

NOMINALIA ALERTA DE LOS PELIGROS DE NO PROTEGER LAS MARCAS ANTE LA LLEGADA DE LAS NUEVAS EXTENSIONES DE DOMINIO

La compañía dispone de un servicio para asesorar a sus clientes sobre los riesgos que corren sus marcas con la implantación de las nuevas terminaciones

Madrid, 14 de abril de 2014 - Nominalia, la empresa española de dominios, hosting, protección de marca online y otros servicios de presencia online, ha advertido de los peligros a los que se enfrentan las marcas registradas que no reaccionen ante la llegada de nuevas extensiones de dominio que van a aparecer a lo largo de 2014, entre los que está la usurpación de identidad.

En una conferencia durante la feria de marketing digital **OMExpo**, Marga Giménez, Business Developer de Nominalia, apuntó que algunos "ciberocupas" se dedican a apropiarse de dominios con el nombre de una marca para después venderlos.

"Es muy importante proteger la marca en internet. No hace falta que la empresa sea una multinacional: la web es el principal acceso a nivel de negocio para las compañías", explicó.

Otro de los elementos que han de tener en cuenta las empresas con presencia online es la oportunidad que suponen las nuevas extensiones para adaptar los contenidos a diferentes áreas geográficas. *"En internet, el dominio es la marca. Es muy importante tener una marca protegida en todas las extensiones territoriales del país en el que se opere",* aseguró Marga Giménez.

Las nuevas terminaciones han comenzado a implantarse en 2014 como parte del esfuerzo para adaptar los dominios de internet a las necesidades del mercado. Esta tarea recae en la Corporación de Internet para la Asignación de Nombres y Números (ICANN), organismo encargado de adjudicar los nombres de las direcciones URL.

La ICANN creó una base de datos única, junto a Deloitte e IBM, para que las empresas que tengan una marca registrada puedan darse de alta y así presentar solicitudes para hacerse con dominios con antelación, de forma privilegiada, antes de que las extensiones aprobadas estén abiertas al público en general. Este sistema, denominado **Trademark Clearinghouse**, también envía notificaciones a las compañías cuando un usuario registra dominios con sus marcas.

Por otro lado, la consultora estadounidense Donuts dispone de más de 250 extensiones genéricas y permite a las empresas bloquear los dominios que se registren con los nombres de sus marcas.

Nominalia dispone de un equipo de **Online Brand Protection**, que se encarga de gestionar los aspectos burocráticos de la protección de la marca en internet y de evaluar las oportunidades de negocio que puedan ofrecer los nuevos dominios.

"Es importante que de todas las nuevas extensiones, las compañías seleccionen las que hagan referencia a su actividad comercial, porque el usuario final que puede contratar sus servicios o comprar sus productos va a identificar a la marca muy fácilmente. La principal



ventaja es la adaptación a los principales buscadores en este intento de sectorizar internet”, concluyó Marga Giménez.

Acerca de Nominalia

Nominalia es una empresa española de larga trayectoria. Fundada en 1997, en 2006 pasó a formar parte del Grupo DADA, con lo que pudo desarrollar todo su potencial. El Grupo DADA es una compañía líder en la gestión de la presencia en Internet de personas y empresas, y tiene sedes en Italia, en Reino Unido, Irlanda Francia, Portugal y Holanda a través de las marcas Register.it, Namesco Limited y Grupo Amen.

Con un equipo de profesionales especialistas en presencia online, Nominalia propone a sus clientes una oferta de servicios de calidad accesibles desde la Red y con una gestión a través de herramientas fáciles e intuitivas. Además de ser un registrador acreditado por la ICANN, Nominalia posee una extensa lista de reconocimientos y garantías internacionales que aseguran su presencia en Internet.

Toda la información sobre Nominalia está disponible, en <http://www.nominalia.com> y en su canal en Facebook, <http://www.facebook.com/nominalia>.

Para más información, contactar con:

Marco de Comunicación, 91 458 54 90

Pablo Bronte - pablo.bronte@marcodecomunicacion.com