

*Come rendere visibile il proprio sito con i motori di ricerca:
uno studio per la Firenze University Press. Maggio 2003*

Lucia Bertini
lucia.bertini@unifi.it
(maggio 2003)

Introduzione.....	1
1. Come rendere visibile il proprio sito tramite i motori di ricerca?.....	3
2. I motori analizzati	5
3. Quali parole chiave utilizzare?	15
4. I portali scientifici	16
5. Conclusioni.....	20

Keywords: motori di ricerca, portali, accesso, visibilità.

.....

Introduzione

Lo scopo di questo studio è quello di analizzare le opportunità di Internet per l'identificazione e l'accesso alle opere pubblicate dalla Firenze University Press.

Quando si cerca un libro utilizzando Internet, lo si cerca in:

1. elenchi di editori, sia in liste italiane che straniere, come quelle contenute nel sito di Informazioni editoriali "ALICE", quello dell'Associazione italiana biblioteche (AIB) o del motore di ricerca Excite;
2. cataloghi di biblioteche e sistemi bibliotecari regionali (ad esempio: OPAC dell'Università di Firenze <http://http://opac.unifi.it/>, Metaopac della Regione Toscana <http://www.cultura.regione.toscana.it/bibl/metaopac.htm>), MAI AZALAI, Metaopac della Regione Lombardia (<http://www.aib.it/aib/opac/mai2.htm>) e via discorrendo;
3. nello spazio che alcuni portali, soprattutto quelli scientifici, dedicano a link esterni;
4. nelle librerie in rete, ad esempio:
 - Internet Bookshop <http://www.bookshop.co.uk/hme/hmepge.asp>
 - Internet Bookshop Italia <http://www.internetbookshop.it/hme/hmepge.asp>
 - Amazon.com <http://www.amazon.com/exec/obidos/subst/home/home.html/104-2646802-4142332>
 - Barnes&Nobles.com <http://www.barnesandnoble.com/>
 - Bol <http://www.ita-bol.com/>

*Come rendere visibile il proprio sito con i motori di ricerca:
uno studio per la Firenze University Press. Maggio 2003*

Lucia Bertini
lucia.bertini@unifi.it
Università degli Studi di Firenze

5. motori di ricerca, sempre più utilizzati dagli utenti di Internet e, in particolare, dalla comunità scientifica per la ricerca di risorse informative. In particolare, i motori possono fornire:
- accesso al sito¹ (ricerca in liste di editori tramite parola chiave)
 - accesso ai documenti (nel caso in cui la descrizione del documento sia stata registrata nel Web) ricerca per parola chiave (soggetto, classificazione). In questo caso, per consentire la ricerca anche nei motori internazionali, è necessario che i metadati dei documenti siano in lingua inglese.

Questa ricerca condotta per la Firenze University Press (FUP), servizio editoriale dell'Università di Firenze, si concentra su motori e metamotori di ricerca, directory, portali e servizi gratuiti e a pagamento da questi offerti, per valutarli in termini di efficacia ed economia, allo scopo di utilizzare quelli che meglio rispondono ai bisogni (in ordine gerarchico di priorità) di:

- a) rilevanza/visibilità (n° di accessi),
- b) servizi forniti,
- c) velocità di inserimento e aggiornamento,
- d) economicità.

Lo studio parte da due domande:

1. Come rendere visibile il proprio sito tramite motori di ricerca?
2. Quali le modalità di inserimento di pagine web nei motori, i relativi tempi e costi?

Il rapporto realizzato per la FUP vuole essere uno strumento di lavoro utile anche ad altri interessati, in altri ambiti accademici no profit, a usare Internet per la trasmissione dell'informazione.

I motori presi in considerazione sono alcuni tra i più noti, abitualmente utilizzati dalla comunità scientifica. Essi sono stati selezionati per l'attenzione che prestano a informazioni relative a didattica, formazione e accademia in generale, ma anche editoria e commercio elettronico.

Infine, nell'ultima parte, si fornisce l'elenco dei principali portali scientifici con una descrizione delle loro caratteristiche specifiche e dei servizi offerti.

.....

¹E' importante che il sito sia disegnato secondo i criteri che ne determinano la maggiore visibilità. Lewin (URL:http://www.lewingroup.com/pages/00feb/comment_bigsites.htm) ha analizzato i 10 motori di maggior successo e ha tratto le sue conclusioni, che in breve si riassumono in alcuni concetti di base che, a suo avviso, assicurano la massima visibilità al sito web:

- Mettere il contenuto al primo posto. Il contenuto deve essere facilmente accessibile
- Mettersi nei panni dell'utente, disegnare la pagina per loro. L'estetica è di secondaria importanza
- Più veloce è meglio
- Cambiare è male
- Non provare a fare cose nuove
-

1. Come rendere visibile il proprio sito tramite i motori di ricerca?

Il mondo dei motori di ricerca è in continua evoluzione sia sul fronte delle alleanze e degli strumenti di promozione che su quello degli algoritmi di indicizzazione, perciò la lista dei motori di ricerca qui elencati e il loro stato dell'arte (<http://www.motoridiricerca.it/tempo.htm>, dicembre 2002), potrebbe essere già obsoleto.

Secondo un recente sondaggio, circa otto su dieci utenti di Internet utilizzano un motore di ricerca prima di raggiungere il sito web finale. Quest'affermazione rafforza la convinzione che questi siano lo strumento più efficace per assicurare, in tempi rapidi, la visibilità in Internet della FUP.

1.1. Quali sono le modalità?

Ci si registra chiedendo di essere inseriti nel motore. Tra i suggerimenti forniti da **Google** c'è quello di segnalare per prima cosa il proprio sito alle principali directory, quali **Open Directory Project** (<http://dmoz.org/add.html>) e **Yahoo!**.

1.2. Quanto tempo occorre?

Dal momento in cui si inseriscono i dati nei motori di ricerca, passano in genere diversi giorni prima che il sito venga memorizzato negli archivi. Il periodo di tempo che trascorre dalla registrazione del sito al momento in cui questo viene effettivamente incluso, varia da un motore di ricerca all'altro, come si può vedere dalla seguente lista:

- **AltaVista**: da 4 a 6 settimane
- **Google**: da 1 a 4 settimane
- **Excite**: da 9 a 15 giorni (utilizza **FAST**)
- **HotBot**: da 10 a 30 giorni (utilizza **Inktomi**)
- **Lycos**: da 9 a 15 giorni (utilizza **FAST**)
- **Inktomi**: da 2 a 30 giorni
- **FAST**: da 9 a 15 giorni
- **Northern Light**: da 2 a 4 settimane
- **Yahoo!**: da 1 a 8 settimane

Quando si vuole registrare più di una pagina web in un motore di ricerca, talvolta ci si imbatte in limitazioni al numero di pagine che è possibile inserire nell'arco delle 24 ore.

AltaVista, da quando ha introdotto il nuovo sistema basato su un codice grafico, non pone limiti di sottomissione, ma generalmente conviene non sottoporre al motore più di 10 pagine al giorno. **Yahoo!** che normalmente accetta solo un file dallo stesso sito, è più selettivo.

Normalmente, per essere presenti con più pagine ed in più categorie, posizionandosi ai primi posti, si ricorre a servizi a pagamento. Ci sono dei trucchi che servono a raggiungere lo stesso scopo, ma sono vivamente sconsigliati.

La seguente tabella, aggiornata a Maggio 2003 (<http://www.motoridiricerca.it/tempo.htm>), fornisce un quadro dei tempi di registrazione nelle liste di alcuni motori di ricerca .

