



- 1. SINTASSI**
dei dati strutturati



- 2. QUALI PAGINE**
Convienne strutturare



- 3. RICH SNIPPET**
Quali e quanti sono



- 4. MAIN ENTITY**
Come topic primario



- 5. RELATED ENTITIES**
Costruire le relazioni



- 6. CASI CONCRETI**
Di applicazione

Guida pratica per l'implementazione di dati strutturati – il metodo SMR

[di Dan Kempes](#)

Negli ultimi anni mi sono trovato sempre più di frequente ad affrontare lo sviluppo di dati strutturati su progetti di portata medio-ampia e mi sono accorto di sentire il bisogno di una guida che affrontasse praticamente l'implementazione. L'ho cercata sul web, ma non ho trovato niente che mi soddisfacesse e allora ho deciso di produrre io stesso un protocollo per standardizzare l'implementazione dei dati strutturati: il metodo **SMR, Snippet-MainE-RelatedE**.

In questo articolo non si concentrerà sulla storia e il senso più profondo di schema.org: l'esigenza di un database complessivo per il web, intelligibile per i motori di ricerca, il progetto di web semantico immaginato da Tim Berners-Lee alla prima ora e tutto il resto. Do per scontato che conosciate l'argomento, sono sicuro che avete trovato numerosi articoli che ne fanno un approfondimento teorico efficiente.

Quello che cercherò di fare è invece un how-to in piena regola: una guida per affrontare casi pratici di implementazione dei dati strutturati. Come fare le scelte, come costruire gli script, quali entità privilegiare all'interno delle pagine e perchè.

Indice degli argomenti:

- 1) La scelta della sintassi;
- 2) Quali pagine trattare con i dati strutturati;
- 3) S – Gli snippet di Google;
- 4) M - Il concetto di MainEntity of page;
- 5) R – Related entities;
- 6) Casi pratici di dati strutturati
 1. Una Home page;
 2. Un articolo di blog;

1. La scelta della sintassi

Schema.org supporta tre tipologie di sintassi:

- **Microdata**, innestata nel corpo dell'html;
- **RDFa**, innestata in html mediante l'attributo property;
- **json/ld**, innestata nei tag <script> in head o body;

Al netto di ogni valutazione di convenienza in relazione al progetto di cui vi occupate, diciamo subito che Google predilige il formato json/ld, come espresso chiaramente da John Mueller in risposta alla domanda di un utente: “*We currently prefer JSON-LD markup. I think most of the new structured data that are kind of come out for JSON-LD first. So that’s what we prefer*”. E come prescritto nella documentazione ufficiale:

Format	Description and Placement
JSON-LD* (Recommended)	JavaScript notation embedded in a <script> tag in the page head or body. The markup is not interleaved with the user-visible text, which makes nested data items easier to express, such as the Country of a PostalAddress of a MusicVenue of an Event. Also, Google can read JSON-LD data when it is dynamically injected into the page's contents, such as by JavaScript code or embedded widgets in your content management system.
Microdata	An open-community HTML specification used to nest structured data within HTML content. Like RDFa, it uses HTML tag attributes to name the properties you want to expose as structured data. It is typically used in the page body, but can be used in the head.
RDFa	An HTML5 extension that supports linked data by introducing HTML tag attributes that correspond to the user-visible content that you want to describe for search engines. RDFa is commonly used in both the head and body sections of the HTML page.

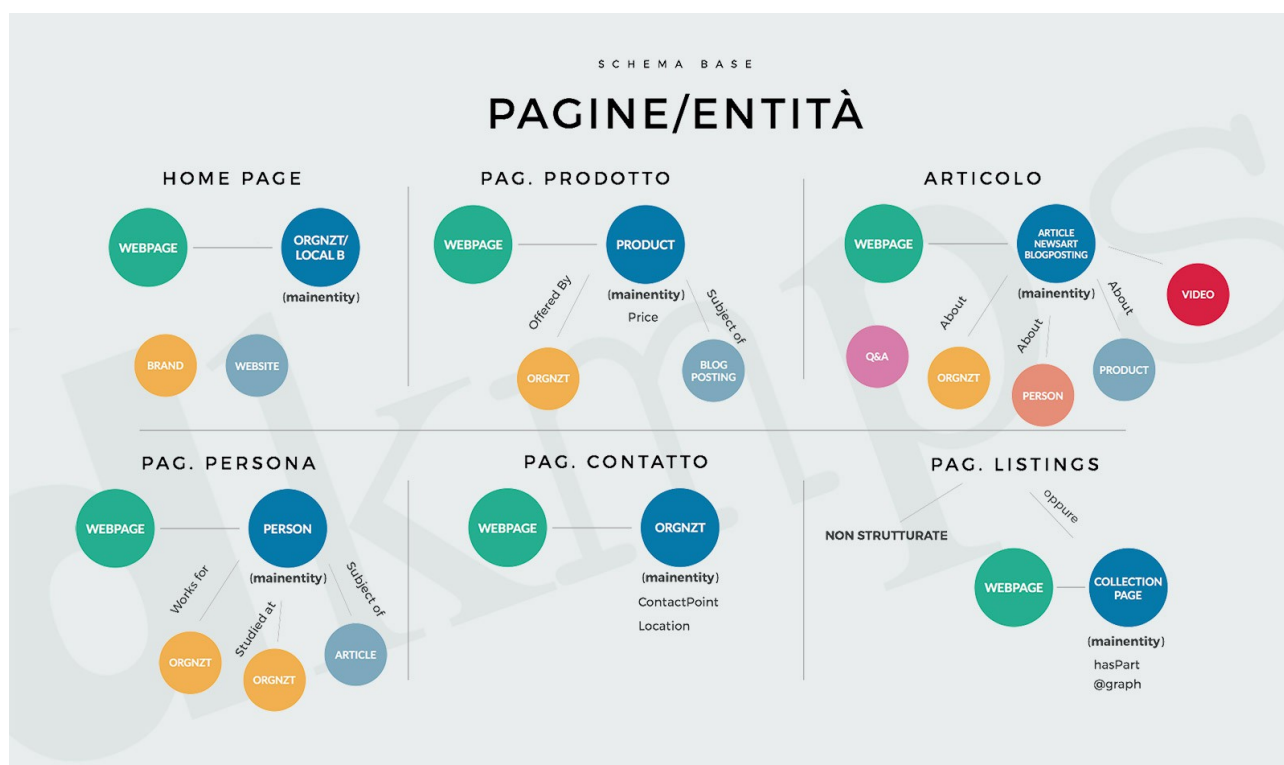
★ Google recommends using JSON-LD for structured data whenever possible.

