



UNIVERSITÀ DI PISA

DIPARTIMENTO DI FILOLOGIA, LETTERATURA E LINGUISTICA
Corso di Laurea Magistrale in Informatica Umanistica

Narrativa Fantasy Blog: sviluppo, gestione e promozione di un sito dedicato alla letteratura fantastica e al sostegno all'autopubblicazione per nuovi autori del settore

RELATRICE

Prof.ssa Nicoletta Salvatori

CANDIDATA

Ylenia Putortì

CORRELATORE

Prof. Giuseppe Andrea L'Abbate

Anno Accademico 2021/2022

Indice

1. Introduzione	2
2. Il contesto	3
2.1.Lo scopo	7
2.2.Letteratura fantasy in Italia	8
3. Fase di pianificazione	11
3.1. Analisi del target	11
3.2. Analisi del contesto competitivo.....	19
3.3. Analisi SWOT	28
3.4. Calendario editoriale	31
4. Scelta della piattaforma	34
4.1. Studio del logo	36
4.2. Grafica e coloring	38
4.3. Sezioni.....	39
4.4. La recensione	46
4.5. La newsletter	48
4.6. Tool per la ricerca delle parole chiave	57
5. L'accessibilità	62
6. I social	69
6.1. Instagram	75
6.2. Linktree	77
7. Gli analytics	78
8. Conclusioni	81
9. Bibliografia	82
10. Sitografia	83
11. Indice delle immagini	87

1. Introduzione

Lo scopo di questa tesi è quello di presentare *Narrativa Fantasy*, un blog dedicato al fantasy, con un fuoco particolare sugli autori italiani. L'idea è nata dalla volontà di creare un sito in cui mi propongo sia come book influencer sia come aiuto ai giovani scrittori che vogliono entrare nel mondo della letteratura fantastica.

La realizzazione di un blog è stata motivata dalla flessibilità di questo strumento: una tipologia di sito web che permette una maggiore interazione con i visitatori, con i quali è possibile instaurare un dialogo anche grazie ai rimandi social. Con l'ausilio di questi ultimi mi è stato possibile entrare in contatto con scrittori, che attraverso il blog ho potuto supportare appieno nella pubblicizzazione dei loro romanzi. Inoltre il blog ha reso possibile l'utilizzo di elementi multimediali, quali immagini e video, che attirano l'attenzione dei visitatori prima ancora del testo, a maggior ragione quando si discute di un filone in cui sono molto importanti le illustrazioni e da cui sono nati svariati film e serie.

Ciò che distingue questo blog da tanti altri a tema, è l'aver voluto inserire una sezione – oltre a quelle di recensioni e nuove uscite di libri, film e serie, già presenti in altri siti – dedicata completamente alla pubblicizzazione gratuita di romanzi e racconti conto terzi.

All'interno dei vari capitoli viene fatto un excursus di quello che è stato il percorso di creazione e gestione del blog.

Nel primo capitolo è stata fatta una descrizione dello scopo del blog e della letteratura fantastica nel nostro Paese, andando dunque a delineare il quadro generale.

Nel secondo capitolo riguarda la fase di pianificazione, che consiste nell'analisi del target, l'analisi del contesto competitivo, l'analisi SWOT e il calendario editoriale, che hanno permesso di avere un'idea chiara sulla struttura del sito e sui contenuti che sarebbero stati pubblicati all'interno del blog.

Nel terzo capitolo vi è una descrizione dei vari elementi che vanno a comporre il sito vero e proprio, come la scelta del nome, la grafica, il logo, ecc.

Il quarto capitolo è dedicato all'analisi dell'usabilità e dell'accessibilità, che ha permesso di rilevare alcune criticità del blog e sistemarle, in modo da rendere il sito fruibile ad un pubblico più vasto.

Il quinto capitolo è relativo ai social network utilizzati e alla strategia comunicativa adottata al loro interno. Questi si sono rivelati dei validi strumenti per la promozione del blog e dei libri di autori emergenti, e hanno permesso di rimanere in contatto con scrittori e altri blogger che trattano la stessa tematica.

Nel sesto capitolo sono stati inseriti i dati statistici riguardanti il blog e i social relativi al mese di agosto 2022.

Successivamente sono state inserite le conclusioni, la bibliografia e la sitografia e l'indice delle immagini.

2. Il contesto

Narrativa Fantasy vuole proporsi come blog in cui vengono principalmente sponsorizzati libri fantasy italiani attraverso recensioni degli stessi e una pagina apposita per la promozione di racconti e romanzi di autori emergenti. All'interno del sito è però possibile trovare anche recensioni e informazioni su film e serie TV, oltre a una sezione dedicata ad alcune tematiche di approfondimento collegate a questo genere.

Nella fase di avvio del progetto, sono state prese in considerazione tutta una serie di elementi fondamentali per la nascita del progetto stesso, tra cui il contesto in cui inserire il blog, in modo da comprendere quale fosse il pubblico di riferimento e come conquistarlo. A tal proposito sono state scelte le modalità di comunicazione e ideate delle strategie.

Con l'utilizzo di MAUVE e WAVE sono stati effettuati dei controlli sul blog, in modo da consentire la consultazione del sito a qualsiasi tipologia di utente, tra cui coloro che soffrono di deficit fisici.

La scelta è ricaduta sulla creazione di un blog poiché si tratta di uno degli strumenti con cui è possibile raccontarsi sulla rete con l'utilizzo di testo e contenuti multimediali. Adoperati inizialmente come fossero diari personali, con l'intenzione di parlare di sé agli amici, ad oggi si sono diffusi a tal punto che diversi blogger studiano tecniche di scrittura e comunicazione, analizzando gli argomenti di tendenza e impostando un piano editoriale in modo da avere successo sulla rete.

I precursori dei blog sono stati le pagine *What's New* di Mosaic, pubblicata tra il 1993 e il 1996, e il *World Wide Web* di Tim Berners-Lee, del 1992. Questi avevano lo scopo di presentare tutto ciò che riguardava le innovazioni attraverso brevi testi correlati di collegamenti ipertestuali. Anche se le due pagine non avevano la struttura dei blog come li intendiamo oggi, alcune loro peculiarità sono poi state utilizzate successivamente, come il block notes, l'evidenziazione delle novità e i collegamenti ad altre pagine web.

Del 1997 è la newspaper *Frontier News* (rinominata successivamente *Scripting News*) del programmatore Dave Winer, che veniva aggiornata quotidianamente con notizie riprese dal web. Questa divenne presto un modello per altri utenti della rete, tanto che nello stesso anno Chris Gulker creò la propria newspaper e pubblicò il suo primo post, con un link che avrebbe portato gli utenti alla pagina di Winer, con tanto di commento positivo alla creazione di quest'ultimo. Dave Winer, in risposta, aggiunse alla sua lista il sito di Gulker. Si tratta del primo caso di **cross-referring** (*riferimento incrociato*) tra newspaper, grazie al quale era possibile creare un sistema incrociato di riferimenti alle pagine ritenute interessanti usando i link.

Il termine blog venne coniato dal programmatore americano Jorn Barger nel dicembre 1997, che notò come il modello di Winer potesse essere considerato il migliore in quegli anni per lo scambio di informazioni su Internet. La parola blog è la concentrazione di *web log* (diario di bordo della rete), in riferimento al suo sito *Robot Wisdom*, nato con lo scopo di pubblicare risorse su James Joyce, sull'intelligenza artificiale, la storia e la tecnologia. L'obiettivo di questa pagina era quella di creare un'alternativa ai media tradizionali, che mancavano di autenticità e veridicità dei fatti, sviluppando un progetto in cui era necessario linkare articoli da fonti attendibili accompagnati da riassunti, in modo da conquistare i lettori del web, che avrebbero potuto commentare il tutto.

Dal maggio 1998 iniziarono a diffondersi weblog che seguivano la scia del modello di Barger, in cui vi era un **editor** (*autore*) chiamato **weblogger**. Nel 1999 il termine venne poi ridotto a *blog* da Peter Merholz di *Peterme.com*, che ha il merito di aver utilizzato questa parola anche come verbo, da cui si è partiti per coniare termini come *blogosfera* e *blogger*.

Sempre del 1999 sono i primi sistemi che permettevano la pubblicazione di blog offrendo hosting e software specifici, come *Pitas* e *Blogger*, servizio gratuito gestito dalla ditta Pyra Labs. Successivamente l'azienda optò per l'introduzione di inserzioni pubblicitarie e servizi aggiuntivi a pagamento denominati "Blogger Pro", in modo da evitare il fallimento per le troppe richieste. L'anno successivo nacquero servizi come **WordPress** e **Splinder**.

Negli anni 2000 si diffusero i *live blogging*, che consistevano nell'aggiornamento continuo dei blog, approccio utilizzato anche dalle testate giornalistiche per trasmettere le *breaking news*. Nel 2001 sono nati una serie di blog, come *Politics* di Ron Gunzbuger, *Instapundit* di Glenn Reynold's e *MyDD* di Jerome Armostrong e cominciano a diffondersi i primi manuali sul blogging.

Rilevante è stata la tragedia dell'11 settembre 2001, che ha visto molti blogger documentare l'accaduto con foto e post in tempo reale. Il periodo d'oro fu però tra il 2002 e il 2007, quando cominciarono a diffondersi in particolar modo i blog tematici: solo in Italia nel 2002 vi erano circa 500 blog, mentre l'anno successivo più di 5000.

Tra il 2006 e il 2007 i blog cominciarono a farsi spazio tra un pubblico non molto specializzato, e venivano visti principalmente come strumenti di self-publishing. I blogger di questo periodo dimostrarono di avere competenze tecniche eterogenee e non specialistiche.

Si inizia ad andare verso la ricerca della visibilità, utilizzando strategie che potessero permettere di avere un'audience fedele e attiva, grazie anche alla creazione di contest che prevedevano per esempio l'invio di contenuti specifici o selezioni di preferenze. I blogger

cominciano a crearsi degli spazi di comunicazione anche all'interno dei social network come Twitter o Flickr, diventando i primi veicoli di sviluppo di queste piattaforme anche in Italia.

Negli anni i blog sono diventati una fonte importante per la diffusione delle notizie, facendo sì che i cittadini iniziassero ad avere accesso ad informazioni che prima erano disponibili solamente per professionisti del settore. Questo processo di disintermediazione ha portato a quello che viene definito *citizen journalism*, ovvero una partecipazione attiva dei lettori, che grazie agli strumenti tecnologici di cui dispongono e alla natura collaborativa della rete, possono rendere disponibili informazioni e commenti ad altri utenti, senza dover passare per le testate giornalistiche.

Grazie alle piattaforme che negli anni sono nate e che hanno permesso a chiunque di creare il proprio sito senza necessariamente saper programmare, si sono inseriti all'interno del mondo dell'informazione molte persone che non avrebbero le competenze per farlo. Ciò ha portato alcune figure di riferimento della comunicazione, come giornalisti, sociologi e letterati, a lottare per mantenere la loro credibilità e autorevolezza. Ad oggi, i CMS più utilizzati per la realizzazione di siti sono *Wordpress* (43.0%), *Shopify* (4.1%) e *Wix* (2.3%).¹ Nello specifico, su WordPress ogni mese più di 409 milioni di persone leggono 20 miliardi di pagine, vengono pubblicati circa 70 milioni e 77 milioni di nuovi commenti.²

Nonostante l'attenzione negli ultimi anni si sia spostata ormai principalmente sui social, i blog continuano ad essere utilizzati. Non è possibile dire con certezza quanti tipi di blog siano presenti all'interno della blogosfera, ma tra i più conosciuti vi sono: i *videolog* (o *vlog*), *news blog*, *political blog*.

Dal punto di vista linguistico si può parlare di *blog diario*, imparentato con i diari su carta, ma differenti per lo strumento utilizzato e la presenza di un destinatario, *blog tematico*, dedicato a uno specifico tema (cucina, make-up, sport, ecc.), e *blog letterario*, al cui interno si trovano solitamente testi con ambizioni letterarie come poesie e racconti di vario genere. Fanno parte di questa categoria anche i blog sulle fanfiction, serie TV, cartoni animati, ecc., e quindi anche **Narrativa Fantasy**.

Il rapporto tra blogger e media tradizionali si è andato negli anni rafforzandosi, raggiungendo un'importante complementarità tra i due sistemi d'informazione: un terzo dei blogger interrogati dichiara di aver lavorato per un medium tradizionale, di cui il 41% per un mensile; il 55% dei lavoratori a tempo pieno e metà dei lavoratori dipendenti hanno collaborato con una rivista mensile

¹ <https://w3techs.com/>

² <https://wordpress.com/activity/>

e il 24% di coloro che hanno avuto un'esperienza lavorativa in un medium tradizionale vi lavorano tutt'oggi e gestiscono un blog separatamente.³

La nascita di Facebook e di Twitter tra il 2009 e il 2010, però, ha portato a una crisi dell'espansione del fenomeno blog, che è stata successivamente superata grazie all'interrelazione tra questi media (vedere paragrafo 6): i social, infatti, vengono principalmente utilizzati per pubblicizzare i blog e per il reindirizzamento al sito, tanto che il 95,9% dei blogger promuove i propri articoli sui social.⁴

In Italia la nascita dei blog si fa risalire al 14 luglio del 2000, giorno in cui venne pubblicato il primo post di Antonio Cavedoni, influenzato dalla cultura informatica statunitense con cui venne a contatto in occasione dei *Bardi Web Awards*, concorso che premia i migliori siti indipendenti. Si potrebbe in realtà dire che ci siano stati degli esempi di blog attivi già qualche mese prima di quel post, ma si tratta di casi isolati.

Con la newsletter *Narlist*, curata dallo stesso Cavedoni, è stato possibile un collegamento tra web designer italiani e stranieri, condividendo indirizzi dei siti web e dei blog degli appartenenti.

Con l'avvento di *Splinder*, piattaforma sviluppata nel 2001, il mondo del blog del nostro Paese comincia ad avere un pubblico più ampio ed eterogeneo. Nata da un'idea di Marco Palombi, autore del blog *The Lonely Net*, e di Francesco Delfino della società Tipic Inc., si tratta del primo servizio di hosting in italiano, che ha permesso l'eliminazione della barriera linguistica, dovuta all'utilizzo della sola lingua inglese in tutte le altre piattaforme.

Uno dei motivi del successo è dato dall'impostazione della piattaforma, che si presenta come diario personale. Inoltre sono stati introdotti anche i messaggi privati e la chat interna, che hanno permesso agli utenti di comporre blog e selezionare una cerchia di persone collegate a questi senza dover inserire credenziali come nome, cognome e indirizzo email, ma si usavano degli pseudonimi e non dati che corrispondevano al reale. Il modo in cui Splinder è stato impostato ha anticipato alcune funzionalità di Facebook, con la differenza che il primo utilizzava pseudonimi e la rete sociale non necessariamente era legata a delle conoscenze reali.

Successivamente anche i blogger italiani cominciarono a utilizzare maggiormente competitor come *Excite*, *WordPress* e *Typad* e iniziò anche un progressivo declino di Splinder, che lo portò alla chiusura definitiva il 1° febbraio 2012.

³ Francesca Matta, *Il fenomeno blog*, Università degli Studi di Cagliari, A.A. 2013 - 2014

⁴ <https://www.eleonorabaldelli.com/statistiche-blogging/>

Tra i temi maggiormente trattati nei blog vi sono fashion, intrattenimento, innovazione e tecnologia, ambiente, musica, film, lifestyle, gaming e così via. Secondo uno studio effettuato nel 2016 da **Imageaware**, in cui hanno risposto ad un questionario online circa 2.134 blogger, in Italia a dominare sono principalmente i settori della *tecnologia* (23,81%), la *moda* (17,01%) e i *viaggi* (16,33%). Questo studio ha fatto notare anche come, nel corso degli anni, i temi trattati si siano diversificati sempre di più, toccando anche settori appartenenti a nicchie di mercato.

2.1 Lo scopo

La “missione” di *Narrativa Fantasy* è quella di trattare diversi aspetti del fantasy, soffermandosi principalmente sulla pubblicizzazione di autori italiani.

Per la scelta del nome è stata fatta una ricerca affinché non ci fosse un’omonimia con altri profili social o altri blog. Ho optato per *Narrativa Fantasy* perché racchiude quello che è il senso del blog stesso, ovvero trattare questo genere in alcune delle sue forme, dando in particolar modo peso alla sezione riguardante i libri. L’intento era quello di scegliere un nome che desse a primo impatto l’idea di cosa il pubblico avrebbe trovato all’interno del sito e di quello che era l’obiettivo del progetto, senza usare troppi giri di parole ed evitando riferimenti che potessero non essere chiari a chiunque.

Una delle prime tappe è stata quella di imporsi una lista di obiettivi da raggiungere, quali il far conoscere il blog e far aumentare le visite al sito, andando a creare una community attiva specialmente sui social, dove molti scrittori ormai sponsorizzano i loro libri e fanno collaborazioni. I social si sono infatti rivelati utili per entrare in contatto con gli autori e poter promuovere al contempo il mio blog, mettendo in atto una strategia di comunicazione e marketing digitale con la creazione di contenuti sul sito e sui social.

Dopo aver effettuato un’analisi del contesto competitivo (di cui si parlerà nel paragrafo 3.2), si è poi passati alla creazione del blog con WordPress, che si è rivelata una piattaforma utile e adeguata alle necessità del sito stesso, ovvero la realizzazione di un progetto per la tesi universitaria.

È stato necessario anche avere un’idea della tipologia di pubblico a cui rivolgersi, in modo da stabilire un certo tipo di registro di comunicazione. Il sito, così come una qualsiasi persona, deve avere la sua personalità e assumere dei principi e dei valori che devono rimanere coerenti nel tempo. Mantenere la coerenza, fa sì che si instauri un rapporto di fiducia con il lettore.

2.2 Letteratura fantasy in Italia

Potrebbe sorprendere sapere che l'Italia ha una vasta tradizione letteraria per quanto riguarda il fantastico.

La data simbolica per la nascita del genere nel nostro Paese è il 1978, in cui vennero pubblicati due heroic fantasy, ovvero *La città del diluvio* di Giuseppe Pederiali⁵ e *Amazon* di Gianluigi Zuddas⁶, il primo romanzo nostrano che prende spunto dalle storie dell'area mediterranea centro – orientale. Autrice feconda è Mariangela Cerrino⁷, che si avvicina alla fantascienza e al fantasy negli anni '80, per potersi liberare dagli schemi della ricostruzione storica in cui si era espressa nei suoi romanzi precedenti, che riguardavano specialmente l'Etruria.

Già in questa prima fase del fantasy in Italia si nota una narrazione consapevole dei mezzi espressivi che aveva a disposizione e che riprendeva la tradizione mediterranea e italiana.

Vi è stata una sorta di arresto quasi inspiegabile negli anni '90, anche se di questo periodo è, ad esempio, il famoso *Ciclo degli Etruschi* (pubblicato tra il 1992 e il 1995) della stessa Mariangela Cerrino, che si presenta come una serie di romanzi storici con elementi fantastici.

La ripresa ed espansione del genere si è avuta nei primi anni Duemila, con l'uscita dei film di *Harry Potter* e de *Il Signore degli Anelli*. Di questo periodo sono opere come: la *Trilogia delle Gemme* di Andrea D'Angelo, la saga del *Mago Derbeer* di Fabiana Redivo, *La bambina della Sesta Luna* (2002) di Moony Witcher e *L'ultimo Elfo* (2004) di Silvana De Mari.

L'autrice italiana con maggiore successo è stata però Licia Troisi: laureata in astrofisica, è considerata la scrittrice fantasy del nostro Paese più apprezzata al mondo con oltre due milioni e mezzo di copie vendute in 18 Paesi. Secondo la critica, è con la pubblicazione della sua trilogia *Cronache del Mondo Emerso* (2004) che si è avuto un boom di questo genere in Italia.

⁵ Giuseppe Pederiali, conosciuto anche con lo pseudonimo Rubino Ventura, è stato uno scrittore, giornalista e fumettista italiano. Prima di dedicarsi alla sola scrittura, è stato anche marinaio e programmatore di computer. I suoi romanzi rientrano nella tradizione del fantastico italiano. Tra le sue opere di maggior successo vi è la trilogia formata dai romanzi *Le città del diluvio* (1978), *Il tesoro del Bigatto* (1981) e *La Compagnia della Selva Bella* (1982)

⁶ Gianluigi Zuddas è un traduttore e scrittore di libri di fantascienza e fantasy, attivo per la Editrice Nord e altre case editrici. In passato, prima di dedicarsi alla narrativa fantastica, è stato anche meccanico, tecnico della radiologia e disegnatore. Tra i suoi scritti più famosi vi è il sopracitato *Amazon*, vincitore del *Premio Italia* nel 1979, e *Le amazzoni del sud* (1983). Le sue storie, appartenenti al sottogenere heroic fantasy, hanno come personaggi principalmente delle donne.

⁷ Mariangela Cerrino è autrice di romanzi storici, di fantasy e fantascienza. Ha collaborato con quotidiani, settimanali e editori quali Mondadori, Fanucci e la casa editrice Nord. Tra i suoi romanzi vanno ricordati *Il Segreto di Mavi-Su* e *L'ultima Terra Oscura*, con i quali si aggiudica il *Premio Italia* rispettivamente nel 1984 e 1990, *Gli eredi della luce* (2001).

Alle vicende del Mondo Emerso ha dedicato anche altre due saghe: *Le guerre del Mondo Emerso* e *Le leggende del Mondo Emerso*, entrambe formate da tre volumi. A queste si aggiungono altre due saghe di successo, indipendenti tra loro: *La ragazza drago*, *I regni di Nashira*, *Pandora*, *La saga del Dominio*. Nella sua carriera si è anche occupata di diversi fumetti e libri illustrati, romanzi singoli e racconti.

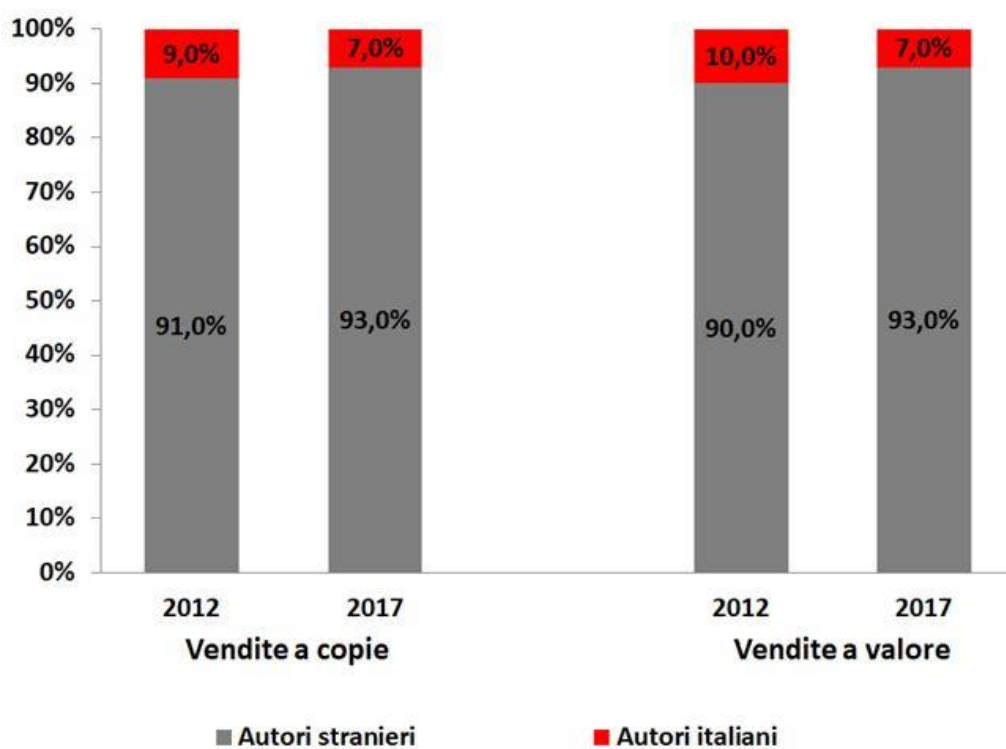
Ciò che si può notare negli scrittori di questo periodo, come Federico Ghirardi, Chiara Strazzulla, Elisa Rosso e la stessa Troisi, è che nelle loro narrazioni vi sono molti elementi ripresi dalle opere di Tolkien, e in alcuni casi ad essere imitato è anche lo stile dell'autore britannico.

Negli ultimi anni sono usciti progetti editoriali di stampo diverso come *Zappa e Spada – Spaghetti Fantasy* (2017), un'antologia di racconti ambientati in una simil – Italia medievaleggiante. La casa editrice Acheron Books, che ha pubblicato questo libro, ha deciso di specializzarsi nella narrativa fantasy ad ambientazione italiana.

Se oggi però si entra in una libreria e si osservano i volumi in esposizione nella sezione fantasy, si può notare come – tralasciando noti scrittori italiani come Cecilia Randall, Licia Troisi e Valerio Evangelisti, - gli autori siano principalmente stranieri. Stando ai dati Nielsen del 2017⁸, infatti, solo il 7% dei libri fantasy venduti nella nostra nazione è di autori nostrani (si veda *Figura 1*).

⁸ Peresson G., 24 aprile 2018, *Il mercato della narrativa fantasy*, Giornale della libreria, al link: <https://www.giornaledellalibreria.it/news-mercato-il-mercato-della-narrativa-fantasy-3441.html>

Andamento delle vendite (a copie e a valore) di libri di fantasy di autori italiani e stranieri nei canali trade:* 2012-2017
Valori in %



*Escluso Amazon, GDO.

Elaborazione Ufficio studi Aie su dati Nielsen

Figura 1. Andamento delle vendite di libri fantasy di autori italiani nel 2012 e 2017

3. Fase di pianificazione

Dopo aver esaminato l'evoluzione e le potenzialità dello strumento scelto (il blog) e la situazione del genere letterario di cui intendo occuparmi non restava che studiare la fattibilità del progetto e la sua collocazione.

3.1 Analisi del target

Lo scopo dell'analisi del target è cercare di capire il cliente in modo che il prodotto si possa adattare perfettamente alle sue caratteristiche. Chi gestisce un blog non conosce gran parte dei visitatori del suo sito. Sapere chi c'è dall'altra parte dello schermo è veramente difficile, e richiede almeno la pubblicazione di alcuni articoli e qualche riscontro da parte del pubblico.

Si rivela utile andare ad analizzare i comportamenti delle fasce di popolazione che sembrano più propense a leggere o scrivere fantasy, in modo da coglierne le caratteristiche e impostare una comunicazione che si rivolga principalmente a questa categoria. Gli utenti soddisfatti generano un passaparola, così come accaduto con *Narrativa Fantasy*, il cui blog e profilo Instagram vengono taggati da autori emergenti o altri blog soprattutto dopo che di loro è stata pubblicata una recensione o una segnalazione.

Prendere in considerazione gli interessi del target di riferimento, fa sì che negli articoli del blog si trattino gli argomenti che più interessano il pubblico si possa essere utili, risolvendo problemi dell'utente o dandogli le giuste rassicurazioni.

Nel mio caso ho sviluppato 4 identikit per altrettante Buyer Personas che ritenevo vicine al target di riferimento scelto per il mio blog:

1. Maria ha 32 anni. È sposata con due figli. Si occupa di digital marketing ed è anche una scrittrice di romanzi fantasy. Avendo molto tempo libero, dedica parte di questo ai suoi hobby: lettura e disegno, ai quali dedica circa 3-4 ore al giorno. Le sue attività si riversano poi sul web perché cerca di fare delle sue passioni un lavoro: gestisce infatti un blog in cui presenta le sue opere e utilizza molto i social come appoggio nella pubblicizzazione. È un'assidua frequentatrice di Instagram, dove scova bookstagrammer che possano recensire i suoi prodotti al fine di avere un maggiore seguito e poter continuare anche nel suo lavoro da scrittrice.
2. Giulia ha 21 anni ed è una studentessa. Legge molti fantasy e segue molte serie dello stesso genere. I suoi romanzi preferiti sono *Il Signore degli Anelli* e la saga dell'*Attraversaspecchi*.

Le serie che ha amato di più sono *Il trono di spade* e *Tenebre e Ossa*. Segue diversi blog e profili social a tema per essere sempre aggiornata sulle nuove uscite e legge le recensioni di altre persone che, come lei, sono appassionate alla stessa tematica. Apprezza specialmente i profili che vengono aggiornati spesso, perché ha bisogno di continui stimoli.

3. Giovanni ha 45 anni e lavora come avvocato. Fa lo scrittore nel tempo libero e si occupa principalmente di romanzi fantasy. Il suo lavoro non gli ha permesso di pubblicare molti libri. Non segue dei blog a tema, ma scova profili sui social (principalmente Facebook e Instagram) per proporre la lettura dei suoi racconti a bookstagrammer, e di conseguenza pubblicizzarli attraverso le loro recensioni.
4. Cristina ha 17 anni ed è una studentessa. Nel tempo libero si dedica ai suoi hobby: danza, lettura e serie televisive. Utilizza molto i social e segue alcuni blog per informarsi sui suoi generi preferiti: il fantasy e i romanzi rosa. A causa dei suoi impegni scolastici ed extrascolastici riesce dedicare alle sue passioni solo un paio d'ore al giorno circa. Durante le pause legge articoli di blog.

Dalla lettura dei quattro profili si può intuire quanto sia complicato avere a che fare con un pubblico così ampio, appassionato a un genere di cui sono stati creati innumerevoli prodotti, siano essi letterari o cinematografici. È difficile, infatti, aggiornarsi su tutte le nuove uscite e al contempo aver letto e seguito tutte le opere più famose già uscite se si hanno altri impegni. Considerata dunque la vastità del genere, non è possibile riuscire ad accontentare tutti, specialmente quando a gestire il blog è una sola persona, ma si è cercato di fare una scelta degli argomenti trattati negli articoli in base al gusto personale e alle proposte che sono state fatte su Instagram da scrittori emergenti e appassionati. Per fortuna infatti un grande aiuto nella individuazione e definizione del target viene dall'uso dei social e dalle interazioni che i visitatori lasciano. Creare una relazione biunivoca con il proprio pubblico attraverso i social network e le call to action sul blog stesso consente di calibrare costantemente le caratteristiche dei contenuti, il Tone of voice, le tematiche trattate.

