



ANALISI DELLA REALTÀ DELL'INFORMAZIONE **ONLINE** IN ABRUZZO

Creare una mappatura delle testate giornalistiche on line. E' stato questo l'obiettivo principale della ricerca **“Analisi delle realtà dell'informazione on line in Abruzzo”** con cui il Co.Re.Com Abruzzo ha voluto iniziare un percorso di valorizzazione ed esplorazione di un settore in forte crescita come quello dell'informazione on line. La fruibilità della tecnologia sta di fatto sovvertendo la tipologia di consumo dell'informazione, orientando sempre più i cittadini verso l'utilizzo del web. Si tratta di un lavoro delicato e complesso che vuole contribuire in modo significativo a facilitare l'orientamento del cittadino, ma anche delle pubbliche amministrazioni, nell'offerta qualitativa e quantitativa proposta dal web. L'indagine, che vogliamo concepire come strumento aperto al contributo di tutti, verrà pubblicata sul nostro sito www.co-recomabruzzo.it ove potrà essere aggiornata, modificata e corretta in tempo reale dai singoli soggetti interessati, semplicemente scrivendo ai nostri uffici.

Lo stimolo ad esplorare questo campo incontaminato è venuto dalla carenza di fonti in grado di fornire un quadro completo ed ufficiale dello scenario informativo giornalistico presente sul web nel nostro territorio.

L'esame del complesso panorama dell'informazione su rete, del resto, ha rivelato l'estrema fluidità del contesto di riferimento, realtà mutevole e per questo priva di una rigida catalogazione, soggetta alla variabilità ed alla continua evoluzione. L'indagine, infatti, non è configurata come un mero elenco di soggetti che fanno informazione, ma si è concentrata anche sull'analisi delle tendenze, delle preferenze e delle modalità di utilizzo degli utenti.

L'elenco dei siti di informazione on line individuati, non rappresenta, dunque, un punto di arrivo, bensì un punto di partenza significativo per tradurre ed interpretare il profondo cambiamento dello stile di fruizione dei processi formativi che si sta verificando negli utenti.

Questo lavoro ci permette di valorizzare anche il nostro R.O.C. (registro degli operatori di comunicazione) che abbiamo acquisito come delega dall'Agcom (Autorità per le Garanzie nelle comunicazioni) e che con orgoglio abbiamo ricostituito, con un complesso lavoro di verifica e aggiornamento costante. Registro che ci permette di avere in tempo reale la fotografia dell'intero sistema degli operatori del settore della comunicazione nella nostra regione.

Un ringraziamento, infine, a quanti vorranno far pervenire proposte, critiche e suggerimenti utili a contribuire al miglioramento di questo lavoro.

Filippo Lucci

Presidente Co.Re.Com. Abruzzo

Web Generation: è quella nativa digitale che, tra qualche anno, diventerà il riferimento per tutto il sistema dell'informazione nel nostro Paese. La dieta mediatica dei cittadini italiani e abruzzesi, ormai, non può più prescindere dall'informazione on line e con il passare dei mesi diventerà sempre più la fonte rilevante della formazione dell'opinione pubblica. Un motivo questo che attribuisce un valore di assoluta importanza all'iniziativa del Co.Re.Com (Comitato regionale per le comunicazioni) Abruzzo che ha voluto fotografare la realtà dell'informazione on line nella nostra Regione. Lo ha fatto tenendo conto di quei criteri imprescindibili per un'informazione completa e di qualità la sola che può garantire la formazione di una coscienza consapevole e critica, ossia la professionalità e un modo di fare giornalismo che sia rispettoso delle regole etiche e deontologiche che gli stessi operatori dell'informazione si sono dati nel corso degli anni. Lo ha fatto utilizzando una metodologia che affonda la propria credibilità scientifica nel concetto stesso di notizia, che è narrazione di fatti. Le opinioni sono importanti ma discendono dalla conoscenza della verità sostanziale (o putativa) dei fatti che possono essere raccontati da diversi punti di vista, ma ve n'è uno, sicuramente, su cui poter far assegnamento per una conoscenza imparziale e quanto più possibile vicina alla realtà, la competenza. L'obiettività della competenza è una garanzia che oggi può assicurare il giornalista-cittadino, non so fino a che punto lo possa fare il cittadino-giornalista.

Stefano Pallotta

(Presidente Ordine Giornalisti d'Abruzzo)

Indice

1.1 Premessapag.2

1.2 Introduzionepag.2

2. Community 2.0: identikit del lettore webpag. 4

3. L'Italia nel contesto europeopag.12

4. L'Italia e le sue regionipag.13

5. Il futuro dell'informazione è online.....pag.14

5.1 Per consultare onlinepag.16

6. Testate giornalistiche onlinepag.17

7. Metodologiapag.19

8. La keywords.....pag.21

9. Mappa dei principali siti di informazione onlinepag.23

9.1 I metamotoripag.23

10. Mappa di distribuzione geografica dei siti di informazione nelle province abruzzesipag.38

10.1Analisi e distribuzione geograficapag.40

11. Posizionamento dei siti rilevatipag.41

12. Siti in versione mobilepag.45

13. Conclusionipag.46

Indice delle tabelle

Tavola 1 - Quotidiani on line censiti per tipologia - Anno 2003pag.19

Tavola 2 - Quotidiani online per sezioni presenti nella home page (a) - Anno 2003pag.20

Tabella 1. Elenco dei siti di informazione online in Abruzzo.....pag.24

Tabella 2. Siti con spiccata rilevanza regionale.....pag.28

Tabella 3. Siti a rilevanza localepag.30

Tabella 4. Periodicipag.32

Tabella 5. Web tv e siti di emittenti televisivepag.33

Tabella 6. Dati anagrafici dei siti di informazione onlinepag.34

Tabella 7. Dati Google PageRank e Alexapag.43

1.1 Premessa

Il progetto “Analisi delle realtà dell’informazione online in Abruzzo” si pone l’obiettivo principale di creare una mappa dell’informazione abruzzese sul web attraverso un censimento completo del sistema editoriale online in Abruzzo.

Il risultato della ricerca e dell’analisi sarà la creazione di una lista ex-novo delle testate giornalistiche web, secondo criteri oggettivi che saranno definiti dalla metodologia di indagine.

Il “sistema” dell’informazione on line in Abruzzo rappresenta la stratificazione di una serie di scelte di natura tecnologica, organizzative e di marketing, operate dagli operatori del settore in un lungo arco di tempo.

1.2 Introduzione

La crescente disponibilità di tecnologie telematiche ha svolto un ruolo fondamentale nel cambiamento delle modalità di comunicare. Internet oggi è espressione di una realtà ben consolidata e il Web 2.0 è un luogo virtuale di coinvolgimento civico.

Secondo un'indagine Istat¹, nel 2011 il 52,2% della popolazione di 3 anni e più utilizza il personal computer e il 51,5% della popolazione di età superiore ai 6 anni naviga su Internet (2,6 punti in più rispetto al 2010). Nel 2013 sei italiani su dieci utilizzano la rete²: quasi 36 milioni gli utenti che in questi ultimi due anni hanno contribuito a far salire la percentuale fino al 58% confermando il trend crescente che continua ormai dal 2008. Si tratta di cittadini 2.0 che intrecciano internet, informazione e politica.

Un dato considerevole, ma non troppo elevato se confrontato con gli altri paesi europei (l'Italia nella graduatoria internazionale si colloca al 22esimo posto).

L'uso intenso di Internet non fa riferimento solo al tempo di connessione, ma anche alla modalità di utilizzo, tra cui la lettura dei quotidiani online. Lo stile di lettura non è però uguale per tutti: si legge con maggiore o minore frequenza, si combina con i giornali cartacei oppure ci si affida solo alla rete.

In base a tali preferenze emerge l'identikit del lettore web di oggi, essenziale per orientare e circoscrivere l'analisi realizzata sulle realtà dell'informazione online in Abruzzo. Sono circa 13,3 milioni i lettori abituali che preferiscono il quotidiano online a quello cartaceo, tendenza che dimostra come il giornale web, nel corso degli anni, abbia sviluppato e incrementato una propria personalità ed efficienza.

Tra il 2010 e il 2011 il divario tecnologico relativo al territorio nazionale e alle differenze sociali rimane stabile. L'utilizzo della rete per leggere giornali, news e riviste cambia da Nord a Sud: il Nord-ovest con il

28,4% raccoglie la più alta concentrazione di utenti, contro il 19,9% del Mezzogiorno. L'Abruzzo si colloca tra il 21,2% e il 25,1%.

La legge della trasformazione governa le abitudini degli utenti: se un tempo il lettore scorreva fino alla quarta/quinta pagina di un motore di ricerca, oggi si ferma alla prima/seconda pagina.

Internet risponde alle esigenze di un numero sempre maggiore di persone, perciò per conquistare visibilità è fondamentale “stazionare” nella prima pagina del motore di ricerca.

I risultati di questa analisi hanno evidenziato una precisa consapevolezza, importante per lo sviluppo di scenari prossimi: il futuro dell'informazione è online. In questa prospettiva è interessante verificare in che misura il web si stia affermando come strumento per la distribuzione e la fruizione di contenuti a carattere informativo e culturale, coinvolgendo una community sempre più estesa.

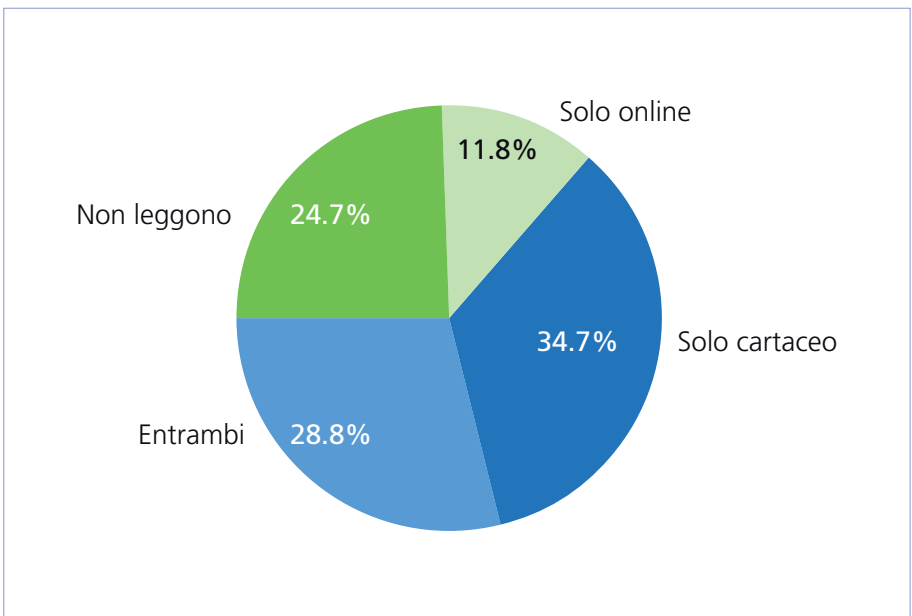
¹ Istat, “Cittadini e nuove tecnologie”, Tavole dei dati, 10 agosto 2011

² “Osservatorio sul capitale sociale degli italiani”. Sondaggio condotto da Demos-Coop con il sistema CATI nel periodo 25-29 novembre 2013; il campione nazionale intervistato è tratto dall'elenco di abbonati alla telefonia fissa (N=1313, rifiuti/sostituzioni 5.796) ed è rappresentativo della popolazione italiana con 15 anni e oltre per genere, età, titolo di studio e zona geopolitica di residenza (margine di errore 2,7%).

2. Community 2.0: identikit del lettore web

Con l'avvento dei giornali online, si è generato un importante cambiamento: il passaggio dal lettore-individuo alla comunità di lettori. La rete è imprescindibile dallo sviluppo di comunità: Internet accresce il volume degli scambi e fornisce a tutti indistintamente una medesima piattaforma partecipativa e interattiva. Nel 2012 in Italia il 29% della popolazione di età superiore ai 6 anni dichiara di leggere o scaricare informazioni da Internet. Tale fenomeno mostra un andamento crescente nel tempo (nel 2005 si registrava solo l'11,0%). Sulla base di tali dati è possibile individuare quattro profili dei lettori dei quotidiani, online e offline: il 12% legge solo i quotidiani online, il 35% solo quelli cartacei, il 29% si informa sia sui siti dei quotidiani che attraverso la copia tradizionale, infine un cittadino su quattro non legge né online né offline.

I lettori dei quotidiani on line e su carta*



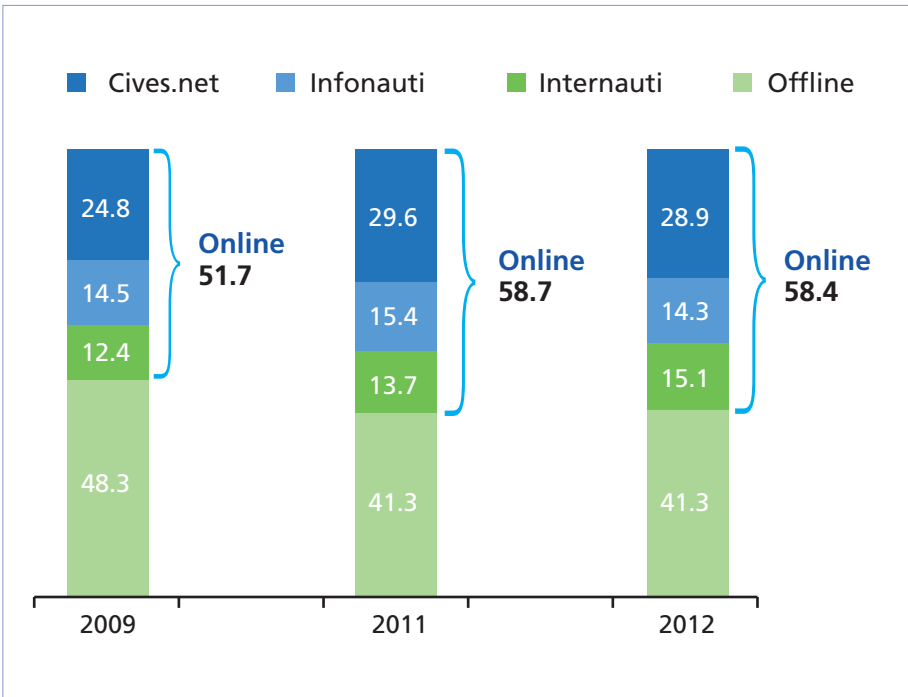
* La tipologia è costruita incrociando le seguenti variabili:
a) L'utilizzo di internet per leggere quotidiano online (si/no)
b) la lettura dei quotidiani cartacei (tutti i giorni, qualche volta la settimana/ qualche volta al mese, meno di una volta al mese, mai)

Fonte: Sondaggio Demos & Pi, Ottobre 2010 (base: 1310 casi)

Le finalità per cui i cittadini usano la rete sono diverse e variegate; tra questi utilizzi c'è anche quello di tipo civico e politico. I seguenti dati si riferiscono alla penetrazione sociale di Internet.