Con la sintassi json-ld il dato è raccolto, non c'è dispendio di risorse (per il motore) nel mettere insieme le informazioni, perciò è agile comprendere che Google implementi i rich snippet sulla base di questa tecnologia.

2. Quali pagine trattare con i dati strutturati

Il primo approccio all'implementazione pratica dei DS consiste in uno screening delle pagine del sito che tratteremo. Non necessariamente dovremo strutturare le informazioni per tutte le pagine, ed in ogni caso ci sono pagine che saranno prioritarie rispetto ad altre.

Ho provato a realizzare uno schema esemplificativo, non esaustivo da utilizzare come riferimento di partenza:



Gli esempi elencati sono un punto di partenza, non di arrivo. Il vocabolario di schema.org è ampio e si modifica costantemente, quindi la scelta delle entità e degli attributi può e deve essere variabile.

La cosa importante da tenere a mente è che “Schema is about entity not pages”. Occorre focalizzarsi sulle entità e sulle relazioni che possiamo costruire fra le stesse. Per questo le pagine che corrispondono ad un'entità univoca sono più facili da strutturare in modo efficace.

Per quanto riguarda invece le pagine di listings, ovvero tutte quelle pagine che contengono elenchi di cose, abbiamo due possibilità: possiamo non strutturarle affatto se riteniamo che non siano rilevanti (per esigenze di compressione del budget ad esempio), oppure possiamo

trovare delle tecniche per valorizzarle mediante l'uso della proprietà @graph o hasPart. Vi segnalo a tal proposito un [articolo che prova a inquadrare le collection page su Schema App](#)

3. S – I rich snippet di Google

Il primo passo per l'implementazione di dati strutturati è rispondere alla domanda: per quale rich snippet vorrei posizionare questa pagina web?

Questa domanda presuppone una buona conoscenza delle numerosissime (parliamo di circa un centinaio) tipologie di rich-snippet introdotte da Google nell'ultimo lustro o poco più.

Fra queste vi sono alcune da preferire per profittabilità e/o per facilità di ingresso. È uno scenario estremamente liquido in questo momento, quindi occorre cautela (e tanto tempo in SERP) nella valutazione gli snippet, specialmente se consideriamo che proprio in questi giorni si aggiunge l'incognita della nuova normativa UE che potrebbe ridurre/alterare il funzionamento.

La documentazione Google stessa ci fornisce una prima idea basica degli snippet cui riferirsi:

Content Type	Available Features	Notes
Article	Top stories carousel Rich results	The Top stories carousel requires that your content be published in AMP. For more information, see AMP with structured data .
Local Business	Local business listing	
Local Business	Place actions	Requires explicit opt-in. Express interest .
Music	Music actions	Requires explicit opt-in. Express interest .
Recipe	Rich results Host-specific lists	
Critic review	Critic review cards	
TV & Movie	Watch actions	Express interest .
Video	Rich results	

Ciò nonostante può essere utile una breve lista di alcuni degli snippet più utili e raggiungibili mediante corretta implementazione di dati strutturati:

Knowledge Graph

un grafo di informazioni dettagliate che può basarsi su markup di dati strutturati, ma Google può anche (facilmente) ignorarli, soprattutto perchè spesso le informazioni sono restituite da fonti più autorevoli come Wikipedia.

[documentazione Google per knowledge graph](#)


apple

Please setup a valid API key


All Images Maps News Shopping More Settings Tools

About 4,700,000,000 results (0.74 seconds)

Apple (Latin America)
<https://www.apple.com/lae/>
Discover the innovative world of Apple and shop everything iPhone, iPad, ...
[iPhone](#) · [Apple TV 4K](#) · [Apple Special Events](#) · [Apple and Business](#)



Apple
Azienda

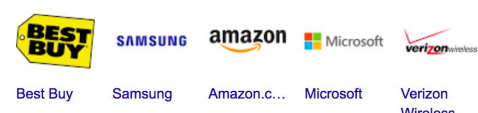


Apple Inc., è un'azienda statunitense che produce sistemi operativi, computer e dispositivi multimediali con sede a Cupertino, in California. La società fu fondata nel 1976 da Steve Jobs, Steve Wozniak e Ronald Wayne, a Cupertino, nella Silicon Valley, in California. [Wikipedia](#)

Assistenza clienti: 800 915 904
Fatturato: 265,6 miliardi USD (2018)
Sede: Cupertino, California, Stati Uniti
Fondatori: Steve Jobs, Steve Wozniak, Ronald Wayne
Prodotti: iPhone, Apple Watch, iPad, Apple Macintosh, Apple TV, [ALTRO](#)

Profiles
[Facebook](#) [YouTube](#) [Twitter](#) [LinkedIn](#)

Ricerche correlate [Visualizza altri 15 elementi](#)



[Best Buy](#) [Samsung](#) [Amazon.c...](#) [Microsoft](#) [Verizon Wireless](#)

[More about Apple](#)

Limitazione di responsabilità [Feedback](#)

Featured snippet e People also ask

Nei featured generici e più specificamente nei PAA non si entra necessariamente attraverso dati strutturati, ed in ogni caso a questi va affiancata una buona ricerca dei topic principali e correlati per incontrare le tendenze di ricerca degli utenti. Dal punto di vista del markup DS si può convenientemente utilizzare l'entità Question e Answer, come nel caso che ho preso in esame nell'immagine di esempio.