Motore di ricerca	E' preferibile sottomettere ogni singola pagina?	Limite di pagine da sottomettere	Tempo di indicizzazione	Tempo di aggiornamento dell'indice	Inserimento a pagamento?
Alta Vista	Si	Nessuno	4-6 settimane	Da 1 giorno a 4 settimane	Si
Excite	No	Nessuno	9-15 giorni	Da 1 giorno a 2 settimane	Si
FAST	No	Nessuno	9-15 giorni	Da 1 giorno a 2 settimane	Si
Google	No	5 - 10	Circa 4 settimane	Da 1 giorno a 4 settimane	No
Inktomi	No	50	Circa 2 mesi	Da 1 giorno a 2 mesi	Si
Northern Light	No	Nessuno	Circa 4 settimane	Da 1 giorno a 1 mese	No

1.3. Quali sono i costi?

Le modalità di inserimento del proprio indirizzo (URL) e i costi dei servizi variano molto da un motore di ricerca all'altro. Alcuni motori offrono la possibilità di aggiungere la propria URL gratuitamente, ma in questo caso di solito la ricerca dell'utente deve essere molto specifica, mirata alla denominazione esatta (es.: Firenze University Press). Se invece si desidera che la casa editrice compaia in liste per categoria (case editrici, editoria elettronica, academic presses ecc.) e i prodotti in cataloghi di librerie elettronici è necessario pagare una tariffa.

WebCrawler fornisce una tabella esemplificativa con i costi della pubblicità nei principali motori di ricerca, nella quale mette i propri prezzi in rapporto a quelli dei principali motori.

Webcrawler Compare Prices	<i>Search Partner Network</i>	<i>Excite Web Search</i> (<i>TOTAL PACKAGE</i>
1 URL	\$49.95	\$24.98	\$74.93
Website (to 10 URLs)	\$99.95	\$49.98	\$149.93
Website (to 50 URLs)	\$199.95	\$99.98	\$299.93
Website (to 100 URLs)	\$249.95	\$124.98	\$374.93
Website (to 500 URLs)	\$399.95	\$199.98	\$599.93

The leading competitors:	Ask Jeeves	Alta Vista ²	Inktomi ³	Lycos ⁴
--------------------------	------------	-------------------------	----------------------	--------------------

² This program is based on a 6-month time frame. It is being shown at a yearly rate for this comparison.

1 URL	\$30	\$78	\$39	\$30
<i>Website (to 10 URLs)</i>	\$192	\$600	\$264	\$138
<i>Website (to 50 URLs)</i>	\$912	\$2,120	\$1,264	\$618
<i>Website (to 100 URLs)</i>	\$1,812	\$4,020	\$2,514	\$1,218
<i>Website (to 500 URLs)</i>	\$9,012	\$14,510	\$12,514	\$6,006

2. I motori analizzati

I motori presi in esame in questo studio (elencati in ordine alfabetico) sono motori e servizi italiani (es.: **Alice, Arianna, www.stampa.it**) e stranieri (es.: **AltaVista, Excite, Fast, Lycos, Google, Yahoo!, Northern Light, WebCrawler**) e i servizi **Inktomi** e **Open Directory Project**.

Motore	Caratteristiche e servizi
Alice http://www.alice.it/	Alice non è propriamente un motore di ricerca, piuttosto un portale del mondo dell'editoria. Particolarmente interessanti i servizi e le informazioni per autori o potenziali autori, librerie, novità editoriali ed editori. Nell'elenco degli editori in rete di Alice compare anche la Firenze University Press (vedi: http://www.alice.it/publish/net.pub/elencalf_f.htm), i cui libri sono presenti nel catalogo di Internet Bookshop (iBis). Interessante la pagina della rassegna stampa che riporta le segnalazioni dei quotidiani: Avvenire, Il Corriere della Sera, Il Manifesto, La Repubblica, La Stampa, Il Sole 24 Ore, La Domenica.
Alta Vista www.altavista.com	A detta di AltaVista sono più di 33 milioni gli utenti che visitano il loro sito e visualizzano quasi un miliardo di pagine al mese. Per pubblicizzare sito e prodotti AltaVista offre una serie di elenchi a pagamento basati su parole chiave: <ul style="list-style-type: none"> • Promozioni e banner grafici • Unità di ricerca integrate che offrono agli utenti servizi di ricerca all'interno di un elenco • Collegamenti ipertestuali al sito. <p>Servizi di base</p> <p>Express Inclusion: il modo più rapido di inserire la propria URL è il programma Express Inclusion che permette di inserire fino a 500 URL nel motore di ricerca di AltaVista in 2 giorni lavorativi. Gli aggiornamenti quotidiani (solo durante la settimana) manterranno attuali gli elenchi.</p> <p>Trusted Feed: servizio riservato a quanti immettono più di 500 pagine in AltaVista. Il servizio Trusted Feed permette di inserire titoli personalizzati, parole chiave e sommari e fornisce inoltre traffico di alta qualità per via degli aggiornamenti settimanali.</p> <p>Personalizzazione degli elenchi: personalizza il modo in cui vengono visualizzate le pagine nel motore di ricerca AltaVista grazie alla funzione Personalizzazione degli elenchi. Migliora l'aspetto dei link delle pagine aggiungendo logo, icone, tag online personalizzati & collegamenti ipertestuali alle URL.</p>

³ Based on Lycos InSite Select. \$18 membership fee added.

⁴ Prices effective 02/25/2003

	<p>Programma per rivenditori: il programma per rivenditori di AltaVista dà l'opportunità di indirizzare traffico altamente qualificato verso i siti dei clienti utilizzando uno dei seguenti programmi: Trusted Feed, Express Inclusion e Personalizzazione degli elenchi.</p> <p>Segnalazione base: aggiungi o rimuovi fino a 5 URL alla volta al/dal database globale di AltaVista. Le URL normalmente vengono valutate in un tempo di quattro/sei settimane dall'inserimento. Il programma Segnalazione base è un servizio gratuito.</p> <p>Soluzioni Pubblicitarie basate su parole chiave: questo servizio collega la pubblicità a gruppi definiti di parole o frasi chiave - in tal modo i messaggi vengono indirizzati a potenziali clienti nel momento stesso in cui cercano informazioni sui prodotti o servizi offerti dalla FUP.</p> <p>Soluzioni Pubblicitarie generali: questo tipo di pubblicità funziona per aree di ricerca tematica, divise per argomenti. Ogni categoria offre una possibilità di ricerca addizionale, permettendo di cercare informazioni più approfondite sui database dei partner (p.es. aree di ricerca tematica specializzate sullo shopping o sulla finanza). Per informazioni ulteriori su prezzi e modalità di pubblicità personalizzata è necessario contattare direttamente il team di AltaVista, compilando il modulo che si trova all'indirizzo http://it.altavista.com/help/contact/advertise</p>
<p>Arianna http://arianna.libero.it/</p>	<p>Con Quick Addsite è possibile:</p> <ul style="list-style-type: none"> • inserire il sito nel Catalogo di Arianna entro 5 giorni • proporre titolo e parole chiave più opportune e scegliere la categoria in cui la essere inseriti • usufruire del servizio di consulenza per la descrizione del sito • avere la garanzia che il sito sia presente nel Catalogo di Arianna per un anno • controllare lo stato dei siti inseriti attraverso un tool apposito <p>Nel corso dell'anno si ha diritto a due modifiche di keywords, titolo, descrizione (purchè non si cambi categoria).</p> <p>Il servizio non garantisce il posizionamento. Le informazioni proposte sono sottoposte a verifica dallo staff editoriale, che può decidere di non pubblicare il sito.</p> <p>Costi: Il servizio Quick Addurl di Arianna è conveniente quando si intenda inserire meno di 50 pagine, in tal caso con 30 euro per la prima pagina e 19 per quelle successive il servizio garantisce:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Inserimento delle url del sito in 48 ore • Aggiornamento dei contenuti ogni 48 ore • Tool per il controllo dello stato delle URL inserite • Sicurezza di restare nell'indice di Arianna per un anno <ul style="list-style-type: none"> • Possibilità di scegliere quali e quante pagine (url) del tuo sito dovranno comparire <p>Costi esemplificativi calcolati su un ipotetico inserimento di 74 pagine web:</p>

Nome prodotto	Descrizione prodotto	Prezzo (con IVA)	Quantità	Acquista
Quick AddSite	Inserisci per un anno un sito nel catalogo di Arianna	100.00 €	1	479
Quick AddSite 3	Inserisci 3 siti nel Catalogo di Arianna. 95 euro per ogni sito inserito	285.00 €	1	534
Quick AddSite 5	Inserisci 5 siti nel Catalogo di Arianna. 90 euro per ogni sito inserito.	450.00 €	1	490

Excite <http://www.excite.com/>

Con Excite è possibile cercare in tutte le categorie "adatte":
Una maglia, ad esempio, potrebbe essere trovata nella categoria Moda, ma anche nella categoria Sport - dipende dal tipo di maglia.

