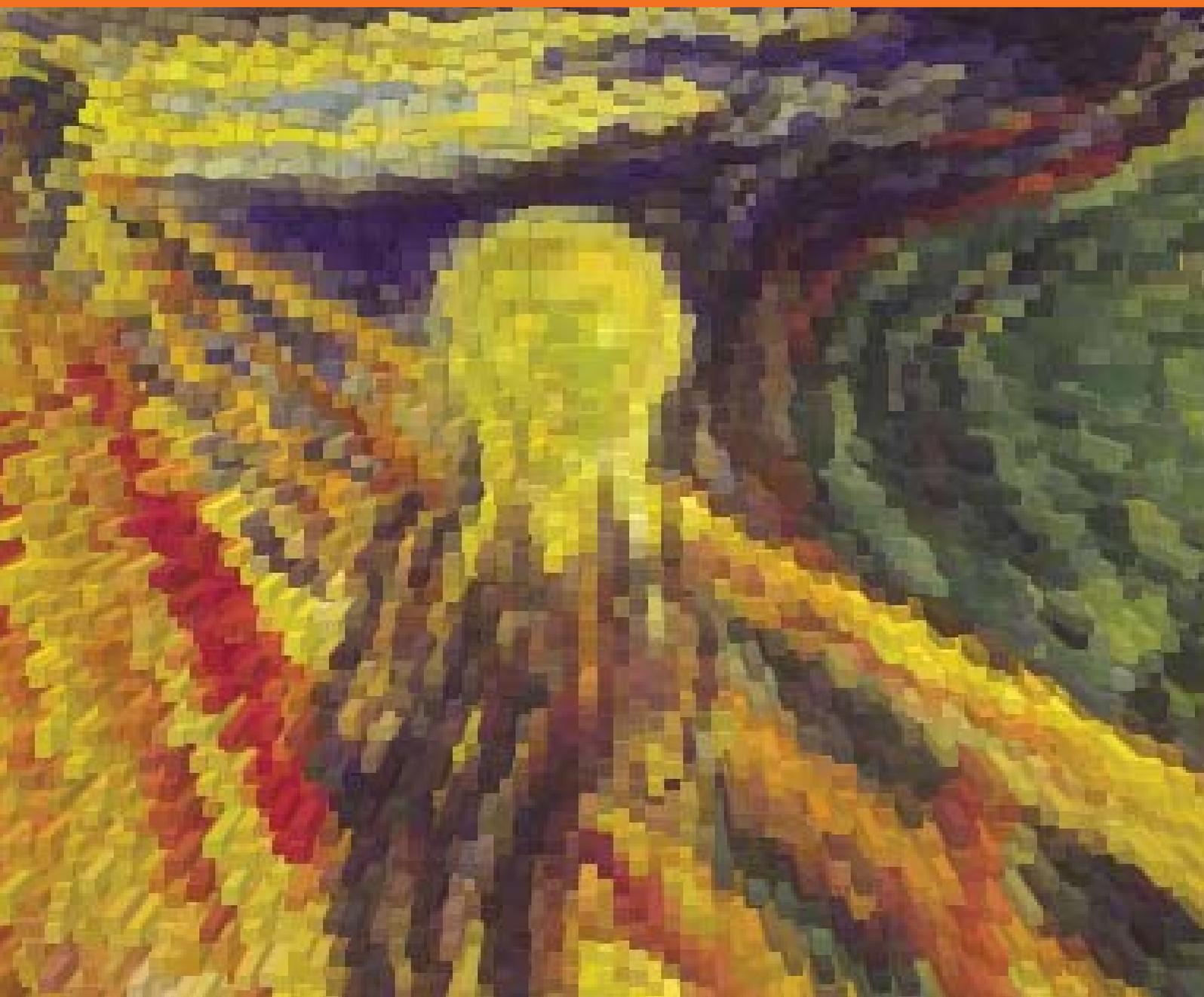


# ANNUARIO REGISTRO DATI 2004



## SOMMARIO

Un anno di .it	5
Studio della diffusione di Internet in Italia attraverso l'uso dei nomi a dominio	7
Tutti i numeri del Registro	25
L'evoluzione delle contestazioni nel ccTLD ".it"	37



### Annuario Registro Dati 2004

è un supplemento della rivista Focus .it, newsletter del Registro del ccTLD .it.

#### **Direttore Responsabile**

*Director in charge*  
Prof. Franco Denoth

#### **Responsabile di redazione**

*Editing*  
Luca Trombella

#### **Progetto grafico, impaginazione e elaborazione immagini**

*Graphics, paging and image processing*  
Patrizia Andronico

#### **Fotografie**

*Photos*  
Maurizio Papucci

#### **Ha collaborato a questo numero**

*This number publications board*  
Francesca Nicolini

#### **Stampa**

*Printed by*  
Tipografia Digiprint Srl  
Piazza Dossetti 7  
56012 Calcinaia (Pisa, IT)

#### **Redazione**

*Publication office*  
Registro del ccTLD .it  
Relazioni Esterne

Via G. Moruzzi, 1  
I-56124 Pisa  
tel. +39 050 313 98 11  
fax +39 050 315 27 13  
e-mail: [newsletter@nic.it](mailto:newsletter@nic.it)  
website: <http://www.nic.it/>

Iscrizione al Tribunale di Pisa n. 2141 del  
17 settembre 2004

#### **Stampato su carta ecologica**

*Printed on ecologic paper*

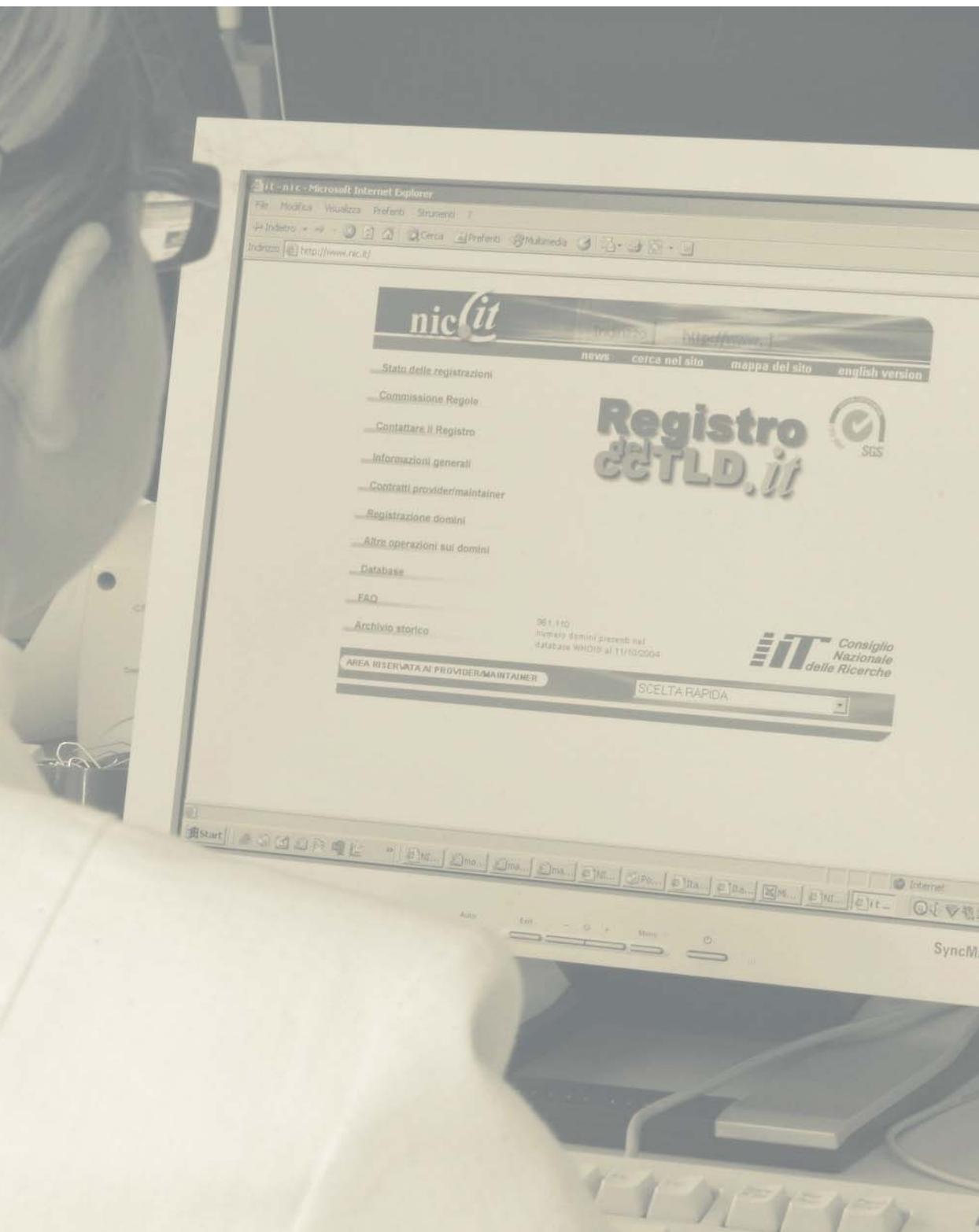
## ELENCO TABELLE

Tabella 1. Distribuzione di Internet a livello generale (imprese, associazioni, individui): le prime 10 regioni ordinate in base al numero dei domini registrati per 10.000 abitanti (ITP)	14
Tabella 2. Distribuzione di Internet a livello generale (imprese, associazioni, individui): le prime 20 province italiane	15
Tabella 3. Distribuzione di Internet tra le persone fisiche a livello regionale: le prime 10 regioni	16
Tabella 4. Distribuzione di Internet tra le persone fisiche a livello provinciale: le prime 20 province	17
Tabella 5. Distribuzione di Internet tra le imprese al livello regionale: le prime 10 regioni	18
Tabella 6. Distribuzione di Internet tra le imprese a livello provinciale: le prime 20 province	19
Tabella 7. Distribuzione di Internet tra le associazioni a livello regionale: le prime 10 regioni	20
Tabella 8. Distribuzione di Internet tra le associazioni a livello provinciale: le prime 20 province	21
Tabella 9. Distribuzione di Internet tra gli stranieri (imprese, associazioni, individui)	23
Tabella 10. La lunghezza dei nomi a dominio	32
Tabella 11. La prima lettera dei nomi a dominio	32
Tabella 12. Distribuzione delle procedure di riassegnazione	46

## ELENCO GRAFICI

Grafico 1. Tassi di penetrazione regionale generale	14
Grafico 2. Tassi di penetrazione regionali persone fisiche	16
Grafico 3. Tassi di penetrazione regionali imprese	18
Grafico 4. Tassi di penetrazione regionali associazioni	20
Grafico 5. Distribuzione di Internet per macro-area: imprese e associazioni	22
Grafico 6. Distribuzione percentuale di domini .it registrati da stranieri	24
Grafico 7. Nuove registrazioni da gennaio 1994	29
Grafico 8. Tempo medio registrazione dal dicembre 1999	29
Grafico 9. Modifiche dal dicembre 1999	30
Grafico 10. Cambio MNT dal dicembre 1999	30
Grafico 11. Nuove registrazioni da gennaio 1994	31
Grafico 12. Confronto tra nuove registrazioni e cancellazioni da gennaio 2004	31
Grafico 13. Rapporto tra nuove registrazioni e nomi a dominio assegnati a persone fisiche	33
Grafico 14. Registrazioni dei nomi a dominio persone fisiche	33
Grafico 15. Trasferimenti nel 2004 – numeri di eventi	34
Grafico 16. Giorni necessari alla registrazione nel 2004	34
Grafico 17. Cambio MNT nel 2004 – numero di eventi	35
Grafico 18. Stato dei domini e cancellazioni nel 2004	35

Grafico 19. Andamento contestazioni: gennaio 1998 – 31 dicembre 2004	44
Grafico 20. Andamento contestazioni: gennaio - dicembre 2004	44
Grafico 21. Motivi di Contestazione: gennaio 1998 – dicembre 2004	45
Grafico 22. Motivo di contestazione: gennaio - dicembre 2004	45
Grafico 23. Distribuzione esito di riassegnazione fra gli enti conduttori: gennaio 1998 1° trimestre 2005	46
Grafico 24. Esito riassegnazioni: gennaio 1998 – dicembre 2004	47
Grafico 25. La risoluzione delle dispute	47



# UN ANNO DI .IT

*di Anna Vaccarelli*

*Responsabile dell'Unità Relazioni Esterne del Registro del ccTLD .it*

Se il numero dei nomi a dominio è un parametro significativo per valutare il fenomeno Internet e i suoi riflessi sull'economia e sulla società, le statistiche sull'attività dell'organismo deputato alla gestione dei domini nazionali possono risultare particolarmente utili per delineare con accuratezza tendenze e prospettive della Rete. Su questa linea si colloca l'annuario statistico 2004 del Registro del ccTLD .it, l'organismo dell'Istituto di Informatica e Telematica del Cnr di Pisa che in Italia assegna i domini a targa .it: una pubblicazione inedita - altre ne seguiranno - che raccoglie dati, tabelle, commenti relativi a un intero anno di registrazioni, integrata con le stime sul fenomeno della contestazione dei nomi a dominio e, soprattutto, con un inedito studio sulla diffusione di Internet in Italia.