[documentazione Google su Q&A](#)



come si estrae il mezcal



All

Images

Videos

News

Shopping

More

Settings

Tools

About 8,650 results (0.36 seconds)

Tip: Search for **English** results only. You can specify your search language in [Preferences](#)

Mezcal - Wikipedia

<https://en.wikipedia.org/wiki/Mezcal> ▼

Mezcal (or **mescal**) is a distilled alcoholic beverage made from any type of agave. The word **mezcal** comes from Nahuatl *mexcalli* [mɛʃˈkalːi] *metl* [mɛt̚t̚] por la calidad del **mezcal** que se obtiene está el "tobala" (Agave potatorum Zucc.) ...

Mescal (distillato) - Wikipedia

[https://it.wikipedia.org/wiki/Mescal_\(distillato\)](https://it.wikipedia.org/wiki/Mescal_(distillato)) ▼ [Translate this page](#)

Il **mescal** (pron. [mesˈkal], spagnolo **mezcal**, náhuatl *mexcalli*) è un distillato messicano ... Il **mescal**, a differenza della più conosciuta **tequila**, si produce solo con la parte centrale ... Il **mescal** viene utilizzato come ingrediente in alcuni cocktail.

[Tequila](#) · [Comadia redtenbacheri](#) · [Agave \(botanica\)](#) · [Scyphophorus acupunctatus](#)

Qui come è noto si beccano discreti click

People also ask

What is the difference between tequila and mezcal? ^

Both distilled spirits are made from agave, but **tequila** must be made from a certain type—blue Weber agave—and it can only be produced in the state of Jalisco and some parts of Guanajuato, Michoacán, Nayarit, and Tamaulipas. ... **Mezcal**, on the other hand, can be made from more than 30 types of agave. Mar 27, 2018

[Mezcal vs. Tequila - What's the Difference Between Tequila and ...](#)

<https://www.townandcountrymag.com/leisure/drinks/a19563124/mezcal-vs-tequila/>

Search for: [What is the difference between tequila and mezcal?](#)

Is mezcal a hallucinogen? ▼

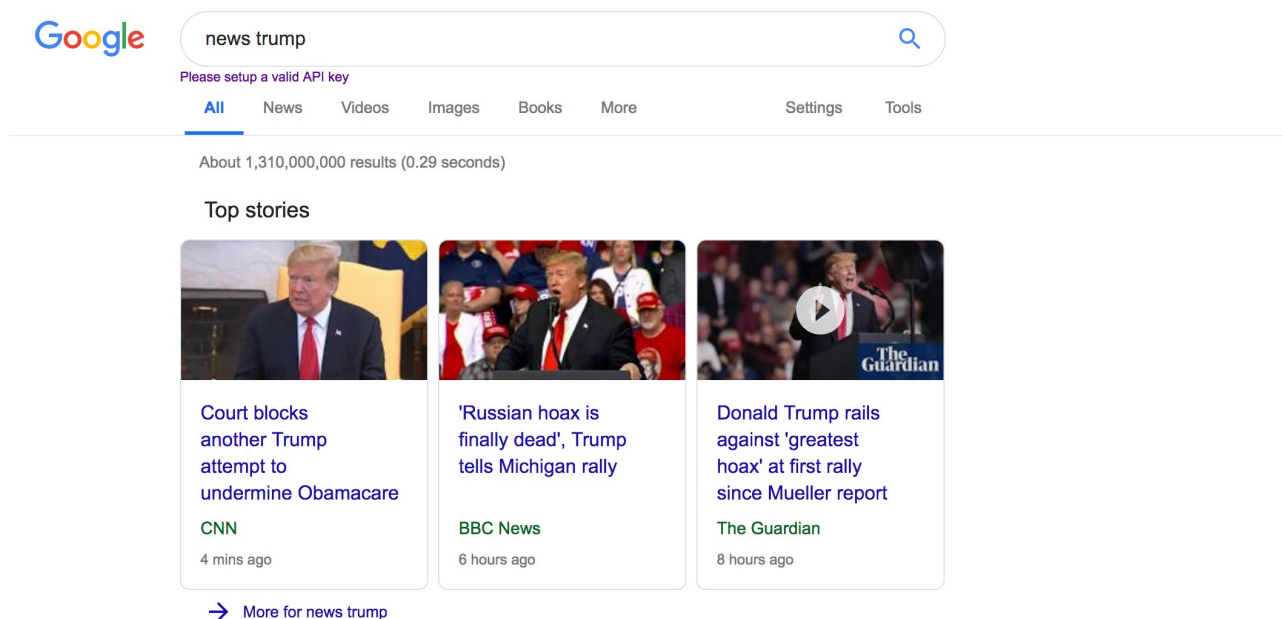
How do you drink mezcal straight? ▼

Is mezcal always smoky? ▼

Top stories

Probabilmente lo snippet più conosciuto ad oggi, di solito appare come un carousel di articoli. La condizione di ingresso è spesso l'autorevolezza del contenuto, oltre alla “freshness” della notizia, caratteristica che lo rende raggiungibile da siti e portali specializzati e nella maggior parte dei casi già affermati. E poi naturalmente c'è bisogno

di un account News publish center.



Star Rating su prodotti, ricette e altri

Altro snippet ben noto che porta ottimi risultati. Il markup a livello di dati strutturati non è difficile da implementare, ma naturalmente è importante lavorare con recensioni autentiche, rintracciabili e possibilmente rilasciabili all'interno della pagina.

Sitelinks e Breadcrumb

Snippet sovente sottovalutati, danno buona resa. Ottenibili mediante una buona architettura informazionale e attraverso l'uso dell'entità Breadcrumblist (o di suoi consimili).

4. M - Il concetto di MainEntity come Primary Topic

Schema riguarda le entità e le relazioni fra entità.

Implementare dati strutturati significa comunicare ai motori di ricerca il contenuto principale delle nostre pagine e le eventuali relazioni con altri contenuti secondari.

Per fare questo bisogna familiarizzare con il concetto di MainEntity o Top Level Entity. **La MainEntity è l'entità protagonista della pagina web che strutturiamo.** Si tratta del nostro Primary Topic e dovrebbe stare ai dati strutturati come l'H1 sta all'HTML. Perciò la MainE deve essere identificata in modo efficace.