Cittadini online e offline*

Una tipologia** (valori percentuali - Serie storica)



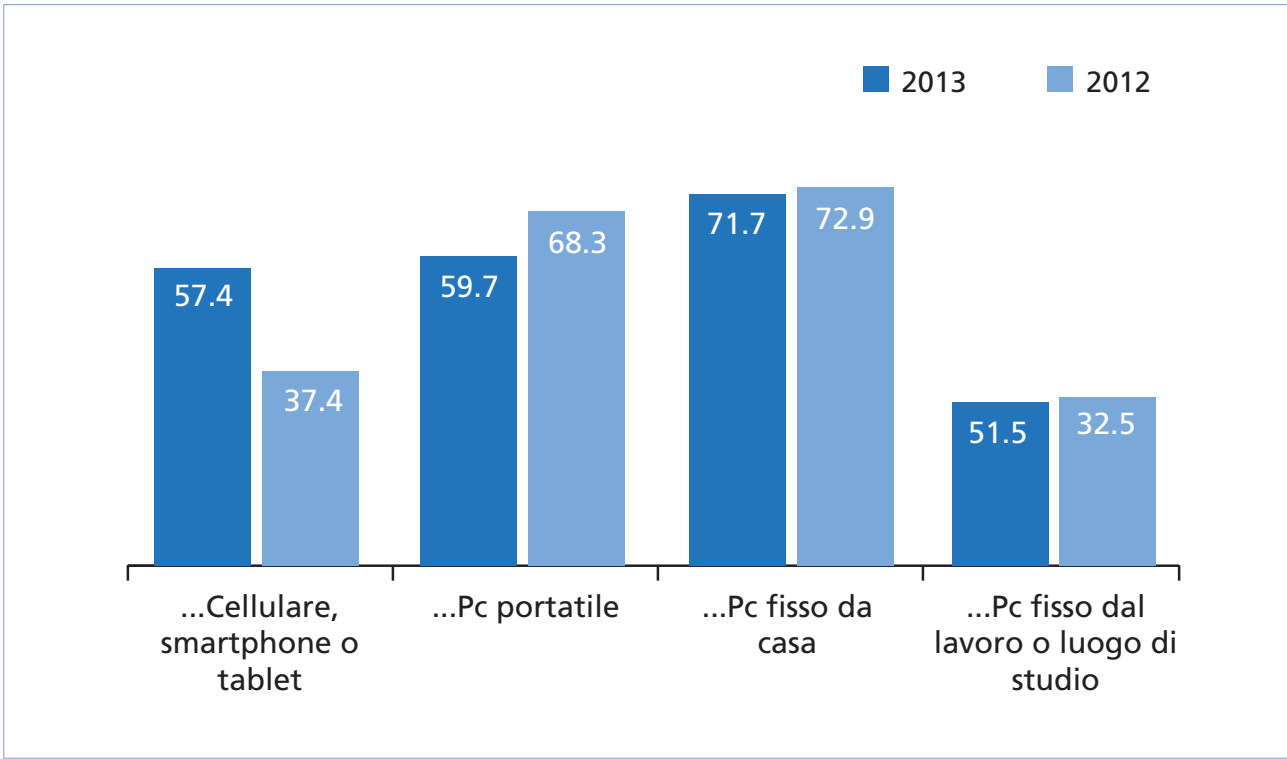
La tipologia è costruita incrociando due variabili:
1) la lettura dei quotidiani online
2) l'uso di Internet per discutere e informarsi di politica

Emergono i seguenti quattro tipi di utenti:
Cives.net: coloro che leggono quotidiani online, discutono e si informano di politica in Internet; negli ultimi due anni si sono consolidati crescendo al 29%, contro il 25% del 2010.
Infonauti: coloro che leggono giornali online, ma non partecipano alle discussioni politiche in rete; si mantengono stabili intorno al 14-15%.
Internauti: usano Internet per svariate ragioni, ma non leggono giornali online né discutono e si informano di politica sul web; sono in leggera crescita (dal 12% del 2010 al 15% del 2012).
Offline: cittadini che non utilizzano Internet; rispetto al 2010 sono in forte diminuzione.

La rapida diffusione delle tecnologie di comunicazione ha provocato una sostanziale evoluzione: nel 2013 la quota di coloro che si collegano a internet in mobilità e fuori casa mediante gli smartphone e i tablet è cresciuta sensibilmente rispetto all'anno precedente di 20 punti: dal 37% al 57%.

Come si collega ad internet

(valori percentuali di “sì” sul totale delle persone che utilizzano internet - Serie storica)



Fonte: Sondaggio Demos & Pi, Novembre 2013 (base: 1313 casi)

L'uso intenso di Internet non fa riferimento solo al tempo di connessione ma anche alla modalità di utilizzo. I cives.net, in relazione alle altre categorie, sfruttano la rete in modo naturale, competente e quotidiano.

L'uso della rete

(valori percentuali dei cittadini online e offline)

	Cives.Net	Infonauti	Internauti	Offline	Tutti
Frequenza con cui si utilizza internet					
Tutti i giorni	85,2	75,2	59,1	--	43,9
Per collegarsi a internet utilizzano...					
Pc fisso da casa	70,9	72,2	77,4	--	72,9
Pc portatile	72,7	67,7	60,5	--	68,3
Cellulare,smartphone o tablet	43,0	34,7	29,2	--	37,4
Pc fisso dal lavoro o luogo di studio	38,7	29,2	23,5	--	32,5
Per informarsi utilizzano tutti i giorni...					
La televisione	72,2	78,2	81,1	86,3	80,3
Internet	77,6	65,6	50,0	--	40,4
La radio	40,9	40,3	38,7	25,2	33,9
La tv satellitare	36,4	28,9	31,7	16,9	26,4
I quotidiani	25,4	21,9	29,5	24,9	25,3
I settimanali	8,2	5,6	7,0	4,6	6,1
I social network					
Per partecipare ad un social network/community (Facebook o altri)	63,1	51,5	48,6	--	56,5

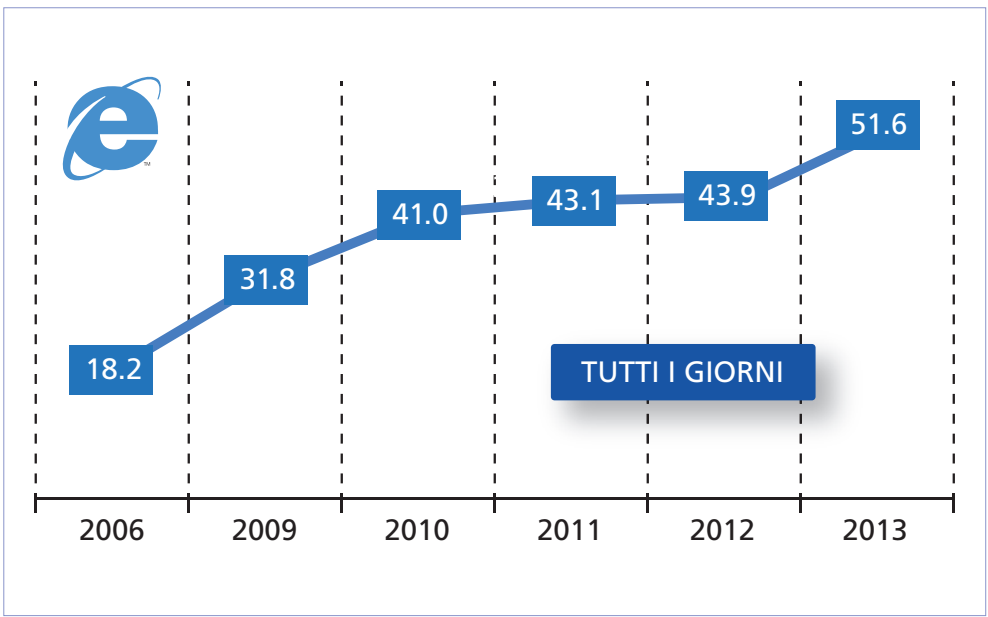
Fonte: Sondaggio Demos & Pi, Novembre 2012 (base: 1323 casi)

In generale gli utenti del web utilizzano la rete con cadenza quotidiana, per informarsi e documentarsi su temi di attualità, consultare e scaricare giornali, news e riviste online (51% contro il 44% del 2010).

Due navigatori di Internet su tre affermano di leggere regolarmente i quotidiani attraverso edizioni on-line e digitalizzate. Si tratta di una chiara tendenza: sei anni fa gli utenti del web erano poco più della metà, mentre il seguito della tv era più elevato, oggi l'uso sempre più frequente della rete ha invertito questa inclinazione.

Frequenza con cui utilizza internet

Con quale frequenza utilizza internet? (valori percentuali - Serie storica)



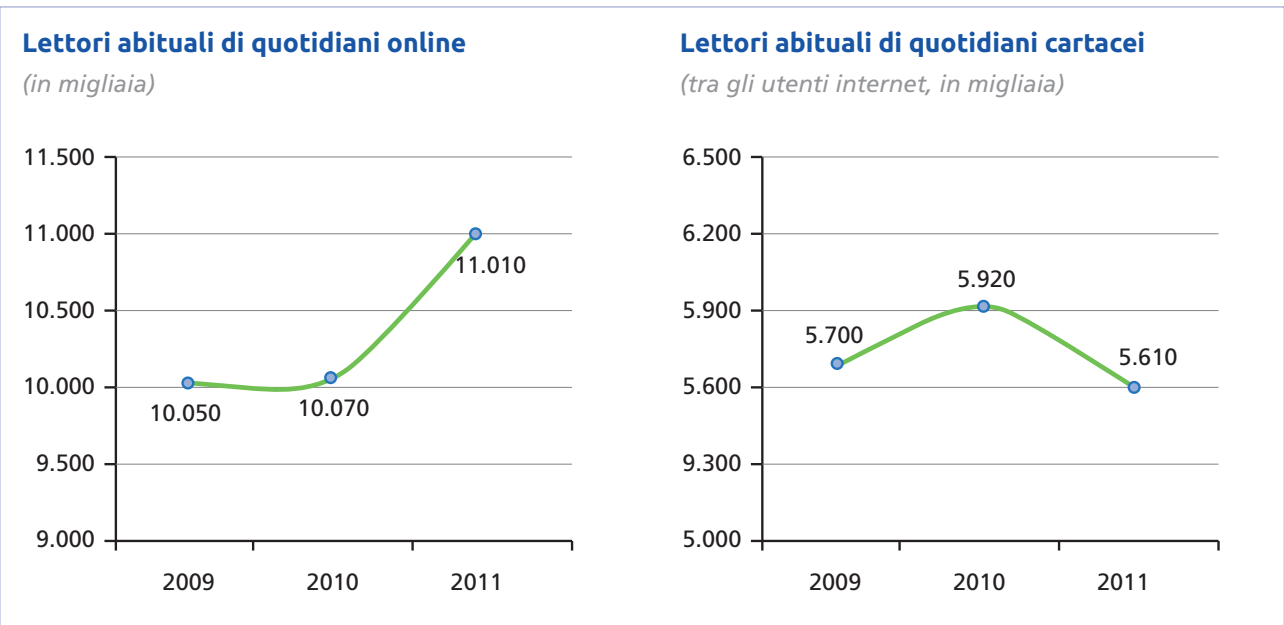
Fonte: Sondaggio Demos & Pi, Novembre 2013 (base: 1313 casi)

Il ritratto che si scorge è il seguente: la popolazione italiana si serve sempre più spesso della rete come fonte di informazione diretta, ma anche per accedere ad altri media, in particolare i giornali.

La crescita di lettori abituali di quotidiani online compensa l'andamento stagnante dei lettori di quotidiani cartacei. Dal 2009 al 2011 la somma netta dell'intera domanda di informazione online e offline è in crescita e nel 2011 è pari a 13,3 milioni di individui.

La domanda d'informazione testuale

Lettori di quotidiani nella popolazione internet - 2009/2011

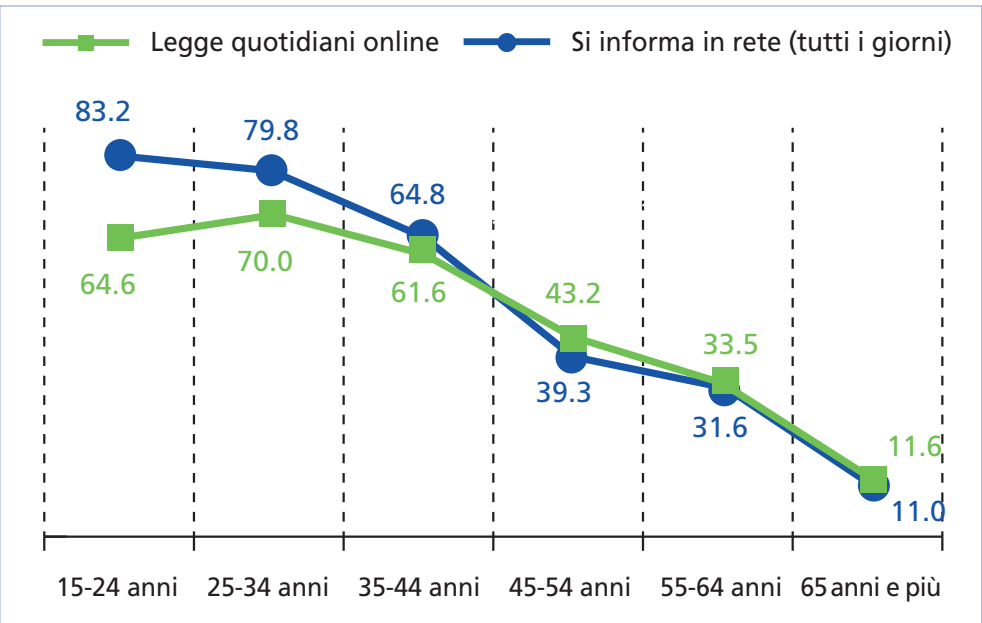


Questa sostanziale tendenza dimostra come i quotidiani "on line" siano riusciti con il tempo a trovare una loro identità e funzionalità, senza rimanere solo una semplice trasposizione su rete del giornale tradizionale. Gli articoli dei giornali online hanno una struttura che si basa su un atteggiamento attivo, quello della ricerca dell'informazione: la lettura si ha solo se si cattura l'interesse del lettore.

Sulla base di tali presupposti, il giornale online riesce a garantire forme di accesso autonome, diversificate a seconda dei gusti dell'utente che sono in continua evoluzione, di pari passo con lo sviluppo stesso della rete.

Generazioni, internet e informazione

(valori percentuali)



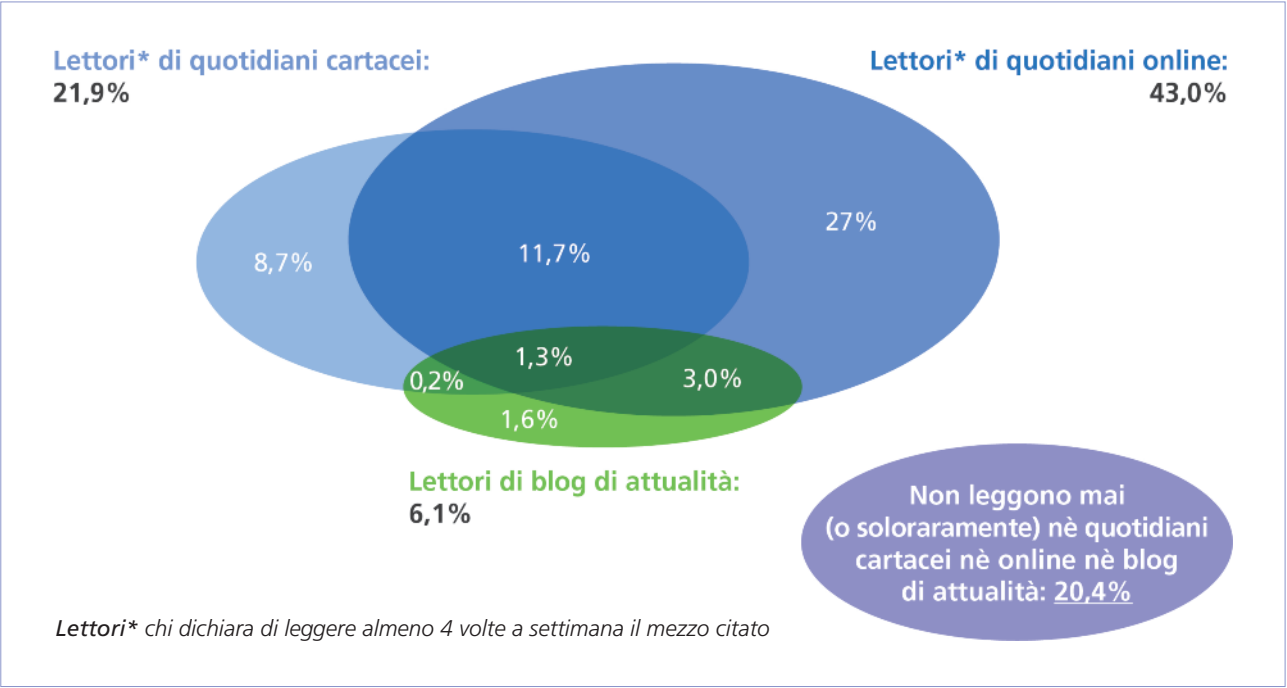
Fonte: Sondaggio Demos & Pi, Novembre 2013 (base: 1313 casi)

La generazione che utilizza maggiormente la rete è quella dai 15 ai 24 anni, mentre la quota maggiore di lettori online si riscontra tra i 25 e i 34 anni. Il fenomeno mostra un andamento crescente nel tempo.

