

Gruppo Dada | Liberalizzazione dei domini Internet: reale opportunità di business per le aziende?

La pubblicazione della lista delle richieste di registrazione delle nuove estensioni apre nuovi interrogativi sui vantaggi e i potenziali rischi per la salvaguardia del brand

Firenze, 14 giugno 2012 - La lista degli applicant per la registrazione dei nuovi domini ad estensione generica resa nota ieri da parte dell'ICANN, conferma alcune previsioni e apre la porta a nuovi interrogativi sui reali benefici derivanti dalle nuove estensioni, in particolare relativamente ai soggetti che si aggiudicheranno effettivamente la nuova fetta di spazio disponibile in Rete.

Le richieste di registrazione di nuovi domini pubblicate dall'organismo internazionale - **1.930** - sono pervenute da **60** paesi nel mondo, in particolare per circa il 47% dal Nord America, seguito dall'Europa per il 35%, Asia per il 16% ed il resto da America Latina e Africa; circa 120 sono state le richieste in alfabeti non latini come l'arabo, il cinese e il cirillico.

Per quanto riguarda l'Italia, sono circa **20** le **application** pervenute da 8 aziende: una decina da Fiat per i principali brand del Gruppo (tra cui, oltre a Fiat, Ferrari, Maserati, Lancia, Alfa Romeo e Iveco), anche Gucci, BNL e Praxi hanno richiesto la registrazione del proprio brand.

A fronte dell'alto numero di richieste la stragrande maggioranza è rappresentata da **marchi ben noti** nel panorama internazionale: accanto ai grandi nomi come Google e Amazon, di cui già era trapelata notizia e che complessivamente hanno richiesto circa 180 estensioni, si sono aggiunti brand di vari settori quali Microsoft, L'Oreal, McDonald's, Canon, DHL, Walmart, Sony, Samsung, Toyota e molti altri, a conferma delle previsioni secondo cui ai primi posti nelle richieste per i nuovi domini sarebbero stati presenti i grandi marchi.

Fra le **estensioni geografiche** sono state presentate richieste di registrazione per le principali città al mondo tra cui New York, Miami, Boston, Sidney, Mosca, Tokyo ed in Europa Londra, Parigi, Madrid, Amsterdam e Roma.

Interessante il caso di alcune estensioni generiche richieste da molteplici soggetti quali ad esempio **.app** (la prima in termini assoluti con 13 richieste), **.you**, **.shop**, **.book**, **.music**, **.movie**, **.store**, **.mail**, per cui sono state fatte application, tra gli altri, da parte di Google e Amazon. Le richieste multiple saranno oggetto di asta fra tutti i contendenti che saranno giudicati idonei da ICANN puramente in base a predeterminati requisiti tecnici e finanziari.

Nel "periodo cuscinetto" che dovrebbe estendersi fino alla fine dell'anno in corso, ci sarà modo di riflettere su diversi aspetti legati ai vantaggi e ai rischi dei nuovi gTLD.

L'iniziativa, nata con l'obiettivo di dare nuovo sprint alla creatività e alla **competitività** su Internet che oggi vede oltre 300 Top Level Domain disponibili, se da un lato ha suscitato grande interesse poiché potrebbe aprire nuove opportunità a vantaggio sia delle aziende che degli utenti finali, dall'altro ha destato nuove preoccupazioni nei grandi marchi che temono l'avvento di nuovi potenziali pericoli per la tutela del proprio brand.

Il fronte delle perplessità si amplia man mano che ci si allontana dalla realtà dei grandi marchi per avvicinarsi al **mondo delle PMI**, sulle quali influisce maggiormente il fattore economico. Si pone, ad esempio, il problema dell'indicizzazione delle nuove estensioni, sollevato in tempi

recenti anche dalla stessa Google secondo cui, se da un lato la registrazione del proprio brand garantirebbe il totale controllo del proprio marchio, dall'altro non assicurerebbe immediata visibilità nei motori di ricerca rispetto al classico .com, che vanta oggi una posizione dominante rispetto a tutte le estensioni esistenti, potendo rappresentare un enorme sforzo economico e di risorse, poco fruttifero in futuro per la conquista di nuovi utenti.