Questo discorso è importante per evitare che in relazione alla stessa pagina vengano strutturate più Top Level Entities, fattispecie che può rivelarsi dannosa per il raggiungimento di specifici rich-snippet e che oggi come oggi è ancora piuttosto comune a siti anche autorevoli.

A questo proposito bisogna considerare che i dati strutturati, a differenza dell'HTML, non hanno un posizionamento gerarchico che ne rappresenta l'ordine di importanza, bensì sono singole entità trasmesse ai motori separatamente le une dalle altre. È compito nostro comunicare al motore di ricerca il grado di importanza di ciascuna entità e le relazioni che intercorrono fra di esse. A questo proposito vi segnalo [un articolo illuminante sull'uso della proprietà mainEntityofPage](#), probabilmente un po' ostico alla prima lettura, ma fondamentale per la comprensione del problema.

Dal punto di vista pratico per come la vedo io ciascuna pagina dovrebbe convenientemente essere contrassegnata con una univoca MainEntity se si vuole avere qualche buona possibilità di rankare all'interno di rich snippet specifici, specialmente con domini di autorevolezza media e/o neonata.

Come fare?

Per identificare in maniera univoca la nostra entità principale di pagina possiamo utilizzare le due proprietà biunivoche [mainEntityOfPage](#) e [mainEntity](#).

Vediamone un esempio pratico: Una pagina web (home page) di un Ristorante. È importante notare che lo strumento di testing di Google accoppia le due entità dichiarate in una sola: questo significa che abbiamo costruito correttamente la relazione fra la pagina e la mainEntity.

```
1 <script type="application/ld+json">
2 {
3   "@context": "http://schema.org",
4   "@type": "Restaurant",
5   "mainEntityOfPage": {
6     "@type": "WebPage",
7     "@id": "http://cathscafe.example.com/"
8   },
9   "name": "Cath's Cafe",
10  "address": "Via Sperduta 118",
11  "openingHours": "Mo,Tu,We,Th,Fr,Sa,Su 11:00-20:00",
12  "telephone": "+155501003344",
13  "menu": "/menu",
14  "image": "http://cathscafe.example.com/img/una-immagine.jpg",
15  "priceRange": "20-40$",
16  "servesCuisine": "Meat&Pasta"
17 }
18 </script>
19 <script type="application/ld+json">
20 {
21   "@context": "http://schema.org",
22   "@type": "WebPage",
23   "@id": "http://cathscafe.example.com/",
24   "mainEntity": {
25     "@type": "Restaurant",
26     "name": "Cath's Cafe",
27     "address": "Via Sperduta 118",
28     "openingHours": "Mo,Tu,We,Th,Fr,Sa,Su 11:00-20:00",
29     "telephone": "+155501003344",
30     "menu": "/menu",
31     "image": "http://cathscafe.example.com/img/una-immagine.jpg",
32     "priceRange": "20-40$",
33     "servesCuisine": "Meat&Pasta"
34   }
35 }
```

Restaurant		0 ERRORI 0 AVVISI ^
@type	Restaurant	
name	Cath's Cafe	
openingHours	Mo,Tu,We,Th,Fr,Sa,Su 11:00-20:00	
telephone	+155501003344	
menu	/menu	
image	http://cathscafe.example.com/img/una-immagine.jpg	
priceRange	20-40\$	
servesCuisine	Meat&Pasta	
mainEntityOfPage		
@type	WebPage	
@id	http://cathscafe.example.com/	
mainEntity		
@type	Restaurant	
name	Cath's Cafe	
openingHours	Mo,Tu,We,Th,Fr,Sa,Su 11:00-20:00	
telephone	+155501003344	
menu	/menu	
image	http://cathscafe.example.com/img/una-immagine.jpg	
priceRange	20-40\$	
servesCuisine	Meat&Pasta	
address		
@type	PostalAddress	
name	Via Sperduta 118	
address		
@type	PostalAddress	
name	Via Sperduta 118	

Dal momento che il vocabolario di Schema (e quindi i motori) assume implicitamente che “*Every web page is implicitly assumed to be declared to be of type WebPage*” ci conviene considerare che qualunque pagine possiede intrinsecamente una mainentity di partenza: il tipo WebPage. Se noi implementiamo webpage utilizzando la proprietà mainEntity in modo da farla corrispondere alla proprietà mainEntityOfPage della nostra entità principale, **stiamo di fatto costruendo una relazione biunivoca tra la pagina e l'entità principale**. È in questo modo che comunichiamo il nostro Primary Topic ai motori di ricerca.

4. R – Related Entities, costruire le relazioni

Naturalmente l'identificazione della MainEntity non limita la possibilità di statuire all'interno della stessa pagina altre e diverse entità. Arricchiamo l'esempio precedente del ristorante: facciamo il caso che la home page contenga anche un post relativo a un evento, diciamo un concerto, che si terrà all'interno del ristorante stesso.

```
<!-- RISTORANTE -->
<script type="application/ld+json">
{
  "@context": "http://schema.org",
  "@type": "Restaurant",
  "mainEntityOfPage": {
    "@type": "WebPage",
    "@id": "http://cathcafe.example.com/"
  },
  "name": "Cath's Cafe",
  "address": "Via Sperduta 118",
  "openingHours": "Mo,Tu,We,Th,Fr,Sa,Su 11:00-20:00",
  "telephone": "+155501003344",
  "menu": "/menu",
  "image": "http://cathcafe.example.com/img/una-immagine.jpg",
  "priceRange": "20-40$",
  "servesCuisine": "Meat&Pasta"
}
</script>
<!-- WEB PAGE -->
<script type="application/ld+json">
{
  "@context": "http://schema.org",
  "@type": "WebPage",
  "@id": "http://cathcafe.example.com/",
  "mainEntity": {
    "@type": "Restaurant",
    "name": "Cath's Cafe",
    "address": "Via Sperduta 118",
    "openingHours": "Mo,Tu,We,Th,Fr,Sa,Su 11:00-20:00",
    "telephone": "+155501003344",
    "menu": "/menu",
    "image": "http://cathcafe.example.com/img/una-immagine.jpg",
    "priceRange": "20-40$",
    "servesCuisine": "Meat&Pasta"
  }
}
</script>
<!-- EVENTO NEL RISTORANTE -->
<script type="application/ld+json">
{
  "@context": "http://schema.org",
  "@type": "Event",
  "location": {
    "@type": "Restaurant",
    "name": "Cath's Cafe",
    "address": "Via Sperduta 118",
    "telephone": "+155501003344",
    "image": "http://cathcafe.example.com/img/una-immagine.jpg",
    "priceRange": "20-40$",
    "servesCuisine": "Meat&Pasta"
  },
  "name": "Gli amici di Cath Trio",
  "offers": {
    "@type": "Offer",
    "price": "13.00",
    "priceCurrency": "USD",
    "url": "http://www.ticketfly.com/purchase/309433",
    "startDate": "2013-09-14T21:30"
  }
}
</script>
```

