

Rapini & Seyssel

SOLUZIONI PER L'INNOVAZIONE DEL BUSINESS

WIRELESS
4 I N N O V A T I O N

SE PARTE LA CACCIA AI NUOVI SUFFISSI DEL WEB



Si fa strada l'ipotesi di ampliare la possibilità di scelta dei Top Level Domain: non solo gli attuali .com, .org o .it, ma nuove categorie come .eco fino all'uso del brand aziendale.

Una prospettiva che, in assenza di un rigido controllo sulle procedure di assegnazione, fa presagire il rischio di un "assalto alla diligenza" con importanti conseguenze per gli utenti

È di poche settimane fa la notizia che un gruppo imprenditoriale americano sostenuto da Al Gore ha annunciato di essere prossimo alla registrazione di un nuovo nome di dominio "verde" con suffisso .eco. Di per sé la cosa è quasi passata inosservata, salvo lo spunto giornalistico (Financial Times) per raccontare che il *dot.eco* era già stato oggetto di richiesta (precedente) da parte di due giovani imprenditori canadesi del settore che, non appena scoperto che anche l'ex vicepresidente USA coltivava il medesimo progetto, hanno prontamente battuto in ritirata consapevoli che la probabile asta per il quel Top Level Domain (TLD, o dominio di primo livello) avrebbe un vincitore già scritto.

Apparentemente siamo di fronte a una non notizia, che invece sottende scenari piuttosto complessi nel mondo del Web. Mondo che, a differenza di quanti continuano a definirlo autostrada virtuale, io preferisco accostare all'immagine della prateria. Non vi è alcuna pretesa romantica in tale distin-

guo: osservo soltanto che nelle autostrade (di solito) esistono, corsie, segnaletica, limiti e regole e qualcuno che dovrebbe farle rispettare; nelle praterie tutto è libero anzi, se gli assalti alla diligenza sono oramai un retaggio dei vecchi western, il web è l'unico mondo in cui le diligenze (degli utenti/navigatori) si assaltano ancora con grandi profitti. L'apertura di nuovi *slot* di TLD ne potrebbe essere, per alcuni versi, un'ennesima conferma.

90 MILIONI DI NOMI .COM

Se partiamo dal caso concreto, non vi sarebbe nulla di criticabile (tutt'altro) se le Naming Authorities "aprissero" i DNS a nuove categorie di suffissi, soprattutto ove quest'ultimi rappresentino realtà non commerciali (come, di principio, gli attuali *dot.org*). Ad oggi esistono 21 TLD generici (.com il più popolare) e 255 di natura geografica (.uk ad esempio). Nella realtà l'ampliamento di TLD non solo a tematiche socio-politiche o geografi-

che, ma anche a nuove macro aree commerciali di-
 schiude scenari molto interessanti ma altrettanto
 delicati. Per inquadrare meglio il problema nelle sue
 dimensioni economiche guardiamo a Verisign Inc. che
 detiene i *dot-com* e *dot-net*. La società addebita circa
 7 US\$ per ogni nuova registrazione ed alla fine del
 2009 (dati FT) erano circa 90 milioni i *dot-com names*
 sul mercato. Inquadrate le dimensioni del business
 possiamo tornare ai nostri nuovi suffissi ed immagi-
 nare quale visibilità sul mercato possa introdursi at-
 traverso l'assegnazione di un TLD strategico, quale ad
 esempio *.eco*.

