le esigenze del Testo Copertina della sezione 3 sono applicabili a queste copie del documento allora, se il documento è inferiore ad un quarto dell'intero aggregato i Testi Copertina del documento possono essere piazzati in copertine che delimitano solo il documento all'interno dell'aggregato. Altrimenti devono apparire nella copertina dell'intero aggregato.

8. TRADUZIONI

La traduzione è considerata un tipo di modifica, e di conseguenza si possono distribuire traduzioni del documento seguendo i termini della sezione 4. Rimpiazzare sezioni non modificabili con traduzioni richiede un particolare permesso da parte dei detentori del diritto d'autore, ma si possono includere traduzioni di una o più sezioni non modificabili in aggiunta alle versioni originali di queste sezioni immutabili. Si può fornire una traduzione della presente licenza a patto che si includa anche l'originale versione inglese di questa licenza. In caso di discordanza fra la traduzione e l'originale inglese di questa licenza la versione originale inglese prevale sempre.

9. TERMINI

Non si può applicare un'altra licenza al documento, copiarlo, modificarlo, o distribuirlo al di fuori dei termini espressamente previsti da questa licenza. Ogni altro tentativo di applicare un'altra licenza al documento, copiarlo, modificarlo, o distribuirlo è deprecato e pone fine automaticamente ai diritti previsti da questa licenza. Comunque, per quanti abbiano ricevuto copie o abbiano diritti coperti da questa licenza, essi non ne cessano se si rimane perfettamente coerenti con quanto previsto dalla stessa.

10. REVISIONI FUTURE DI QUESTA LICENZA

La Free Software Foundation può pubblicare nuove, rivedute versioni della Licenza per Documentazione Libera GNU volta per volta. Qualche nuova versione potrebbe essere simile nello spirito alla versione attuale ma differire in dettagli per affrontare nuovi problemi e concetti. Si veda

<http://www.gnu.org/copyleft>.

Ad ogni versione della licenza viene dato un numero che distingue la versione stessa. Se il documento specifica che si riferisce ad una versione particolare della licenza contraddistinta dal numero o "ogni versione successiva", si ha la possibilità di seguire termini e condizioni sia della versione specificata che di ogni versione successiva pubblicata (non come bozza) dalla Free Software Foundation. Se il documento non specifica un numero di versione particolare di questa licenza, si può scegliere ogni versione pubblicata (non come bozza) dalla Free Software Foundation.

La mappa del sito



- [Introduzione](#)
- [Tipologia](#)
- [Ranking](#)
- [Posizionamento](#)
- [Conclusioni](#)
- [Modulo di Contatto](#)
- [Licenza GPL](#)
- [Scarica Documento](#)

Modulo di contatto

Compila questo modulo per richiedere una stima o una valutazione, ci impegneremo a darti una risposta esaustiva in breve tempo.

Nome e cognome*:

azienda:

e-mail*:

telefono*:

indirizzo web che si vuole promuovere:

obiettivi che si vogliono raggiungere (es. incremento contatti, vendite, altro):

Budget annuale a disposizione per questa attività

altri dati utili (es. paesi e lingue target, parole chiave di interesse, tempistica...):

Sono interessato anche a

Keyword advertising

Ottimizzazione di siti dinamici

Attenzione: se state compilando questo modulo sul documento PDF, assicuratevi di essere on line, perchè il form è collegato ad un file raggiungibile solamente tramite web;

Informativa sulla Privacy: i dati forniti saranno trattati nel pieno rispetto della Legge 675/96 ed utilizzati unicamente allo scopo di fornire i servizi richiesti. In qualsiasi momento si potrà richiedere la modifica o la cancellazione dei suddetti dati. Responsabile per il trattamento dei dati è Marco

Gianfreda.