← Event

Event

ANTEPRIMA 0 ERRORI 6 AVV

@type	Event
name	Gli amici di Cath Trio
startDate	2013-09-14T21:30:00
location	
@type	Restaurant
name	Cath's Cafe
telephone	+155501003344
image	http://cathcafe.example.com/img/una-immagine.jpg
priceRange	20-40\$
servesCuisine	Meat&Pasta
address	
@type	PostalAddress
name	Via Sperduta 118
offers	
@type	Offer
price	13.00
priceCurrency	USD
url	http://www.ticketfly.com/purchase/309433
availability	Il campo availability è consigliato. Specifica un valore, se disponibile.
validFrom	Il campo validFrom è consigliato. Specifica un valore, se disponibile.
description	Il campo description è consigliato. Specifica un valore, se disponibile.
endDate	Il campo endDate è consigliato. Specifica un valore, se disponibile.
image	Il campo image è consigliato. Specifica un valore, se disponibile.
performer	Il campo performer è consigliato. Specifica un valore, se disponibile.

Abbiamo strutturato due entità, una principale e una secondaria ed abbiamo iniziato a costruire una relazione fra i due elementi. Si tratta di un esempio basico, a seguire inizia il vero lavoro: strutturare e arricchire il contenuto dei dati, che significa approfondire la grande quantità di proprietà che il vocabolario Schema ci mette a disposizione per arricchire le relazioni.

A questo proposito va sicuramente segnalato il sito jsonld.com, - il cui claim richiamando un'eccezionale album dei System of a Down recita provocatoriamente “steal our json-ld!” - che può convenientemente essere un fido compagno di banco perchè offre risorse e risposte a numerose delle problematiche in cui ci si imbatte sviluppando le relazioni. Il generatore automatizzato offerto da jsonld.com non è tuttavia il massimo del superfriendly almeno a mio parere, ma in giro per l'internet ce ne sono di tutte le forma e prezzo.

5. Casi pratici di dati strutturati

Lo sviluppo pratico del codice per i dati strutturati varia in base al tipo di piattaforma su cui stiamo lavorando. Penso subito a Wordpress, utilizzato da migliaia di operatori digitali in tutto il mondo: in piattaforma WP vi servirete sicuramente di un plugin, ne stanno fiorendo diversi che si occupano di renderizzare il codice. Se invece sviluppate a mano attraverso linguaggi di programmazione come PHP o PERL vi sarà utile una logica di server-side rendering. Più difficile introdurre il codice a mano, specialmente per siti di

media o grande portata.

Ma quale che sia lo stile di programmazione non esiste (o mi sfugge) al momento in cui scrivo un tool che possa efficacemente fare al posto nostro il lavoro di scelta dei dati e di costruzione delle relazioni fra le entità, cioè di gran lunga la parte più importante della strutturazione.

Qui ci torna utile il metodo che ho illustrato in questo articolo: SMR e le sue tre direttrici:

1. S - Per quale rich snippet vorrei posizionarmi?
2. M - Chi è il mio Primary Topic di pagina?
3. R - Come arricchisco la mainentity mettendola in relazione con altre entity complementari?

Vediamo qualche caso pratico di sviluppo su pagine web comuni.

5.1 Casi pratici: una Home Page

La premessa è che non c'è modo di tracciare uno standard fisso di implementazione, come già detto più volte Schema è un vocabolario vivo, quindi questi esempi vanno presi cum grano salis. Semplificando il più possibile una home può essere la porta di ingresso su:

- il sito di una Azienda/Brand/Ecommerce;
- il sito di una Persona;
- il sito di un'attività Locale;

Per i siti personali la MainEntity di riferimento è

Person; per quelli aziendali e/o istituzionali vi è **Organization** (curiosità: nel vocabolario schema ci sarebbe anche Corporation, ma non vi è chiara traccia al momento di una sua implementazione da parte di Google).

Organization può supportare correttamente anche la **Home page di un ecommerce**, fermo restando che chi fa vendita esclusivamente sul digitale può convenientemente arricchirla attraverso proprietà più “sottili” come offers, aggregateOffer, offerCatalog ed altre.

Infine per le attività locali c'è il tipo LocalBusiness che supporta numerosi attributi interessanti fra cui l'orario di apertura, ordinazioni e prenotazioni, il telefono diretto. Tutte queste funzionalità sono utilizzate da google principalmente per rispondere a do-query, quindi a ricerche fatte da mobile che di norma contengono intenti (di acquisto e consumo) già maturi. Quindi convertono di più. Si tratta perciò di un dato strutturato importantissimo, a patto che si riferisca ad un'attività con una localizzazione geografica precisa ed aperta al pubblico. In caso contrario non implementatela.

```

<script type="application/ld+json">
{
  "@context": "http://schema.org",
  "@type": "Organization",
  "name": "Grande Consorzio Mondiale dei SEO",
  "legalName": "GCMS ltd",
  "foundingDate": "2039",
  "founders": [
    {
      "@type": "Person",
      "name": "Tim Berners Lee"
    }
  ],
  "mainEntityOfPage": {
    "@type": "WebPage",
    "@id": "https://www.gcms.it/history.html",
    "name": "Grande Consorzio Mondiale dei SEO"
  },
  "description": "Il Grande Consorzio Mondiale dei SEO",
  "logo": "https://www.gcms.it/images/logo_gcms.png",
  "image": "https://www.gcms.it/images/contatti/canvas_stabilimento.jpg",
  "url": "http://www.gcms.it/",
  "telephone": "+3908199999",
  "email": "gcms@gcms.it",
  "sameAs": [ "https://twitter.com/gcmssrl", "https://www.facebook.com/gcms", "https://www.youtube.com/user/gcmssrl", "https://www.instagram.com/gcmssrl/" ],
  "address": {
    "@type": "PostalAddress",
    "streetAddress": "Via Verdi 18",
    "addressLocality": "Napoli",
    "postalCode": "80026",
    "addressCountry": "Italia"
  }
}
</script>
<script type="application/ld+json">
{
  "@context": "http://schema.org",
  "@type": "WebPage",
  "@id": "https://www.gcms.it/history.html",
  "mainEntity": {
    "@type": "Organization",
    "@id": "https://www.gcms.it/history.html",
    "name": "Grande Consorzio Mondiale dei SEO"
  }
}
</script>