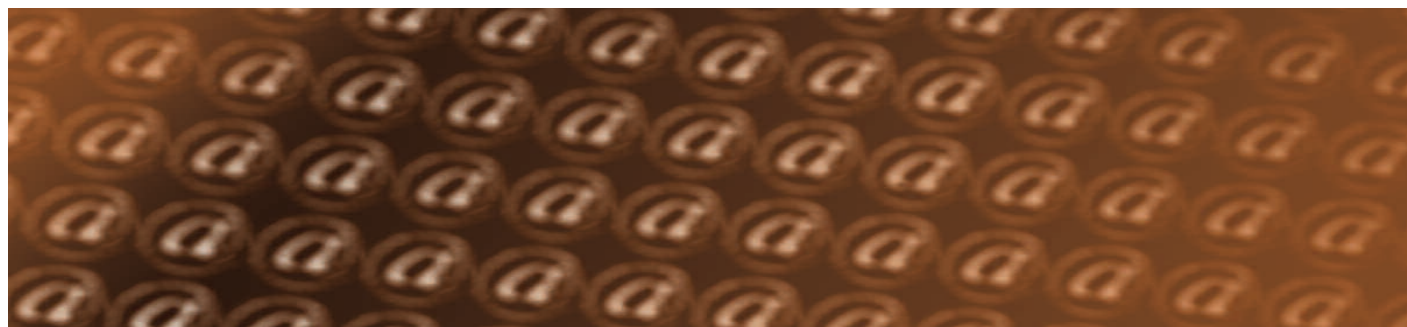
Immaginiamo due ipotesi contrapposte di nuovi
 TLD: *business* e (in apparenza) - *no-profit*. La giap-
 ponese Canon ha annunciato l'introduzione a breve
 del TLD *.canon* per meglio individuare tutti i siti
 e/o le pagine web che conterranno informazioni
 generate direttamente dal titolare del relativo mar-
 chio. In questo caso è la stessa azienda che con
 un'unica operazione sarà in grado di implementare
 ed ottimizzare le proprie politiche di *web-marke-*
ting ed allo stesso tempo prevenire ogni tipo di *cy-*
bersquatting, potendo controllare di fatto tutte
 le informazioni presenti sul web che contengano o
 utilizzino illecitamente il proprio *brand*. Il vantag-
 gio è evidente anche per il consumatore (ma anche

Borsa di Londra. Ora, immaginiamo quanti gruppi di
 interesse (di qualsiasi tipo) abbiano una potenziale
 aspettativa di "aggregarsi" al *dot-eco*: dal WWF o
 Greenpeace al costruttore di impianti eolici, il "filo
 verde" si tende molto, ma entrambi possono consi-
 derarsi *eligible* per tale suffisso.

QUALI REGOLE PER L'ASSEGNAZIONE

Ad una prima analisi credo si possano individuare
 due problematiche generali: le norme ed il controllo
 sulle procedure di assegnazione dei futuri DNS di al-
 cune specifiche categorie e le conseguenze per gli
 utenti. Come è noto esistono regole per l'assegna-
 zione dei Domain Names e procedure per la registra-
 zione degli stessi per categorie omogenee (in Italia la
 Naming Authority [NA] ha stabilito il regolamento di
 registrazione adottato dalla Registration Authority
 [RA] responsabile dell'assegnazione dei nomi aventi il
 TLD *.it*).

Alcune regole sono omogenee, ma poiché di fatto
 il mondo del web, per ciò che attiene ai DNS è tut-
 tora controllato dagli USA, ed in particolare dall'ICANN
 (Internet Corporation for assigned Names and Num-
 bers), è oltre oceano che dobbiamo guardare. Una
 volta che (negli USA) l'ICANN avrà assegnato il TLD



per ipotesi di *b2b*): in linea di principio qualsiasi in-
 dirizzo *.canon* sarà per definizione affidabile e le
 informazioni ivi contenute di sicura provenienza.

Veniamo invece al caso *no-profit*. Top Level Domain
 Holdings (la società che annovera Al Gore tra i suoi
 promotori) ha di principio dichiarato che il 50% dei
 propri profitti futuri andrà devoluto ad iniziative di na-
 tura ambientale, ma tuttavia la società è a tutti gli ef-
 fetti nata per generare profitti ed altresì quotata alla

.eco attraverso la sua rigida e costosa procedura, che
 comporta l'assoggettamento a regole di comporta-
 mento e *compliance* anche successive all'assegna-
 zione (ma comunque permeate dal tipo pragmati-
 smo economico statunitense), quale sarà il futuro
 delle successive registrazioni? Prevarrà il *no profit* o
 il *business*?

