

n° 03 / 02/2026
ANNO 13

QUARTER

Quadrimestrale online
su news, eventi
e numeri del Registro .it

01

ANTEPRIMA
pag 4

COORDINATORE EDITORIALE

Andrea Passarella

COMITATO EDITORIALE

Valentina Amenta, Maurizio Martinelli,

Andrea Passarella

GRAFICA E IMPAGINAZIONE

Pirene

COMITATO REDAZIONALE

Francesca Nicolini (coordinatore redazionale), Stefania

Fabbri, Chiara Spinelli

HANNO COLLABORATO A QUESTO NUMERO

Giorgia Bassi, Arianna Del Soldato,

Adriana Lazzaroni, Beatrice Lami, Gino Silvatici,

Chiara Spinelli, Luca Albertario con Sonia Sbrana

e Daniele Pancrazi (didascalie legali)

Michela Serrecchia (didascalie tecniche)

Silvia Giannetti (didascalie operative)

FONTE DATI

Unità Sistemi e Sviluppo tecnologico del Registro .it

ELABORAZIONE DATI

Lorenzo Luconi Trombacchi, Michela Serrecchia

(Unità Sistemi e Sviluppo tecnologico del Registro .it),

Luca Albertario, Daniele Pancrazi, Sonia Sbrana

(Unità Aspetti legali e contenzioso), Silvia Giannetti

(Unità Operazioni e servizi ai Registrar)

A CURA DI

Unità Relazioni esterne, media, comunicazione e
marketing del Registro .it

Via G. Moruzzi, 11-56124 Pisa

tel. +39 050 313 98 11

e-mail: info@registro.it - website: www.registro.it

RESPONSABILE DEL REGISTRO

Andrea Passarella

02

STATISTICHE
pag 8

03

NEWS
pag 22

04

APPROFONDIMENTI
pag 30

05

EVENTI
pag 48

ISSN 2284-0001

01

QUARTER

Il .it che cresce: tra cultura digitale, identità e opportunità per l'Internet di oggi

di Francesca Nicolini

Numeri in crescita, nuove forme di racconto digitale e una rinnovata attenzione all'identità: il dominio .it si afferma come spazio di connessione tra cultura digitale, innovazione e opportunità in Rete

Negli ultimi mesi del 2025 il dominio .it ha registrato una crescita significativa, segnando un saldo complessivo che sfiora i 32 mila nomi, più del doppio rispetto allo stesso quadrimestre dell'anno precedente, quando la differenza tra nuove registrazioni e cancellazioni si attestava intorno ai 14 mila. Il periodo preso in esame mostra un incremento delle nuove registrazioni e calo rilevante delle cancellazioni: solo nel mese di ottobre, le nuove registrazioni superano le cancellazioni di quasi 13 mila domini. Anche su base annuale il bilancio è positivo: alla fine del terzo quadrimestre 2025 il numero complessivo dei domini .it raggiunge 3.537.551, con un tasso di crescita dell'1,22% (con 42.517 domini in più) rispetto alla fine del 2024.

Si tratta di un risultato che non solo conferma la vitalità del .it, ma lo inserisce in un percorso di crescita stabile e continuativa, in netta controtendenza rispetto al 2024, che si era chiuso con un segnale di rallentamento. Questo andamento non è solo un dato quantitativo, ma la conferma che la presenza online viene sempre più vissuta come una scelta identitaria e non solo come un'esigenza tecnica. La crescita del .it riflette una rinnovata attenzione al valore della presenza in Rete: per le imprese

diventa una leva strategica, mentre per le nuove generazioni rappresenta uno spazio di opportunità, ma anche di consapevolezza e responsabilità.

Il tema dell'identità, declinato in tutte le sue sfumature, è stato al centro di un periodo particolarmente intenso per il Registro .it. Dal 9 al 12 ottobre, Pisa ha ospitato Internet Festival, dedicato quest'anno alla parola chiave #identità. La scelta di questo filo conduttore non è casuale: in un'epoca in cui l'intelligenza artificiale e gli assistenti conversazionali stanno trasformando il modo in cui cerchiamo, scegliamo e consumiamo informazioni, interrogarsi su chi siamo e su come vogliamo essere riconosciuti online assume un valore sempre più strategico per persone, brand e istituzioni.

All'interno di questo percorso di attenzione crescente all'identità digitale si colloca anche l'".it Factor", la campagna con cui il Registro .it ha raccontato l'italianità online come valore distintivo, lanciata in autunno e presentata a Internet Festival. Non un'idea astratta, ma una sintesi di elementi profondamente radicati nella nostra cultura produttiva e creativa: la cura del dettaglio, il legame con il territorio, la capacità di innovare partendo dalle proprie radici. Un insieme di tratti che ha reso l'arte, l'artigianato, il design, il cibo e la moda italiani riconoscibili nel mondo e che oggi trovano una nuova espressione anche nella dimensione digitale. Attraverso una campagna social di narrazione,

affidata a voci diverse - quattro micro-influencer attivi rispettivamente nei settori dell'artigianato, dell'arte, dell'agricoltura e del vino - l'".it Factor" è stato interpretato come una vera e propria firma digitale. L'approccio scelto ha privilegiato l'autenticità e la pluralità degli sguardi: storie autonome, linguaggi differenti e sensibilità diverse che, pur senza uniformarsi, convergono in un valore condiviso. La comunicazione social come leva per raccontare territori, tradizioni e imprese italiane, ha trasformato le connessioni digitali in esperienze reali e rafforzato il legame con comunità e pubblici diversi.

Ne è nata una narrazione corale che ha mostrato come l'identità italiana non sia monolitica, ma il risultato di una stratificazione culturale che unisce tradizione e contemporaneità, dimensione locale e visibilità globale. In questo senso, il dominio .it emerge così non solo come elemento tecnico, ma come segno di appartenenza e di qualità, capace di certificare l'origine di un progetto e di renderlo immediatamente riconoscibile nel panorama digitale. Il .it diventa uno spazio di coesione: un punto di incontro tra realtà fisica e presenza online, tra storia e innovazione, tra persone, territori e comunità digitali. La risposta più che positiva delle community ha confermato la forza di questa impostazione, dimostrando che parlare di eccellenza, origine e appartenenza può attivare una relazione consapevole e duratura, capace di trasformare il dominio in un elemento narrativo e strategico nella costruzione di valore nel tempo.

Accanto alla riflessione su valori e identità digitale, a Internet Festival il Registro .it ha affrontato anche il tema degli strumenti tecnologici che oggi supportano la costruzione e la gestione della presenza online, con l'evento "Nomi a dominio smart e identitari, grazie (anche) all'Intelligenza Artificiale". L'incontro ha offerto uno sguardo approfondito su come l'AI possa diventare un alleato concreto per imprese e professionisti lungo tutte le fasi del processo decisionale: dalla ricerca di nomi a dominio disponibili e semanticamente coerenti con il brand, all'analisi dei rischi legati a usi impropri o abusivi, fino al supporto nei processi creativi e di posizionamento.

Nel corso dell'evento, è emerso come l'intelligenza artificiale possa supportare scelte coerenti e strategiche, offrendo strumenti utili per interpretare le dinamiche dell'ambiente

digitale. Allo stesso tempo, il confronto ha messo in evidenza un punto centrale: l'AI non sostituisce la visione strategica né la creatività umana, ma ne amplifica il potenziale. La qualità e l'efficacia di una scelta restano infatti legate alla capacità di definire con chiarezza la propria identità, gli obiettivi di lungo periodo e il valore reputazionale che si intende costruire online. Il tema dell'internazionalizzazione ha rappresentato, invece, un ulteriore sviluppo naturale di questo percorso, portando la

riflessione sull'identità digitale oltre i confini nazionali. A SMAU Milano 2025 - ultima tappa del roadshow del Registro nelle principali fiere e manifestazioni italiane dedicate all'innovazione e alla tecnologia - l'evento "Il dominio .it come passaporto digitale verso l'Asia" ha messo in evidenza come la presenza online costituisca oggi il primo livello di accesso ai mercati internazionali e uno strumento decisivo per raccontare il valore del Made in Italy nel mondo. Internazionalizzare, in questo senso, non

significa semplicemente tradurre contenuti o adattare linguaggi, ma costruire una strategia digitale coerente, riconoscibile e credibile, capace di dialogare con mercati complessi e culturalmente differenti. Anche in questo scenario, il dominio .it si conferma come un vero e proprio asset di branding globale: un segno distintivo che comunica origine, qualità e affidabilità, rafforzando la reputazione dei progetti italiani sui mercati internazionali. A completare il quadro, prosegue il lavoro della Ludoteca del Registro .it, che continua a portare la cultura di Internet tra le giovani generazioni attraverso eventi, laboratori e attività in classe. In particolare, il tema della cybersecurity education resta centrale, come dimostra il riconoscimento internazionale ottenuto dal videogioco "Nabbovaldo e il ricatto dal cyberspazio" alla Gala Conference 2025. L'esperienza ha confermato l'importanza di costruire un ecosistema formativo ampio, capace di diffondere buone pratiche di cittadinanza e igiene digitale. La sfida è quella di formare cittadini digitali responsabili, in grado di riconoscere e prevenire i rischi di sicurezza informatica, promuovendo un approccio alla Rete che sia non solo consapevole, ma anche rispettoso delle regole e della privacy. Sul fronte europeo e internazionale, infine, prosegue l'evoluzione della governance del dominio e della sicurezza del DNS. Dal pacchetto Digital Omnibus al dibattito sul ruolo di Iana nel "disaster recovery" dei ccTLD, si fa strada la necessità di un equilibrio tra efficacia della sicurezza, proporzionalità degli obblighi e rispetto delle competenze nazionali. Identità, innovazione, educazione, sicurezza e apertura ai mercati internazionali non sono temi separati, ma parti di un unico racconto. Un racconto che ha al centro la consapevolezza che l'Internet di oggi richiede competenze, responsabilità e visione. I dati dell'ultimo quadrimestre del 2025 raccontano un'Italia digitale in crescita, ma anche uno spazio ancora aperto per imprenditori e professionisti che scelgono la rete per far evolvere il proprio business, costruire valore e rafforzare la propria identità online. In questo contesto, il dominio .it si riconferma un simbolo di appartenenza, un asset strategico e una risorsa culturale da custodire e valorizzare.

Buona lettura!



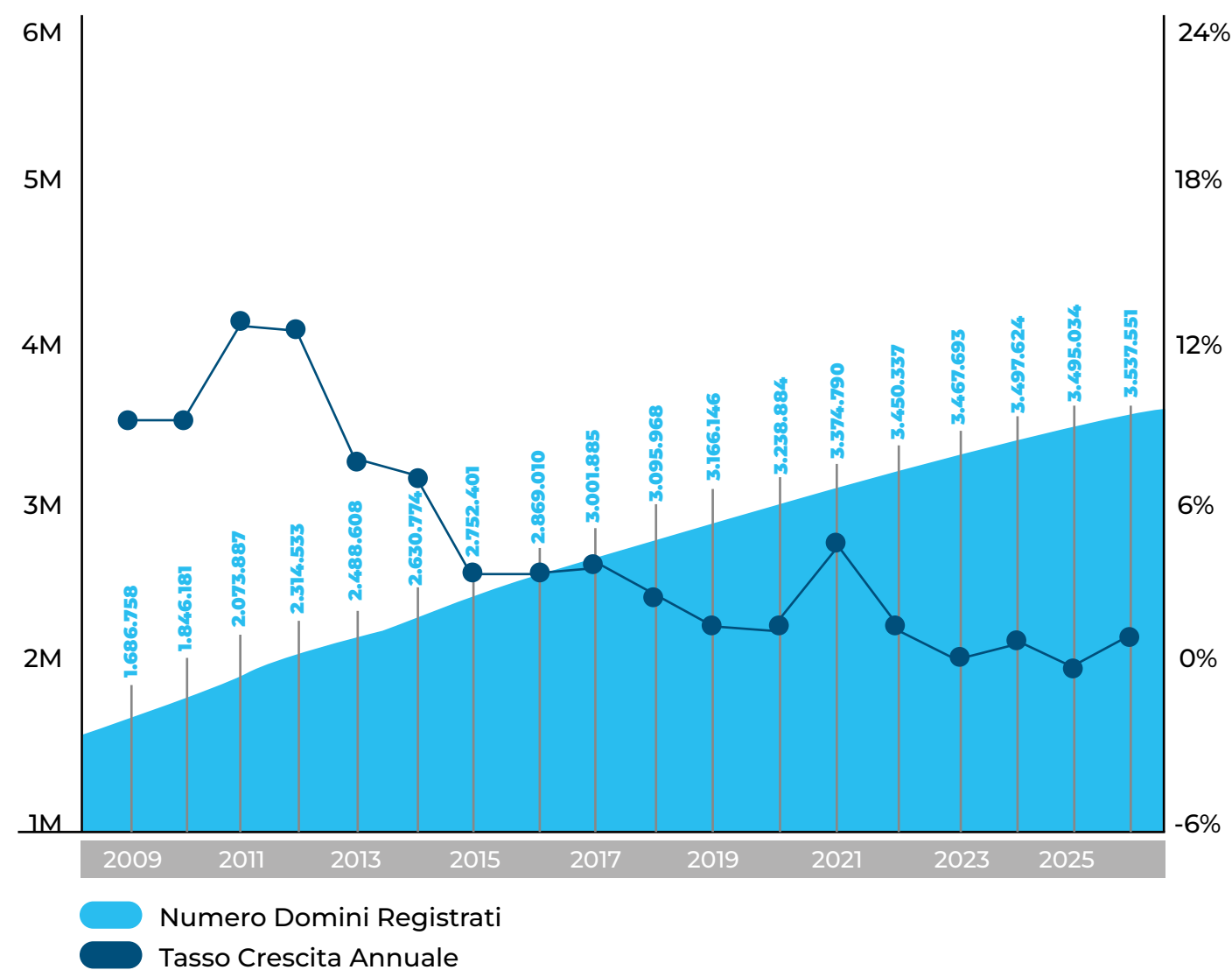
Andrea Passarella (in piedi), direttore del Cnr-Iit e responsabile del Registro .it, con Massimo Fellini, giornalista e moderatore delle dirette LinkedIn