La categoria adatta alla FUP è nella lista dedicata all'editoria
http://www.excite.it/directory/World/Italiano/Acquisti/Editoria_e_Stampa

Per la pubblicità è necessario andare all'indirizzo:
<http://www.excite.it/istituzionale/latuapubblicita/> e compilare il modulo in rete e, ancora meglio, il form che si trova alla pagina dedicata agli editori:
<http://www.tiscaliadvertising.it/contatti/editori.htm>

C'è una vetrina di Excite dedicata ai libri <http://www.excite.it/shopping/libri> dove si possono trovare libri in commercio e dove sono pubblicizzate diverse librerie in rete:

- **Internet Bookshop Italia (IBis):** tantissimi libri in vendita con la possibilità di scegliere nei vari reparti.
- **Librinet:** libri nuovi ed usati a prezzi d'occasione in un ampissimo catalogo. Per la prima volta anche vendita a peso sul web.
- **Netbook:** migliaia di libri quotidianamente aggiornati di editori italiani e stranieri.
- **Bol :** comprende anche libri a prezzi scontati, recensioni e possibilità di leggere alcuni capitoli online.
- **De Agostini e-shop:** si tratta del negozio virtuale della casa editrice De Agostini dove.
- **Biblioservice:** tramite questo sito è possibile acquistare in rete i testi scolastici di tutta Italia.
- **Elephants book :** viva i libri vivi di libri, questo è il motto di questo sito specializzato in libri di qualità e sulla natura.
- **Gulliver town:** un sito che oltre alla libreria in rete, propone interviste agli scrittori e recensioni. Il catalogo è molto ampio.
- **Libreria universitaria:** questa libreria, è stata contattata il 25 febbraio per informazioni relative a servizi e costi. Tutti i libri in vendita sul loro sito sono venduti agli studenti con uno sconto del 10%. Il responsabile delle vendite suggerisce l'inserimento dei libri nel loro catalogo seguendo le seguenti istruzioni:
 - file excel con titoli, autori, editore, anno, prezzo

	<ul style="list-style-type: none"> - abstract di ogni libro - zip delle copertine <p>tutte queste informazioni devono poi essere inviate a: catalogo@webster.it</p> <p>Libreria universitaria chiede uno sconto tra il 30 e il 35% sul prezzo di copertina.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Gorilla : Libreria in rete specializzata in libri di informatica e scienze. • Unilibro : Una libreria in rete dal catalogo molto ampio. Pagamenti con carta di credito ed in contrassegno. • Amazon: Versione inglese del sito più grande e famoso nella vendita online di libri. Le consegne sono rapide ed efficienti.⁵ <p>Cosa offre Amazon:</p> <p>“ List. Seleziona il tipo di prodotto da vendere.</p> <p>Sell. Amazon.co.uk suggerisce il prodotto a milioni di clienti.</p> <p>Earn. Quando il prodotto è stato venduto, Amazon riscuote il denaro e invia il profitto al cliente. “</p>
<p>FAST All The Web http://www.alltheweb.com/</p>	<p>Con FAST sembra molto semplice inserire il proprio sito, compilando il form che si trova all' URL http://www.alltheweb.com/add_url.ph.</p> <p>Cosa occorre fare: 1. inserire l'URL , includendo il prefisso http://. È sufficiente aggiungere l'indirizzo della propria home page, non è richiesto l'inserimento di tutte le altre pagine web; 2. Specificare la casella di posta elettronica, per comunicazioni e informazioni; 3. infine, inoltrare la richiesta.</p> <p>Servizi a pagamento Dietro pagamento di una quota per ogni URL inserito, FAST garantisce:</p> <ul style="list-style-type: none"> • inclusione in AllTheWeb, Lycos, Excite, Infospace, Webcrawler, Dogpile, Metacrawler, T-online, Looksmart, ItaliaOnLine, e • inclusione in altri portali ancora che utilizzano il motore di ricerca di FAST • visibilità mensile per oltre 80 milioni di navigatori di Internet • inserimento e aggiornamento garantito dei contenuti ogni 48 ore. <p>La registrazione e l'inserimento negli indici di AlltheWeb è possibile tramite Lycos che offre i seguenti servizi:</p> <p>Lycos InSite™ Select Consente l'inserimento veloce e l'aggiornamento del contenuto (controllare in: Lycos InSite Select rates)</p> <p>Lycos InSite™ Pro Indirizza gli utenti al proprio sito. Inserimento entro le 48 ore gli utenti, in base ai loro bisogni, possono trovare esattamente quello che offriamo. Controllare modalità: Lycos InSite Pro introductory rates o registrarsi a SIGN UP NOW.</p> <p>Lycos InSite™ Select</p> <p>Sottomette il sito agli indici di FAST e Inktomi e garantisce l'aggiornamento ogni</p>

⁵ purtroppo Amazon non ha una sua sede in Italia e questo costituisce un impedimento all'inserimento nel loro catalogo di libri prodotti in Italia.

	<p>48 ore. Per aumentare la visibilità è possibile abbonarsi a questo servizio che include il sito negli indici di Lycos (FAST) e HotBot (Inktomi). Per abbonarsi cliccare su SIGN UP NOW for Lycos InSite™ Select</p> <p>Altrimenti andare a vedere ai singoli servizi di FAST</p> <p>Prezzi di FAST: \$35/ all'anno per il primo URL \$15/all'anno per ogni URL in più</p>
<p>INKTOMI http://www.inktomi.com/</p>	<p>Per quanto riguarda Inktomi c'è da dire che questo servizio, che non è un motore di ricerca ma un provider di servizi a pagamento per la ricerca in rete, pioniere nella tecnologia algoritmica di ricerca in combinazione con Yahoo! offre i servizi di:</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ Posizionamento ○ Promozione ○ Inserimento in portali di settore ○ Analisi dei concorrenti ○ Analisi degli accessi ○ Consulenza <p>Per stabilire quale servizio attivare e a quali costi, è possibile contattare:</p> <p>Steve Diamond, VP Corporate Marketing 650-653-2877 sdiamond@inktomi.com Team lead, Industry analyst inquiries</p> <p>Christy Peters, Manager 650-653-3090 cpeters@inktomi.com Business Press inquiries, Enterprise and Web search press inquiries</p> <p>I motori di ricerca sui quali Inktomi svolge le attività di ranking sono i principali motori di ricerca internazionali, molti dei quali presenti in Italia, con le loro versioni localizzate. Questi motori di ricerca e directory internazionali sono: Altavista ,Aol Search, Excite, Fast – AllTheWeb, Google (jumpy.it - supereva - google.it), HotBot, Iwon, Looksmart, Lycos, MSN.com, Netscape Search, Open Directory - Dmoz, Overture, WebCrawler, Yahoo.</p> <p>I motori di ricerca italiani presi in considerazione sono: Arianna (iol.it - libero.it - inwind.it), Altavista.it, Excite.it, Hotbot.it, Il Trovatore, Janas (tiscali.it), Kataweb.it, Lycos.it, Msn.it , Virgilio, Yahoo.it.</p> <p>Inktomi fornisce l'inserimento in questi indici: HotBot, About.com, Overture, MSN,Looksmart, Terra.com, Sonera Plaza, Goo, Bluewin, Blue Yonder, e altri ancora</p> <p>Tempi previsti: Inserimento entro 72 ore Aggiornamento ogni 48 ore Abbonamento per 12 mesi</p> <p>Inktomi fa notare che la penuria di reali motori di ricerca italiani proprietari é da spiegarsi con l'abitudine degli utenti di servirsi per lo più di motori internazionali che, come abbiamo già detto, hanno quasi sempre una versione interamente localizzata in</p>

