

Annuario 2012

I dati del Registro.it

25 anni
Registro 

Annuario 2012

-
- 3** **una rivoluzione quotidiana**
a daily revolution
di *Marco Ferrazzoli*
-
- 6** **il Registro, questo conosciuto**
the Registry, this familiar institution
di *Anna Vaccarelli*
-
- 8** **uno studio del Cnr mostra il digital divide**
Cnr study reveals the digital divide
di *Maurizio Martinelli e Michela Serrecchia*
-
- 11** **più visibilità e più business per le imprese con il .it**
more visibility and more business
for companies with a dot .it domain
di *Stefania Fabbri*
-
- 13** **il Registro .it: l'anagrafe dei domini**
the Italian Registry: the database of domains
-
- 14** **un po' di storia**
a bit of history
-
- 16** **tutti i numeri di .it**
all the numbers for .it
-
- 23** **Idn (Internationalized Domain Names)**
IDN (Internationalized Domain Names)
-
- 24** **imprese, cittadini ed enti pubblici**
businesses, citizens and public bodies
-
- 26** **i Registrar**
The Registrars
-
- 28** **dispute e aspetti legali**
disputes and legal aspects
-
- 30** **il Registro e gli altri**
the Registry and others
-
- 31** **comunicare il .it**
communicating dot.it
-
- 34** **conclusioni e previsioni**
conclusions and forecasts

Annuario Registro Dati 2012
è un supplemento di

focus.it

Direttore responsabile

Marco Ferrazzoli

Coordinamento editoriale

Anna Vaccarelli

Grafica e impaginazione

Giuliano Kraft

Comitato redazionale

Francesca Nicolini

Stefania Fabbri

Beatrice Lami

Fonte dati

Unità sistemi e sviluppo
tecnologico del Registro .it.

Elaborazione a cura di
Lorenzo Luconi Trombacchi

Stampa

Pacini Editore Sp.A.

Via A. Gherardesca

56121 Ospedaletto (PI)

Direzione - Redazione

Unità relazioni esterne, media e
comunicazione

del Registro .it

Via G. Moruzzi, 1

I-56124 Pisa

tel. +39 050 313 98 11

fax +39 050 315 27 13

e-mail: newsletter@nic.it

website: <http://www.registro.it/>

Responsabile del Registro .it

Domenico Laforenza

Registrazione al Tribunale di Pisa

n° 17/06 del 21 luglio 2006

Stampato su carta ecologica

Chiuso in redazione

30 aprile 2012



una rivoluzione quotidiana a daily revolution

I 25 anni del Registro .it non sono un semplice compleanno ma un pezzo di storia italiana. Il bilancio è positivo, ma bisogna adeguare il Paese a quest'innovazione epocale e continuativa, poiché crescita culturale ed economica crescono in parallelo

di Marco Ferrazzoli

The twenty-five years of the Italian Registry are not just a simple birthday but represent a part of Italian history. Overall the picture is positive, but the Country needs to adapt to this epic and ongoing innovation, because cultural and economic development grow in parallel

Ci voleva l'ultimo libro di Gianni Riotta per inaugurare, speriamo, una nuova fase nelle analisi su Internet: senza tecnofobie e senza entusiasmi eccessivi, attenta alle potenzialità enormi di questa rivoluzione ma anche allo stretto collegamento tra Internet e le precedenti innovazioni mediatiche. 'Il web rende liberi?' (Einaudi) potrebbe essere il segnava di un atteggiamento pragmatico e libero da pregiudizi come quelli che, ancora di recente, hanno condizionato molti commenti.

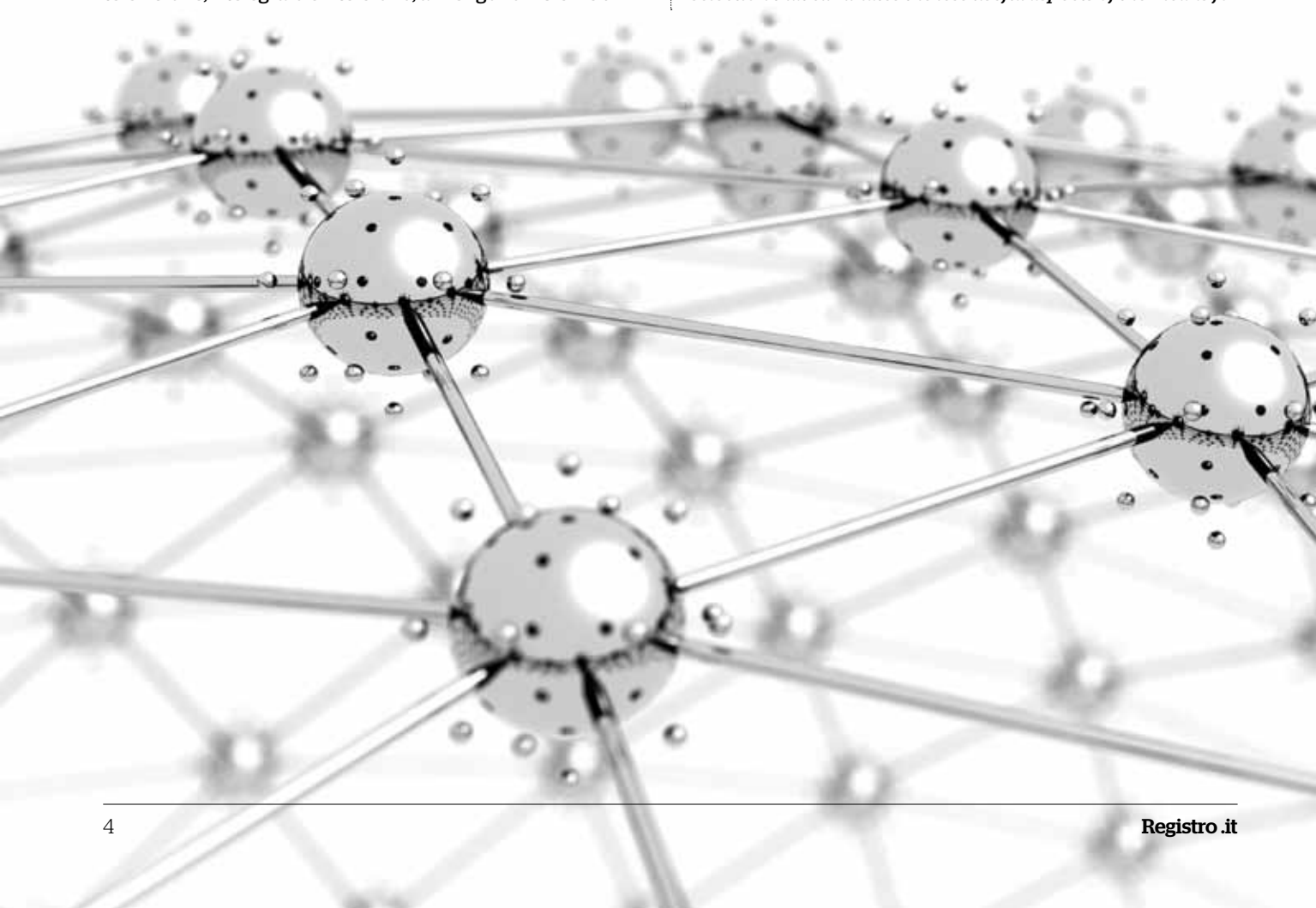
Pensiamo solo alla polemica contro lo streaming: un'opportunità straordinaria che, come spesso accade quando la contrapposizione politica si mette in mezzo, è diventata addirittura il pretesto di uno scontro su vecchia e nuova democrazia. Addebitare agli strumenti il cattivo uso che ne possiamo fare non ha ovviamente senso, dobbiamo invece accrescere la nostra competenza per utilizzarli al meglio: sia per le giovani generazioni che devono crescere in modo consapevole, sia per quanti hanno conosciuto il passaggio dal cartaceo e dall'analogico alla tecnologia digitale, inclusi i più anziani che lo vivono con maggiori difficoltà di alfabetizzazione ma che dalla padronanza di informatica e telematica possono ricavare enormi vantaggi.