02

QUARTER

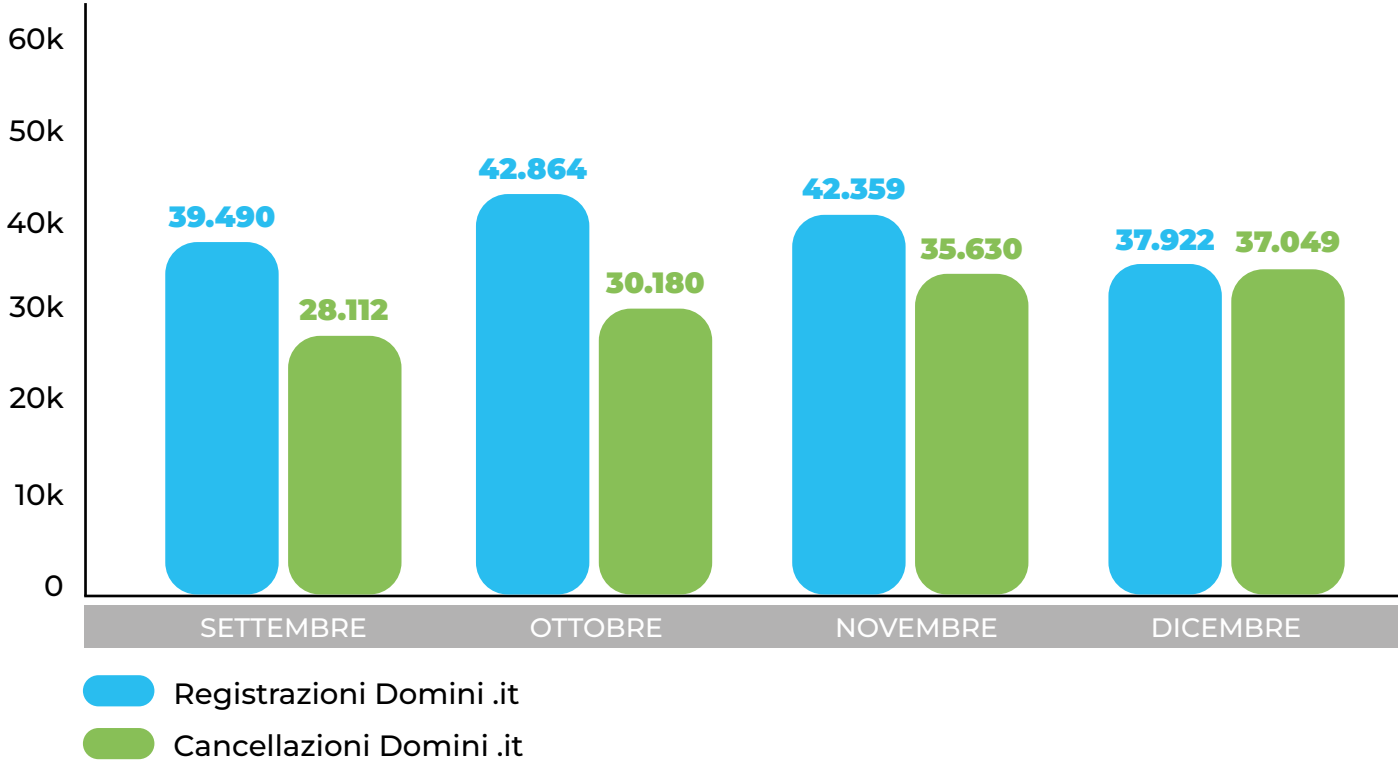
Crescita annuale
del .it

Alla fine del terzo quadrimestre 2025, il numero complessivo dei domini .it ammonta a 3.537.551, con un tasso di crescita dell'1,22% (+42.517 domini), rispetto alla fine del 2024. Tale tasso, se confrontato con quello registrato nel medesimo periodo del 2024 (- 0,07%, corrispondente a -2.590 domini, rispetto alla fine 2023), risulta notevolmente superiore, ma in linea con l'andamento registrato nei precedenti quadrimestri del 2025.



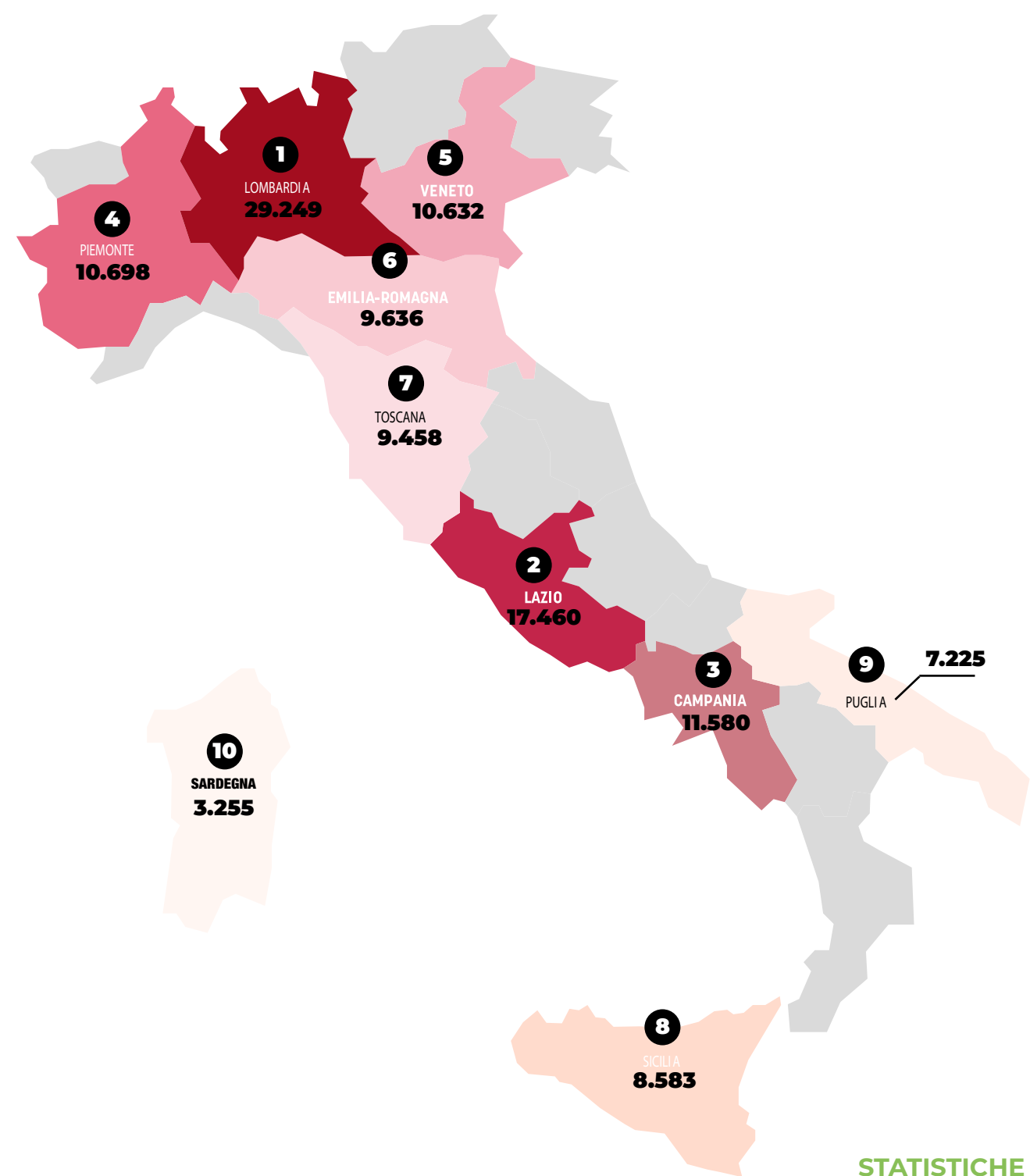
Crescita quadrimestrale del .it

Nel corso dell'ultimo quadrimestre del 2025, il saldo complessivo (differenza tra nuove registrazioni e cancellazioni) sfiora i 32mila domini, un valore nettamente superiore rispetto allo stesso periodo del 2024, quando la differenza si attestava intorno ai 14 mila domini. Negli ultimi mesi del 2025, dunque, l'andamento evidenzia un aumento delle nuove registrazioni, accompagnato da una considerevole diminuzione delle cancellazioni rispetto all'equivalente quadrimestre dell'anno precedente: nel solo mese di ottobre, il numero delle nuove registrazioni supera quello delle cancellazioni di quasi 13mila domini.



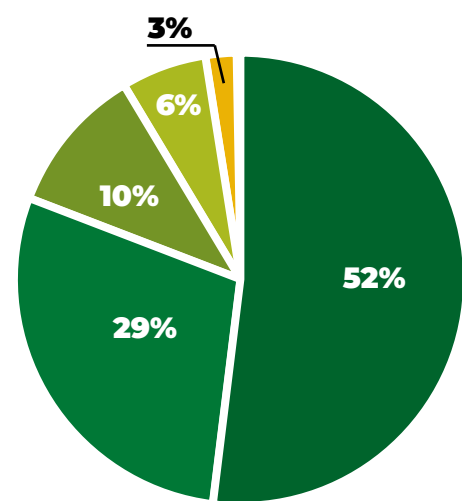
La top 10 delle regioni con più domini .it

Nell'ultima parte del 2025, in termini di nuove registrazioni, la Lombardia, il Lazio e la Campania si riconfermano - rispettivamente - in prima, seconda e terza posizione, rispetto all'equivalente periodo 2024. Buona performance da parte del Piemonte, che sale di una posizione nella classifica regionale, conquistando il quarto posto, a discapito del Veneto che ne perde una, collocandosi quinto in classifica. Anche la regione Sicilia nell'ultimo quadrimestre scende, di due posizioni, rispetto agli ultimi 4 mesi del 2024, assestandosi all'8° posto della top ten.



Le tipologie degli assegnatari dei domini .it

Rispetto agli ultimi quattro mesi del 2024, alla fine del 2025, la percentuale delle persone fisiche che registrano domini .it aumenta di ben 5 punti, raggiungendo il 52%. Seppure in misura inferiore (di un punto), aumenta anche la percentuale dei nuovi domini registrati dalle imprese, conquistando il 29%, a svantaggio dei liberi professionisti che perdono un punto percentuale, assestandosi al 10%.



Registrazione

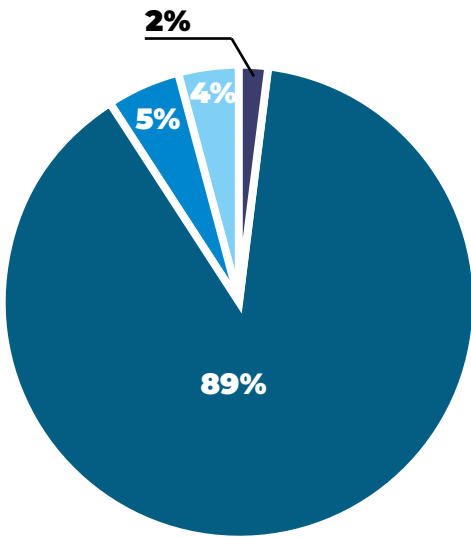
SETTEMBRE-DICEMBRE 2025

- Persone fisiche
- Aziende
- Liberi professionisti
- Soggetti stranieri
- Altre

Motivi opposizioni

Nell'ultimo quadrimestre del 2025, la composizione percentuale cambia rispetto allo stesso periodo del 2024: le opposizioni sui segni distintivi salgono all'89% (+7 punti), quelle sul nome e cognome arrivano al 5% (+1 punto), le amministrazioni pubbliche raggiungono il 2% (da 0%) le "motivazioni varie" scendono al 4% (-10 punti).