```

Relazione biunivoca PAGE-><-MAIN ENTITY

← Organization	
Organization	
<div>ANTEPRIMA</div> <div>0 ERRORI 0 AVVISI</div>	
@type	Organization
name	Grande Consorzio Mondiale dei SEO
legalName	GCMS ltd
foundingDate	2039
description	Il Grande Consorzio Mondiale dei SEO è un organismo che vigila sul search marketing globale
logo	https://www.gcms.it/images/logo_gcms.png
image	https://www.gcms.it/images/contatti/canvas_stabilimento.jpg
url	http://www.gcms.it/
telephone	+3908199999
email	gcms@gcms.it
sameAs	https://twitter.com/gcmssrl
sameAs	https://www.facebook.com/gcms
sameAs	https://www.youtube.com/user/gcmssrl
sameAs	https://www.instagram.com/gcmssrl/
founders	
@type	Person
name	Tim Berners Lee
mainEntityOfPage	
@type	WebPage
@type	Organization
@id	https://www.gcms.it/history.html
name	Grande Consorzio Mondiale dei SEO
address	
@type	PostalAddress
streetAddress	Via Verdi 18
addressLocality	Napoli

Una volta stabilita la mainentity possiamo affiancare altre entità complementari, alcune le considero un vero e proprio must:

- **WebPage**, (la cui implementazione bidirezionale con la mainEntity è trattata ampiamente al punto 4);
- **Brand**, se non è insensato rispetto al business/settore è sempre una buona idea marcare il brand come entità

distinta;

- **Website**, questa entità la trovo sensata se dichiarata in home. L'Home Page resta il livello più alto di un sito e quindi perlomeno dal punto di vista architettuale è il documento principale, porta di ingresso su tutti gli altri contenuti. Molti sviluppatori usano questa entità soprattutto per ottenere lo snippet searchbox sulle chiavi di brand, un trucchetto che di solito piace ai clienti;


```

    "name": "Grande Consorzio Mondiale dei SEO"
  }
}
</script><script type='application/ld+json'>
{
  "@context": "http://schema.org/",
  "@type": "WebSite",
  "url": "https://www.gcms.it/",
  "inLanguage": "it",
  "name": "gcms",
  "author": {
    "@type": "Person",
    "name": "Dan Kempes"
  },
  "description": "il sito del Grande Consorzio Mondiale dei SEO.",
  "publisher": "A5 Studio",
  "potentialAction": {
    "@type": "SearchAction",
    "target": "https://www.gcms.it/search?s={search_term_string}",
    "query-input": "required name=search_term_string"
  }
}
</script>
<script type="application/ld+json">
{
  "@context": "http://schema.org",
  "@type": "BreadcrumbList",
  "itemListElement": [
    {
      "@type": "ListItem",
      "position": 1,
      "item": {
        "@id": "https://www.gc",
        "name": "Home gcms"
      }
    }
  ]
}
</script>

```

← WebSite

All (1)

WebSite		0 ERRORI 0 AVVISI
@type	WebSite	
url	https://www.gcms.it/	
inLanguage	it	
name	gcms	
description	il sito del Grande Consorzio Mondiale dei SEO.	
author		
@type	Person	
name	Dan Kempes	
publisher		
@type	Thing	
name	A5 Studio	
potentialAction		
@type	SearchAction	
target		
@type	EntryPoint	
urlTemplate	https://www.gcms.it/search?s={search_term_string}	
query-input		
@type	PropertyValueSpecification	
valueRequired	http://schema.org/True	
valueName	search_term_string	

- **Breadcrumblist**; a mio modo di vedere questa entità deve convenientemente essere presente su tutte le pagine. È un'entità architettonica e trasmette a Google la relazione fra sublivelli di navigazione. Se implementata correttamente facilita la presenza dello snippet breadcrumb in serp.

```

}
</script>
<script type="application/ld+json">
{
  "@context": "http://schema.org",
  "@type": "BreadcrumbList",
  "itemListElement": [
    {
      "@type": "ListItem",
      "position": 1, primo livello (Root)
      "item": {
        "@id": "https://www.gcms.it/",
        "name": "Home gcms"
      }
    }
  ]
}
]

```

BREADCRUMBLIST
PERMETTE DI COMUNICARE
L'ARCHITETTURA DEL SITO

PAGINA DI SECONDO LIVELLO

```

<script type="application/ld+json">
{
  "@context": "http://schema.org",
  "@type": "BreadcrumbList",
  "itemListElement": [
    {
      "@type": "ListItem",
      "position": 1,
      "item": {
        "@id": "https://www.www.gcms.it/",
        "name": "Home GCMS"
      }
    },
    {
      "@type": "ListItem",
      "position": 2,
      "item": {
        "@id": "https://www.gcms.it/ideali/",
        "name": "Ideali gcms"
      }
    }
  ]
}
</script>

```

BreadcrumbList	
@type	BreadcrumbList
itemListElement	
@type	ListItem
position	1
item	
@type	Thing
@id	https://www.www.gcms.it/
name	Home GCMS
itemListElement	
@type	ListItem
position	2
item	
@type	Thing
@id	https://www.gcms.it/ideali/
name	Ideali gcms