E’ necessario dunque partire da un’analisi delle modalità con cui l’utente cerca informazioni in rete e consulta i quotidiani on line.

La domanda d’informazione testuale

Sovrapposizione tra lettori di quotidiani cartacei, online e blog di attualità



Il 20,4% dell’utenza internet non ricorre ad alcuna delle tre tipologie esaminate per linformazione sui temi di attualità. Si tratta di individui che dichiarano di non leggere mai o leggere molto raramente sia quoti-
diani cartacei, che quotidiani online, che blog di attualità

Gli uomini leggono maggiormente rispetto alle donne, in particolare coloro con un elevato grado di istruzione. I giovani, studenti e operai, si distinguono per leggere online. I soggetti più anziani preferi-
scono il quotidiano acquistato in edicola. Chi invece combina vecchie e nuove modalità dell'informazione ha un'età e un grado di istruzione più elevati di quanti preferiscono solo navigare nelle pagine, anziché sfogliarle.

Profilo Sociodemografico

(valori percentuali dei cittadini online e offline)

	Cives.Net	Infonauti	Internauti	Offline	Tutti
Genere					
Uomini	61,3	47,3	49,3	38,9	48,1
Donne	38,7	52,7	50,7	61,1	51,9
Classe d'età					
15-24 anni	26,5	19,2	18	0,6	13,3
25-34 anni	16,1	12,1	17	4,2	10,6
35-44 anni	26,1	35,6	27,2	10,1	20,9
45-54 anni	17,8	15,9	21,9	15,5	17,2
55-64 anni	8,5	10,9	10,4	21,2	14,5
65 anni e più	5	6,3	5,5	48,4	23,6
Livello di istruzione					
Basso	5	6,6	4,7	53,7	25,7
Medio	28,9	32,4	48,9	34,9	34,9
Alto	66,2	61	46,4	11,4	39,4
Categoria socio-professionale					
Operaio	9,1	16,5	19,1	12,2	12,9
Tecnico,impiegato,dirigente,funzionario	30,2	27,4	18,8	4,7	17,3
Libero professionista	7	6,3	4,7	0,5	3,8
Lavoratore autonomo,imprenditore	4,2	4,3	3,7	1,6	3,1
Studente	23,4	17,9	14,6	0,6	11,7
Casalinga	7,2	7,4	17,5	28,5	17,7
Disoccupato	8,4	10,7	11,2	3,4	7
Pensionato	9,6	9,1	10,2	48,3	26
Altro	0,9	0,4	0,4	0,2	0,5

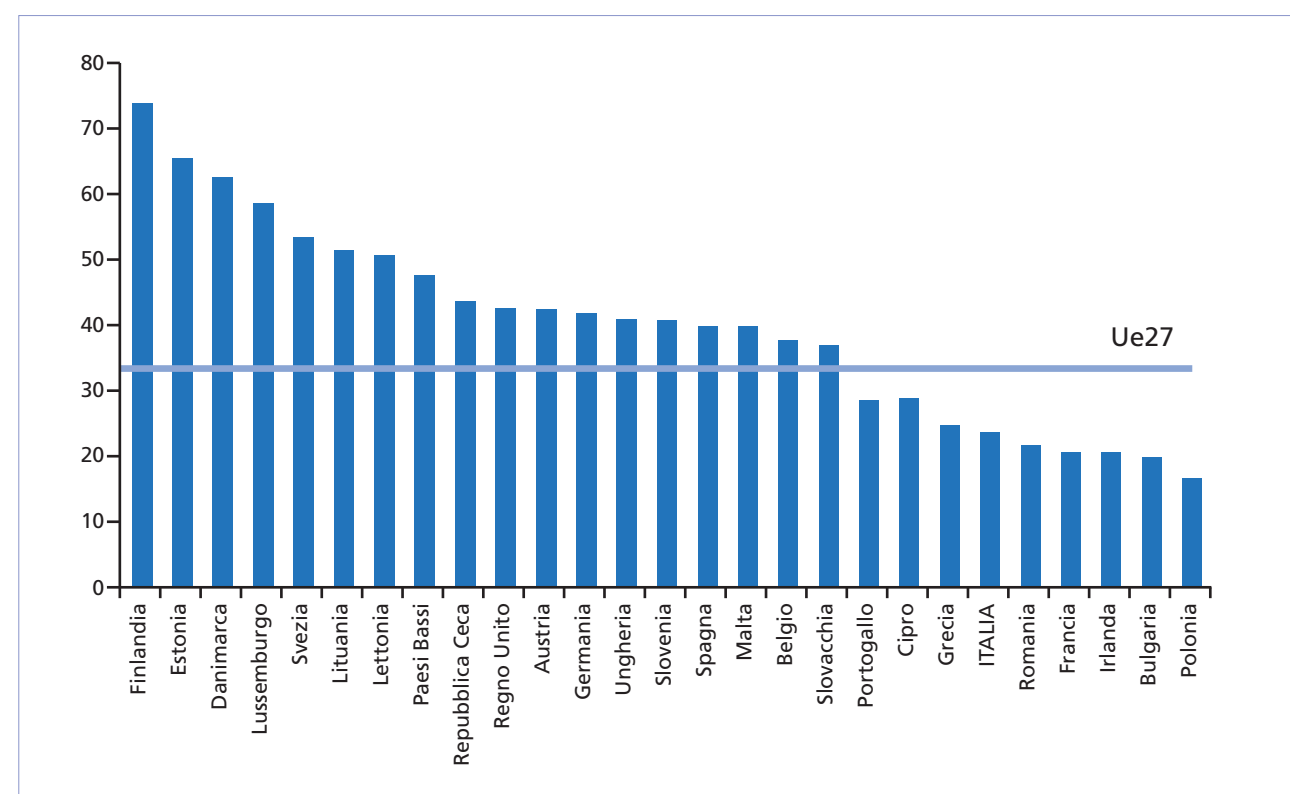
Fonte: Sondaggio Demos & Pi, Novembre 2012 (base: 1323 casi)

3. L'Italia nel contesto europeo

È possibile effettuare dei confronti internazionali sulla base dei dati raccolti con l'indagine comunitaria sulla diffusione delle ICT presso le famiglie e gli individui, realizzata dagli istituti di statistica dei paesi membri dell'Unione europea. Considerando la percentuale di famiglie con almeno un componente tra i 16 e i 74 anni che possiede un accesso a Internet da casa, a fronte di una media europea pari al 73% e a paesi come Olanda, Lussemburgo, Svezia e Danimarca che hanno raggiunto livelli prossimi alla saturazione, l'Italia si posiziona solo al ventiduesimo posto della graduatoria internazionale, con un valore pari al 62% ed equivalente a quello registrato per la Lituania.

Persone tra i 16 e i 74 anni che hanno utilizzato Internet negli ultimi 3 mesi per leggere o scaricare giornali, news, riviste nei paesi Ue

Anno 2010 (per 100 persone di 16-74 anni)



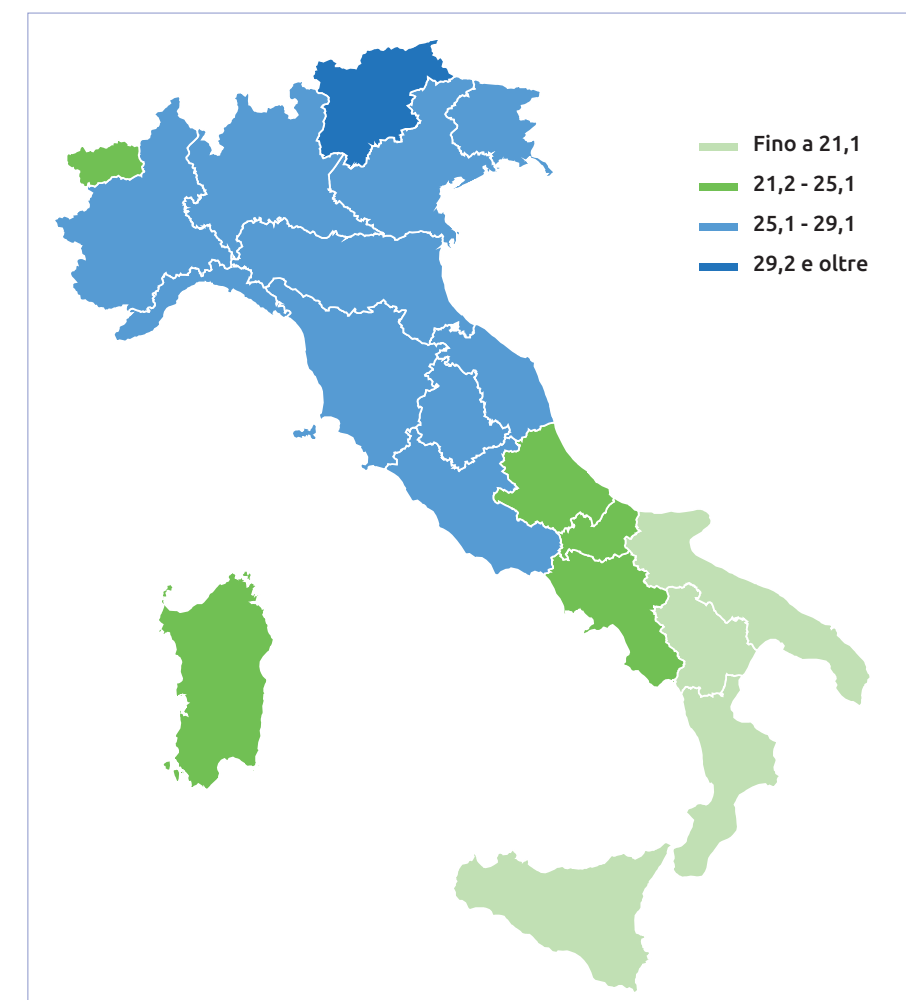
Fonte: Eurostat, Community survey on Ict usage in households and by individuals

4. L'Italia e le sue regioni

L'utilizzo del web per leggere giornali, news, riviste è abbastanza differenziato a livello territoriale. Le aree del Paese in cui questo fenomeno è più diffuso sono il Nord-ovest (28,4%), mentre nel Mezzogiorno la quota di popolazione che dichiara di utilizzare Internet per svolgere questa attività scende al 19,9%. L'Abruzzo si colloca tra il 21,2 e il 25,1.

Rispetto al 2010 le differenze territoriali tra il Nord e il Sud del Paese rimangono stabili per quanto riguarda l'uso del personal computer e aumentano per quanto riguarda l'uso di Internet: nel 2010 la distanza tra il Nord-ovest e il Sud era di 11,7 punti percentuali e nel 2011 è di 12,9 punti percentuali.

L'indagine qui di seguito riportata è condotta sulle persone dai sei anni e più che hanno utilizzato Internet negli ultimi 3 mesi per leggere o scaricare giornali, news, riviste per regione.



Fonte: Istat, Indagine multiscopio sulle famiglie "Aspetti della vita quotidiana", Anno 2011 (per 100 persone con le stesse caratteristiche)

³ Eurostat, Internet usage in 2010- Households and individuals, Data in Focus 50/2010

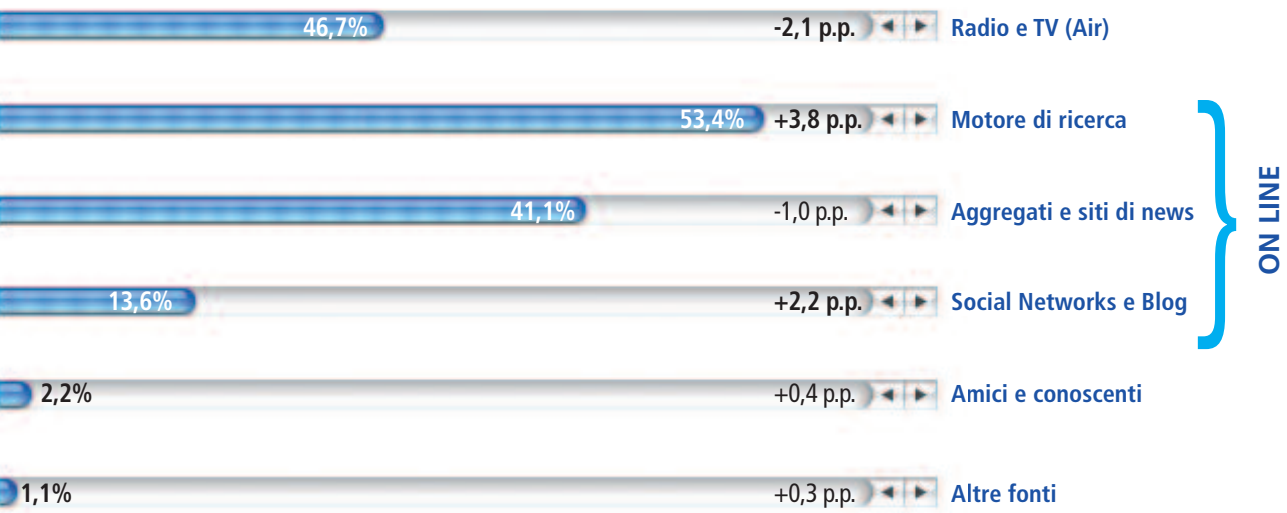
5. Il futuro dell'informazione è online

Tra tutti i mezzi di informazione utilizzati, l'online copre la quasi totalità degli individui (88,8%), grazie al forte contributo della ricerca su un motore generalista. Quasi tutti gli utenti di Internet, infatti, sono in grado di usare un motore di ricerca (94,2%), e il 53,4% (dato in crescita di 3,8 punti percentuali rispetto agli anni precedenti) dichiara di sfruttarlo per acquisire una prima informazione su un evento.

La tendenza rispetto al 2010 è a favore dell'online e risulta chiaramente che il ricorso a un motore di ricerca e a un quotidiano online è prassi comune (rispettivamente il 53,4% e il 28,6%).

Supponiamo che sia da poco avvenuta una cosa importantissima nel mondo e vuoi sapere di cosa si tratta. Cosa faresti come prima cosa per capire cosa è successo?