Nel 2025 si registra un totale di 204 opposizioni: 32 in più rispetto al 2024. Nel dettaglio: 182 riguardano i segni distintivi dell'impresa, mentre le restanti si distribuiscono tra diritto al nome e cognome (11), "motivazioni varie" (7) e amministrazioni pubbliche (4).



Segni distintivi

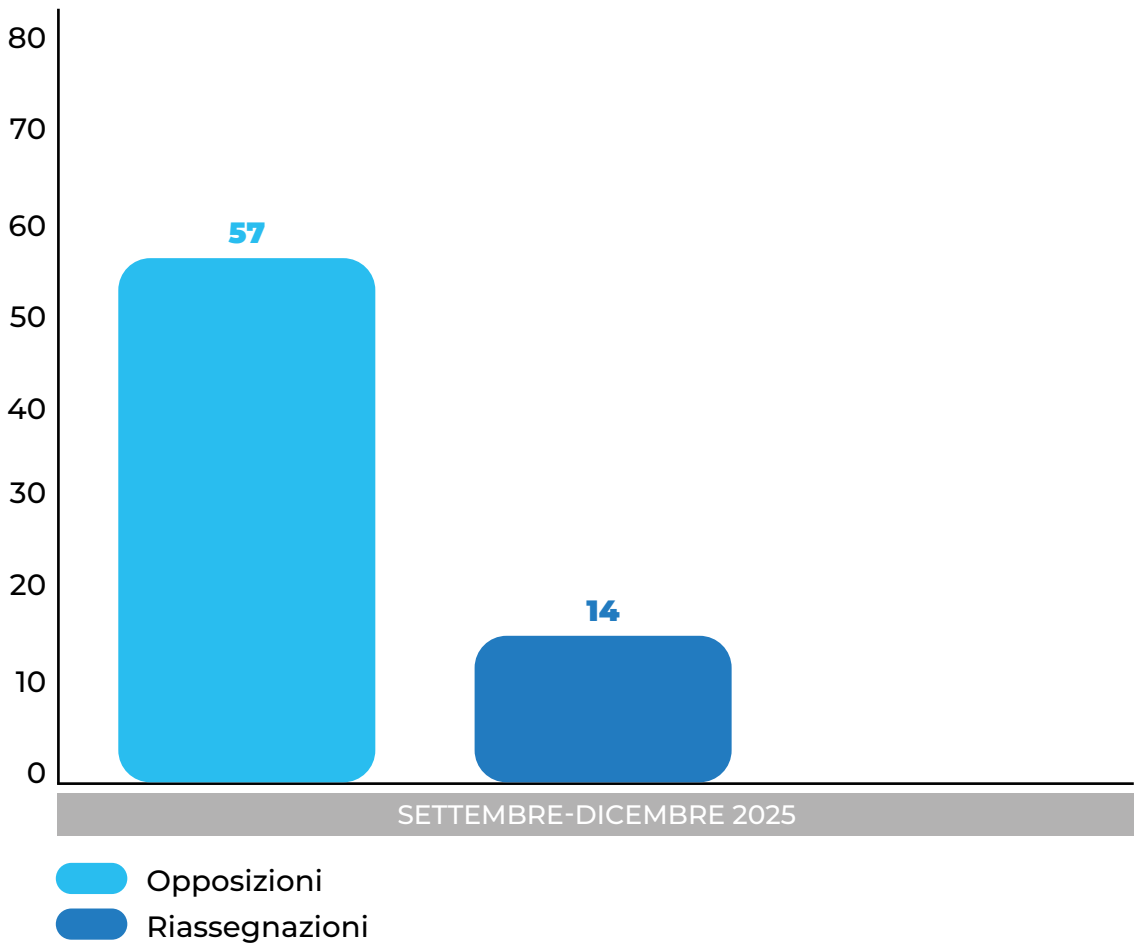
SETTEMBRE-DICEMBRE 2025

- PA
- Segni distintivi
- Nomi e Cognomi
- Varie

Rapporto Opposizioni - Riassegnazioni

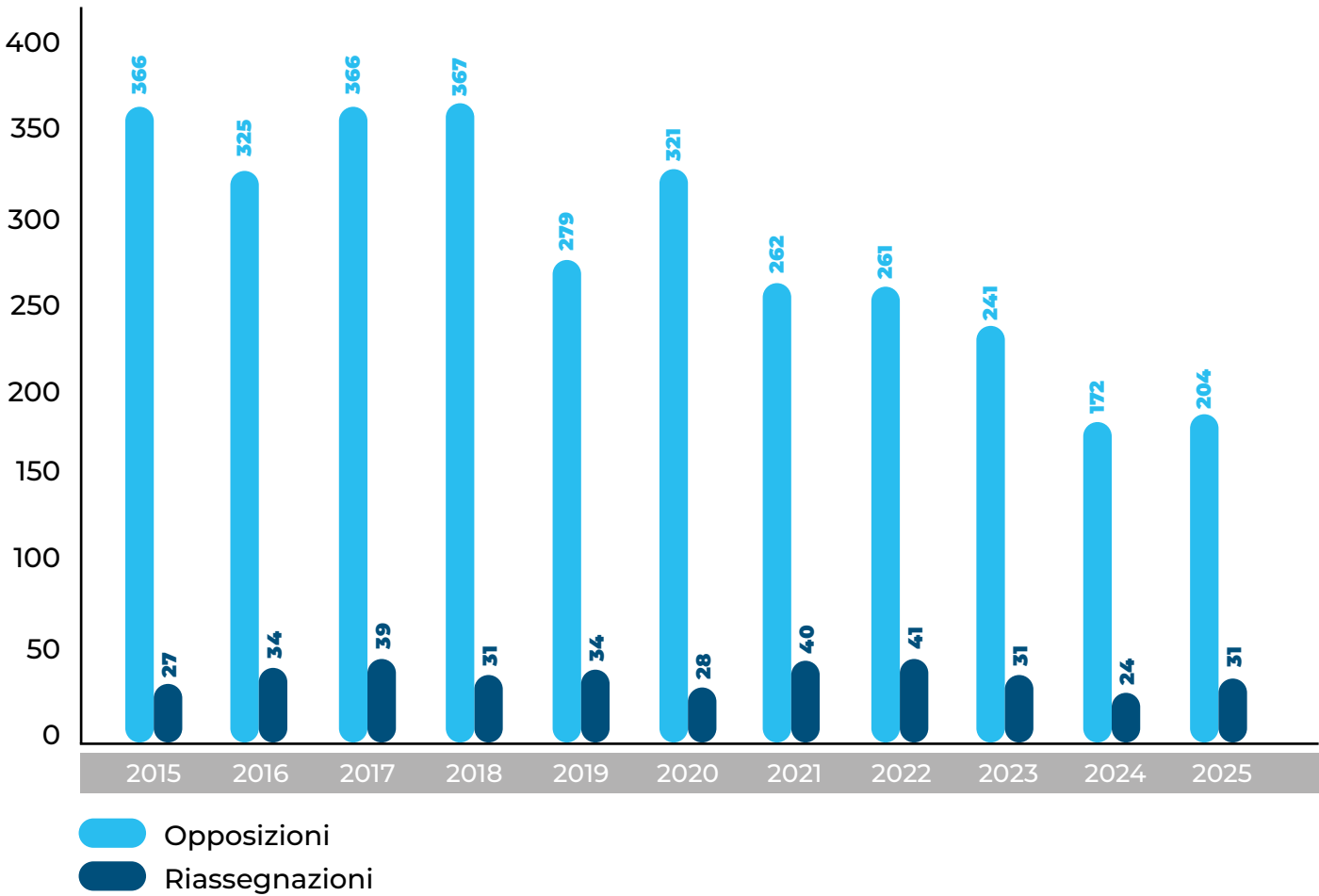
Opposizioni - Nel quadrimestre settembre/dicembre ne sono state attivate 57. Delle 57 opposizioni attivate, 26 provengono da soggetti italiani (8 hanno residenza o sede nel Nord, 9 nel Centro e 9 nel Sud). Per quanto riguarda gli opposenti, 13 hanno residenza o sede nel Nord Italia, 10 nel Centro e 3 nel Sud. Inoltre, 17 assegnatari stranieri sono stati contestati da soggetti italiani mentre 9 soggetti esteri hanno avviato opposizioni contro titolari italiani. In 5 procedure, infine, entrambe le parti sono straniere.

Riassegnazioni – Le procedure di riassegnazione del 2025 sono 14. Di queste, 16 si sono concluse con l'accoglimento del ricorso e il trasferimento del nome a dominio, mentre 7 sono state respinte. In 2 casi la procedura è stata dichiarata estinta. Restano 6 ricorsi ancora in attesa di decisione. Nell'ultimo quadrimestre le procedure avviate sono 14. In 10 casi entrambe le parti coinvolte sono italiane; 3 procedure coinvolgono soggetti esteri; mentre un'ultima è stata presentata da un opponente italiano contro un assegnatario estero.



Andamento annuale Opposizioni - Riassegnazioni

Nell'ultimo quadrimestre del 2025 si osserva un incremento delle opposizioni (+6) rispetto allo stesso periodo del 2024. Nel dettaglio, il confronto mese per mese con il 2024 mostra che: a settembre le opposizioni diminuiscono (11 contro 17), a ottobre aumentano (21 contro 11), a novembre registrano un lieve incremento (13 contro 11), mentre a dicembre restano stabili (12 in entrambi gli anni).



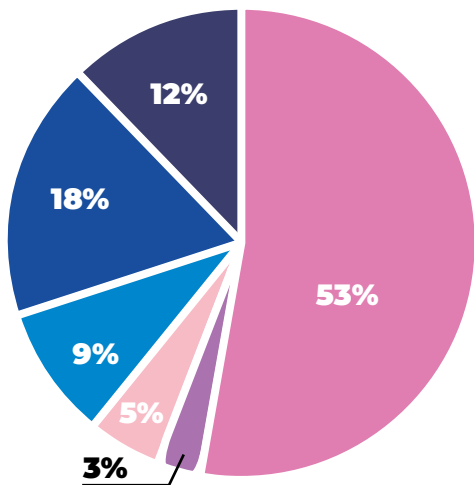
Risoluzione delle Opposizioni

Delle 57 opposizioni attivate nell'ultimo quadrimestre del 2025, 30 sono tuttora pendenti e pari al 53% del totale.

I motivi di risoluzione sono così suddivisi: il 18% si è concluso con la revoca del nome a dominio, il 12% con la cancellazione su richiesta dell'assegnatario, il 5% con la cancellazione da parte del Registrar e il 3% con la rinuncia dell'opponente. Il 9% degli opposenti ha avviato una procedura di riassegnazione presso i PSRD..

Alla fine del 2025, il 31% delle opposizioni risulta ancora pendente, poiché la procedura può essere rinnovata fino a due volte e alcuni opposenti hanno scelto di avvalersi di questa possibilità.

Tra i casi conclusi, nel 18% dei casi il nome a dominio è stato revocato a seguito della verifica dei requisiti soggettivi; nel 6% è stato cancellato dal Registrar e nel 17% la cancellazione è stata richiesta dagli stessi assegnatari. Inoltre, il 14% degli opposenti ha avviato una procedura di riassegnazione presso un PSRD, l'8% ha lasciato decadere l'opposizione e il 5% vi ha rinunciato. L'1% dei casi si è infine chiuso con un provvedimento dell'autorità giudiziaria.

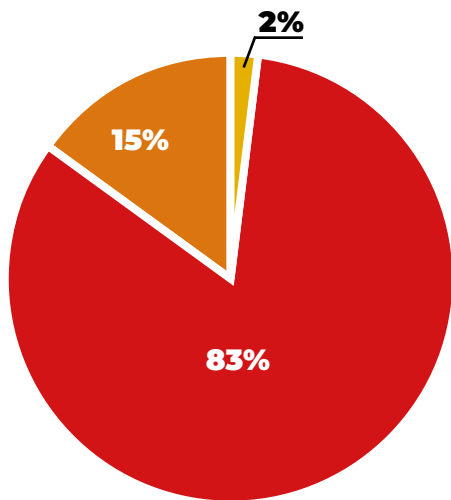


SETTEMBRE-DICEMBRE 2025

- Opposizioni pendenti
- Abbandono opposizione
- Cancellazione effettuata dal Registrar
- Attivazione procedura di riassegnazione
- Revoca nome a dominio
- Rinuncia da parte dell'assegnatario

Verifica domini da parte del Registro

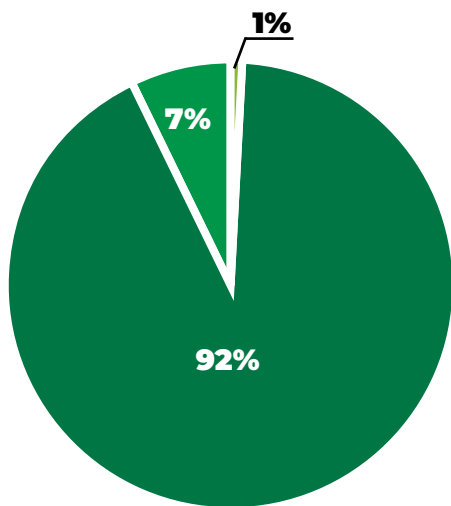
Nel periodo in esame sono state attivate 112 richieste di verifica, che hanno coinvolto 263 nomi a dominio: 243 sono stati revocati, 2 hanno avuto esito positivo, mentre 18 verifiche sono ancora in corso.