Un quadro statistico approfondito ed esauriente che consente non solo di verificare lo stato di salute del mercato dei domini nel nostro paese, ma anche di tracciare - su solide fondamenta - un ritratto della Rete *che sarà*. La pubblicazione dell'annuario 2004 asseconda, del resto, anche le richieste dei maintainer che, a più riprese, avevano chiesto nuovi strumenti per operare al meglio nel mercato dei domini. Il Registro ha fatto proprie quelle istanze,

integrandole con tutti gli strumenti a propria disposizione: l'annuario ne è una sintesi ponderata in grado di soddisfare, speriamo, almeno una serie di esigenze primarie.

La sezione più attesa dell'annuario è senza dubbio quella dedicata all'analisi della diffusione di Internet in Italia aggiornata al 2004 (la precedente rilevazione risaliva al 2001). Lo "Studio della diffusione di Internet in Italia attraverso l'uso dei nomi a dominio" del Registro del ccTLD .it illustra attraverso questo numero alcuni dati sull'impatto della Rete nel nostro paese suddivisi per tutte le tipologie di registratori (imprese, privati, enti e associazioni no profit) e per area geografica, provincia e regione. Per ogni "classifica virtuale" sono a disposizione dei lettori le prime posizioni: la scrematura dei dati, processo sostanzialmente manuale per garantire il massimo rigore statistico, è tutt'ora in fase di elaborazione e non consente ancora di rendere pubblico l'intero insieme di dati. Il Registro, del resto, si è trovato nella necessità di attuare una linea di compromesso tra l'interesse dei registrar e l'obbligo di fornire dati accurati e assolutamente attendibili. Sarà nostra cura, non appena possibile, fornire ai lettori le statistiche complete sulla diffusione di Internet in Italia per integrare quanto già oggi è disponibile.

Per commenti, segnalazioni e contributi vi invitiamo come sempre a contattare l'indirizzo di posta elettronica [newsletter@nic.it](mailto:newsletter@nic.it).

# STUDIO DELLA DIFFUSIONE DI INTERNET IN ITALIA ATTRAVERSO L'USO DEI NOMI A DOMINIO

*di Maurizio Martinelli*

*Responsabile dell'Unità sistemi del Registro del ccTLD “.it”  
e Michela Serrecchia*

*assegnista di ricerca presso lo IIT*

Pisa recupera 13 posizioni, scavalca Milano e diventa la prima provincia italiana nell'uso di Internet. È il dato più rilevante della ricerca condotta dall'Istituto di Informatica e Telematica del CNR di Pisa nell'ambito del progetto “Studio della diffusione di Internet in Italia attraverso l'uso dei nomi a dominio”. Un risultato sorprendente e sul quale sono in corso studi per individuare i fattori che ne sono all'origine: apparentemente essi potrebbero essere ricercati nella forte presenza universitaria, nell'alto numero di associazioni e attività culturali presenti nella zona e, senza dubbio, anche nella presenza del Registro del ccTLD “it” che ha sede proprio a Pisa.

## La metodologia

Prima di soffermarci sui risultati è opportuno illustrare le finalità e la metodologia utilizzata dal progetto statistiche dello IIT, che ha come obiettivo principale l'analisi approfondita della diffusione di Internet in Italia attraverso la misura endogena dei nomi di dominio contenuti nei database del Registro del ccTLD "it", gestito dallo IIT.

La scelta di utilizzare la metrica dei nomi a dominio è dettata da un'ampia serie di motivazioni: innanzitutto, tra le possibili metriche utilizzabili per lo studio della diffusione di Internet, quelle endogene<sup>1</sup> presentano l'incontestabile vantaggio dell'esattezza, essendo basate su procedure automatiche di raccolta ed estrazione dei dati; inoltre consentono una buona caratterizzazione geografica del fenomeno, basandosi su dati che permettono di differenziare gli adottanti a livello nazionale, regionale e provinciale.

Tra le metriche endogene, l'hostcount<sup>2</sup> è stata finora quella più utilizzata, poiché permette di reperire facilmente i dati. L'utilizzo di questa metrica presenta tuttavia una serie di svantaggi legati principalmente ai problemi di sovrastima e sottostima della diffusione: i firewall, gli indirizzi IP dinamici e l'utilizzo di telefoni cellulari, set-top box, ecc. per accedere alla rete, sono solo alcuni dei tanti esempi che evidenziano una sottostima, mentre l'associazione di più indirizzi IP alla stessa macchina sovrastima la diffusione. Nonostante gli svantaggi ricordati, la quasi totalità dei lavori sullo studio dell'adozione e della diffusione di Internet sono basati, a livello internazionale, sull'hostcount.

La metrica dei nomi a dominio rappresenta una valida alternativa all'hostcount per misurare la diffusione di Internet, in quanto endogena e oggettiva<sup>3</sup>. Anche tale metrica presenta dei vantaggi e degli svantaggi.

Tra gli svantaggi vi sono:

- la sottostima del fenomeno quando gli utilizzatori di Internet registrano un nome a dominio sotto un gTLD (ad esempio .com, .biz, ecc.) o un altro ccTLD (ad esempio .uk, .de, .fr, ecc.);
- la sovrastima del fenomeno quando più nomi a dominio sono registrati da uno stesso registrante.

Tra i vantaggi:

- la determinazione delle caratteristiche del registrante (sesso ed età nel caso di persona fisica e forma legale nel caso di persona giuridica);

---

<sup>1</sup> Ossia generata dalla stessa tecnologia

<sup>2</sup> Conta il numero di host connessi alla rete

<sup>3</sup> Ossia basata su dati reali e inconfutabili

- la caratterizzazione del fenomeno a livello geografico (nazionale, macro-area, regionale e provinciale).

Poiché tale metrica sottostima la diffusione di Internet, non può essere utilizzata per dare una dimensione assoluta del fenomeno, ma, piuttosto, per misurare le posizioni *relative* delle province. Il numero di nomi a dominio è dunque una misura del limite inferiore della diffusione di Internet.

## Gli obiettivi

Gli obiettivi che abbiamo cercato di raggiungere possono essere così sintetizzati:

- analisi della dimensione del fenomeno Internet nel nostro paese. Questo permette il confronto tra la situazione italiana con quella internazionale e il posizionamento dell'Italia nella classifica internazionale di utilizzo della rete Internet;
- analisi delle caratteristiche territoriali. Raggruppando i dati su base regionale e provinciale è possibile confrontare i livelli di penetrazione nelle diverse aree geografiche e verificare se esiste un digital divide a livello geografico;
- analisi delle caratteristiche generali dei registranti. Lo studio ha analizzato la diffusione di Internet tra le persone fisiche e le persone giuridiche (imprese, associazioni), siano esse italiane o straniere.

## I risultati

Sono stati analizzati circa un milione di nomi a dominio registrati tra il gennaio 1990 e il 31 dicembre 2004. La banca dati consente di ricostruire la dinamica della diffusione di Internet fin dalla nascita, con un grado di dettaglio mai raggiunto finora.

In particolare, dal 15 gennaio 2000 il regolamento del Registro dello IIT ha permesso la registrazione di un nome a dominio anche alle persone fisiche maggiorenni. A dicembre 2004 le registrazioni di persone fisiche nel database erano 147.615 di cui 144.557 registrati da italiani, 2982 nomi a dominio registrati da stranieri e 81 non classificati perché non si è riusciti a determinare la provincia o la nazione di appartenenza. La ricerca mostra che le imprese, siano esse società di persone che di capitali, sono i principali attori dell'uso della rete: il numero dei domini registrati risultano essere quasi il triplo dei domini registrati dagli individui, 411.339 nomi a dominio contro

i circa 148.000.

Il “settore marginale dell’ICT” è rappresentato dalle associazioni: il numero dei nomi a dominio da esse registrati risulta essere pari solo a 30.086.

Riportiamo di seguito i risultati dell’analisi dei nomi a dominio registrati dalle persone fisiche, dalle imprese e dalle associazioni (riconosciute e non) sia italiane che straniere. Studi successivi analizzeranno i nomi a dominio nell’ambito degli enti pubblici, dei liberi professionisti e degli altri protagonisti che costituiscono il mondo non profit, in particolare le fondazioni e i comitati.

## Distribuzione generale di Internet a livello regionale

Per valutare la reale diffusione di Internet nelle imprese, associazioni e individui è stato calcolato il numero dei nomi a dominio registrati ogni 10.000 abitanti. Tale rapporto, che costituisce il tasso di penetrazione (di seguito indicato con TP), ha evidenziato alcune sorprese. Il Trentino Alto Adige occupa la prima posizione con un TP pari a 197,27 (vedi Grafico 1). Segue la Toscana (169,46), la Lombardia (169,19) e il Lazio (155,04) (tabella 1). Nessuna regione del Sud compare tra le prime 10.

## Distribuzione generale di Internet a livello provinciale (imprese, associazioni e individui)

Pisa, con un TP pari a 251,92 scavalca Milano (al terzo posto con un TP pari a 229,89) e, rispetto ai risultati del precedente studio relativo al periodo 1990-2001, diventa la prima provincia italiana. Segue Bolzano (TP pari a 235,72), Milano, Firenze (201,08) e Roma (181,43). Anche in questo caso nessuna provincia del Sud compare nelle prime 20 posizioni (tabella 2). La prima provincia del Sud è Pescara (in 44° posizione con TP 115,30), seguita da Teramo (46° posizione con TP 111,08). Tra le grandi città meridionali, Napoli occupa soltanto la 67° posizione (86,64), mentre Palermo con un TP pari a 68,88 occupa la 79° posizione.

## Persone fisiche a livello regionale

Per valutare la reale diffusione di Internet nel settore delle persone fisiche e quindi, il rapporto tra il numero dei nomi a dominio registrati dalle persone fisiche e la popolazione residente maggiorenne, abbiamo calcolato i tassi di penetrazione a livello provinciale. I risultati mostrano alcune sorprese.

Il Lazio, nonostante la vocazione terziaria, occupa la prima posizione con un tasso di penetrazione ogni 10.000 abitanti pari a 50,22 seguito da Toscana (42,69), Trentino Alto Adige (41,81), Lombardia (35,13) e Valle d'Aosta (33,17) (tabella 3 e grafico 1).

Tutte le regioni del Sud compaiono nella seconda metà della classifica.

Tra le regioni del Nord, performance deludenti per Veneto (28,43) e Piemonte (26,80) (11° e 13° posizione occupata rispettivamente).

## Persone fisiche a livello provinciale

Pisa risulta ancora in testa alla classifica nazionale con un tasso di penetrazione (di seguito indicato con TP) pari a 74,25, seguita da Roma con 59,26, Rimini e Firenze rispettivamente con 50,53 e 50,29 (tabella 4 e grafico 2). Tra le grandi province Genova e Torino compaiono solo intorno alla 22° e alla 26° posizione mentre Napoli e Bari si collocano solo alla 51° e 88° posizione rispettivamente.

La graduatoria riflette e amplifica le differenze a livello di sviluppo economico. Solo una provincia del sud su 32 (Pescara) compare tra le prime 20 (17°); quasi tutta la parte bassa della graduatoria è occupata da province del sud, con poche eccezioni (Mantova 78°, Vercelli 79°, Rovigo 91°).

## Imprese a livello regionale

Il Trentino Alto Adige occupa la prima posizione (14,35), seguito da Lombardia (12,93), Toscana (11,38), Lazio (11,29), Friuli Venezia Giulia (11,06) e Veneto (10,28) (tabella 5 e grafico 3). La regione meridionale di spicco risulta la Campania che occupa la 12° posizione ed ha un TP pari a 7,67. Da segnalare la scarsa performance della Valle d'Aosta (13° con TP 7,61) rispetto alla 5° posizione occupata nella registrazione dei tassi di penetrazione da parte delle persone fisiche.

## Imprese a livello provinciale

Pisa risulta nuovamente in testa alla classifica con un tasso di penetrazione pari a 17,33 ogni 100 imprese. Seguono Bolzano (16,37), Milano (16,25), Roma (12,67) e Firenze (12,56) e Siena (12,45) (tabella 6). Deludenti Torino, che dal 2001<sup>4</sup> al 2004 varia la sua posizione dalla 4° alla 11° (11,36), Genova (che passa dalla 19° alla 31° posizione con un tasso di penetrazione pari a 9,86) e Asti (che passa dalla 7° alla 25° posizione con un tasso di penetrazione

pari a 10,34). Tra le province toscane, l'unica performance negativa è quella registrata da Livorno, che passa dalla 14° alla 30° posizione e presenta un tasso di penetrazione pari a 9,87. La prima provincia del sud è Napoli che occupa la 41° posizione ed ha un tasso di penetrazione pari a 8,73. Le ultime 23 posizioni della classifica sono occupate tutte da province del sud. Enna, che risulta l'ultima provincia nella graduatoria, ha un tasso di penetrazione pari solo a 3,62, molto al di sotto dalla media nazionale che risulta pari a 9,92. Anche grandi province come Palermo (62° con TP 7,46), Bari (73° con TP 6,61) e Messina (80° con TP 6,37) risultano essere poco inclini all'utilizzo della tecnologia Internet.

