

# Errore 301 e tag canonical: cambiare indirizzi delle pagine senza perdere visibilità

Come si fa a cambiare gli URL di tutto o di parte di un sito web senza perdere visibilità nei motori di ricerca e senza rischiare di creare contenuti duplicati?

*AGGIORNAMENTO DEL 11/07/2010*

Il cambiamento degli indirizzi fisici delle pagine di un sito (URL) è un passaggio estremamente delicato per la visibilità on line nei motori di ricerca e può rendersi necessario per:

- > **il passaggio ad altro dominio** (andrebbe fatto solo se reso indispensabile da cambi di proprietà o disponibilità di domini con parole chiave determinanti per il nostro settore di business);
- > **il restyling del sito** con cambiamento dei contenuti o del loro sistema di gestione e variazione negli URL delle pagine;
- > **la riorganizzazione dei contenuti** in domini di 3° livello o nuove sottodirectory o la modifica di pagine o di intere sezioni del sito;
- > **la riscrittura degli indirizzi dinamici** delle pagine grazie ad applicazioni di URL rewriting, in modo da inserire parole chiave utili per l'indicizzazione nei motori di ricerca.

**Per evitare che questi eventi si trasformino in una perdita “secca” di visibilità o nella creazione di contenuti duplicati** (che lascino al motore la scelta sui risultati da mostrare) **vanno usate le giuste cautele.**

La corretta gestione sul web server dell'**errore 301** e l'uso accorto del **tag CANONICAL** sono sicuramente i metodi più corretti ed efficaci per minimizzare questi inconvenienti.

L'errore 301 (spostamento definitivo di URL ad un nuovo indirizzo) è proprio la risposta standard che lo spider di un motore di ricerca o un browser dovrebbero ricevere quando richiamano una pagina che è stata rinominata.

Il sistema di content management ideale dovrebbe quindi creare quest'errore in automatico ogni volta che l'amministratore cambia l'indirizzo di una pagina web (ma, si sa, l'ideale e la realtà raramente coincidono :-).

Per poter gestire correttamente l'errore 301 sulle vecchie pagine occorre valutare i seguenti aspetti:

- > **tipo di web server** utilizzato dal sito (i due più diffusi sono Unix-Apache e Windows-IIS);
- > **scelta delle pagine da reindirizzare** (soprattutto se il sito è molto grande e non è possibile pensare di redirezionare tutte le singole pagine);
- > **scelta delle nuove pagine su cui reindirizzare le vecchie;**
- > **perdita di page rank** in ciascun redirect.

**Se il server utilizzato per pubblicare il sito è un Apache** per reindirizzare i vecchi indirizzi sui nuovi **occorre semplicemente creare (se già non esiste) un file di testo denominato “.htaccess”**, da inserire nella cartella principale del sito, in cui va riportata una riga di codice per ogni pagina da redirigere aperta dal tag “redirect 301 ” seguito dal vecchio indirizzo e dal relativo nuovo URL (una riga diversa per ogni redirect).

Se invece il sito web è stato pubblicato **su Windows IIS** **bisogna far riferimento al pannello di controllo** del server (l'apposita funzionalità è

stata potenziata nelle ultime release), **oppure creare ai vecchi indirizzi delle pagine con dentro il codice di redirect** oppure infine lavorare su sistemi di URL rewriting come [Isapirewrite](#) o simili per creare delle regole di redirect dinamiche.

Esistono in rete molti tool gratuiti per **verificare se il redirect è “Search Engine Friendly”**. Uno dei tanti lo trovi su [webconfs.com](#).

Si può trovare un elenco completo dei codici di reindirizzamento search engine friendly nei principali linguaggi di programmazione in questo ottimo articolo di Andrea Zonzin su [regole-seo.com](#).

Per quanto riguarda invece **la scelta delle pagine da redirigere**, nel caso di siti troppo grandi per il reindirizzamento manuale, **occorre fare una ricerca su Google con l’operatore “site:www.vecchio-sito.it”** (da ripetere poi per tutti i domini nazionali principali delle lingue in cui è tradotto il sito).

In questo modo sarà il motore di ricerca stesso a comunicarci quali pagine del nostro vecchio sito sono per lui più rilevanti. Normalmente i primi 30-50 risultati di ogni lingua riportano le pagine del primo livello di menù, più quelle interne più linkate nel resto del sito o dall’esterno.

Altro meccanismo per verificare gli URL più importanti da reindirizzare è **il controllo degli errori 404 (pagina non trovata) riportati nel pannello di controllo degli Strumenti per Web Master di Google** del nuovo sito/dominio dopo che sarà stato pubblicato. L’aggiornamento dei dati richiede di solito qualche giorno, ma bisogna seguire l’operazione con attenzione perché l’efficacia del redirect dipende ovviamente anche dalla tempestività con cui viene realizzato.

Per quanto riguarda invece **la scelta delle pagine su cui reindirizzare i vecchi URL**, il criterio base da prendere in considerazione è l’argomento trattato in origine e nelle nuove destinazioni (e quindi le parole per cui queste risultano rilevanti agli occhi dei motori di ricerca).