	<p>italiano.</p> <p>Infatti, la maggior parte dei motori e/o portali italiani si appoggia agli archivi di motori internazionali per le proprie ricerche (vedi ad esempio Jumpy e SuperEva che utilizzano i servizi di Google)</p> <p>Va anche sottolineato che alcuni motori di ricerca hanno attivato interessantissime campagne di promozione attraverso l'inserimento di link sponsorizzati o stanno permettendo l' inserimento veloce nei loro archivi, previo pagamento di una quota di iscrizione .</p> <p>Alla pagina web di seguito riportata, è possibile consultare l'elenco dei principali vantaggi (servizi personalizzati a pagamento) che Inktomi prefigura ai suoi clienti<http://www.inktomi.com/customers/paidinclusion.html>.</p> <p>Prezzi di Inktomi:</p> <p>\$39/ all'anno per la prima URL \$25/all'anno per ogni URL aggiuntiva</p>
<p>Google http://www.google.it/</p>	<p>Google fornisce sia un servizio gratuito di inserimento semplice dell'URL del proprio sito (all'indirizzo http://www.google.it/add_url.html) che servizi a pagamento.</p> <p>Aggiunta/Aggiornamento di un URL</p> <p>Il crawler di Google aggiunge nuovi siti all'indice ed aggiorna quelli esistenti a ogni scansione della rete. In alternativa, è possibile inviare direttamente la propria URL. È importante ricordare che non tutti gli URL segnalati a Google sono automaticamente aggiunti all'indice. Secondo alcuni studi, i tre motivi principali sono: modalità di generazione della pagina web, sua disponibilità, suo contenuto. Anche la presenza di frame può costituire un ostacolo.</p> <p>Per segnalare un sito, è necessario inserire l'URL completo, compreso il prefisso, ad esempio : http://www.epress.unifi.it/.</p> <p>È possibile aggiungere commenti o parole chiave che descrivono il contenuto della pagina. Questi elementi sono utilizzati solo internamente e non influiscono in alcun modo su indicizzazione o uso del sito da parte di Google.</p> <p>NOTA: è sufficiente indicare il <i>dominio di primo livello</i>. Non è necessario inviare tutte le singole pagine perché il crawler, Googlebot, è in grado di rilevarle. Nota importante: Google aggiorna l'indice regolarmente, quindi <i>non è necessario</i> segnalare l'eventuale aggiornamento o cancellazione degli URL. I collegamenti obsoleti vengono rimossi automaticamente alla scansione successiva del crawler ed al momento dell'aggiornamento completo dell'indice.</p> <p style="text-align: center;"> URL: <input type="text"/> Commenti: <input type="text"/> <input type="button" value="Aggiungi URL"/> </p> <p>• Pubblicità su Google</p> <p>Gli annunci sono composti da solo testo e vengono visualizzati sulle pagine dei risultati in una posizione altamente visibile. L'uso di parole chiave mirate riduce i costi e offre risultati precisi. Gli annunci pubblicati sulle pagine di Google, prive di immagini, hanno percentuali di clic 5 volte superiori agli standard di mercato.</p>

	<p align="center">Altri metodi per inserire il sito nell'indice di Google</p> <p>Google è partner di Yahoo! e Netscape. In caso di problemi di inserimento nell'indice di Google, è possibile provare a segnalare il sito in una o in entrambe queste directory. Per inserire il sito nella directory di Yahoo!, visitare la pagina all'indirizzo http://docs.yahoo.com/info/suggest/. Per inserirlo nella directory Open Directory Project (DMOZ) di Netscape, visitare la pagina all'indirizzo www.dmoz.org. Una volta incluso in una di queste directory, il sito verrà inserito nell'indice di Google entro sei-otto settimane.</p> <p>Posizione delle pagine nei risultati di Google</p> <p>L'ordine con cui i risultati di ricerca vengono visualizzati è determinato automaticamente da più di 100 fattori, incluso l'algoritmo di PageRank. Per ulteriori informazioni, leggere la pagina "Perché usare Google?".</p> <p>PageRank in dettaglio</p> <p>Basato sullo specifico carattere "democratico" del Web, PageRank sfrutta la rete di collegamenti associati alle singole pagine per determinarne il valore. In pratica, Google interpreta un collegamento dalla pagina A alla pagina B come un "voto" espresso dalla prima in merito alla seconda. Tuttavia, non si limita a calcolare il numero di voti, o collegamenti, assegnati a una pagina. Oltre a effettuare questo calcolo, Google prende in esame la pagina che ha assegnato il voto. I voti espressi da pagine "importanti" hanno più rilevanza e quindi contribuiscono a rendere "importanti" anche le pagine collegate.</p> <p>PageRank assegna ai siti Web importanti e di alta qualità un "voto" più elevato di cui Google tiene conto ogni volta che esegue una ricerca. È evidente che oltre ad essere importanti, le pagine devono corrispondere ai termini ricercati. Quindi, Google integra PageRank con sofisticate procedure di ricerca testo per trovare le pagine che sono rilevanti e rispondono ai criteri di ricerca indicati. Google non si limita solo ad esaminare il numero di volte in cui una parola specifica è presente nella pagina, ma esamina tutti gli aspetti del contenuto della pagina (e dei contenuti delle pagine correlate ad essa) per stabilire se risponde o meno ai criteri di ricerca indicati.</p>
<p>LYCOS http://www.lycos.co.uk/service/addasite.html</p>	<p>Con Lycos é possibile aggiungere il proprio indirizzo sia gratuitamente che a pagamento.</p> <p>I servizi gratuiti sono due: Free Index Submission e Free directory submission. Free Index Submission: l'URL viene sottomessa entro quattro settimane, ma senza garanzia di tempo e posizione. Free directory submission: questo servizio serve ad indirizzare al sito il traffico di settore. La URL è sottoposta al giudizio dei curatori. In caso di valutazione positiva sarà visibile entro l'arco di sei mesi.</p>
<p>Northern Light http://www.northernlight.com/</p>	<p>La registrazione del proprio URL in Northern Light é gratuita. E' necessario aggiungere una sola pagina del proprio sito, le pagine web collegate sono automaticamente identificate dal motore di ricerca. Northern Light scandaglia continuamente la rete e aggiunge continuamente nuove informazioni.</p> <p>Periodicamente le pagine obsolete vengono automaticamente eliminate.</p> <p>Northern Light richiede un indirizzo di posta elettronica di riferimento a cui segnalare eventuali problemi. È possibile contattare Northern Light per qualsiasi problema, scrivendo a: Email: crawler@nlsearch.com</p> <p>A proposito di "Gulliver", crawler di Northern Light: é possibili verificare se Gulliver ha visitato il sito controllando il log del server. Se compare uno dei seguenti nomi di host vuol dire che Gulliver c'è già passato:</p>