Verifiche

SETTEMBRE-DICEMBRE 2025

- Revoca
- In corso
- Esito positivo



Domini coinvolti

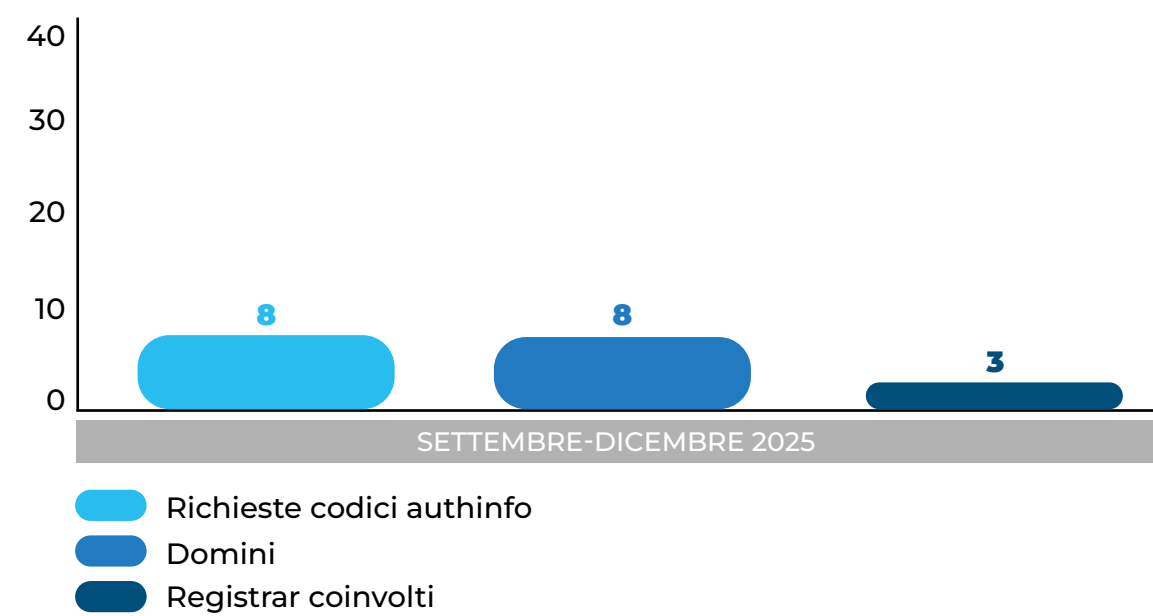
SETTEMBRE-DICEMBRE 2025

- Revoca
- In corso
- Esito positivo

Richieste Authinfo

Nel terzo e ultimo quadrimestre del 2025, 8 codici authinfo sono stati rilasciati per nomi a dominio in stato “NoRegistrar”, ovvero domini non più associati a un Registrar perché il relativo contratto è cessato.

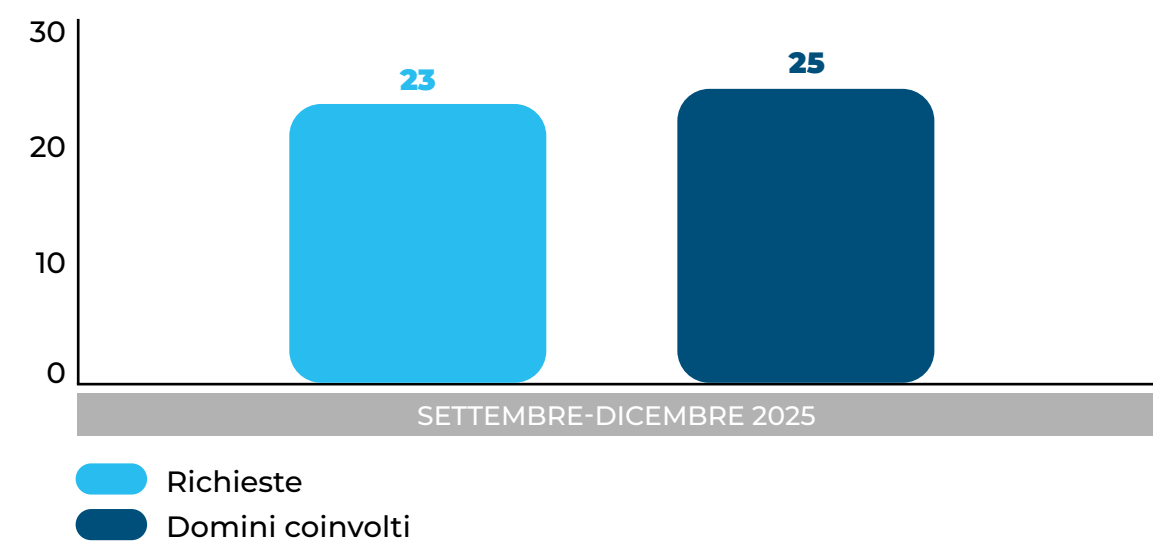
In questi casi, il Registro .it tutela l’assegnatario provvedendo al rilascio diretto del codice authinfo in modo che il nome a dominio possa essere trasferito presso un nuovo Registrar accreditato.



Richieste Autorità competenti

Nel terzo quadrimestre, le richieste sono state 23 e hanno coinvolto complessivamente 25 nomi a dominio.

Le richieste pervengono direttamente da diverse Autorità competenti, le quali, nel rispetto delle prerogative di legge, richiedono informazioni sugli assegnatari o sulle operazioni effettuate sui nomi a dominio registrati nel ccTLD .it.

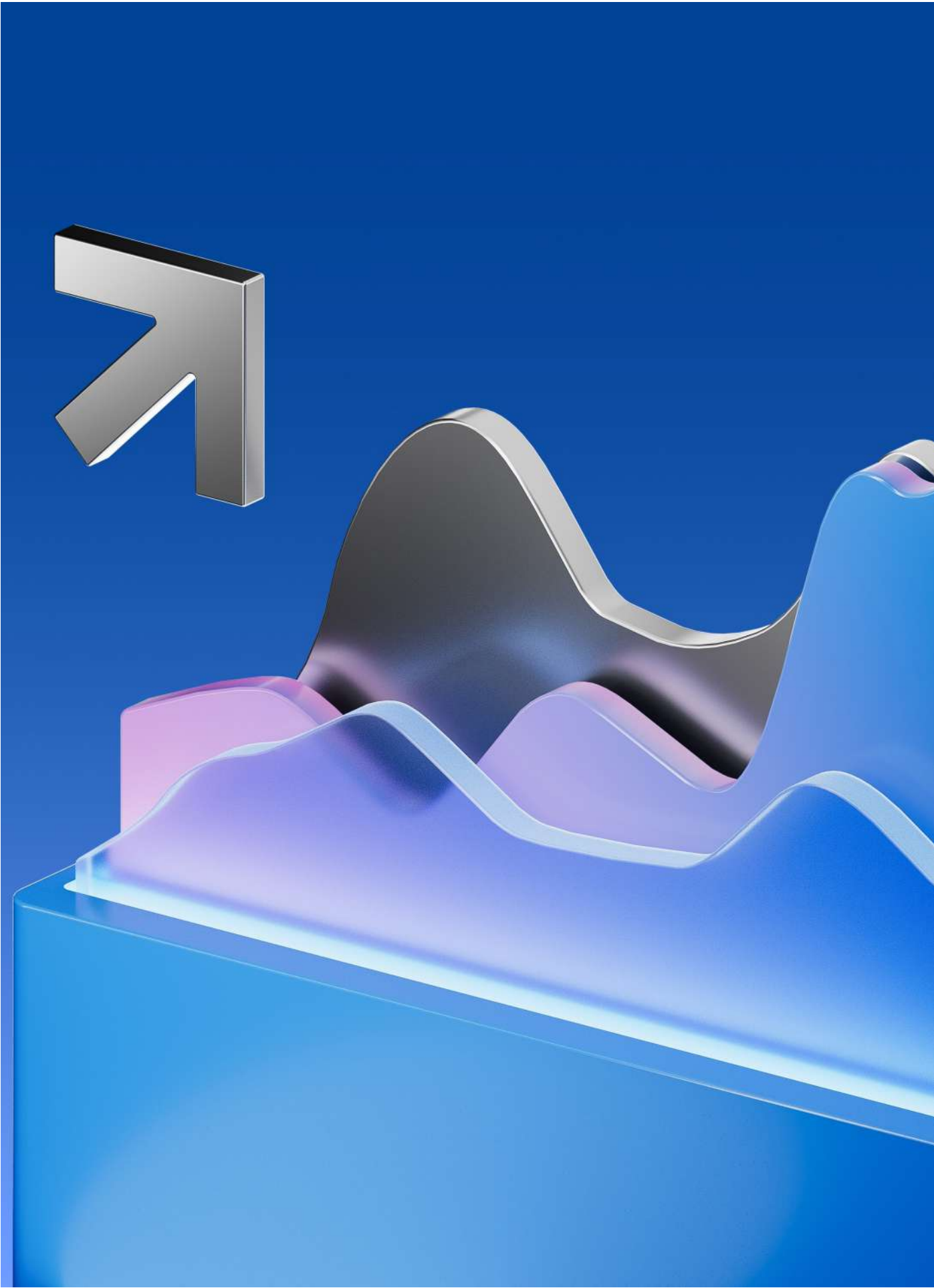


Nomi riservati

Nel quadrimestre di riferimento, il numero di registrazioni di nomi riservati ai Comuni italiani è stato pari a 15.



SETTEMBRE-DICEMBRE 2025



03

QUARTER

L'“.it factor”: l'identità italiana diventa una firma digitale



**Influencer
& Identità**

Storie digitali
per raccontare
il Made in Italy

10 ottobre 2025, ore 16:00

Centro Congressi
“Le Benedettine”, Aula A
Piazza S. Paolo a Ripa D'Arno, 16
— Pisa

it **IF** **INTERNET
FESTIVAL 2025**
FORME DI FUTURO

Cosa rende davvero unico un progetto, un'idea o un prodotto nato in Italia? Qual è, se c'è, il tratto distintivo che ha reso l'arte, la creatività, l'artigianato, il cibo e la moda italiani riconoscibili in tutto il mondo e ovunque simbolo di qualità, bellezza e saper vivere? È una domanda che attraversa i secoli, dai laboratori rinascimentali alle start-up tecnologiche di oggi. La risposta, complessa e affascinante, risiede in quello che abbiamo ribattezzato #itfactor: un mix irripetibile di creatività, resilienza, cura del dettaglio e capacità di innovare partendo dalle radici, un fattore che rende l'italianità unica e riconoscibile nel mondo.

A ottobre 2025 il Registro .it ha lanciato una campagna di influencer marketing su Instagram dedicata proprio a questo concetto, con l'obiettivo di avvicinare una community giovane, un target specifico per l'economia nazionale: giovani professionisti, artigiani digitali, freelance e imprenditori creativi. L'obiettivo non era una semplice promozione tecnica del dominio, ma una narrazione valoriale.

Per fare questo, Registro .it ha coinvolto quattro voci, quattro influencer che nei loro contenuti ogni giorno raccontano storie di artisti, artigiani e produttori italiani, per riflettere su cosa sia per loro l'".it factor" e su come l'eccellenza del Made in Italy trovi nel dominio ".it" la sua naturale casa online. Scegliere la strada dell'influencer marketing ha permesso di declinare messaggi complessi attraverso sguardi laterali. L'identità italiana non è un concetto astratto, ma si manifesta in ambiti diversi. Per questo sono stati selezionati quattro creator capaci di presidiare nicchie verticali — dal vino all'arte, dall'agricoltura all'artigianato urbano — trasformando l'italianità in un valore condiviso. La ricaduta del messaggio finale porta verso il riconoscimento del dominio .it come simbolo di appartenenza, una dichiarazione d'intenti che certifica l'origine e la qualità di un progetto italiano nel grande mare del web. I creator sono stati lasciati liberi di esprimere la loro creatività attraverso il proprio linguaggio, agendo da narratori, ciascuno con una voce personale e autentica, più che da testimonial. Attraverso una serie di stories e un reel ciascuno di loro ha interpretato il brief secondo la propria sensibilità.

