



Nuovi nomi a dominio: domain grabbing or offering ?

I nuovi TLD

In data 16 novembre 2000 sono stati approvati dall'ICANN (Internet Corporation for Assigned Names and Numbers) i sette nuovi TLD (Top Level Domain, dominio di primo livello: in un indirizzo Internet, è rappresentato dalla parte a destra della URL -Uniform Resource Locator- ad esempio .it, .com, .net ecc...)

I nuovi domini, alla cui approvazione sono seguite tutta una serie di polemiche e contestazioni delle scelte compiute, sono i seguenti: **.aero** (riservato ai trasporti aerei e proposto dalla SITA-Societe Internationale de Telecommunications Aeronautiques-), **.biz** (riservato ai siti commerciali e proposto dalla JVTeam-consorzio composto dall'americana NeuStar e dall'australiana Melbourne IT), **.coop** (riservato alle cooperative e proposto dalla NCBA-National Cooperative Business Association-), **.info** (non riservato ad una categoria in particolare, dovrebbe rappresentare il dominio sostitutivo del .com, proposto da Afilias, società cui partecipano Tucows, Network Solutions, Register.com ed altri partner), **.museum** (riservato ai musei e proposto dal MDMA-Museum Domain Management Association-), **.name** (riservato ai privati per registrare il proprio cognome e proposto dal Global Name Registry, un consorzio europeo), **.pro** (riservato ai professionisti e proposto da RegistryPro).

Questi sono i primi nuovi TLD (a parte i country-code TLD ad esempio .it per l'Italia, .fr per la Francia, .se per la Svezia ecc...) ad essere stati introdotti dal 1988.

Solo i TLD **.aero**, **.coop** e **.museum** sono definiti dall'ICANN "Sponsored" (a differenza degli altri quattro che sono "Unsponsored"), ovvero lo Sponsor è l'organizzazione (che ha proposto il TLD) alla quale l'ICANN ha delegato alcuni poteri, ben definiti, nella formulazione della policy relativa a quel determinato TLD (per ogni "Sponsored TLD" vi è infatti un documento che definisce gli scopi per i quali è stato creato ed opererà e lo Sponsor è responsabile dello sviluppo di tali policy).

Diversi e differenti TLD erano stati proposti da associazioni, enti e società: spesso l'approvazione di tali suffissi era stata data per certa dai soggetti di cui sopra, i quali avevano proceduto a raccogliere le prenotazioni delle registrazioni (e con esse non modiche somme di "danaro sonante") e si sono



trovati, in un secondo momento, a dover fronteggiare schiere di utenti delusi e letteralmente "inviperiti".

Dal momento in cui si sono conosciuti i definitivi sette nuovi suffissi si sono scatenati una nuova gara ed un nuovo business, proprio come, prima della decisione dell' ICANN in proposito, si era assistito alla programmata propaganda all'incitazione a prenotare i TLD per avvantaggiarsi sulla fase di registrazione, senza, di fatto, avere alcuna certezza circa l'approvazione o meno degli stessi.

A tal proposito, vi faccio partecipi dell'aria elettrica e piena di "business" che si respira sul web in merito alla fase di pre-registrazione dei detti nuovi TLD...

Sono, per passione, il webmaster/administrator di un sito giuridico e negli ultimi tre mesi la casella di posta del web-site da me curato è praticamente "bombardata" da e-mail pubblicitarie, provenienti prevalentemente dagli U.S.A., tutte dello stesso tenore e contenenti, alla fine, il medesimo messaggio: "Caro Webmaster, è importante per te assicurarti il nuovo suffisso (.BIZ, .INFO, .NAME a seconda dei casi) prima della scadenza del termine per la pre-registrazione che avverrà in data 17 settembre 2001 per il TLD .biz mentre dal 12 settembre 2001 si assisterà al debutto worldwide del TLD .info. Dopo queste date, infatti, dovrai competere con migliaia di speculatori (in gergo cybersquatter, *n.d.r.*), professionisti e studenti per tutelare i diritti del tuo nome di dominio. Puoi allora pre-registrare il tuo dominio con i nuovi suffissi presso il nostro sito all'indirizzo.....Il nostro sito è molto popolare perché in caso di pre-registrazione infruttuosa ti verrà accreditata la possibilità di procedere ad una futura registrazione senza pagare alcunchè."

Chi è che sta compiendo il business? Chi offre una paventata possibilità di prenotarsi per registrare un dominio con i nuovi suffissi (senza alcuna certezza materiale in proposito), a scapito degli speculatori sempre in agguato, o questi ultimi nel momento in cui quel dato dominio sarà stato lasciato in balia di registrazioni a fini speculativi ?

Quante volte vi è capitato (e se no, provateci) di digitare un URL (un indirizzo web) e di vedere comparire la scritta "il dominio è stato da noi registrato, per maggiori informazioni contattare (segue indirizzo e-mail)" e tale account di posta elettronica appartiene ad una delle società che si occupano di registrare i domini in qualità di registrar o maintainer: dov'è la demarcazione tra domain offering (offerta di registrazione o pre-registrazione di un dato dominio) e domain grabbing (letteralmente "arraffamento", "appropriazione" di dominio ? Solo nelle ingenti somme che gli speculatori cercano di "estorcere" ? E la garanzia offerta in caso di mancata registrazione del dominio? Spesso non



consiste nella restituzione della somma "investita" bensì in un commerciale "buono" per poter registrare un altro dominio, uno qualsiasi, uno che non mi interessava registrare a tutti i costi, uno inutile...