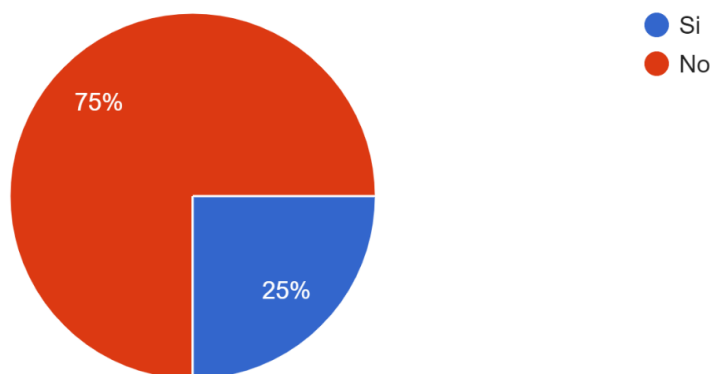
Sono stati sfruttati i social per far sì che gli articoli del blog venissero letti, commentati e condivisi. Grazie alla pubblicizzazione di romanzi e racconti di autori emergenti, si è fatto in modo che il blog incrementasse le visualizzazioni e aumentasse la notorietà sia degli scrittori pubblicati che del blog stesso. Per sfruttare appieno i social, sono anche stati monitorati gli insights per approfondire i gusti di chi ci segue, analizzando cosa piace maggiormente e cosa non interessa.

Un'ottima soluzione è quella di servirsi di *Google Analytics*, servizio di web analytics gratuito di Google che permette di scoprire alcune informazioni del proprio target: l'età, dove si trova, quali pagine ha visitato, gli interessi, ecc. Tramite Google Analytics si possono avere molte informazioni per le proprie pubblicazioni, dal numero di visite ottenute in un giorno fino al raggiungimento degli obiettivi. Attivando il tracciamento su Google Analytics è possibile ottenere anche un altro risultato, ovvero monitorare le ricerche interne e scoprire i gusti degli utenti, andando a individuare le ricerche ricorrenti all'interno del blog e confrontandole con altri dati, andando a ottimizzare la mappa mentale dei contenuti per aggiungere eventuali argomenti.

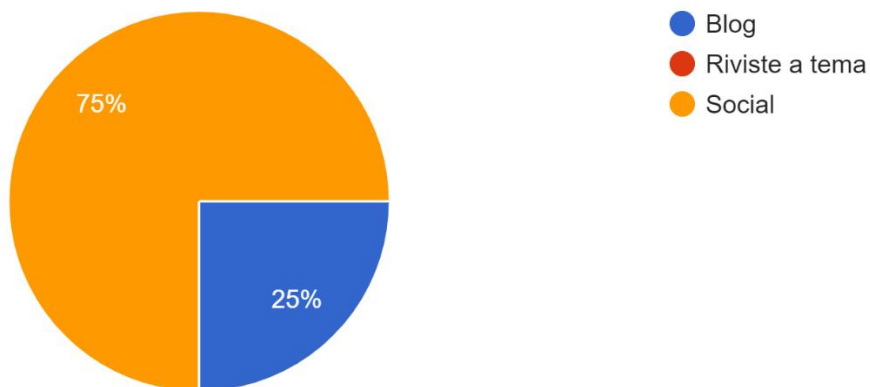
Nella realizzazione del blog e dei suoi articoli, può capitare che le scelte siano influenzate dalle aspettative del creator. In tal senso è utile ottenere un feedback diretto dagli utilizzatori del nostro servizio: si tratta di una fase che permette di valutare se si sta parlando la stessa lingua degli utenti che ci seguono. Per questo sono state fatte ricerche quantitative, attraverso questionari, e qualitative, con focus group e dialoghi con clienti attuali o potenziali.

Nel caso di *Narrativa Fantasy* è stato realizzato un questionario, distribuito sui social, in cui sono state poste delle domande per capire quale fosse il rapporto degli utenti con il blog e quali fossero le cose – secondo loro – che andavano migliorate e/o aggiunte per far sì che aumenti il bacino di utenti che leggono gli articoli. Ecco le domande poste e i risultati ottenuti su un plafond di 29 visitatori. Il sondaggio è stato lanciato il 18 agosto 2022.

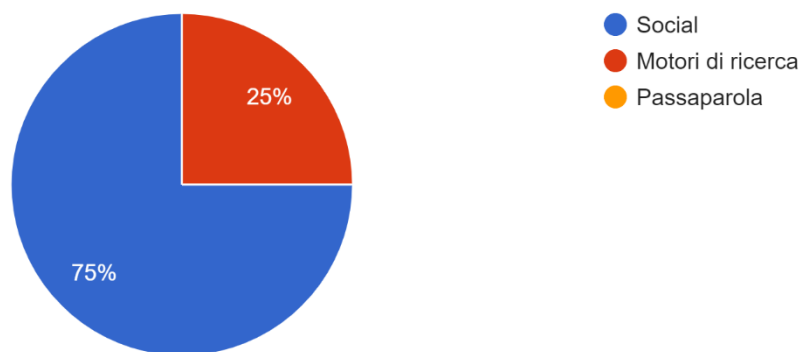
1. Frequenti abitualmente blog a tema fantasy?



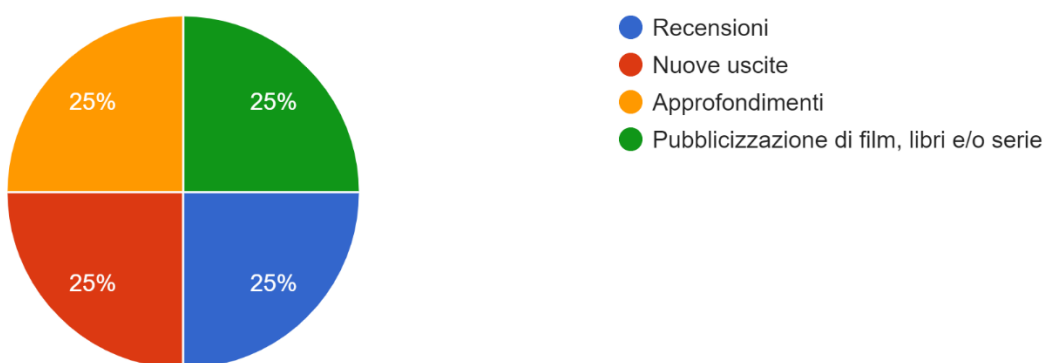
2. Da dove ricavi le informazioni che ti interessano (libri in uscita, nuovi film e serie tv)?



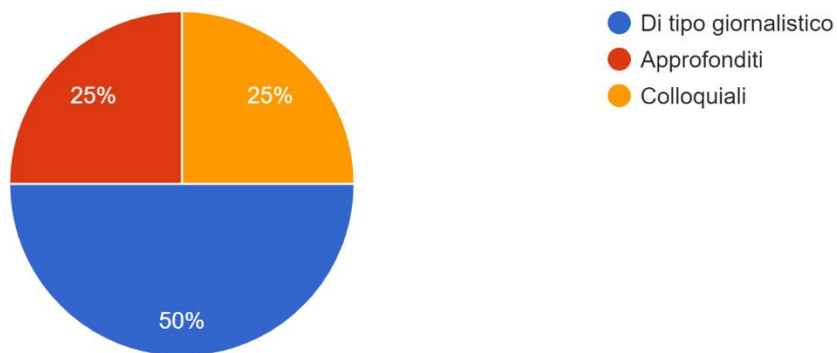
3. Come individui i blog che potrebbero interessarti?



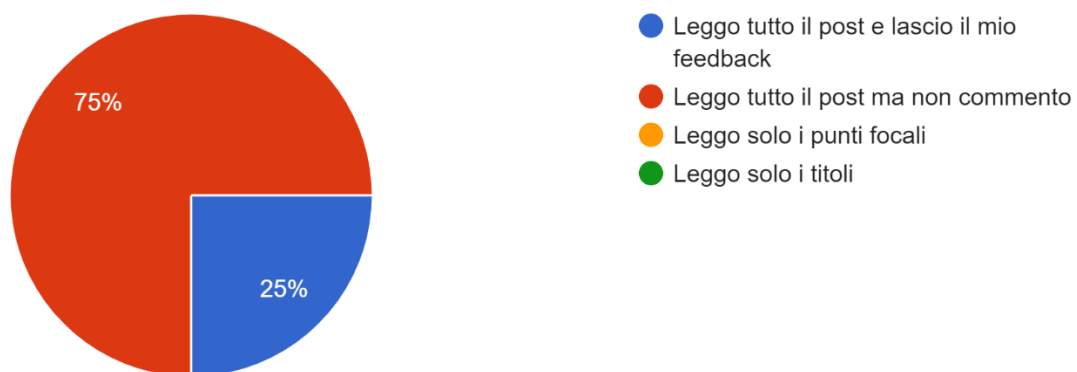
4. Quali articoli ti interessano maggiormente?



5. Quale impostazione degli articoli preferisci?

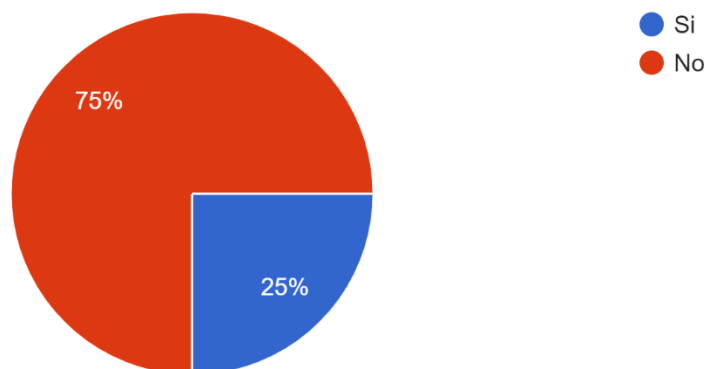


6. Quali sono le tue abitudini di lettura di un articolo?



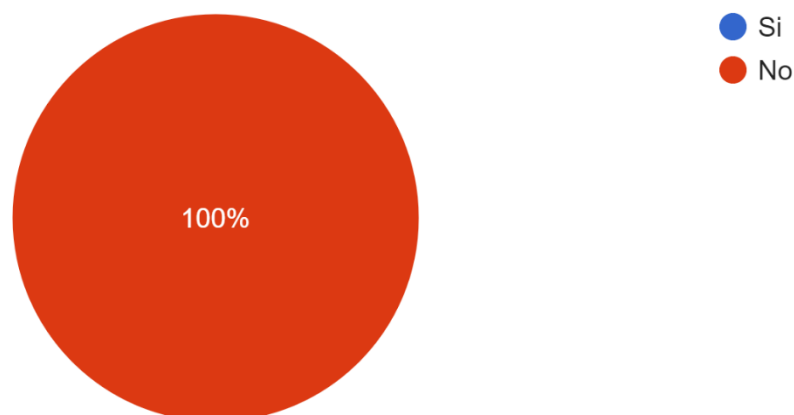
Questa risposta da parte dei lettori può risultare un po' sconcertante, se si pensa che attraverso i commenti sarebbe possibile capire se gli articoli sono apprezzati.

7. Aggiungeresti qualche sezione in narrativa fantasy?



È stato consigliato di aggiungere una sezione in cui pubblicare racconti a tema fantasy di diversi autori: questa è poi stata inserita nel blog con il nome di “Autori emergenti”, in cui sono presenti sia racconti che trame di libri di scrittori italiani esordienti.

8. Elimineresti qualche sezione in Narrativa Fantasy?

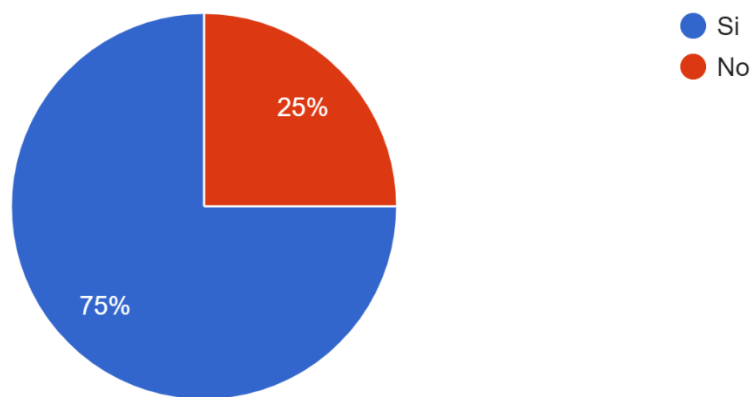


È emerso che, per quanto riguarda la provenienza dei lettori, gran parte di questi arrivano dall'Italia, mentre solo una piccola percentuale dagli Stati Uniti. Considerato che il target di riferimento del blog è italiano, si potrebbe supporre, pur non essendoci la certezza, che si tratti di italiani all'estero. L'età media si aggira tra i 25 e i 30 anni, ma vi è un bacino di utenti che supera i 30 anni.

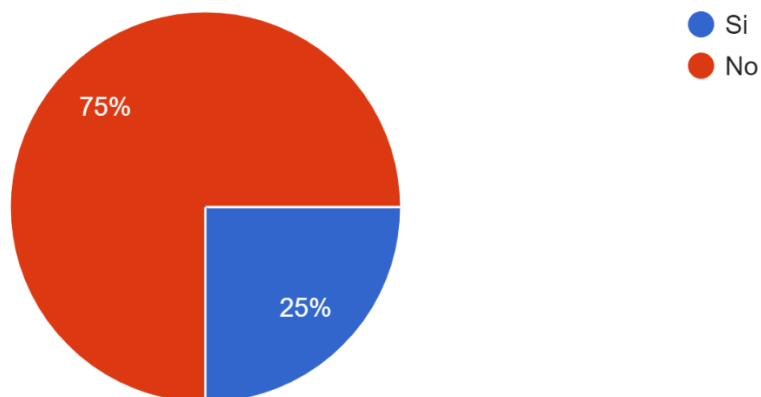
Dai grafici del questionario si può notare come i social giochino un ruolo molto rilevante per la ricerca di informazioni. Per quanto i lettori non siano particolarmente propensi per l'utilizzo dei blog, esistono comunque i siti a tema fantasy particolarmente attivi, come *Fantasy Magazine*, in cui è possibile trovare numerose notizie e recensioni di Libri, Film, Serie TV, Giochi e Racconti.

Per gli scrittori è stato inserito nel questionario una sezione specifica, in modo da analizzare come gli autori in contatto con *Narrativa Fantasy* pubblicano e pubblicizzano i loro prodotti.

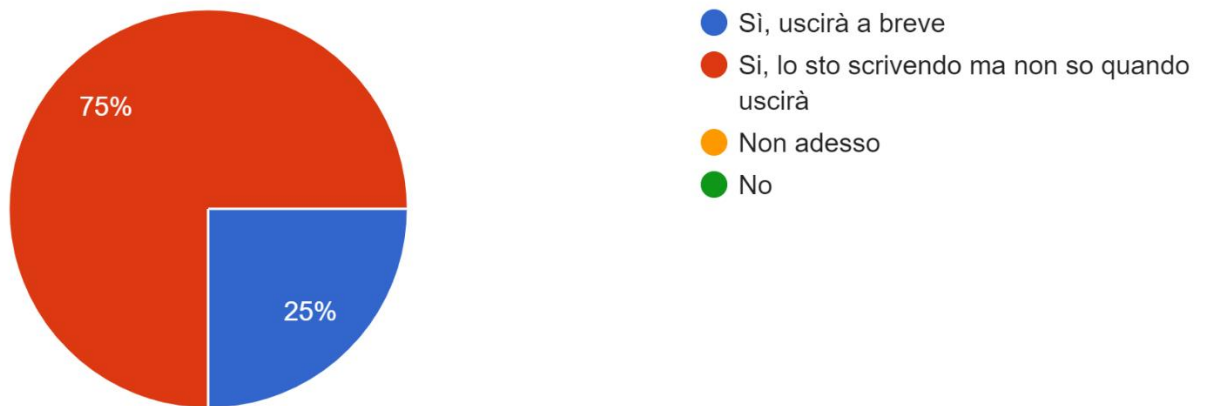
1. Sei uno scrittore?



2. Hai già pubblicato il tuo racconto/romanzo?



3. Hai in programma la pubblicazione di un libro?

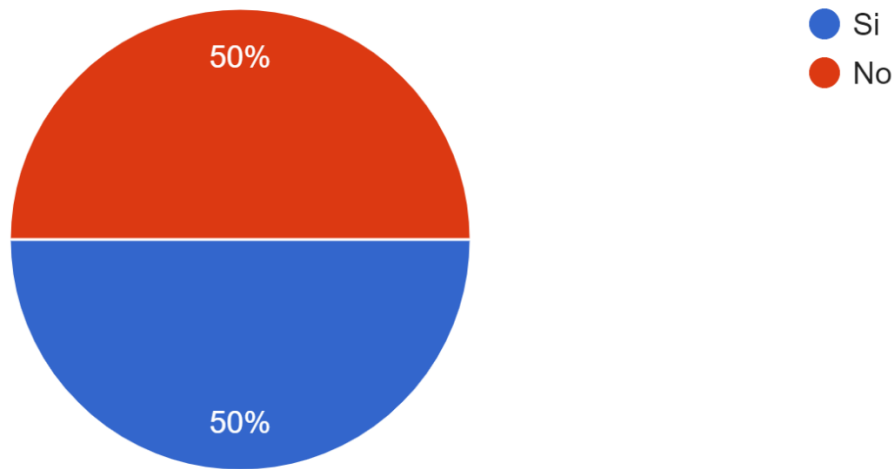


4. Come hai pubblicato/pubblicherai il tuo romanzo?



Come si può notare dai grafici, gran parte degli scrittori che si sono approcciati a Narrativa Fantasy non hanno ancora pubblicato i loro romanzi, che però sono stati scritti e in attesa di revisione, prima della futura pubblicazione, come nel caso di *The Ancients – La cacciatrice di mostri* di Gianpiero Renda, di cui sono stati pubblicati in esclusiva i primi due capitoli sul blog.

5. Hai mai contattato un blogger per pubblicizzare il tuo romanzo?



Anche nel caso delle risposte dei soli scrittori, è emerso come i social vengano considerati rilevanti per la promozione dei loro libri, molto più dei blog: Instagram, in particolare, è utilizzato da diversi autori, alcuni dei quali collaborano con dei bookstagrammer inviando una copia gratuita del loro romanzo per avere in cambio pubblicità e recensioni.

3.2 Analisi del contesto competitivo

Dallo studio dei competitor si possono trarre numerosi vantaggi, tra cui evitare gli stessi errori commessi negli altri siti, scoprire le loro debolezze e sfruttarle a proprio favore. I competitor si distinguono in:

- **Concorrenti diretti**, ovvero le aziende che offrono lo stesso (o simile) servizio allo stesso mercato di riferimento e target;
- **Concorrenti indiretti**, cioè le aziende che offrono un servizio diverso dal tuo ma soddisfano lo stesso bisogno del nostro cliente. Non sono al centro dell'analisi, ma devono essere presi comunque in considerazione per prendere spunto per nuove opportunità (Buzzetti, 2021⁹).

Per fare l'analisi della concorrenza rispetto al blog *Narrativa Fantasy* è stata innanzitutto stilata una lista di siti che trattano la stessa tematica. Sono stati presi in considerazione:

⁹ Analisi della concorrenza nel web marketing: SEO e UX Design

- *Fantasy Magazine* (<https://www.fantasymagazine.it/>);
- *Italian Sword & Sorcery* (<https://hyperborea.live/>);
- Bibliotefantasy (<https://bibliotefantasy.wordpress.com/>);
- Badtaste.it (<https://www.badtaste.it/>);

Tutti i siti hanno al loro interno elementi presenti anche in *Narrativa Fantasy* (recensioni, aggiornamenti su nuove uscite, eventuale sezione racconti, ecc.). Nello specifico:

- **Fantasy Magazine:** è la prima rivista online a carattere giornalistico dedicata interamente al fantasy in tutte le sue accezioni, edita dal 2003 da Delos Books. Al suo interno si tratta del fantastico in tutte le sue forme: dal mondo dei supereroi al fantasy classico, fino ai vari sottogeneri del fantasy (gotico, urban fantasy, ecc.), includendo tutti i media (film, giochi di ruolo, libri, musica). Può essere considerato il punto di riferimento per gli appassionati del genere in tutte le sue sfaccettature. Vanta collaborazioni con famosi scrittori italiani di fantasy: Licia Troisi, Antonio Piras, Andrea D'Angelo e Fabiana Redivo. A partire dal 2006 la testata è stata registrata in tribunale e ancora oggi è letta da migliaia di appassionati, oltre ad essere spesso citata da altri siti come autorevole punto di riferimento¹⁰.

All'interno del sito si trovano nuove uscite, recensioni, approfondimenti ed eventuali trailer di libri ed ebook, fumetti, film, serie TV e giochi. Tra i servizi offerti dalla rivista vi sono:

- **Iscrizione a *Delos Books*,** associazione senza scopo di lucro nata nel 2003 con l'intento di promuovere la cultura e la letteratura fantastica. L'abbonamento ha validità un anno e costa 10 euro: non vi è alcun obbligo per l'iscritto, che ha la possibilità di partecipare alle attività e offrire il suo contributo, oltre a poter scaricare gratuitamente la rivista *Delos Science Fiction*. Inoltre ai soci è garantito uno sconto sui libri acquistati sul Delos Store;
- **Collaborazione con *Fantasy Magazine*:** i collaboratori si devono prendere l'impegno di inviare alla redazione almeno una o due notizie a settimana, senza retribuzione. La rivista, infatti, non ha alcuna forma di introito e viene portata avanti da appassionati. All'interno del sito vengono comunque fornite tutte le informazioni per la scrittura e formattazione del testo;

¹⁰ <https://www.fantasymagazine.it/info/storia>

- **Forum per la community:** al suo interno è possibile parlare con altri appassionati, ma per poter partecipare è necessario richiedere l'autorizzazione allo staff via mail.

- **Sezione racconti inediti:** tra il 2015 e il 2021, però, a differenza degli anni precedenti è stato pubblicato un solo racconto l'anno. È possibile richiedere la pubblicazione del proprio racconto sul sito inviando una mail. I racconti possono essere pubblicati anche sulla rivista *Effemme*, ma solo su invito di autori selezionati o tramite contest periodici che vengono pubblicati sul sito stesso. All'interno del sito, però, è stato rilevato un problema: se si clicca la pagina "Selezione di racconti", che si trova all'interno della pagina "Informazioni", risulta un errore:



Figura 2. Pagina "Selezione di racconti" del sito Fantasy Magazine

• **Italian Sword & Sorcery** è un sito dedicato nello specifico allo *Sword and Sorcery*¹¹, uno dei sottogeneri del fantasy. Al suo interno è possibile trovare recensioni, interviste,

¹¹ Non è possibile dare una definizione esaustiva di *Sword & Sorcery*: in quasi cento anni dalla sua nascita sono stati diversi gli autori che si sono cimentati in questo sottogenere del fantasy, evidenziandone la sua natura proteiforme (modificare).

Per quanto riguarda le ambientazioni, le storie si svolgono principalmente sulla Terra in un periodo antico, medievale, in un futuro remoto, o anche in un mondo immaginario in cui tecnologia e scienza sono primitive.

I protagonisti sono principalmente barbari, ladri, pirati, delinquenti, mercenari o persone comuni che lottano per il loro interesse personale. Questi vivono spesso di illegalità, ribellandosi alle autorità e imponendo il loro dominio con forza e/o astuzia su terre selvagge o civiltà decadenti. In alcuni casi i personaggi principali sono maghi dotati di poteri occulti,

aforismi, video, saggi, racconti. Tra i servizi che si possono trovare all'interno del sito sono presenti:

- Possibilità di **collaborazione** per le sezioni di folclore, religione, videogiochi e mitologia. A differenza di *Fantasy Magazine* non vengono fornite delle indicazioni su come impostare l'articolo, ma è soltanto richiesto l'invio del curriculum, una breve lettera di presentazione e un articolo di prova di 6000 battute con spazi inclusi. Tutte queste sezioni, però, non sono molto aggiornate.

- **Iscrizione all'associazione culturale *Italian Sword&Sorcery***: sono possibili tre tipi di abbonamenti, in cui sono inclusi dai cinque ai quindici volumi in formato digitale prodotti da *Italian Sword&Sorcery Books*, nei quali sono stati pubblicati alcuni autori italiani di questo sottogenere, e dai cinque ai quindici contenuti premium presenti sul sito (racconti, saggi, articoli di approfondimento), a cui può accedere solo chi è iscritto al sito e ha l'abbonamento. I contenuti, però, sono relativi ai soli anni 2018, 2019 e 2020. Le informazioni relative ai costi all'interno del sito sarebbero da modificare:

come nel caso di Elric di Melniboné, protagonista di una saga a lui dedicata, scritta da Michael Moorcock. Difficilmente, in questo sottogenere, gli stregoni sono buoni.

Uno degli elementi che contraddistinguono lo *Sword and Sorcery* è la presenza del sovrannaturale, che però viene considerato dalla popolazione una superstizione, un abominio.

Abbonamento 2020

L'Associazione Culturale Italian Sword&Sorcery apre la campagna abbonamenti valida per il 2020.

Ai nostri stregoni e spadaccini offriamo:

- **5 volumi in formato digitale**, prodotti nel corso del 2020 da Italian Sword&Sorcery Books nei quali saranno pubblicati i migliori autori italiani di sword and sorcery;
- **5 contenuti premium** sul nostro sito come racconti, saggi e articoli di approfondimento a cui potranno accedere solo gli abbonati con password.

Con soli € 12,47 (pagabili tramite PayPal) potrete ricevere tutto questo.



Abbonamento 2020

24,95€

AGGIUNGI AL CARRELLO

Figura 3. Sezione “Abbonamenti” di *Italian Sword & Sorcery*

Com'è possibile notare dall'immagine, infatti, è scritto che con 12,47€ è possibile ricevere 5 volumi in formato digitale e 5 contenuti premium, ma ad oggi il costo di questo abbonamento è di 24,95€. Lo stesso discorso vale per gli altri due abbonamenti:

Abbonamento 2019-2020

Per coloro che non si sono abbonati lo scorso anno, l'Associazione Culturale Italian Sword&Sorcery garantisce la possibilità di ricevere tutti i volumi e contenuti premium del 2019, oltre a quelli del 2020!

Vi offriamo:

- **10 volumi in formato digitale, ovvero tutti quelli pubblicati nel 2019 e quelli che usciranno nel corso del 2020** da Italian Sword&Sorcery Books nei quali sono presenti i migliori autori italiani di sword and sorcery;
- **10 contenuti premium (i cinque del 2019 e del 2020)** sul nostro sito come racconti, saggi e articoli di approfondimento a cui potranno accedere solo gli abbonati con password.

Con soli € 24,95 (pagabili tramite PayPal) potrete ricevere tutto questo.



Abbonamento 2019-2020

49,90€

AGGIUNGI AL CARRELLO

Figura 4. Abbonamento 2019-2020 di *Italian Sword & Sorcery*

Abbonamento 2018-2019-2020

Per chi non si è mai abbonato, l'Associazione Culturale Italian Sword&Sorcery garantisce la possibilità di ricevere tutti i volumi e contenuti premium del 2018, del 2019 e del 2020!

Vi offriamo:

- 15 volumi in formato digitale, ovvero tutti quelli pubblicati nel 2018, nel 2019 e quelli che usciranno nel corso del 2020 da Italian Sword&Sorcery Books nei quali sono presenti i migliori autori italiani di sword and sorcery;
- 15 contenuti premium (2018, 2019 e 2020) sul nostro sito come racconti, saggi e articoli di approfondimento a cui potranno accedere solo gli abbonati con password.

Con soli € 37,40 (pagabili tramite PayPal) potrete ricevere tutto questo.



Abbonamento 2018-2019-2020

74,85€

AGGIUNGI AL CARRELLO

Figura 5. Abbonamento 2018-2019-2020 di *Italian Sword & Sorcery*

Dalle immagini si può infatti notare, oltre ad un aumento di prezzo nel corso del tempo, anche una modifica del costo che non è stata effettuata.

- **Concorso Toth-Amon:** “è la prima competizione in Italia dedicata esclusivamente allo *Sword and Sorcery*, organizzata ogni anno (in estate), dall’Associazione Culturale Italian Sword & Sorcery, allo scopo di individuare accolti e iniziarli al culto dell’immondo Set. Nella fattispecie su *Italian Sword & Sorcery* verranno pubblicati i migliori racconti, saggi, e le più belle illustrazioni e tavole di fumetti. Il vincitore avrà diritto a pubblicare un romanzo su Italian Sword&Sorcery Books e riceverà gratuitamente l’abbonamento alla nostra associazione¹²”. Per quanto si tratti di un’ottima iniziativa per gli scrittori, gli unici concorsi sono stati fatti nel 2017, 2018 e 2019.

Come si può notare dal sito, molte delle pagine presenti non vengono più aggiornate con articoli dal 2020 o 2021. Nel 2021 sul sito è stato proposto anche il concorso “*Cats of*

¹² Si parla del concorso all’interno dell’apposita sezione nel sito: <https://hyperborea.live/concorso-thoth-amon/>

Sword&Sorcery”, prima competizione in Italia dedicata a racconti e illustrazioni fantastiche che hanno il gatto come protagonista.

• **Bibliotefantasy:** come *Narrativa Fantasy* è un blog dedicato al fantasy, pur estendendosi anche a tutti i generi che hanno al loro interno delle componenti fantastiche, come horror, gotico e fantascienza. Come anche nei due siti precedenti, sono presenti recensioni di film e libri, oltre a una sezione dedicata ai racconti, che in questo caso, però, sono state scritte dalla proprietaria del blog. Il sito non viene aggiornato dal 2020.