(Seleziona almeno una e un massimo di due fonti)

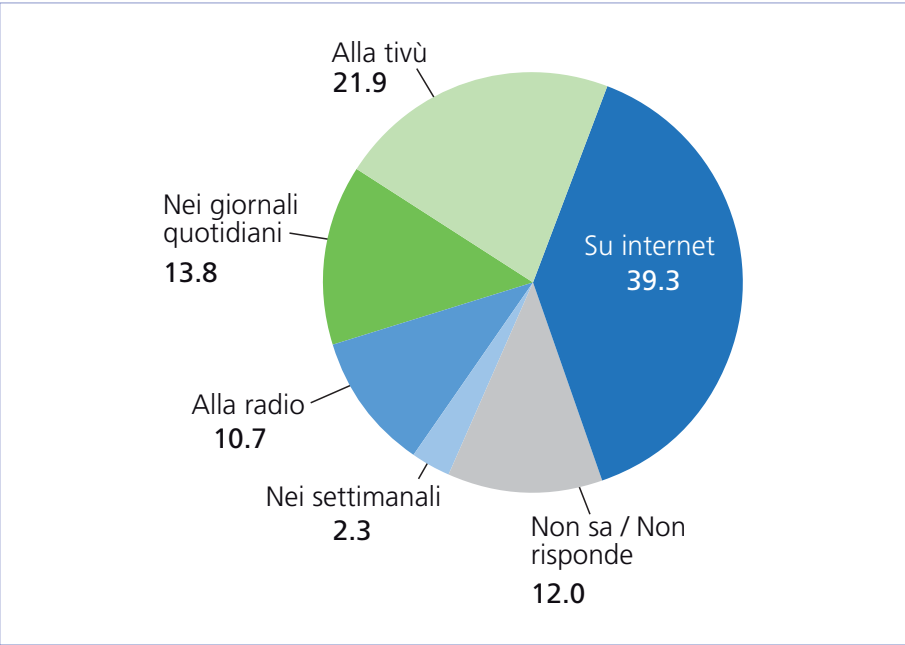


Base: totale campione, 2.023 casi

Nel 2013 gli utenti si informano accordando sempre più fiducia alla rete, considerandola il canale più libero e indipendente in quanto permette loro di cercare notizie navigando tra diversi media.

Informazione e libertà

Secondo Lei, dove l'informazione è più libera e indipendente?
(valori percentuali della prima scelta)

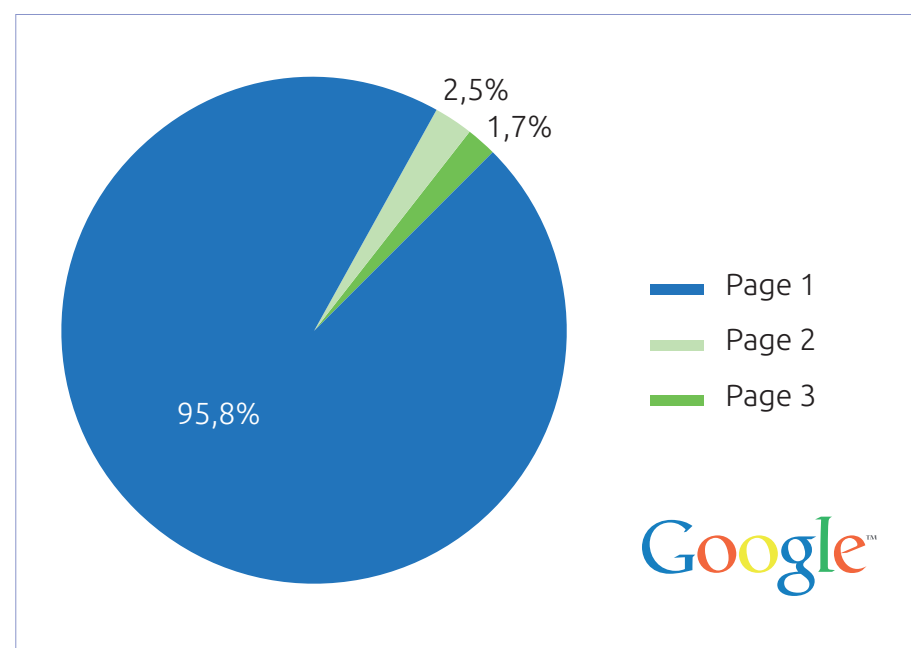


Fonte: Sondaggio Demos & Pi, Novembre 2013 (base: 1313 casi)

Dal grafico si evince che l'informazione su internet appare più convincente rispetto a quella sui media tradizionali, persino della tv, e gode di un livello di percezione di indipendenza tre volte superiore a quello dei quotidiani. Si tratta di un cambiamento in atto significativo per la storia e il futuro dei media.

5.1 Per consultare online

Le modalità di consultazione on line cambiano a una velocità più che proporzionale rispetto al cambiamento delle abitudini e delle scelte dei consumatori tradizionali. La consultazione di una notizia o di un sito web, risulta agevolata dalla presenza nei motori di ricerca del link relativo a una determinata notizia o a un sito particolare; non è però sufficiente essere presenti nei motori di ricerca per essere visibili. Oggi è fondamentale essere visualizzati nella prima pagina del motore di ricerca utilizzato perchè sono cambiate le abitudini degli utenti: mentre un tempo il lettore leggeva fino alla 4-5 pagina di un motore di ricerca (es. Google), attualmente tende "a fermarsi" alla prima pagina, raramente passa alla seconda. Una ricerca americana (Fonte: *Icrossing, The importance of one-page visibility*) ha evidenziato, infatti, che il 95% dei click da Google, Yahoo e Bing arriva alla prima pagina e solo il 2-3% alla seconda e terza.



Le cause più evidenti di questo cambiamento possono così essere sinteticamente descritte:

1. **"Si trova tutto nella prima pagina"**: questo perché è cambiata la strategia dei motori di ricerca che ora tendono a inserire "tutto nella prima pagina". Il nome tecnico di questa nuova strategia di presentazione dei risultati è Universal Search, ovvero ricerca universale. Quest'ultima, oltre ai classici 10 risultati (detti organici), porta nella prima pagina dei risultati: immagini, video, mappe e annunci pubblicitari a pagamento (pay per click). La ricerca universale dà sicuramente un servizio di qualità al navigatore ma fa sì che lo stesso trovi i risultati che gli servono senza dover proseguire con la ricerca nelle pagine successive.

2. **Cultura dei motori di ricerca**: l'utilizzo sempre maggiore di internet fa sì che sempre più persone conoscano come funzionano i motori di ricerca, questo comporta una maggiore precisione sulle parole usate per effettuare le ricerche data dalla maggiore consapevolezza nell'uso del motore. In questo modo i risultati saranno più precisi e sarà più semplice trovare quello di cui abbiamo bisogno all'interno della prima pagina.
3. **E' aumentato il numero di siti web**: questo incremento ha fatto sì che i risultati per ogni ricerca aumentino, ma paradossalmente che molti di questi, non risultino degni di nota, nel senso che potrebbero essere siti poco aggiornati o con scarsi contenuti che, proprio per questo motivo, vengono inseriti nelle ultime pagine. I risultati degni di attenzione, quindi, sono in genere quelli che si trovano nelle primissime pagine e gli utenti lo hanno ormai imparato.
4. **Velocità di ricerca**: la società moderna produce individui il cui unico interesse è trovare l'informazione di cui si ha bisogno nel minor tempo possibile. Questo fa sì che, se il soggetto non trova quello che cerca nella prima pagina, piuttosto di visitare le pagine successive proverà un'altra ricerca, magari specificando termini più dettagliati.

6. Testate giornalistiche online

La normativa sulla stampa ha subito nel corso del tempo numerose evoluzioni. L'avvento di internet ha posto il problema di verificare quali delle sue leggi siano applicabili, ed entro quali limiti, anche alle testate giornalistiche online, realtà del tutto assimilabili alla stampa cartacea, ma con una evidente differenza strutturale derivante dal mezzo utilizzato per la diffusione (il web invece della carta). Il giornale telematico non risponde alle due condizioni ritenute essenziali per l'esistenza del prodotto stampa che consistono nella presenza di un'attività di riproduzione tipografica e nella destinazione alla pubblicazione del risultato di questa attività. La normativa introdotta nel 2001 dalla legge n. 62 (inerente alla disciplina sull'editoria e sui prodotti editoriali, con modifiche alla L. 05 agosto 1981 n. 416) ha introdotto la registrazione dei giornali on line. Con tale legge si estende la nozione di prodotto editoriale anche al mondo digitale, sancendo, all'art. 1, che: "Per prodotto editoriale, ai fini della presente legge, si intende il prodotto realizzato su supporto cartaceo, ivi compreso il libro, o su supporto informatico, destinato alla pubblicazione o, comunque, alla diffusione di informazioni presso il pubblico con ogni mezzo, anche elettronico, o attraverso la radiodiffusione sonora o televisiva, con esclusione dei prodotti discografici o cinematografici" ed al comma 3 dello stesso prevede come caratteristica del prodotto editoriale quella di "essere diffuso al pubblico con periodicità regolare e (di essere) contraddistinto da una testata, costituente elemento identificativo del prodotto".

Alla testata giornalistica elettronica (che è prodotto editoriale) si applicavano gli articoli 2 e 5 della legge sulla stampa 47/1948. L'articolo 2 della legge n. 47 del 1948, cioè la legge sulla stampa, stabilisce infatti che nelle pubblicazioni di tipo professionale devono essere presenti i dati utili all'individuazione dei soggetti coinvolti nella realizzazione della pubblicazione medesima, cioè editore, direttore e stampatore, dove il secondo deve essere un giornalista iscritto all'albo. L'art. 5, invece, prevede l'obbligo di re-

gistrazione presso la cancelleria del tribunale del luogo in cui la pubblicazione viene effettuata. La seconda parte della disposizione è abbastanza chiara nell'imporre la registrazione in tribunale ove sussistano congiuntamente i due presupposti della "testata" e della "periodicità". La registrazione presso il tribunale è finalizzata a individuare le responsabilità (civili, penali, amministrative) collegate alle pubblicazioni, anche telematiche, mentre la registrazione al R.o.c. (Registro degli Operatori di Comunicazione)¹ tutela la trasparenza del settore editoriale tradizionale e digitale con finalità antitrust e finanziarie (le provvidenze all'editoria). Nel R.o.c., quindi, vengono annotati i nomi degli editori, ma non delle testate giornalistiche che fanno capo ai singoli editori, che andranno invece nel registro presso il tribunale. Sull'obbligo di registrazione delle testate giornalistiche online, a partire dall'anno 2002, l'orientamento del Legislatore è apparso andare nella direzione di dare preferenza alle istanze di semplificazione amministrativa suggerite dal contesto normativo europeo piuttosto che seguire la strada segnata dalla preesistente normativa che, come detto, applicava al prodotto editoriale telematico le regole della carta stampata, conferendo al prodotto giornalistico on line le garanzie di professionalità e tutela giuridica connesse all'istituto della Registrazione. L'articolo 31 (punto a) della legge n. 39/2002 ("legge comunitaria 2001"), infatti, impegnava il Governo a emanare un decreto legislativo con questo principio e criterio direttivo: "Rendere esplicito che l'obbligo di registrazione della testata editoriale telematica si applica esclusivamente alle attività per le quali i prestatori del servizio intendano avvalersi delle provvidenze previste dalla legge 7 marzo 2001, n. 62, o che comunque ne facciano specifica richiesta". Il decreto legislativo è il n. 70/2003 che, all'articolo 7 (comma 3), afferma: "La registrazione della testata editoriale telematica è obbligatoria esclusivamente per le attività per le quali i prestatori del servizio intendano avvalersi delle provvidenze previste dalla legge 7 marzo 2001, n. 62". Con la "Conversione con modificazioni, del decreto-legge 18 maggio 2012, n. 63, recante disposizioni urgenti in materia di riordino dei contributi alle imprese editrici, nonché di vendita della stampa quotidiana e periodica e di pubblicità istituzionale", nella L. 103/2012 (art. 3 bis) si precisa ulteriormente che per le testate online realizzate unicamente su supporto informatico e diffuse unicamente per via telematica, i cui editori non abbiano fatto domanda di provvidenze, contributi o agevolazioni pubbliche e che conseguano ricavi annui² da attività editoriale non superiori a 100.000 euro, non sussiste alcun obbligo di registrazione al registro della stampa tenuto dal tribunale, né al R.O.C., né sono soggetti agli obblighi di cui alla delibera dell'AgCom n. 666/08 del 26 novembre 2008. In attesa di ulteriori interventi normativi si può quindi affermare che una testata di informazione online è un prodotto editoriale diffuso sul web con regolarità che ha la finalità di raccogliere, commentare, criticare notizie di attualità dirette al pubblico, che ha un Direttore responsabile iscritto all'Albo dei giornalisti di cui si pubblicano nome e domicilio e che non deve essere registrata presso il tribunale del luogo in cui ha sede la redazione, se non nel caso in cui l'editore abbia fatto domanda di provvidenze, contributi o agevolazioni pubbliche e/o consegua ricavi annui da attività editoriali pari o superiore a 100.000 euro.

¹ Istituito dalla legge n. 249 del 31 luglio 1997 e tenuto presso l'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni, in questo registro si raccolgono i dati dei soggetti che operano nel settore della radiotelevisione, delle telecomunicazioni e della stampa

² Per ricavi annui da attività editoriale si intendono i ricavi derivanti da abbonamenti e vendita in qualsiasi forma, ivi compresa l'offerta di singoli contenuti a pagamento, da pubblicità e sponsorizzazioni, da contratti e convenzioni con soggetti pubblici e privati.

7. Metodologia

Negli ultimi anni il settore dell'editoria digitale e dell'informazione online ha registrato una rapida evoluzione, caratterizzata da una crescita sia quantitativa che qualitativa delle proposte editoriali. La necessità di districarsi tra la moltitudine delle testate web impone la scelta di un metodo di indagine oggettivo per rendere l'attività di analisi il più possibile aderente alla realtà dell'informazione abruzzese. La metodologia di indagine prescelta è quella di un approccio empirico sperimentale alla conoscenza, basato sull'osservazione del "fenomeno" e sulla replicabilità dello stesso in fase di elaborazione dei dati. Le fasi dell'indagine sono le seguenti:

- censire i quotidiani di informazione online presenti in Abruzzo, con riferimento sia alle testate che pubblicano anche edizioni a stampa, sia alle testate che producono notizie esclusivamente per la rete e in formato digitale
- analizzare la distribuzione geografica e la visibilità dei siti rilevati sui principali motori di ricerca
- descrivere le caratteristiche e la struttura dei siti di informazione online

In assenza di una precedente esperienza di censimento a livello regionale si è proceduto innanzitutto all'individuazione delle testate online abruzzesi. Per identificare gli aspetti che qualificano un quotidiano elettronico, si è assunta come definizione quella fornita dall'Istat:

"Un quotidiano online è un sito web che pubblica con continuità e cadenza giornaliera articoli originali di informazione e di opinione, che rappresentano parte sostanziale del contenuto informativo del sito stesso".

Sulla base di tale definizione, il più ampio insieme di siti di informazione inizialmente individuati si è ridotto significativamente. Questo ha permesso la costruzione di un primo indirizzario, effettuando una ricognizione ad ampio raggio delle fonti disponibili, istituzionali e non, che dispongono di dati e informazioni sui quotidiani on-line.

La ricerca è stata effettuata direttamente sul web, utilizzando i principali motori di ricerca e simulando la navigazione di un utente ideale che, interessato alle notizie giornalistiche sulla rete, effettua una ricerca per parole chiave (vedi paragrafo 8). Attraverso tali attività, sono state individuate complessivamente **83 testate digitali**. Tutti i siti individuati sono stati visionati per verificarne l'effettiva operatività e natura.