## Associazioni a livello regionale

Per le associazioni, le tre regioni che registrano i più alti tassi di penetrazione sono, nell'ordine, Lazio, Lombardia e Toscana (tabella 7 e grafico 4). Il Trentino Alto Adige occupa, in questo caso, solo la 16° posizione (TP pari a 9,23 contro il 26,76 del Lazio, ad esempio), mentre la Campania, con la sua 7° posizione e un TP pari a 12,57, spicca tra le regioni del centro-nord con tassi di penetrazione più elevati. A livello di macro-area, il Centro registra il più alto tasso di penetrazione (18,32) rispetto al Nord (13,90) e al Sud (10,14). Uno dei fattori di tale andamento potrebbe essere ricercato nella presenza di associazioni di grandi dimensioni ubicate nel centro Italia.

## Associazioni a livello provinciale

A differenza di quanto emerso dallo studio della diffusione tra le persone fisiche e le imprese, si evince che nelle grandi province le associazioni sfruttano meglio i vantaggi della tecnologia. In testa alla classifica c'è Roma (TP pari a 33,37 ogni 100 associazioni), seguita da Milano (31,16), Pisa (22,18), Firenze (20,75) e Bologna (18,47) (tabella 8). Anche Napoli e Palermo occupano posizioni di rilievo nella graduatoria (10° e 13° posizione con TP pari a 16,19 e 14,91, rispettivamente), mentre Asti, Aosta e Bolzano occupano soltanto la 78°, 80° e 90° posizione.

La ricerca ha dimostrato che l'associazionismo non può essere considerato come un fenomeno marginale nel settore dell'ICT. Infatti, come si evince dal grafico 5 (che confronta la diffusione di Internet tra le organizzazioni che perseguono fini di lucro e gli enti non profit) i tassi di penetrazione nelle 3 macro-aree (Nord, Centro e Sud-Isole) registrati dalle associazioni risultano più elevati rispetto ai TP delle imprese. La media nazionale ha un TP pari a 13,78, che paragonato con il TP a livello nazionale delle imprese (9,92) dimostra che le associazioni hanno una forte propensione all'utilizzo

---

<sup>4</sup> In base ai risultati della precedente ricerca effettuata nel periodo 1990-2001

di Internet.

## Stranieri

In linea con le statistiche che a livello internazionale vedono la Germania al primo posto tra i ccTLD più popolosi (oltre 11 milioni di nomi a dominio secondo l'ultimo report di Verisign), i tedeschi risultano in testa tra coloro che registrano più nomi a dominio nel ccTLD "it" (oltre il 35% del totale dei nomi a dominio registrati da stranieri), seguiti dalla Gran Bretagna (31,21%). Per le altre nazioni le percentuali risultano essere poco significative (tabella 9 e grafico 6).

## Conclusioni

Il fenomeno Internet appare più concentrato rispetto alla distribuzione della popolazione per provincia. Le prime 20 province della classifica contano ben il 49,96% del totale dei nomi a dominio registrati da imprese, associazioni e individui, a fronte di una popolazione residente maggiore pari "solamente" al 33,92%. La ricerca ha dimostrato infatti che, calcolando l'indice di *Gini*<sup>5</sup> sui nomi a dominio, si ottiene un valore più alto (0,51) rispetto all'indice sulla popolazione (0,45). Ciò significa che, lungi dall'essere un fenomeno capace di ridurre o colmare le differenze socio-economiche tra territori, Internet riproduce e addirittura approfondisce le differenze. Non è vero che Internet consente da solo di superare le differenze di sviluppo. Questo dato è infatti confermato dalle elaborazioni effettuate e, a nostro avviso, ridimensiona fortemente il mito dell'economia della rete immateriale: è pertanto tutto da dimostrare che le zone del paese con maggiori problemi infrastrutturali sulle reti "materiali" potrebbero ridurre lo svantaggio puntando tutto sulla rete Internet: chi è indietro nello sviluppo economico perde ulteriori posizioni, probabilmente anche perché al basso sviluppo economico si associa anche un minore interessamento alle nuove tecnologie e alla loro adozione.

La geografia di Internet presenta dunque conferme e sorprese. Province di media dimensione registrano, a livello generale, tassi di penetrazione molto elevati (Pisa, Bolzano, Rimini, Siena, Prato e Trento rientrano tra le prime 10 province), mentre grandi province come Torino, Genova e Napoli sono tutte oltre la 20° posizione.

---

<sup>5</sup> L'indice di Gini indica la concentrazione e la disuguaglianza nella distribuzione di una serie di osservazioni e può assumere valori 0 e 1, dove 0 indica massima concentrazione e 1 indica equidistribuzione.

Posizione occupata in base al tasso di penetrazione registrato	Regioni	Numero domini registrati	TP generale ogni 10.000 abitanti	Percentuale dei domini registrati rispetto al totale nazionale
1	Trentino Alto Adige	15165	197,27	2,62%
2	Toscana	51117	169,46	8,82%
3	Lombardia	129610	169,19	22,36%
4	Lazio	66422	155,04	11,46%
5	Emilia Romagna	50532	145,98	8,72%
6	Veneto	52057	135,78	8,98%
7	Friuli Venezia Giulia	13428	130,87	2,32%
8	Marche	16053	128,25	2,77%
9	Umbria	8845	124,69	1,53%
10	Valle d'Aosta	1272	124,46	0,22%
<b>Totale</b>		<b>404501</b>		<b>69,80%</b>

Tabella 1. Distribuzione di Internet a livello generale (imprese, associazioni, individui): le prime 10 regioni ordinate in base al numero dei domini registrati per 10.000 abitanti (TP)

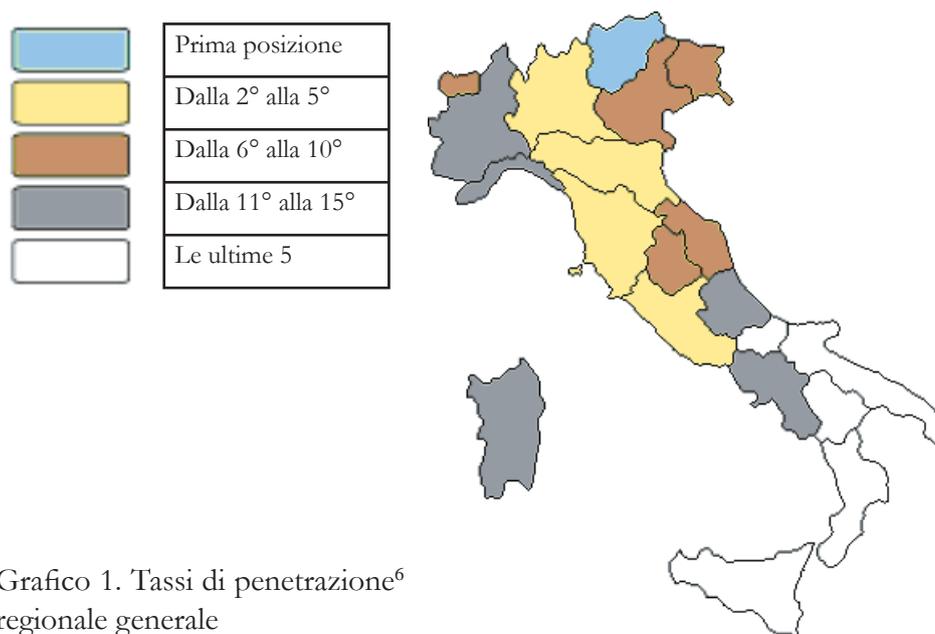


Grafico 1. Tassi di penetrazione<sup>6</sup> regionale generale

<sup>6</sup> TP ogni 10.000 abitanti

Posizione occupata in base al tasso di penetrazione registrato	Provincia	Numero Domini	TP generale (imprese, associazioni e individui) ogni 10.000	Percentuale numero domini rispetto al totale nazionale
1	Pisa	8346	251,92	1,44%
2	Bolzano	8778	235,72	1,51%
3	Milano	72461	229,89	12,50%
4	Firenze	16146	201,08	2,79%
5	Roma	56444	181,43	9,74%
6	Rimini	4224	181,04	0,73%
7	Bologna	14213	177,01	2,45%
8	Siena	3819	174,02	0,66%
9	Prato	3390	173,89	0,58%
10	Trento	6387	161,14	1,10%
11	Padova	11114	154,51	1,92%
12	Modena	8382	154,04	1,45%
13	Brescia	13973	149,56	2,41%
14	Reggio-Emilia	5707	146,85	0,98%
15	Vicenza	9701	146,20	1,67%
16	Lucca	4664	145,62	0,80%
17	Parma	4954	144,89	0,85%
18	Arezzo	4022	144,88	0,69%
19	Udine	6492	144,72	1,12%
20	Verona	9976	143,09	1,72%
<b>Totale</b>		<b>273193</b>		<b>47,11%</b>

Tabella 2. Distribuzione di Internet a livello generale (imprese, associazioni, individui): le prime 20 province italiane

Posizione occupata in base al tasso di penetrazione registrato	Regioni	Numero domini registrati	TP persone fisiche ogni 10.000 abitanti	Percentuale dei domini registrati rispetto al totale nazionale
1	Lazio	21517	50,22	14,88%
2	Toscana	12877	42,69	8,91%
3	Trentino Alto Adige	3214	41,81	2,22%
4	Lombardia	26909	35,13	18,61%
5	Valle d'Aosta	339	33,17	0,23%
6	Emilia-Romagna	11239	32,47	7,77%
7	Umbria	2287	32,24	1,58%
8	Liguria	3996	29,19	2,76%
9	Friuli Venezia Giulia	2984	29,08	2,06%
10	Marche	3616	28,89	2,50%
<b>Totale</b>		<b>88978</b>		<b>61,52%</b>

Tabella 3. Distribuzione di Internet tra le persone fisiche a livello regionale: le prime 10 regioni

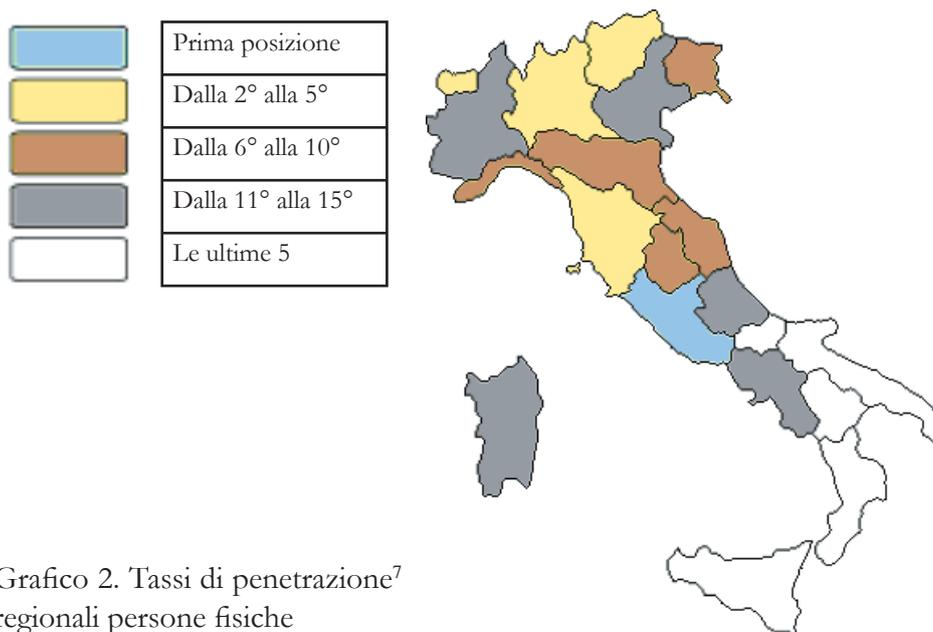


Grafico 2. Tassi di penetrazione<sup>7</sup> regionali persone fisiche

<sup>7</sup> TP ogni 10.000 abitanti

Posizione occupata in base al tasso di penetrazione registrato	Provincia	Numero Domini	TP persone fisiche ogni 10.000 abitanti	Percentuale numero domini rispetto al totale nazionale
1	Pisa	2460	74,25	1,70%
2	Roma	18438	59,26	12,75%
3	Rimini	1179	50,53	0,82%
4	Firenze	4038	50,29	2,79%
5	Bolzano	1840	49,41	1,27%
6	Milano	15072	47,82	10,43%
7	Siena	949	43,24	0,66%
8	Bologna	3366	41,92	2,33%
9	Trieste	746	35,37	0,52%
10	Livorno	1001	35,36	0,69%
11	Grosseto	641	34,79	0,44%
12	Trento	1374	34,67	0,95%
13	Lucca	1090	34,03	0,75%
14	Arezzo	942	33,93	0,65%
15	Perugia	1725	33,24	1,19%
16	Aosta	339	33,17	0,23%
17	Pescara	829	33,04	0,57%
18	Padova	2358	32,78	1,63%
19	Imperia	573	32,25	0,40%
20	Gorizia	376	31,28	0,26%
<b>Totale</b>		<b>59336</b>		<b>41,03%</b>

Tabella 4. Distribuzione di Internet tra le persone fisiche a livello provinciale:  
le prime 20 province