• **Badtaste.it:** in questo sito sono presenti recensioni, videorecensioni, news e video relativi al solo mondo cinematografico fantasy. Al suo interno, infatti, a differenza degli altri siti presi in considerazione, non si trova una sezione dedicata ai racconti. Come in *Fantasy Magazine* è presente una sezione forum. Ciò che lo contraddistingue dagli altri è la presenza di podcast: questi ed altri contenuti sono però disponibili solamente agli abbonati. Il costo dell’abbonamento è di soli 6,99€ per 6 mesi e 9,99€ per un anno.

Nel corso degli anni sono stati creati anche altri siti dedicati al mondo fantastico, come anche *Isola Illyon* (<http://www.isolaillyon.it/>), gran parte dei quali ormai inutilizzati.

È stata, a questo punto, creata una tabella per analizzare i punti di forza e di debolezza dei vari siti:

SITI	PUNTI DI FORZA	PUNTI DI DEBOLEZZA
Fantasy Magazine	<ul style="list-style-type: none"> • Rivista registrata in tribunale; • Trattati tutti i sottogeneri del fantasy; • Collaborazioni con famosi autori fantasy italiani; • Costo abbonamento esiguo; • Forum community attivo 	<ul style="list-style-type: none"> • Per accedere al forum è necessaria l'autorizzazione richiesta via e-mail; • Sezione racconti inediti poco aggiornata; • Pagina "Selezione racconti" non funzionante; • Articoli non retribuiti
Italian Sword & Sorcery – Hyperborea.live	<ul style="list-style-type: none"> • Possibilità di collaborazione con il sito; • Approfondito lo <i>Sword & Sorcery</i>; • Approfondimenti su mitologia, folclore, simbologia e religione 	<ul style="list-style-type: none"> • Alcune pagine non sono più aggiornate; • Aumento del prezzo dell'abbonamento negli anni
Bibliotefantasy	<ul style="list-style-type: none"> • Racconti scaricabili; • Recensioni inserite in ordine alfabetico: è più facile, per il lettore del blog, trovare il libro o film più consoni ai suoi gusti 	<ul style="list-style-type: none"> • Blog inutilizzato dal 2020;
Badtaste.it	<ul style="list-style-type: none"> • Sito molto aggiornato; • Presenza di Podcast; 	<ul style="list-style-type: none"> • Costo abbonamento esiguo; • Gran parte delle sezioni sono accessibili solo con l'abbonamento; • Non tratta di libri

Figura 6. Analisi dei punti di forza e debolezza della concorrenza

Un altro elemento da analizzare nello studio della concorrenza è la presenza dei siti sui social network (ovvero le piattaforme su cui sono iscritti e come vengono utilizzate): tra gli elementi analizzati vi sono il numero di follower che hanno su tutte le piattaforme, l'engagement rate - ovvero l'interesse del pubblico rispetto ai loro contenuti (numero di like, commenti e condivisioni), - la tipologia di contenuti che postano (video, foto, reels, storie, ecc.), se interagiscono con gli utenti, quanto tempo passa tra la pubblicazione di un post e un altro.

- Per quanto riguarda *Fantasy News*, ad esempio, vi è un rimando alle pagine Facebook e Twitter, in cui vengono solamente ricondivisi gli articoli pubblicati sul sito, e YouTube, in cui sono presenti principalmente clip, trailer e interviste. All'interno dei social non vi è alcun tipo di interazione con l'utente, che si limita a mettere un like o un commento ai contenuti.

- *Italian Sword Sorcery* ha un profilo Instagram, che viene però aggiornato di rado, in cui è possibile trovare per lo più illustrazioni e le copertine di alcuni libri, che sono stati recensiti o pubblicizzati sul sito. Twitter e Facebook vengono utilizzati per ri-postare i contenuti del sito. È presente anche un profilo Pinterest in cui sono state create delle cartelle con varie illustrazioni.

- Nel caso di *Bibliotefantasy* non sono presenti collegamenti ai social, per cui non è stato effettuato alcun controllo del loro utilizzo.

- *Badtaste.it* utilizza Facebook e Twitter per la ricondivisione degli articoli presenti nel sito, Instagram per la pubblicazione di post principalmente dedicati a film e a compleanni di attori e YouTube per videorecensioni, registrazioni di dirette Twitch, interviste, ecc.

Su nessuno dei profili social è stata rilevata qualche interazione delle pagine con gli utenti, che si limitano principalmente a mettere like.

La velocità di caricamento del sito web è un fattore rilevante perché evita che l'utente vada via subito: per valutare la velocità di un sito web rispetto ai tempi di caricamento è stato usato *Google Page Speed*. Sono state poi comparate le varie pagine rispetto ai tempi di caricamento.

L'aspetto della mobile performance è un altro punto fondamentale, in cui si va a vedere la qualità del sito web sul cellulare e in termini estetici e la facilità di navigazione. A partire da marzo 2021 Google ha iniziato a posizionare i siti ottimizzati per mobile più in alto nei risultati di ricerca. Tra l'altro le ricerche fatte dal telefono ormai rappresentano più della metà di tutte le ricerche fatte su Google: è molto facile che i siti non ottimizzati per mobile abbiano elevata probabilità di essere

abbandonati dagli utenti. In questo caso tutti i siti sono responsive e facilmente utilizzabili anche sui dispositivi mobili.

3.3 Analisi SWOT

È stata effettuata l'analisi SWOT di *Narrativa Fantasy*, atta ad identificare i punti di forza e debolezza del sito e sviluppare un piano strategico per il blog.

L'analisi SWOT è uno strumento di pianificazione strategica attraverso cui un'organizzazione può preventivamente tener conto dei *punti di forza* (**Strengths**), delle *debolezze* (**Weaknesses**), delle *opportunità* (**Opportunities**) e delle *minacce* (**Threats**) di un progetto per il raggiungimento di un obiettivo.

Si tiene conto sia delle **variabili esterne** che di quelle **interne**:

- Le *variabili esterne* sono fuori dall'ambiente preso in considerazione, ovvero quelle che non dipendono dall'organizzazione e sulle quali non si può intervenire, ma possono essere solo tenute sotto controllo, in modo che si sfruttino i fattori positivi e si limitino quelli che rischiano di compromettere il raggiungimento dell'obiettivo prefissato. In questo caso si vanno ad analizzare le *minacce* e le *opportunità*.
- Le *variabili interne*, invece, sono quelle che fanno parte del sistema e sulle quali è possibile intervenire e in cui si vanno ad analizzare i punti di forza e di debolezza del progetto.

La rappresentazione più nota di questa analisi è quella grafica, sotto forma di matrice a quattro campi, in cui troviamo i punti di forza, di debolezza, le opportunità e le minacce:

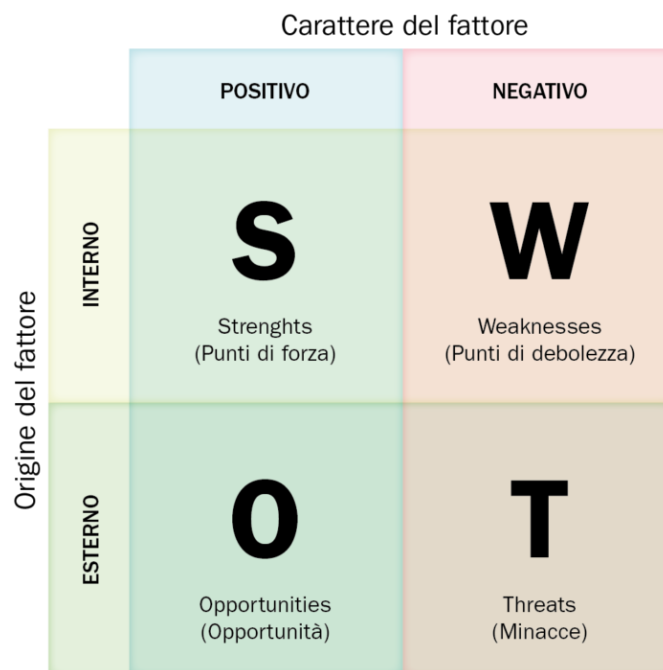


Figura 7. Esempio di matrice utilizzata per l'analisi SWOT

Questo strumento si rivela utile per pianificare in modo strategico un progetto e stare al passo con le tendenze del mercato, e può essere utilizzata sia per scopi professionali che personali, facendo sì che ci sia una crescita dell'organizzazione.

La nascita di questa metodologia si deve ad **Albert Humphrey**, un economista statunitense che nell'ambito di alcuni studi condotti per la Stanford Research Institute tentò di capire perché la pianificazione aziendale falliva, facendosi poi portatore di uno studio razionale e scientifico in cui venivano rese fruibili tutte le informazioni che potevano influenzare il sistema.

La SWOT analysis non viene utilizzata dalle aziende e dai singoli solo in fase preliminare, ma tutte le volte in cui si ha bisogno di informazioni d'insieme.

L'analisi SWOT aiuta a migliorare i processi e pianificare la scelta, differenziandosi dall'analisi competitiva per la valutazione sia dei fattori interni che di quelli esterni. Trovare gli elementi chiave legati alle opportunità e alle minacce aiuta a far sì che il prodotto sia pronto per il successo.

Per quanto riguarda *Narrativa Fantasy*, la matrice SWOT è la seguente:

<p>Strengths (punti di forza)</p> <ul style="list-style-type: none">• Comunicazione diretta con l'utente• Sezione approfondimenti• Sezione racconti• Poche spese	<p>Weaknesses (punti di debolezza)</p> <ul style="list-style-type: none">• Carico di lavoro• Seguito• Tematica
<p>Opportunities (opportunità)</p> <ul style="list-style-type: none">• Possibilità di richiesta di editing di un romanzo	<p>Threats (minacce)</p> <ul style="list-style-type: none">• Eccessive pubblicazioni• Concorrenza• Siti dedicati alla vendita di libri

Figura 8. Analisi SWOT di *Narrativa Fantasy*

Durante l'analisi sono emersi i seguenti punti di forza:

- La **comunicazione diretta** con gli utenti: tramite i social e il blog gestisco direttamente la comunicazione con le persone che mi contattano per sponsorizzare i loro libri o che vogliono sapere la mia opinione in merito a determinati argomenti trattati nella sezione *Blog*;

- Sezione blog dedicata ad **approfondimenti**: molti blog si occupano o solo di recensioni e nuove uscite, o di argomenti riguardanti la scrittura e il fantasy, senza unire le due parti;

- **Poche spese**: le spese per la gestione del blog sono basse e consistono principalmente nell'acquisto dei libri da recensire (mediamente del costo di circa 15-20 euro, meno se in ebook).

- **Sezione racconti**: è stata aggiunta una pagina in cui pubblicare le storie e le trame dei libri di autori emergenti in modo da avere la possibilità, insieme alle recensioni, di essere pubblicizzati gratuitamente.

Tra i punti di debolezza si devono tenere in considerazione:

- Il **carico di lavoro**: l'aggiornamento continuo del sito con articoli e la gestione dei social richiede un lavoro che potrebbe risultare eccessivo per una sola persona;

- Il **seguito**: trattandosi di un progetto recente, non è ancora molto conosciuto, di conseguenza le visite al profilo, specialmente nei primi periodi, sono abbastanza basse;

- La **tematica**: diversi sono i blog dedicati al fantasy e alla lettura in generale, così come tanti sono i profili Instagram che si occupano di recensire e pubblicizzare libri, italiani e stranieri. La concorrenza è, dunque, ampia.

Le opportunità emerse sono:

- Offrire l'**editing di un romanzo** o un **racconto**: è un elemento che, se aggiunto, potrebbe portare dei guadagni;

Tra le possibili minacce sono emerse:

- Le **eccessive pubblicazioni**: ormai sono molte le persone che si cimentano nella scrittura di romanzi, saghe e racconti, grazie anche all'aiuto del *self publishing*¹³. Risulta complicato riuscire a rimanere aggiornati su tutte le nuove uscite e poter leggere tutti i nuovi racconti che vengono proposti anche tramite le sponsorizzazioni sui social;

¹³ Secondo il rapporto dello stato dell'editoria in Italia dell'AIE (Associazione Italiana Editori), nel 2020 sono stati pubblicati 10.320 titoli di libri di autori self published, il 30,2% in più rispetto al 2019. A questi vanno aggiunti 17.316 ebook autopubblicati, di cui il 60% sono di narrativa.

- La **concorrenza**: essendoci altri bookstagrammer e blogger più noti, è possibile che molti autori si rivolgano a gente più conosciuta per la pubblicizzazione delle loro opere, lasciando poco spazio a blogger che stanno cercando di farsi strada;
- I **siti dedicati alla vendita di libri**: chi è alla ricerca di un libro da leggere probabilmente andrà a visitare principalmente i siti più conosciuti in cui questi vengono venduti, andando a leggere le recensioni di altri utenti.

L'obiettivo che mi sono posta prima di iniziare la realizzazione del blog era quello di farmi conoscere come book blogger ed appassionata di fantasy, costruire dei rapporti con autori italiani e realizzare con loro collaborazioni. Visti i punti toccati durante l'analisi SWOT, gli obiettivi prefissati sembrano raggiungibili.

L'analisi SWOT sarà utilizzata per verificare se si è riusciti a trasformare le minacce o punti deboli in punti di forza o di opportunità, o se queste sono state quantomeno ridotte o evitate.

3.3 Calendario editoriale

Per chi si occupa di blogging è importante stabilire un **piano di marketing editoriale**. Uno dei punti fondamentali del digital marketing, infatti, è la periodicità nelle uscite: con strumenti come il calendario editoriale è possibile organizzare al meglio la pubblicazione degli articoli nel blog e gestire i social. In questo modo si va a stimolare il coinvolgimento del pubblico di destinazione, costruire connessioni autentiche e aumentare la copertura dei contenuti.

Il **calendario editoriale** è uno strumento utilizzato da blogger, web writer, giornalisti e social media manager per decidere cosa e quando pubblicare sui blog, sui social, ma anche sui giornali online. Deve essere impostato in modo da sfruttare alcuni vantaggi che non possono essere ottenuti in altro modo: tra questi l'approfittare delle date importanti, come Natale, Pasqua e Ferragosto per avere maggiori visualizzazioni.

Questo mezzo aiuta a non perdere il ritmo di pubblicazione e, dal punto di vista della SEO, serve per migliorare la reputazione e diventare un punto di riferimento nel proprio settore, ottimizzando al massimo le proprie risorse. Il calendario editoriale si rivela utile per offrire contenuti di qualità, progettare una *content strategy*, focalizzarsi sul proprio pubblico, postare il contenuto giusto al momento giusto e rivolto al target giusto. Con una buona gestione di contenuti si possono coprire tutti gli ambiti e le sfumature di un argomento, evitando la sovrapposizione di posizionamenti nella SERP.

Affinché il calendario editoriale sia davvero efficace, è necessario che vengano incluse alcune variabili che possono influenzare la creazione e la pubblicazione dei contenuti, come il target di riferimento, a cui scrivere i testi più adatti ad attirarlo al proprio sito, gli obiettivi da raggiungere, gli argomenti e il tipo di contenuti che si andranno a creare. Oltre a questi, vanno fornite tutte le informazioni necessarie per la creazione del contenuto stesso:

- **Il titolo:** è importante per verificare che i contenuti si concentrino sulle esigenze del pubblico. La sua aggiunta fornisce chiarezza rispetto a ciò su cui si sta lavorando e può alimentare l'ispirazione per altri contenuti;
- **Tipo di contenuto:** può essere un podcast, un'email, un video, una guida, ecc., e la sua scelta dipende dal settore preso in considerazione e dalle proprie esigenze;
- **Data di revisione:** la presenza di questo punto è consigliata nel momento in cui il contenuto deve essere sottoposto a più processi ed essere visto da più persone prima della pubblicazione. Indica quando il contenuto deve essere rivisto da tutti i membri del team interessati;
- **Data di pubblicazione:** questo elemento assicura il completamento del contenuto e aiuta a monitorare le scadenze con le diverse aziende;
- **Redattore e autore:** sono importanti specialmente nel caso di aziende più grandi per controllare chi creerà il contenuto, evitando inutili confusioni, e nel caso in cui si abbiano partner esterni per servizi di shostwriting per alcuni o tutti i contenuti del sito;
- **Strategia di promozione:** mostra come si intende promuovere i contenuti creati;
- **Canale di destinazione:** indicare dove il contenuto è stato pubblicato è utile per esaminare in un secondo momento dove il contenuto stesso ha avuto i migliori risultati. La distribuzione dei contenuti varia a seconda del cliente;
- **Idee per i contenuti futuri:** questa sezione può essere consultata in un secondo momento, quando si organizzerà la creazione di nuovi contenuti.
- **Media di supporto:** si può decidere di voler supportare alcuni contenuti con elementi quali immagini, video, ebook, ecc.

Il numero di categorie del calendario editoriale dipende principalmente dalle esigenze individuali o del team e dal settore preso in considerazione.

Gli strumenti di ricerca sono un valido aiuto per i vari la scelta dei contenuti da pubblicare e riuscire ad ottenere risultati migliori. Strumenti quali *Google Trends* e *Semrush* per controllare quali

parole chiave potessero essere utilizzate per i post di Instagram e Twitter, in modo che gli articoli venissero letti non solo dai follower, ma anche da utenti che non seguivano il mio profilo.

Può essere organizzato su base settimanale, mensile o semestrale, a seconda delle esigenze di marketing e gli strumenti che si possono utilizzare per la sua realizzazione sono diversi: si può semplicemente optare per carta e penna, un'agenda, usare un foglio elettronico di Excel o software e servizi come *Google Calendar*, *PostPickr*, *Hootsuite* o *Trello*.

Nel caso di *Narrativa Fantasy* è stato utilizzato **Google Calendar**. Di seguito viene riportato il calendario di agosto:

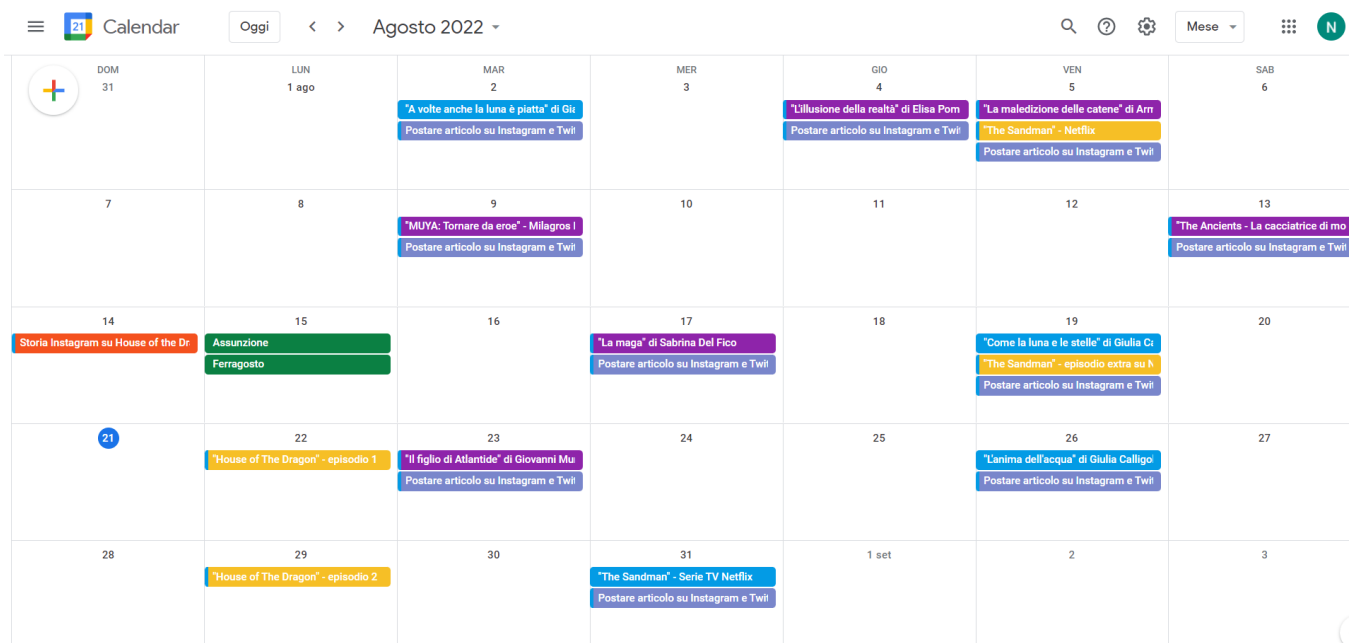


Figura 9. Calendario editoriale del mese di agosto 2022

Come si può notare dalle immagini, il calendario è stato utilizzato anche per monitorare le pubblicazioni sui social, poiché chi si occupa di blogging incrocia più canali. Sono stati utilizzati colori differenti a seconda del tipo di attività:

- *Azzurro*: recensioni;
- *Giallo*: uscita di una serie o dell'episodio di una serie;
- *Mirtillo*: racconti e romanzi degli autori emergenti;
- *Lavanda*: promemoria per i post su Instagram e Twitter relativi agli articoli sul blog;
- *Arancione*: storie Instagram;
- *Verde*: festività.

Gli articoli sono stati postati principalmente nel pomeriggio, tra le 16 e le 17, e condivisi subito dopo sui social. La pubblicazione degli articoli varia di mese in mese, a seconda degli impegni e delle festività.

4. Scelta della piattaforma

Prima della creazione del sito mi sono concentrata sul nome. La scelta è ricaduta su *Narrativa Fantasy* perché in due parole è racchiuso il senso del blog: parlare di questo genere principalmente in ambito editoriale, andando a sponsorizzare e recensire libri, ma anche trattando di film, serie televisive e altre tematiche che girano attorno ad esso. In questo modo all'utente è chiaro sin da subito l'argomento portante del sito e allo stesso tempo risulta più facile essere trovati dai motori di ricerca e sui social da chi è alla ricerca di un blog a tema.

Successivamente, dopo aver eseguito anche l'analisi del contesto competitivo, si è passati alla vera e propria realizzazione del sito utilizzando *Wordpress.com* (<https://narrativafantasy.wordpress.com/>). Questa piattaforma è nata nel 2003 negli USA da un'idea di Matt Mullenweg, che lo aveva pensato appositamente per la creazione dei blog, ma successivamente è stata data la possibilità di creare qualsiasi tipo di sito web, offrendo strumenti per diversi rami del sapere.

Non essendo richiesta necessariamente la conoscenza dei linguaggi di programmazione, WordPress è di facile utilizzo anche per i principianti. Essendo open source, parte dei contenuti sono gratuiti e non prevedono costi di licenza, permettendo comunque agli sviluppatori di migliorare il prodotto, essendo il codice ben strutturato e personalizzabile.

Trattandosi del CMS più utilizzato al mondo (circa il 43% dei siti è creato con questa piattaforma¹⁴), ha una vasta community online che è un punto di riferimento per tutti gli utenti.

Su WordPress vengono messi a disposizione anche dei plugin per adeguare il sito alle proprie esigenze, e grazie a queste estensioni è possibile creare qualsiasi tipo di sito, che non sia necessariamente un blog. Questa caratteristica lo differenzia da altre piattaforme: al suo interno è presente anche uno store di plugin, con il quale è possibile ricercarli secondo vari parametri, che possono essere ad esempio la popolarità e le recensioni, oppure tramite le parole chiave.

I siti web creati sono responsive: si adattano quindi al tipo di dispositivo utilizzato (smartphone, tablet, pc, ecc.), un requisito ormai necessario se si pensa che molti accessi vengono effettuati dal telefono¹⁵.

¹⁴ Informazione ricavata dalla homepage di WordPress: <https://wordpress.com/it/>

¹⁵ Stando ai dati della GWI (GlobalWebIndex) relativi a Febbraio 2022, il 97,3% della popolazione italiana di età compresa tra i 16 e i 64 anni possiede uno smartphone, mentre ad avere un laptop o computer desktop è solo il 75,4% (<https://wearesocial.com/it/blog/2022/02/digital-2022-i-dati-italiani/>)

Tramite l'editor di testo è possibile pianificare, aggiornare e pubblicare i contenuti in maniera semplice e veloce. Viene fatta una distinzione dei contenuti tra pagine e articoli, ovvero tra le singole pagine del sito web e i post inseriti nel blog, che sono caratterizzati da una precisa categoria, un preciso autore ed eventualmente una serie di commenti inseriti dagli utenti. Non è obbligatorio, ma è possibile selezionare la pagina del sito i cui contenuti saranno esclusivamente articoli, quindi la pagina avente funzione di blog.

Agli utenti è data la possibilità di potersi registrare al sito e successivamente autenticarsi. Questi verranno poi inseriti in un database, e a loro può essere associato un preciso ruolo, che darà poi dei vincoli sui diritti di modifica del sito.

È fornito un **supporto multi-autori e multi-sito**, cioè sui dispositivi in cui viene installato WordPress è possibile collegare più account, in modo tale che venga permessa la modifica anche ad autori diversi. Agli esperti è invece data la possibilità di definire URL permanenti come indirizzi di ogni pagina e specificare **meta-tag** per ottimizzare l'indicizzazione da parte dei motori di ricerca, anche se per fare ciò è possibile installare dei plugin specifici per un ulteriore miglioramento delle policy SEO.

Uno dei limiti di WordPress, però, è la sicurezza: essendo il CMS più utilizzato lo porta ad essere bersaglio di hacker. Inoltre molti plugin vengono creati da sviluppatori non professionisti, e non sempre contengono gli upgrade necessari, di conseguenza è possibile che ci siano delle falle nella sicurezza. Per mantenere il sito al sicuro è sempre bene aggiornare il sistema. In più, se si vuole creare un progetto complesso è necessaria l'installazione di una serie di estensioni che potrebbe rendere il tutto dispendioso.

Essendo Narrativa Fantasy un progetto semplice e gestito da una sola persona, i vantaggi del CMS superano sicuramente i limiti.

Per la creazione del sito sono stati effettuati i seguenti passaggi:

- Scelta del dominio;
- Vista la tipologia di sito, si è optato per il **piano Premium**;
- Caricamento del tema **Baskerville 2**, che supporta il nuovo editor di WordPress e permette l'utilizzo di una serie di blocchi per aggiungere una serie di contenuti all'interno del proprio sito (immagini, video, musica, ecc.). Il tema è stato successivamente modificato in base alle esigenze del blog;
- Creazione delle pagine;

- Scrittura degli articoli.

Perché un blog? A differenza dei libri, questa piattaforma digitale permette di inserire contenuti sempre nuovi, con l'aggiunta di immagini, video, commenti, musica, ecc. Al contempo è stato possibile inserire diverse sezioni dedicate a categorie diverse: una riguardante prettamente i libri, una dedicata ai film e alle serie TV, che stanno avendo sempre più successo anche grazie all'uscita di prodotti come *Il trono di spade*, *House of The Dragon*, *Tenebre e Ossa*, *La ruota del tempo*, e una sezione blog dedicata ad articoli di approfondimento.

Il blog è infatti di uno strumento flessibile che permette di utilizzare un linguaggio colloquiale, in modo da creare, insieme all'utilizzo dei social, una sorta di dialogo con scrittori, blogger e semplici lettori.

4.1 Studio del logo

La prima cosa realizzata per il blog è stata il logo. La parola logo è l'abbreviazione del termine *logotipo* (dal greco *logos*, parola e *tipo*, tipografico), ed è il segno grafico di un marchio, l'elemento che contraddistingue una marca. Ha, infatti, lo scopo di rendere immediatamente riconoscibile l'azienda. Per la sua creazione bisogna avere ben presente cosa fa l'azienda (in questo caso il blog), i suoi obiettivi, il suo target di riferimento e cosa il logo stesso vuole trasmettere. Per imporsi efficacemente ed essere ricordato dal consumatore dovrebbe seguire alcuni principi fondamentali, come semplicità, immediatezza e versatilità.

Per la sua realizzazione è stato utilizzato *Adobe Express*: vengono rappresentati dei libri e il cappello di un mago: il primo è uno degli elementi principali che vengono trattati nel blog, mentre il secondo è una delle figure più caratteristiche del genere fantasy.

Il mago, noto anche come incantatore/incantatrice o strega/stregone, non è altro che un esperto di magia che si dedica allo studio e alla ricerca, fungendo talvolta da consigliere dei signori o mentore, come nel caso di Merlino nelle storie di Re Artù. Preferisce la vita da girovago, poiché il suo vero scopo è la ricerca di antiche conoscenze o di tomi che sono andati perduti. Questa figura può essere al contempo rispettata, perché alcuni villaggi possono sfruttare le loro conoscenze, e temuta, poiché il suo potere potrebbe scatenarsi contro coloro che si oppongono alle sue ambizioni. Gli stregoni competenti non utilizzano la magia in modo frivolo.

I maghi generalmente imparano gli incantesimi sui grimori, antichi tomi che possono avere delle proprietà magiche proprie. Alcuni stregoni, anche dopo l'addestramento, continuano la loro istruzione imparando più incantesimi, inventandone nuovi o riscoprendone di vecchi. Le loro abilità

nel campo del sovrannaturale sono bilanciate dalla scarsa inclinazione per le abilità militari, che vengono considerati come arti proprie delle persone rozze: i veri nemici degli studiosi sono l'ignoranza e l'ottusità.

Questa figura, insieme al libro, ben rappresenta quello che è lo spirito del blog: far sì che i libri siano al contempo fonte di sapere (e di ispirazione, nel caso degli scrittori), e ci portino a fantasticare di vivere in un mondo altro per distaccarsi dalla realtà.

È importante, nella realizzazione del logo, anche la scelta dei colori. In questo caso si è optato per il bianco e l'azzurro:

- Il **bianco**, insieme al nero e al grigio, è un colore “neutro”, in quanto ottenuto mescolando in parti uguali i tre colori primari (Rosso, Giallo, Blu): il bianco, nello specifico, è l'unione dei tre colori alle loro massime intensità. Rappresenta la purezza, l'innocenza e la castità, e trasmette eleganza. È utilizzato per dare uno stile minimal ed essenziale ad un layout: in questo modo i contenuti diventano i veri protagonisti del sito e le immagini vengono valorizzate in modo semplice ed immediato.