I 25 anni del .it non sono quindi il semplice compleanno del Registro che li accredita, ma un vero e proprio pezzo di storia italiana. Un quarto di secolo è un periodo abbastanza lungo per fare bilanci, constatare con soddisfazione i progressi raggiunti e soprattutto pianificare le azioni urgenti per adeguare il Paese a una innovazione epocale che prosegue di giorno in giorno. Anche in questo, la Rete segue ed evolve il progresso multimediale di ieri: come per la stampa, la televisione, il telegrafo e il telefono, avvengono insieme un

Gianni Riotta's latest book is, we hope, what was needed to inaugurate a new phase of analysis into the Internet: without technophobia or excessive enthusiasm and aware of the enormous potential of this revolution but also the close connection between the Internet and prior media innovations. "Does the Web make you free? (Einaudi) could point us the direction of an approach that is pragmatic and free of prejudices unlike those that have recently influenced much analysis. We only need to think of the opposition to streaming, an extraordinary opportunity that as often occurs when political opposition is involved, even became the justification for an attack on old and new democracy.

There is no clear sense in blaming tools for the bad use that can be made of them, rather we should develop our skills to use them to the best. This is both the case for the younger generations that need to evolve in a conscious manner and for those who were exposed to the transition from paper and from analogue to digital technology, including the elderly who live with higher literacy difficulties but who can draw enormous advantages from mastery of IT and communication technology.

The twenty-five years of .it are therefore not just a simple birthday celebration for the Registry but a real part of Italian history. A quarter of a century is long enough to form an overall picture, note with satisfaction the progress achieved and in particular plan the urgent action required to bring the Country in line with an epic innovation that continues relentlessly. In this respect as well, the Internet follows and develops the multi-media progress of the past. As for the press, the television, the telegraph and the telephone, a process of Darwinian selection that eliminates the less useful aspects of the means for



processo di selezione darwiniana, che porta a eliminare gli aspetti del mezzo meno utili alla collettività, e un adattamento lamarckista, per cui si sviluppano soprattutto quelli deputati alle funzioni più necessarie. Il Censis calcola nel 62,1 la percentuale degli italiani online, più del doppio rispetto al 27,8 del 2002. È un dato importante e in qualche modo scontato, ora bisogna lavorare soprattutto sulla qualità di questa "connessione", ancora troppo limitata ad attività minimali ancorché essenziali, come l'email, la ricerca sui motori o la frequentazione dei social, oltre che a quelle ludiche: Google, Wikipedia, Facebook, Ruzzle e poco altro. La nostra insistenza sul legame tra possesso e utilizzo di un dominio a targa italiana e crescita delle aziende non è solo un'operazione di "marketing" del Registro, nasce dalla convinzione che crescita culturale ed economica, nella società dell'informazione, siano legate indissolubilmente.

Non è al 3,4% del Prodotto interno lordo del G8 attribuito dal rapporto McKinsey a Internet che dobbiamo guardare, ma ai 2,6 posti di lavoro creati per ognuno che si perde. E in particolare all'impatto per le piccole e medie imprese, considerata la loro diffusione in Italia: su un campione di 4.800 a livello internazionale, McKinsey stima la crescita legata al web dal 2000 a oggi doppia di quella del decennio precedente e quella dei marchi che progettano e producono con sistemi 2.0, doppia rispetto ai concorrenti che usano un modello tradizionale. Se India e Cina, come sempre, anche per l'economia della Rete crescono a un tasso per noi inarrivabile, in Italia i dati di Digital advisory group e Akamai sono allineati ai nostri rilevati da Pragma: 700.000 posti creati, 1,8% in più di quelli perduti. Ma in Francia sono 2,4 ed è almeno a questo benchmark d'oltralpe che dobbiamo guardare.

the whole and a Lamarckian adaptation occur together, thus developing functions designated as most necessary.

The Censis reports that 62.1% of Italians are online, more than double the 27.8% reported in 2002. This is an important and somewhat inevitable figure.

Now the focus needs to be on the quality of this "connection" that is still too limited to minimal or even basic activity such as email, the use of search engines or the social and educational networks: Google, Wikipedia, Facebook, Ruzzle and little more. At the Registry, our insistence on the link between ownership and use of an Italian domain and a companies' growth is not just a "marketing" operation, it is born from the conviction that cultural and economic growth are inextricably linked in the information society.

It is not the 3.4% of the G8 Gross Domestic Product attributed by the McKinsey report to the Internet that should be our focus but the 2.6 jobs created for each one that is lost and particularly the impact on small and medium-sized businesses, given their distribution in Italy.

In a sample of 4,800 international businesses, McKinsey estimates that the growth connected with the Web from 2000 to date is double that of the previous decade and that of brands that design and produce with 2.0 systems is double that compared to competitors who use a traditional model.

If India and China grow at a rate that is still unattainable for us, including with respect to the Internet economy, the data of the Digital Advisory Group and Akamai are in line with our own for Italy as reported by Pragma: 700,000 created jobs, 1.8% more than those lost. But the figure for France is 2.4% and at least as far as this benchmark is concerned, it is beyond the Alps that we should now look.