Posizione occupata in base al tasso di penetrazione registrato	Regioni	Numero domini registrati	TP imprese ogni 100 imprese	Percentuale dei domini registrati rispetto al totale nazionale
1	Trentino Alto Adige	11069	14,35	2,73%
2	Lombardia	97201	12,93	24,00%
3	Toscana	35633	11,38	8,80%
4	Lazio	40510	11,29	10,00%
5	Friuli Venezia Giulia	9581	11,06	2,37%
6	Veneto	38679	10,28	9,55%
7	Emilia Romagna	36828	10,22	9,09%
8	Piemonte	32701	9,91	8,07%
9	Umbria	6054	9,41	1,49%
10	Marche	11602	9,39	2,86%
<b>Totale</b>		<b>319858</b>		<b>78,96%</b>

Tabella 5. Distribuzione di Internet tra le imprese al livello regionale: le prime 10 regioni

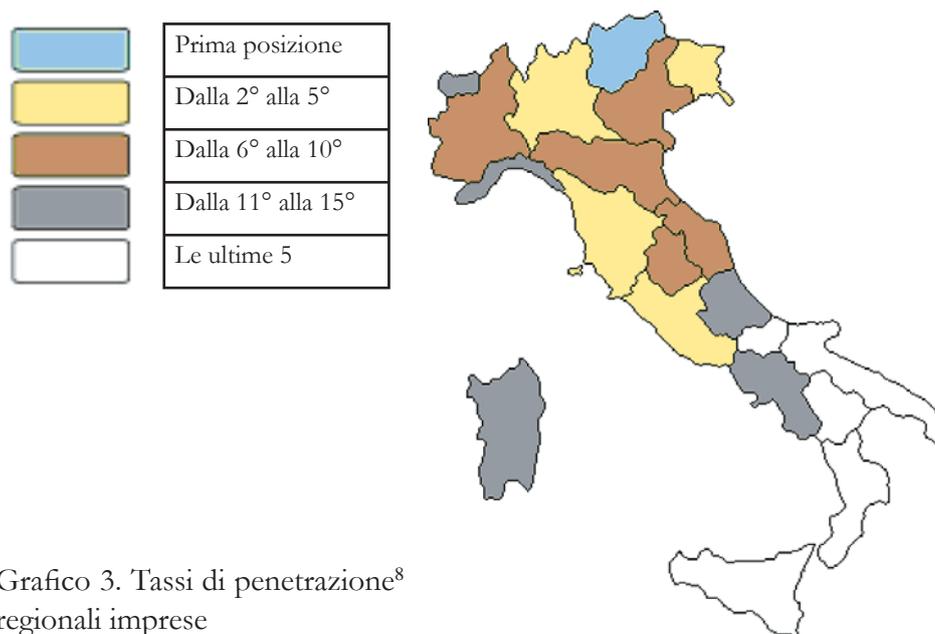


Grafico 3. Tassi di penetrazione<sup>8</sup> regionali imprese

<sup>8</sup> TP ogni 100 imprese

Posizione occupata in base al tasso di penetrazione registrato	Provincia	Numero Domini	TP imprese ogni 100 imprese	Percentuale numero domini rispetto al totale nazionale
1	Pisa	5432	17,33	1,34%
2	Bolzano	6535	16,37	1,61%
3	Milano	54319	16,25	13,41%
4	Roma	34201	12,67	8,44%
5	Firenze	11185	12,56	2,76%
6	Siena	2691	12,45	0,66%
7	Trento	4534	12,19	1,12%
8	Udine	4855	12,02	1,20%
9	Bologna	10055	11,96	2,48%
10	Brescia	10821	11,60	2,67%
11	Torino	19185	11,36	4,74%
12	Vicenza	7548	11,35	1,86%
13	Modena	6528	11,25	1,61%
14	Lecco	2624	11,12	0,65%
15	Ancona	3821	11,11	0,94%
16	Varese	6813	10,93	1,68%
17	Verona	7436	10,76	1,84%
18	Como	4572	10,75	1,13%
19	Padova	8269	10,74	2,04%
20	Reggio-Emilia	4332	10,55	1,07%
<b>Totale</b>		<b>215756</b>		<b>53,25%</b>

Tabella 6. Distribuzione di Internet tra le imprese a livello provinciale: le prime 20 province

Posizione occupata in base al tasso di penetrazione registrato	Regioni	Numero domini registrati	TP associazioni ogni 100 associazioni	Percentuale dei domini registrati rispetto al totale nazionale
1	Lazio	4.395	26,76	14,61%
2	Lombardia	5.500	18,06	18,28%
3	Toscana	2.607	15,00	8,67%
4	Liguria	946	14,14	3,14%
5	Emilia-Romagna	2.465	13,40	8,19%
6	Veneto	2.477	12,69	8,23%
7	Campania	1.532	12,57	5,09%
8	Piemonte	2.380	12,42	7,91%
9	Friuli Venezia Giulia	863	11,67	2,87%
10	Umbria	504	11,54	1,68%
<b>Totale</b>		<b>23669</b>		<b>78,67%</b>

Tabella 7. Distribuzione di Internet tra le associazioni a livello regionale: le prime 10 regioni

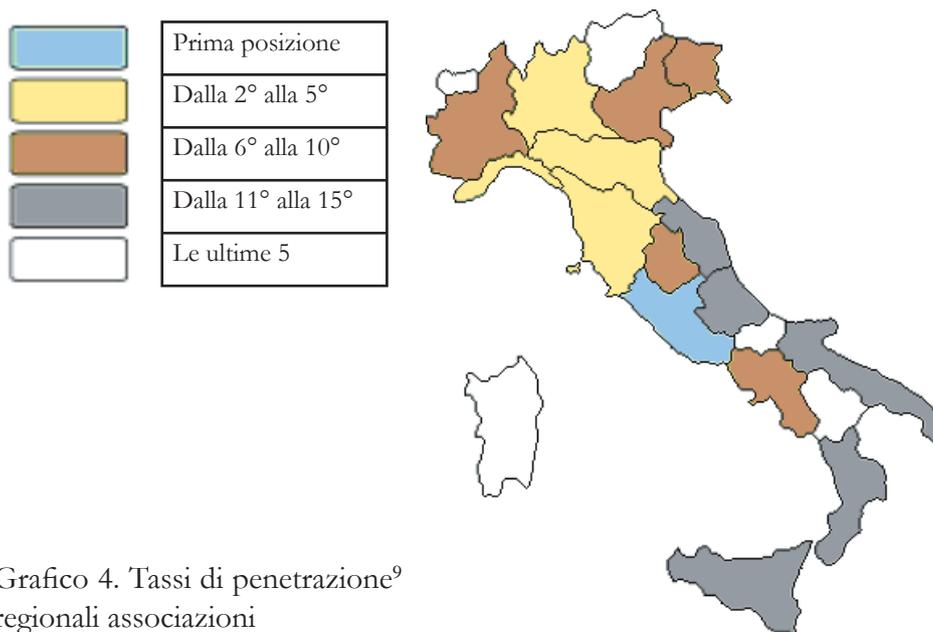
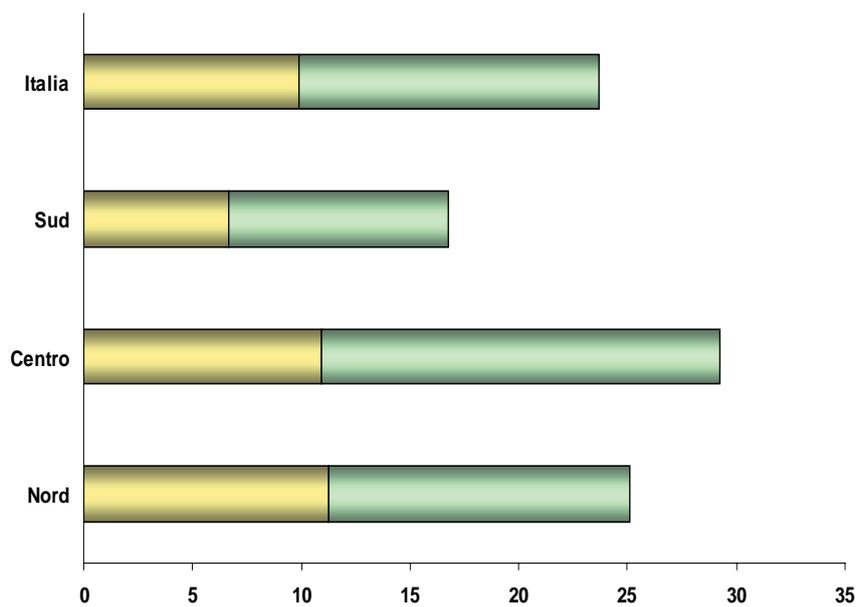


Grafico 4. Tassi di penetrazione<sup>9</sup> regionali associazioni

<sup>9</sup> TP ogni 100 associazioni

Posizione occupata in base al tasso di penetrazione	Provincia	Numero Domini	TP associazioni ogni 100 associazioni	Percentuale numero domini rispetto al totale nazionale
1	Roma	3805	33,37	12,65%
2	Milano	3070	31,16	10,20%
3	Pisa	454	22,18	1,51%
4	Firenze	923	20,75	3,07%
5	Bologna	792	18,47	2,63%
6	Torino	1454	16,98	4,83%
7	Prato	152	16,58	0,51%
8	Trieste	224	16,35	0,74%
9	Genova	558	16,32	1,85%
10	Napoli	828	16,19	2,75%
11	Venezia	499	15,22	1,66%
12	Reggio-Emilia	285	15,05	0,95%
13	Palermo	460	14,91	1,53%
14	Parma	257	14,18	0,85%
15	Padova	487	14,17	1,62%
16	Verona	506	13,90	1,68%
17	Imperia	136	13,68	0,45%
18	Rimini	147	13,56	0,49%
19	Varese	367	13,46	1,22%
20	Ancona	312	13,45	1,04%
<b>Totale</b>		<b>15716</b>		<b>52,23%</b>

Tabella 8. Distribuzione di Internet tra le associazioni a livello provinciale: le prime 20 province

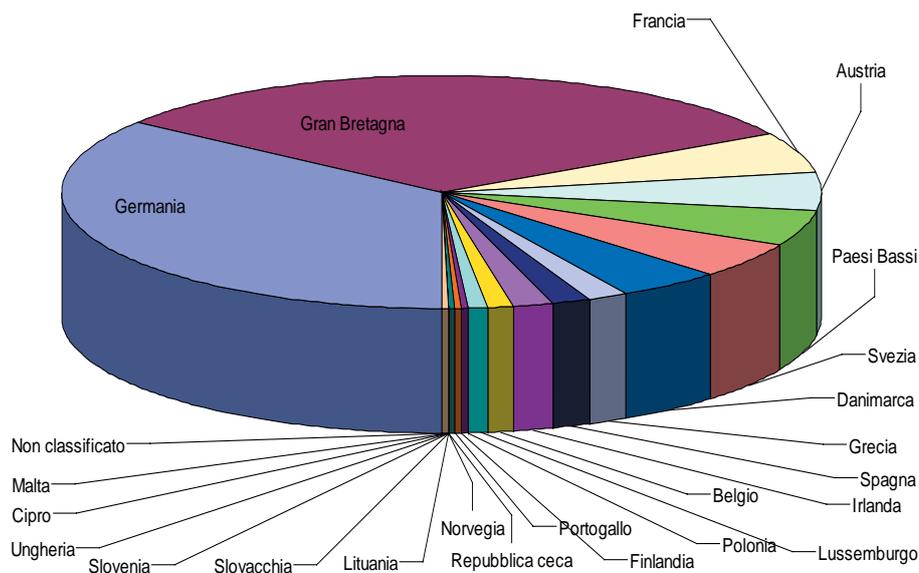


	Nord	Centro	Sud	Italia
Associazioni	13,9	18,32	10,14	13,78
Imprese	11,23	10,91	6,64	9,92

Grafico 5. Distribuzione di Internet per macro-area: imprese e associazioni

Posizione occupata in base al numero di domini registrati	Nazione	Numero domini registrati	Percentuale sul numero totale di domini registrati da stranieri
1	Germania	2584	35,40%
2	Gran Bretagna	2278	31,21%
3	Francia	412	5,64%
4	Austria	379	5,19%
5	Paesi Bassi	375	5,14%
6	Svezia	360	4,93%
7	Danimarca	325	4,45%
8	Grecia	126	1,73%
9	Spagna	121	1,66%
10	Irlanda	108	1,48%
11	Belgio	94	1,29%
12	Lussemburgo	51	0,70%
13	Polonia	24	0,33%
14	Finlandia	20	0,27%
15	Portogallo	15	0,21%
16	Slovenia	4	0,05%
17	Malta	3	0,04%
18	Lituania	2	0,03%
19	Repubblica Ceca	2	0,03%
20	Norvegia	2	0,03%
21	Slovacchia	1	0,01%
22	Ungheria	1	0,01%
23	Cipro	1	0,01%
Non classificato		12	0,16%
<b>Totale</b>		<b>7300</b>	<b>100,00%</b>

Tabella 9. Distribuzione di Internet tra gli stranieri (imprese, associazioni, individui)



Germania	35.40%	Polonia	0.33%
Gran Bretagna	31.21%	Finlandia	0.27%
Francia	5.64%	Portogallo	0.21%
Austria	5.19%	Slovenia	0.05%
Paesi Bassi	5.14%	Malta	0.04%
Svezia	4.93%	Lituania	0.03%
Danimarca	4.45%	Repubblica ceca	0.03%
Grecia	1.73%	Norvegia	0.03%
Spagna	1.66%	Slovacchia	0.01%
Irlanda	1.48%	Ungheria	0.01%
Belgio	1.29%	Cipro	0.01%
Lussemburgo	0.70%	Non classificato	0.16%

Grafico 6. Distribuzione percentuale di domini .it registrati da stranieri

# TUTTI I NUMERI DEL REGISTRO

*di Daniele Vannozzi*

*Responsabile Unità operazioni del Registro del ccTLD “.it”*

Nel 2004 l'attività operativa del Registro del ccTLD “.it” è stata caratterizzata da due fenomeni principali: da un lato, il via al secondo processo di “liberalizzazione” dei domini a targa “.it” (dal 2 agosto 2004 anche i privati e le associazioni prive di partita Iva possono registrare un numero illimitato di nomi a dominio nel *country code Top Level Domain* italiano); dall'altro, la crescita costante del numero di operazioni sui nomi a dominio (cambio MNT, trasferimento e registrazione) che, anche alla luce dei non infrequenti errori sulla compilazione della modulistica, impongono al Registro un notevole dispendio di tempo e risorse umane.