	<table border="0"> <thead> <tr> <th style="text-align: left;">Name</th> <th style="text-align: left;">Address</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>marvin.northernlight.com</td> <td>208.219.77.29</td> </tr> <tr> <td>scooby.northernlight.com</td> <td>208.219.77.19</td> </tr> <tr> <td>taz.northernlight.com</td> <td>208.219.77.9</td> </tr> <tr> <td>sherman.waltham.northernlight.com</td> <td>216.34.109.190</td> </tr> <tr> <td>natasha.waltham.northernlight.com</td> <td>216.34.109.191</td> </tr> <tr> <td>dudley.waltham.northernlight.com</td> <td>216.34.109.192</td> </tr> </tbody> </table> <p>Per ulteriori informazioni sul crawler di Northern Light vedere: "www.searchenginewatch.com"</p>	Name	Address	marvin.northernlight.com	208.219.77.29	scooby.northernlight.com	208.219.77.19	taz.northernlight.com	208.219.77.9	sherman.waltham.northernlight.com	216.34.109.190	natasha.waltham.northernlight.com	216.34.109.191	dudley.waltham.northernlight.com	216.34.109.192
Name	Address														
marvin.northernlight.com	208.219.77.29														
scooby.northernlight.com	208.219.77.19														
taz.northernlight.com	208.219.77.9														
sherman.waltham.northernlight.com	216.34.109.190														
natasha.waltham.northernlight.com	216.34.109.191														
dudley.waltham.northernlight.com	216.34.109.192														
<p>Open Directory Project http://dmoz.org/add.html</p>	<p>Open Directory Project (ODP) é una directory di risorse di Internet, organizzate gerarchicamente per soggetto, da un argomento più vasto fino a quello più specifico. ODP è implementato da una comunità che valuta i siti prima di inserirli nella directory.</p> <p>Non si tratta di un motore di ricerca e il suo obiettivo è di realizzare un servizio per gli utenti che cercano un certo tipo di informazione selezionata, non tanto di intercettare qualsiasi tipo di informazione.</p> <p>Prima di sottoporre al loro parere il proprio sito é consigliabile seguire questi passi:</p> <p>Step 1 Il sito può essere suggerito a ODP quando:</p> <ul style="list-style-type: none"> • non è un sito mirror • non contiene lo stesso contenuto di altri Url simili • non si sottopone più di un url simile, tipo: http://www.dmoz.org, e http://www.dmoz.org/index.html • non si suggerisce un sito che rimanda ad un altro sito • il contenuto non é illegale • non è "in costruzione" • I siti non inglesi sono suggeriti alla giusta categoria nell spazio World • ODP non accetta siti che contengono troppi links affiliati. <p>Step 2 Fare una rapida ricerca nella directory dmoz.org (la home page di Open Directory) per essere sicuri che il proprio sito non sia già presente.</p> <p>Step 3 Identificare le categorie più appropriate per il proprio sito. I siti suggeriti in spazi inappropriati possono essere rifiutati o rimossi.</p> <p>Step 4 Una volta scelta la categoria, andare direttamente alla categoria in dmoz.org e poi cliccare su "add URL." Seguendo le istruzioni.</p> <p><i>Procedure da seguire dopo aver suggerito a ODP il proprio sito</i></p> <p>Il tempo necessario perché il sito venga inserito dipende da diversi fattori e possono essere necessarie alcune settimane, prima che il suggerimento venga preso in esame. È consigliabile suggerirlo nuovamente dopo che sono trascorse non meno di tre settimane inviando una email al curatore della categoria a cui è stato suggerito. Al curatore si possono inviare anche richieste di modifica di categoria.</p>														

	<p><i>Inserimento in portali e motori di ricerca</i></p> <p>Prima che che il sito venga inserito in siti partner di Open Directory data, come AOL Search, DirectHit, HotBot, Google, Lycos, Netscape Search, etc. occorrono dalle due settimane a diversi mesi . ODP aggiorna i dati settimanalmente, ma ogni partner ha i suoi tempi.</p> <p><i>A discrezione del curatore</i></p> <p>I curatori effettuano la selezione dei siti in base ad alcuni criteri, quali: categoria, contenuto e titolo del sito. Per saperne di più vedere le informazioni dettagliate, alla pagina http://dmoz.org/add.html</p> <p><i>Servizi d'inserimento e posizionamento nei motori</i></p> <p>Da un' analisi di mercato svolta nel primo semestre del 2001 (vedi: http://www.promozione-online.it/scelta.php, e http://admaiora.com/importanza.htm) risulta che i motori di ricerca, secondi solo alla posta elettronica, sono il servizio maggiormente utilizzato per la ricerca di informazioni in Internet. Il loro grande utilizzo è garanzia di grande visibilità.</p> <p>Determinante nella scelta della risorsa è la posizione (ordine gerarchico) che essa ha nella pagina web. Ai primi posti si trovano le risorse ritenute più rilevanti o quelle per cui si è pagato un servizio che garantisce la pool position al sito. Sono numerosi i servizi che offrono, a pagamento, il servizio di inserimento e posizionamento nei motori di ricerca.</p> <p>Quando si fa una ricerca per parola chiave è prassi diffusa prendere per buone unicamente le risorse che compaiono ai primi posti. I servizi italiani identificati con Google ai primi posti sono i seguenti:</p> <p>http://www.posizionamento.com/</p> <p>http://www.studiocappello.it/</p> <p>http://www.motori-di-ricerca.net/categorie/posizionamento-promozione.htm</p> <p>http://www.promozioneweb.net/</p> <p>http://www.promozione-online.it/scelta.php)</p> <p>http://www.webranking.it/</p> <p>http://www.inktomi.com/</p> <p>Inktomi è forse il servizio più conosciuto sia in ambito nazionale che internazionale. Già descritto in precedenza tra i motori di ricerca, pur non essendo un motore ma un provider di servizi per la ricerca nel web.</p>
<p>Stampa.it www.stampa.it</p>	<p>Questo motore di ricerca è dedicato alle case editrici, al mondo della stampa digitale, dell'offset e delle arti grafiche. L'iscrizione a pagamento garantisce l'inserimento nel portale di logo, email, indirizzo del sito.</p> <p>Costo:</p>

	<p>€150 + IVA</p>
<p>WebCrawler http://www.webcrawler.com/</p>	<p>È possibile sottoporre il proprio sito a WebCrawler e chiedere che venga inserito nelle sue liste</p> <p>(vedi: https://secure.ahha.com/guaranteed_inclusion/teaser.aspx?network=webcrawler)</p> <p>Il servizio è a pagamento e i principali benefici garantiti sono:</p> <ul style="list-style-type: none"> o Aggiornamento continuo <ul style="list-style-type: none"> i. Il sito viene controllato e aggiornato ogni 48 ore ii. Assistenza gratuita iii. Rapporti online gratuiti <p>Ho provato a sottoporre il sito http://epress.unifi.it/inglese/index_eng.htm e WebCrawler ha calcolato automaticamente che a questo indirizzo sono legate 74 pagine web, fornendone l'elenco:</p> <p>http://biblio.unifi.it/documents/archivio1/00/00/00/41/index.html http://biblio.unifi.it/documents/archivio1/00/00/00/65/index.html http://biblio.unifi.it/indexeng.html http://epress.unifi.it/accordo.htm ... e altre di seguito</p> <p>Costi : il costo previsto per l'indicizzazione di queste 74 pagine è di \$249.95 Si può decidere di indicizzarne solo alcune (potrebbero essere i documenti in lingua inglese o comunque quelli per cui si prevede plausibile un mercato estero) o aggiungerne altre non presenti in elenco.</p> <p>Inoltre, WebCrawler fornisce un servizio di consulenza personalizzato per creare un progetto di pubblicizzazione dei prodotti "su misura".</p>
<p>Yahoo! http://www.yahoo.com/</p>	<p>Per aggiungere il proprio indirizzo a Yahoo! È necessario andare alla pagina http://docs.yahoo.com/info/suggest/</p> <p>La directory di Yahoo! È organizzata per soggetto e i siti presenti in Yahoo! sono prevalentemente segnalati dagli utenti: prima di inserire il proprio sito Yahoo! si consiglia di fare questi tre passi, in successione:</p> <p>Step 1: controllare che il sito non sia già presente in Yahoo! Step 2: Trovare la categoria giusta in Yahoo! Step 3. Suggestire il proprio sito nella categoria giusta</p> <p>Prezzi di Yahoo! Si paga una sorta di "tassa d'iscrizione" per sottoporre il sito e chiedere l'inscrizione negli elenchi di Yahoo.com. Mentre è gratuita l'iscrizione nei siti localizzati (ad esempio yahoo.it o yahoo.fr). Il pagamento di 299 US\$ garantisce che il sito venga esaminato dai redattori di Yahoo.com entro 7 giorni lavorativi (servizio Yahoo! Express) e, in caso rispetti tutti i requisiti richiesti, inserito per 1 anno nella directory.</p> <p>Yahoo accetta esclusivamente la richiesta di inserimento di un sito all'interno di una categoria della propria directory, anche se l'iscrizione non è garantita. Infatti, lo staff di Yahoo può rifiutare la richiesta di inserimento senza restituire la somma pagata per il suo servizio Yahoo! Express. Dal punto di vista "tecnico" il sistema non è un pay-per-</p>