Sara Piovano (@sarapiovano), giovane



Da sinistra: Sara Piovano, Alessia Fraioli e Barbara De Poli

sommelier che gira l'Italia per raccontare i vini, le cantine, le storie dei produttori e il loro territorio, ha utilizzato la metafora del vino per parlare di pazienza e orgoglio. Nel suo racconto, un calice non è solo un prodotto, ma un viaggio che richiede tempo e dedizione, proprio come la costruzione di un'identità professionale solida. Per Sara, scegliere un dominio .it è come apporre un'etichetta DOCG sul proprio lavoro digitale: un segno di autenticità riconoscibile ovunque.

Alessia Fraioli (@cometicriticolararte), influencer che divulga l'arte classica e contemporanea ai suoi followers di Instagram, ha esplorato la capacità tutta italiana di trasformare la necessità ordinaria in bellezza straordinaria. Citando la maestosità del Duomo di Firenze e la perfezione dei capolavori rinascimentali, ha tracciato un parallelo con la cura che mettiamo oggi nei nostri progetti online. La firma digitale .it diventa così l'ultimo tocco dell'artista che "incanta" chi guarda.

Matteo Fiocco (@matt_thefarmer), agricoltore, ha parlato di terra e di verità. Per chi lavora nei campi, Made in Italy è sinonimo di protezione delle tradizioni nella produzione agricola ma anche di innovazione, e garanzia di qualità dei prodotti finali che finiscono sulle tavole di tutto il mondo. Matteo ha sottolineato come la difesa dei nostri prodotti fisici debba andare di pari passo con la tutela della nostra presenza digitale, dove il .it agisce come un sigillo di garanzia per il consumatore globale.

Barbara De Poli (@Mynatane), che racconta quotidianamente ai suoi followers la bellezza dell'artigianato Made in Italy scegliendo storie di piccoli brand, ha infine proposto un percorso sensoriale che spazia dall'architettura di Renzo Piano ai laboratori artigiani di Torino. Il suo video ha mostrato come l'it factor sia quel "filo invisibile" che unisce il saper fare manuale alla visione innovativa, trovando nel dominio .it il punto di incontro tra la realtà fisica e quella virtuale.

I RISULTATI: UN'OTTIMA RISPOSTA DALLE COMMUNITIES

I dati finali della campagna confermano che il messaggio ha colpito nel segno, generando un engagement di ottimo profilo. La strategia di sponsorizzazione (Adv) su Meta, focalizzata proprio sui contenuti dei quattro influencer, ha registrato performance eccellenti. La campagna di diffusione dei quattro video, realizzata su Instagram e indirizzata ad un pubblico nazionale di età 18-55 anni, ha ottenuto risultati davvero considerevoli, sia in termini di esposizione del brand che di engagement con i contenuti. In soli 15 giorni le inserzioni hanno sfiorato la quota dei 3 milioni di visualizzazioni, raggiungendo oltre 835.000 utenti e collezionando oltre 1,2 milioni di azioni di interesse (oltre 12.370 tra reazioni, commenti e condivisioni e oltre 3.500 clic sulla landing page di campagna).

Questi numeri sono la prova che la campagna ha saputo parlare a una community vasta e consapevole: l'".it factor" ha dimostrato che, anche online, parlare la lingua dell'eccellenza e dell'appartenenza è la chiave per distinguersi e costruire valore nel tempo.



Da sinistra: Giampaolo Colletti (giornalista), Sara Piovano, Alessia Fraioli e Barbara De Poli

QUARTER

Quando il videogioco educa: "Nabbovaldo" conquista il primo premio alla Gala Conference 2025



Da sinistra, Giorgia Bassi, coordinatrice progetto Ludoteca del Registro .it e Ilaria Matteucci (ricercatrice Cnr-Iit)

Lo scorso 20 novembre, nella città olandese di Utrecht, la Ludoteca del Registro.it ha preso parte alla Gala Conference 2025, appuntamento di riferimento a livello globale per chi sviluppa e promuove strumenti ludici a supporto dell'apprendimento.

Protagonista dell'iniziativa è stato il videogioco educativo dedicato alla sicurezza informatica "Nabbovaldo e il ricatto dal cyberspazio", sviluppato in collaborazione con Grifo Multimedia. Selezionato tra i tre finalisti della sezione "Giochi accademici" della "Serious Game Competition", il gioco si è aggiudicato il primo premio nel corso della conferenza, ottenendo un importante riconoscimento per la qualità e l'efficacia dei suoi contenuti educativi. Rivolto a ragazze e ragazzi dagli 11 ai 14 anni, il videogioco propone un percorso narrativo suddiviso in quattro capitoli, in cui i giovani utenti sono chiamati a confrontarsi con situazioni legate all'uso quotidiano di Internet. Tra scelte, sfide e momenti interattivi, i giocatori imparano a riconoscere i pericoli della Rete e a sviluppare comportamenti responsabili, acquisendo competenze fondamentali in materia di sicurezza informatica.

Inoltre, grazie alla partecipazione di Ludoteca al progetto europeo Erasmus Plus "SuperCyberKids", il gioco è disponibile anche in versione inglese e include una sezione dedicata ai docenti, che consente di selezionare capitoli e tematiche specifiche in base alle esigenze didattiche delle classi.

Il successo ottenuto alla Gala Conference dimostra come i serious game possano essere strumenti educativi efficaci e coinvolgenti, capaci di trasmettere concetti complessi in modo semplice e accessibile. Un risultato che conferma il gioco come linguaggio innovativo per formare le nuove generazioni alla cittadinanza digitale.



QUARTER

Allerta sui nomi a dominio a tutela delle indicazioni geografiche

Il 10 novembre la Commissione europea ha pubblicato un report sulla necessità e fattibilità di un sistema di informazione e allerta sui nomi a dominio per la tutela delle indicazioni geografiche (IG) di vini, bevande spiritose e prodotti agricoli. Il documento nasce da quanto previsto dal Regolamento europeo sulle IG e mira a valutare se e come sia possibile monitorare in modo efficace l'uso improprio delle denominazioni protette nel sistema dei nomi a dominio.

Il report osserva che i casi di abuso delle IG nei domini sembrano oggi relativamente limitati, ma sottolinea che questo dato potrebbe dipendere dalla scarsa capacità di monitoraggio dei produttori, spesso piccole e medie imprese con risorse ridotte.

Proprio per questo la Commissione ritiene utile un sistema centralizzato di allerta che aiuti a individuare potenziali violazioni. Il compito di sviluppare questo sistema sarà affidato all'Euipo (Ufficio dell'Unione europea per la proprietà intellettuale).

La soluzione individuata come "più proporzionata e tecnicamente sostenibile" si basa principalmente su strumenti DNS pubblicamente disponibili, come le

interrogazioni ai name server.

A questi potranno aggiungersi query automatizzate Whois/Rdap e una cooperazione volontaria con i registri dei ccTLD europei. Un punto importante è che questo modello non richiede adattamenti tecnici ai registri nazionali: il sistema funzionerà usando dati già pubblici. Eventuali sviluppi normativi futuri saranno valutati insieme a un rapporto analogo sulla protezione delle indicazioni geografiche per i prodotti artigianali e industriali, atteso per giugno 2026.

Dal punto di vista dei ccTLD, l'importanza del report è elevata. Centr (Council of European National Top-Level Domain Registries) considera questo risultato molto positivo: per la prima volta esiste un documento pubblico che tiene conto delle preoccupazioni espresse dai registri e che crea una base solida per il lavoro futuro. Tuttavia, il percorso non è concluso: la Commissione (DG Grow) dovrà ripetere la stessa analisi per le IG artigianali.

Centr continuerà a collaborare attivamente con le istituzioni europee per garantire soluzioni equilibrate, efficaci e rispettose del ruolo dei registri nazionali.

04

QUARTER

Il digitale come passaporto per il Made in Italy: la seconda diretta Linkedin del Registro .it

di Chiara Spinelli

Saper comunicare oltre i confini nazionali non è solo una questione di lingua, ma di strategia, tecnologia e identità. Nel secondo appuntamento del format targato Registro .it, si è esplorato il valore del dominio e della localizzazione culturale per vincere la sfida dell'export

Con la seconda puntata entra nel vivo il ciclo di dirette Linkedin realizzate dal Registro .it per portare cultura digitale a imprese e professionisti: un appuntamento in cinque eventi nella stagione invernale 2025/2026, un ciclo di incontri concepito come un vero e proprio laboratorio di aggiornamento sui temi del marketing digitale. Le interviste (una al mese a partire da ottobre) sono curate da Massimo Fellini, giornalista, curatore di contenuti ed esperto di trasformazione digitale e intelligenza artificiale, affiancato di volta in volta da specialisti del settore e rappresentanti dei Registrar.

Il fil rouge dei cinque incontri è semplice: il nome a dominio non è un mero tecnicismo o un semplice indirizzo web, ma un asset strategico, un investimento in autorevolezza, autonomia e radicamento territoriale, e la

presenza online di imprese e professionisti, imprescindibile nel mercato economico contemporaneo, deve essere gestita e costantemente aggiornata, puntando proprio sul sito come pietra miliare. Partendo da qui, ogni puntata viene declinata per raccontare aspetti diversi, dall'impatto che la rivoluzione dell'AI sta avendo sulle ricerche online, sulla realizzazione dei contenuti, sulla SEO e sugli acquisti online, fino all'internazionalizzazione, alla sicurezza dei dati e al focus su settori specifici come il turismo. Ogni ora di diretta vuole fornire strumenti pratici per trasformare la propria presenza in rete in un vantaggio competitivo reale.

Dopo la prima puntata, che si è tenuta dal vivo durante Internet Festival a Pisa, dal titolo "Nomi a dominio smart e identitari, grazie (anche) all'IA" (ospiti Daniele Chieffi, Luca Luperini



e Donato Molino), la seconda ha acceso i riflettori su un tema molto sentito dal tessuto produttivo italiano: l'internazionalizzazione. Ad approfondire come il digitale possa aiutare le aziende italiane a scalare i mercati mondiali è stata chiamata Barbara Carini, Head of New Business di East Media, agenzia del gruppo Triboo specializzata nel supportare le aziende italiane nei mercati asiatici. Carini si occupa quotidianamente di abbattere le barriere tra l'Occidente e il Far East portando consulenza alle imprese sui temi dell'export digitale. Le sue competenze spaziano dal digital marketing strategico alla gestione di e-commerce su piattaforme estere, per guidare le PMI verso una presenza efficace in mercati che hanno punti di riferimento radicalmente diversi dal nostro.

NON BASTA TRADURRE: LA SFIDA DELLA LOCALIZZAZIONE E I MERCATI "NO-GOOGLE"

Durante il confronto tra Carini e Fellini è emerso prima di tutto come l'internazionalizzazione oggi non sia più un'opzione ambiziosa per pochi eletti, ma una operazione commerciale di espansione alla portata delle aziende proprio grazie al digitale, che permette di lavorare in modo scalabile e pervasivo per consolidare il proprio brand sui mercati di tutto il mondo. Questo non significa che possa essere fatto in economia o peggio ancora affidandosi a soluzioni fai-da-te, perché, come vedremo, per Carini l'internazionalizzazione prevede investimenti oculati e strategici, senza i quali si rischia di fallire.

Per Carini le PMI italiane hanno un posizionamento privilegiato nel panorama internazionale, perché il Made in Italy nel mondo è sinonimo di qualità ed esclusività e la sua richiesta è costante. Ma puntare tutto e soltanto sulla domanda è rischioso: c'è un'offerta da costruire, che deve essere adattata ai mercati di atterraggio e che deve essere in grado di raccontare i prodotti sintonizzandosi culturalmente con i paesi a cui si rivolge.

Il sito web dell'azienda, opportunamente tradotto, è ovviamente il punto di partenza, il luogo in cui si esercita il controllo della propria immagine e dei propri contenuti.

L'errore più comune delle PMI italiane però,

secondo Carini, è pensare che basti una buona traduzione del sito per sbarcare all'estero, magari aggiungendo più lingue possibile per dimostrare il proprio interesse come azienda ad aprirsi a più mercati. Un errore che spesso porta via tempo e risorse finanziarie, alla ricerca di una capillarità inutile. Per Carini meglio presidiare tre mercati e tre lingue con cura (partendo dall'inglese come base universale) piuttosto che tentare di coprire quaranta lingue con traduzioni automatiche che minano la fiducia del consumatore. Non solo ottimizzazione dei costi, ma massima efficacia dei risultati.

Un altro punto cruciale per Carini è ovviamente quello che riguarda i cosiddetti mercati "no-Google", come Cina e Corea del Sud. Qui, alcuni strumenti digitali che consideriamo universali non esistono o sono del tutto marginali, mentre ne vanno presidiati altri, locali e specifici. Ad esempio, un sito ottimizzato per la ricerca Google in Corea non ottiene risultati, perché il primo motore di ricerca del mercato coreano è Naver, utilizzato da circa il 75% della popolazione coreana.