Ogni considerazione sull'attività operativa della struttura non può comunque prescindere dall'analisi di due dati fondamentali: l'andamento delle registrazioni (per chiarezza di esposizione riportate nel grafico 7 per il periodo gennaio 1994 - 31 dicembre 2004) e il tempo medio di registrazione (grafico 8, dicembre '99 - dicembre 2004). Appare evidente come la “liberalizzazione” del 15 dicembre 1999 – che ha consentito ai soggetti titolari di partita Iva di registrare un numero illimitato di domini “.it” – abbia prodotto un incremento esponenziale del numero delle registrazioni e il conseguente

aumento (ben oltre qualsiasi previsione) del tempo medio di registrazione che è arrivato nei primi mesi del 2000 a superare i 10 giorni lavorativi. I picchi della primavera 2000 sono invece giustificati dalla necessità, manifestatasi nel mese di marzo, di “smaltire” un plico contenente circa 25mila lettere di assunzione di responsabilità raccolte durante una campagna promozionale di un operatore del settore che, ovviamente, per il loro trattamento nel rispetto di quanto previsto da “regole e procedure di registrazione”, ha comportato un riflesso negativo sull'erogazione del servizio. L'abbassamento del tempo medio mensile di registrazione è certo uno degli indicatori dell'efficacia del livello di servizio erogato dal Registro del ccTLD “.it”, in quanto misura con precisione il tempo trascorso dal momento in cui il Registro ha ricevuto dal richiedente e dal maintainer la documentazione per la registrazione di un nome a dominio e l'effettivo adempimento delle operazioni di esso, non può comunque essere considerato il fine ultimo dell'attività del Registro: ulteriori sforzi organizzativi non produrrebbero infatti alcun vantaggio concreto all'utenza in quanto il nuovo dominio inserito non sarebbe comunque attivo prima della mezzanotte del giorno di registrazione. Il grafico 16 consente comunque di verificare come l'operazione di registrazione di un nome a dominio – nella metà dei casi – si concluda nel giorno stesso in cui il nome a dominio viene messo in lavorazione.

I grafici 9, 10 e 11 illustrano rispettivamente l'andamento delle “modifiche semplici” alle registrazioni dei nomi a dominio già presenti nel database Whois, delle richieste di cambio MNT e dei trasferimenti dell'assegnatario dei nomi a dominio. Per quanto riguarda questi ultimi è opportuno evidenziare come il picco autunnale del 2004 sia imputabile a un cambio di ragione sociale di un'importante azienda del settore che ha comportato la gestione di qualche migliaio di trasferimenti.

Significativo anche il confronto tra il numero di nuove registrazioni e le operazioni di cancellazione (grafico 12). Al di là del normale andamento, il dato saliente è rappresentato dal picco delle cancellazioni avvenuto a cavallo tra la fine del 2001 e l'inizio del 2002: un'anomalia, se così vogliamo chiamarla, dovuta alla conclusione dell'operazione sui nomi a dominio richiesta da un noto imprenditore che ha comportato la cancellazione massiccia di migliaia di nomi a dominio dal database Whois.

L'evento principale del 2004, come accennato in apertura, è stato comunque la rimozione del limite di un solo nome a dominio per le persone fisiche e per le associazioni prive di partita Iva. Questa seconda “liberalizzazione”, logica conseguenza delle iniziative varate dal Registro tra fine del '99 e l'inizio del 2000, ha incontrato un crescente interesse da parte dell'utenza, facendo sì

che il numero di registrazioni di nomi a dominio richiesti da persone fisiche si assestasse mediamente intorno al 35 per cento del totale (grafici 13 e 14). L'iniziativa, promossa dalla Commissione Regole in accordo con il Registro, ha riguardato sia pur marginalmente anche i trasferimenti dei nomi a dominio precedentemente assegnati ad altri soggetti verso le persone fisiche.

I grafici 15 e 17 offrono alcuni spunti di riflessione sulla quantità di risorse impiegate dal personale del Registro nella gestione delle principali operazioni sui nomi a dominio (cambio MNT, trasferimento e registrazione). Come si evince dai dati, un numero significativo di richieste di trasferimento vengono respinte in quanto la documentazione inviata (richiesta e nuova lettera di AR) è priva di dati essenziali o è mal compilata; le successive correzioni, necessarie perché l'operazione possa giungere a buon fine, richiedono quindi l'impiego di inutili energie sia da parte del Registro che dei maintainer. Un fenomeno analogo si verifica anche con le richieste di cambio MNT dove la semplice comunicazione con cui l'assegnatario indica la volontà di cambiare il maintainer del proprio nome a dominio è spesso incompleta o contiene dati inesatti (ad esempio, la ragione sociale del soggetto assegnatario differisce da quella presente nel database Whois).

L'analisi del grafico 18 consente infine di approfondire il fenomeno delle cancellazioni e, più nel dettaglio, lo stato dei nomi a dominio prima della loro cancellazione. La quasi totalità delle cancellazioni avvengono a seguito del passaggio dei nomi a dominio nello stato di NO-PROVIDER-MNT e quindi del loro precedente "abbandono" da parte degli assegnatari e del maintainer. È invece minima, conseguentemente al basso livello di dispute e controversie legali, la percentuale di nomi a dominio cancellati perché oggetto di una precedente contestazione (è il caso in cui un soggetto terzo ha segnalato al Registro di avere un pregiudizio sul nome a dominio stesso). Solo una esigua parte delle cancellazioni, infine, proviene da una specifica ed esplicita richiesta dell'assegnatario di procedere alla cancellazione del nome a dominio stesso.