Claudio Corbetta, Amministratore Delegato del Gruppo Dada, ha commentato: "L'incognita più grande è sempre quella legata alla risposta del consumatore, ancora portato a prediligere un dominio nazionale o un .com per la maggior parte delle ricerche: nel breve periodo bisogna realisticamente considerare che un ristretto numero di nuove estensioni potrebbero catturarne l'attenzione mentre altre saranno destinate a rimanere inosservate, rendendo meno efficace l'investimento. Il dato positivo al momento è che l'avvento dei nuovi gTLD potrà generare competizione e nuovo fermento sulla Rete".

Oltre ad aver offerto a molti clienti una consulenza strategica sull'opportunità ed un supporto nella fase di eventuale preparazione della richiesta, a sostegno delle aziende che desideravano maggiori informazioni su conseguenze e rischi della liberalizzazione il Gruppo Dada ha attivato nel mese di febbraio un servizio di monitoraggio sulle application per le nuove estensioni. Lo scopo del servizio è rendere consapevoli le aziende delle possibili azioni dei propri competitor, dei trend di mercato che potrebbero emergere e di eventuali richieste "sospette" che possano in qualche modo ledere altri brand. L'intero processo di registrazione dei nuovi GTLD non ha a che fare tanto con il concetto di registrazione di un dominio, ma con la scelta di intraprendere una vera e propria strategia di marketing volta ad esplorare nuove opportunità di business il cui risultato è ad oggi incerto. Per le aziende interessate a valutare i passi da intraprendere in questo periodo di particolare fermento della Rete è quindi fondamentale poter essere supportati da un partner come Register.it che può offrire un servizio di consulenza a 360° su ogni fattore legato alla presenza in rete di aziende o professionisti.

Il servizio di monitoraggio è infatti un altro strumento strategico reso disponibile per la protezione del proprio brand in Rete; da anni è disponibile il servizio di **Online Brand Protection** che supporta le aziende nella elaborazione della miglior strategia di pianificazione della propria presenza e della tutela del proprio brand in Rete, considerando tutti i fattori cruciali dalla presenza della società stessa in più mercati/aree geografiche, alla tipologia della clientela, alle possibilità di sviluppo del marchio e molto altro ancora.

Per ulteriori informazioni:

www.dada.eu

www.register.it

Gruppo Dada

Dada S.p.A. - quotata al segmento STAR di Borsa Italiana - è uno dei principali player europei nella fornitura nei servizi professionali per la presenza e la visibilità in Rete.

Dada opera in Italia attraverso Register.it S.p.A., leader storico nella fornitura di servizi di registrazione di domini, hosting, protezione del brand e pubblicità a performance scalabile.

Register.it propone ai suoi clienti un'offerta di servizi professionali accessibili tramite la Rete e gestibili attraverso strumenti di controllo semplici e intuitivi. È inoltre il primo operatore italiano accreditato presso ICANN.



Con oltre 500 mila aziende clienti e più di 1,8 milioni di domini di gestione, il Gruppo Dada si posiziona tra le prime realtà del settore della registrazione dei domini Internet e della gestione della presenza online di persone ed aziende in Europa; oltre ad operare in Italia attraverso Register.it S.p.A., Dada è presente in Spagna, Regno Unito e Irlanda, Francia, Portogallo e Olanda rispettivamente attraverso i marchi Nominalia SL, Namesco Limited, PoundHost, Register365 e il Gruppo Amen.

Ufficio stampa | Burson-Marsteller

Cinzia Trezzi - cinzia.trezzi@bm.com

Teresa Munaò - teresa.munao@bm.com

Tel. (+39) 02 72143813

Relazioni Esterne Dada

Nicoletta Pinoia - nicoletta.pinoia@dada.eu

Monica Gilardelli - monica.gilardelli@dada.eu

Tel. (+39) 02 54027718