In Cina esiste poi il cosiddetto Great Firewall, il sistema di filtro che monitora il traffico online in entrata e in uscita, controllando ciò che i cinesi possono vedere online:

ne fanno le spese non soltanto tutti i giganti del web occidentali che utilizziamo quotidianamente, dai social media a Google, ma anche in generale tutti i siti web che hanno un hosting su server fuori dalla Cina. Questi siti non vengono bloccati, ma enormemente rallentati dai sistemi di scansione dei contenuti, fino a diventare inutilizzabili.

Questo fa sì che la Cina sia di fatto un mercato digitale completamente separato dal resto del mondo, da approcciare con le giuste competenze, in cui è fondamentale non soltanto essere presenti sulle piattaforme locali (es. WeChat), ma anche affidare il sito a un hosting locale per avere più probabilità di passare rapidamente i controlli.

I CONTENUTI: LANDING PAGE EFFICACE E LA GRANDE INCOGNITA DELL'INTELLIGENZA ARTIFICIALE

Non c'è soltanto il problema del firewall a complicare la penetrazione nel mercato digitale cinese: di fatto, nessun altro touchpoint dell'azienda già avviato per i mercati occidentali

è utilizzabile in Cina. Le pagine social di ogni tipo (Facebook, LinkedIn, Instagram) sono bandite, e questo rende necessario essere presenti sulle piattaforme locali (come WeChat). Insomma, si tratta di un vero e proprio investimento in marketing (strategia ed esecuzione) che non può essere fatto in modo amatoriale, ma dev'essere studiato e ponderato. Spesso, proprio perché le spese si moltiplicano e riguardano sia il sito, sia le piattaforme, può convenire non tanto tradurre tutto il sito in cinese (soprattutto se contiene un catalogo prodotti dal lessico specializzato, un lavoro oneroso che non può assolutamente essere delegato, almeno per ora, ai traduttori automatici), quanto pensare a una landing page specifica per quel mercato, con una visione chiara delle necessità del cliente che si traduca in un linguaggio e un messaggio diretti e comprensibili e magari nella presentazione di alcuni prodotti specifici, quelli che si ritengono più interessanti e attrattivi per lo specifico pubblico.

Un ulteriore spunto di riflessione per Carini viene dal tema "caldo" del momento, e cioè l'impatto sulla ricerca online dell'AI, e in particolare di prodotti come Gemini e ChatGPT. Questi sistemi premiano i contenuti strutturati, sempre aggiornati e autorevoli: questo significa che la qualità dei testi e l'architettura del sito web di una PMI diventano fattori determinanti per apparire nelle risposte fornite dagli assistenti digitali ai potenziali partner esteri. La loro diffusione è internazionale e capillare: una nuova tendenza di navigazione che si è affermata in tempi brevissimi, di cui ancora non sono chiari né tutti i meccanismi di funzionamento, né le possibili evoluzioni future, ma che va per forza tenuta in considerazione in ogni strategia, già da oggi.

E se l'AI generativa che "legge" i nostri siti web per citarli nelle sue conversazioni può spaventare gli affezionati della classica SEO, dall'altra parte può diventare un alleato integrato al nostro sito, attraverso chatbot conversazionali che rappresentano un primo contatto efficace con gli utenti.

ESSERE ITALIANI: UN VALORE DA NON SPRECARE.

Dal suo punto di vista privilegiato sulle aziende italiane, per Carini le nostre aziende non hanno problemi a lanciarsi sul mercato internazionale, con uno spirito pionieristico e da veri esploratori.

La volontà spesso nasce, secondo lei, da un modo di fare tutto italiano: gettare il cuore oltre l'ostacolo, adattarsi al contesto in modo più resiliente di molti altri popoli europei, e trovare soluzioni sul momento. Ma oggi, con la competitività globale e i tempi di sviluppo velocissimi, non è più possibile per Carini approcciare i mercati esteri in questo modo. Bisogna analizzare attentamente il mercato target, pianificare e definire budget pluriennali: tanto più è maturo il mercato o sofisticato il prodotto, tanto maggiore deve essere l'attenzione alla pianificazione.

In conclusione: esportare significa "abitare" digitalmente un altro Paese. Questo, secondo Barbara Carini, richiede umiltà nel capire le differenze culturali, strategia per andare incontro alle necessità del mercato che si vuole approcciare, investimenti di qualità per dotarsi delle giuste competenze sugli strumenti e visione nel proteggere la propria identità, anche attraverso strumenti solidi come un dominio .it, che nel mondo resta sinonimo di qualità e ingegno italiano.

PMI in rete - Strategie digitali in diretta

#PMIinrete

Valorizzare il Made in Italy nel mondo: la tua strategia online per l'internazionalizzazione



MASSIMO FELLINI
Giornalista ed esperto di digitale



BARBARA CARINI
Head of New Business, East Media

Live streaming

in registro.it



Crescere digitali: la Ludoteca del Registro .it tra eventi, gioco e consapevolezza

di Giorgia Bassi

Con l'avvio del nuovo anno scolastico, sono ripartite anche le partecipazioni della Ludoteca a eventi divulgativi, con l'obiettivo di diffondere tra le giovani generazioni la cultura di Internet, intesa come bagaglio di conoscenze, competenze e sistemi di valori per un uso consapevole e responsabile di tutte le risorse digitali.

Accanto alle attività svolte nelle classi, è infatti importante portare il progetto anche in contesti quali festival e fiere, occasioni preziose non solo per incontrare un ampio pubblico, ma anche per confrontarsi, conoscere e dialogare con altri soggetti attivi nel settore educativo e divulgativo. Tali contesti contribuiscono, inoltre, a rafforzare il ruolo del progetto come strumento di sensibilizzazione culturale e di promozione dell'apprendimento informale anche al di fuori dell'ambito scolastico, favorendo la creazione di reti, lo scambio di buone pratiche e l'aggiornamento continuo delle metodologie utilizzate.

"THAT'S IT": UN VIAGGIO LUDICO TRA DOMINI E IDENTITÀ DIGITALE

Un appuntamento ormai consolidato è la "Bright-Night - La Notte europea delle ricercatrici e dei ricercatori", che quest'anno si è svolta il 26 settembre, negli spazi dell'Area

della ricerca del Cnr di Pisa. Qui, la Ludoteca ha proposto il laboratorio "That's it. Domini .it ma non solo", attività ludico-divulgativa dedicata ai nomi a dominio, per far conoscere non solo il dominio nazionale, ma anche le altre estensioni europee, attraverso un gioco basato sull'abbinamento di quest'ultime con le rispettive bandiere geografiche.

Il laboratorio ha suscitato molto interesse e curiosità - non solo tra i più piccoli - e ha permesso di introdurre, in modo semplice, la nozione tecnica di nome a dominio, per poi approfondire gli aspetti legati al suo utilizzo, mettendo in evidenza la sua importanza per costruire un'identità in Rete.

SICUREZZA INFORMATICA A MISURA DI RAGAZZI

Altro tema cruciale per la Ludoteca è la "cybersecurity education", l'insieme di tutte quelle attività formative ed educative che servono a far conoscere e sviluppare competenze sulla sicurezza informatica (imparare a proteggere computer, reti, dati e persone dalle minacce digitali, come virus, hacker, phishing, furti di identità, attacchi informatici).

Questo specifico tema è stato protagonista del lab "Cybersecurity? Un gioco da ragazzi e

Donne & INFORMATICA

Una storia di grandi pioniere,
per ispirare le scienziate di domani



ragazze” proposto per Internet Festival 2025, che si è svolto a Pisa dal 9 al 12 ottobre. Al Centro Congressi Le Benedettine, le classi hanno partecipato a varie attività di gruppo legate al videogioco educativo “Nabbovaldo e il ricatto dal cyberspazio” della Ludoteca del Registro .it, serious game ideato per insegnare ai ragazzi (circa 11-14 anni) concetti base di cybersecurity e uso sicuro di Internet in modo coinvolgente e interattivo.

Tra gli argomenti trattati: malware, attacchi informatici, truffe online, password e altre contromisure, con un focus sul ruolo del fattore umano, il vero anello debole nella sicurezza informatica.

Le classi delle scuole secondarie di primo grado coinvolte hanno mostrato molto interesse per questi temi, condividendo, anche con le insegnanti, esperienze personali legate a piccoli e grandi “incidenti” online.

I ragazzi e le ragazze hanno mostrato inoltre particolare curiosità e interesse per il personaggio del videogioco Dark Fred, che rappresenta la figura dell’hacker. A questo proposito, è stato importante fare chiarezza, sottolineando la natura criminale di questa figura, richiamando però anche le origini dell’hacking inteso come uso “creativo” dell’informatica, non finalizzato a scopi malevoli e, in alcuni casi, caratterizzato da una finalità “etica”.

All’interno di Internet Festival, ampio spazio anche al tema dei social network, con il gioco “Prima pensa e poi condividi” (carte che illustrano vari oggetti o tipologie di informazioni) con il quale si è cercato di stimolare il confronto sulla opportunità o meno di condividere alcuni dati e informazioni in Rete, per riflettere sull’importanza della tutela della propria privacy online.

EDUCAZIONE DIGITALE IN FIERA

“Maker Faire 2025” (in programma al Gazometro Ostiense di Roma dal 17 al 19 ottobre) ha rappresentato un’altra occasione utile per promuovere il progetto della Ludoteca, con una postazione all’interno dello stand istituzionale del Cnr. Maker Faire è una manifestazione in cui l’innovazione viene raccontata in modo semplice, privilegiando le iniziative di divulgazione e che mette insieme maker, innovatori e creativi per far conoscere al grande pubblico progetti di elettronica, intelligenza

artificiale, robotica, realtà virtuale e aumentata, gaming, musica, arte, formazione.

Durante il macro evento di Roma, che ha posto un forte accento sulla dimensione educativa come leva strategica per avvicinare i giovani a queste discipline, lo staff della Ludoteca ha partecipato alle attività di divulgazione insieme agli altri istituti del Cnr, illustrando l’offerta didattica del progetto dalle primarie alle secondarie di secondo grado, con un focus sui percorsi di formazione scuola lavoro (Fsl). I visitatori hanno potuto anche navigare gli scenari della web app Internetopoli, dedicata a temi di cittadinanza digitale e conoscere l’interfaccia del videogioco Nabbovaldo, divertendosi con i minigames.

All’evento hanno partecipato diverse scolaresche, ma anche docenti e genitori che hanno mostrato molto interesse soprattutto riguardo ai corsi di educazione digitale destinati gli adulti.

È infatti fondamentale fare formazione su temi quali la tutela dei dati e dell’identità digitale, rivolgendosi all’intera comunità educante, che comprende appunto anche gli insegnanti e le famiglie, per creare una rete virtuosa in grado di rafforzare e diffondere buone pratiche di igiene informatica.



GIOVANI, STEM E PARITÀ DI GENERE

La Ludoteca del Registro .it ha partecipato alla prima edizione del “Festival Internazionale per la Parità di Genere”, in programma a Perugia dal 16 al 18 ottobre, un evento che intreccia formazione, cultura e divulgazione per promuovere un futuro più equo e affrontare il tema della parità in modo positivo e costruttivo, condividendo buone pratiche, idee innovative e iniziative capaci di produrre un cambiamento concreto.

Al Festival di Perugia, la Ludoteca ha partecipato con un intervento all’interno del panel “Giovani e divario di genere. Superare gli stereotipi”, nel corso del quale sono stati presentati i risultati dell’indagine “Divario di genere tra i giovani nelle Stem”, condotta nel 2023 dal Registro .it, in collaborazione con l’Università di Firenze. Ad arricchire l’evento, la visione di cinque clip della rubrica “Donne & Informatica”, che valorizza figure femminili di rilievo nel mondo dell’informatica, spesso

dimenticate dalla narrazione storica. Il pubblico, vedendo i video dedicati, ha potuto scoprire le tappe delle vite professionali - ma non solo - di cinque informatiche:

Ada Lovelace, Grace Murray Hopper, Hedi Lamarr, Radia Perlman. Ragazzi e ragazze hanno accolto con entusiasmo le loro storie, ponendo molte domande alle esperte della Ludoteca riguardo le biografie, a volte molto singolari, di ogni singola scienziata. L’impegno della Ludoteca sul tema del gender gap nelle Stem (Science, Technology, Engineering and Mathematics) - già approfondito nel Quarter, n. 3, anno 2024 - continua a rappresentare una priorità per il progetto del Registro, anche alla luce di dati recenti: in Italia, solo il 16,8% delle ragazze tra i 25 e i 34 anni possiede una laurea in ambito Stem, contro il 37% dei ragazzi (fonte: Save the Children su dati Istat 2024).



Giorgia Bassi, coordinatrice della Ludoteca del Registro .it

Compliance digitale Ue: come il Digital Omnibus punta a semplificarla

di Gino Silvatici



Il 19 novembre la Commissione europea ha pubblicato il cosiddetto Digital Omnibus, un pacchetto normativo che mira a coordinare e razionalizzare diversi pilastri della legislazione digitale dell'Unione.