- L'**azzurro**: è un colore rilassante e positivo, che esprime una sensazione di benessere, tranquillità e pace. È il colore della riflessione, del pensiero razionale, della calma, ispira fiducia e senso di confort. Proprio perché ispira fiducia e infonde una sensazione rassicurante, specialmente nelle sue tonalità più scure è un colore ampiamente utilizzato nei siti a carattere politico o nel settore della Ricerca.



Figura 10. Logo del sito

4.2 Grafica e coloring

Per quanto riguarda la parte grafica del sito, i colori utilizzati sono quelli proposti dal tema scelto: principalmente bianco e nero, bordeaux per alcune scritte.

I font utilizzati sono *Fondamento* per i titoli e *Gentium Book Basic* per i caratteri di base. Per i testi è stato utilizzato un font senza grazie perché i font Serif (con le grazie) peggiorano la lettura sul web, ma comunemente sono ritenuti più semplici da leggere su altri dispositivi e, per questo motivo utilizzati da alcuni quotidiani, libri e, più in generale, documenti contenenti testo in corpo molto piccolo.

La homepage è divisa in blocchi:

- Un'immagine di copertina, riguardante *Il Signore degli Anelli*;
- Una breve spiegazione del senso del sito: questa parte, seppur molto breve, ha lo scopo di far capire all'utente cosa troverà all'interno del sito;
- Un blocco con rimando alle tre sezioni principali, quelle in cui vengono pubblicati gli articoli (Blog, Libri, Film & Serie);
- Gli ultimi articoli pubblicati.

Il design delle pagine è molto semplice: laddove vengono postati gli articoli, per ognuno di essi è presente l'immagine in evidenza dei pezzi, che sono principalmente le copertine dei libri e immagini dei film, il titolo e l'anteprima dell'articolo stesso. In alcuni articoli è possibile trovare anche video, principalmente trailer.

La sezione *Chi sono* è divisa in due colonne: in uno è presente una foto di chi gestisce il blog, mentre nell'altra vi è una descrizione della persona, in modo da far capire agli utenti chi sta scrivendo e instaurare con loro un rapporto di fiducia.

La pagina relativa ai *Contatti* non ha immagini, ma solo il rimando ai social e due form da completare, entrambi con pochi campi. L'utente potrebbe, infatti, desistere dal compilare un form troppo lungo.

4.3 Sezioni

Innanzitutto è stato realizzato uno schizzo di come sarebbero state suddivise le pagine del blog, in modo che tutte le sezioni, una volta realizzate, risultassero facilmente individuabili e navigabili. Di seguito vi è una mappa di come le pagine sono state pensate e successivamente create, con la loro gerarchia e l'organizzazione dei contenuti al loro interno:

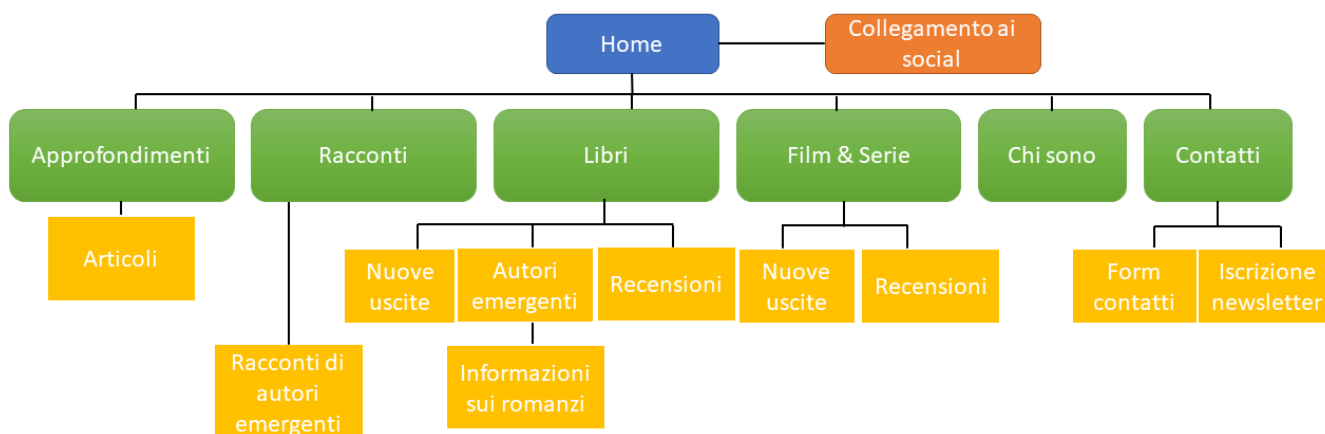


Figura 11. Mappa delle sezioni del sito

Questa prima fase si è rivelata utile per avere le idee più chiare su come sarebbero state gestite le varie parti. Come si può notare, il blog è articolato in sei sezioni:

- La **Home**: è la parte introduttiva, dove si spiega brevemente il senso del sito stesso. Qui si trova un rimando alle sezioni in cui vengono pubblicati gli articoli e le ultime pubblicazioni;

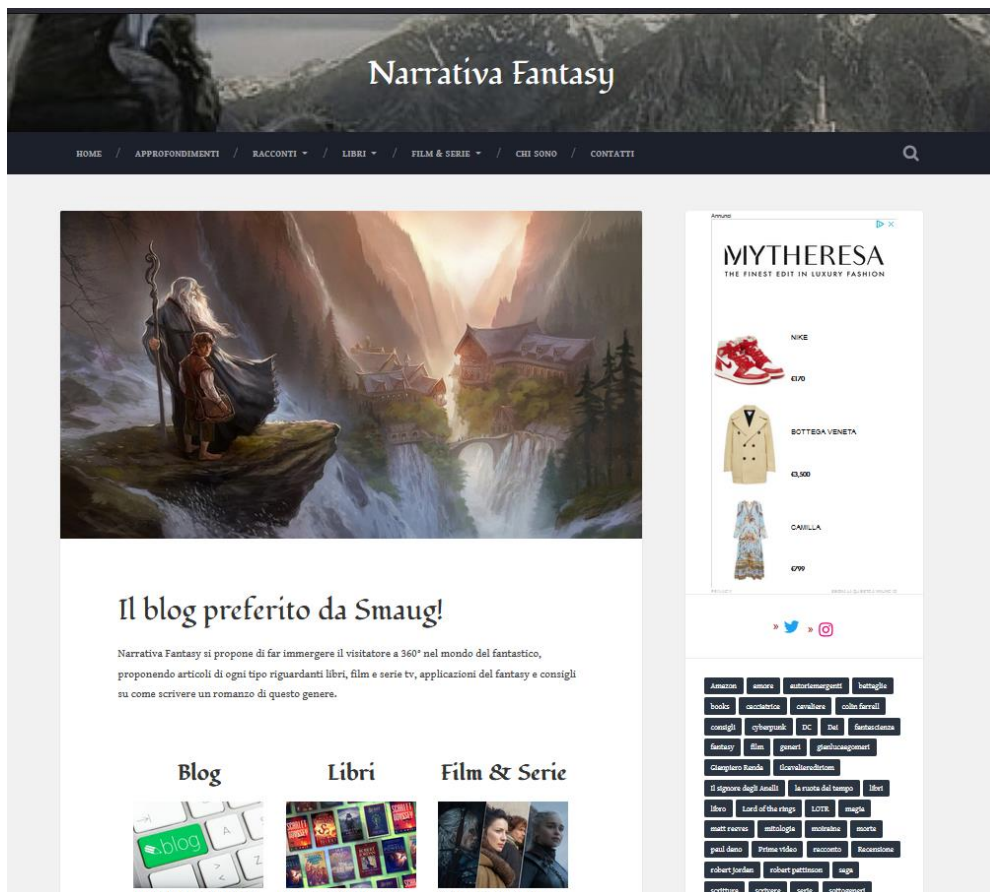


Figura 12. Home di Narrativa Fantasy

- **Approfondimenti:** qui vengono postati gli articoli di approfondimento, in cui si spazia nella trattazione di alcune tematiche collegate alla scrittura e al fantasy. Gli articoli sono postati in ordine dal più recente al meno recente;

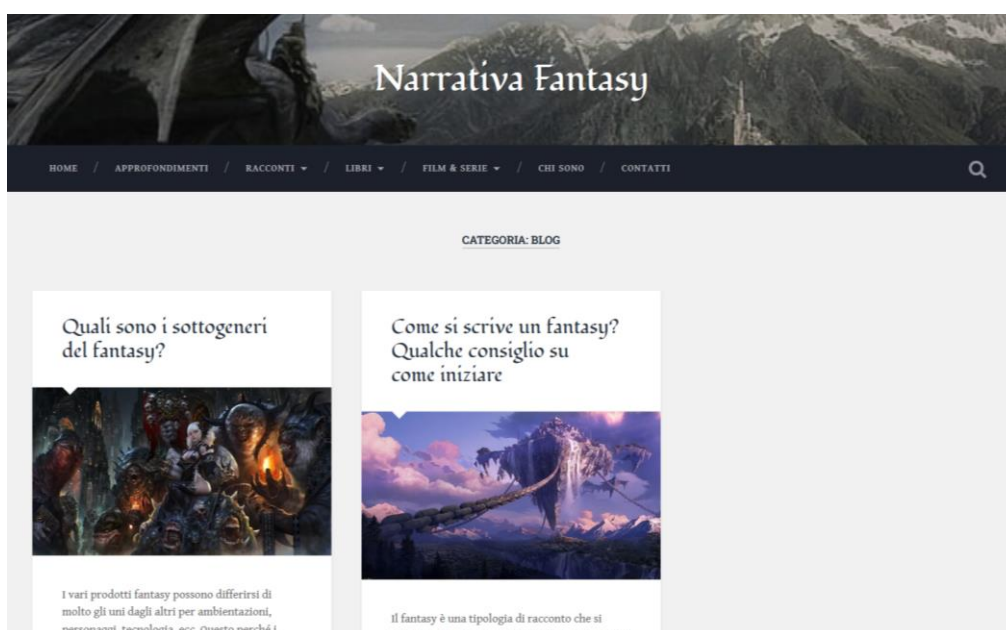


Figura 13. Sezione “Approfondimenti” del sito

- **Racconti:** al suo interno sono stati inseriti i racconti di alcuni autori emergenti, che hanno richiesto la pubblicazione delle loro opere all'interno del blog;

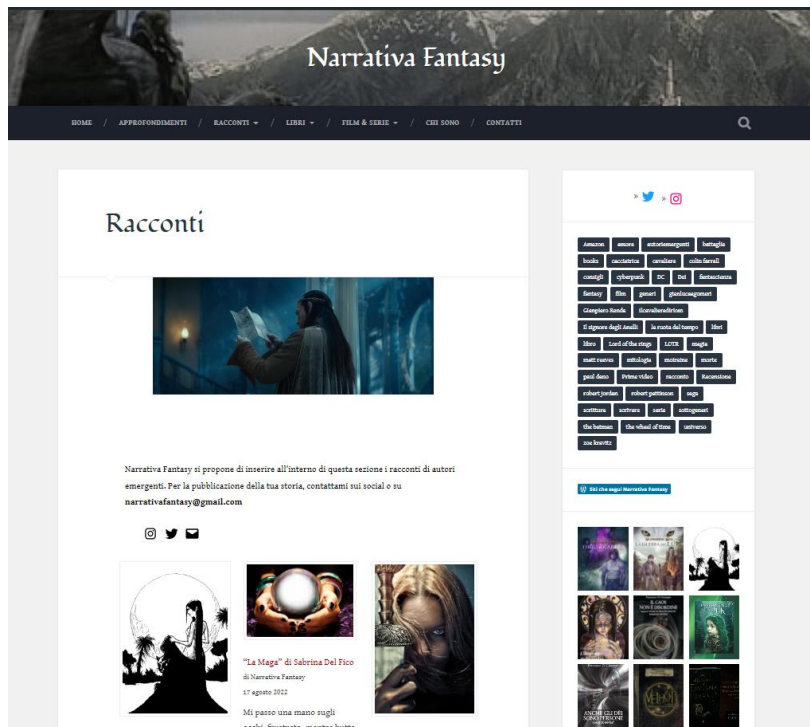


Figura 14. Pagina dedicata ai racconti

- **Libri:** in questa parte sono presenti tre sottosezioni:
 1. **Autori emergenti:** dedicata alla pubblicizzazione di romanzi fantasy di scrittori italiani poco conosciuti, che sono alle loro prime pubblicazioni. Al suo interno sono state inserite informazioni riguardo i libri segnalati dagli stessi autori (trama, link per l'acquisto, eventuali trailer di presentazione, biografia dell'autore, ecc.);

Narrativa Fantasy

HOME / APPROFONDIMENTI / RACCONTI ▾ / LIBRI ▾ / FILM & SERIE ▾ / CHI SONO / CONTATTI

CATEGORIA: AUTORI EMERGENTI

In questa sezione troverai i racconti/romanzi fantasy di autori emergenti. Vuoi pubblicizzare anche tu la tua storia? Contattami sui social o su narrativafantasy@gmail.com

“I figli di Cardea”, secondo capitolo della saga Ulfhednar War di Alessio Del Debbio

Alessio Del Debbio
ULFHEDNAR WAR
I FIGLI DI CARDEA
il Ciliegio

Dopo lo scontro alla Grande Quercia, gli ulfhednar del Vello d'Argento sono senza un Alfa e temono attacchi da parte dei Figli di

“La guerra dei Lupi” di Alessio Del Debbio: il primo capitolo di Ulfhednar War

Alessio Del Debbio
ULFHEDNAR WAR
LA GUERRA DEI LUPI
il Ciliegio

Amici da anni, Ascanio, Daniel, Marina e la loro compagnia di Viareggio non desiderano altro che trascorrere una tranquilla vacanza insieme, ma il destino ha altro in serbo per tutti loro. Gli

“Pantera”: il nuovo racconto di Giulia Cantieri

Il lago è sempre calmo la notte. Almeno in apparenza. I pescatori sanno che la tranquillità attira solo più confusione. Sotto il velo dell'acqua, molteplici vite da prendere all'amo. Sotto la cupola delle stelle, aghi argentati cercano le prede. L'aveva sentita. Non erano i pesci a muoversi, ma qualcosa di terrestre...

Figura 15. Sezione “Autori emergenti”

2. **Nuove uscite:** in tale sezione vengono segnate alcune nuove uscite fantasy;

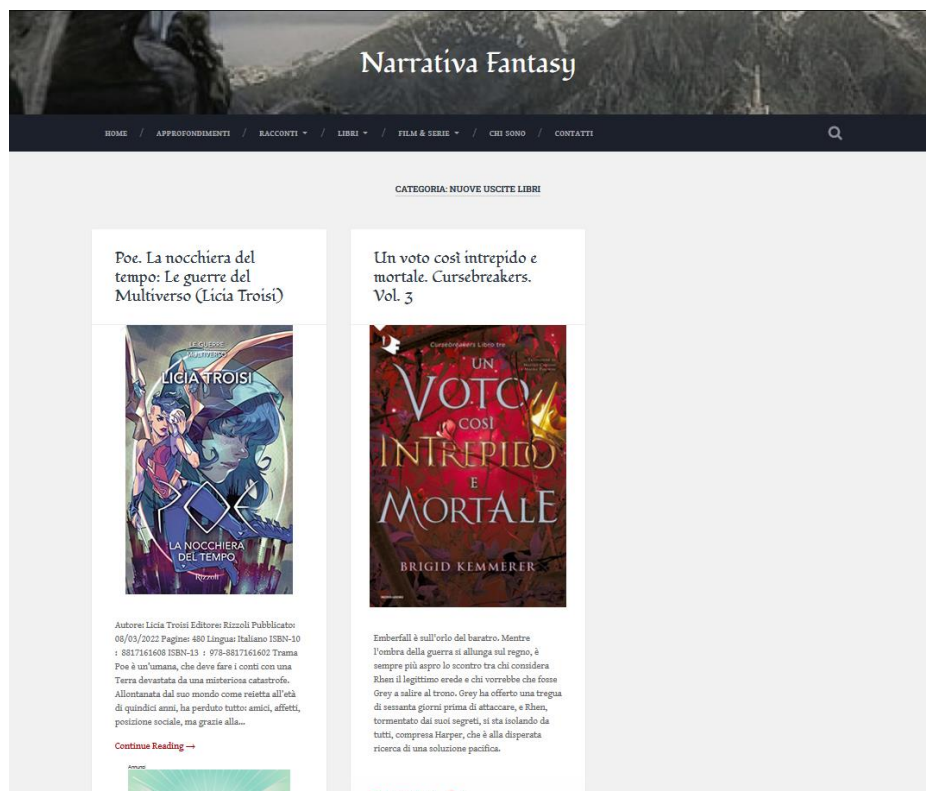


Figura 16. Sottosezione “Nuove uscite”, dedicata ai libri in uscita

3. **Recensioni:** in cui vengono postate le recensioni di romanzi letti, alcuni dei quali consigliati dagli autori stessi, che hanno contattato la pagina Instagram per farsi pubblicità.

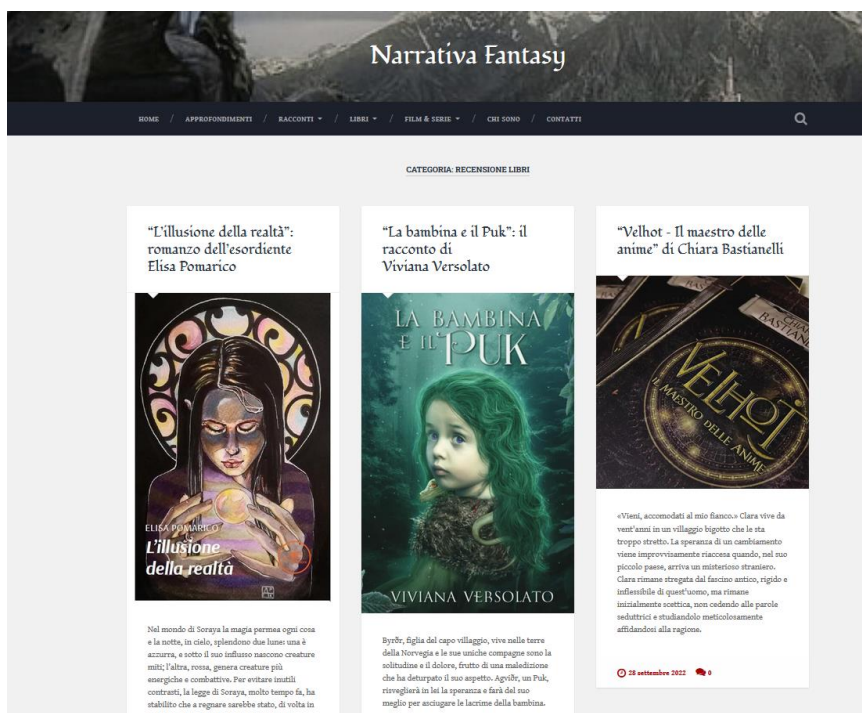


Figura 17. Pagina con articoli di recensione dei libri

- **Film & serie:** in cui sono presenti due sottosezioni:

1. **Nuove uscite:** qui vengono postati articoli su nuovi prodotti televisivi e cinematografici, andando a inserire le informazioni conosciute su ciò che si andrà a vedere;

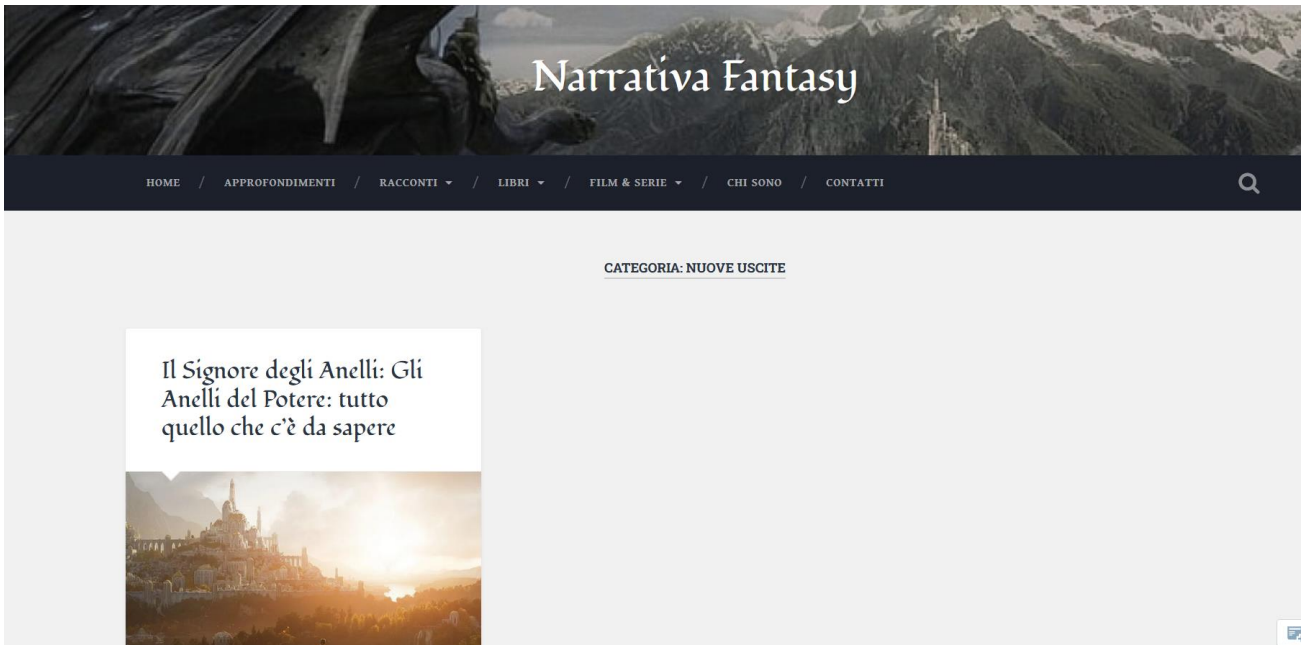


Figura 18. Pagina “Nuove uscite” di film e serie

2. **Recensioni:** così come per i libri, vengono fatte delle recensioni sui prodotti dei piccoli e grandi schermi. In questo caso si è optato per materiale proveniente per lo più dagli Stati Uniti e dal Regno Unito, vista lo scarso materiale che si ha in Italia.

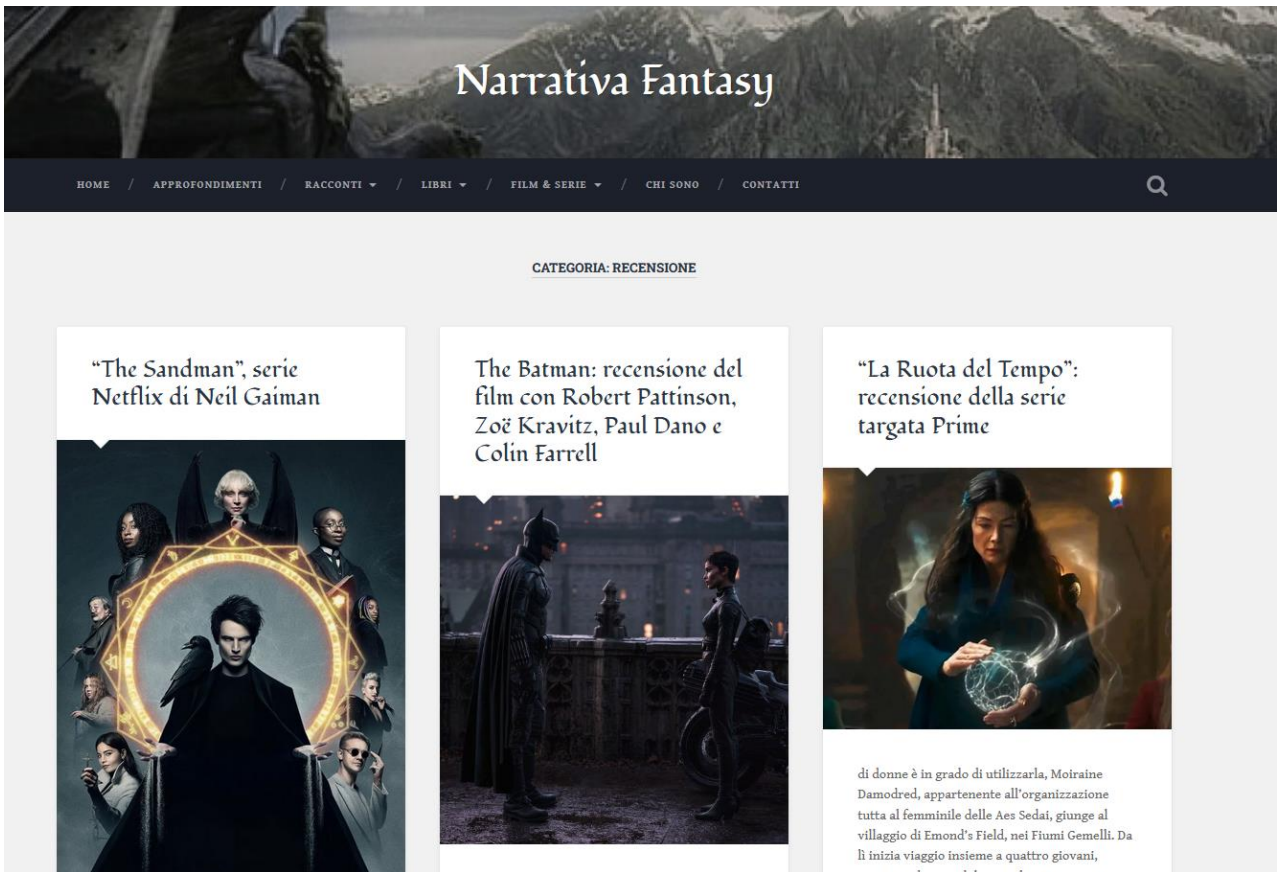


Figura 19. Sezione "Recensione" di film e serie

- **Chi sono:** fornisce una breve presentazione del mio percorso di studi e dei miei interessi.

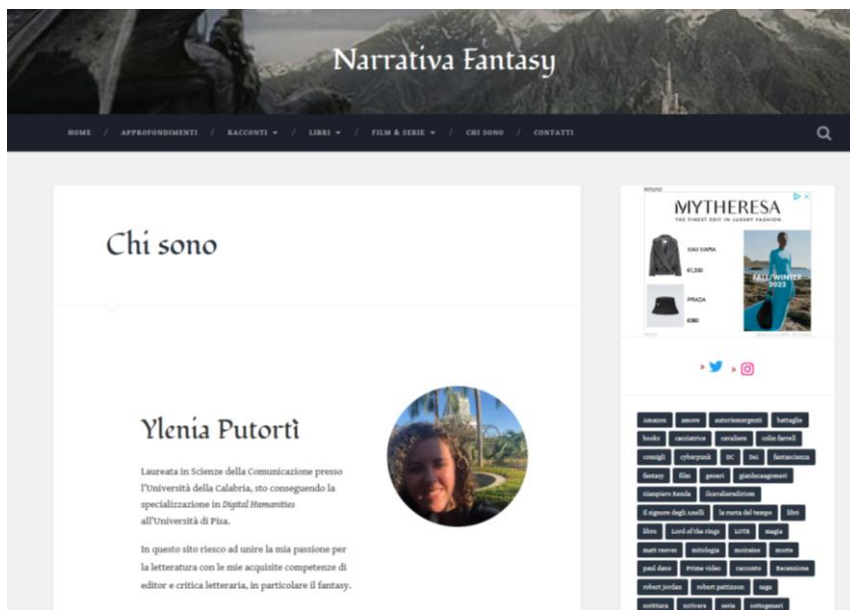


Figura 20. Pagina "Chi sono"

- **Contatti:** in questa pagina sono presenti due form: uno per contattarmi e l'altro per l'iscrizione alla newsletter. Sono stati anche aggiunti rimandi ai social e alla mail.

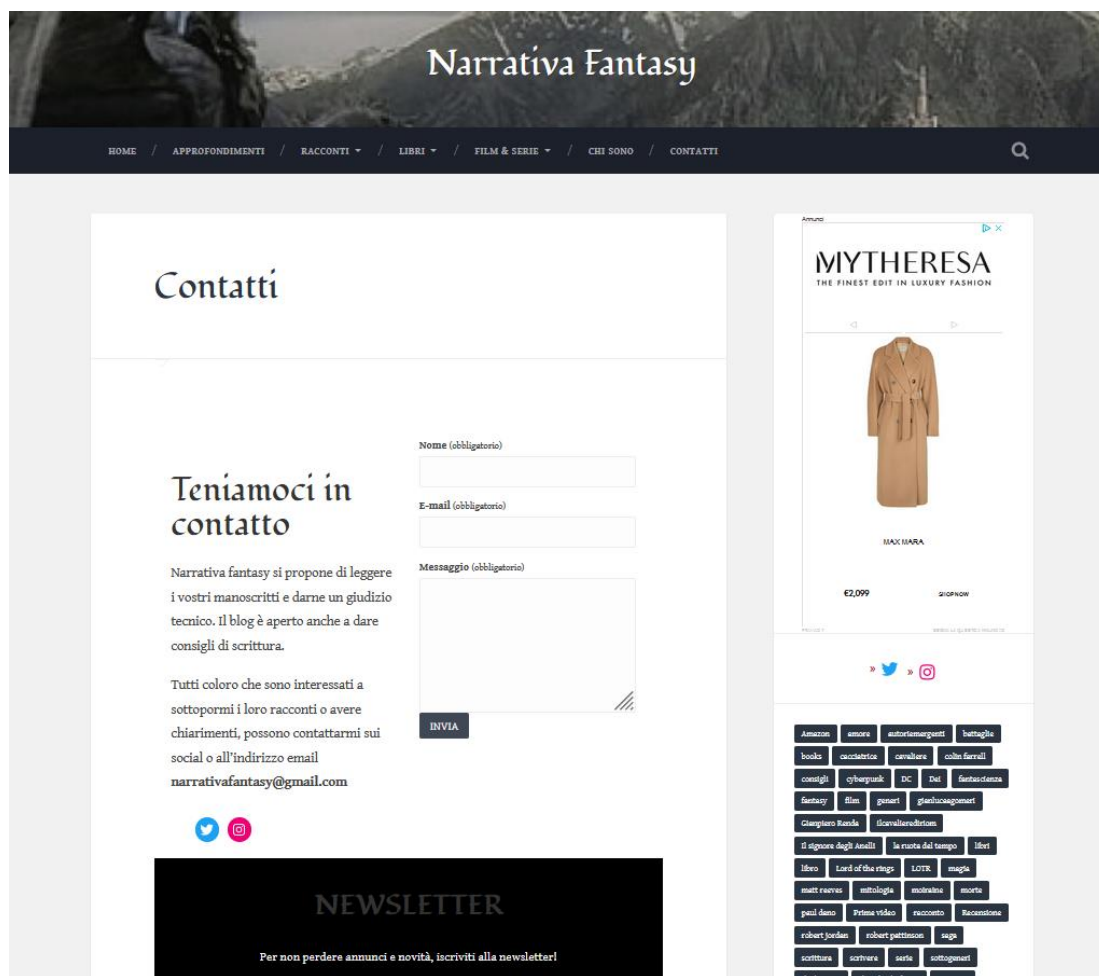


Figura 21. Sezione “Contatti”

4.4 La recensione

Un blog ben costruito è un buon trampolino di lancio per la carriera di un esperto del settore. In tal senso, giocano un ruolo rilevante le recensioni, che sono un ottimo strumento per ottenere notorietà e traffico sul sito (traffico che in prospettiva può tradursi anche in un guadagno economico). Si tratta di uno dei migliori contenuti con cui conquistare fama e influenza, portando i lettori a considerare chi gli scrive gli articoli come un vero e proprio punto di riferimento (influencer). L’AIE (Associazione Italiana Editori), il 20 maggio 2022 al Salone Internazionale del Libro di Torino ha mostrato come rispetto al 2019, nel 2021 è aumentato il numero dei lettori che acquistano libri dopo aver letto una recensione su un blog in un social, passando dal 50% al 59%¹⁶.