Tavola 1 - Quotidiani on line censiti per tipologia - Anno 2003

	N.	%
Quotidiani con versione a stampa	91	62,8
Quotidiani esclusivamente on-line	54	37,2
Totale	145	100,0

Successivamente si è focalizzata l'attenzione sugli elementi che qualificano un quotidiano on line, e cioè sulla presenza nel sito di informazione delle seguenti aree tematiche:

- ambiente
- cultura
- cronaca
- politica
- società
- sport

Infatti, secondo i dati raccolti dall'Istat ("La stampa periodica e l'informazione online. Risultati dell'indagine pilota sui quotidiani online"), la sezione tematica presente con maggiore frequenza nei quotidiani on line è quella dedicata allo sport, la quale compare nel 60,7% delle home page dei giornali censiti (Tavola 8). Al secondo posto nella graduatoria è la sezione con le notizie di cronaca (56,6%), seguita da quelle dedicate all'economia (49,0%), allo spettacolo (41,4%) e alla cultura (40,7%). Nel complesso, analizzando l'home page dei quotidiani digitali, emerge il profilo di un periodico che pone in primo piano le informazioni dedicate allo svago e all'intrattenimento e che, senza tralasciare gli avvenimenti più importanti del mondo dell'informazione, dedica un ruolo secondario a contenuti e argomenti più impegnativi e forse meno "accattivanti" (come politica ed esteri).

Tavola 2 - Quotidiani online per sezioni presenti nella home page (a) - Anno 2003

	N. QUOTIDIANI	%
Sport	88	60,7
Cronaca	82	56,6
di cui: - nazionale	30	36,6
- regionale	19	23,2
- provinciale	36	43,9
- cittadina	17	20,7
- non indicato	12	14,6
Economia	71	49,0
Spettacoli	60	41,4
Cultura	59	40,7
Primo piano	59	40,7
Politica	49	33,8
Esteri	38	26,2
Scienze e tecnologia	11	7,6
Salute	10	6,9
Turismo e ambiente	9	6,2
Scuola e lavoro	9	6,2
Parlamento ed enti locali	9	6,2
Altro	45	31,0

(a) Il totale è maggiore di 100 perché erano possibili più risposte.

8. La keywords

L'utente che cerca informazioni sui motori di ricerca, si basa su parole che ritiene abbiano la maggiore aderenza possibile rispetto al contenuto da trovare.

La modalità di analisi più efficace per ottenere risultati è la ricerca per parola chiave: viene effettuata inserendo i termini che definiscono la ricerca all'interno del campo apposito nella pagina del motore di ricerca. La ricerca per parole chiave utilizza una sintassi che ci permette ad esempio di cercare documenti che contengono frasi specifiche, effettuare la ricerca all'interno di un particolare sito, escludere i risultati che contengono determinate parole, visualizzare solo i risultati nelle lingue desiderate, ecc.

Questa sintassi varia a seconda del motore di ricerca. In genere è presente all'interno di ogni sito una pagina che spiega la sintassi da utilizzare o una sezione denominata "ricerca avanzata" che consente all'utente di compilare dei campi a seconda dei filtri che si vogliono applicare.

Il lavoro di ricerca si è basato sulla rilevanza della notizia (e quindi del sito associato) dapprima a carattere regionale, in seguito a carattere locale formulando una visione generale del "sistema informazione", per poi scendere nel dettaglio delle sue parti.

La Keywords principale utilizzata per l'attività di analisi è il sostantivo "notizia".

Una notizia, per definirsi tale, deve essere un'informazione su di un fatto o un avvenimento in corso o concluso, data da un giornalista a mezzo di stampa, radio, emittenti televisive e pubblicazioni online; nessuna eccezione, dunque, per il web che utilizza le stesse categorie codificate e condivise dai produttori professionali di informazione.

Una notizia rispetta una serie di criteri relativi alla sua rilevanza, un insieme di regole che stabiliscono la pubblicabilità e il risalto da attribuire ad alcuni fatti che si trasformano così in notizie, riassumibili nei seguenti punti:

- **Novità:** una notizia deve essere il più possibile vicina nel tempo alla sua pubblicazione; lo stesso termine "news" rileva questo collegamento immediato, sottolineando che notizia è innanzitutto un fatto nuovo, che non si conosce e che risponde al requisito di coerenza e continuità del flusso di informazione.
- **Tempistica:** tale criterio riguarda l'immediatezza nel tempo di un fatto. Più recente è un accadimento, maggiore è la possibilità che diventi notizia (un fatto successo vari giorni prima perde la sua efficacia).
- **Vicinanza:** quanto più una notizia appartiene al contesto culturale dei lettori tanto più è probabile che venga selezionata e pubblicata; l'intero sistema mediatico deve fare i conti con nuovi equilibri tra la dimensione locale e globale di un avvenimento.
- **Numero di persone coinvolte:** esiste un rapporto diretto tra il numero dei protagonisti e l'interesse dei destinatari; quanto meno importante è ritenuto un fatto, tante più persone la notizia deve coinvolgere per avere copertura mediale.

- **Tipo di persone coinvolte:** il requisito di notorietà o prestigio sociale dei personaggi coinvolti in un avvenimento è un criterio di notiziabilità soprattutto in quanto garanzia di trasparenza, al fine di controllare l'operato di chi detiene responsabilità pubbliche. Le azioni delle élites sono ritenute più cariche di conseguenze per tutti e possono produrre sulla gente comune effetti di identificazione.
- **Drammaticità:** le notizie drammatiche sono più facilmente raccontabili rispetto a quelle leggere; la tragedia e la conflittualità rappresentano uno degli aspetti più forti della realtà che l'informazione ha il dovere di divulgare, per prevenire ulteriori avvenimenti negativi.
- **Pubblico interesse:** una notizia è tanto più importante, quanto maggiore è il suo effetto sull'opinione pubblica; il consumo di informazioni incide sulla formazione dell'identità individuale e fornisce importanti strumenti di interazione per strutturare i rapporti sociali.

Il sostantivo **“notizia”** è stato incrociato al nome **“Abruzzo”** per censire i siti di informazione con spiccata rilevanza regionale, e in secondo luogo ai nomi delle quattro **province** abruzzesi:

- notizie L'Aquila
- notizie Teramo
- notizie Chieti
- notizie Pescara

In terza fase la ricerca è stata approfondita legando il sostantivo **“notizia”** ai nomi delle principali **aree territoriali** abruzzesi (es. notizie Val di Sangro, notizie Marsica ecc).

Infine il termine **“notizia”** è stato associato ai nomi dei maggiori **comuni** abruzzesi per rilevanza territoriale (es. notizie Giulianova, notizie Montesilvano, notizie Lanciano, notizie Avezzano).

L'insieme dei risultati ottenuti dall'accostamento del termine **“notizia”** con le variabili sopra illustrate ha permesso di stilare la mappa completa dei siti di informazione abruzzesi che verrà presentata nei paragrafi successivi.

9. Mappa dei principali siti di informazione online

Per censire i siti di informazione in Abruzzo è stato necessario avvalersi dei cosiddetti motori di ricerca. Oltre ai principali come Google, abbiamo fatto riferimento ai cosiddetti metamotori.

9.1 I metamotori

Un metamotore è un'interfaccia che svolge la sua interrogazione su più motori di ricerca contemporaneamente. L'utente digita il testo da cercare nel metamotore che lancia la ricerca, collegandosi al sito di Google, Yahoo e altri, i quali inviano una risposta che può essere direttamente presentata all'utente, oppure filtrata secondo alcuni criteri come ad esempio l'eliminazione delle ripetizioni. I meta motori utilizzati per la ricerca sono riportati a seguire:

METAMOTORI	MOTORI DI RICERCA UTILIZZATI
Search.com	Altavista, Ask Jeeves, WiseNut
Dogpile	Google, Overture, Teoma, Ask Jeeves, Looksmart
Infospace	Google, Yahoo!, Overture, Ask Jeeves, Altavista, About
Ixquick	Abacho, Altavista, Ask Jeeves, Teoma, Espotting, FindWhat, Lycos, MSN, Open Directory, Virgilio
Mamma.com	Google, MSN, Teoma, Open Directory
Metacrawler	Google, FAST-AllTheWeb, Excite, Open Directory

In fase successiva, i quotidiani online censiti sono stati osservati direttamente consultando e analizzando le **“home page”** relative, al fine di raccogliere il maggior numero possibile di informazioni descrittive.

Nello specifico si è focalizzata l'attenzione sui seguenti aspetti:

- le modalità di presentazione delle notizie giornalistiche
- i contenuti informativi veicolati
- i servizi erogati
- il grado di ipertestualità
- il livello di interattività dei quotidiani elettronici

A tal proposito, la ricerca condotta secondo le modalità sopra espresse, ha estrapolato i maggiori siti di informazione in Abruzzo, riportati in ordine alfabetico nella seguente tabella, elaborata specificando e suddividendo le principali caratteristiche: nome della testata, url, contatto email, indirizzo della sede legale, CAP e città di provenienza.

Tabella 1 . Elenco dei siti di informazione online in Abruzzo

NOME	URL	EMAIL	INDIRIZZO	CAP	CITTÀ
AbExpress	http://www.abexpress.it	info@dmgcomunicazione.it	Strada statale 17	67039	Sulmona (AQ)
Abruzzoin.com	http://www.abruzzoin.com	redazione@abruzzoin.com	Via Chiasso dell'Anfiteatro 5	64100	Teramo
Abruzzo in Video	http://www.abruzzoinvideo.tv	nicolanetta@abruzzoinvideo.tv	C.da Santa Calcagna c/o Polycenter	66020	Rocca San Giovanni (CH)
Abruzzo Independent	http://www.abruzzoindependent.it	info@abruzzoindependent.it	Via Pescara 63	65010	Spoltore (PE)
Abruzzolive.tv	http://www.abruzzolive.tv	redazione@abruzzolive.tv	Vico 2 Ravizza 15	66034	Lanciano (CH)
Abruzzo Magazine	http://www.abruzzomagazine.it	redazione@abruzzomagazine.it	P.zza E.Troilo 18	65127	Pescara
Abruzzo Notizie	http://www.abruzzonotizie.com	redazione@abruzzonotizie.com	Lungomare Matteotti 97	65122	Pescara
Abruzzo Popolare	http://www.abruzzopopolare.it	redazione@abruzzopopolare.it	Ortona e Chieti (redazione)	66026	Ortona e Chieti
Abruzzo24ore	http://www.abruzzo24ore.tv	redazione@abruzzo24ore.tv	Via Colle Pretara 54	67100	L'Aquila
AbruzzoWeb	http://www.abruzzoweb.it	redazione@abruzzoweb.it	Via Saragat 50	67100	L'Aquila
Agenzia giornalistica economica d'abruzzo	http://www.ageabruzzo.it	agea@ageabruzzo.it	Via G.Verrotti n.19/a	65123	Montesilvano (PE)
Agica	http://www.agica.it	redazione@agica.it	Via Fonte Preturo 3	67100	L'Aquila
All News Abruzzo	http://www.allnewsabruzzo.it	info@allnewsabruzzo.it	Via Alessandro Manzoni 8	65121	Pescara
Ansa.it Abruzzo	http://www.ansa.it/web/notizie /regioni/abruzzo/abruzzo.shtml	redazione.internet@ansa.it	P.zza della Rinascita 49	65100	Pescara
AQBOX.TV	http://www.aqbox.tv/	redazione@laqtv.it	Via Leone Tolstoj, 8	67100	L'Aquila
Aquila TV	http://www.aquilatv.it	redazione@aquilatv.it	Via del Rio 5	67100	L'Aquila
ASIpess	http://www.asipress.it	redazione@asipress.it	C.so Plistia 12	67032	Pescasseroli (AQ)
Certa Stampa	http://www.certastampa.it	redazione@certastampa.it	Via Gammarana 58	64100	Teramo
ChietiToday	http://www.chietitoday.it	info@citynews.it	Via G.Porzio 4 Napoli	80143	Chieti
Cityrumors.it	http://www.cityrumors.it	redazione@cityrumors.it	Via Nazionale 593	64026	Roseto degli Abruzzi (TE)
Corriere Peligno	http://www.corrierepeligno.it	redazione@corrierepeligno.it	Via Vittorio Emanuele n°29	67030	Bugnara (AQ)
Emmelle.it	http://www.emmelle.it	emmelle@emmelle.it	Viale Bovio 71	64100	Teramo
Forzapescara.it	http://www.forzapescara.tv	redazione@forzapescara.tv	Corso Vittorio Emanuele II	65100	Pescara
G. COM Gazzetta Commerciale, quotidiano economico d'Abruzzo	http://www.gazzettacommerciale.com	gazzettacommerciale@gmail.com	Via Fuori Porta Napoli 14/b	67100	L'Aquila
Genio tv	http://www.geniotv.tv	info@geniotv.tv	Via Luigi De Crecchio 77	66034	Lanciano (CH)
Giulianova News	http://www.giulianovanews.it	walter.de.berardinis@alice.it	Via Amendola 29/A	64021	Giulianova (TE)
guardiagreleweb.net	http://www.guardiagreleweb.net	info@cittanet.it	Via Duca degli Abruzzi 54	66050	San Salvo (CH)
hisionum.net	http://www.hisionum.net	info@cittanet.it	Via Duca degli Abruzzi 54	66050	San Salvo (CH)
il Capoluogo	http://ilcapoluogo.globalist.it	redazione@ilcapoluogo.it	Via Pascoli 13	67100	L'Aquila
Il Centro	http://ilcentro.gelocal.it	red.abruzzo@ilcentro.it,	Via Cristoforo Colombo 98 Roma	65100	Pescara
Il Corriere d'Abruzzo	http://www.ilcorrieredabruzzo.it	redazione@ilcorrieredabruzzo.it	Viale Lenin 2	64015	Nereto (TE)
Il Ficcenaso	http://www.ilficcenaso.org	cogianfr@tiscali.it	Via Padre Aniceto Chiappini 24	67100	L'Aquila
Il Giornale d'Abruzzo	http://ilgiornaledabruzzo.it	redazione@giornaledabruzzo.net	Via Ferro di Cavallo 29	66034	Lanciano (CH)
Il Giornale di Montesilvano	http://iwww.ilgiornaledimontesilvano.com	redazione@giornaledimontesilvano.com	Via Pallanza 4	65123	Montesilvano (PE)
Il Messaggero Abruzzo	http://www.ilmessaggero.it/ABRUZZO/	redazioneweb@ilmessaggero.it	Via del Tritone 152	00187	Roma
Il Pescara	http://www.ilpescara.it	CityNews@citynews	Via G.Porzio 4 Napoli	-	-
Il Tempo Abruzzo	http://www.iltempo.it/abruzzo	a.pironti@iltempo.it	P.zza Colonna 336	00187	Roma
il Trigno	http://www.iltrigno.net	info@cittanet.it	Via Duca degli Abruzzi 54	66050	San Salvo (CH)
In Abruzzo srl	http://www.inabruzzo.com	amministrazione@inabruzzo.com	Via Ulisse Nurzia 6	67100	L'Aquila
In Pubblico	http://www.inpubblico.it	redazione@inpubblico.it	Via Torre Bruciata 3	64100	Teramo
Lancianonews	http://www.lancianonews.net	info@cittanet.it	Via Duca degli Abruzzi 54,	66059	San Salvo (CH)
L'Aquila Blog	http://www.laquilablog.it	info@laquilablog.it	Via Fuori Porta Napoli 14/b	67100	L'Aquila
La Città	http://www.lacittaquotidiano.it	redazione@lacittaquotidiano.it	Via Capuani 53	64100	Teramo