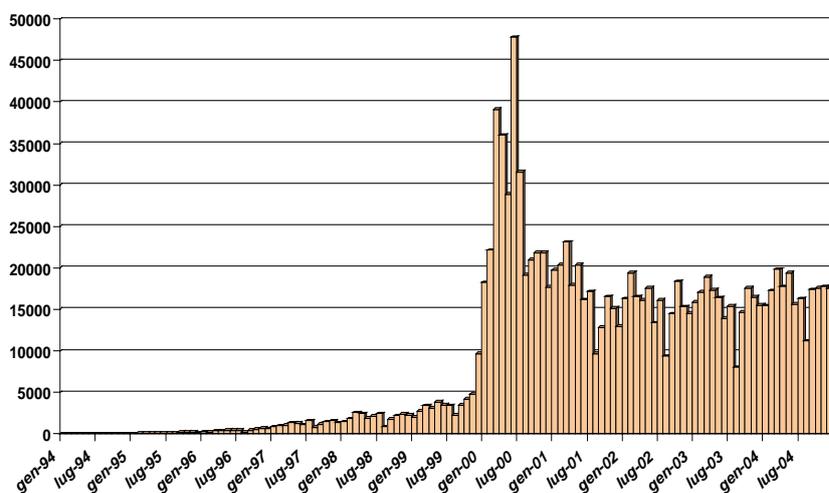


Grafico 7. Nuove registrazioni da gennaio 1994

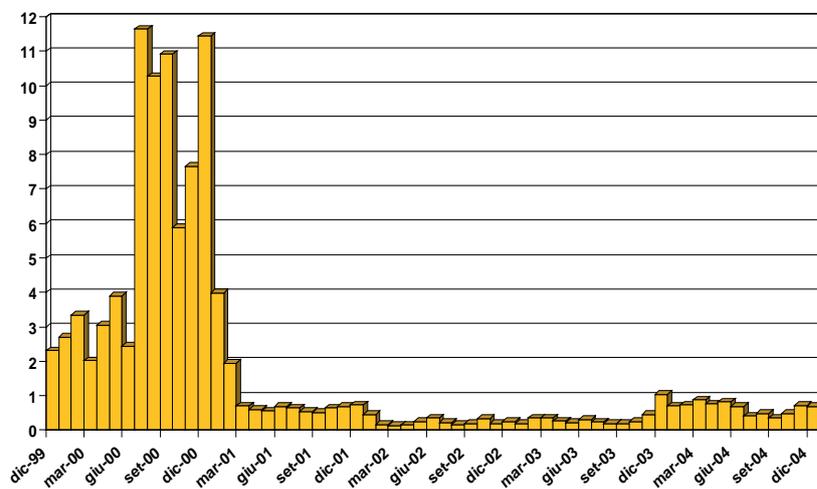


Grafico 8. Tempo medio registrazione dal dicembre 1999

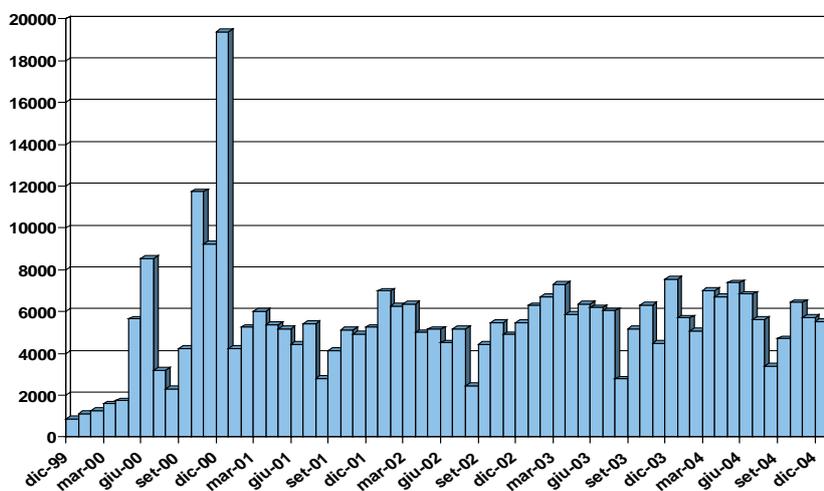


Grafico 9. Modifiche dal dicembre 1999

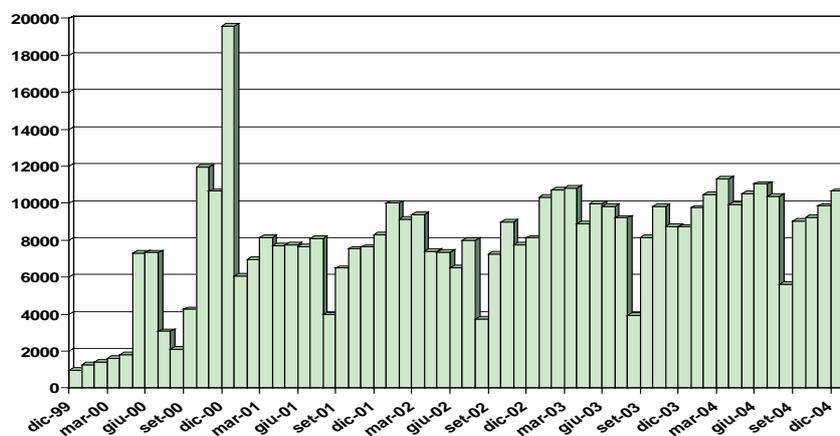


Grafico 10. Cambio MNT dal dicembre 1999

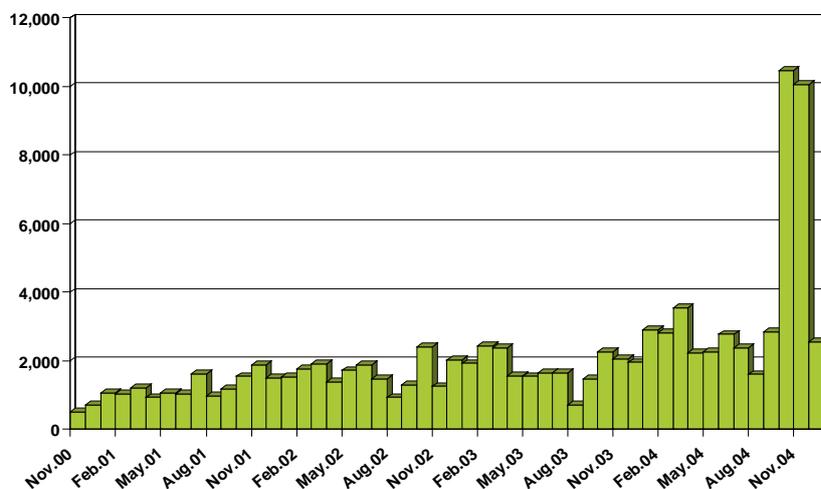


Grafico 11. Nuove registrazioni da gennaio 1994

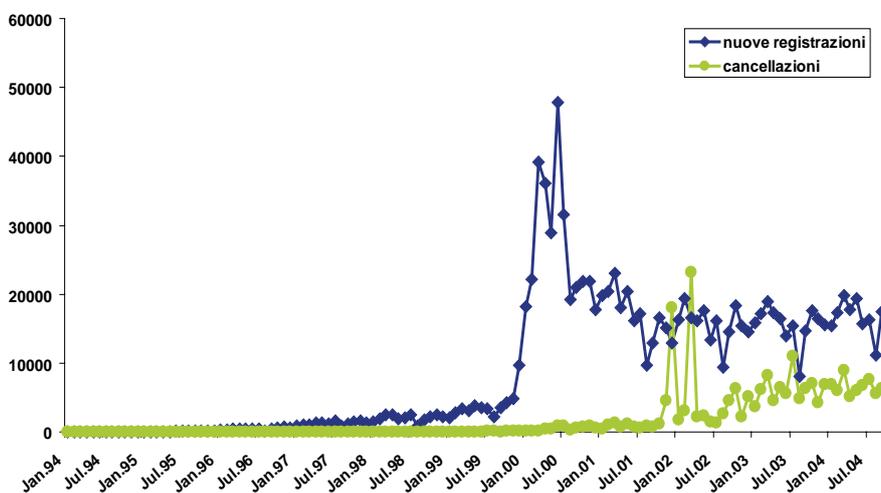


Grafico 12. Confronto tra nuove registrazioni e cancellazioni da gennaio 2004

<b>Numero di nomi a dominio</b>	<b>Numero di caratteri</b>
85027	10
83621	9
82076	11
77366	8
77276	12
19343	4
11894	3

Tabella 10. La lunghezza dei nomi a dominio

<b>Carattere iniziale</b>	<b>Numero di nomi a dominio</b>
C	105110
S	99109
A	87604
M	69676
P	64429
I	52183
T	48237
F	45691

Tabella 11. La prima lettera dei nomi a dominio

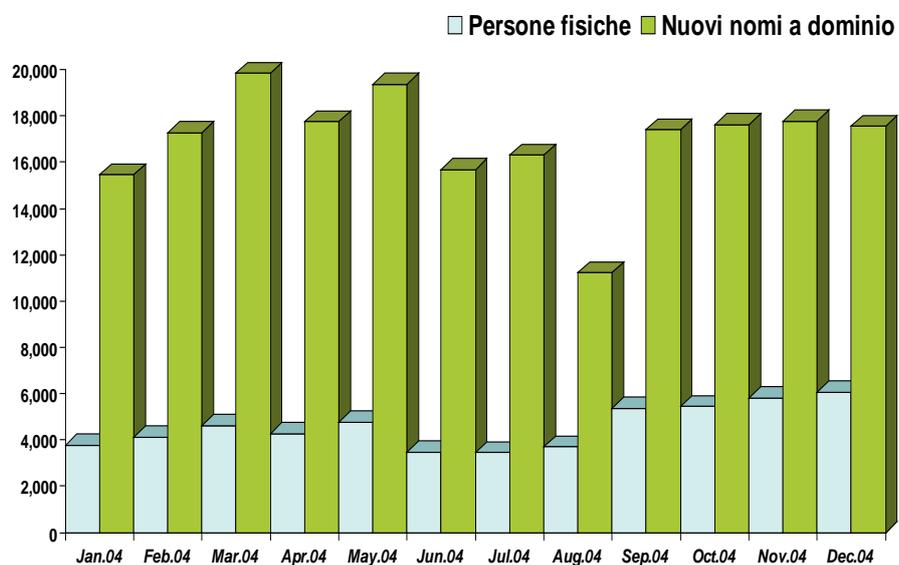


Grafico 13. Rapporto tra nuove registrazioni e nomi a dominio assegnati a persone fisiche

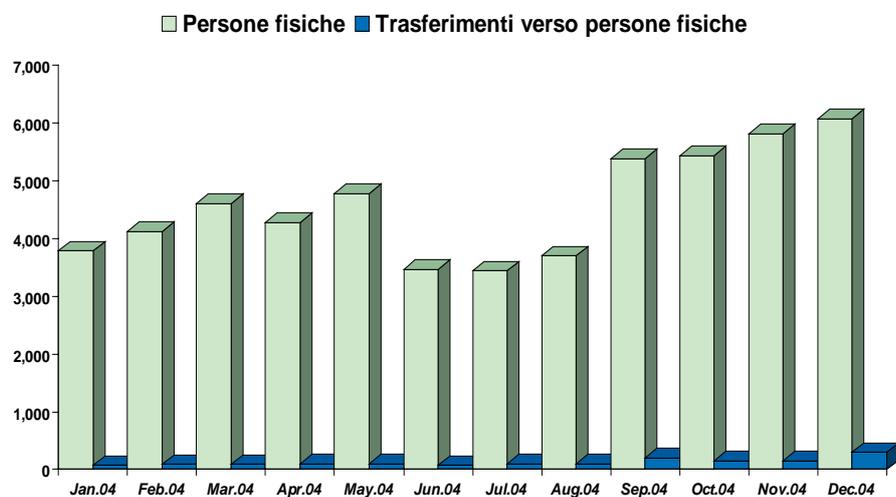


Grafico 14. Registrazioni dei nomi a dominio persone fisiche

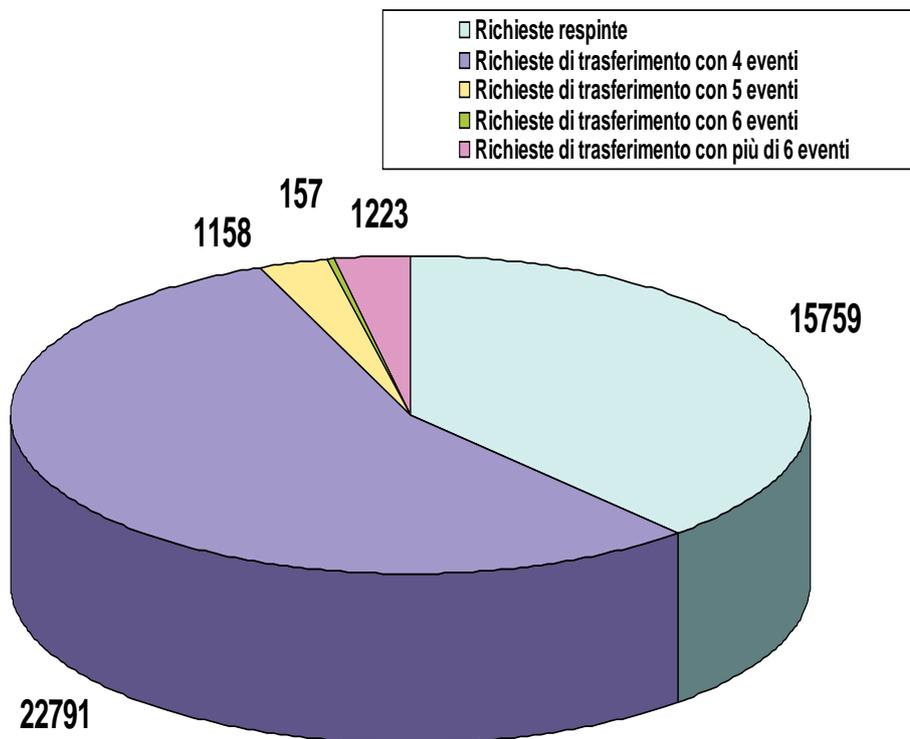


Grafico 15. Trasferimenti nel 2004 – numero di eventi

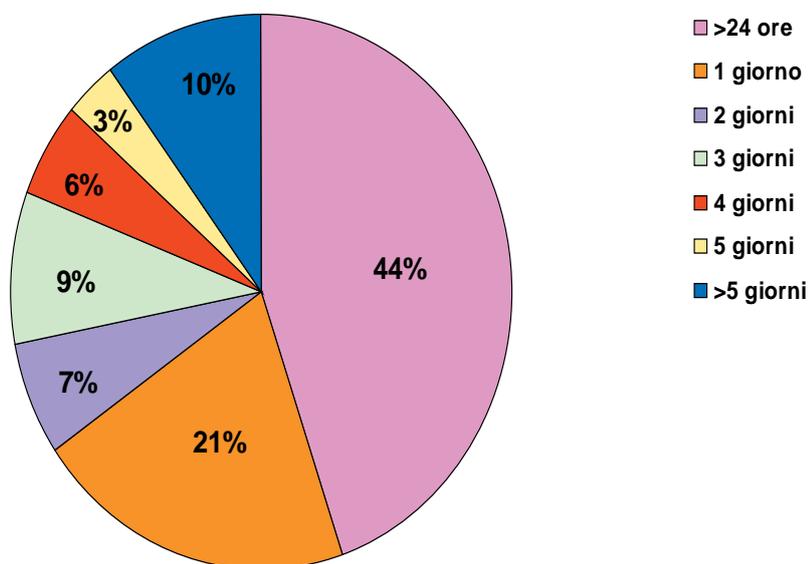


Grafico 16. Giorni necessari alla registrazione nel 2004

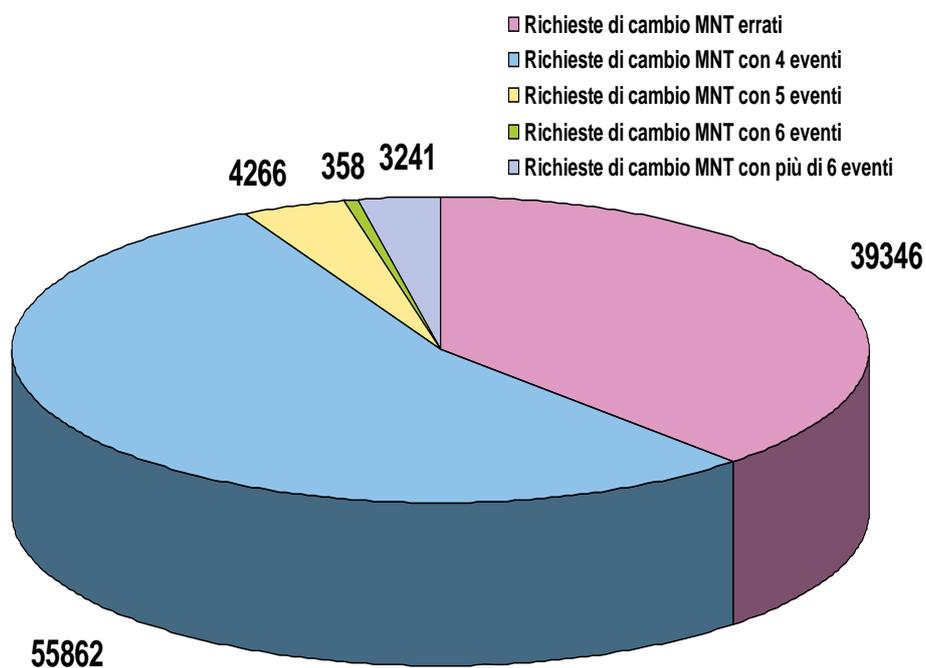


Grafico 17. Cambio MNT nel 2004 – numero di eventi

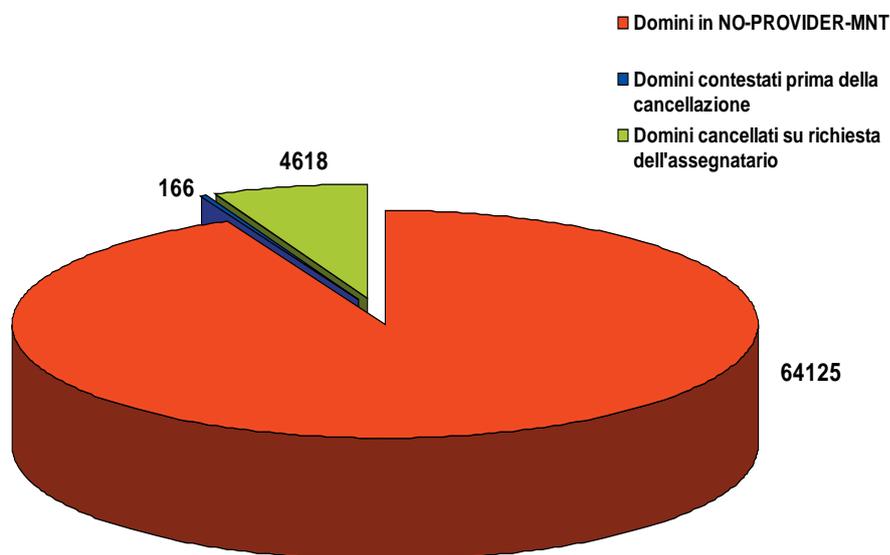


Grafico 18. Stato dei domini e cancellazioni nel 2004



## L'EVOLUZIONE DELLE CONTESTAZIONI NEL ccTLD “.IT”

*di Rita Rossi*

*Responsabile Unità contenziosi e aspetti legali  
del Registro del ccTLD “.it”*

L'analisi delle contestazioni nel country code Top Level Domain italiano (ccTLD “.it”) prende le mosse dai grafici evidenziati nel grafico 20 laddove sono riportati i dati riferiti alle contestazioni attivate nell'anno 2004. Il nostro country code evidenzia un basso indice di contenzioso: nell'anno 2004, a fronte di 203.198 nomi a dominio registrati, il Registro ha attivato 239 contestazioni. Fra i motivi di questo andamento positivo, su cui torneremo nel seguito, vi è certamente l'organizzazione del Registro e la struttura del regolamento di assegnazione e gestione dei nomi a dominio nel ccTLD “.it”. In virtù della citata regolamentazione il nome a dominio è attribuito sulla base di una lettera di assunzione di responsabilità (c.d. Lar) con cui il futuro assegnatario rende specifiche dichiarazioni assumendosene le relative responsabilità; ciò consente in sede di successivi controlli svolti dal Registro, o nel corso della procedura di riassegnazione, di valutare l'effettiva corrispondenza ai fatti di quanto dichiarato e perciò il sistema permette di attribuire dichiarazioni e responsabilità con sufficienti margini di sicurezza.