¹⁶ I dati della ricerca si riferiscono al primo quadrimestre del 2022, confrontando periodi analoghi nel 2019, 2020 e 2021. Il 2020 e 2021 sono due anni anomali, se si considera la pandemia e una crescita esponenziale nel campo editoriale l’anno successivo.

L'articolo di recensione è un contenuto che ha lo scopo di analizzare e valutare un prodotto – in questo caso culturale (libri, film e serie) – nella sua interezza. Chi si occupa di scriverle, condivide con il lettore informazioni sull'oggetto in questione e ne esamina in maniera critica tutti gli aspetti che lo riguardano, esaltandone sia i lati positivi che quelli negativi. Si vuole spingere, inoltre, chi sta leggendo, a condividere la propria opinione. Per poter fare una cosa del genere, il recensore deve conoscere in maniera approfondita l'argomento di cui tratta per far sì che non si perda il senso della valutazione, perché le opinioni che vengono espresse devono avere delle argomentazioni fondate.

Il testo non è molto lungo, e lo stile utilizzato dipende dalla testata in cui viene pubblicato e dal target di lettori. Nel caso di *Narrativa Fantasy*, viene utilizzato sia per le recensioni che per gli altri articoli un linguaggio colloquiale.

Essendo la recensione un vero e proprio articolo informativo, è necessario che la sua struttura sia impostata in maniera precisa per far sì che tutte le nozioni importanti vengano incluse e allo stesso tempo valorizzate.

All'interno della recensione dei libri, delle serie e dei film sono presenti:

➤ Un'**introduzione**, in cui vengono fatti conoscere in maniera sintetica i dati dell'opera (titolo, autore/regista, editore/sceneggiatore, anno di pubblicazione, numero di pagine e prezzo nel caso dei libri, cast nel caso dei film e delle serie); il genere (che nel caso di *Narrativa Fantasy* viene omesso trattandosi di un blog su un filone specifico), la trama, la struttura e le scelte stilistiche che sono state fatte;

➤ Una **parte interpretativa**, in cui viene fornita una versione critica del messaggio dell'opera, mettendone in evidenza aspetti che risaltino il prodotto, come il target, punti di forza, ricchezza del mondo narrativo, valore dei dialoghi, i personaggi, capacità di coinvolgimento;

➤ Una **parte valutativa**, in cui viene espressa la propria opinione, ma che al contempo fornisca delle argomentazioni oggettive e convincenti.

Nelle recensioni del blog si è cercato di fornire tutti questi elementi, inserendo al proprio interno in alcuni casi anche citazioni dei libri, delle serie e dei film in questione, senza però cercare di svelare troppo.

Nel caso delle recensioni di film e serie, la scelta è ricaduta su prodotti stranieri vista la scarsità di produzioni fantasy nel nostro Paese. Per quanto riguarda la sezione dei libri, invece, che è anche una delle parti principali del blog, vengono recensiti libri italiani scritti negli ultimi anni, in modo da far conoscere autori emergenti o poco conosciuti, andando a pubblicizzare i loro prodotti. Tramite i

social, in particolar modo Instagram, vengono condivisi gli articoli dagli stessi scrittori, facendo sì che in questo modo aumentassero anche le visualizzazioni del blog.

Il blogger si occupa dunque di presentare un certo prodotto per informare gli utenti interessati, cercando di far capire loro cosa quel prodotto può offrire loro. Il blog è quindi uno strumento capace di influenzare numerose persone, e per questo motivo può risultare un'arma a doppio taglio: se gli articoli sono veritieri e di qualità, la popolarità del blog e di chi scrive può solo giovare, ma se i contenuti sono trattati in maniera superficiale, si può perdere di credibilità e popolarità. Negli articoli scritti su *Narrativa Fantasy* si è cercato dunque di valutare nella maniera più obiettiva possibile gli aspetti positivi e negativi di ciò che viene recensito.

A differenza di altri blogger che trattano di libri, che ricevono in alcuni casi dei campioni gratuiti, i testi di cui si è parlato in *Narrativa Fantasy* sono stati acquistati. Non capita di rado, infatti, che per avere un po' di pubblicità tramite degli articoli di profili molto seguiti, scrittori inviino delle copie gratuite delle loro opere.

Tutte le recensioni fatte sono su libri che sono stati interamente letti e di film e serie che sono stati visti prima di essere commentati, in modo da fornire valutazioni autentiche e approfondite. Ciò permette di offrire consigli validi, sulla base di ciò che è stato testato in prima persona da chi gestisce il blog.

4.5 La newsletter

La newsletter è un messaggio di posta elettronica che viene inviato periodicamente e gratuitamente agli iscritti al sito aziendale, per tenerli aggiornati su argomenti di loro interesse. Si tratta di uno dei possibili utilizzi che le aziende possono fare delle e-mail, ed è collocata all'interno delle strategie di web marketing a disposizione delle imprese, che la possono utilizzare come fonte di traffico.

Il suo invio è periodico e il contenuto varia in base alla propria attività e al tipo di relazione che si ha con gli abbonati: può essere progettata, ad esempio, per evidenziare l'ultima uscita di un marchio, promuovere sconti e offerte, concorsi a premi, inviare questionari, può includere contenuti editoriali, ecc.

La condizione per ricevere la newsletter è l'iscrizione al servizio, e deve essere sempre autorizzata dall'utente nel rispetto della normativa sulla privacy e del GDPR, in modo da garantire

agli abbonati la massima sicurezza e il trattamento dei dati personali, poiché vengono date informazioni in cambio di dati sensibili.

Per le aziende il database di contatti ha un valore importante: si tratta, infatti, di un elenco di persone interessate a ricevere i loro messaggi e che quindi sono interessate al suo prodotto. Fornisce un servizio ulteriore rispetto a ciò che si trova nel resto del sito, poiché rivolto agli “affezionati”. Per tale motivo è necessario far sentire loro delle persone “speciali”.

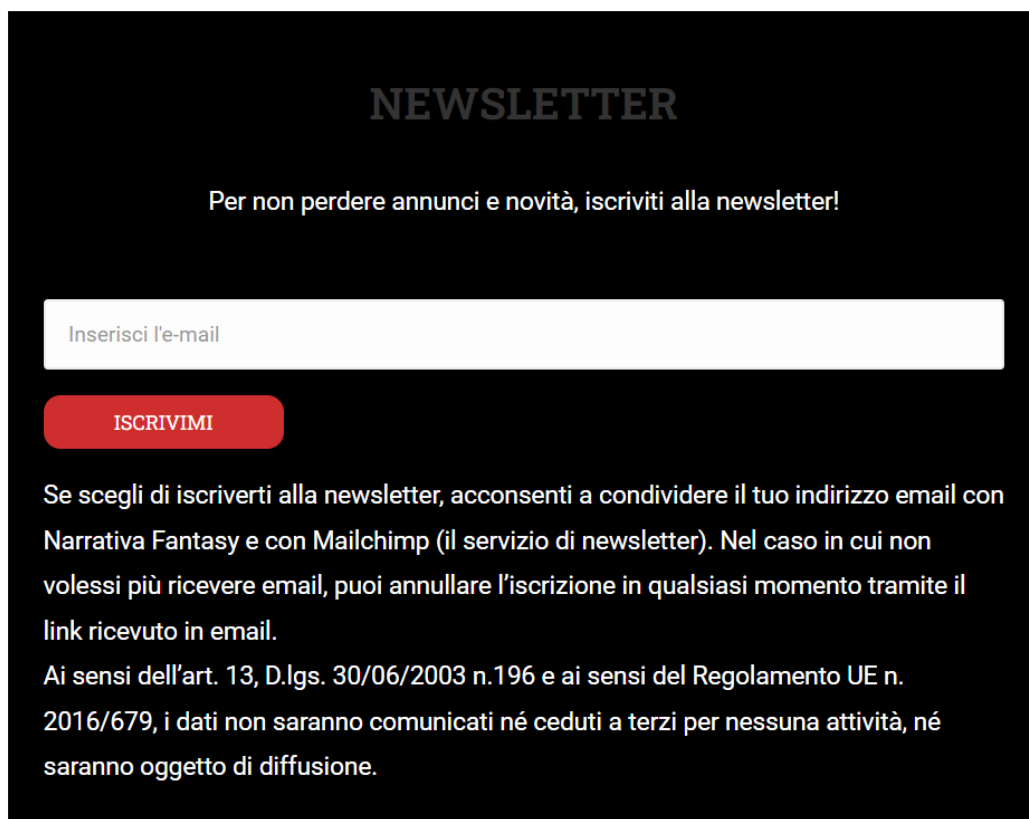
Prima di inviare una newsletter bisogna aver chiaro perché la si vuole creare e quale sia il proprio obiettivo, che nel caso di *Narrativa Fantasy* è quello di fornire agli utenti iscritti consigli di lettura e serie TV e ulteriori approfondimenti rispetto a quelli presenti nella sezione *Blog* del sito. Per creare una newsletter bisogna focalizzarsi su:

- **Layout:** deve essere diretto e di forte impatto. Bisogna mettersi nei panni del destinatario, perché già appena si apre la mail basta dare un’occhiata per decidere se il contenuto è interessante o meno. Il messaggio più importante deve apparire per primo, che sia un’offerta promozionale o un articolo del blog di cui si è particolarmente orgogliosi. (parlare del layout di narrativa fantasy)
- **Tone of voice:** quando si scrive una newsletter è importante scegliere con attenzione le parole. Il modo in cui ci si esprime è ciò che rende il sito riconoscibile dagli altri, ed è necessario che rimanga coerente con il resto della comunicazione all’interno del sito, senza dimenticarsi del target a cui ci si rivolge e gli obiettivi da raggiungere.

Essendo un’e-mail che viene inviata a cadenza periodica, è necessario decidere la frequenza di invio. Nel caso di *Narrativa Fantasy* viene inviata una mail al mese.

Il servizio di newsletter è stato integrato con *Mailchimp*, una piattaforma dedicata all’email marketing fondata in America nel 2001 da Ben Chestnut e Dan Kurzius. La scelta di Mailchimp è data dai diversi vantaggi che offre anche il *piano Free*: dalla possibilità di avere fino a 2000 iscritti alla newsletter alla presenza di un assistente creativo per creare automaticamente i layout delle campagne di newsletter. Vi è la possibilità anche di creare e-mail responsive con l’editor drag & drop da zero o partendo da modelli già disponibili. Si può decidere di dividere la propria audience in segmenti o con il sistema di tag per mandare e-mail a una porzione di utenti che soddisfa alcuni requisiti.

All'interno del sito il servizio è stato inserito tramite relativo blocco compatibile con WordPress:



NEWSLETTER

Per non perdere annunci e novità, iscriviti alla newsletter!

Inserisci l'e-mail

ISCRIVIMI

Se scegli di iscriverti alla newsletter, acconsenti a condividere il tuo indirizzo email con Narrativa Fantasy e con Mailchimp (il servizio di newsletter). Nel caso in cui non volessi più ricevere email, puoi annullare l'iscrizione in qualsiasi momento tramite il link ricevuto in email.

Ai sensi dell'art. 13, D.lgs. 30/06/2003 n.196 e ai sensi del Regolamento UE n. 2016/679, i dati non saranno comunicati né ceduti a terzi per nessuna attività, né saranno oggetto di diffusione.

Figura 22. Form per l'iscrizione alla newsletter

Come si può notare dall'immagine, sono presenti: un blocco in cui inserire l'indirizzo e-mail, il pulsante di conferma di iscrizione e l'informativa sulla privacy. Il modulo consente di inserire e personalizzare i messaggi che appaiono sul sito e che danno un feedback all'utente dopo l'iscrizione alla newsletter:

- Durante l'iscrizione, viene mostrato un messaggio relativo all'elaborazione del testo inserito nel campo dedicato all'e-mail:

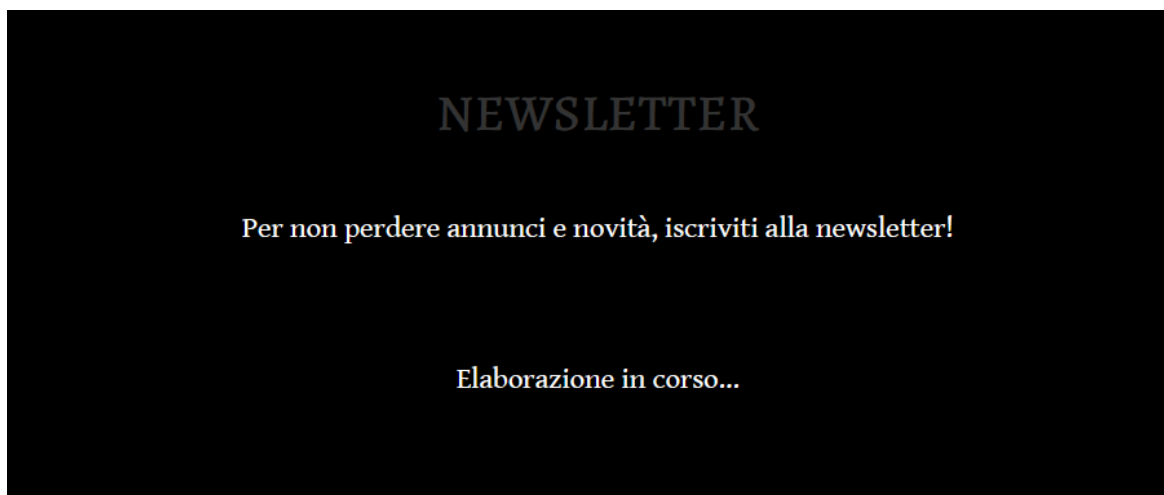


Figura 23. Messaggio di elaborazione del testo

- Se l'iscrizione è andata a buon fine, viene mostrato il seguente messaggio:



Figura 24. Messaggio di esito positivo

- Se l'iscrizione non è andata a buon fine, viene mostrato un messaggio di errore. L'utente deve allora ricaricare le pagine e tentare nuovamente l'iscrizione.

Il *footer* è presente all'interno di quasi tutte le pagine, e al suo interno troviamo le informazioni relative al blog, i rimandi ai social, dei quali sono stati inseriti delle icone, il form per l'iscrizione alla newsletter e il form per contattarmi. Così come il resto del sito, anche questa parte è responsive e si adatta allo schermo che viene utilizzato. Il risultato visivo, con i vari schermi, è questo:

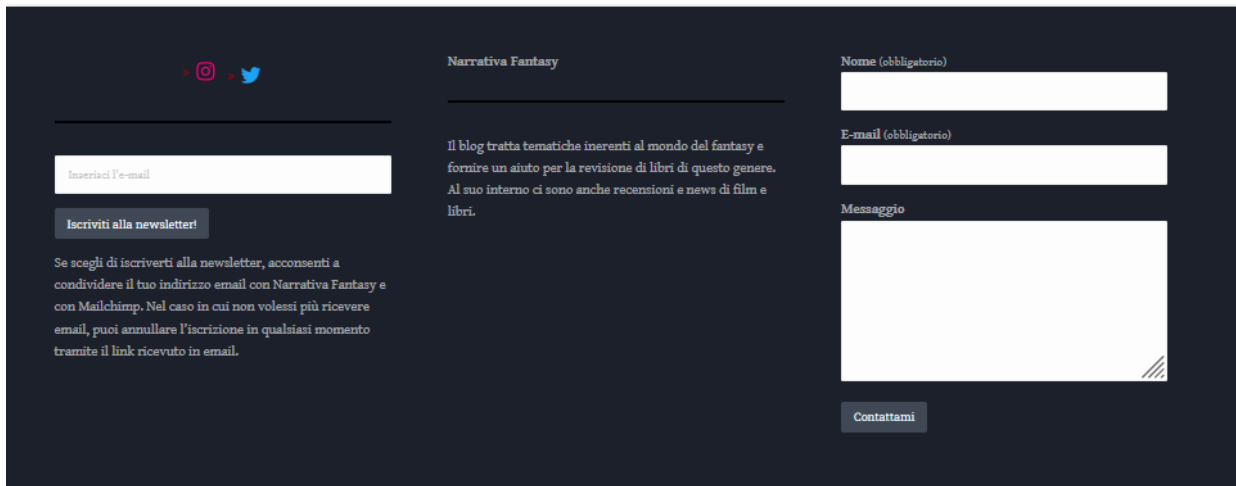


Figura 25. Visuale del footer dal desktop

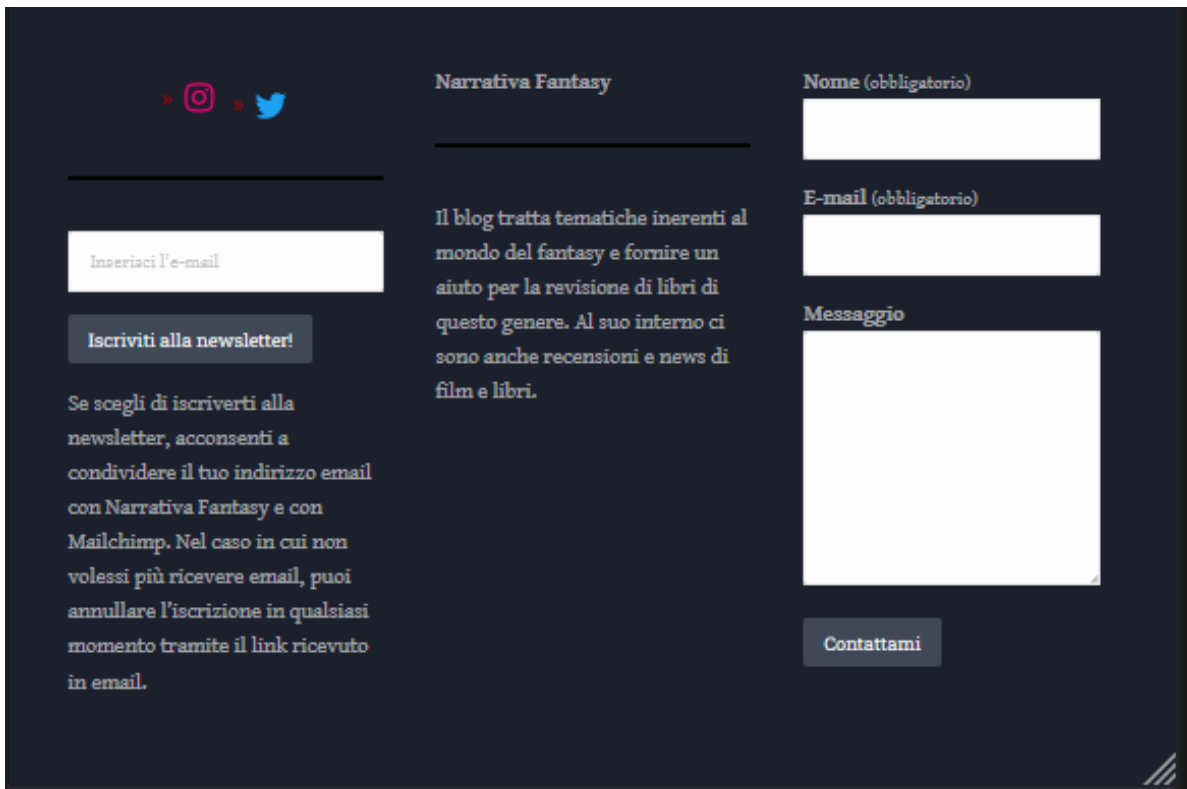


Figura 26. Visuale del footer da iPad Air



Figura 27. Visuale del footer da Iphone 12

Tramite l'editor sono stati creati dei modelli di newsletter in base alle esigenze:

- L'iscrizione alla newsletter



NARRATIVA FANTASY

Ciao!

Grazie per esserti iscritto alla newsletter

Da oggi inizieremo un nuovo percorso insieme, e ogni mese riceverai una mail con consigli su Film e Serie TV da guardare e libri da leggere, oppure approfondimenti sul fantasy!

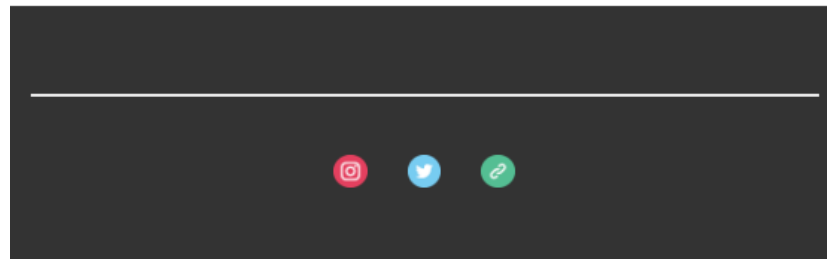


Figura 28. Modello di avvenuta iscrizione alla newsletter

- Notifica di pubblicazione di un nuovo articolo sul blog



Narrativa Fantasy



Ciao!

E' stato appena pubblicato un nuovo articolo

[Leggilo ora](#)



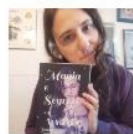
Figura 29. Avviso di pubblicazione di un nuovo articolo

- La mail mensile



Questo mese gli appassionati di serie TV fantasy sono stati "accontentati" con diverse nuove uscite: tra questi la prima stagione di *House of the Dragon*, attesissimo prequel di *Game of Thrones*, *The Sandman*, tratto dalla serie di fumetti targati DC Comics di Neil Gaiman, e la terza e ultima stagione di *Locke & Key*. Di seguito troverete alcuni consigli di lettura e contenuti extra sulle serie appena uscite. Buona lettura!

Libri consigliati



Magia e segreti - Susanna Tagliaferro

Adele, come la maggior parte degli adolescenti, è alle prese con prime cotte, amicizie e conflitti familiari. La sua vita cambia improvvisamente



Il dono di Phantaso - Aurora Nardoni

"Uno, non sottrarre alcun oggetto che possa compromettere la storia con la sua



Saga della corona delle rose - Il divoratore d'ombra (Vol.1) - Gianluca Villano

Figura 30. Modello di e-mail mensile

Le mail inviate da Narrativa Fantasy fanno parte della tipologia delle **Content newsletter**, ovvero quelle e-mail utilizzate solitamente dalle case editrici o da quelle aziende che spingono sul content marketing o sullo storytelling, andando ad inserire contenuti interessanti, informazioni di valore per gli iscritti, come possono essere post del blog, news aziendali, abstract di articoli di un magazine, ecc.

Si è cercato di evitare l'inserimento di immagini troppo pesanti in modo che queste potessero essere scaricate tranquillamente sui propri dispositivi. Le e-mail sono tutte responsive, cosicché possano essere visualizzate su tutti i dispositivi (anche tablet e mobile).

4.6 Tool per la ricerca delle parole chiave

Se si vuole aumentare il traffico sul proprio portale, le tematiche per gli articoli dovrebbero avvicinarsi il più possibile a quelli che sono gli interessi del pubblico di riferimento. Per arrivare agli utenti, è necessario sapere quali parole chiave utilizzare. Per questo motivo sono stati utilizzati dei tool gratuiti che si sono rivelati utili per questo punto:

- **Google** è uno dei motori di ricerca di parole chiave più famosi: con il suo *Google Autocomplete* si possono ricavare molte idee per le keyword. Inoltre, grazie al motore di ricerca si può avere un'idea di ciò che i lettori ricercano maggiormente, se blog e articoli o qualcosa da acquistare.
- **Google trends:** con questo strumento si va a studiare l'andamento delle ricerche nel tempo e quale tema è meglio affrontare in un certo periodo. In questo caso basta inserire la keyword, l'area geografica di interesse ed eventualmente una specifica categoria per verificare la popolarità della query negli ultimi 12 mesi. Se si prende, ad esempio, la parola *fantasy* e la categoria *Libri e Lettura*, con la sola Italia inserita come area geografica, comparirà il seguente grafico:

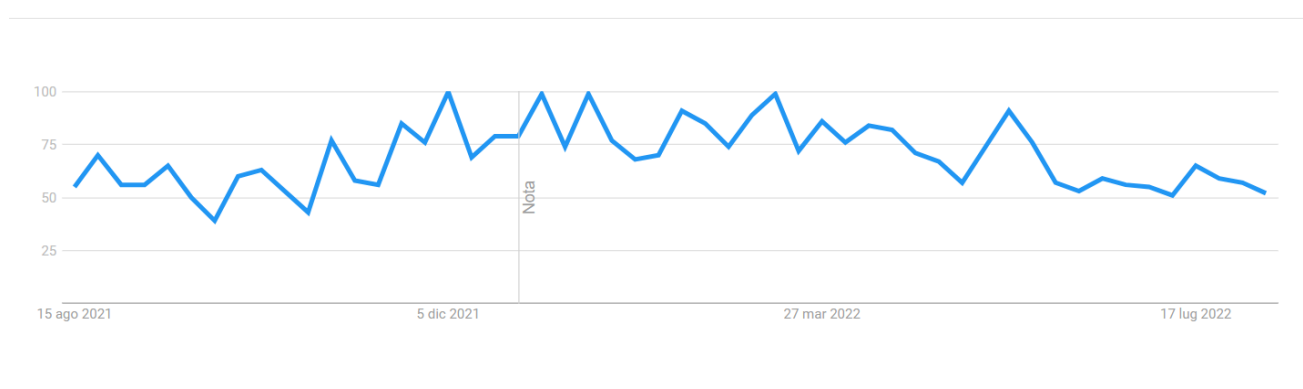


Figura 31. Andamento della parola *fantasy* da agosto 2021 ad agosto 2022

Il sito fornisce anche gli interessi in base alla regione:



Figura 32. Interessi della parola *fantasy* in base alla regione

Ci vengono mostrati anche gli argomenti correlati più ricercati:

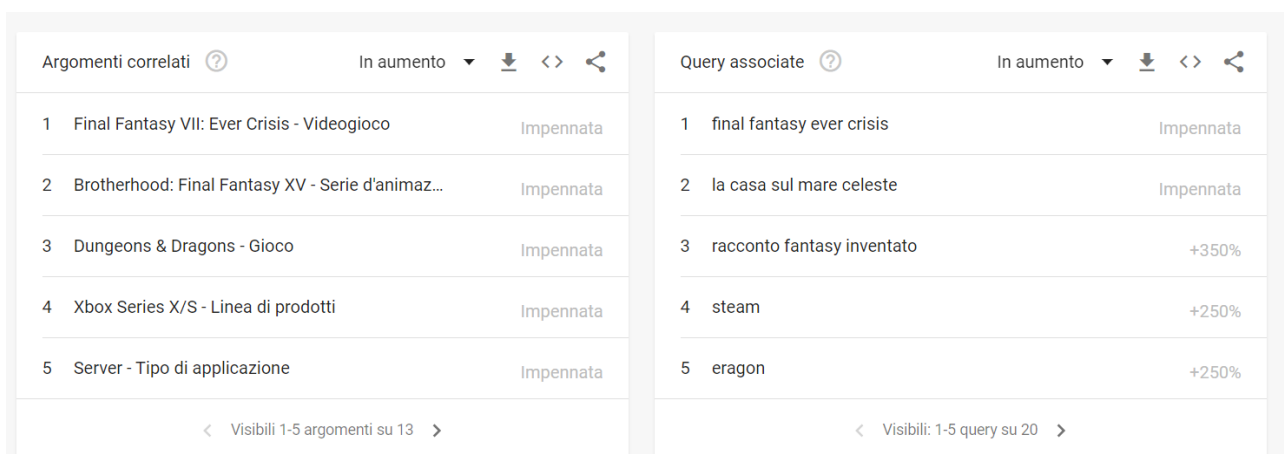


Figura 33. Argomenti correlati al fantasy

Un altro tool interessante è *ATP*¹⁷, che si rivela un supporto valido per i prossimi argomenti da scrivere, perché al suo interno si ritrovano domande frequenti, preposizioni, confronti, ordini alfabetici e ricerche correlate. Anche in questo caso vanno scelti la parola chiave, il Paese e la lingua, per un massimo di due parole al giorno gratis.