Se i propositi di TLD Holdings sono seri, perso-
 nalmente mi augurerei la combinazione delle due



Il produttore di un nuovo carburante ecologico si “meriterà” il .eco alla stregua di un movimento ambientalista? Cresce l'esigenza di filtri e procedure anti abuso, a tutela non solo degli utenti in generale, ma dello stesso web

cose. Un gruppo che genera profitti sulla registrazione di Domain names caratterizzati dal concetto “eco” e devolve parte di essi a coloro che, a diverso titolo, condividono la stessa “idea” che ha reso possibile la realizzazione di tale TLD, credo meriti attenzione e rispetto, almeno in linea di principio.

Non possiamo però fingere di non vedere le gigantesche prospettive di puro business che tutto ciò comporta. È difficile, anche per i più “puri” non vedere un *dot.eco* come una fantastica *killer application* dalle infinite possibilità di sfruttamento e che con l'ecologis hanno ben poco da spartire. È immaginabile un controllo di merito su usi ed abusi di tale TLD? Sia chiaro, lo stesso problema si porrà per altri prossimi nuovi domini, quali *dot.news*, *dot.sport*, *dot.movies* eccetera, ma *.eco* è accensione talmente di moda (anzi *trendy* e *sexy* per parlare come nel mondo del marketing e della comunicazione) da suscitare un'attenzione maggiore. L'argomento merita ben altri approfondimenti, ma per ovvie ragioni di spazio, limitiamoci a questo commento superficiale e passiamo invece ad analizzare la prospettiva dell'utente/navigatore.

I RISCHI PER GLI UTENTI

Precedenza agli aspetti positivi: i nuovi TLD consentiranno agli utenti del web una maggiore facilità di accesso alle tematiche desiderate e, soprattutto nei casi di TLD *branded* (quali il *.canon* ad esempio), saranno una sorta di “Denominazione di origine controllata” delle informazioni commerciali, il cui livello di accuratezza e veridicità sarà direttamente riconducibile al titolare del brand. Per converso, la massificazione dei TLD tematici genereranno con ogni probabilità una vera esplosione delle attività di indicizzazione, *listing*, *web-marketing* e quant'altro, con il risultato di intensificare il bombardamento sull'utente, che a sua insaputa sarà ulteriormente profilato, con crescente sofisticazione a vantaggio dei grandi operatori commerciali sul web.

Se quanto sopra può essere considerato un modesto aspetto peggiore strettamente collegato al proliferare dei nuovi TLD, ma in fin dei conti di limitato impatto pratico, un maggior rilievo credo debba essere attribuito a un potenziale abuso che alcuni TLD tematici possono determinare.

Riprendiamo il caso del *dot-eco* (ma potrebbe essere *dot.green*, *dot.health*, *dot.peace*, *dot.wildlife* e così all'infinito). La prima reazione del *surfer* medio sarà quella di interpretare tali TLD come Domain Name di enti o gruppi no profit, comunità o movimenti di opinione, dunque più affidabili (magari orientati ideologicamente, ma liberi da logiche commerciali). Sarà veramente così? Il produttore di un nuovo carburante ecologico si “meriterà” il *.eco* alla stregua di un movimento ambientalista? Il costruttore di abitazioni in Classe A (o di elettrodomestici) potrebbe sviluppare una politica di web-marketing improntata sull'ecologia e rispetto dell'ambiente ed attraverso il proprio *.eco* ed “accreditarsi” presso la nuova potenziale clientela in via preferenziale rispetto ad un “banale” concorrente *.com*.

Allo stato attuale non esiste rimedio, ma solo l'auspicio di una maggiore coscienza da parte di tutte le Autorità di controllo, nazionali ma soprattutto internazionali, che mai come oggi cresce l'esigenza di filtri e procedure anti abuso a livello di vertice (quali sono appunto i TLD), a tutela non solo degli utenti in generale, ma dello stesso web, e dove la sicurezza della navigazione sia strettamente correlata ai concetti di affidabilità e credibilità degli operatori che rendono possibile la navigazione stessa.

Sono convinto che per i più, tutto quanto detto sin qui sia la normalità, della quale non stupirsi o preoccuparsi, ma anzi assuefarsi affinando ancor di più i propri strumenti di difesa (socio/psicologici ed informatici). È possibile, anzi probabile che non esistano altre soluzioni, e dunque in una darwiniana visione del web, solo chi (il navigatore) sopravvive si evolve, ma allora continueremo a vivere nella prateria.