In linea generale, il commento ai grafici tiene conto, nell'esame dei dati riferiti alle contestazioni, anche di elementi esterni che hanno influenzato il nascere e le modalità di evoluzione delle contestazioni stesse nel ccTLD “.it”. A questi elementi esterni si fa cenno solo come ausilio alla comprensione del fenomeno, senza alcuna pretesa di completezza per quanto attiene invece l'elemento sostanziale citato.

Com'è noto, la Contestazione di un nome a dominio in Internet nell'ambito del country code top Level Domain “.it” si realizza allorché un terzo ritenga che la registrazione effettuata dall'assegnatario sia lesiva di un suo diritto o interesse. In tal caso il contestante, adeguandosi a ciò che il regolamento di assegnazione e gestione dei nomi a dominio nel ccTLD “.it” prescrive, in particolare all'art. 14 e seguenti, invia al Registro una comunicazione con cui dichiara di voler contestare l'assegnazione in uso del predetto nome. Da parte del Registro consegue l'immediata apposizione dell'annotazione “valore contestato” al dominio interessato e il nome stesso diventa intrasferibile, se non all'assegnatario; la contestazione costituisce inoltre un presupposto indispensabile per l'attivazione della successiva procedura di riassegnazione.

Nel country code italiano le contestazioni sui nomi a dominio hanno rappresentato un fenomeno relativamente contenuto, almeno numericamente, fino a quando è stato in vigore il limite di un solo nome a dominio per assegnatario; con la rimozione del predetto limite, avvenuta in data 15 dicembre 1999, l'accaparramento di nomi a dominio corrispondenti a marchi celebri, a nomi di personaggi del cinema e della televisione, a località geografiche di rilevante interesse turistico, si è ampiamente diffuso anche nel country code .it. così come era già avvenuto in altri notissimi top level domain di carattere tematico e negli altri country code geografici.

Il grafico 19 mostra l'andamento delle contestazioni negli anni 1998-2004. L'anno più critico è stato il 2000 anche se il fenomeno si è mantenuto significativo per tutto il corso del 2001. Sono questi gli anni di maggior difficoltà per il Registro: i reclami erano avanzati in misura considerevole e hanno gravato sulle attività del Registro causandone certamente un rallentamento, oltre a problemi legali di un certo rilievo. Rispetto ai reclami ricevuti le contestazioni, in seguito attivate, sono risultate di molto inferiori, anche in virtù di un'attività di mediazione, non formale, che le unità del Registro hanno sempre svolto.

L'aumento enorme delle registrazioni e delle contestazioni sui nomi a dominio, all'indomani dell'apertura del ccTLD “.it, è all'origine del clamore verificatosi nei primi mesi del 2000 e di cui vi è traccia, fra l'altro, in diversi

articoli di stampa pubblicati in quel periodo; l'Espresso, ad esempio, nel febbraio 2000, riportava scritti sull'accaduto e ne indicava i protagonisti.

Il disorientamento suscitato nell'utenza da episodi rilevanti di accaparramento di nomi a dominio è stato, almeno in parte, all'origine del disegno di legge del 3 maggio 2000, più noto come disegno di Legge Passigli che tendeva a regolamentare l'assegnazione dei nomi di dominio e a disincentivarne l'accaparramento (disegno di legge n. 4594, dal titolo "Disciplina dell'utilizzazione dei nomi per l'identificazione di domini Internet e servizi di rete"). L'iter legislativo del disegno di legge non si è svolto compiutamente a seguito della fine anticipata della legislatura.

Negli anni 2002-2004 assistiamo a una normalizzazione delle contestazioni. Inizia a delinearsi una chiara posizione della giurisprudenza in materia di conflitti fra nomi a dominio e segni distintivi dell'attività commerciale: le pronunce giurisprudenziali ribadiscono, con sufficiente costanza, l'applicazione ai nomi a dominio della disciplina in materia di contraffazione di marchio, di ditta, di insegna, di titolo di rivista anche se non sono mancati orientamenti diversi, specie prima del 2002. Oggi, alla luce delle pronunce complessivamente pubblicate, per lo più ordinanze emesse a seguito di ricorsi d'urgenza ex art. 700 cod. proc. civile oppure ex art. 63 L.M, l'orientamento giurisprudenziale può dirsi consolidato a vantaggio del detentore del diritto di esclusiva sul tradizionale segno distintivo dell'attività commerciale.

Il calo delle contestazioni è stato indubbiamente influenzato anche dall'adozione nel ccTLD ".it" della procedura tecnica di riassegnazione di un nome a dominio.

Tale modalità alternativa di risoluzione delle dispute è stata adottata nel ccTLD ".it" a decorrere dall'agosto del 2000, sulla scia di quanto già era stato implementato da ICANN/IANA fin dall'ottobre del 1999. La procedura di riassegnazione di un nome a dominio è condotta da apposite organizzazioni, definite enti conduttori, che dispongono di un certo numero di saggi ai quali di volta in volta viene affidata la soluzione del caso.

Il contestante, per mezzo di tale procedura, ha la possibilità di risolvere il caso controverso rimettendone il relativo parere a un ente conduttore di sua scelta che, espletate le formalità di rito, affida il giudizio sull'accettazione o il rigetto del reclamo al saggio appositamente designato. Questi deve giudicare sulla validità ed esistenza di due presupposti fondamentali: il titolo del ricorrente e la mala fede nella registrazione e assegnazione del nome a dominio.

Nel grafico 20 sono riportati i dati riferiti alle contestazioni attivate nell'anno

del 2004: come può notarsi il maggior numero di contestazioni si sono avute soprattutto nei mesi di maggio-giugno e novembre-dicembre; in questi periodi pur mantenendo un carattere non preoccupante, le contestazioni hanno ricominciato sensibilmente a salire.

Per quanto riguarda i motivi delle contestazioni, come emerge con tutta evidenza dal grafico 21, le stesse hanno riguardato maggiormente i segni distintivi dell'attività commerciale e fra questi in specie il marchio d'impresa e di prodotto. L'assoluta preponderanza del diritto esclusivo di marchio fra i motivi di contestazione è fra l'altro una costante in tutti gli anni presi in esame; è soprattutto sui marchi celebri che si sono appuntati gli interessi degli accaparratori così com'è avvenuto nei più importanti TLD tematici e negli altri country code.

Nell'analisi dei motivi di contestazione una parte significativa, soprattutto anni 2000 – 2001, l'ha avuta l'accaparramento di nomi a dominio simili alle denominazioni di amministrazioni pubbliche, ed enti pubblici in genere. Ministeri, autorità pubbliche, e alcuni piccoli comuni, importanti turisticamente, i cui nomi non sono nella lista dei nomi riservati, hanno dovuto misurarsi con la circostanza di non poter registrare il loro nome a dominio poiché già assegnato in uso ad altri.

Molto rilevante è stata certamente, negli anni 2000-2001, la registrazione di nomi a dominio corrispondenti a cognomi e nomi di personaggi celebri, giornalisti, ma anche di persone comuni. E' stato questo l'aspetto su cui si sono incentrati i commenti giornalistici dei primi mesi del 2000 cui abbiamo fatto cenno sopra. Il fenomeno è rientrato negli anni successivi al 2000 e 2001; molte delle contestazioni inizialmente avanzate si sono infatti risolte spontaneamente per rinuncia al nome da parte delle società registranti, per cui, se analizziamo il dato in un ampio lasso di tempo si finisce per perderne la vera portata.

La registrazione di nomi a dominio corrispondenti a nomi e/o cognomi di persona ha costituito fra l'altro l'oggetto delle prime procedure di riassegnazione a esito delle quali il saggio ha disposto il trasferimento del nome a dominio al ricorrente, Il trasferimento è stato poi interrotto dall'assegnatario con ricorso alla magistratura ordinaria.

Nel 2004, come mostra il grafico 22, si è assistito a una ulteriore flessione delle contestazioni sui nomi di persona.

Le contestazioni riferite alle denominazioni di enti pubblici e pubbliche amministrazioni si mantengono abbastanza costanti anche per la difficoltà che

ha la pubblica amministrazione ad accedere a metodi alternativi di risoluzione delle dispute ricercando piuttosto la soluzione in un'attività di mediazione.

Nella tabella 12 il grafico riporta la distribuzione delle procedure di riassegnazione fra gli enti conduttori, organizzazioni deputate alla risoluzione delle dispute, di cui abbiamo parlato sopra. Emerge una ripartizione quantomeno anomala dei casi di contestazione fra gli enti conduttori stessi: si nota agevolmente che la risoluzione è pressoché costantemente affidata dall'utenza a uno o due fra gli enti conduttori; alcuni di essi ne hanno svolte pochissime, altri neppure una, il che porta alla facile argomentazione che gli enti abilitati alla conduzione delle procedure siano in numero largamente superiore alle esigenze del ccTLD “.it”. Alla data odierna sono undici gli enti conduttori abilitati, in adesione ad una specifica procedura di accreditamento descritta nelle regole di registrazione e assegnazione; un numero notevole se rapportato agli attuali tre organismi autorizzati alla conduzione delle procedure di risoluzione delle dispute sotto gli importanti top level domain di tipo tematico come: .com, .net, .org e nei numerosi ccTLD “.it” che l'hanno scelta.

E' necessario sottolineare tuttavia che la possibilità di ricorrere a enti risolutori delle dispute è un fenomeno che va spiegato all'utenza e incentivato poiché rappresenta un metodo alternativo alla giustizia ordinaria, che può essere particolarmente utile allo sviluppo del commercio elettronico in internet, al fine di superare i problemi connessi alle diverse giurisdizioni nazionali.

L'esito delle procedure di riassegnazione nel periodo 2000-2004 è contenuto nel grafico 24. Il reclamo risulta accettato in ben 159 casi; da tenere conto che nell'ambito di una procedura di riassegnazione possono anche essere esaminati più nomi a dominio.

Le procedure si sono concluse con un rigetto in 34 casi, mentre le estinzioni, dovute per la maggior parte delle volte alla richiesta di cancellazione da parte dell'assegnatario, sono state pronunciate in 42 occasioni. A questo proposito va detto che le estinzioni possono dipendere sia dal fatto che l'assegnatario ha inoltrato ricorso alla magistratura e perciò ha interrotto la procedura, sia e, in misura maggiore, dalla rinuncia al nome a dominio da parte dell'utilizzatore una volta che questi abbia ricevuto notizia di una contestazione a suo carico. Ciò porta a ritenere che la previsione di un termine minimo fra l'attivazione della contestazione da parte del Registro e il successivo inizio della procedura di riassegnazione presso l'ente conduttore possa essere utile al fine di contribuire a una contrazione ulteriore dei livelli di contenzioso.

Resta la considerazione che il sistema in questione è risultato fruttuoso per i

ricorrenti nella maggior parte delle volte

Sul sito web del registro ([www.nic.it](http://www.nic.it)) è possibile esaminare le procedure al fine di un'analisi dettagliata delle stesse.

Sempre in tema di enti conduttori e relative pronunce, il grafico in figura 23, evidenzia l'articolazione dell'esito delle pronunce emesse dagli enti conduttori, ovvero, rispetto alle domande inoltrate dai ricorrenti, il numero dei reclami accolti, respinti e di quelli estinti. Ricordiamo invece che l'estinzione è pronunciata dall'ente in presenza di condizioni obiettive, commentate al paragrafo precedente, che questi è tenuto a riconoscere e che interrompono la procedura di riassegnazione.