NOME	URL	EMAIL	INDIRIZZO	CAP	CITTÀ
L'Impronta	http://www.improntalaquila.org	redazione@improntalaquila.org	Via della Croce Rossa 237/c	67100	L'Aquila
L'Eco di San Gabriele	http://www.ecosangabriele.com	redazione@ecosangabriele.com	San Gabriele di Isola del Gran Sasso	64045	Isola del Gran Sasso (TE)
L'editoriale	http://www.leditoriale.com	vespagiuseppe@aruba.it	Via G. Caldora	67100	L'Aquila
L'Opinionista	http://www.lopinionista.it	info@lopinionista.it	Via Leopoldo Muzii 61	65123	Pescara
MarsicaLive	http://www.marsicalive.it	info@marsicalive.it	-	-	-
Marsica news	http://www.marsicanews.com	redazione@marsicanews.com	-	67051	Avezzano
newsabruzzo.it	http://www.newsabruzzo.it	redazione@newsabruzzo.it	Via Genova 61 (redazione)	65100	Pescara
News Town	http://www.news-town.it	redazione@news-town.it	Via Caduti Traforo del Gran Sasso 4	67100	L'Aquila
NotizieAbruzzo	http://www.notizieabruzzo.com	redazione@notizieabruzzo.com	Via Salino 6	64018	Tortoreto (TE)
Notizie d'Abruzzo	http://www.notiziedabruzzo.it	redazione@notiziedabruzzo.it	Via G.D'Annunzio 23	65127	Pescara
Notizie di Zona	http://www.notiziedizona.it	redazione@notiziedizona.it	Loc. Cortino 12	64026	Roseto degli Abruzzi (TE)
Onda Tv	http://ondatv.tv	ondatvsulmona@yahoo.it	Viale Mazzini 3	67039	Sulmona (AQ)
PagineAbruzzo	http://www.pagineabruzzo.it	info@pagineabruzzo.it	Via Paolini 25	65124	Pescara
pescaranews	http://www.pescaranews.net	info@cittanet.it	Via Duca degli Abruzzi 54	66050	San Salvo (CH)
Pescara Pescara	http://www.pescarapescara.it	redazione@mnservice.net	Via Raffaello 67	65124	Pescara
Piazza Grande	http://www.piazzagrande.info	redazione@piazzagrande.info	Via Oberdan 42 (redazione)	64100	Teramo
Piazza Rossetti	http://www.piazzarossetti.it	info@piazzarossetti.it	-	-	-
Portfolio	http://www.portfoliomagazine.it	luisa.stifani@libero.it	Via della Croce Rossa 237/c	67100	L'Aquila
PrimaDaNoi.it	http://www.primadanoi.it	redazione@primadanoi.it	Via Carlettini 8	65129	Pescara
Prima Pagina	http://www.primapaginaweb.it	redazione@primapaginaweb.it	Via Costantini 6	64100	Teramo
Qui Quotidiano	http://www.quiquotidiano.it	quiquotidiano@virgilio.it	C.so Italia 1	66054	Vasto (CH)
rete 5	http://www.rete5.tv	redazione@rete5.tv	Via dell'Industria 6/a	67039	Sulmona (AQ)
Rete8	http://www.rete8.it	amministrazione@rete8.it	Viale Abruzzo 374	66100	Chieti
rosetoweb.net	http://www.rosetoweb.net	info@cittanet.it	Via Duca degli Abruzzi 54	66050	San Salvo (CH)
sansalvo.net	http://www.sansalvo.net	info@cittanet.it	Via Duca degli Abruzzi 54	66050	San Salvo (CH)
Svago	http://www.svagonews.com	redazione@svagonews.com	Via della Croce Rossa 237/c	67100	L'Aquila
Tele Ponte	http://www.teleponte.it	info@teleponte.it	Via Gammarana 58	64100	Teramo
Tele Atri Notizie	http://www.tv-atr.it	tvatri@gmail.com	Viale Risorgimento 69/b	64032	Atri (TE)
Telesirio	http://www.telesirio.it	info@telesirio.it	Via R. Diesel snc	67051	Avezzano (AQ)
Teramo News	http://www.teramonews.com	info@teramonews.com	Via Micozzi 1	64100	Teramo
Terre Marsicane	http://www.terremarsicane.it	staff@terremarsicane.it	Via Serafino Rinaldi 56	67057	Pescina (AQ)
Thema l'informazione	http://www.themalinformazione.it	redazione@themalinformazione.it	Via Stradonetto 42 (redazione)	65128	Pescara
Tiko	http://www.tikotv.it	redazione@tikotv.it	Via della Croce Rossa 237/c	67100	L'Aquila
Tvsei	http://www.tvsei.it	tvsei@pec.it	Via Oberdan 23	64100	Teramo
Vasto24.it	http://www.vasto24.it	redazione@vasto24.it	Via S.Sisto (redazione)	66054	Vasto (CH)
vastoweb.com	http://www.vastoweb.com	redazione@vastoweb.com	Via Malta 6	86039	Termoli
Vera tv canale 79	http://www.veratv.it	dinnocenzo@mailexpress.it	Zona artigianale Ripoli - Via Pascoli	64023	Mosciano S.Angelo (TE)
VideoCittà.it	http://www.videocitta.it	info@videocitta.it	Via Omobono Bocache 2	66034	Lanciano (CH)
Vivere Pescara	http://www.viverepescara.it	redazione@viverepescara.it	Via Gioberti 43	65123	Pescara
ZAC7.it	http://www.zac7.it	info@zac7.it	-	-	-
Zeroincomune.it	http://www.zeroincomune.it	nickdellavalle66@tiscali.it	Via Giardino 101	66010	Loc.Rapino (CH)
Zonalocale	http://www.zonalocale.it	info@zonalocale.it	Via Giulio Cesare 71	66054	Vasto (CH)
Kong news	http://www.kongnews.it	info@kongnews.it	Via S. Pertini 12	66054	Vasto (CH)

Dal tipo di indagine effettuata, per i siti MarsicaLive, Marsica news, Piazza Rossetti e ZAC7.it, non è stato possibile rilevare i dati mancanti.

Tabella 2. Siti con spiccata rilevanza regionale

URL	DENOMINAZIONE
http://www.abexpress.it	
http://www.abruzzo24ore.tv	
http://www.abruzzoindependent.it	
http://www.abruzzonotizie.com	
http://www.abruzzopopolare.it	
http://www.abruzzoweb.it	
http://www.ansa.it/site/notizie/regioni/abruzzo/abruzzo.html	
http://www.cityrumors.it	
http://www.emmelle.it	
http://www.giornaledabruzzo.net	
http://www.ilcapoluogo.it	
http://ilcentro.gelocal.it	

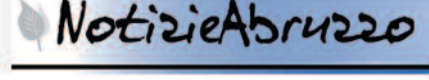
URL	DENOMINAZIONE
http://www.ilcorrieredabruzzo.it	
http://www.ilmessaggero.it	
http://www.iltempo.it/abruzzo	
http://www.inpubblico.it	
http://www.newsabruzzo.it	
http://www.notizieabruzzo.com	
http://www.notiziedabruzzo.it	
http://www.notiziedizona.it/info/	
http://www.pagineabruzzo.it	
http://www.primadanoi.it	

Tabella 3. Siti a rilevanza locale

URL	DENOMINAZIONE	AREA GEOGRAFICA
http://www.aquilatv.it		L'Aquila
http://www.chietitoday.it		Chieti
http://www.emmelle.it		Teramo
http://www.giulianovanews.it		Giulianova
http://www.guardiagreleweb.net		Guardiagrele
http://www.histonium.net		Vasto
http://ilcapoluogo.globalist.it		L'Aquila
http://www.ilpescara.it		Pescara
http://www.iltrigno.net		Valle del Trigno
http://www.improntalaquila.org		L'Aquila

URL	DENOMINAZIONE	AREA GEOGRAFICA
http://www.lacittaquotidiano.it		Teramo
http://www.lancianonews.net		Lanciano
http://www.marsicalive.it		Marsica
http://www.pescaranews.net		Pescara
http://www.rosetoweb.net		Roseto degli Abruzzi
http://www.sansalvo.net		San Salvo
http://www.teramonews.com		Teramo
http://www.terremarsicane.it		Marsica
http://www.vasto24.it		Vasto

Tabella 4. Periodici

URL	DENOMINAZIONE
http://www.abruzzomagazine.it	
http://www.ecosangabriele.com	
http://www.lopinionista.it	
http://www.piazzagrande.info	
http://www.piazzarossetti.it	
http://www.primapaginaweb.it	
http://www.svagonews.com	
http://www.themalinformazione.it	

Tabella 5. Web tv e siti di emittenti televisive

URL	DENOMINAZIONE
http://www.aquilatv.it	
http://www.geniotv.tv	
http://www.ondatv.tv	
http://www.rete5.tv	
http://www.rete8.it	
http://www.teleponte.it	
http://www.tikotv.it	
http://www.tv-atr.it	
http://www.tvsei.it	
http://www.veratv.it	
http://www.videocitta.it	

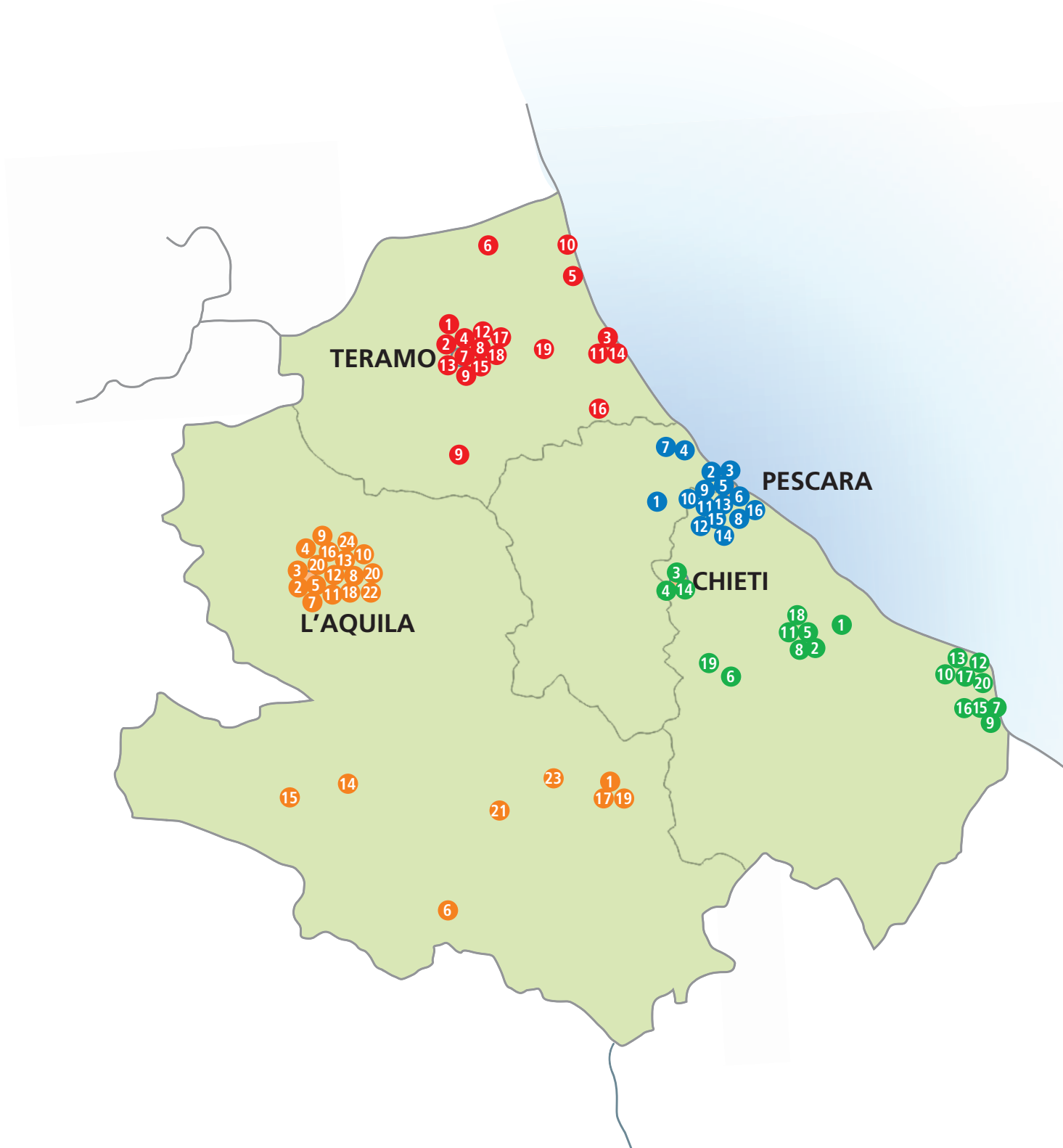
Tabella 6. Dati anagrafici dei siti di informazione online

NOME	URL	EDITORE	DIRETTORE RESPONSABILE	REGISTRAZIONE TRIBUNALE	ISCRIZIONE ROC
AbExpress	http://www.abexpress.it	Regesta Publishing Group s.r.l.	Lucio Maria D'Alessandro	L'Aquila n° 19/2011	n. 20954
Abruzzoin.com	http://www.abruzzoin.com	Buongiornissimo srl	Manuele Pierangeli	-	-
Abruzzo in Video	http://www.abruzzoinvideo.tv	Nicola Lanetta	Daniele Lanetta	Lanciano n° 2/2011	n. 22429
Abruzzo Independent	http://www.abruzzoindependent.it	Independent Identity	Marco Manzo	Pescara n° 25/2010	n. 22661
Abruzzolive.tv	http://www.abruzzolive.tv	Cenere di rosa	Serena Giannico	Lanciano n°183/2008	-
Abruzzo Magazine	http://www.abruzzomagazine.it	VacanzeCultura.it	Donato Parete	Pescara n° 3/2010	-
Abruzzo Notizie	http://www.abruzzonotizie.com	Comunicareidee	Cristiano Zarroli	Pescara n° 6/2012	n. 22697
Abruzzo Popolare	http://www.abruzzopopolare.it	Associazione Abruzzo Popolare	Nando Marinucci	Chieti n° 4/2011	-
Abruzzo24ore	http://www.abruzzo24ore.tv	ENG video	Luca Di Giacomantonio	L'Aquila n° 550/2006	-
AbruzzoWeb	http://www.abruzzoweb.it	Enfasi s.r.l.	Berardo Santilli	L'Aquila n° 501/2003	n. 20485
Agenzia giornalistica economica d'abruzzo	http://www.ageabruzzo.it	-	-	-	-
Agica	http://www.agica.it	-	Maria Paola Iannella	-	-
All News Abruzzo	http://www.allnewsabruzzo.it	Allmedia Comuniazioni	Candida De Novellis	Pescara n° 18/2011	n. 22390
Ansa.it Abruzzo	http://www.ansa.it/web/notizie/regioni/abruzzo/abruzzo.shtml	Associazione Nazionale Stampa Associata	Luigi Contu	Roma n° 212/1948	-
AQBOX.TV	http://www.aqbox.tv/	-	-	-	-
Aquila TV	http://www.aquilatv.it	AquilaTv&Communication di Christian De Rosa	Giancarlo De Risio	L'Aquila n° 560/2006	-
ASIpess	http://www.asipress.it	SCC di Stefano Cristofani	Stefano Cristofani	Sulmona n° 1/2012	n. 22749
Certa Stampa	http://www.certastampa.it	Fin Television s.r.l.	Antonio D'Amore	Teramo n° 661/2012	-
ChietiToday	http://www.chietitoday.it	Citynews s.r.l.-Associata USPI	Matteo Scarlino	Roma n° 92/2010	-
Cityrumors.it	http://www.cityrumors.it	Domenico Rastelli	Luca Zarroli	Teramo n° 607/2009	-
Corriere Peligno	http://www.corrirepeligno.it	-	Giovanni Ruscitti	Sulmona n° 1/2010	-
Emmelle.it	http://www.emmelle.it	Emmelle Comunicazione s.r.l.	Roberto Almonti	Teramo n° 570/2007	n. 021369
Forzapescara.it	http://www.forzapescara.tv	Pescara News	Luciano Rapa	Pescara n° 18/2010	-
G. COM Gazzetta Commerciale	http://www.gazzettacommerciale.com	Media Power Communication soc.coop.arl	Germana D'Orazio	L'Aquila n° 6/2011	n. 21784
Genio tv	http://www.geniotv.tv	Ass.ne senza scopo di lucro Genio tv	Lucio Russi	Lanciano n° 280/2012	n. 22698
Giulianova News	http://www.giulianovanews.it	Walter De Berardinis	Walter De Berardinis	Teramo n° 592/2008	-
guardiagreleweb.net	http://www.guardiagreleweb.net	Rete Cittanet	Michele Tana	Vasto n° 106/2005	-
hisionium.net	http://www.hisionium.net	Rete Cittanet	Michele Tana	Vasto n° 106/2005	-
il Capoluogo	http://ilcapoluogo.globalist.it	MacroMedia Comunicazione srl	Roberta Galeotti	L'Aquila n° 531/2004	n. 21370
Il Centro	http://ilcentro.gelocal.it	L'Espresso S.p.a.	Mauro Tedeschini	Pescara n°4/1986	-
Il Corriere d'Abruzzo	http://www.ilcorrieredabruzzo.it	Phairon Media s.r.l.	Maria Grazia Frattaruolo	Teramo n° 631/2010	n. 22539
Il Ficcanaso	http://www.ilficcanaso.org	Ass.ne Informazione Libera	Gianfranco Cocciolone	L'Aquila n°526/2005	n. 14262
Il Giornale d'Abruzzo	http://ilgiornaledabruzzo.it	Associazione La luna di Seb	Gioia Salvatore	Lanciano n° 01/2012	-
Il Giornale di Montesilvano	http://www.ilgiornaledimontesilvano.com	Ass.ne La Ves	Angela Curatolo	Pescara n°10/2010	-
Il Messaggero Abruzzo	http://www.ilmessaggero.it/ABRUZZO/	Caltagirone Editore	Mario Orfeo	Roma n° 164/1948	-
Il Pescara	http://www.ilpescara.it	Citynews s.r.l.	Maria Carola Catalano	Roma n° 92/2010	-
Il Tempo Abruzzo	http://www.iltempo.it/abruzzo	Domenico Bonifaci	Sarina Biraghi	Roma n° 117/2009	n. 20189
il Trigno	http://www.iltrigno.net	Rete Cittanet	Michele Tana	Vasto n° 106/2005	-
In Abruzzo srl	http://www.inabruzzo.com	In Abruzzo s.r.l.	Gianfranco Colacito	L'Aquila n° 1/2009	n. 19114
In Pubblico	http://www.inpubblico.it	In Pubblico	Gianluca Torrieri	Teramo n°659/2012	-
Lancianonews	http://www.lancianonews.net	Rete Cittanet	Michele Tana	L'Aquila n° 1309/2010	-
L'Aquila Blog	http://www.laquilablog.it	Power Media Communications Soc. Coop. A.r.l.	Germana D'Orazio	L'Aquila n° 6/2011	n. 21784
La Città	http://www.lacittaquotidiano.it	New Editor s.r.l.	Alessandro Misson	Teramo n° 551/2006	n. 19045