25 anni.it

"Dietro l'angolo ci aspetta un mondo
connesso e senza confini"
(Luca Trombetta)

HOME

CHIAMO

VIDEOPROTAGONISTI

VIDEOCONTEST

CONTATTI



Italdesign-Giugiaro

"La scelta del .it è legata
alla valorizzazione delle nostre radici,
fortemente radicate nel nostro paese
e che riecheggiano anche
nel nome dell'azienda, Italdesign".



il Registro, questo conosciuto the Registry, this familiar institution

In 25 anni di vita del .it, l'anagrafe dei domini italiani ha reso il proprio volto rinoscibile, grazie a un sito web dedicato e a una comunicazione chiara, diretta verso giovani e imprese. Ma c'è ancora tanto da dire e da "comunicare", affinché l'identità digitale diventi veramente una priorità condivisa

di Anna Vaccarelli

In 25 anni sono inevitabilmente cambiate tante cose. Il Registro stesso è mutato molto da un punto di vista tecnico e soprattutto della comunicazione, grande assente degli anni passati. Il primo comunicato stampa che annunciava il collegamento di Rete 25 anni fa a Pisa, cadde praticamente nel vuoto: nessuna eco. Oggi invece l'attenzione dei media verso Internet e il mondo dei domini è molto alta. Il Registro si è adeguato a questo cambiamento di interessi e ha cercato di costruire una comunicazione efficace. Come prima cosa, il Registro .it ha deciso di farsi conoscere

In the .it 25 years of existence, the Registry of Italian domains has updated its identity, making it recognisable thanks to a special website and clear, direct communication aimed at young people and businesses. However, there is still a great deal to say and to "communicate" before digital identity truly becomes a priority for everyone

In 25 years, many things were bound to change. The Registry itself has changed a great deal from a technical point of view and, above all, in the way it communicates, an aspect which was notable for its absence in the past. The first press release announcing our Internet connection 25 years ago in Pisa practically fell on deaf ears: there was no reaction. In contrast, today media interest in the Internet and in domain names is very high indeed. The Registry has adapted to this change in interest and has sought to build an effective system of marketing and communication. First of all, the Italian Registry decided

dagli utenti e non soltanto dagli esperti del settore: nessuno, o pochi, sapevano chi fosse ad assegnare i nomi a targa .it. Era necessario arrivare alla gente comune, soprattutto a chi non possedeva già un nome Internet, con una metafora chiara e semplice: l'anagrafe dei nomi Internet italiani. Allo stesso tempo, la struttura ha rinnovato il suo sito web che è il fulcro della sua comunicazione, un sito pensato per navigatori poco esperti che possono trovare informazioni elementari di interesse.

L'anagrafe italiana ha deciso poi di curare maggiormente il rapporto con i media cercando di fornire notizie di interesse per un pubblico più vasto possibile. La divulgazione delle attività e la diffusione della cultura di Internet rimangono i

cardini di una comunicazione che si rivolge al pubblico privilegiato dei giovani, che sono il nuovo popolo di navigatori della Rete e il cuore pulsante della società di domani, una società di nativi digitali e "digitalizzata".

Intraprendere una strategia di comunicazione significa anche la partecipazione attiva e l'organizzazione di eventi: l'Internet Festival è uno dei maggiori dei quali il Registro è socio e protagonista.

Il lavoro da fare è ancora tanto, ma il Registro ora è una struttura più conosciuta e la missione futura sarà quella di arrivare sempre più lontano, alla conquista di imprese che non hanno ancora un .it e alla diffusione della cultura di Internet che tesserà il tessuto sociale e umano di domani.



Anna Vaccarelli

to introduce itself to users and not limit itself to addressing industry experts. Few, if anyone, knew who it was who assigned .it domain names. We needed to reach ordinary people, especially those who did not already have an Internet name, using a clear and simple metaphor: the Registry of Italian Internet names. At the same time, the organisation redesigned its website - the cornerstone of its communication - a website designed for inexperienced Web users who can find the basic information that interests them there. The Italian Registry then decided to pay more attention to its relationship with the media by endeavouring to provide news which would interest the widest possible audience. The promotion of its activities and the spread of Internet culture remain the

linchpins of a communication strategy which addresses an audience of primary importance: young people, the new population of Internet users and the beating heart of tomorrow's society, a society of digital and "digitised" natives. Embarking on a marketing and communication strategy also means actively participating in events and organising them: the Internet Festival is one of the most important events where the Registry is both a partner and a leading player. There is still a great deal of work to be done, but the Registry is now a more familiar organisation and its future mission will be to reach ever further, in an effort to conquer businesses that still do not have an .it domain name and to promote Internet culture, which will weave the social and human fabric of tomorrow.

25 anni
Registro.it



uno studio del Cnr mostra il digital divide

Cnr study reveals the digital divide

Sono le imprese a registrare più domini .it e il divario "digitale" tra Centro-Nord e Sud rimane netto. Il Paese deve ancora investire nella Rete e nelle tecnologie. E pensare al futuro, in termini di investimenti e prospettive

di Maurizio Martinelli e Michela Serrecchia

Lo studio sulla diffusione di Internet in Italia, condotto dall'Istituto di Informatica e Telematica (Iit-Cnr) nell'ambito delle attività del Registro .it - utilizza una metodologia unica a

Registration of .it domains is more frequent among businesses. The "digital" divide between the Centre-North and the South remains notable. The Country must still invest more in the Internet and technology and look to the future in terms of investments and opportunities.

The study on the spread of the Internet in Italy, conducted by the Institute for Informatics and Telematics (Iit-Cnr) on the activity of the .it Registry uses a method that is unique in

livello europeo. In particolare, lo studio si basa sul "tasso di penetrazione" (Tp), che misura la diffusione di Internet in base al rapporto tra il numero dei nomi a dominio .it e la popolazione residente, prendendo in considerazione le varie tipologie di soggetti registranti. Il "tasso di penetrazione" consente di avere un'indicazione oggettiva sulla diffusione di Internet a livello nazionale, di macro-area (Nord, Centro, Sud) di regioni e province.

L'analisi dei dati misurati a settembre 2012 ha evidenziato che le imprese registrano più della metà dei nomi a dominio (52,98%), seguite dalle persone fisiche (31,31%) e dai liberi professionisti (7,97%). Gli enti no-profit guadagnano la quarta posizione con il 4,92% dei nomi italiani e gli enti pubblici la quinta con l'1,70%.

I risultati della ricerca riconfermano, inoltre, un netto divario "digitale" tra Centro-Nord e Sud. Il Centro registra il tasso più alto di penetrazione (294,03 domini ogni 10.000 abitanti), seguito dal Nord (286,51) e dal Sud (163,84). Tale tendenza si conferma anche a livello regionale e provinciale 10 regioni del Centro-Nord registrano un "tasso di penetrazione" superiore a quello nazionale (246,37) e queste 2 sono nel Nord-Ovest (Lombardia e Valle D'Aosta), 4 nel Nord-Est (Emilia Romagna, Friuli Venezia Giulia, Trentino Alto Adige e Veneto) e 4 nel Centro (Lazio, Marche, Toscana e Umbria). Delle 40 province che hanno un Tp superiore a quello nazionale, il 40% risulta al Centro, il 35% al Nord-Est, il 22,50% al Nord-Ovest e appena il 2,50% al Sud.