	<p>inclusion perchè l'inclusione non viene affatto garantita. E' un pay-per submission: si effettua un pagamento per poter inviare esclusivamente la richiesta di inserimento.</p> <p>Prima di chiedere l'inserimento è consigliabile rivolgersi al servizio di consulenza di Yahoo esponendo i propri bisogni e chiedendo informazioni in merito a:</p> <ul style="list-style-type: none"> - analisi del sito per verificarne l'adeguatezza ai requisiti richiesti - scelta della categoria di inserimento - attivazione del servizio Yahoo!Express - riferimento costante per i redattori di Yahoo <p>Costi: 250,00 € a sito (una tantum) + 299,00 \$ pagamento richiesto da Yahoo.com all'anno</p>
--	--

3. Quali parole chiave utilizzare?

Non è banale chiedersi quali parole chiave utilizzare per indicizzare e registrare i siti. Bisogna considerare che alcuni studi elencano le parole più popolari e quindi più utili richiami. Un aiuto viene da **Motori di ricerca** < <http://www.motoridiricerca.it/>>.

Questo servizio sembra incredibilmente interessante e ricco di strumenti, tanto da sembrare sospetto. Alla pagina <http://www.motoridiricerca.it/inserim.htm> si trovano tutte le informazioni necessarie per capire il funzionamento dei motori, l'importanza del posizionamento e le istruzioni per aggiungere gratuitamente l'URL nei motori di ricerca

<http://www.motoridiricerca.it/addurl.htm>. Motori di ricerca fornisce altri servizi interessanti quali:

Servizio	Descrizione
1 - Analisi delle posizioni (ranking)	siamo indicizzati dai più importanti motori di ricerca? Siamo visibili nelle prime 30 posizioni? Come possiamo posizionarci?
2 - Analisi dei termini (keyword)	<p>Quali parole-chiave e combinazioni di termini utilizzano i miei concorrenti e i siti di rilievo del settore?</p> <p>Come fare?</p> <p>Se per le ricerche con parola chiave utilizziamo in concomitanza AltaVista, Ask Jeeves e Wisenut avremo una lista di keyword utili su cui lavorare.</p> <p>Se seguiamo anche alcuni fra i primi siti posizionati, possiamo cercare di capire quali sono le keyword scelte: per il titolo, la descrizione ed anche nel testo della pagina.</p>
3 - Keyword più utilizzate del web	<p>Quali in particolare quelle riferite al mio settore e ai termini che ritengo più significativi per la mia pagina?</p> <p>- Report di WorldTraker, fornisce le prime 200 keyword più usate nel Web; - Overture Suggestion fornisce il numero di volte che un determinato termine è stato cercato nell'ultimo mese, WorldTracker suggerisce la scelta migliore, Godado Keyword Lookup servizio a pagamento che aiuta a trovare le parole-chiave che possono portare maggior traffico a un sito, - Espotting inglese, italiano, tedesco: digitando un termine si visualizza quante volte quella parola è stata cercata negli ultimi trenta giorni, - SpellWeb: aiuta a scegliere fra 2 termini, forme particolari (es.: e-mail Vs email) o comuni errori di battitura.</p>

4 - Creazione title e metatag	da inserire nella <HEAD> della pagina HTML. Possibilmente ricercheremo ed inseriremo Title e META Tag diversi per ogni pagina del sito, in relazione al contenuto della pagina.
5 - Analisi della pagina	rispetto ai termini utili: è possibile effettuare il conteggio delle keywords e importanza relativa dei termini usati.
6 - La vista dello spider	serve a capire come vede la nostra pagina un ipotetico spider dei motori di ricerca.
7 - Indicizzazione	possiamo sottomettere gratuitamente le pagine web ad alcuni motori di ricerca registrare il proprio sito, sempre gratuitamente, nei Motori di Ricerca. Un servizio completo è possibile a pagamento. È importante ricordarsi di chiedere la recensione del sito alle directory più importanti: Virgilio , Yahoo! , Looksmart e DMOZ
8 - Lista degli spider	gli spider dei motori di ricerca sono passati dal nostro sito?
9 - Controllo delle posizioni (ranking)	siamo indicizzati dai più importanti motori di ricerca? Siamo visibili nelle prime 20-30 posizioni?
10 - Link Popularity	quanti link esistono verso le pagine del mio sito? Il criterio è importante perchè partecipa al posizionamento delle pagine.

4. I portali scientifici

In ambito accademico sono importanti alcuni portali usati dalla comunità scientifica. Avere sotto mano una lista di portali scientifici può essere utile quando si ha bisogno di segnalare e promuovere prodotti specifici, a comunità di settore. In alcuni casi a questi portali è possibile segnalare anche l'indirizzo dell'URL, come ad esempio **Scirus** e **TipTop**, le cui caratteristiche sono riportate nel seguente elenco descrittivo.

Portale scientifico	Descrizione
About.com http://www.about.com/	Si tratta di un sito commerciale che consiste in oltre 700 siti guida, organizzati in 36 canali. Il sito copre più di 50.000 soggetti con oltre 1 milione di collegamenti alle risorse. Gli argomenti sono vari, ma è possibile fare una ricerca mirata utilizzando il motore di ricerca.
AgNIC http://www.agnic.org/	AgNIC è una guida all'informazione di qualità nel settore agricolo, informazione selezionata da National Agricultural Library, Land-Grant Universities e altre istituzioni. La ricerca può essere fatta per parola chiave o soggetto: <i>Animal Science and Animal Products, Biological Sciences, Breeding and Genetic Improvement, Economics, Business and Industry, Forest Science and Forest Products, Farms and Farming Systems, Food and Human Nutrition, Forest Science and Forest Products, Geographical Locations, Government, Law and Regulations, Health and Pathology, Insects and Entomology, Natural Resources, Earth and Environmental Sciences, Physical Sciences, Plant Science and Plant Products, Research, Technology and Engineering, Rural and Agricultural Sociology, Taxonomic Classification of Organisms.</i>
American Chemical Society ChemCenter	È necessario essere membri registrati al portale, per accedere ai servizi: ScienceNOW from AAAS, Science's Next Wave from AAAS, Hourly News Updates from Reuters, Selected features from C&EN, Community Focus

*Come rendere visibile il proprio sito con i motori di ricerca:
uno studio per la Firenze University Press. Maggio 2003*