Utilizzando sempre la parola *Fantasy* come keyword e impostando Italia come Paese e italiano come lingua, si ottengono i seguenti risultati, che vengono mostrati sia sottoforma di grafico ad albero che come lista:

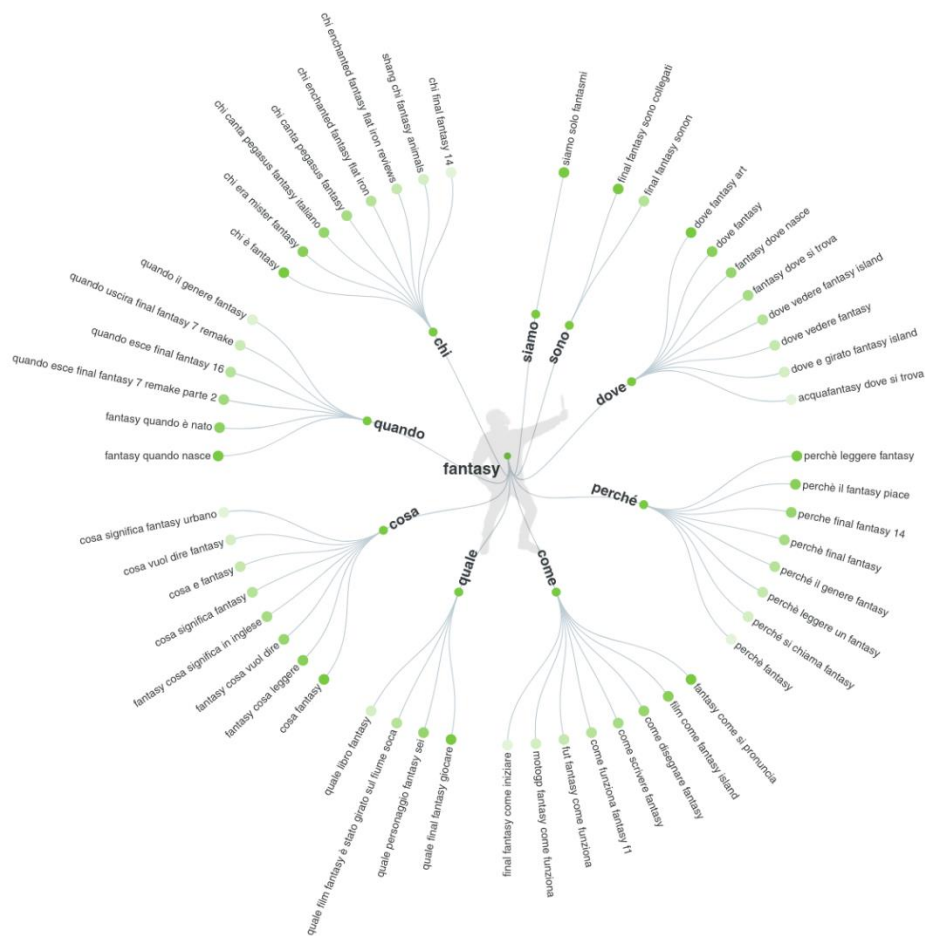


Figura 34. Grafico generato da ATP con le parole chiave

¹⁷ ATP (AnswerThePublic) è uno strumento SEO con cui è possibile elencare, attraverso grafici, le informazioni riguardanti i suggest di Google. I grafici vengono realizzati dalla combinazione di domande, preposizioni, comparazioni, ordine alfabetico e correlate. È stato progettato da Propellernet, un team britannico. Il sito può anche essere consultato in italiano, ma la versione free consente di consultare solamente le ricerche in lingua italiana effettuate in Gran Bretagna.

fantasy 53 questions

Visualisation

Data

chi

Image

Hide

chi è fantasy
chi era mister fantasy
chi canta pegasus fantasy italiano
chi canta pegasus fantasy
chi enchanted fantasy flat Iron
chi enchanted fantasy flat iron reviews
shang chi fantasy animals
chi final fantasy 14

come

Image

Hide

fantasy come si pronuncia
film come fantasy island
come disegnare fantasy
come scrivere fantasy
come funziona fantasy f1
fut fantasy come funziona
motogp fantasy come funziona
final fantasy come iniziare

cosa

Image

Hide

cosa fantasy
fantasy cosa leggere
fantasy cosa vuol dire
fantasy cosa significa in inglese
cosa significa fantasy
cosa e fantasy
cosa vuol dire fantasy
cosa significa fantasy urbano

dove

Image

Hide

dove fantasy art
dove fantasy
fantasy dove nasce
fantasy dove si trova
dove vedere fantasy island
dove vedere fantasy
dove e girato fantasy island
acquafantasy dove si trova

perché

Image

Hide

perché leggere fantasy
perché il fantasy piace
perche final fantasy 14
perché final fantasy
perché il genere fantasy
perché leggere un fantasy
perché si chiama fantasy
perché fantasy

quale

Image

Hide

quale final fantasy giocare
quale personaggio fantasy sei
quale film fantasy è stato girato sul fiume soca
quale libro fantasy

quando

Image

Hide

fantasy quando nasce
fantasy quando è nato
quando esce final fantasy 7 remake parte 2
quando esce final fantasy 16
quando uscirà final fantasy 7 remake
quando il genere fantasy

siamo

Image

Hide

siamo solo fantasmi

sono

Image

Hide

final fantasy sono collegati
final fantasy sonon

Figura 35. Fantasy 53 question

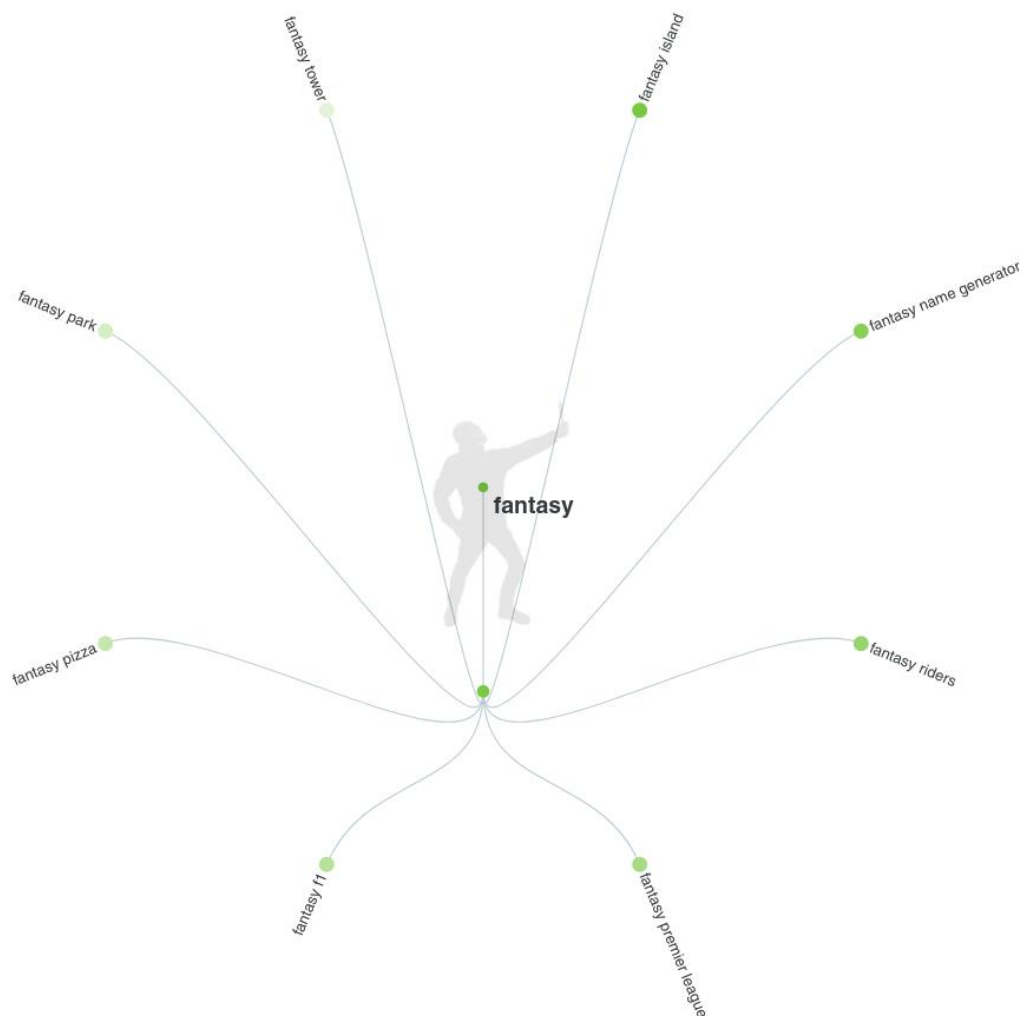


Figura 36. Fantasy related

L'utilizzo dei tool gratuiti è di aiuto in particolare per chi è alle prime armi, ma ha delle limitazioni, poiché i dati che vengono offerti saranno sicuramente in minor quantità rispetto ai tool a pagamento, come *Ahref's Keywords Explorer*, il quale ha un database molto ampio, e dà accesso anche a parole chiave con bassa competizione.

5. L'accessibilità

Quando si va a creare un sito web o un'applicazione, è necessario che questo sia **usabile** e **accessibile**: questi due termini in alcuni casi vengono usati quasi come se fossero sinonimi, ma indicano due cose differenti.

Secondo la definizione data dalla normativa ISO 9241-11 l'usabilità è:

il grado in cui un prodotto può essere usato da specifici utenti per raggiungere specifici obiettivi con efficacia, efficienza e soddisfazione in uno specifico contesto d'uso¹⁸

In questa definizione ci sono dei termini rilevanti da tenere in considerazione: *efficacia*, *efficienza* e *soddisfazione*.

- L' **efficacia** è l'accuratezza e completezza con cui gli utenti possono raggiungere i loro obiettivi. Una soluzione efficace ti dà la possibilità di dettagliare tutto quello che vuoi;
- L' **efficienza** è collegata alle risorse spese in relazione all'accuratezza e completezza degli obiettivi raggiunti (es. il tempo, il numero di azioni). Un'interfaccia è più efficiente se una persona riesce a fare sul sito ciò che vorrebbe in poco tempo e con poche azioni;
- La **soddisfazione** è la misura in cui una persona si sente a proprio agio mentre interagisce con il sistema.

L'usabilità è dunque un fattore importante nella realizzazione di siti e applicazioni, perché permette di creare un ambiente familiare per gli utenti i quali, in questo modo, avranno maggiore facilità nella ricerca e apprendimento dei contenuti. Ciò permette una riduzione di costi, errori di sviluppo e si evitano difficoltà nella navigazione di un sito.

Per migliorare l'usabilità possono essere effettuati dei test che consistono nell'osservazione diretta dell'utilizzo di un determinato servizio digitale da parte degli utenti, oppure si può optare per dei validatori.

Per accessibilità si intende:

¹⁸ Norma 9241 "Ergonomic requirements for office work with visual display terminals (VDTs)" dell'ISO International Organization for Standardization, link: [https://www.interno.gov.it/it/usabilita#:~:text=Per%20usabilit%C3%A0%20si%20intende%20%22il,VDTs\)%E2%80%9D%20dell'%20ISO%20International](https://www.interno.gov.it/it/usabilita#:~:text=Per%20usabilit%C3%A0%20si%20intende%20%22il,VDTs)%E2%80%9D%20dell'%20ISO%20International)

La capacità dei sistemi informatici di erogare servizi e fornire informazioni fruibili, senza discriminazioni, anche da parte di coloro che a causa di disabilità necessitano di tecnologie assistive o configurazioni particolari¹⁹.

Tramite l'accessibilità vengono garantite all'utente situazioni confortevoli per quanto riguarda l'uso della tecnologia dell'informazione. Un sito o un'applicazione si possono dunque definire accessibili solo se possono essere utilizzati indistintamente da tutte le persone, comprese quelle affette da qualche disabilità. Per questo motivo è necessario che vengano effettuate, all'interno del sito, alcune accortezze, come l'aggiunta del testo alternativo nelle immagini tramite l'attributo ALT: questo verrà poi letto, tramite degli *screen reader*, agli utenti non vedenti.

Talvolta si pensa anche che un sito accessibile sia anche usabile e viceversa, ma non sempre è così. Il progettista del sito deve cercare di creare il giusto equilibrio tra accessibilità e usabilità al fine di ottenere i massimi risultati da ognuna, anche se raggiungere la completa applicazione dei principi di usabilità e accessibilità è difficile. Si dovrebbe fare in modo che i due sistemi vengano integrati in modo tale da garantire un'esperienza adatta a tutti.

Per verificare l'accessibilità e l'usabilità, esistono alcuni validatori. Nel caso di *Narrativa fantasy* sono stati utilizzati: *MAUVE++*, *WAVE* e *Colorblind Web Page Filter*.

5.1.1 Mauve++

Mauve++ è un progetto dell'HIIS Lab (Human Interfaces In Information Systems Laboratory) del CNR di Pisa, e serve per valutare l'accessibilità dei siti web andando a controllarne il codice HTML e CSS attraverso linee guida. Al momento supporta la convalida delle linee guida W3C (World Wide Web Consortium) e WCAG (Web Content Accessibility Guidelines) 2.1.

Mauve++ fornisce due metriche per misurare il livello di accessibilità:

- **Percentuale di accessibilità:** che sta ad indicare quanto è accessibile il sito in base al numero di checkpoint valutati per i quali è stato possibile prendere una decisione sulla convalida.
- **Completezza della valutazione:** indica la percentuale del tipo di checkpoint per i quali lo strumento è riuscito a prendere una decisione sulla convalida.

¹⁹ AGID. Agenzia per l'Italia digitale, link: <https://www.agid.gov.it/it/design-servizi/accessibilita>

Entro 24 ore dall'inserimento dell'URL nel sito, viene fornito un file PDF con l'esito della valutazione tramite e-mail. Il risultato di Narrativa Fantasy è arrivato dopo 3 minuti dall'inserimento del link.

Dall'analisi il blog ha ottenuto 95 come percentuale di accessibilità e 92 come percentuale per la completezza della valutazione. Gli errori emersi erano principalmente relativi ad una messa a fuoco errata, dovuta ad una scelta sbagliata di colori.

5.1.2 WAVE

Così come MAUVE++, anche WAVE valuta l'accessibilità seguendo le linee guida WCAG, con la differenza che in questo caso, anziché ricevere un report con i risultati, la valutazione avviene tramite un'estensione per i browser Chrome e Firefox o con l'inserimento dell'URL del sito. Apparirà poi un pannello in cui vengono mostrate delle icone colorate:

- Il **rosso** viene utilizzato per gli errori;
- L'**arancione** indica cosa potrebbe essere migliorato;
- Il **verde** rappresenta gli elementi che incrementano l'accessibilità.

Per ciascun elemento viene fornita una spiegazione nella sezione *Reference*. Nella barra laterale vengono anche inserite altre voci in cui è possibile controllare aspetti come la struttura del sito e testare i colori.

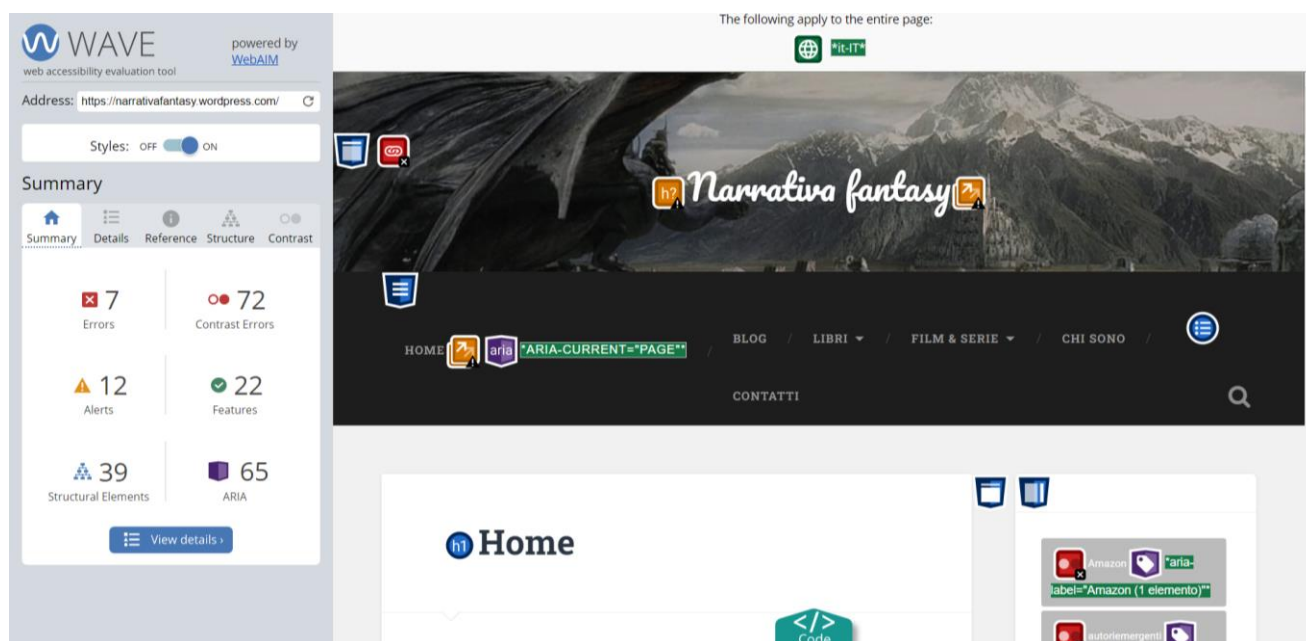


Figura 37. Analisi dell'accessibilità con WAVE

Dall'immagine si può notare come l'elemento che creava maggiori problemi all'interno del sito era il contrasto dei colori: andando a controllare le reference, si è constatato che la gran parte degli errori si riferivano all'utilizzo del verde per alcune scritte (il nome dell'autore degli articoli, i tag del tag cloud, ecc.), che sono poi stati sostituiti dal bordeaux.



Figura 38. Esempio di errore segnalato da WAVE

Per quanto riguarda le immagini, è stato aggiunto il testo alternativo, che era prima assente.

5.1.3 Colorblind Web Page Filter

Considerati gli errori di contrasto segnalati da WAVE, si potò ricorrere a *Colorblind Web Page Filter*, uno strumento utile a verificare come appare il sito alle persone affette da daltonismo. Una volta inserito l'URL del sito e selezionato il tipo di daltonismo che si vuole analizzare, viene poi mostrato – sotto forma di immagini – il confronto tra la pagina originale e come questa viene vista dai daltonici.

Il test è stato fatto sui quattro i tipi di anomalia visiva proposti dal sito:

- *Protanopia*, ovvero l'insensibilità al rosso:

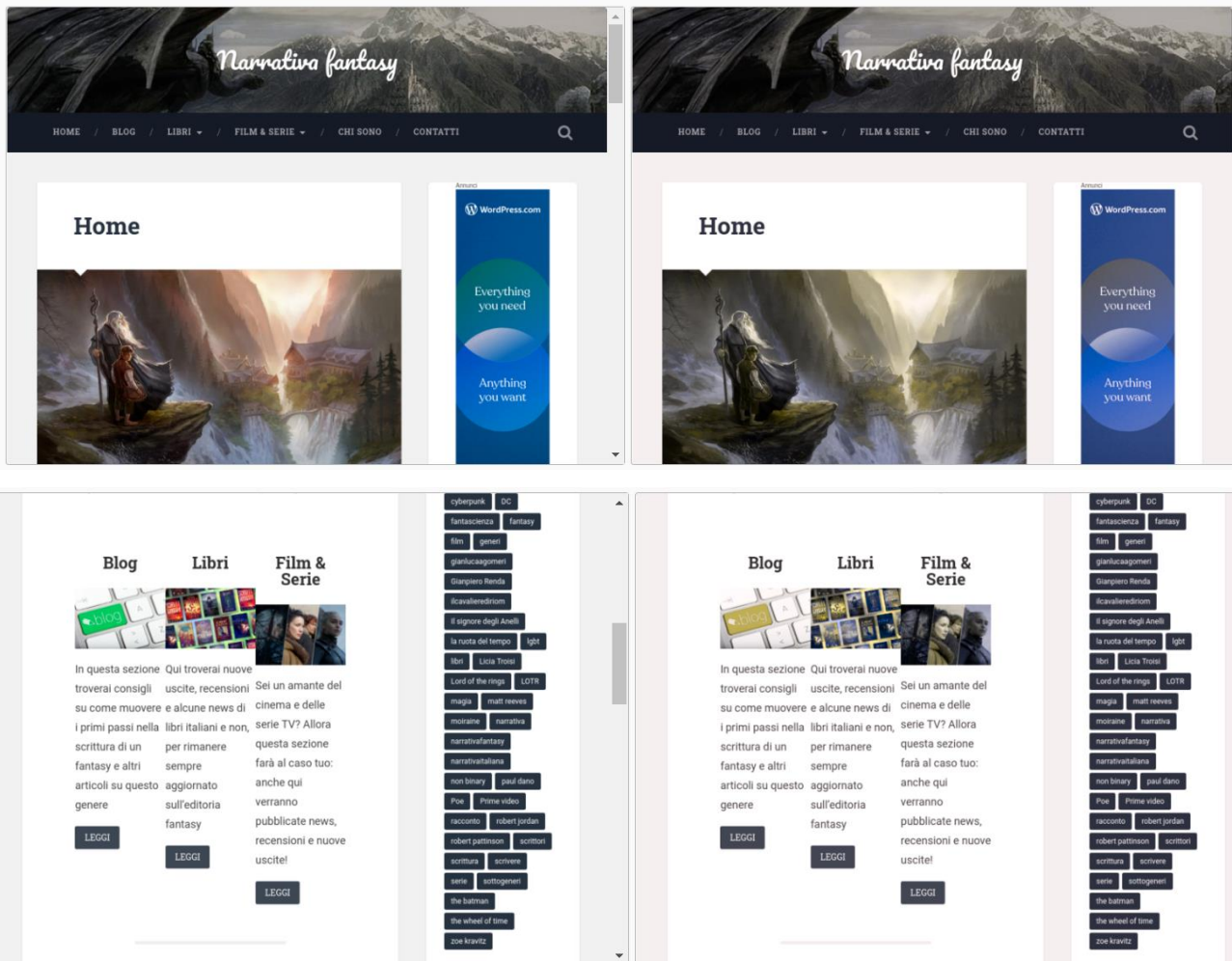


Figura 39. Homepage vista da chi soffre di protanopia

In questo caso nella pagina non risulta alcuna modifica, se non nella visione di alcune immagini, e nelle scritte rosse.

- *Deuteranopia*, relativa all'insensibilità al verde:

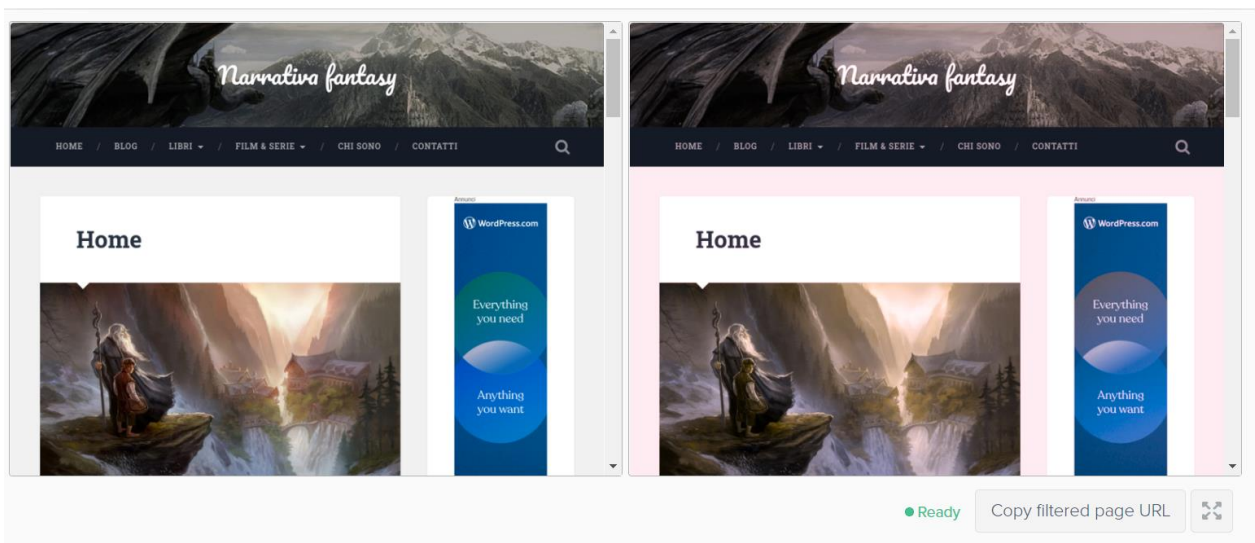


Figura 40. Homepage vista da chi soffre di deuteranopia

- *Tritanopia*, ovvero l'insensibilità al blu;

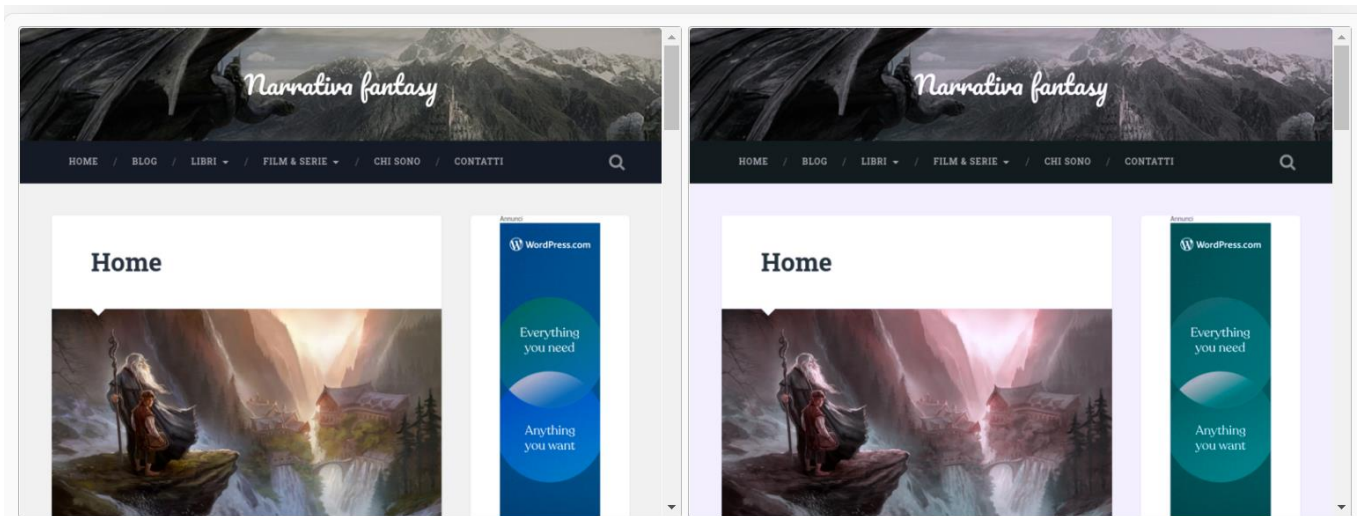


Figura 41. Homepage vista da chi soffre di tritanopia

- *Acromatopsia*: ovvero l'incapacità totale di percepire qualsiasi tipo di colore. Si differenzia dal daltonismo, in cui i colori sono percepiti in maniera differente rispetto al normale.

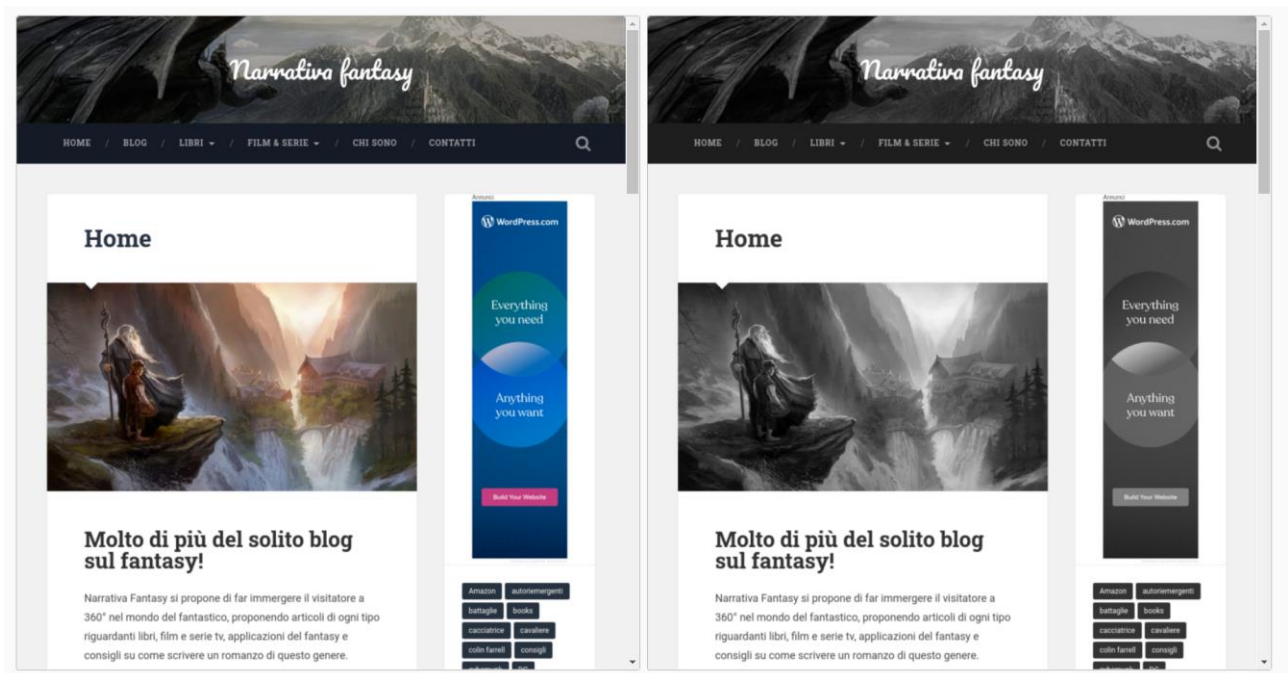


Figura 42. Homepage vista da chi soffre di acromatopsia

In tutti e quattro i casi è stato dimostrato come il contrasto era adeguato, poiché il tutto era visibile senza difficoltà.