Il divario "digitale" è ulteriormente confermato dall'analisi per tipologie di registranti un nome a dominio .it: imprese, persone fisiche, liberi professionisti ed enti no-profit. Per le imprese, sono 42 le province che registrano un Tp superiore a quello nazionale: di queste, il 50% sono del Nord-Est, il 28,57% del Centro, il 21,43% del Nord-Ovest, nessuna del Sud. Il settore in cui Internet è maggiormente diffuso è quello

Europe. In particular, the study is based on the "penetration rate" (Tp) that measures the spread of the Internet based on the ratio between the number of .it domain names and the resident population, taking into consideration the various types of registered subjects. The "penetration rate" provides an objective indication on the spread of the Internet on a national level, in macro-areas (North, Centre, South), regions and provinces. The analysis of data in September 2012 revealed that businesses register more than half of the domain names (52.98%), followed by individuals (31.31%) and self-employed professionals (7.97%). Non-profit organisations are in fourth position with 4.92% of Italian names and public authorities are in fifth position with 1.70%.

The research results also reconfirm a notable "digital" divide between the Centre-North and the South. The Centre has the highest rate of penetration (294.03 domains for every 10,000 inhabitants), followed by the North (286.51) and the South (163.84). This tendency is also confirmed at a regional and provincial level, ten regions of the Centre-North register a "penetration rate" above the national level (246.37) and of these two are in the North-West (Lombardy and Valle D'Aosta), four are in the North-East (Emilia Romagna, Friuli Venezia Giulia, Trentino Alto Adige and Veneto) and four are in the centre (Lazio, Marche, Tuscany and Umbria). Of the 40 provinces that have a penetration rate (Tp) above the national rate, 40% are in the Centre, 35% in the North-East, 22.5% in the North-West and only 2.5% are in the South.

The "digital" divide is further confirmed in analysis by type of registrant of a .it domain, split between businesses, individuals, self-employed professionals and non-profit organisations. For the businesses, 42 provinces register a penetration rate higher than the national figure. Of these, 50% are in the North-East, 28.57% are in the Centre, 21.43% are in the North-West and none are in the South.



Michela Serrecchia e Maurizio Martinelli

no-profit. A livello nazionale ogni 100 enti no-profit 25,95 hanno un nome a dominio, un Tp ben più elevato rispetto a quello delle imprese, 12,52. Da questo settore arriva finalmente una buona notizia per il Meridione: la Campania risulta, infatti, settima a livello regionale con un Tp pari a 24,82 (di poco inferiore a quello nazionale) mentre, a livello provinciale, Bari (29,55) e Napoli (27,11) registrano un "tasso di penetrazione" superiore a quello nazionale.

Per quanto riguarda le persone fisiche emerge un forte divario di genere nell'uso di Internet, con un Tp rispettivamente pari a 127,13 ogni 10.000 uomini e 30,13 ogni 10.000 donne. Gli uomini registrano Tp più alti in tutte le fasce di età (tra le quali indistintamente dal sesso la fascia dove la diffusione è più alta è quella compresa tra i 34 e i 41 anni, con un "tasso di penetrazione" pari a 201,74 ogni 10.000 uomini e 54,79 per le donne. Per quanto riguarda le imprese, è stata analizzata per la prima volta la diffusione sulla base del settore di attività nelle tre province di Milano, Firenze e Napoli. In generale, i risultati mostrano che le imprese manifatturiere di Milano (21,32%) registrano più nomi .it di quelle fiorentine (14,76%) e napoletane (8,26%). Tuttavia, se prendiamo in esame quelle che operano nella fabbricazione di prodotti farmaceutici, registrano un nome a dominio il 50% di quelle dislocate a Firenze, seguite da Milano (41,40%) e da Napoli (20%). Seguono le imprese che operano nel settore della fabbricazione di computer e prodotti di elettronica (Firenze 35,56%, Milano 34,22% e Napoli 20,45%) e della fabbricazione dei prodotti chimici (Milano 35,41%, Firenze 34,15% e Napoli 13,54%). L'interesse per i nomi a dominio è evidente. Gli italiani sono a tutti gli effetti un popolo di "navigatori", anche se va tenuto in considerazione che la distribuzione di Internet in Italia non è capillare, e che il digitale divide letteralmente a metà il Belpaese. La strada è ancora lunga, ma essere "visibili" in Rete è, come negli altri Paesi europei, un fatto ineludibile.

The non-profit sector has the highest level of the "penetration rate". On a national level, 25.95 of every 100 non-profit organisations have a domain, a penetration rate that is notably higher than that for businesses at 12.52. This sector is also the source of long-awaited good news for the South: Campania is placed seventh on a regional level with a penetration rate of 24.82 (only a little below the national level). On a provincial level, Bari (29.55) and Naples (27.11) have a higher "penetration rate" than the national average.

With respect to individuals, there is a strong divide in the type of Internet use, with a penetration rate of 127.13 domains for every 10,000 men and 30.13 for every 10,000 women. There is a higher penetration rate among men in all the age groups (with the highest rate for both men and women in the 34-41 years group, equal to 201.74 for every 10,000 men and 54.79 for every 10,000 women).

With respect to businesses, diffusion on the basis of business sector was analysed for the first time in the three provinces of Milan, Florence and Naples. In general, the results show that manufacturing companies in Milan (21.32% .it names) register more domain names than those in Florence (14.76%) and Naples (8.26%). However, if we look at manufacturing companies that produce pharmaceutical products, 50% of those located in Florence register a domain name, followed by Milan (41.40%) and Naples (20%). These are followed by companies that manufacture computers and electronics products (Florence 35.56%, Milan 34.22% and Naples 20.45%) and those that manufacture chemical products (Milan 35.41%, Florence 34.15% and Naples 13.54%). There is clearly a high level of interest in domain names. The Italians are a population of "navigators" to all effects and purposes, even given the fact that the Internet distribution in Italy is not capillary and that the digital literally divides the Country in half. There is still a long way to go, but Internet visibility in Italy, as for other countries, is now an inescapable fact.





più visibilità e più business per le imprese con il “.it”

more visibility and more business for companies with a dot it domain

Le micro aziende con un dominio a targa italiana crescono di più. A dirlo, un'indagine condotta dalla società Pragma nel 2012. L'imprenditoria italiana, però, non è ancora abbastanza "online-attive"

di Stefania Fabbri

Il 71% delle micro-imprese italiane con un nome a dominio, ha scelto il “.it”. Questa scelta si è dimostrata un decisivo valore aggiunto di competitività, visto che ha consentito alle microimprese di aumentare la propria visibilità e di conseguenza il proprio business. A dirlo, un'indagine condotta dalla società Pragma nel 2012 e presentata lo scorso ottobre. La ricerca è stata eseguita su incarico del Registro .it per scoprire come si relazionano rispetto ai domini Internet in generale e al “.it” in particolare le piccole imprese (da 1 a 9 addetti), analizzate secondo criteri di conoscenza, comportamenti, atteggiamenti e valutazioni. L'analisi, eseguita su 1.500 aziende rappresentative di 4.317.859 imprese dei settori dell'industria, del commercio e dei servizi, rivela che il 77,2% utilizza Internet tutti i giorni. Il 92,6% degli intervistati usa la

Micro enterprises with an Italian domain are on the rise according to a Pragma survey carried out from 2012. Italian business, however, is still not sufficiently active online

A total of 71% of small businesses in Italy with a domain name have opted for dot it.