Lucia Bertini
lucia.bertini@unifi.it
Università degli Studi di Firenze

http://www.acs.org/servlet/ACSHomePage	
American Mathematical Society (AMS) http://www.ams.org/	Il sito fornisce il collegamento all'indice MathSciNet, ai suoi giornali, a servizi, meeting e al calendario delle conferenze. Accesso libero a quasi tutte le risorse eccetto MathSciNet e alcuni giornali di AMS che richiedono un abbonamento.
BioMedNet http://www.bmn.com/	Di proprietà di Elsevier, BioMedNet è il sito web per i ricercatori dell'area bio-medica. Al momento ci sono più di 800.000 membri di BioMedNet -- con oltre 20,000 accessi al mese. L'iscrizione a BioMedNet è libera e i membri possono fare le loro ricerche gratuitamente. Invece, è spesso pagamento la visualizzazione del testo pieno degli articoli. http://www.bmn.com/
Cardiosource http://www.cardiosource.com/	Dedicato agli specialisti del settore cardiovascolare, Cardiosource combina i periodici più rilevanti in questo campo con strumenti d'informazione con accesso in linea 24 ore su 24. Si tratta di un prodotto di American College of Cardiology, the European Society of Cardiology, and Elsevier Science.
ChemWeb http://www.chemweb.com/	Server di Preprint fornisce accesso libero a 221 giornali del settore, 25 banche dati che contengono abstract. Strutture chimiche, patenti, Siti web e molto altro.
Community of Science (COS) http://www.cos.com/	È un servizio per la comunità scientifica di oltre 1.300 università, corporazioni e agenzie governative e fornisce strumenti per poter comunicare, scambiare informazioni, cercare persone e tecnologia importanti per il proprio lavoro.
DOE Information Bridge http://www.osti.gov/bridge/	Fornisce l'accesso libero al testo pieno di documenti e record bibliografici del Department of Energy (DOE): Rapporti di ricerca in fisica, chimica. Materiali, biologia, scienze ambientali, tecnologie energetiche, ingegneria, scienza dell'informazione, computer e altri argomenti ancora.
Farms.com http://canada.eharvest.com/	Sito commerciale fornisce ai produttori informazione e servizi. Porta l'agricoltura su internet, ma sembra che non fornisca collegamenti a documentazione specifica.
GEOSOURCE http://www.library.uu.nl/geosource/	È una collezione di collegamenti a risorse nell'area di cartografia, geografia umana, geografia fisica, pianificazione, scienze geologiche e dell'ambiente, materie studiate presso la Faculty of Geographical Sciences of Utrecht University, in Olanda.
HighWire Press http://highwire.stanford.edu/	347 giornali a testo pieno, inclusi 44 dei 100 periodici più citati, come Science, PNAS, Journal of Biological Chemistry, etc. – oltre a Medline, per la ricerca biomedical. Inoltre molti giornali di area non bio-medica ma scientifica. Forse l'archivio a testo pieno più ricco, con 468.793 articoli ad accesso libero da 144 giornali. Offre vari servizi agli editori come: Bench>Press Sistema di pubblicazione interamente elettronica, a partire dalla sottomissione del documento. Publishers' Forum Forum dedicato alle organizzazioni che collaborano con HIGHWire per scambiare e condividere idee, porre domande ecc. Selezionando How to Contact HighWire Press for information about putting your publication online (http://highwire.stanford.edu/cgi/feedback?select=goonline) è possibile informarsi sulle modalità per rendere visibili sul loro sito le proprie riviste.
Hydrology Web	Si tratta di un sito che ospita una lista di collegamenti a risorse relative all'Idrologia.

http://terrassa.pnl.gov:2080/hydroweb.html	
Infomine (InfoMine db) http://www.infomine.com/	La banca dati Infomine delinea il profilo delle principali compagnie di Canada e Stati Uniti che si occupano di miniere e proprietà dei minerali nel mondo. I soggetti del Boostore rimandano ad Amazon.com. In Events sono segnalate le conferenze più importanti in tutto il mondo.
Ingenta http://www.ingenta.com/	Ingenta è il portale per la ricerca di informazione che copre i bisogni di oltre 1 milione e 400 visitatori al mese. Fornisce un servizio di ricerca in linea di fonti informative, più di 14 milioni di articoli in 27.582 pubblicazioni. Agli editori fornisce vari servizi, quali: distribuzione veloce online, accesso al full-text per gli abbonati, pay-per-view e altri servizi ancora. Utilizzando l'Open URL di Ingenta è possibile collegare i propri titoli o i propri articoli ad Ingenta.
MineNet http://minenet.org/	Portale dell'industria mineraria, vetrina di prodotti e servizi, fornisce informazione controllata proveniente da agenzie governative, università, società e altre fonti informative.
MIT CogNet http://cognet.mit.edu/	Fornisce una comunità scientifica per ricercatori in scienze cognitive e della mente, con testi recenti e di base, oltre a un forum dinamico, interattivo per studiosi, studenti e professionisti.
MDConsult http://www.mdconsult.com/	Sviluppa e rende disponibili siti di informazione medica in linea. Fondata da editori dell'area medica integra risorse peer-reviewed di oltre 50 editori, società mediche e agenzie governative.
MD Linx http://www.mdlinx.com/	Offre 40 siti web professionali per professionisti della salute. Ogni sito si concentra su di una specialità medica e fornisce aggiornamenti giornalieri tratti da giornali medici. Inoltre offre liste di discussione, newsletter e offerte commerciali.
Medscape http://www.medscape.com/	Aggiornato continuamente, fornisce l'accesso a contenuto aggiornato di migliaia di articoli comparsi in periodici medici. Gli articoli di medscape si basano sul web e sono collegati per il recupero delle informazioni. Il contenuto può essere facilmente scaricato e stampato. L'accesso a Medscape è libero, ma richiede una registrazione. Esiste un Marketplace http://www.medscape.com/marketplacedirectory , si tratta del link alla sezione Medical Books di Barnes&Noble.com
National Environmental Publications Internet Site (NEPIS) http://www.epa.gov/	Offre 6.000 documenti EPA a testo pieno. EPA sta per U.S.A. Environmental Protection Agency .
National Library for the Environment http://www.cnie.org/nle/	Accesso a dati e informazione ad uso di tutti coloro che si occupano di Scienza e Ambiente. Link a risorse specifiche sia per professionisti e ricercatori che per studenti.
Network for Change http://envirolink.netforchange.com/	Fornisce risorse informative su organizzazioni non-profit e servizi web gratuiti.
Northern Light http://www.northernlight.com/	Il motore di ricerca Northern Light raccoglie informazione in rete e la ordina in base all'importanza e fornisce una collezione di documenti, oltre 7100 pubblicazioni a testo pieno, altrimenti non reperibili ai navigatori in Internet.
Oncolink	Nata per aiutare i pazienti ammalati di cancro, le famiglie, i professionisti della salute e il pubblico più in generale che desidera avere