Uno sguardo alla Home page di Apple.com per fare un confronto illustre

```

<script type="application/ld+json">
{
  "@context": "http://schema.org",
  "@id": "https://www.apple.com/#organization",
  "@type": "Organization",
  "name": "Apple",
  "url": "https://www.apple.com/",
  "logo": "https://www.apple.com/ac/structured-data/images/knowledge_graph_logo.png?201809210816",
  "contactPoint": [
    {
      "@type": "ContactPoint",
      "telephone": "+1-800-692-7753",
      "contactType": "sales",
      "areaServed": "US"
    },
    {
      "@type": "ContactPoint",
      "telephone": "+1-800-275-2273",
      "contactType": "technical support",
      "areaServed": "US",
      "availableLanguage": ["EN", "ES"]
    },
    {
      "@type": "ContactPoint",
      "telephone": "+1-800-275-2273",
      "contactType": "customer support",
      "areaServed": "US",
      "availableLanguage": ["EN", "ES"]
    }
  ],
  "sameAs": [
    "http://www.wikidata.org/entity/Q312",
    "https://www.youtube.com/user/Apple",
    "https://www.linkedin.com/company/apple",
    "https://www.facebook.com/Apple",
    "https://www.twitter.com/Apple"
  ]
}
</script>
<script type="application/ld+json">
{
  "@context": "http://schema.org",
  "@id": "https://www.apple.com/#website",
  "@type": "WebSite",
  "url": "https://www.apple.com/",
  "name": "Apple",
  "potentialAction": {
    "@type": "SearchAction",
    "target": "https://www.apple.com/us/search/{search_term_string}?src=...",
    "query-input": "required name=search_term_string"
  }
}
</script>
<script type="application/ld+json">
{
  "@context": "http://schema.org",
  "@id": "https://www.apple.com/#webpage",
  "@type": "WebPage",
  "url": "https://www.apple.com/",
  "name": "Apple"
}
</script>

```

APPLE STRUTTURA IN QUESTO
MODO LA SUA HOME PAGE

Rilevati

WebPage

Organization

WebSite

5.2 Casi pratici: un articolo di Blog

Se dobbiamo strutturare un articolo la prima cosa da tenere a mente è questo statement che capeggia all'interno della documentazione ufficiale di google:

“Article objects must be based on one of the following schema.org types: Article, NewsArticle, BlogPosting.”

Questo restringe il campo in modo inequivocabile e ci aiuta a uscire dal giardino di rovi che è la documentazione schema in fatto di articoli: decine di entità e proprietà interconnesse tra di loro, di cui però non si capisce né il senso né soprattutto la finalità.

Tornando all'implementazione pratica la scelta della Mainentity dipende esclusivamente dal tipo di contenuto che stiamo trattando. Se impariamo a memoria la documentazione schema su questi tre tipi facciamo una buona cosa:

Article: An article, such as a news article or piece of investigative report. Newspapers and magazines have articles of many different types and this is intended to cover them all. <https://schema.org/Article>

NewsArticle: A NewsArticle is an article whose content reports news, or provides background context and supporting materials for understanding the news. <https://schema.org/NewsArticle>

Blogposting: A blog post. <https://schema.org/BlogPosting>

Article è un pezzo investigativo, tipico di una testata giornalistica. Per strutturare un contenuto del genere è richiesta autorevolezza della fonte e del publisher. Il fatto curioso rispetto a questo tipo è che non si trovano facilmente articoli implementati con questa entità in giro per la rete.

È più comune trovarne con l'entity NewsArticle (che resta secondo la migliore entità per articoli su siti medio-grandi di giornalismo digitale). NewsArticle è un sottotipo di Article nel vocabolario schema, ma è comunque da considerare come un articolo di valore che può contenere opinioni o materiale di supporto per la comprensione di una notizia, ma anche la cronaca della notizia stessa. Ciononostante questo tipo di entity (e in teoria con la precedente) si punta alle top stories.

Infine il Blogposting, la cui prolissa descrizione in schema.org dice già molto sul suo valore, **dobbiamo considerarlo il post di un sito istituzionale che fa publishing settoriale**, oppure un pezzo da blog personale, o anche un blog che produce post aziendali. In generale l'autorevolezza di questa entity è certamente inferiore ai due tipi precedenti.

Per dare uno sguardo alle applicazioni pratiche di queste tre entità ho raccolto alcune informazioni da alcuni importanti siti di informazione e giornalismo. Vi riporto di seguito le gustose strutturazioni prodotte dal Washington Post (USA), dal Guardian (USA e UK), da Fanpage (Italia) e dal Blog di Semrush (post italiano).