This has proved decisive in terms of added competitiveness, since it has allowed small firms to increase their visibility and thus their business.

Pragma's survey was conducted on behalf of the Italian Registry in order to reveal the benefits for small businesses in Italy of having a generic Internet name or more specifically a dot it domain. Micro businesses (1 to 9 employees), were investigated in terms of their knowledge base, strategies, attitudes and value. The analysis was performed on 1,500 small companies representing 4,317,859 businesses in the sectors of industry, commerce and services, and found that 77.2% use the Internet every day.

posta elettronica, il 70,5% dichiara di navigare in Rete per motivi legati all'attività lavorativa (studio di settore, conoscere la concorrenza, ect.). L'indagine rivela inoltre che il 21,4% usa la rete per l'e-commerce, soprattutto in riferimento agli acquisti online (14,5%). Non tutte le imprese che utilizzano il web hanno però un proprio dominio: solo il 62,7% delle aziende ne possiede uno e poco più del 9% propone la propria presenza in Rete con più estensioni. Quale che sia la 'targa' scelta (.it, .com,

.eu, ect.), gli intervistati dichiarano di avere un proprio nome per motivi legati alla "visibilità": "farsi conoscere" (63%), avere "gli indirizzi di posta personalizzati" (38,6%) e per "attività di comunicazione" (14%). Il 41% delle imprese che possiede un ".it" lo ritiene "essenziale" e il 26,8% dichiara di averlo scelto come simbolo di "italianità" e di averne ottenuto dei vantaggi. Il 41,7% ha dichiarato infatti di aver aumentato la propria visibilità ed il 41,2% del campione ha registrato un incremento legato al proprio business. "In tempi di crisi, questi

due segnali positivi sono indicativi del fatto che in Rete, con investimenti relativamente bassi, ci sono ancora margini di aumento del proprio giro di affari", commenta al riguardo Anna Vaccarelli responsabile relazioni esterne del Registro .it. Le aziende ".it" (71,6%) sono in numero maggiore nell'Italia centrale (74,1%) e nel comparto "servizi" (73,5%, contro il 69% del settore commercio), con attività prevalentemente rivolte al mercato interno. Resta comunque alta la parte di aziende che non utilizzano il web e non hanno un nome a dominio, oltre il 37% del campione, e inoltre solo il 24,2% dichiara di usare il proprio nome per attività legate alla produzione e al lavoro. Il report "Fattore Internet" (commissionato da Google al Boston Consulting Group nel 2010) evidenzia che le Piccole e medie imprese italiane "online-attive" hanno visto crescere in media i loro ricavi negli ultimi tre anni dell'1,2%, rispetto a un calo del 2,4% di quelle che hanno esclusivamente il sito web e del 4,5% di quelle non presenti in Rete. Internet rappresenta, insomma, un'importante opportunità per le micro-imprese italiane, per la loro internazionalizzazione e per il loro rilancio. L'Internet economy italiana è comunque in buona salute: nel 2010 valeva 31,6 miliardi di euro (il 2,0% del Pil), con una previsione di crescita annua attesa compresa tra il 13% e il 18% nella fascia temporale 2009-2015. Questi dati dovrebbero spingere le imprese a essere maggiormente attive e presenti in Rete, perché a guadagnarci (e non poco) è il loro business.



Stefania Fabbri

The vast majority of respondents (92.6%) said they use e-mail, and 70.5% said they surf the Net for work-related reasons (studying their sector, finding out about the competition, etc.). The survey also revealed that 21.4% use the Net for e-commerce, especially in relation to online purchases (14.5%).

Not all companies that use the web, however, have their own domain: only 62.7% of the companies have one, and just over 9% have more than one extension. Whatever the choice of

extension .it, .com, .eu, etc.), respondents stated that they have a domain name to ensure "visibility": "be known" (63%), have "a personalized email address" (38.6%), and for "communication purposes" (14%). Just 40% of those companies with a dot it domain deemed it to be "essential", and 26.8% said they had chosen dot it as a symbol of Italy and as such had reaped benefits.

Of those surveyed, 41.7% said dot it had increased their visibility and 41.2% had seen an increase in business. "In times of crisis, these positive signs are indicative of the fact that on the Net, with relatively low

investment, there is still room to increase one's business," said Anna Vaccarelli, who heads up the Italian Registry's external relations.

Companies with a dot it domain (71.6%) are more numerous in central Italy (74.1%) and in the services sector (73.5%, compared with 69% in the trade sector), whose business is primarily from the home market.

There are still many companies (more than 37%) that do not use the web and do not have a domain name in more than 37% of the sample, and only 24.2% say they use their own domain name for production and work purposes.

Another report - The Internet Factor, which was drafted by the Boston Consulting Group in 2010 on behalf of Google - shows that small and medium-sized Italian companies that are active online have seen their revenues grow an average of 1.2% over the last three years, compared to a decrease of 2.4% for those who only have a website, and 4.5% for those with no presence on the Net.

The Internet is, in short, an important opportunity for micro-Italian firms, for their internationalization and for reconquering the market. The Italian Internet economy is still in good health. In 2010 it was worth 31.6 billion euros (2.0% of GDP), with an expected annual growth forecast of between 13% and 18% for 2009 - 2015.

These data should encourage businesses to be more active and present on the Net, because making money is their business.

il Registro .it: l'anagrafe dei domini

Il Registro .it è l'organismo responsabile dell'assegnazione e della gestione dei domini Internet a targa italiana

Il servizio opera all'interno dell'Istituto di informatica e telematica del Consiglio nazionale delle ricerche (Iit-Cnr) e fin dal dicembre del 1987 gestisce tutte le attività relative alla registrazione e al mantenimento dei nomi del dominio .it in forza della delega assegnata dall'organismo sovranazionale Iana (Internet Assigned Numbers Authority, oggi Icann: Internet Corporation for Assigned Names and Numbers), cui è storicamente deputata l'assegnazione degli indirizzi Ip a livello internazionale e la gestione operativa dei Dns (Domain Name System).

L'attività di assegnazione e mantenimento dei domini .it ha carattere nazionale ed europeo: la struttura opera a diretto contatto con circa 1.300 operatori italiani e stranieri titolari di un contratto attivo con la struttura (denominati Registrar) e conta oltre 2.488.000 domini attivi.