Il sito deve inoltre essere navigato e utilizzato agevolmente con qualsiasi tipo di dispositivo (tablet, computer, telefono). Deve quindi rispondere ai criteri del **responsive design**²⁰, che lo rendono adattabile a ogni tipo di schermo: negli anni stanno infatti aumentando sempre di più gli accessi ai siti tramite smartphone e tablet (cercare dati).

Una delle motivazioni per cui è stata scelta WordPress come piattaforma per la realizzazione del blog è data proprio dal fatto che questo CMS rende i siti responsive in automatico, garantendo che questi possano essere visualizzati su tutti i dispositivi. Durante la creazione e la modifica della propria pagina è infatti possibile controllare come le varie pagine si vedono sul Desktop, sul tablet e sul cellulare.

Nel caso di *Narrativa Fantasy* si è preferito, però, optare per l'utilizzo di **Windows Resizer**, estensione di Google con cui è controllare come una pagina venga visualizzata su un determinato tipo di schermo: anche qui vengono presi in considerazione il computer, il tablet e il cellulare.



Figura 43. Visualizzazione su desktop

²⁰ Il Responsive Web Design (RWD) è una tecnica di web design che consiste nell'adattabilità dei siti su qualsiasi dispositivo (computer, tablet, smartphone, cellulari, web tv) su cui vengono visualizzati: la grafica, infatti, dovrebbe adeguarsi automaticamente allo schermo su cui viene aperto, in modo da ridurre al minimo la necessità dell'utente di ridimensionare i contenuti.

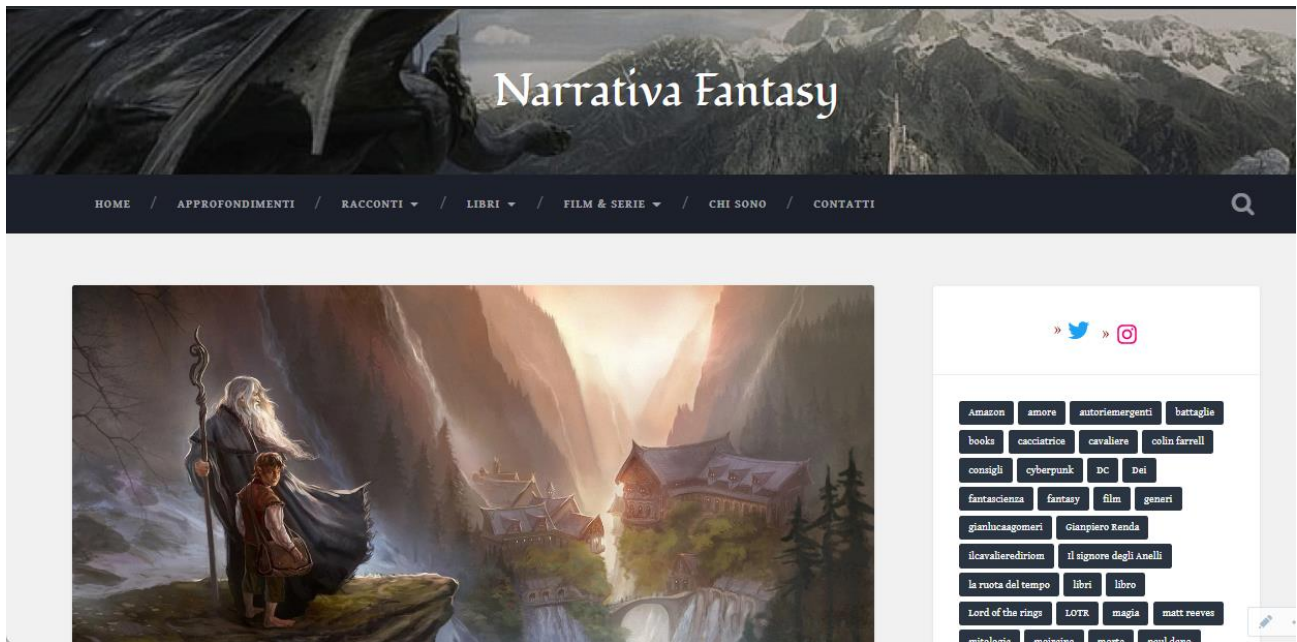


Figura 44. Visualizzazione su tablet

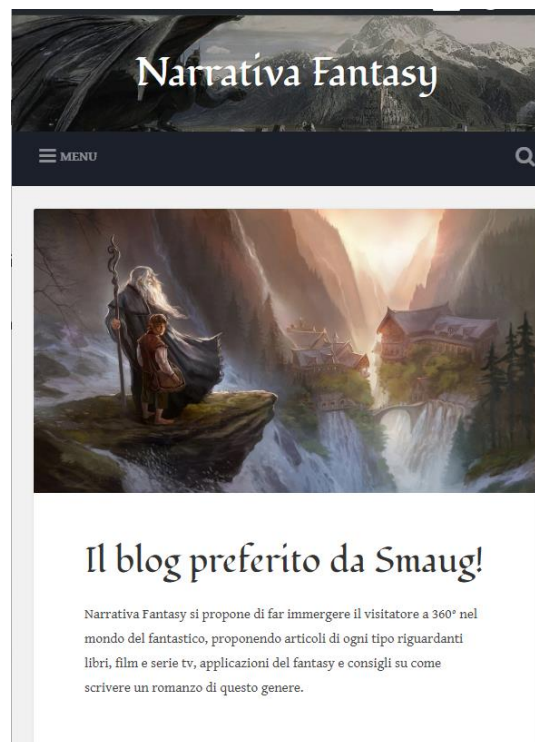


Figura 45. Visualizzazione su iPhone

La visualizzazione del sito su tablet e desktop è la stessa. Il cambiamento avviene se si passa a un dispositivo mobile, in cui il menu viene ridotto ad un'icona per potersi adeguare alle dimensioni dello schermo, la barra laterale viene spostata in basso, appena sopra il footer, e i blocchi sono disposti uno sotto l'altro.

6. I social

I social network, e in particolare i social media, rispondono all'esigenza di mantenere delle relazioni sociali: con questi è possibile gestire e consolidare online amicizie preesistenti o crearne delle nuove, andando a realizzare e condividere vari tipi di contenuti, come immagini, testi, audio e video.

La nascita e diffusione dei social ha portato alla morte dei blog di tipo diaristico, ma ha portato a una evoluzione del blogging verso contenuti di settore capaci di sfruttare le nuove piattaforme, in modo che informassero e rimandassero ai contenuti presenti sul sito stuzzicando la curiosità degli utenti e il loro coinvolgimento diretto.

Il primo sito di rete sociale è stato *SixDegrees*, nato nel 1997, ma la maggiore diffusione di questi servizi si è avuta a partire dal 2003 con *LinkedIn* e *Friendster*. Negli anni sono poi nati altri social media, di cui alcuni sono riusciti a soppiantare i più utilizzati in passato.

Stando all'analisi del Report Digital 2022, svolta da *wearesocial.com*²¹, in Italia sono in aumento dell'1,7% le persone connesse ad internet, che risultano essere quasi 51 milioni. Rilevante è anche l'incremento delle persone presenti sui social: 43,20 milioni (+5,4%).

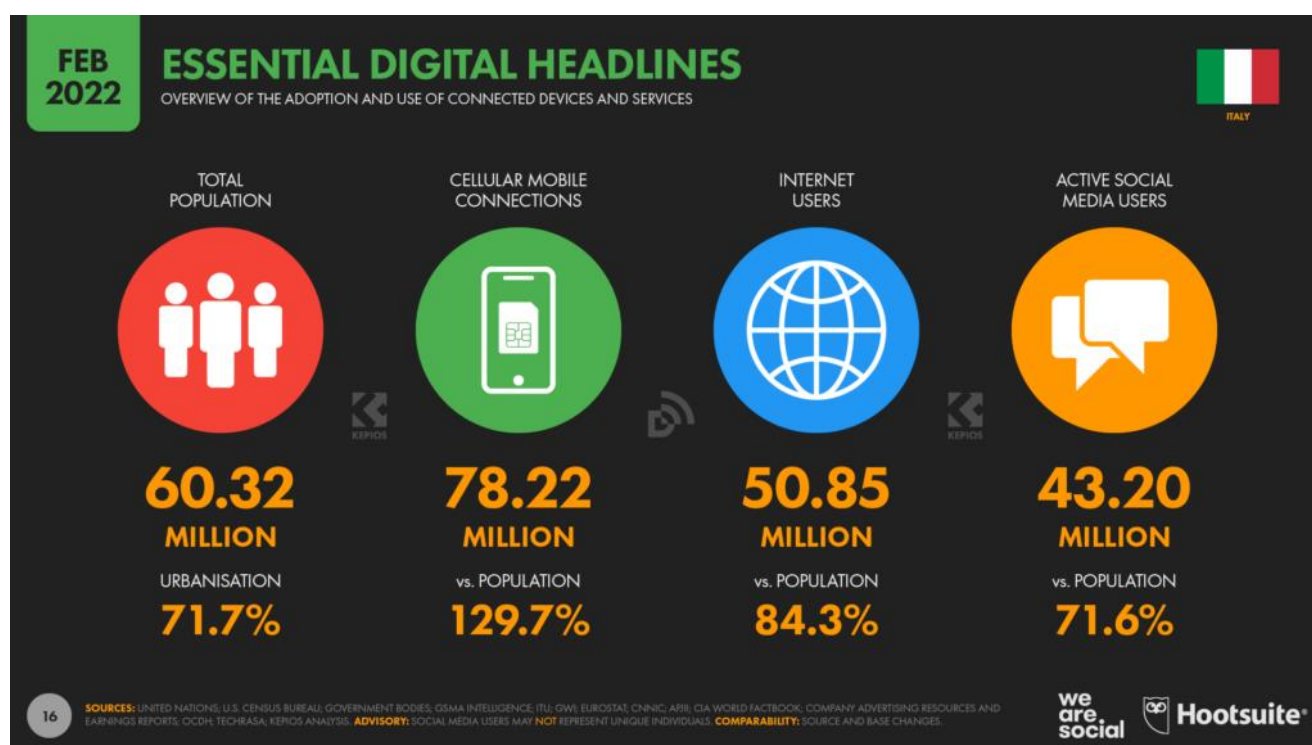


Figura 46. Percentuale di utenti connessi ad internet in Italia agli inizi del 2022

²¹ <https://wearesocial.com/it/blog/2022/02/digital-2022-i-dati-italiani/>

In aumento dell'1,7% sono le persone connesse ad internet, che risultano essere quasi 51 milioni. Rilevante è anche l'incremento delle persone presenti sui social: 43,20 milioni (+5,4%).

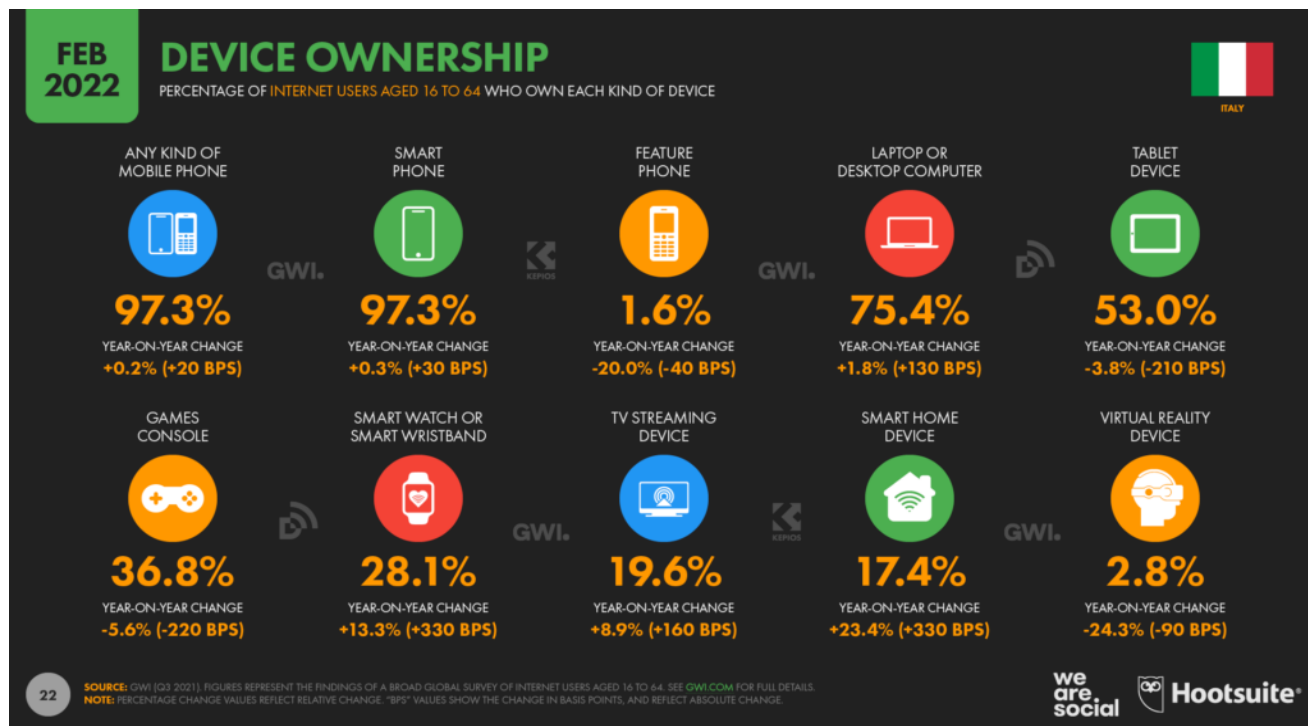


Figura 47. Percentuale di utenti internet dai 16 ai 64 anni che possiedono un proprio device

Al contempo, si può notare un incremento delle persone che possiedono uno smartphone (il 97,3%) e un computer desktop o laptop (75,4%). Ben più evidente è la crescita di acquisti di smartwatch (+13,3%) e smart home (+23,4%).

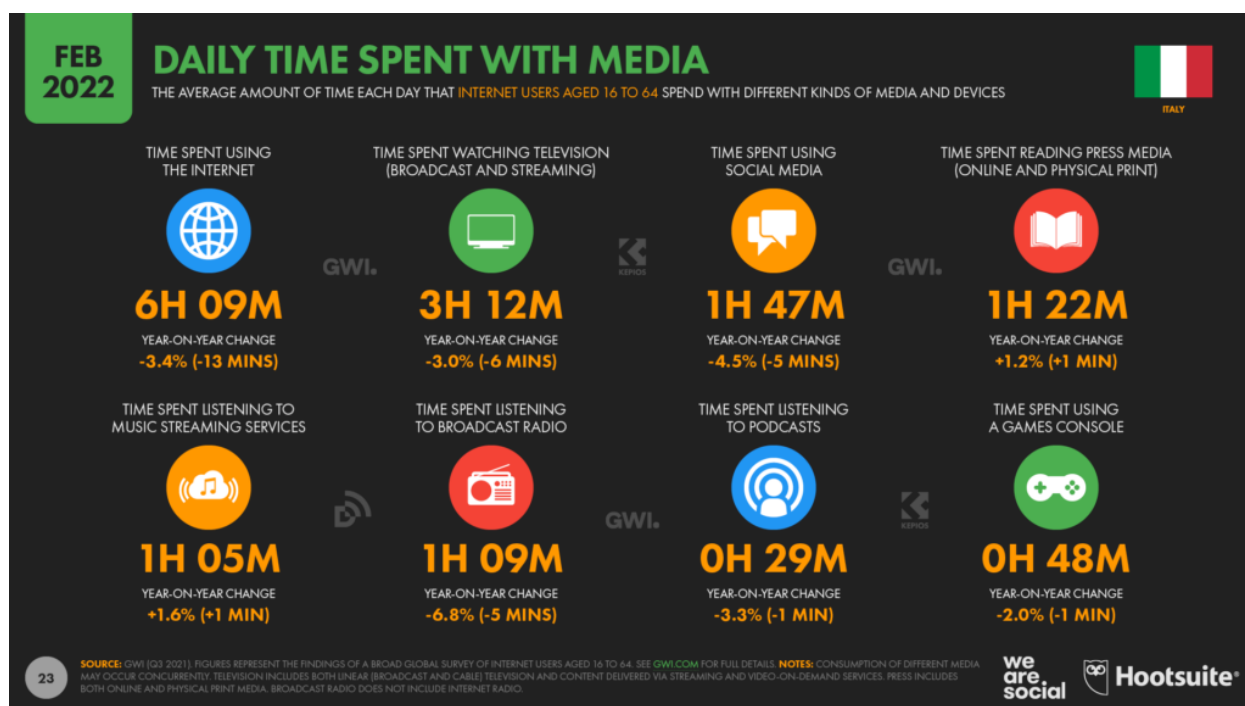


Figura 48. Percentuale di tempo speso durante il giorno nei vari media

Dai dati forniti risulta che passiamo un po' meno tempo online: circa il 3% in meno rispetto al 2020, forse complice il rallentamento della fase pandemica. In calo anche le attività svolte online e offline, in particolar modo quelle legate all'intrattenimento: guardare la televisione, ascoltare la radio e i podcast e stare sui social. Risulta, invece, che la gente abbia trascorso più tempo ad ascoltare musica in streaming (+1,6%) e a leggere notizie (+1,2%).

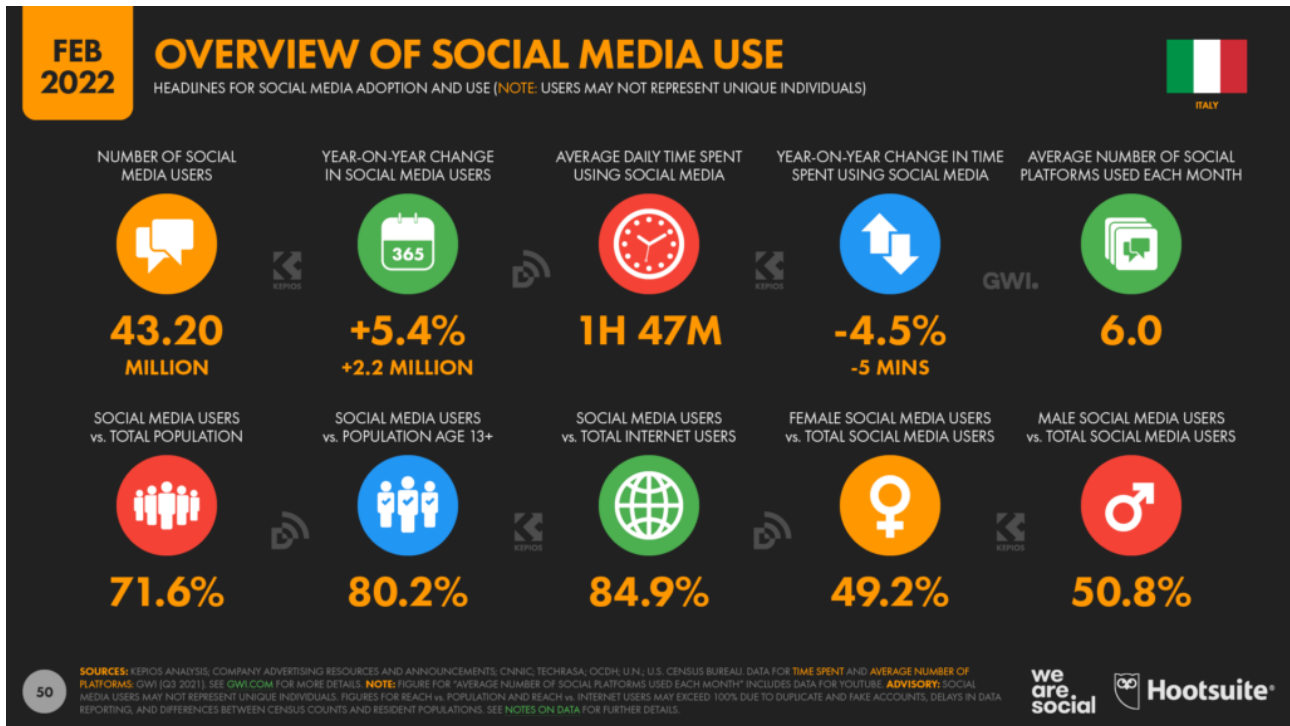


Figura 49. Panoramica dell'uso dei social media

Aumenta invece il numero di utenti che si iscrivono nelle piattaforme social (circa due milioni in più), mentre è in calo il tempo speso online, che risulta essere di circa cinque minuti in meno rispetto al 2021.

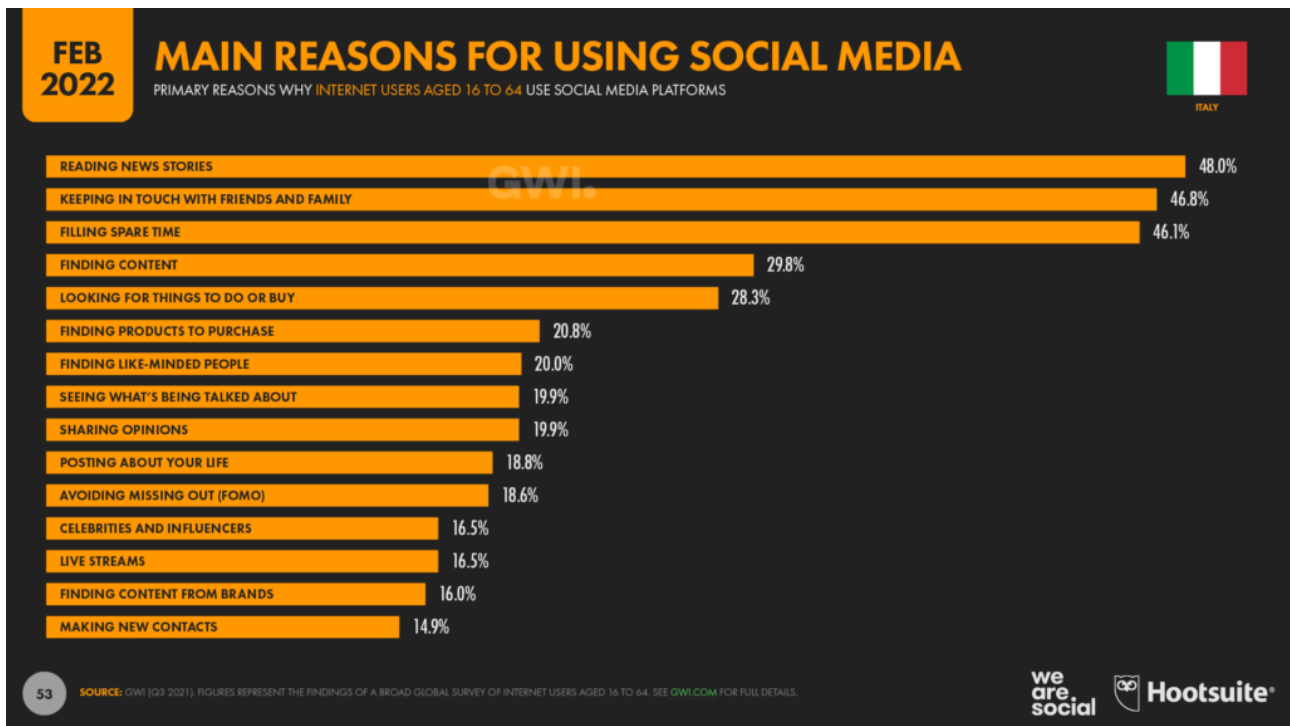


Figura 50. Motivazioni che portano all'utilizzo dei social

Stando alle statistiche, le motivazioni principali che portano gli utenti ad utilizzare i social sono:

1. Aggiornarsi sui temi di attualità (48%);
2. Rimanere in contatto con amici e famiglia (47%);
3. Riempire il tempo libero (46%).

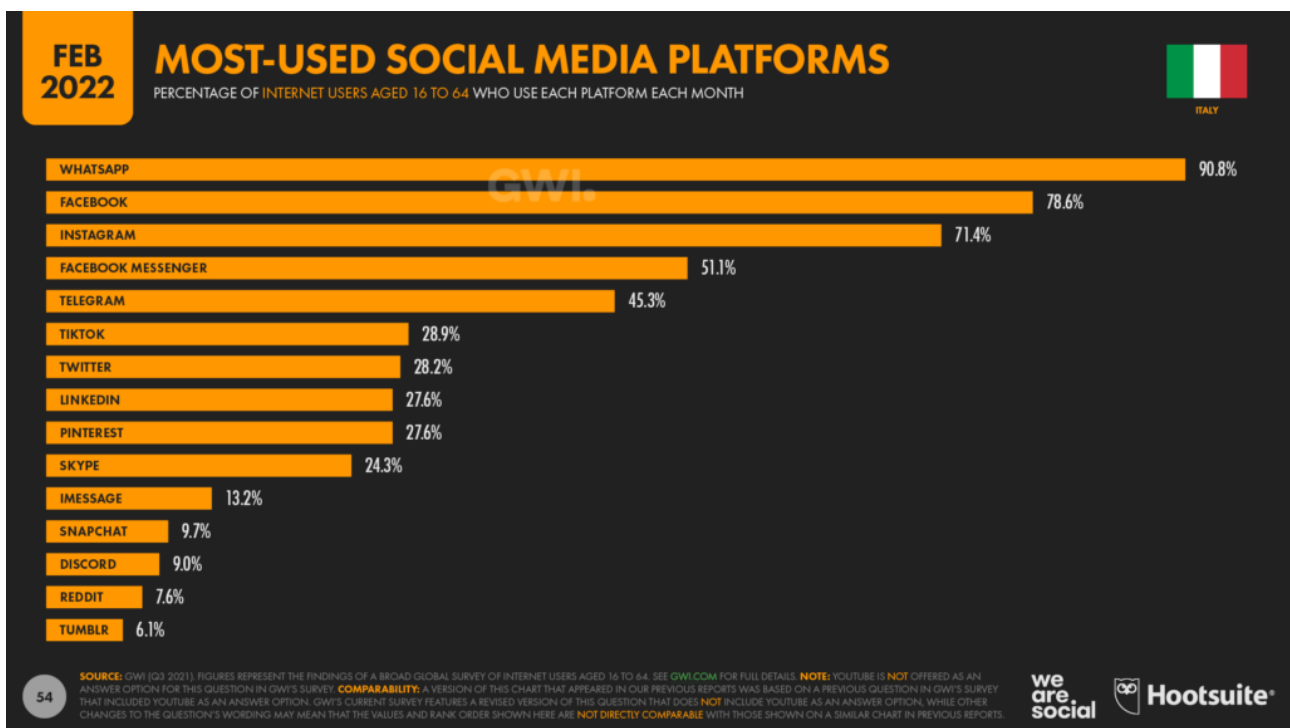


Figura 51. Piattaforme social più utilizzate

Le piattaforme preferite dalle persone sono quelle di proprietà Meta, ovvero WhatsApp, Facebook e Instagram.

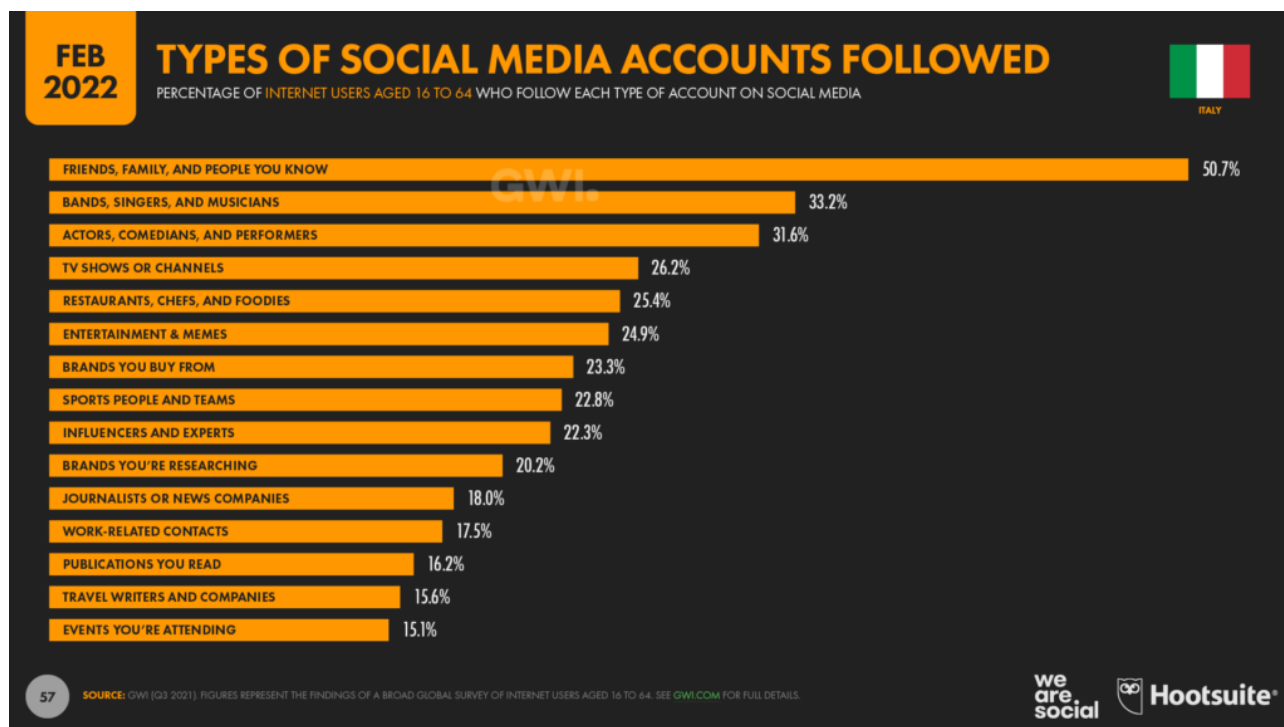


Figura 52. Tipologia di account seguiti sui social media

Gli account maggiormente seguiti risultano essere quelli di amici e familiari, ma vi è interesse anche per il mondo dell'intrattenimento (che comprende artisti musicali, attori, squadre sportive, ecc.) e dei brand (di cui si ricercano informazioni o da cui si vuole acquistare qualcosa).