NOME	URL	EDITORE	DIRETTORE RESPONSABILE	REGISTRAZIONE TRIBUNALE	ISCRIZIONE ROC
L'Impronta	http://www.improntalaquila.org	Associato L'Impronta	Luisa Stifani	L'Aquila n° 519/2004	n.17677
L'Eco di San Gabriele	http://www.ecosangabriele.com	Editoriale Eco srl	Pierino Di Eugenio	Teramo n° - /1960	n.1470
L'editoriale	http://www.leditoriale.com	Associazione Kiasma Abruzzo	Giuseppe Vespa	L'Aquila n° 293/1992	-
L'Opinionista	http://www.lopinionista.it	Alessandro Gulizia	Alessandro Gulizia	Pescara n° 08/2008	n.17982
MarsicaLive	http://www.marsicalive.it	Live Communication	Eleonora Berardinetti	Avezzano n° 7/2010	-
Marsica news	http://www.marsicanews.com	Antonio Ruscitti	Luca Di Giampietro	Avezzano n°3/2013	-
newsabruzzo.it	http://www.newsabruzzo.it	Lead s.r.l.	Carmelina Giandomenico	Pescara n° 11/2011	-
News Town	http: //www.news-town.it	NewsTown s.r.l.	Nello Avellani	L'Aquila n° 3/2013	n. 23780
NotizieAbruzzo	http://www.notizieabruzzo.com	Eco Informa s.r.l.	-	-	-
Notizie d'Abruzzo	http://www.notiziedabruzzo.it	Epineion Editrice s.r.l.	Maurizio Piccinino	Pescara n° 08/2012	n.22607
Notizie di Zona	http://www.notiziedizona.it	Ditta Comunicando	Luisa Macignani	Teramo n° 646/2011	n.21430
Onda Tv	http://ondatv.tv	Onda tv media group sas	Lucio Maria D'Alessandro	Sulmona n° 2/2013	-
PagineAbruzzo	http://www.pagineabruzzo.it	Press\$Press	Vittorio Pace	Pescara n° 22/2006	-
pescaranews	http://www.pescaranews.net	Rete Cittanet	Luciano Rapa	Vasto n° 106/2005	-
Pescara Pescara	http://www.pescarapescara.it	Gruppo M&N Service	Francesca Di Giuseppe	Pescara n°20/2001	-
Piazza Grande	http://www.piazzagrande.info	Multimedia sas	Marcello Martelli	Teramo n° 450/2001	-
Piazza Rossetti	http://www.piazzarossetti.it	-	Giuseppe Forte	Vasto n° 116/2007	-
Portfolio	http://www.portfoliomagazine.it	Ass.ne L'Impronta	Luisa Stifani	L'Aquila n° 577/2007	n.17677
PrimaDaNoi.it	http://www.primadanoi.it	Donlisander Communication srl	Alessandro Biancardi	Chieti n° 7/2005	n.23382
Prima Pagina	http://www.primapaginaweb.it	Ecs Editori s.r.l.	Diomina Carpineta	Teramo n° 605/2009	n.20081
Qui Quotidiano	http://www.quiquotidiano.it	Q-Edizioni	-	-	-
rete 5	http://www.rete5.tv	Ass.ne Comunicando	Ezio Barcone	Sulmona n° 1/2006	-
Rete8	http://www.rete8.it	Rete 8 s.r.l.	Pasquale Pacilio	Chieti n° 13/1987	n.8881
rosetoweb.net	http://www.rosetoweb.net	Rete Cittanet	Michele Tana	Vasto n° 106/2005	-
sansalvo.net	http://www.sansalvo.net	Rete Cittanet	Michele Tana	Vasto n° 106/2005	-
Svago	http://www.svagonews.com	Ass.ne L'Impronta	Manuel Romano	L'Aquila n° 549/2006	n.17677
Tele Ponte	http://www.teleponte.it	Fin Television s.r.l.	Roberto Almonti	-	n.6610
Tele Atri Notizie	http://www.tv-atri.it	Elvira Ferrari	Cosimo Daidone	Teramo n° 279/1989 e n° 342/1993	n.8953
Telesirio	http://www.telesirio.it	Abruzzo Tv Srl	Giuliano Gentile	-	n.19597
Teramo News	http://www.teramonews.com	Naca Arte sas	Gennaro Della Monica	Teramo n° 2/2004	n.19736
Terre Marsicane	http://www.terremarsicane.it	Alter Ego	Maddalena Monaco	Avezzano n° 9/2008	-
Thema l'informazione	http://www.themalinformazione.it	Agenzia Stampa Master s.r.l.	Pasquale Tritapepe	Pescara n° 16/2008	-
Tiko	http://www.tikotv.it	Ass.ne L'Impronta	Luisa Stifani	L'Aquila n° 09/2012	n.17677
Tvsei	http://www.tvsei.it	Tv6 s.r.l.	Alfredo Giovannozzi	-	n.14848
Vasto24.it	http://www.vasto24.it	-	-	Vasto n°133/-	-
vastoweb.com	http://www.vastoweb.com	Promaco srl	Nicola Montuori	Larino n°01/2009	-
Vera tv canale 79	http://www.veratv.it	Associazione Tv Vera	Gloria Caioni	-	n.21966
VideoCittà.it	http://www.videocitta.it	Multimedia Comunicazione s.r.l.	Gabriella Mauro	Lanciano n° 185/2008	-
Vivere Pescara	http://www.viverepescara.it	Edizioni Vivere Srl	Michele Pinto	Ancona n° 20/2007	n. 16629
ZAC7.it	http://www.zac7.it	Amaltea Edizioni	Patrizio Iavarone	-	-
Zeroincomune.it	http://www.zeroincomune.it	Ass.ne La Bilancia	Rita Rosano	Chieti n° 10/2009	n.21337
Zonalocale	http://www.zonalocale.it	Studioware sas	Michele D'Annunzio	Vasto n° 134/2012	n.23273
Kong news	http://www.kongnews.it	KONG edizioni	Filippo Di Nardo	Vasto n° 136/2013	-

Dal tipo di indagine effettuata, per i siti Agenzia giornalistica economica d'abruzzo, Agica, NotizieAbruzzo, Piazza Rossetti, Qui Quotidiano e Vasto24.it non è stato possibile rilevare i dati mancanti.

10. Mappa di distribuzione geografica dei siti di informazione nelle province abruzzesi



I siti sono stati suddivisi in base all'indirizzo della sede legale dei giornali on line

TERAMO

- 1 Abruzzoin.com
- 2 Certa Stampa
- 3 Cityrumors.it
- 4 Emmelle.it
- 5 Giulianova News
- 6 Il Corriere d'Abruzzo
- 7 In Pubblico
- 8 La Città
- 9 L'Eco di San Gabriele
- 10 NotizieAbruzzo
- 11 Notizie di Zona
- 12 Piazza Grande
- 13 Prima Pagina
- 14 Roseto web.net
- 15 Tele Ponte
- 16 Tele Atri Notizie
- 17 Teramo News
- 18 Tvsei
- 19 Vera tv canale 79

CHIETI

- 1 Abruzzo in Video
- 2 Abruzzolive.tv
- 3 Abruzzo Popolare
- 4 ChietiToday
- 5 Genio tv
- 6 guardiagreleweb.net
- 7 histonium.net
- 8 Il Giornale d'Abruzzo
- 9 Il Trigno
- 10 Kong news
- 11 Lancianonews
- 12 Piazza Rossetti
- 13 Qui Quotidiano
- 14 Rete8
- 15 sansalvo.net
- 16 Vasto24.it
- 17 vastoweb.com
- 18 VideoCittà.it
- 19 Zeroincomune.it
- 20 Zonalocale

L'AQUILA

- 1 AbExpress
- 2 Abruzzo24ore
- 3 AbruzzoWeb
- 4 Agica
- 5 Aquila TV
- 6 ASIpress
- 7 G.COM Gazzetta Commerciale quotidiano economico d'Abruzzo
- 8 il Capoluogo
- 9 Il Ficcenaso
- 10 In Abruzzo srl
- 11 L'Aquila blog
- 12 L'Impronta
- 13 L'editoriale
- 14 MarsicaLive
- 15 Marsicanews.it
- 16 News Town
- 17 Onda Tv
- 18 Portfolio
- 19 rete 5
- 20 Svago
- 21 Terre Marsicane
- 22 Tiko
- 23 ZAC7.it
- 24 AQBOX.TV

PESCARA

- 1 Abruzzo Indipendent
- 2 Abruzzo Magazine
- 3 Abruzzo Notizie
- 4 Agenzia giornalistica economica d'abruzzo
- 5 All News Abruzzo
- 6 Forzapescara.it
- 7 Il Giornale di Montesilvano
- 8 il pescara.it
- 9 L'Opinionista
- 10 newsabruzzo.it
- 11 Notizie d'Abruzzo
- 12 PagineAbruzzo
- 13 pescaranews
- 14 Pescara Pescara
- 15 PrimaDaNoi.it
- 16 Thema l'informazione

Edizioni locali di quotidiani nazionali

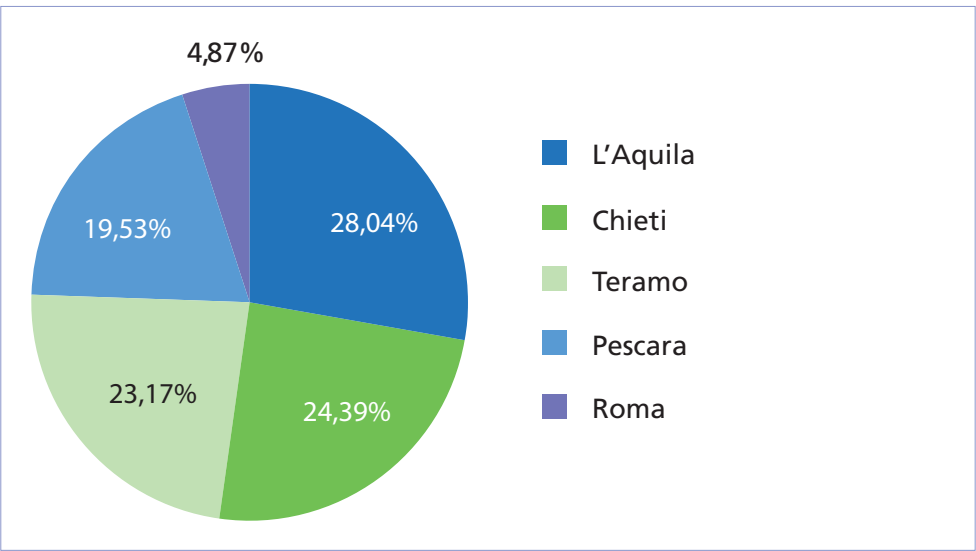
Ansa.it Abruzzo
Il Centro
Il Messaggero Abruzzo
Il Tempo Abruzzo

10.1 Analisi e distribuzione geografica

Dall'analisi dei dati raccolti risulta che alcuni siti di informazione online in Abruzzo fanno parte di una realtà che potrebbe definirsi "franchising dell'informazione": pur avendo un dominio registrato con il nominativo della località abruzzese di riferimento, si tratta di siti gestiti ed editi da reti più complesse e presenti su tutto, o in parte, il territorio nazionale. I gestori di tali piattaforme di informazione online dichiarano sulla propria pagina web che la redazione è comunque locale. Tra i siti appartenenti alla categoria sopra descritta si annoverano: **www.chietitoday.it** e **http://www.ilpescara.it/** appartenenti al circuito informativo di Citynews⁴, mentre i siti **http://www.sansalvo.net/**, **http://www.rosetoweb.net/**, **http://www.pescaranews.net/**, **http://www.lancianonews.net/**, **http://www.iltrigno.net/**, **http://www.histonium.net/**, **http://www.guardiagreleweb.net/** appartengono al circuito di Cittanet⁵.

Alcuni di questi portali non garantiscono una completezza di dati nella loro pagina, con l'aggiunta del servizio di informazione erogato dalla Rai per il tramite dei servizi telematici, non incluso soltanto per il fatto di essere un operatore di rete di carattere nazionale non rintracciabile dai parametri utilizzati per la presente indagine.

La seguente tabella mostra la distribuzione geografica dei siti di informazione nelle province abruzzesi:



La provincia con maggiori testate online registrate risulta essere L'Aquila. E' importante comunque osservare come le testate di maggior rilevanza come **www.ilmessaggero.it/abruzzo** e **www.iltempo.it/abruzzo** siano registrate presso i tribunali di riferimento (in questo caso Roma) dei media nazionali dai quali dipendono le edizioni locali.

⁴ Si tratta di una piattaforma di informazione online attiva in 37 città italiane.

⁵ È una rete di siti di informazione locale gestiti da redazioni presenti sul territorio nazionale.