Il pacchetto incide su atti fondamentali, tra cui la Direttiva NIS2, la Direttiva sulla resilienza delle entità critiche (Cer), il Gdpr (General Data Protection Regulation), il Regolamento sull'Identità Digitale Europea (Euid) e il Digital Operational Resilience Act (Dora). L'obiettivo dichiarato è quello di ridurre la frammentazione normativa, semplificare gli obblighi per le organizzazioni e rendere più efficiente la gestione degli incidenti digitali e dei data breach. In pratica, si punta a creare un quadro di regole più coerente e facilmente interpretabile, in cui le imprese non debbano districarsi tra requisiti sovrapposti o talvolta contrastanti. La logica è quella di evitare duplicazioni di adempimenti e ridurre i tempi e i costi legati alla compliance, soprattutto per realtà che operano su scala transnazionale e devono confrontarsi con normative diverse in ogni Paese. Allo stesso tempo, un sistema più integrato dovrebbe favorire una risposta più rapida e coordinata agli incidenti, migliorando la qualità delle segnalazioni e la capacità delle autorità di intervenire con tempestività e precisione.

SINGLE-ENTRY POINT: UN CANALE UNICO PER LE NOTIFICHE UE DI CYBERSECURITY

Uno degli elementi più rilevanti per il settore delle infrastrutture internet e per le organizzazioni soggette a obblighi di sicurezza informatica è l'introduzione di un "single-entry point" per la segnalazione degli incidenti. Questo sportello unico diventerà il canale principale per notificare incidenti di cybersecurity e violazioni dei dati personali previsti dalla normativa europea. Sarà sviluppato e gestito da Enisa (European Union Agency for Cybersecurity), l'Agenzia dell'Unione europea per la cybersicurezza, e fungerà da snodo centrale per smistare le segnalazioni alle autorità nazionali competenti. L'idea alla base di questo meccanismo è semplice ma ambiziosa: evitare che un singolo incidente debba essere comunicato a più autorità tramite procedure diverse, con modelli e portali differenti. In un contesto normativo sempre più complesso, il "single-entry point" promette di ridurre il carico amministrativo e il rischio di errori formali,

migliorando allo stesso tempo la qualità e la tempestività delle informazioni condivise tra operatori e autorità.

Per quanto riguarda le tempistiche di notifica, il Digital Omnibus non modifica in modo sostanziale i termini previsti dalla maggior parte della normativa sulla cybersicurezza. Fanno eccezione le regole del Gdpr: la notifica iniziale di una violazione dei dati personali, attualmente fissata entro 72 ore, verrebbe estesa a 96 ore. Questo cambiamento risponde a una critica ricorrente da parte delle imprese e dei responsabili della protezione dei dati, che spesso faticano a raccogliere informazioni affidabili in un arco di tempo così ristretto, soprattutto in caso di incidenti complessi.

DIGITAL OMNIBUS E GDPR: PIÙ SELETTIVITÀ NELLE NOTIFICHE DEI DATA BREACH

Un'altra novità importante riguarda la soglia per l'obbligo di notifica dei data breach "ad alto rischio". Il Digital Omnibus propone di innalzare il livello di gravità necessario affinché una violazione sia considerata "probabile causa di un rischio elevato per i diritti e le libertà delle persone fisiche". In pratica, si cerca di evitare che eventi di scarsa rilevanza o con impatto minimo debbano essere notificati come se fossero incidenti critici, concentrando l'attenzione su quelli che comportano reali pericoli per gli interessati.

In questo contesto, un ruolo centrale sarà svolto dall'European Data Protection Board (Edpb). Il Digital Omnibus prevede che l'Edpb elabori un modello comune per la notifica delle violazioni dei dati personali alle autorità competenti. Inoltre, dovrà definire un elenco di circostanze in cui una violazione è da considerarsi "ad alto rischio" per i diritti e le libertà delle persone. Questi strumenti dovrebbero favorire un'applicazione più uniforme del Gdpr in tutta l'Unione, riducendo le differenze interpretative tra Stati membri.

VERSO UN'UNICA REGOLAZIONE UE DI CYBERSECURITY E RESILIENZA OPERATIVA

Il pacchetto non si limita al Gdpr: le modifiche toccano anche la NIS2 e il Dora, che regolano rispettivamente la sicurezza delle reti e dei sistemi informativi e la resilienza operativa nel settore finanziario. Il coordinamento tra queste norme è essenziale, perché molte

organizzazioni sono soggette a più regimi contemporaneamente. Il Digital Omnibus prova a creare un quadro più coerente, in cui gli obblighi di sicurezza, gestione degli incidenti e reporting non si sovrappongono in modo caotico. Dal punto di vista delle imprese, il Digital Omnibus rappresenta un tentativo di semplificazione in un panorama normativo percepito come sempre più denso e difficile da gestire. Tuttavia, molto dipenderà dai dettagli attuativi e da come le autorità nazionali interpreteranno le nuove regole. La fase successiva prevede infatti che il Parlamento europeo e il Consiglio dell'Ue definiscano

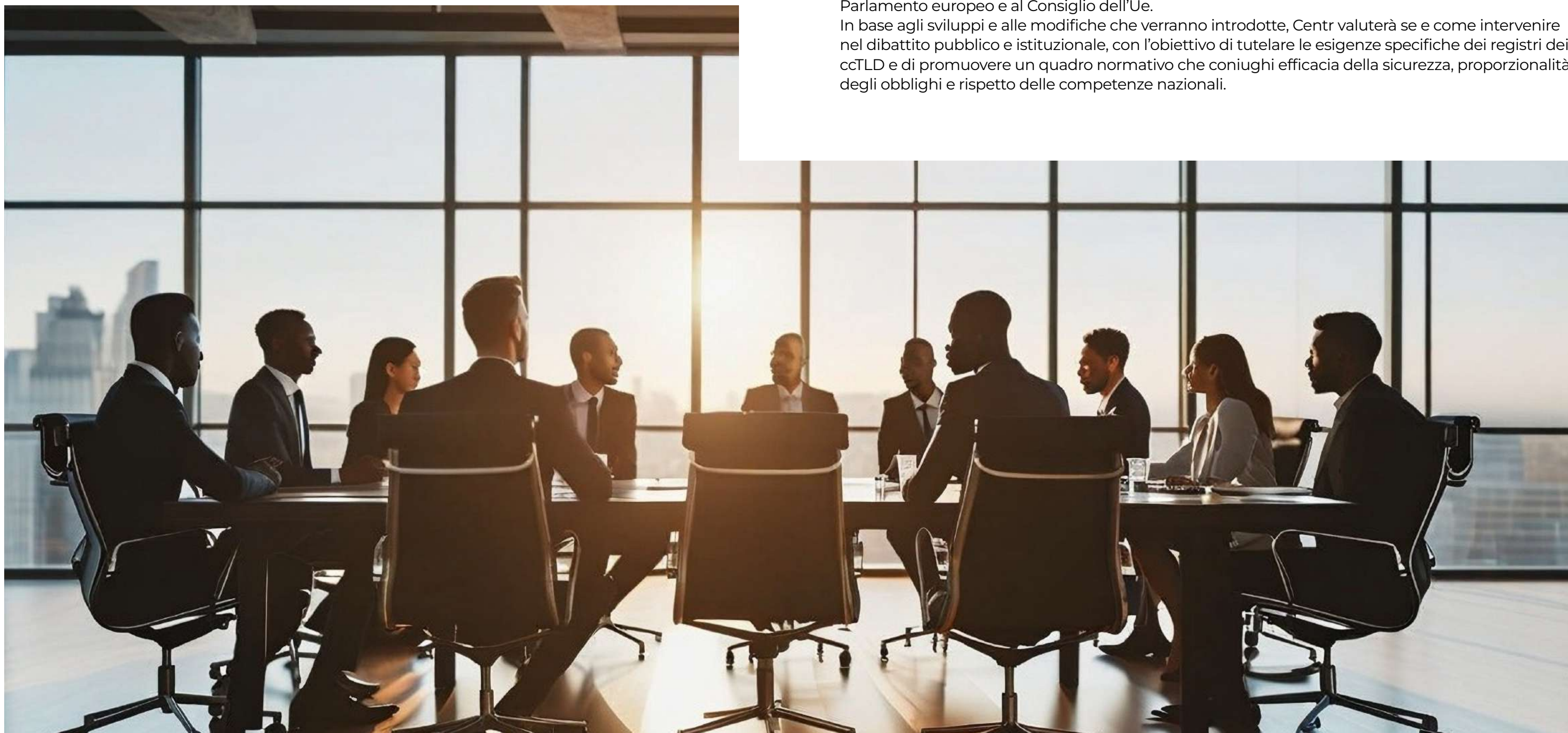
le proprie posizioni e avviino il negoziato legislativo. Se approvato nella sua impostazione generale, il Digital Omnibus potrebbe segnare un passo importante verso una governance digitale più integrata e funzionale. L'idea di un unico punto di ingresso per le segnalazioni, insieme a criteri più chiari su quando e come notificare gli incidenti, va nella direzione di una maggiore efficienza. Resta però la sfida di trasformare queste intenzioni in strumenti pratici, realmente utili per le organizzazioni e capaci di migliorare la protezione dei cittadini europei nell'era digitale.

LA POSIZIONE CAUTA DI CENTR

Dal punto di vista di Centr (Council of European National Top-Level Domain Registries), l'accoglienza del Digital Omnibus è più prudente: l'associazione ha sottolineato come il pacchetto non affronti uno dei problemi principali per il settore, ovvero la sovrapposizione di diversi quadri di supervisione e audit in materia di cybersicurezza. Secondo Centr l'esistenza di più regimi di controllo, spesso con requisiti simili, ma non identici, crea complessità operative e costi aggiuntivi, soprattutto per organizzazioni che già investono in modo significativo nella sicurezza delle infrastrutture critiche di internet.

Inoltre, l'idea di un'interfaccia unica di segnalazione a livello europeo non è in linea con le linee guida e la dichiarazione fatta dall'associazione, in quanto si ritiene che un meccanismo di questo tipo dovrebbe essere sviluppato principalmente a livello nazionale, dove le autorità competenti conoscono meglio il contesto locale, le specificità dei singoli registri e le infrastrutture digitali del territorio. Un approccio troppo centralizzato rischierebbe, di allontanare il processo di gestione degli incidenti dalle realtà operative, riducendo l'efficacia della risposta e della cooperazione tra operatori e autorità. Per questo motivo, il team policy di Centr ha annunciato che continuerà a monitorare attentamente l'evoluzione del Digital Omnibus durante il percorso legislativo al Parlamento europeo e al Consiglio dell'Ue.

In base agli sviluppi e alle modifiche che verranno introdotte, Centr valuterà se e come intervenire nel dibattito pubblico e istituzionale, con l'obiettivo di tutelare le esigenze specifiche dei registri dei ccTLD e di promuovere un quadro normativo che coniughi efficacia della sicurezza, proporzionalità degli obblighi e rispetto delle competenze nazionali.



Icann

Il ruolo di Iana nel disaster recovery dei ccTLD

di Arianna Del Soldato e Adriana Lazzaroni

A partire dal 2026, Iana (Internet Assigned Numbers Authority) svolgerà un doppio ruolo nell'ambito del disaster recovery (DR). Da un lato garantirà la protezione della radice del Dns globale (DR interna) assicurando che il cosiddetto "Internet's address book" rimanga disponibile in caso di emergenze e/o catastrofi. Dall'altro sta attualmente valutando di svolgere un ruolo più ampio, e definito, nell'assistere i domini di primo livello nazionali (ccTLD) nel ripristino delle emergenze.