Nel caso di *Narrativa Fantasy*, la scelta dei social è ricaduta su Instagram e Twitter: il primo perché è uno dei più utilizzati per la promozione dei libri da parte degli scrittori e si presta bene per la pubblicazione di immagini relative a film, serie e copertine di libri; il secondo perché è nato come servizio di notizie e, soprattutto tramite l'utilizzo degli hashtag, si rivela un buono strumento per la condivisione di articoli. Non sono stati utilizzati altri social in quanto il loro uso avrebbe richiesto un dispiego di risorse ed energie, che ho preferito utilizzare per i due canali aperti.

È stato sincronizzato l'account di Twitter con la piattaforma di WordPress, in maniera tale che gli articoli venissero pubblicati in contemporanea su entrambe le piattaforme. Per quanto riguarda Instagram, invece, sono stati realizzati dei post appositi per la pubblicizzazione, e poiché nelle didascalie i link appaiono come solo testo e non è possibile cliccarli, nella biografia è stato creato un rimando a *Linktree*.

In entrambi i casi è stato utilizzato il logo come immagine del profilo e si è cercato di sfruttare al meglio gli hashtag, in modo tale da arrivare non solo ai follower dei profili, ma anche agli utenti interessati alla tipologia di contenuti pubblicati.

Una delle differenze tra i due social è l'utilizzo delle stories: su Twitter non sono state utilizzate poiché non presenti, mentre su Instagram si sono rivelate utili per la condivisione di post, per la creazione di box domande e per proporre sondaggi, in modo da avere una maggiore interazione con gli utenti.

Per la promozione del blog e per prendere spunto sui contenuti da postare, sono stati innanzitutto analizzati i profili che trattavano tematiche affini: pagine dedicate al fantasy, alle recensioni di libri, e profili di scrittori.

Su entrambi i social sono stati seguiti profili di case editrici, le piattaforme di streaming più famose, su cui sono state rese disponibili serie molto conosciute e attese dal grande pubblico (*Lord of the Rings – Gli anelli del potere* e *La ruota del tempo*, nel caso di Prime Video), scrittori famosi di fantasy e pagine ufficiali di serie e film dello stesso genere.

Per aumentare il numero di follower è stato chiesto inizialmente l'aiuto di amici, per poi gradualmente aumentarli grazie anche alla conoscenza di scrittori emergenti e altri blogger.

6.1 Instagram

Nato nell'ottobre 2010 come luogo in cui condividere fotografie con l'aggiunta di filtri, adesso è una delle piattaforme più importanti di advertising aziendale che fa leva sui contenuti visuali.

In un primo momento, la peculiarità di questo social era quella di avere un formato fotografico che ricordava le Polaroid, ovvero un quadrato a cui venivano inseriti, ai lati e ai bordi, dei margini bianchi. Con il tempo è stata data la possibilità di mettere un formato a piacimento, rispettando comunque delle dimensioni massime.

Tra le funzionalità concesse dall'applicazione ci sono:

- La possibilità di caricare *foto in alta definizione*, elemento importante soprattutto per gli influencer;
- Possibilità di inserire la propria *posizione* e taggare altre persone, in modo da accrescere la condivisione e tenere informati i propri follower su dove ci si trova e con chi si è;
- Inserimento di *sponsorizzazioni* a pagamento, disponibili per profili aziendali e per profili di notevole celebrità;
- *Stories*, ovvero immagini e video visibili per sole 24 ore, con la possibilità di lasciarle in evidenza senza perderle;

- *Dirette*, in cui vi è un'interazione con gli utenti, i quali possono commentare e inviare reazioni in diretta.

Un fattore importante di Instagram è la fascia d'età degli utenti: molti hanno un'età inferiore ai 30 anni: l'età degli utenti è un'informazione rilevante specialmente per le imprese che puntano sul target giovanile, che desidera sempre di più essere aggiornato sugli ultimi trend.

Instagram ha dimostrato inoltre di essere utile in materia di storytelling, quindi per raccontare, ad esempio, la storia del proprio brand, e creare dunque dei contenuti più originali rispetto agli altri social network.

Grazie ad Instagram ho avuto la possibilità di conoscere diversi autori, alcuni dei quali hanno trovato utile l'idea, proposta tramite un box domande pubblicato sia nelle stories che in un post apposito, a creare una sezione all'interno del blog stesso, in cui pubblicizzare i loro romanzi e i loro racconti.

I primi contatti con autori emergenti si sono avuti già poco tempo dopo aver aperto la pagina Instagram: questi hanno proposto la lettura dei loro romanzi, dei quali è stata poi fatta una recensione e/o promozione nella sezione "Autori emergenti".

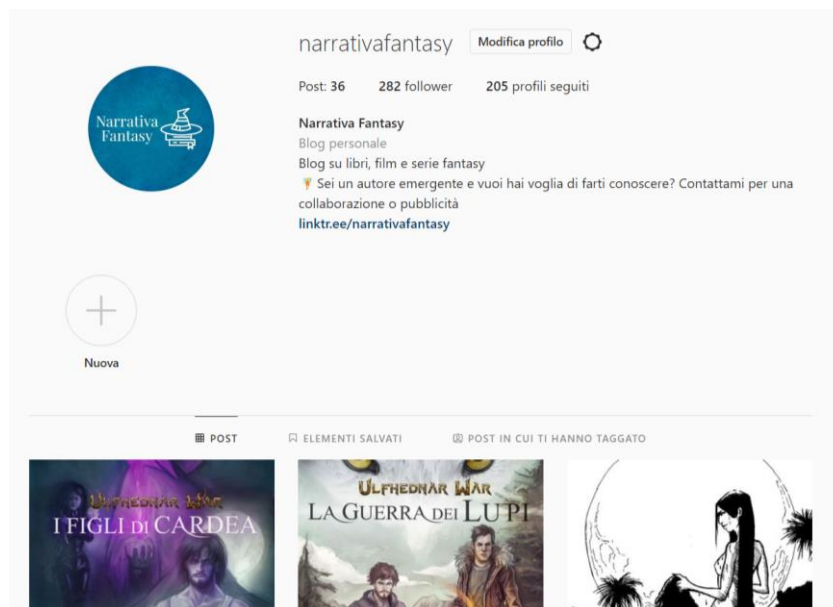


Figura 53. Profilo instagram di Narrativa Fantasy

A tal proposito, all'interno del blog sono presenti la storia autoconclusiva *La maga* di Sabrina del Fico e i primi due capitoli del primo volume della saga *The Ancients – La cacciatrice di mostri* di Gianpiero Renda, che al momento possono essere letti esclusivamente all'interno di *Narrativa Fantasy*.

6.2 Linktree

Linktree è una piattaforma di landing page che è stata sviluppata in Australia nel 2016 da Alex e Anthony Zaccaria e Nick Humphreys. Lo scopo di questa risorsa è quello di creare una pagina all'interno della quale è possibile raggruppare più link: si rivela uno strumento utile nei casi in cui, come su Instagram, non è possibile inserire collegamenti ipertestuali all'interno dei post.

È possibile scegliere tra un piano free e uno a pagamento. Nel caso di *Narrativa Fantasy* si è optato per la prima opzione che, tra le funzionalità, consente di inserire una quantità illimitata di link, modificare l'aspetto della pagina (pur essendo i temi in quantità limitata rispetto a quelli che è possibile scegliere opta per un abbonamento) e controllare gli articoli quante volte sono stati cliccati.

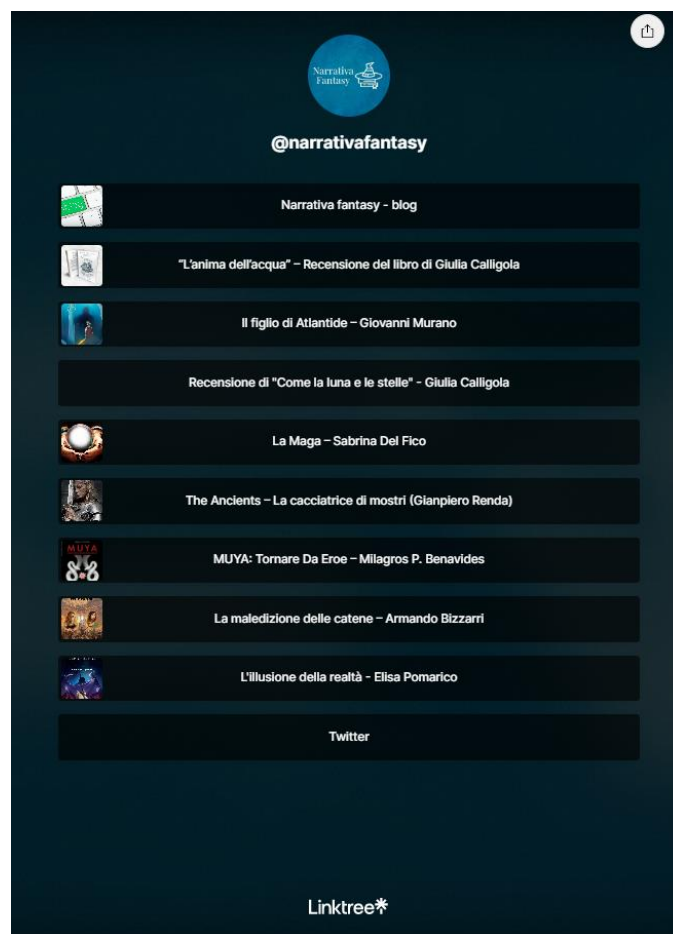


Figura 54. Pagina Linktree di Narrativa Fantasy

Il link alla pagina Linktree è stato inserito sia sul profilo Instagram che su Twitter e, come si può notare dalla figura, oltre al link diretto per il sito web e i social, sono stati inseriti anche i collegamenti agli ultimi articoli inseriti all'interno del blog.

7. Gli analytics

Si è passati, infine, alla raccolta dei dati, in modo da analizzare – tramite le statistiche del sito e delle pagine social – il livello di interazione e coinvolgimento degli utenti. Il periodo di riferimento è agosto 2022:

- Sito

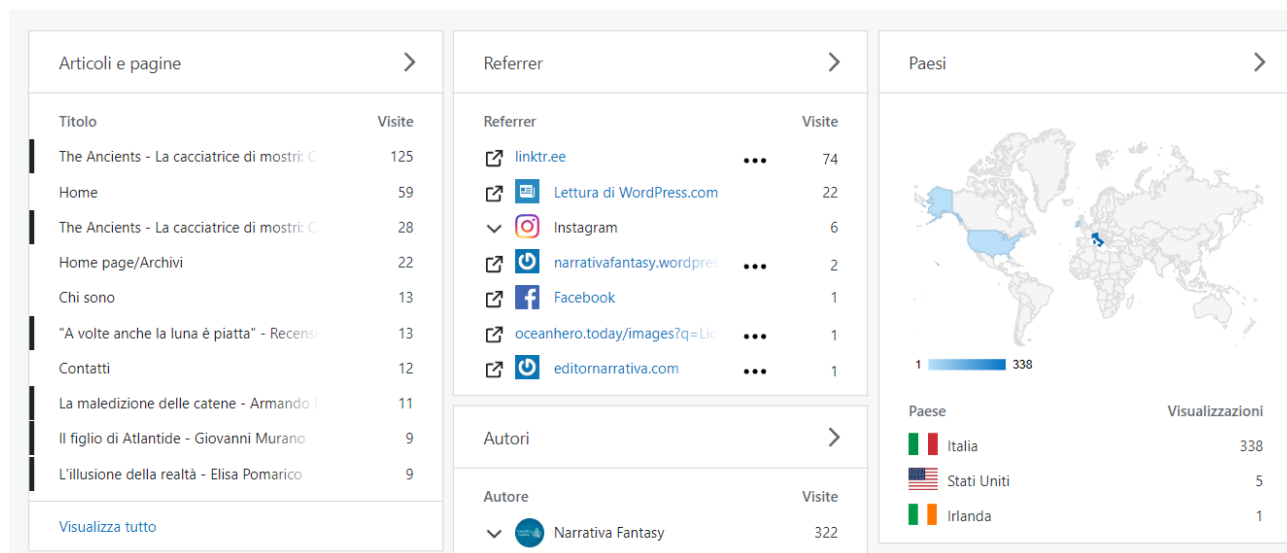


Figura 55. Statistiche di WordPress relative al periodo di agosto 2022

Tramite la sezione traffico di WordPress è stato possibile analizzare le visualizzazioni del sito.

Dai dati forniti è emerso che:

- ❖ Le pagine più visualizzate sono state:
 - Home (59 visualizzazioni)
 - Home page/Archivi (22 visualizzazioni)
 - Chi sono (13 visualizzazioni)
- ❖ Gli articoli più visualizzati sono stati:
 - *The Ancients – La cacciatrice di mostri (capitolo 1)*, con 125 visite
 - *The Ancients – La cacciatrice di mostri (capitolo 2)*, con 28 visite
 - *“A volte anche la luna è piatta” – Recensione del romanzo di Gianni Brandi*, con 13 visite
- ❖ I principali *referrer* da cui sono arrivate le visite sono stati:
 - Linktree (74 visite)
 - Lettura di WordPress (22 visite)
- ❖ I Paesi da cui provengono le visualizzazioni sono:
 - Italia (338 visite)

- Stati Uniti (5 visite)
- Irlanda (1 visita)

Sono stati anche analizzati gli Insights di Instagram del mese di agosto 2022:





Figura 56. Insights di Instagram relativi al periodo di agosto 2022

Dai dati è emerso che:

- Gli account raggiunti (ovvero gli utenti che hanno visitato i contenuti almeno una volta) sono 441, di cui 132 follower e 309 non follower;
- Gli account che hanno interagito con i contenuti sono 99, di cui 46 follower e 53 non follower;
- Le interazioni con i post sono state 315, di cui 271 mi piace, 24 commenti e 16 salvataggi;
- Per quanto riguarda la copertura dei contenuti è di 447 utenti per i post e 96 utenti per le storie.

8. Conclusioni

Questo progetto ha dimostrato come sia possibile realizzare da zero, con poche risorse economiche e una giusta combinazione di conoscenze e competenze in ambito sia informatico che umanistico, un blog a tema.

Anche se il numero di follower è ancora basso, pur essendo comunque in continua crescita, dai primi risultati ottenuti si può intendere che sono poste delle buone basi per continuare ad utilizzare il blog e farlo crescere ulteriormente anche al di fuori del contesto universitario.

Come accennato in precedenza, nel corso del tempo sono iniziate le prime collaborazioni: tra queste, la pubblicazione di un racconto presente solo sul mio blog, ovvero *La maga* di Sabrina del Fico, i primi due capitoli del romanzo *The Ancients – La cacciatrice di mostri* di Gianpiero Renda, oltre a due romanzi che mi sono stati inviati gratuitamente per essere pubblicizzati tramite una recensione: *L'illusione della realtà* di Elisa Pomarico e *Belby* di Mara Piscitelli. Continuando comunque a intrattenere rapporti con autori e blogger con cui fare collaborazioni, in futuro potrebbe aumentare la visibilità del blog.

Ad oggi, i risultati ottenuti con la digital strategy messa in atto risultano coerenti con le aspettative prefissate, come testimoniato dalla risposta positiva degli utenti, che hanno accolto in maniera positiva iniziative quali la creazione di una sezione in cui pubblicizzare gratuitamente i propri racconti e romanzi, garantendo maggiore visibilità al blog e agli autori. Si potrebbe, in futuro, pensare di ampliare i contenuti offerti agli utenti, andando ad aprire ad esempio un service editoriale per gli autori emergenti.

Un aspetto da migliorare è la presenza sui social: si potrebbe pensare di creare anche una pagina Facebook, in modo da arrivare a un maggior numero di persone. Inoltre, potrebbe risultare utile creare un dominio e aggiungere dei plugin che possano aumentare la visibilità del blog.

9. Bibliografia

- Corvaglia Gioia, 2019, *Analisi del fenomeno di influencer marketing. Chiara Ferragni: dagli esordi al caso Carrefour*, tesi di laurea magistrale in Marketing e Comunicazione, Università Ca' Foscari, Venezia
- Dal Lago Alessandro, 2017, *Eroi e mostri. Il fantasy come macchina mitologica*, Bologna, Il Mulino
- Gasperetti Marco, Stefano Pampaloni, 2020, *Impossibile non comunicare*, Astarte Edizioni, Pisa
- Gobbo Max, 2020, *Scrivere fantasy*, Legnano (MI), Editrice Bibliografica
- Guidi Colombi Ilaria, 2017, *Dal blog all'impresa: il caso di Chiara Ferragni e l'influencer Marketing*, Tesi di laurea Magistrale in Comunicazione Pubblica e d'Impresa, Università Alma Mater Studiorum, Bologna
- Matta Francesca, 2014, *Il fenomeno blog*, tesi di laurea in Lettere Moderne, Università degli Studi di Cagliari
- Misserville Giuliana, 2020, *Donne e fantastico. Narrativa oltre i generi*, Sesto San Giovanni (MI), Mimesis Edizioni SRL
- Moscariello Angelo, 2007, *Fantasy*, Milano, Mondadori Electa S.p.A
- Pasqualetto Elisa, 2014, *Turismo 2.0: blog di viaggi e personal branding*, tesi di Laurea Magistrale in Sviluppo Interculturale dei Sistemi Turistici
- Ressa Franco, 2017, *Il fantasy in Italia*, Chieti, Edizioni Solfanelli
- Romanello Elena, 2016, *Storia del fantasy*, Sossano (VI), Anguana Edizioni
- Scarale Mariagiovanna, 2015, *Il web 2.0 e la blogosfera italiana*, tesi di laurea magistrale in Informatica Umanistica, Università di Pisa
- Todaro Anna, 2022, *Personal vs. social. Un'analisi del blog tra individualismo e relazioni sociali*, Quaderni di sociologia, www.journals.openedition.org

10.Sitografia

http://www.correrenelverde.it/cinema/generi_cinematografici/fantasy.htm

<http://www.lazonamorta.it/lazonamorta2/?p=38928>

<http://youpopcorn.net/di-donne-fantasy-e-amore-storia-della-donna-nel-romanzo-fantasy/>

<https://blogs.youcanprint.it/come-scrivere-un-libro-fantasy/>

<https://blogs.youcanprint.it/genere-letterario-fantasy/>

<https://bologna.unicusano.it/universita/come-scrivere-un-libro-fantasy/>

<https://bookabook.it/scrivere-un-romanzo-fantasy/>

<https://diventarescrittore.com/racconto-fantastico-fantasy/>

<https://donnexdiritti.com/2021/04/20/donne-fantastiche-nella-lotta-al-potere-i-ruoli-femminili-nel-fantasy/>

<https://grandecomeunacitta.org/articoli/donne-nel-fantastico/>

<https://ilmiolibro.kataweb.it/articolo/scrivere/11240/fantasy-guida-in-cinque-punti-a-un-genere-magico-e-inafferrabile/>

<https://ilmiolibro.kataweb.it/articolo/scrivere/220214/libri-fantasy-otto-personaggi-che-non-possono-mancare-mai/>

<https://ilmiolibro.kataweb.it/opinione/185017/le-donne-tra-fantasy-e-fantascienza/>

<https://ilsalice.liceovalsalice.it/2019/07/18/il-fantasy-al-femminile/>

<https://infonotizianews.it/tecnologia/cose-un-blog/>

https://it.frwiki.wiki/wiki/Cin%C3%A9ma_fantastique

<https://it.wikipedia.org/wiki/Blog>

https://it.wikipedia.org/wiki/Categoria:Sottogeneri_fantasy

https://it.wikipedia.org/wiki/Cinema_fantastico

<https://it.wikipedia.org/wiki/Fantasy>

<https://it.wikipedia.org/wiki/Portale:Fantasy/Personaggi>

https://it.wikipedia.org/wiki/Storia_del_fantasy

<https://italiawiki.com/pages/fantasia/sottogeneri-della-fantasia.html>

<https://leganerd.com/2014/05/30/generi-fantasy/>

<https://leganerd.com/2020/05/18/il-fantasy-allitaliana/>

<https://leganerd.com/2020/08/14/fantasy-come-cambiato-il-genere-tra-cinema-e-serie-tv/>

<https://libreriamo.it/libri/perche-il-fantasy-e-stato-un-genere-letterario-sottovalutato-in-italia/>

<https://librichepassione.blogfree.net/?t=3169285>

<https://librolandia.wordpress.com/2012/09/22/john-howe-e-le-illustrazioni-fantasy/>

<https://librolandia.wordpress.com/2018/09/27/le-caratteristiche-del-fantasy-che-cose-il-fantasy/>

<https://librolandia.wordpress.com/2018/10/10/le-caratteristiche-del-fantasy-la-struttura/>

<https://librolandia.wordpress.com/2018/11/13/le-caratteristiche-del-fantasy-i-personaggi/>

<https://losbuffo.com/2018/03/11/regole-di-base-per-un-racconto-fantasy-i-personaggi/>

<https://losbuffo.com/2018/03/11/regole-di-base-per-un-racconto-fantasy-i-personaggi/>

<https://neyven.wordpress.com/2011/09/08/la-spada-e-la-strega-le-donne-nella-fantasy/>

<https://pennablu.it/fantasy-vincente/>

<https://pennablu.it/uomini-donne-fantastico/>

<https://qualcherisposta.it/qual-e-una-delle-caratteristiche-del-racconto-fantasy>

https://repository.library.georgetown.edu/bitstream/handle/10822/558383/Owens_georgetown_0076M_12286.pdf?sequence=1&isAllowed=y

<https://scrittissimo.com/fantasy-storia-e-caratteristiche/>

<https://vitadalettore.com/fantasy-sottogeneri/>

<https://www.antoniogenna.net/doppiaggio/speciali/cinemafantastico.htm>

<https://www.aranzulla.it/cose-un-blog-987540.html>

<https://www.cinescuola.it/fantasy/>

<https://www.conteageek.it/quali-sono-i-sottogeneri-fantasy/>

<https://www.fabioscalini.com/lista-sottogeneri-fantasy/>

<https://www.fantasticinema.com/home/generi/>

<https://www.fantasymagazine.it/>

<https://www.fantasymagazine.it/8096/alla-ricerca-delle-eroine-fantastiche>

<https://www.finzionimagazine.it/libri/a-dorso-di-drago/il-fantasy-dalla-parte-delle-donne/>

<https://www.firenzefantasy.com/>

<https://www.fortementein.com/2021/06/14/perche-i-romanzi-fantasy-piacciono-cosi-tanto-ve-lo-diciamo-noi/>

[https://www.google.it/books/edition/Itinerari di scoperta I sottogeneri del/7E5REAAAQBAJ?hl=it&gbpv=1&dq=il+mondo+narrativo+del+fantasy&printsec=frontcover](https://www.google.it/books/edition/Itinerari%20di%20scoperta%20I%20sottogeneri%20del/7E5REAAAQBAJ?hl=it&gbpv=1&dq=il+mondo+narrativo+del+fantasy&printsec=frontcover)

[https://www.google.it/books/edition/Oltre la frontiera Il tono dei sottogene/Iw1HEAAAQBAJ?hl=it&gbpv=1&dq=il+mondo+narrativo+del+fantasy&printsec=frontcover](https://www.google.it/books/edition/Oltre%20la%20frontiera%20Il%20tono%20dei%20sottogene/Iw1HEAAAQBAJ?hl=it&gbpv=1&dq=il+mondo+narrativo+del+fantasy&printsec=frontcover)

<https://www.harpercollins.it/blog/limportanza-di-marion-zimmer-bradley-per-le-donne-e-la-letteratura-fantasy/>

<https://www.letturefantastiche.com/il-ruolo-delle-donne-nella-letteratura-medievale.html>

<https://www.moedia.eu/scrittura/fantasy/guida-aggiornata-ai-sottogeneri-del-fantasy-tono/>

<https://www.mywhere.it/84343/i-migliori-film-fantasy-della-storia-del-cinema.html>

<https://www.pennematte.it/2017/09/27/personaggi-saga-fantasy/>

<https://www.psicologia-e-benessere.it/psicologia/fantascienza-fantasy.htm>

<https://www.rai.it/dl/easyweb//articoli/FANTASY-LAND-87f14b9c-38ee-49ff-8e54-a32ffbc8fe8b.html>

<https://www.rill.it/node/744>

<https://www.rill.it/node/905>

<https://www.scritturacreativa.org/il-romanzo-fantasy/>

<https://www.scrivereconword.it/come-scrivere-un-romanzo-fantasy/>

<https://www.skuela.net/analisi-testo/fantasy369141x.html>

<https://www.skuela.net/analisi-testo/scrittura-testo-fantasy.html>

<https://www.staynerd.com/donne-fantasy-mito-genere/>

<https://www.staynerd.com/paradosso-fantasy-italiano/>

<https://www.treccani.it/enciclopedia/blog/>

https://www.treccani.it/enciclopedia/cinema-fantastico_%28Enciclopedia-del-Cinema%29/

https://www.treccani.it/enciclopedia/fantasy_%28Enciclopedia-dei-ragazzi%29/

<https://www.treccani.it/vocabolario/fantasy/>

<https://www.wikihow.it/Scrivere-una-Storia-Fantasy-Credibile>

<https://www.mirkociesco.it/blog/analisi-concorrenza/>

<https://www.improntasrl.com/analisi-della-concorrenza-web-marketing-2/>

<https://www.improntasrl.com/analisi-della-concorrenza-web-marketing/>

<https://www.seozoom.it/analisi-competitor-concorrenza-seo-marketing-tecniche-strumenti/>

<http://www.outofseo.com/accessibilita-e-usabilita-siti-web-ecommerce/>

<https://www.bfenterprise.it/come-individuare-il-target-del-proprio-blog/>

<https://www.gbsweb.it/blog/effettuare-unanalisi-del-target/>

<https://www.mysocialweb.it/target-blog/>

<https://www.consulenzewebmarketing.it/come-fare-un-blog-aziendale-il-target-di-riferimento/1841>

<https://www.mysocialweb.it/calendario-editoriale/>

<https://it.semrush.com/blog/creare-un-calendario-editoriale/>

<https://www.lumien.it/panorama-mercato-fantasy-italiano/#:~:text=In%20Italia%2C%20infatti%2C%20non%20si,fantastica%20lo%20sa%20ancora%20meglio.>

<https://www.giornaledellalibreria.it/news-mercato-il-mercato-della-narrativa-fantasy-3441.html>

11.Indice delle immagini

- Figura 1. Andamento delle vendite di libri fantasy di autori italiani nel 2012 e 2017 10**
- Figura 2. Pagina “Selezione di racconti” del sito *Fantasy Magazine* 21**
- Figura 3. Sezione “Abbonamenti” di *Italian Sword & Sorcery* 23**
- Figura 4. Abbonamento 2019-2020 di *Italian Sword & Sorcery* 24**
- Figura 5. Abbonamento 2018-2019-2020 di *Italian Sword & Sorcery* 25**
- Figura 6. Analisi dei punti di forza e debolezza della concorrenza 26**
- Figura 7. Esempio di matrice utilizzata per l’analisi SWOT 28**
- Figura 8. Analisi SWOT di *Narrativa Fantasy* 29**
- Figura 9. Calendario editoriale del mese di agosto 2022 33**
- Figura 10. Logo del sito 37**
- Figura 11. Mappa delle sezioni del sito 39**
- Figura 12. Home di *Narrativa Fantasy* 40**
- Figura 13. Sezione “Approfondimenti” del sito 40**
- Figura 14. Pagina dedicata ai racconti 41**
- Figura 15. Sezione “Autori emergenti” 42**
- Figura 16. Sottosezione “Nuove uscite”, dedicata ai libri in uscita 43**
- Figura 17. Pagina con articoli di recensione dei libri 43**
- Figura 18. Pagina “Nuove uscite” di film e serie 44**
- Figura 19. Sezione “Recensione” di film e serie 45**
- Figura 20. Pagina “Chi sono” 45**
- Figura 21. Sezione “Contatti” 46**
- Figura 22. Form per l’iscrizione alla newsletter 50**
- Figura 23. Messaggio di elaborazione del testo 51**
- Figura 24. Messaggio di esito positivo 51**
- Figura 25. Visuale del footer dal desktop 52**
- Figura 26. Visuale del footer da iPad Air 52**
- Figura 27. Visuale del footer da Iphone 12 53**
- Figura 28. Modello di avvenuta iscrizione alla newsletter 54**
- Figura 29. Avviso di pubblicazione di un nuovo articolo 55**
- Figura 30. Modello di e-mail mensile 56**

- Figura 31. Andamento della parola fantasy da agosto 2021 ad agosto 2022 57**
- Figura 32. Interessi della parola fantasy in base alla regione 58**
- Figura 33. Argomenti correlati al fantasy 58**
- Figura 34. Grafico generato da ATP con le parole chiave 59**
- Figura 35. Fantasy 53 question 60**
- Figura 36. Fantasy related 61**
- Figura 37. Analisi dell'accessibilità con WAVE 64**
- Figura 38. Esempio di errore segnalato da WAVE 65**
- Figura 39. Homepage vista da chi soffre di *protanopia* 66**
- Figura 40. Homepage vista da chi soffre di *deuteranopia* 66**
- Figura 41. Homepage vista da chi soffre di *tritanopia* 67**
- Figura 42. Homepage vista da chi soffre di *acromatopsia* 67**
- Figura 43. Visualizzazione su desktop 68**
- Figura 44. Visualizzazione su tablet 69**
- Figura 45. Visualizzazione su iPhone 69**
- Figura 46. Percentuale di utenti connessi ad internet in Italia agli inizi del 2022 70**
- Figura 47. Percentuale di utenti internet dai 16 ai 64 anni che possiedono un proprio device 71**
- Figura 48. Percentuale di tempo speso durante il giorno nei vari media 71**
- Figura 49. Panoramica dell'uso dei social media 72**
- Figura 50. Motivazioni che portano all'utilizzo dei social 73**
- Figura 51. Piattaforme social più utilizzate 73**
- Figura 52. Tipologia di account seguiti sui social media 74**
- Figura 53. Profilo Instagram di *Narrativa Fantasy* 76**
- Figura 54. Pagina Linktree di *Narrativa Fantasy* 77**
- Figura 55. Statistiche di WordPress relative al periodo di agosto 2022 78**
- Figura 56. Insights di Instagram relativi al periodo di agosto 2022 80**