http://www.oncolink.com/	informazioni riguardo al cancro. Servizio gratuito.
PhysLink http://www.physlink.com/	Fornisce ricerca comprensiva strumenti educativi a fisici, ingegneri, educatori, studenti e a tutti coloro interessati. Mercatino di prodotti per tutte le tasche e tutte le esigenze, vende on line anche materiale didattico, giochi scientifici. Orientato ad un pubblico di insegnanti e alunni.
PhysNet http://physnet.uni-oldenburg.de/PhysNet/	Il Network globale dei Physics Departments and Documents fornisce un set di servizi di informazione dedicato i fisici.
Praxis.MD http://praxis.md/praxisgate.asp	Fonte di risposte a domande pratiche di pazienti e professionisti per le cure primarie. L'accesso ai servizi è libero ma soggetto a registrazione. Una pagina web è dedicata a Evaluated Links (http://praxis.md/index.asp?page=links)
PubMed http://www.nlm.nih.gov/	PubMed è un servizio che fornisce l'accesso a 11 milioni di citazioni tratte da MEDLINE e giornali scientifici. PubMed include collegamenti a molti siti che forniscono articoli a testo pieno e altre risorse relative. Per segnalare un periodico è necessario che risponda ad almeno uno dei seguenti requisiti, che sia: <ol style="list-style-type: none"> 1. Rapporto di ricerca originale 2. osservazioni cliniche originali accompagnate da analisi e discussione 3. Analisi di aspetti della professione medica o bio-medica dal punto di vista filosofico, etico o sociale. 4. Recensione critica 5. Statistiche 6. Descrizioni di valutazioni di metodi o procedure 7. Casi di studio con discussioni
Royal Society of Chemistry http://www.rsc.org/	La Società è il maggior editore e fornitore di informazione nel campo della chimica, supporta l'insegnamento della chimica a tutti i livelli, organizza incontri, convegni. Disponibili linee guida per gli editori (http://www.rsc.org/is/books/bkau.htm)
ScienceDirect http://www.sciencedirect.com/	ScienceDirect offre la collezione di giornali Elsevier (oltre 1.200 titoli) oltre ad altri periodici prestigiosi. La collezione a testo pieno di oltre 1 milione di articoli copre un grande varietà di aree di soggetto e discipline.
The Scientific World http://www.thescientificworld.com/home.asp	Qui i ricercatori possono trovare e acquistare articoli da sciBASE, pubblicare un articolo utilizzando i-PUBLISH per la distribuzione immediata in linea e altro ancora. Acquistata fa Infotrieve (http://www.infotrieve.com/news.asp#470) che comprende questi ed altri servizi ancora.
Scirus	http://www.scirus.com/ È il portale disegnato da Elsevier per il mondo della Scienza. Qui è possibile segnalare il proprio sito web http://www.scirus.com/submiturl/
Scout Report http://scout.cs.wisc.edu/report/sr/current/	Pubblicazione settimanale offre una selezione di risorse internet scelte per ricercatori ed educatori. Chiunque è libero di iscriversi ad una delle liste di discussione.
Stanford SKOLAR, M.D. http://www.skolar.com/	SKOLAR offre una varietà di risorse che possono essere cercate collettivamente o singolarmente. Le risorse includono libri di testo, linee guida, periodici a testo pieno ed altro. Il collegamento tra una risorsa e l'altra facilita la navigazione e l'accesso all'informazione.

	<p>Sono interessati a collaborazioni, accettano richieste da partner appartenenti ad enti diversi e invitano a scrivere a: partnerships@skolar.com, specificando nel messaggio di posta elettronica:</p> <p>Nome della persona da contattare Numero di telefono Nome dell'istituzione Città Paese</p>
<p>TIPTOP: the Internet Pilot to Physics http://physicsweb.org/TIPTOP/</p>	<p>Si tratta di un servizio d'informazione in linea riguardante l'area della Fisica. È possibile aggiungere il proprio link.</p>

5. Conclusioni

È difficile porre la parola fine a questo studio perché il mondo dei motori di ricerca è in continua evoluzione, lo stato delle cose cambia in continuazione e ogni giorno si possono verificare modifiche sostanziali. Comunque, le informazioni raccolte fino a questo momento ci portano a trarre alcune considerazioni .

È ormai sicuro che per rendere accessibile e facilmente rintracciabile la produzione della Firenze University Press è necessario fare il possibile per rendere visibili sia i documenti che il sito. Come?

5.1. Opere

I documenti devono essere catalogati e rintracciabili negli OPAC (es.: UNIFI, BNCf, SBN ecc.), segnalati e inseriti nei cataloghi commerciali (es.: ALICE), nei repertori bibliografici e nelle banche dati, nei cataloghi delle librerie in rete (es.: Internetbookshop), nei portali di settore, rintracciabili tramite i motori di ricerca. Ogni libro pubblicato deve seguire la seguente procedura di indicizzazione:

a. Opac e banche dati

Catalogare subito tutti i libri nell'Opac d'Ateneo, e inviare subito la copia in deposito legale volontario alla Biblioteca Nazionale di Firenze⁶, perché velocemente le informazioni siano disponibili nel catalogo BNCf. Inviare ad altre biblioteche accademiche, nazionali e altre ancora, offerte d'acquisto accompagnate da un trailer, con password d'accesso provvisoria. Selezionare le banche dati di settore a cui inviare una segnalazione.

b. Librerie in rete

⁶ Vedi: <http://epress.unifi.it/info.htm>, <http://epress.unifi.it/accordo.htm>

Chiedere l'inserimento della pagina descrittiva del libro nelle liste di editori; prendere accordi anche con librerie tradizionali per l'inserimento dei prodotti nelle vetrine e nei loro cataloghi in linea. In particolare segnalare il libro a:

- Internet Bookshop
- Bol
- Libreria universitaria
- IBS

c. Segnalare prodotti specifici nei portali di settore.

5.2. Sito

È necessario soddisfare la ricerca dell'utente che deve poter trovare facilmente il sito della FUP nelle pagine web dell'Università, nelle liste di editori, tramite motore di ricerca e in altri contesti ancora, sia quando effettua una ricerca mirata, sia quando questa è generica.

a. Ricerca mirata:

Viene effettuata nei motori di ricerca utilizzando la denominazione esatta: in questo caso la casa editrice è rintracciabile tramite motore di ricerca quando a questo ha recuperato autonomamente, con un crawler, l'informazione o quando sia stato chiesto l'inserimento della URL.

Cosa fare per rispondere a questo bisogno:

- Scegliere i motori più adatti in base ai parametri stabiliti⁷;
- Sugerire al curatore del motore l'inserimento del proprio sito.

b. Ricerca generica:

In questo caso l'utente non conosce con esattezza la denominazione dell'oggetto della sua ricerca e ha bisogno di consultare un elenco di prodotti, per scegliere un determinato soggetto all'interno di una lista.

Per rispondere a questo bisogno, la denominazione FUP deve:

- apparire in liste di editori, nelle pagine web di editori (italiani e stranieri), presente in portali di categoria (es.: Alice) e in quelle dei portali commerciali e scientifici;
- essere rintracciabile tramite parole chiave nei motori di ricerca.

La scelta del servizio o del motore (o gruppo di motori) deve essere fatto in base ai parametri stabiliti⁴, tenendo presente che la scelta deve essere mirata a quei portali e motori, tendenti al recupero di informazioni accademiche piuttosto che puramente commerciali.

Come procedere:

⁷ rilevanza/visibilità (n° di accessi), servizi forniti, velocità di inserimento e aggiornamento, economia.

- Inviare notizie ai siti e inserire il proprio sito nelle liste di categoria. In ordine di priorità, sottoporre il sito a:
 - *tutti i motori che forniscono un servizio gratuito⁸, in particolare a tutti quelli italiani come Arianna, Google.it, Stampa.it, Il Trovatore, Virgilio, Yahoo!, nonché al servizio Motori di ricerca.*
 - *servizi a pagamento di Google, per i quali è necessario richiedere un preventivo; INKTOMI che “in un colpo solo” raggiunge i motori di ricerca più consultati.*
- Segnalare denominazione e sito nelle più rilevanti liste di editori:

Lista	URL	Descrizione
Editori nella rete	http://www.alice.it/publish/net.pub/pnethome.htm	Lista di Alice
Publisher's Catalogue	http://www.lights.com/publisher/	La lista internazionale più consultata
Publisher Links A-M	http://first.faxon.com/title/pl_am.htm	In Faxon , servizi librari http://first.faxon.com/
College and University Presses	http://dir.yahoo.com/	In Yahoo!
Publications	http://directory.google.com/Top/Shopping/Publications/	Categorie tematiche, voce Publications, in Google
Publishers	http://archive.museophile.sbu.ac.uk/publishers/	lista della “World Wide Web Virtual Library”
The WWW Virtual Library	http://vlib.org/AlphaVL.html	Lista di soggetti della “World Wide Web Virtual Library”. È possibile aggiungere il proprio sito in maniera interattiva, oppure inviando una mail.

⁸ Vedi tavola riassuntiva a p. 4