https://www.washingtonpost.com/opinions/sally-yates-william-barr-should-release-the-full-mueller-report-as-soon-as-possible/2019/03/29/32f5e6d2-5236-11e9-8d28-f5149e5a2fda_story.html?noredirect=on&utm_term=.2607138ba7f4																
<pre>ual_layout_article rendering-context-www outputtype_default- dScripts new Array;</script> <script id="_\$cookiemonster"> on CM(wlmap,wlreg){this.wl={map:w1.map.concat(wlmap return var yum=this.nom(false,[cookieKey]).indexOf(cookieKey)>- {var unset=[];var slice(0,18),dcookies=cookiesList document.cookie.split(";"), ;i++){{save=dcookie.trim().split("\x3d")[0].toLowerCase(); ;<this.wl.reg.length,reg=this.wl.reg[0];if(reg.lastIndex=0; e.trim().split("\x3d")[0].toLowerCase();if(reg.test(save)) e if(unset.indexOf(save)<0&&this.wl.map.indexOf(save) Timeout(function(etc){return function(){for(var i=0; , 01 Jan 1970 00:00:01 GMT; path\x3d/; expires\x3dThu, 01 Jan 1970 00:00:01 GMT; path\x3d/; ires\x3dThu, 01 Jan 1970 00:00:01 GMT; path\x3d/; diy refusing to delete cookies on "+ onster__=CM;return CM})(document);</script> <script> o_login_id","wapo_secure_login_id","wapo_groups","wapo_display ame","wapo_fb_token","adsflag","comicsint","galleryplays","hom roll","wpnsecure","x-wp-split","x-split-</pre>	<table><tr><th>Rilevati</th><th>2 ERRORI</th><th>0 AVVISI</th></tr><tr><td>Organization</td><td>1 ERRORE</td><td>0 AVVISI</td></tr><tr><td>ViewAction</td><td>0 ERRORI</td><td>0 AVVISI</td></tr><tr><td>OpinionNewsArticle</td><td>1 ERRORE</td><td>0 AVVISI</td></tr></table> <p>Il Washington Post utilizza entità non riportate nella documentazione Google</p> <p>OPINIONNEWSARTICLE REPORTAGENEWSARTICLE</p>	Rilevati	2 ERRORI	0 AVVISI	Organization	1 ERRORE	0 AVVISI	ViewAction	0 ERRORI	0 AVVISI	OpinionNewsArticle	1 ERRORE	0 AVVISI			
Rilevati	2 ERRORI	0 AVVISI														
Organization	1 ERRORE	0 AVVISI														
ViewAction	0 ERRORI	0 AVVISI														
OpinionNewsArticle	1 ERRORE	0 AVVISI														
https://www.theguardian.com/politics/2019/mar/29/back-brexit-deal-or-open-chasm-of-distrust-liam-fox-tells-mps	NUOVO TEST															
<pre>'eid':"https://www.theguardian.com/publisher","name":"The imageObject","url":"https://uploads.guim.co.uk/2018/01 s://www.facebook.com/theguardian","https://twitter.com :"https://www.theguardian.com/politics/2019/mar/29/back-brexit- ion":{"@type":"ViewAction","target":"android-app://com.guardian -or-open-chasm-of-distrust-liam-fox-tells-mps"}} :ics/2019/mar/29/back-brexit-deal-or-open-chasm-of-distrust-</pre>	<table><tr><th>Rilevati</th><th>0 ERRORI</th><th>0 AVVISI</th></tr><tr><td>WebPage</td><td>0 ERRORI</td><td>0 AVVISI</td></tr><tr><td>Organization</td><td>0 ERRORI</td><td>0 AVVISI</td></tr><tr><td>NewsArticle</td><td>0 ERRORI</td><td>0 AVVISI</td></tr><tr><td>ViewAction</td><td>0 ERRORI</td><td>0 AVVISI</td></tr></table> <p>Il GUARDIAN utilizza</p> <p>NEWSARTICLE</p>	Rilevati	0 ERRORI	0 AVVISI	WebPage	0 ERRORI	0 AVVISI	Organization	0 ERRORI	0 AVVISI	NewsArticle	0 ERRORI	0 AVVISI	ViewAction	0 ERRORI	0 AVVISI
Rilevati	0 ERRORI	0 AVVISI														
WebPage	0 ERRORI	0 AVVISI														
Organization	0 ERRORI	0 AVVISI														
NewsArticle	0 ERRORI	0 AVVISI														
ViewAction	0 ERRORI	0 AVVISI														
https://www.fanpage.it/al-via-il-congresso-delle-famiglie-a-verona-tra-polemiche-e-contro-manifestazioni/	NUOVO TEST															
<pre>Conquiste sociali non si toccano</title> important){font-face{font-family:iconset;font- iconset.eot?v=201903290959'};src:url('https: efix') format('embedded- t.woff?v=201903290959') naset.++f?v=201903290959' }</pre>	<table><tr><th>Rilevati</th><th>0 ERRORI</th><th>0 AVVISI</th></tr><tr><td>NewsArticle</td><td>0 ERRORI</td><td>0 AVVISI</td></tr><tr><td>ViewAction</td><td>0 ERRORI</td><td>0 AVVISI</td></tr></table> <p>FANPAGE utilizza</p> <p>NEWSARTICLE</p>	Rilevati	0 ERRORI	0 AVVISI	NewsArticle	0 ERRORI	0 AVVISI	ViewAction	0 ERRORI	0 AVVISI						
Rilevati	0 ERRORI	0 AVVISI														
NewsArticle	0 ERRORI	0 AVVISI														
ViewAction	0 ERRORI	0 AVVISI														
https://it.semrush.com/blog/marketing-automation-vantaggi-workflow-automatizzato/	NUOVO TEST															
<pre>"no, initial-scale=1.0, maximum-scale=1.0, minimum-scale=1.0"> semrush.com/blog/static/build/favicons/apple-touch-icon.png"> 1.semrush.com/blog/static/build/favicons/favicon-32x32.png"> 1.semrush.com/blog/static/build/favicons/favicon-16x16.png"> ild/favicons/site.webmanifest"> uild/favicons/safari-pinned-tab.svg" color="#ba4717"> ic/build/favicons/favicon.ico"> xm/blog/static/build/favicons/browserconfig.xml"> sato</title> jin="anonymous"> /=Ubuntu:300,400,500,700" as="fetch" crossorigin="anonymous"></pre>	<table><tr><th>Rilevati</th><th>0 ERRORI</th><th>0 AVVISI</th></tr><tr><td>Comment</td><td>0 ERRORI</td><td>0 AVVISI</td></tr><tr><td>BreadcrumbList</td><td>0 ERRORI</td><td>0 AVVISI</td></tr><tr><td>Person</td><td>0 ERRORI</td><td>0 AVVISI</td></tr><tr><td>BlogPosting</td><td>0 ERRORI</td><td>0 AVVISI</td></tr></table> <p>il BLOG di SEMRUSH utilizza</p> <p>BLOGPOSTING</p>	Rilevati	0 ERRORI	0 AVVISI	Comment	0 ERRORI	0 AVVISI	BreadcrumbList	0 ERRORI	0 AVVISI	Person	0 ERRORI	0 AVVISI	BlogPosting	0 ERRORI	0 AVVISI
Rilevati	0 ERRORI	0 AVVISI														
Comment	0 ERRORI	0 AVVISI														
BreadcrumbList	0 ERRORI	0 AVVISI														
Person	0 ERRORI	0 AVVISI														
BlogPosting	0 ERRORI	0 AVVISI														