La registrazione dei domini .it è aperta a tutti i cittadini maggiorenni dell'Unione Europea. Le norme sono codificate nel 'Regolamento di assegnazione e gestione dei nomi a dominio', il cui testo è

soggetto a revisioni periodiche su iniziativa del Registro stesso e del Comitato di indirizzo del Registro (che ha sostituito la Commissione regole), l'organo consultivo che ha il compito di garantire il miglior funzionamento del servizio alla luce dei principi di equità, trasparenza, pari accessibilità, diritti dei terzi e dei consumatori.

Ogni variazione, regolamentare o procedurale, è assunta nell'ambito di un processo di concertazione tra le parti, favorendo la libera concorrenza tra gli operatori del settore. Il Registro opera in stretto collegamento con gli organismi governativi di riferimento: in primis, il Ministero dello sviluppo economico, in qualità di dicastero vigilante sull'attività di registrazione dei nomi a dominio ex art. 15, comma 1 del Codice delle comunicazioni elettroniche.

the Italian Registry: the database of domains

The Italian Registry is responsible for assigning and managing dot it domains (henceforth Italian domains)

The service operates within the Institute of Informatics and Telematics of the National Research Council (IIT-CNR). Since December 1987, the Registry has managed the registering and maintenance of Italian domain names in line with the powers assigned to it by the IANA (Internet Assigned Numbers Authority, now ICANN: Internet Corporation for Assigned Names and Numbers), which has historically delegated the assignment of IP addresses at an international level and the operational management of the DNS (Domain Name System).

The job of assigning and maintaining Italian domains has national and European characteristics: the Registry works directly with about 1,300 Italian and foreign holders of a valid contract (referred to Registrars) and has over 2,488,000 active domains.

The registration of Italian domains is open to all adult citizens of the European Union. The rules are codified in the 'Rules of assignment and management of domain names', which is subject to regular review under the initiative of the Registry

itself and the Registry Steering Committee (which replaced the original Regulations Committee), the advisory body which has the task of ensuring the best operation of the service in terms of fairness, transparency, equal access, and the rights of third parties and consumers.

Any change, regulatory or procedural, is taken as part of a process of consultation between the parties, thus promoting free competition among operators within the sector.

The Registry works in close liaison with related Italian government agencies: above all, the Ministry of Economic Development, acting as vigilante on the activity of registering domain names under art. 15, paragraph 1 of the Electronic Communications Code.



.it e i principali ccTLD europei

.it and the main European ccTLDs

Germania .de

15.284.669

Gran Bretagna .uk

10.306.877

Olanda .nl

5.126.340

Unione Europea .eu

3.723.141

Francia .fr

2.509.842

Italia .it

2.488.608

Polonia .pl

2.405.007

Spagna .es

1.613.266

Belgio .be

1.348.409

Svezia .se

1.260.405

un po' di storia

Il processo di registrazione dei nomi a dominio sotto il country code top level domain .it è attività peculiare del Cnr fin dalle sue origini.

Già nel dicembre del 1987 Iana riconobbe il ccTLD .it, assegnandone la gestione all'Ente in virtù delle competenze tecniche e scientifiche maturate dai suoi ricercatori, tra i primi in Europa ad adottare il protocollo Ip.

Il servizio di registrazione e mantenimento dei domini italiani è stato erogato inizialmente dall'Istituto Cnuce del Cnr. Dal 1997 tale competenza è passata all'Istituto per le applicazioni telematiche (Iat-Cnr) e, a seguire, all'Istituto di informatica e telematica, nato nel 2002 dalla fusione tra lo stesso Iat e l'Istituto di matematica computazionale.

La diffusione dei nomi a dominio .it ha seguito di pari passo il più generale sviluppo di Internet in Italia.

Per i primi dieci anni l'utilizzo della Rete è rimasto confinato all'interno degli ambienti accademici e di ricerca, e la registrazione dei domini ha rappresentato nulla più di un fenomeno di nicchia.

Con l'esplosione del World Wide Web, avvenuta in Italia alla

a bit of history

The process of registering domain names under the country code top level domains .it has been a particular job of the CNR (Italian National Research Council) since its inception. Back in December 1987 IANA recognized the ccTLD .it, and entrusted the CNR with its management due to the scientific and technical expertise gained by CNR researchers, who were among the first in Europe to adopt the protocol. The service of registering and maintaining Italian domains was provided initially by the CNUCE (an institute of the CNR).

In 1997 this responsibility passed to the Institute for Telematic Applications (IAT-CNR) and, thereafter, to the Institute for Informatics and Telematics of the CNR, which was set up in 2002 from the merger between the IAT and the Institute of Computational Mathematics.

The spread of Italian domain names followed the more general development of the Internet in Italy. For the first ten years the use of the Internet remained confined to academic circles and research, and the registration of domains was little more than a niche phenomenon. With the explosion of the World Wide Web, which occurred

.it e i principali ccTLD mondiali

.it and the main worldwide ccTLDs

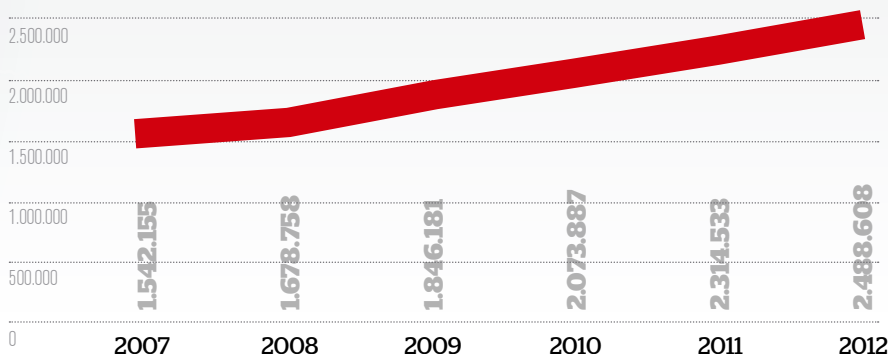
(Verisign report)

Top ccTLD Registry by Domain Name Base

1	.de	(Germany)
2	.tk	(Tokelau)
3	.uk	(United Kingdom)
4	.cn	(China)
5	.nl	(Netherlands)
6	.ru	(Russian Federation)
7	.eu	(European Union)
8	.br	(Brazil)
9	.au	(Australia)
10	.ar	(Argentina)

crescita nomi a dominio 2007-2012

domain names growth 2007-2012



Domini .it/.it domains

2007	1.542.155
2008	1.686.758
2009	1.846.181
2010	2.073.887
2011	2.314.533
2012	2.488.608

fine degli anni '90, il processo di registrazione dei nomi a dominio .it ha conosciuto un'impennata vertiginosa: il Registro .it ha progressivamente dimensionato la propria struttura operativa ai mutati carichi di lavoro e, di pari passo, ha adeguato gli strumenti normativi e tecnologici alle nuove esigenze degli operatori e del mercato.