Il grafico 25 sintetizza l'attuale stato delle contestazioni nel ccTLD “.it”. Nell'ambito delle dispute complessivamente sorte si evidenzia come il mancato rinnovo della contestazione (24,35%) e la rinuncia da parte dell'assegnatario (22,32%) abbiano rappresentato sinora il maggior motivo di risoluzione delle contestazioni stesse. Abbastanza significativo il dato relativo alla risoluzione delle dispute per effetto delle procedure di riassegnazione che hanno consentito la definizione della controversia in una percentuale non trascurabile di casi. Nel dato in questione rientrano sia la risoluzione per l'accoglimento del reclamo che quella per il suo rigetto. Una percentuale non minima di risoluzione delle contestazioni è da attribuire al trasferimento del nome per accordo fra le parti (11,44%); di recente si assiste a un incremento della risoluzione delle contestazioni per cancellazione del nome in stato di no-provider: questa ipotesi si verifica quando è stata attivata una contestazione nei confronti di un nome a dominio per cui sia stato richiesto dal provider/maintainer la messa in no-provider; in tal caso, quando siano decorsi i termini per la cancellazione, senza che l'assegnatario abbia manifestato una nuova opzione, il nome a dominio in stato di contestazione viene reso disponibile al contestante per la registrazione nel rispetto del regolamento di assegnazione e gestione del ccTLD “.it”.

L'entrata in vigore del nuovo codice della proprietà industriale (Dlgs 30/2005), potrà segnare un ulteriore incisivo cambiamento in materia di contenimento dei conflitti sui nomi a dominio; vedremo come la dottrina e la giurisprudenza interpreteranno il difficile rapporto fra la funzione tecnica del nome a dominio ed i diritti che sembrano configurarsi sui nomi a dominio cui il codice fa esplicitamente riferimento. In particolare, nel testo legislativo si prendono in considerazione i nomi a dominio aziendali e si dice che il requisito di novità del marchio va confrontato, fra l'altro, con esistenti nomi a dominio. In tale prospettiva il Codice vieta di adottare come ditta,

denominazione o ragione sociale, insegna e nome a dominio aziendale un nome simile all'altrui marchio, se a causa dell'identità o dell'affinità tra l'attività d'impresa dei titolari di quei segni e i prodotti o i servizi per cui il marchio è adottato, possa determinarsi un rischio di confusione per il pubblico, che può consistere anche in un rischio di associazione fra i due segni. (articolo 22, Unitarietà dei segni distintivi).

A questo riguardo si sottolinea che la Commissione Regole del Registro, impegnata attualmente nel lavoro di revisione del Regolamento sta operando al fine di approntare un documento coerente col dettato legislativo e funzionale alla migliore operatività del ccTLD “.it”, anche nel confronto con quanto avviene in ambito internazionale.

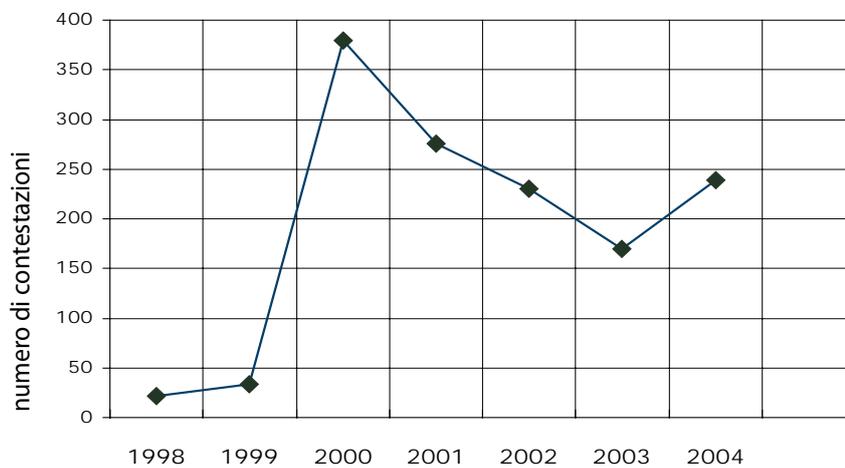


Grafico 19. Andamento contestazioni: gennaio 1998 – 31 dicembre 2004

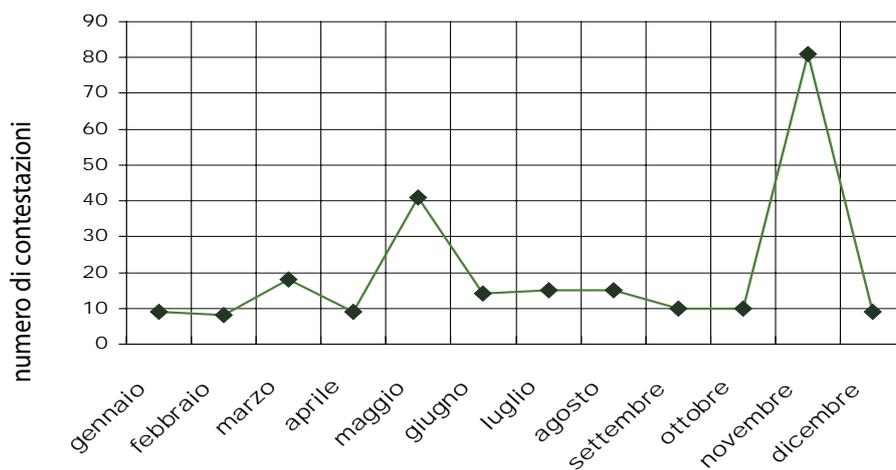


Grafico 20. Andamento contestazioni: gennaio - dicembre 2004

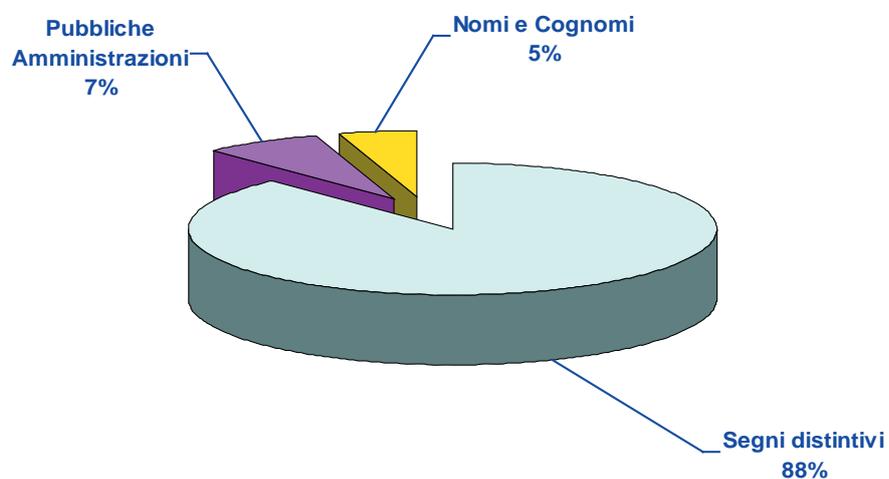


Grafico 21. Motivi di Contestazione: gennaio 1998 – dicembre 2004

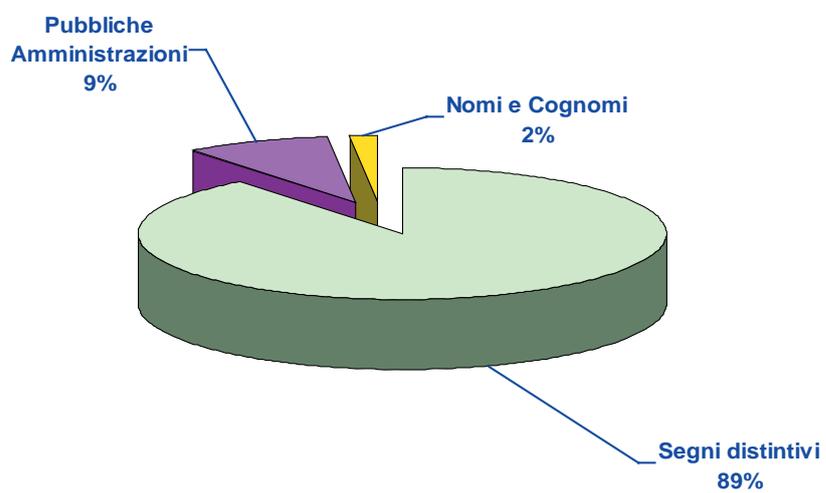


Grafico 22. Motivo di contestazione: gennaio - dicembre 2004

Ente conduttore	Numero riassegnazione
CRDD	145
Studio Legale Bindi	13
Arbitronline S.r.l.	47
Studio Legale Fogliani	3
Studio Legale Turini Tribunale Virtuale	9
Studio Legale e di Consulenza Limone	1
Studio Legale MFSD	8
Studio Legale Tonucci	19
MCR Ricerche SrL	0
Studio Legale Bertelle	0
Luxor Servizi Multimediali S.r.l.	0

Tabella 12. Distribuzione delle procedure di riassegnazione

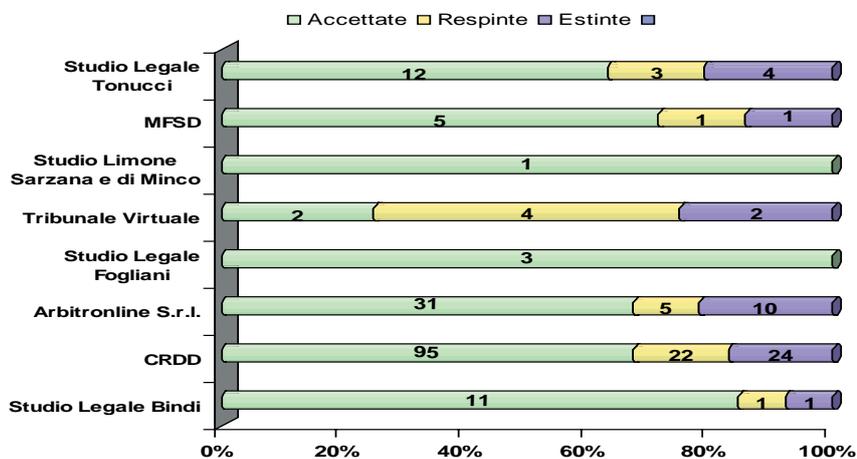


Grafico 23. Distribuzione esito di riassegnazione fra gli enti conduttori: gennaio 1998 1° trimestre 2005

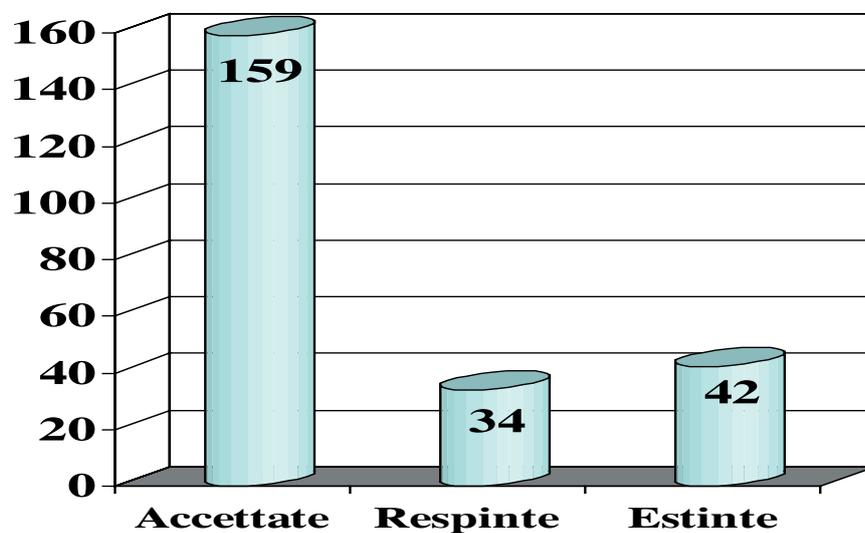


Grafico 24. Esito riassegnazioni: gennaio 1998 – dicembre 2004

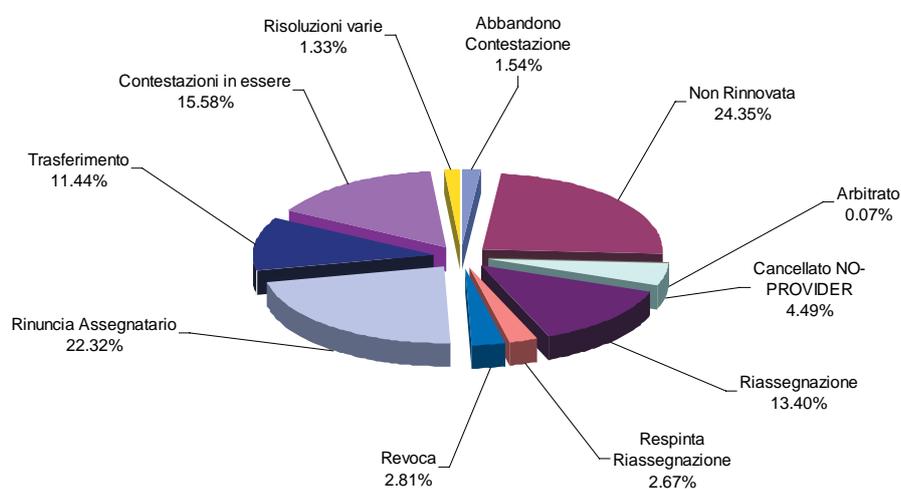


Grafico 25. La risoluzione delle dispute

**Registro**  
**del**  
**ccTLD.it**