11. Posizionamento dei siti rilevati

Con il termine **posizionamento** s'intende l'acquisizione di visibilità tra i risultati dei motori di ricerca. Più specificamente, è l'operazione attraverso la quale il sito viene ottimizzato per comparire nei risultati in una "posizione" il più possibile favorevole e rilevante. Le pagine di risposta di una ricerca online ospitano sia risultati veri e propri sia inserzioni a pagamento. Quindi il posizionamento può essere di due tipi:

- Posizionamento naturale (dall'inglese organic placement), che si ottiene mediante azioni di ottimizzazione del sito e, se fatto in maniera efficiente, offre un ottimo ritorno sull'investimento. L'ottimizzazione viene eseguita considerando l'alberatura del sito, la pulizia del codice, i testi, i meta tag, i link e altre indicazioni che il codice sorgente della pagina fornisce ai motori di ricerca.
- Link sponsorizzati (noti anche col termine "pay per click" o "sponsored links"), inserzioni a pagamento che permettono all'utente di acquistare le parole con cui vuole comparire, creare il messaggio da abbinare (il cosiddetto "testo del link") e selezionare una pagina di destinazione (landing page). L'ordine degli inserzionisti nella pagina di risultati è determinato da una serie di criteri definiti dal network pubblicitario; il più rilevante di questi è il "costo per click", un criterio che stabilisce la spesa che l'inserzionista deve sostenere per ogni visita ricevuta grazie all'inserzione abbinata a una determinata parola chiave.

Per meglio comprendere il posizionamento di un sito è necessario fare riferimento al concetto di Rank. Il Rank è stato pensato per ottenere un'idea approssimativa del grado di "importanza" di un sito e indirettamente della sua visibilità. Il Rank di un sito è un valore che viene attribuito ad ognuna delle pagine web conosciute da un motore di ricerca che effettua tale tipo di classificazione. Questo tipo di posizionamento dipende oltre che dagli algoritmi di calcolo del motore di ricerca anche dall'architettura del sito ricercato. Uno dei principali obiettivi di un webmaster è proprio quello di aumentare il Rank del proprio sito. Il Rank, tuttavia, non è che uno dei tanti parametri presi in considerazione per decidere la posizione di una pagina. Infatti un valore elevato di Rank non garantisce necessariamente una posizione migliore rispetto ad una pagina con Rank più basso. Spesso, succede che pagine con Rank basso superino in posizione le pagine con un Rank più alto, ma con contenuti (testi, tag HTML, link, ecc.) meno ottimizzati.

Al fine della nostra analisi sono stati utilizzati due sistemi di Rank, disponibili in rete.

- **Google PageRank**
- **Alexa Rank**

Google PageRank è un valore, da 0 a 10, che indica, secondo Google, la popolarità di un sito web. E' possibile conoscere il valore del PageRank di una specifica pagina tramite il Google ToolBar che assegna valori tra 0 e 10 calcolati sulla base di una scala logaritmica.

PR REALE	PR SUL TOOLBAR	
1-10	1	Quasi tutte le nuove pagine
10-100	2	Pagine con qualche link esterno
100-1000	3	Inizio della diffusione
1.000-1.0000	4	Popolarità media
10.000-100.000	5	Popolarità media, linking interno ottimizzato
100.000-1.000.000	6	Pagina di un sito importante
1.000.000 - 10.000.000	7	Irraggiungibile per il normale webmaster

Alexa. Alexa riesce a fornire un dato giornaliero in cui misura le visite dei siti con una percentuale chiamata "reach" che confrontata con altri siti permette di evidenziare il trend di crescita, del sito stesso, e la sua evoluzione nel tempo.

Il calcolo del "rank" effettuato è stato riportato nella tabella a seguire con indicazione del valore fornito da Google PageRank e da Alexa per ogni sito di informazione in Abruzzo.

Tabella 7. Dati Google pageRank e Alexa

NOME	URL	GOOGLE PAGERANK	ALEXA RANK
AbExpress	http://www.abexpress.it	3	1,689,424
Abruzzoin.com	http://www.abruzzoin.com	-	-
Abruzzo in Video	http://www.abruzzoinvideo.tv	1	10,410,462
Abruzzo Independent	http://www.abruzzoindependent.it/	4	1,298,042
Abruzzolive.tv	http://www.abruzzolive.tv	3	1,042,695
Abruzzo Magazine	http://www.abruzzomagazine.it	1	15,601,096
Abruzzo Notizie	http://www.abruzzonotizie.com	0	6,082,445
Abruzzo Popolare	http://www.abruzzopopolare.it	2	8,328,571
Abruzzo24ore	http://www.abruzzo24ore.tv	4	52,999
AbruzzoWeb	http://www.abruzzoweb.it	4	107,201
Agenzia giornalistica economica d'abruzzo	http://www.abruzzoweb.it	4	107,201
Agica	http://www.agica.it	1	5,634,345
All News Abruzzo	http://www.allnewsabruzzo.it	-	9,698,917
Ansa.it Abruzzo	http://www.ansa.it/web/notizie/regioni/abruzzo/abruzzo.shtml	6	2,086
AQBOX.TV	http://www.aqbox.tv/	-	-
Aquila TV	http://www.aquilatv.it	4	445,658
ASIpess	http://www.asipress.it	-	3,886,826
Certa Stampa	http://www.certastampa.it	-	1,256,555
ChietiToday	http://www.chietitoday.it	4	1,034,657
Cityrumors.it	http://www.cityrumors.it	4	161,689
Emmelle.it	http://www.emmelle.it	3	1,167,509
Forzapescara.it	http://www.forzapescara.tv	-	1,273,876
G. COM Gazzetta Commerciale, quotidiano economico d'Abruzzo	http://www.gazzettacommerciale.com	-	1,451,089
Genio tv	http://www.geniotv.tv	-	12,018,125
Giulianova News	http://www.giulianovanews.it	4	2,070,673
guardiagreleweb.net	http://www.guardiagreleweb.net	2	5,229,318
histonium.net	http://www.histonium.net	3	431,430
il Capoluogo	http://ilcapoluogo.globalist.it	4	1,000,020
Il Centro	http://ilcentro.gelocal.it	7	3,842,997
Il Corriere d'Abruzzo	http://www.ilcorriedabruzzo.it	2	237,741
Il Ficcenaso	http://www.ilficcenaso.org	0	10,156,135
Il Giornale d'Abruzzo	http://ilgiornaledabruzzo.it	-	13,612,900
Il Giornale di Montesilvano	http://www.ilgiornaledimontesilvano.com	-	-
Il Messaggero Abruzzo	http://www.ilmessaggero.it/ABRUZZO/	7	6,328
Il Pescara	http://www.ilpescara.it	5	483,921
Il Tempo Abruzzo	http://www.iltempo.it/abruzzo	6	87,281
il Trigno	http://www.iltrigno.net	2	7,414,574
In Abruzzo srl	http://www.inabruzzo.com	-	1,866,153
In Pubblico	http://www.inpubblico.it	4	5,433,773
Lancianonews	http://www.lancianonews.net	2	6,813,126
L'Aquila Blog	http://www.laquilablog.it	-	549,281

NOME	URL	GOOGLE PAGERANK	ALEXA RANK
La Città	http://www.lacittaquotidiano.it	3	1,300,531
L'Impronta	http://www.improntalaquila.org	3	1,215,480
L'Eco di San Gabriele	http://www.ecosangabriele.com	1	27,097,033
L'editoriale	http://www.leditoriale.com	-	875,253
L'Opinionista	http://www.lopinionista.it	3	35,325
MarsicaLive	http://www.marsicalive.it	2	425,334
Marsica news	http://www.marsicanews.com	0	453,257
newsabruzzo.it	http://www.newsabruzzo.it	3	2,046,056
News Town	http://www.news-town.it	-	221,542
NotizieAbruzzo	http://www.notizieabruzzo.com	1	12,538,430
Notizie d'Abruzzo	http://www.notiziedabruzzo.it	2	2,423,162
Notizie di Zona	http://www.notiziedizona.it	3	1,830,522
Onda Tv	http://ondatv.tv	-	3,650,811
PagineAbruzzo	http://www.pagineabruzzo.it	3	1,465,047
pescaranews	http://www.pescaranews.net	2	18,751,387
Pescara Pescara	http://www.pescarapescara.it	1	8,478,889
Piazza Grande	http://www.piazzagrande.info	4	625,014
Piazza Rossetti	http://www.piazzarossetti.it	3	1,395,821
Portfolio	http://www.portfoliomagazine.it	2	28,525,125
PrimaDaNoi.it	http://www.primadanoi.it	4	6,417
Prima Pagina	http://www.primapaginaweb.it	2	5,445,025
Qui Quotidiano	http://www.quiquotidiano.it	2	404,457
rete 5	http://www.rete5.tv	3	480,039
Rete8	http://www.rete8.it	4	622,829
rosetoweb.net	http://www.rosetoweb.net	2	-
sansalvo.net	http://www.sansalvo.net	0	1,268,852
Svago	http://www.svagonews.com	2	10,251,969
Tele Ponte	http://www.teleponte.it	-	2,302,773
Tele Atri Notizie	http://www.tv-atri.it	-	12,694,555
Teramo News	http://www.teramonews.com	3	1,042,396
Terre Marsicane	http://www.terremarsicane.it	4	444,930
Thema l'informazione	http://www.themalinformazione.it	2	15,780,650
Tiko	http://www.tikotv.it	4	2,488,428
Tvsei	http://www.tvsei.it	-	3,913,179
Vasto24.it	http://www.vasto24.it	1	2,163,386
vastoweb.com	http://www.vastoweb.com	4	780,572
Vera tv canale 79	http://www.veratv.it	-	1,571,631
VideoCittà.it	http://www.videocitta.it	3	3,914,390
ZAC7.it	http://www.zac7.it	2	2,128,662
Zeroincomune.it	http://www.zeroincomune.it	-	-
Zonaleocale	http://www.zonaleocale.it	3	403,158
Kong news	http://www.kongnews.it	-	1,044,747

12. Siti in versione mobile

Alcuni studi rivelano che in Italia i “mobile surfer” sono già più di 10 milioni e una metà si connette ad internet quasi tutti i giorni. E’ molto importante verificare, al fine della presente indagine, la disponibilità di un sito a garantire la visualizzazione da parte degli utenti attraverso l’utilizzo dei vari device smartphone. La versione mobile di un sito web è un’edizione ottimizzata per cellulari, palmari, iPhone e smartphone, chiamati anche dispositivi mobili. Il mondo del mobile ha caratteristiche diverse e i siti mobile sono progettati secondo diversi parametri. Essi sono dotati di connessioni meno veloci rispetto alle linee ADSL e spesso i piani tariffari prevedono costi a consumo basati sulla quantità dei dati scaricati, inoltre la risoluzione e le dimensioni degli schermi sono molto ridotte. Essendo mobili, questi dispositivi sono alimentati da batterie che hanno autonomia limitata. Inoltre i piccoli processori dei dispositivi mobili hanno inferiori capacità di elaborazione. Un sito mobile ottimizzato avrà quindi un peso molto ridotto, contenuti adattati al supporto, navigabilità semplice ed intuitiva. L’uso dei dispositivi mobili per connettersi ad internet, nel mondo e soprattutto in Italia, è in forte crescita. Dall'elenco sei siti di informazione online emerso dalla nostra indagine, i siti dotati di una versione mobile ad oggi* risultano essere i seguenti:

- www.abruzzoweb.it
- www.ansa.it/web/notizie/regioni/abruzzo/abruzzo.shtml
- www.chietitoday.it
- www.cityrumors.it
- www.ecosangabriele.com
- www.emmelle.it
- www.guardiagreleweb.net
- www.histonium.net
- ilcapoluogo.globalist.it
- www.ilficanaso.org
- www.ilmessaggero.it/ABRUZZO
- www.ilpescara.it
- www.iltempo.it/abruzzo
- www.iltrigno.net
- www.improntalaquila.org
- www.lancianonews.net
- www.marsicanews.com
- www.pescaranews.net
- www.pescarapescara.it
- www.piazzagrande.info
- www.primadanoi.it
- www.quiquotidiano.it
- www.rosetoweb.net
- www.sansalvo.net
- www.tikotv.it
- www.zonaleocale.it



Versione "mobile" dei siti www.emmelle.it e www.primadanoi.it

* 13 maggio 2014

13. Conclusioni

L'obiettivo principale della nostra indagine è stato individuare e descrivere in maniera completa la realtà dell'informazione online in Abruzzo.

Si è focalizzata l'attenzione sui seguenti aspetti: modalità di presentazione delle notizie giornalistiche, contenuti informativi veicolati, e livello di interattività.

Dai risultati ottenuti si delinea il profilo di un'offerta di quotidiani online estremamente eterogenea e articolata, sia in termini quantitativi che qualitativi. Tuttavia dopo aver analizzato il contenuto della home page di ciascuno dei siti web e valutato i fattori di ipertestualità e multimedialità, è emersa la presenza di alcune caratteristiche generali e comuni alla maggior parte dei quotidiani presenti in rete.

La struttura dei siti osservati è molto simile e rispecchia uno schema di costruzione ormai consolidato e presente nelle maggiori testate giornalistiche on line, sia a carattere nazionale che internazionale. Questo “format” è replicato anche nei quotidiani online a carattere regionale e locale presenti nella realtà dell'informazione abruzzese.

Dopo un'analisi del grado di strutturazione, l'home page risulta così ripartita: nella parte superiore si trovano intestazione della pagina, nome e logo della testata. Sotto l'intestazione segue una suddivisione in colonne, modello molto diffuso tra i portali di informazione generalista. Le colonne presentano le notizie più rilevanti del giorno, riportate in ordine cronologico a partire dalla cosiddetta “news”, fino alla meno recente.

Su ogni sito è prevista una barra informativa per catalogare le notizie suddivise per rilevanza geografica (per provincia):

- L'Aquila
- Pescara
- Teramo
- Chieti

Da un punto di vista contenutistico si osserva una diversificazione tematica in base alle informazioni ricercate dagli utenti, in particolare:

- ambiente
- cultura
- cronaca
- politica
- società
- sport
- turismo

Ulteriore peculiarità è rappresentata dalla possibilità di personalizzazione delle pagine web e cioè dalla capacità di offrire al lettore un quotidiano “su misura”, aderente alle specifiche esigenze informative individuali.

L'interattività è una componente essenziale ed ogni sito possiede la funzione che permette all'utente di esprimere il proprio parere in relazione all'articolo selezionato: il commento alla notizia, infatti, è pubblicato direttamente sul sito del quotidiano. Il lettore online non si accontenta più solo di leggere, ma vuole intervenire, esprimere un'opinione, commentare la notizia. L'obiettivo più o meno esplicito è di creare un senso di comunità tra i lettori che, si presuppone, torneranno a controllare se hanno ricevuto delle risposte o se qualcuno ha apprezzato il loro intervento. Si crea un legame tra web e lettore fondamentale in termini di fidelizzazione dell'utenza: il lettore tornerà a consultare il sito, consolidando un rapporto di interazione e di fiducia.

Tempestività nell'aggiornamento delle notizie, potenziale capacità di informazione in tempo reale, e possibilità di raggiungere un pubblico più ampio rispetto alla carta stampata rappresentano i punti di forza dei quotidiani on line.

Tuttavia la rete intesa come spazio virtuale, giovane e non sottoposto a gerarchie, deve ancora conquistare una piena autorevolezza e credibilità da parte di lettori/navigatori non sempre in grado di gestire e discernere le informazioni disponibili in un contesto così destrutturato.

Competenza, affidabilità e qualità dell'informazione rappresentano i futuri traguardi per ampliare il livello di penetrazione del web nella vita dei cittadini e per permettere alla rete di affermarsi come realtà culturale rilevante.



Co.Re.Com Abruzzo
Via Michele Jacobucci, 4
67100 L'Aquila
Fax 0862 644248