Ripeto: dov'è il business e dove la speculazione? Chi è il vero speculatore nelle more della fase di registrazione?

Ho proceduto ad un controllo sul sito dell'ICANN (<http://www.icann.com>) ed ho scoperto che l'ente in questione stabilisce, a chiare lettere, che i domini con i suffissi .biz, .info e .name possano essere registrati solo attraverso i registrar ed i loro reseller accreditati presso l'ICANN stesso mentre l'elenco aggiornato delle società accreditate ed operative è consultabile al seguente indirizzo web: <http://www.internic.net/alpha.html>.

Incredibile dictu, procedendo ad un controllo di alcune delle società dalle quali avevo ricevuto le mail di cui sopra (<http://www.dotbizcentral.com> e <http://www.registernewextensions.com> per il suffisso .biz e <http://www.infograb.net/> per il suffisso .info) ho riscontrato che non rientrano nè tra gli enti accreditati nè tra i loro reseller (notazione di servizio: unico ente italiano accreditato è Dada S.p.a.).

Dunque...nuovi domini, nuovi business, nuovi speculatori ?

Opt-in ed opt-out

Per concludere, invece, un aspetto interessante (l'altra faccia della medaglia) riscontrato in tutte le e-mail che ho ricevuto da questi presunti registrar abilitati: ovvero una potenziale svolta non trascurabile relativa al noto e non ancora risolto problema dello spamming (invio di e-mail non autorizzate né sollecitate).

Tutte le e-mail da me ricevute riportano nel footer (parte finale della mail) un identico breve messaggio di otto righe che recita così: "Noi ci opponiamo fermamente alla pratica dello spamming e non vogliamo che chi non vuol ricevere la nostra mailing-list di fatto la riceva. A tal proposito abbiamo adottato il servizio di una terza parte indipendente per amministrare la nostra mailing-list e per gestire le richieste di rimozione dalla stessa (<http://www.removeyou.com>) . Questo non è SPAM. Se non vuoi ricevere ulteriori e-mail, clicca sul link al sito della società "Removeyou" ed inserisci il tuo indirizzo e-mail nella stringa apposita: potrai essere sicuro che non riceverai da parte nostra altre mail".



Questo ricorso ad una parte terza si colloca perfettamente in linea con quanto si può riscontrare affermato nella recente Direttiva CEE sul commercio elettronico n.2000/31/CE dove, appunto, si fa riferimento a data-base nei quali chi non ha interesse a ricevere mail pubblicitarie di alcun genere può inserire il proprio indirizzo e-mail, potendo contare sull'obbligo per le società che utilizzano tale strumento di marketing di procedere ad un controllo incrociato con i propri data-base al fine di eliminare dagli elenchi dei destinatari delle proprie campagne di e-mail marketing gli indirizzi di coloro che hanno manifestato la propria volontà di non ricevere mail non richieste né sollecitate (tale operazione prende il nome di **opt-out** a differenza dell'**opt-in** che consiste nella volontaria iscrizione, da parte di un soggetto, ad una newsletter o ad una mailing-list).

All'art. 7 comma 2 della Direttiva citata, infatti, si legge che "salvo quanto disposto dalla direttiva sulla tutela dei consumatori nei contratti a distanza (97/7/CE) e da quella in materia di tutela della vita privata nel settore delle telecomunicazioni (97/66/CE), gli Stati membri adottino i provvedimenti necessari per far sì che i prestatori che inviano per posta elettronica comunicazioni commerciali non sollecitate consultino regolarmente e rispettino i registri negativi in cui possono iscriversi le persone fisiche che non desiderano ricevere tali comunicazioni commerciali".

Negli Stati Uniti ed in Francia sono già operative, come anticipato, queste che vengono definite "liste Robinson" (un esempio statunitense è proprio "Removeyou" mentre un esempio italiano è <http://www.cancellami.it>) e su tale linea si è pronunciato recentemente anche il Comitato per le libertà ed i diritti dei cittadini, giustizia ed affari interni del parlamento Europeo, il quale ha espresso il proprio parere favorevole verso un sistema di opt-out per le comunicazioni commerciali contemperando, in tal modo, esigenze di riservatezza e privacy degli utenti web con esigenze di business e di marketing degli operatori di mercato.

Se tale strada verrà perseguita, soprattutto in Italia si assisterà ad uno sconvolgimento dell'attuale legge sulla privacy (675/96) la quale prevede la preventiva prestazione e raccolta del consenso espresso (con invio dell'informativa ex art.10 legge 675/96) per il trattamento dei propri dati personali a fini di promozione commerciale, vietando il ricorso al consenso implicito che, invece, sarebbe presente nella logica del meccanismo dell'opt-out; lo stesso Garante della Privacy, in una recente pronuncia, ha stabilito che i dati inseriti nei siti web, nei newsgroup o nelle chat-line non possono essere adoperati per finalità differenti da quelle per le quali sono stati inseriti sulla Rete dal legittimo proprietario.



Vecchi business, nuove regole...

di Pietro Morelli

ICT Business Analyst

Autore del sito "Strategia sul Web" (www.strategiaweb.info)