Dopo l'eliminazione del limite al numero di domini registrabili (nel 2000 per le imprese, nell'estate del 2004 per le persone fisiche) e l'introduzione del sistema sincrono (settembre 2009), il fenomeno della corsa ai domini .it si è progressivamente assestato oltre le 30mila nuove richieste di registrazione al mese.

Il numero totale dei domini registrati al 31 dicembre 2012 è 2.488.608. Rispetto all'anno precedente scendiamo di un posto nella classifica europea, lasciando il quinto posto al .fr e guadagnando il sesto.

La crescita dei domini a livello mondiale ha subito un calo di circa il 2% e il trend generale delle registrazioni si ferma a circa il 7%: questa potrebbe essere una possibile interpretazione del variare della posizione del .it in classifica, sia mondiale che europea.

in Italy in the late 1990s, the numbers of Italian domains rocketed: the Italian Registry gradually scaled up its operating structure to changing workloads and has acquired regulatory tools and technologies for the changing demands of operators and the market.

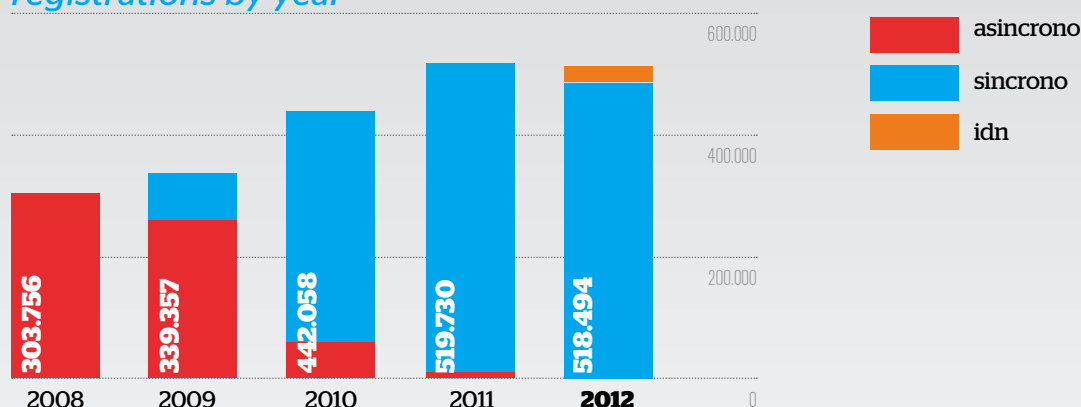
After the removal of the ceiling on the number of domains that could be registered (in 2000 for companies, in the summer of 2004 for individuals) and the introduction of the synchronous system (September 2009), the rush for Italian domains gradually stabilised at over 30,000 new registration requests per month.

The total number of domains registered as of 31st December 2012 is 2,488,608.

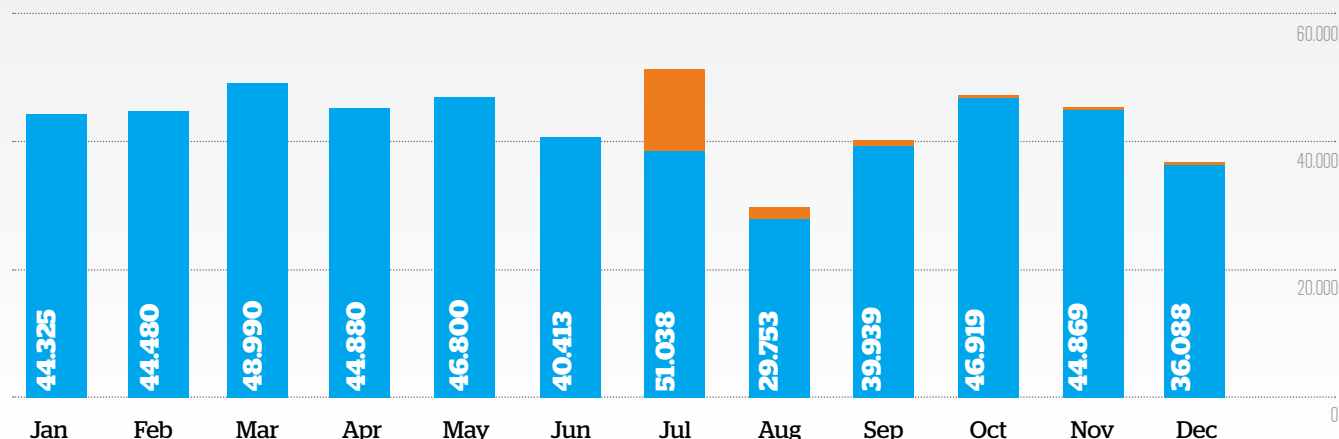
We have dropped one position in the European classification compared to last year, and are now in sixth position after France (.fr).

The growth in international domains fell by around 2% and the general trend for registrations remained at around 7%: this could be a possible explanation for the variation of position of .it in both the world and European classification.

registrazioni per anno registrations by year



registrazioni per mese registrations by month



tutti i numeri di .it

Il 2012 si chiude a quota 2.488.608 nomi a dominio registrati. Ci avviamo pertanto a festeggiare i due milioni e mezzo di nomi italiani. Il quadro generale, considerando la registrazione di 518.494 nuovi domini e la cancellazione di 344.419, vede una crescita pari al 7% circa.

Dopo il lancio degli Idn (Internationalized Domain Name) avvenuto l'11 luglio 2012, nel gruppo dei domini registrati vanno considerati anche quelli con l'accento che sono pari al 3,1% del totale.

La media mensile delle nuove registrazioni tocca la soglia di circa 43.000 domini al mese, a dimostrazione dell'interesse per il .it. Le cancellazioni sono state 344.419, un numero rilevante rispetto alle nuove registrazioni e in quanto tale motivo di indagine. Le motivazioni possono essere molteplici e sarebbe interessante riuscire a individuarne le cause.

A questo proposito può esserci d'aiuto l'indagine condotta da Pragma, per conto del Registro, su 4.317.000 piccole imprese all'inizio del 2012 (vedi grafico Pragma 1).

Sebbene le risposte raccolte sulle motivazioni della cancellazione includano anche quelle di possessori di altre estensioni, è significativo rilevare che il 54% indichi

all the numbers for .it

2012 closed with 2,488,608 registered domain names. We will therefore soon be celebrating 2.5 million Italian names. Overall the growth rate was around 7%, taking into account the registration of 518,494 new domains and the cancellation of 344,419. After the launch of Idns (Internationalized Domain Names) in July 2012, domain names also include those with an accent that amount to 3.1% of the total.