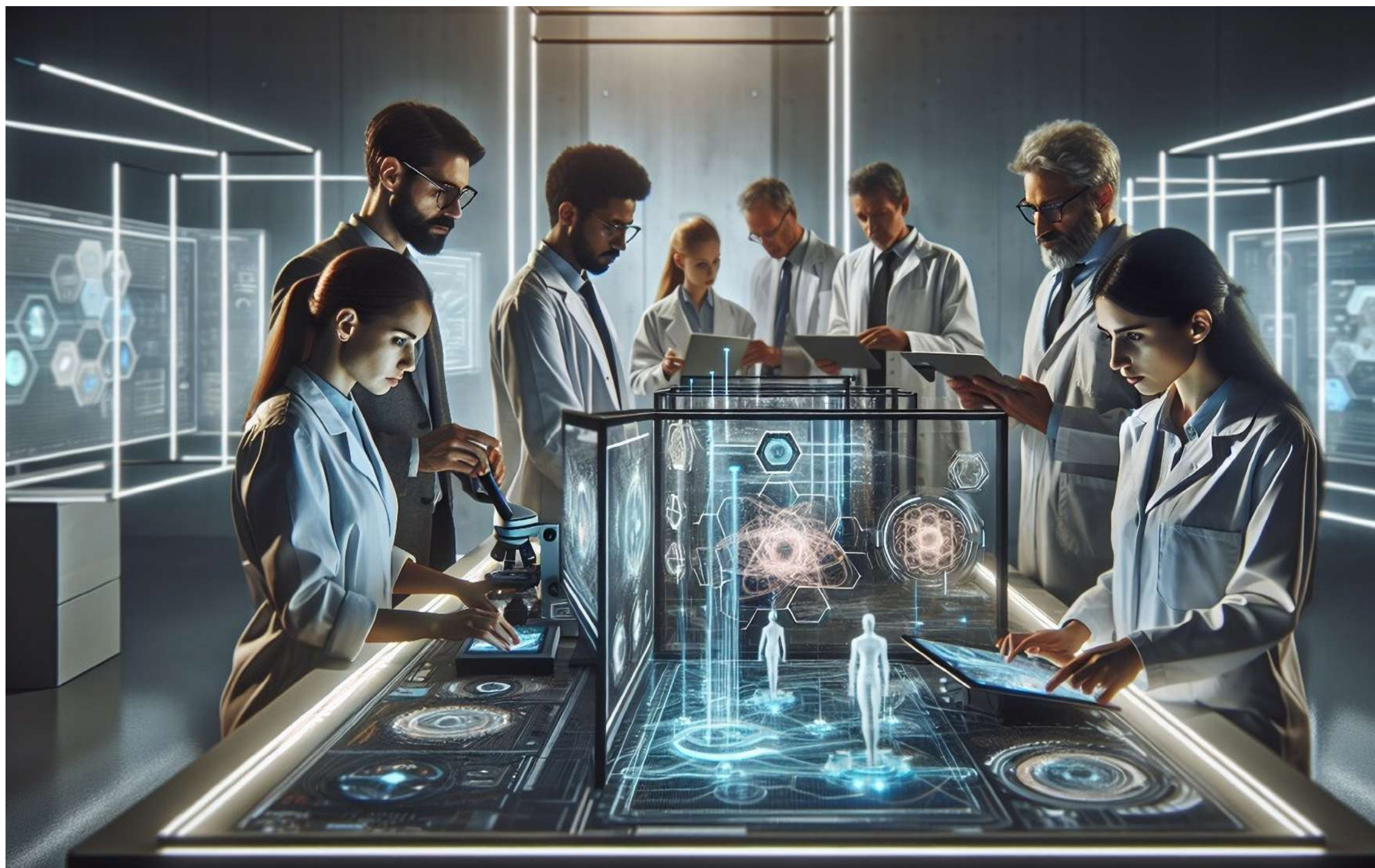
CCTLD VS GTLD

A differenza dei ccTLD, Iann (Internet Corporation for Assigned Names and Numbers) è già intervenuto in modo strutturato in merito alla continuità di servizio dei gTLD adottando una serie di strumenti operativi e contrattuali volti a garantire il ripristino delle funzioni critiche in caso di crisi. A tal fine, Iann si avvale di diversi strumenti, tra cui:

- Data Escrow: il contratto con i Registri e i Registrar prevede l'obbligo per questi ultimi di depositare giornalmente in garanzia i dati di registrazione presso un agente di deposito dati (Data Escrow Agent) approvato da Iann, in conformità agli RFC 8909 e 9022;

- SLA Monitoring System (Slam): un importante servizio di monitoraggio dei Service Level Agreement (SLA) che monitora in tempo quasi reale la conformità dei Registri e dei Registrar ai rispettivi SLA. Il contratto, infatti, definisce specifiche soglie di emergenza che, se raggiunte in una delle funzioni critiche (Dns, Dnssec, Rdap, Data Escrow), consentono ad Iann di intervenire assumendo temporaneamente la gestione del servizio garantendone il ripristino qualora il Registro

- o l'RSP (Registry Service Provider) non siano in grado di risolvere autonomamente la situazione;
- Emergency Backend Registry Operator (Ebero): un sistema di operatori di emergenza dei Registri (Ebero) disponibili H24, 7giorni su 7, che possono essere attivati temporaneamente se un gTLD (individuato attraverso il servizio Slam) rischia di non riuscire a sostenere una delle sue funzioni critiche.



IL GRUPPO DI STUDIO DI ICANN SUL DR

Nel maggio 2025, lo Iana Policy Gap Analysis Working Group (PGA WG) aveva raccomandato al Consiglio del ccNSO (Country Code Names Support Organization) l'istituzione di un gruppo di studio incaricato di fornire consulenza allo stesso ccNSO in merito al ruolo di Iana in materia di ripristino di emergenza dei ccTLD.

Le motivazioni alla base di questa raccomandazione riguardano principalmente tre aspetti. Innanzitutto, è stata rilevata una lacuna politica: non esistono attualmente strumenti o procedure che permettano a Iana di gestire efficacemente le sfide operative legate al ripristino di emergenza, mentre i ccTLD mostrano interesse a esplorare e approfondire la questione. In secondo luogo, il ruolo di Iana nel contesto del ripristino di emergenza non è definito, il che implica l'assenza di una politica di riferimento e apre la possibilità di avviare uno studio completamente nuovo. Infine, vi è un forte interesse pubblico a garantire che i ccTLD mantengano la propria operatività anche in caso di catastrofi, rendendo utile verificare se Iana possa assumere un ruolo di supporto ad Icann nella promozione della stabilità e della sicurezza di Internet.

L'obiettivo del gruppo di studio istituito dal Consiglio del ccNSO è capire come l'autorità possa supportare i domini di primo livello geografici in caso di emergenze o eventi catastrofici, pur rispettando la responsabilità primaria dei gestori locali.

Tuttavia, quando le criticità non vengono adeguatamente affrontate, le parti spesso si rivolgono a Iana per ottenere meccanismi di ripristino di emergenza. In questo caso, quest'ultima è tenuta a fare ogni sforzo possibile per mitigare le minacce alla continuità operativa del dominio sia in caso di eventi catastrofici (calamità naturali o conflitti armati che possono compromettere gravemente l'infrastruttura del ccTLD), sia in caso di mancata conformità alle politiche globali da parte dell'ente gestore del ccTLD (ad es. in caso di fallimento o revoca). Anche se gli scenari di disaster recovery che sorgono a seguito di una revoca per decisione politica (mancanza di collaborazione da parte del gestore del ccTLD) e quelle causate da calamità naturali (il gestore del ccTLD ha

bisogno di aiuto) possono sembrare distinti, il processo che Iana dovrà sviluppare per assicurare la sicurezza e la stabilità di Internet resta il medesimo.

Obiettivi e ambiti di azione del gruppo di studio

In particolare, le aree di lavoro del gruppo comprendono:

- La definizione delle politiche: al fine di completare quella che viene definita la “pagina bianca” delle attuali policies nel campo del ripristino di emergenza e per determinare se Iana debba rispondere a determinati requisiti o avere l'autorità per poter intervenire quando un ccTLD è offline.
- Gli accordi privati di emergenza: per studiare la fattibilità e la trasparenza di eventuali “accordi privati” relativi a procedure speciali da attivare in situazioni di emergenza nelle quali il gestore del Registro di un paese possa pre-autorizzare Iana a riconoscere un gestore di backup temporaneo durante una crisi. In sostanza, il gestore del ccTLD cercherebbe di predefinire una serie di condizioni in base alle quali Iana potrebbe riconoscere un soggetto alternativo per la gestione del dominio, mediante un accordo di natura reciproca. Il gruppo di studio sul DR avrebbe, in tal caso, il compito di esaminare la chiarezza del mandato e le modalità dell'attuazione. Comprendere e definire le tipologie di accordi che Iana potrebbe o meno stipulare contribuirebbe ad accrescere la trasparenza del processo.

- Le linee guida sulla resilienza: al fine di definire best practices atte a garantire la stabilità globale del Dns, con particolare attenzione alle modalità attraverso cui Iana possa supportare in modo ragionevole i ccTLD che si trovino ad affrontare minacce operative o situazioni di non conformità a causa di eventi disastrosi. Iana potrebbe accettare di attenersi a tali linee guida, alla cui creazione parteciperebbe attivamente, sulle quali non è ancora disponibile un quadro politico definito.

- La consultazione delle parti interessate: allo scopo di raccogliere i punti di vista di Iana, dei gestori dei ccTLD, delle organizzazioni regionali dei ccTLD, nonché di altri gruppi di interesse interni ad Icann al fine di garantire che qualsiasi nuova pratica adottata sia sostenuta da un ampio consenso della comunità.

Il gruppo di studio ha iniziato la sua attività in occasione dei recenti meetings di Icann 84 a Dublino, con il mandato di valutare gli aspetti sopracitati e di stabilire se, nel prossimo futuro, si renda necessario applicare nuove politiche, specifiche interpretazioni o definire buone pratiche in questo ambito. L'adesione al gruppo di studio è tuttora aperta ai rappresentanti di tutti i gestori di ccTLD, indipendentemente dalla loro presenza nel ccNSO. È previsto che almeno un membro sia un consigliere del ccNSO e che tutte le nomine siano effettuate dal Consiglio del ccNSO. Le organizzazioni regionali dei ccTLD possono nominare un referente e il presidente può invitare altri SO/AC di Icann, i dirigenti dei TLD-OPS, il personale Iana, altro personale Icann o esperti esterni a partecipare.



LA PERCEZIONE DEI CCTLD SUL DISASTER RECOVERY

Al fine di sondare il terreno sulla attuale consapevolezza delle attività di DR, durante la sessione organizzata dal gruppo di studio dedicato, tenutasi ad Icann 84, è stato sottoposto un questionario ai rappresentanti dei 36 ccTLD presenti. Dai risultati è emerso che:

- l'81% dispone di un piano di disaster recovery o di business continuity;
- l'80% ritiene di essere in grado di ripristinare le proprie operazioni entro 24 ore da un evento catastrofico;
- gli ambiti considerati più vulnerabili in una situazione di crisi sono:
 - o i sistemi del Registro (Epp, Whois, Rdap): 29%
 - o le interferenze legali e governative: 24%
 - o la continuità organizzativa e dei riferimenti di contatto : 17%
 - o la gestione delle chiavi del Dnssec: 14%
 - o la risoluzione del Dns: 7%
- le parole che meglio rappresentano la maggiore preoccupazione in relazione alla continuità del proprio ccTLD sono risultate essere: “geopolitica” e “fiducia”
- le misure che vorrebbero avere già oggi in atto i ccTLD per migliorare la reazione alle eventuali catastrofi includono: l'escrow, la replica sul Cloud, la ridondanza automatica delle operazioni e i programmi annuali di formazione e addestramento.

Il gruppo di studio dovrà presentare la sua relazione finale e le sue raccomandazioni al Consiglio del ccNSO entro Giugno 2026, in occasione dei meetings di Icann 86.

05

QUARTER

APPUNTAMENTI INTERNAZIONALI DAL MONDO DELLA RETE

CENTR www.centri.org[CENTR 21ST POLICY WEBINAR, 21 GENNAIO 2026, ONLINE](#)[CENTR BOP WG - TOUR DE TABLE MEETING, 29 GENNAIO 2026, ONLINE](#)[73RD CENTR LEGAL & REGULATORY WORKSHOP, 12-13 FEBBRAIO 2026, STOCCOLMA, SVEZIA](#)[29TH CENTR R&D WORKSHOP, 24 FEBBRAIO 2026, ONLINE](#)[2026 CENTR ANNUAL GENERAL MEETING \(GA75\), 19 MARZO 2026, ONLINE](#)[54TH CENTR TECHNICAL WORKSHOP, 8-9 APRILE 2026, VIENNA, AUSTRIA](#)[CENTR JAMBOREE 2026, 6-8 MAGGIO 2026, BERLINO, GERMANIA](#)**RIPE** www.ripe.net[RIPE 91, 18-22 MAGGIO 2026, EDIMBURGO, SCOZIA \(UK\)](#)**ICANN** www.icann.org[ICANN, 7-12 MARZO 2026, MUMBAI, INDIA](#)**IETF** www.ietf.org[IETF 124, 16-20 MARZO 2026, SHENZHEN, CINA](#)

ALTRI EVENTI

APTLD 89[2-5 FEBBRAIO 2026, AMMAN, GIORDANIA](#)**DOMAIN PULSE 2026**[4-5 FEBBRAIO 2026, ST. GALLEN, SVIZZERA](#)**CLOUDFEST 2026**[23-26 MARZO 2026, EUROPA-PARK, GERMANIA \(RUST\)](#)**OARC 46**[16-17 MAGGIO 2026, EDINBURGH INTERNATIONAL CONFERENCE CENTRE, EDIMBURGO, SCOZIA \(UK\)](#)**DNS HACKATON**[23-24 MAGGIO 2026, STOCCOLMA, SVEZIA](#)**NORDIC DOMAIN DAYS 2026**[24-26 MAGGIO 2026, CLARION - STOCCOLMA, SVEZIA](#)

QUARTER

Registroit
L'anagrafe dei domini .it

è gestito da



ISTITUTO
DI INFORMATICA
E TELEMATICA
CNR



Consiglio Nazionale
delle Ricerche