Nel caso in cui si tratta di qualcosa di diverso da un semplice spostamento di contenuti identici (di cui cambia solo l'URL), **più le keyword e i testi rilevanti nelle vecchie pagine sono simili a quelli utilizzati nelle nuove e maggiori saranno le possibilità di mantenere stabilmente le posizioni** nei motori nel medio e lungo termine dopo il passaggio.

Se gli argomenti trattati non fossero in linea l'effetto di spinta della rilevanza dei contenuti "storici" sarebbe infatti destinato a perdersi nel tempo a seguito delle successive indicizzazioni.

Va poi considerato che, anche se si sono seguite tutte le regole fin qui definite, **qualsiasi redirect comporta probabilmente una certa perdita di page rank**. Per poter continuare ad ottenere buoni posizionamenti bisogna quindi continuare sempre ad affinare l'ottimizzazione delle pagine, in modo da compensare gli effetti negativi dello spostamento.

Per quanto riguarda invece **l'uso del tag CANONICAL**, va specificato che per i motori di ricerca i seguenti URL teoricamente corrispondono a pagine diverse:

- > <http://nomesito.it>
- > <http://www.nomesito.it>
- > <http://www.nomesito.it/index.html> (dove con index.html si intende l'indirizzo della home page)
- > <http://dominio-mirror.it> (dove con dominio-mirror si intendono tutti gli eventuali domini reindirizzati al sito principale)
- > <http://www.dominio-mirror.it>
- > <http://www.dominio-mirror.it/index.html>

Se l'identificazione dell'indirizzo principale nella versione con o senza prefisso www è ormai abbastanza buona da parte di Google (che ha anche inserito un'opzione di preferenza negli Strumenti per Webmaster), non altrettanto si può dire in tutti gli altri casi.

Ciò è dovuto principalmente al fatto che **i link in entrata sul sito, sfuggendo al nostro controllo diretto, possono in realtà avere qualsiasi formato** e quindi creare potenziali problemi di contenuti duplicati o domini di visualizzazione impropri nelle pagine dei risultati delle ricerche.

Per ovviare a questi inconvenienti e per non perdere il page rank passato da tutti i link in entrata su tutti gli URL facenti capo al nostro sito è buona norma:

- > **battezzare un dominio principale** e fare in modo che prima dell'ingresso o al primo click gli utenti vengano "spostati" su quello, indipendentemente dal link o dall'indirizzo che hanno usato per arrivare;
- > inserire all'interno delle nostre pagine (soprattutto in home page) un **tag di "canonicalizzazione"**, che fa riferimento allo stesso dominio principale, come nell'esempio seguente:

```
<link rel="canonical" href="http://www.nome-dominio.com/nome-pagina.html">
```

**L'uso abbinato dei redirect 301 e dei tag canonical** non solo è in grado di prevenire eventuali duplicazioni di contenuti, ma, soprattutto, consente di concentrare e **massimizzare l'effetto dei link in entrata** sulla visibilità del sito nei motori di ricerca.

In conclusione, dopo aver analizzato tutti gli aspetti legati agli effetti delle modifiche di URL nei motori di ricerca, il mio consiglio principale è: **non cambiate a meno che non sia assolutamente necessario! ;-)**

Se vuoi votare o suggerire modifiche a questo testo puoi farlo commentando il post "[Errore 301 e tag canonical: cambiare indirizzi delle pagine senza perdere visibilità](#)".

[www.sito-perfetto.it](http://www.sito-perfetto.it)

## Come partecipare a Sito Perfetto

Ci sono quattro possibili forme di partecipazione a questo progetto:

- > **Abbonato** (sarà presto possibile ricevere una newsletter mensile con gli aggiornamenti inseriti nel sito e nell'e-book);
- > **Affiliato** (promuovendo on line gli abbonamenti potrai guadagnare il 30% del prezzo di ogni vendita da te promossa);
- > **Collaboratore Affiliato** (segnalando imprecisioni o nuovi servizi utili si può arrivare a guadagnare fino al 50% del prezzo di vendita);
- > **Autore affiliato** (scrivendo articoli o altri contenuti che poi verranno integrati negli aggiornamenti dell'e-book potrai guadagnare fino al 70% del prezzo di vendita).

Sito Perfetto è aperto ai contributi di tutti i professionisti web, purché abbiano alcune caratteristiche, e cioè, siano: **attinenti alla comunicazione on line, di qualità, originali, esclusivi** (solo per i contenuti a pagamento) e **sintetici**. Non ci interessa “fare pagine”, ma offrire contenuti utili, di alto profilo e al tempo stesso facilmente consultabili anche da non esperti.

Ci piace essere chiari e seguire la legge, per questo non verranno accettati contributi che risultino essere stati estratti o tradotti da altri autori (fatta eccezione per eventuali brevi citazioni). Rimarrai quindi personalmente e direttamente responsabile nel caso di azioni legali intentate a Sito Perfetto per testi da te proposti.

Per essere informati sugli aggiornamenti al progetto [iscriviti alla newsletter](#), diventa fan della [pagina Facebook di Sito Perfetto](#) oppure segui il mio account [Twitter](#).

Il Responsabile Editoriale

[Gianpaolo Lorusso](#)