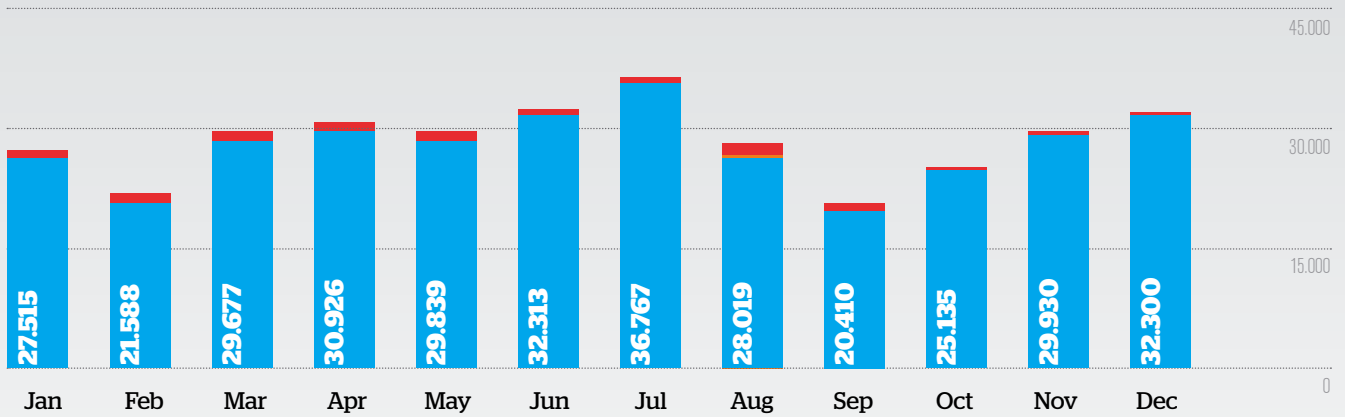
The average number of registrations has reached the threshold of 43,000 domains a month, confirming the level of interest in .it. Cancellations were 344,419, a significant number compared to new registrations and an area for further investigation. There could be many reasons for this and it would be interesting to determine the causes.

The research conducted on behalf of the Registry by Pragma on a sample of 4,317,000 small businesses at the start of 2012 may shed light on this fact. (Pragma graph 1)

Even though the reasons for cancellation include the possession of other extensions, it is significant to note that 54% indicated that the domain "was no longer of any use", whilst 27% declared that it "took too long" to maintain. Only 17% indicated a problem with costs.

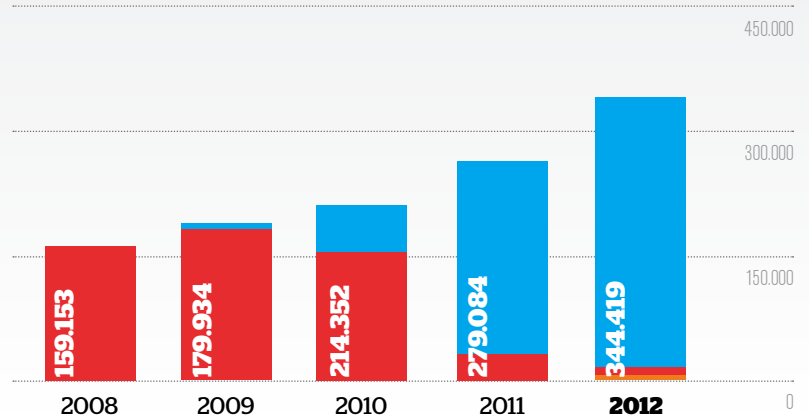
These answers all warrant further socio-economic investigation

cancellazioni per mese cancellations by month



cancellazioni per anno cancellations by year

asincrono
sincrono
idn



che il dominio “non serviva più”, mentre il 27% dichiara che la sua manutenzione “richiedeva troppo tempo”. Soltanto il 17% rileva un problema di costi.

Tutte queste risposte meriterebbero una ulteriore indagine socio-economica per riuscire a capire le vere motivazioni della rinuncia da parte di una azienda alla visibilità e opportunità fornite dalla Rete. Allo stesso tempo, capire i motivi della cancellazione di un dominio potrebbe portarci ad incoraggiare tutte le imprese che ancora non si sono lanciate nell’Internet economy.

“Il non possesso riguarda il 34,1% del campione ed include le aziende che non lo hanno mai posseduto (30,8%) e quelle che ne hanno avuto uno in passato (3,3%). Le aziende attualmente sprovviste di un dominio (30,8%), sono più numerose al Sud (40,5%), sono prevalentemente orientate al mercato interno (37,1%) e si riducono con il crescere del dimensionamento aziendale. Il non possesso di un dominio (30,8% del campione totale) nasce, prioritariamente, dalla convinzione che non sia necessario ai fini dell’attività (81,3%), convinzione ancor più netta tra le aziende dei Servizi (87,8%) e dell’Industria (85,8%), attive solo sul mercato interno (83,4% vs 65,1% Italia+estero). Una seconda

to determine the real reasons for rejection by a company of the visibility and opportunities offered by the Internet. At the same time, understanding the reasons for cancellation of a domain could help us to encourage those companies that have still not entered the Internet economy.

“Those who do not have a domain name amounts to 34.1% of the sample and include those companies that have never owned a domain (30.8%) and those that have had one in the past (3.3%). The companies that do not currently have a domain (30.8%) are more numerous in the South (40.5%), are mainly focused on the domestic market (37.1%) and are less common in larger companies. The main reason for not owning a domain (30.8% of the total sample) is the belief that it is not necessary for business (81.3%), a belief that is more widespread in Service companies (87.8%) and Industry (85.8%) and those that are only active on the domestic market (83.4% compared to 65.1% that operate in Italy and abroad). A second area concerns the use of alternative means such as personalised free email addresses (2.9%), a blog or a Facebook page (2.2%).” [1]

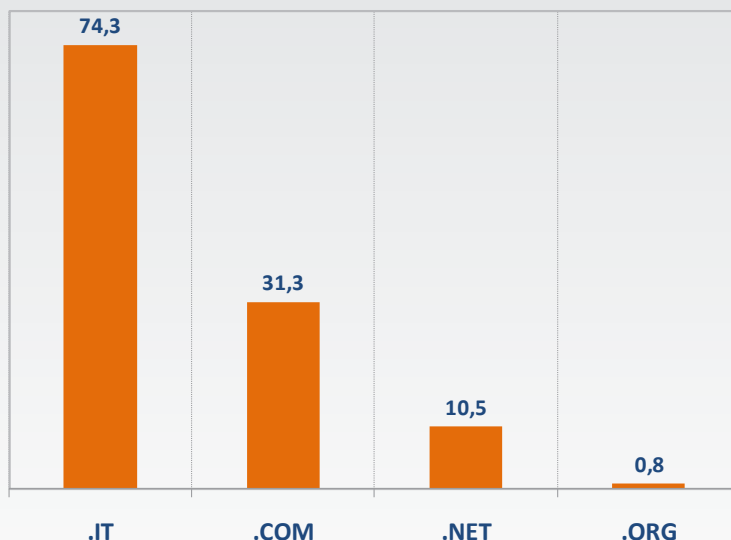
Whilst on the one hand it is true that the cancellation rate is high, on the other an equally important phenomenon is at play:

grafico Pragma 1 - Aziende che in passato hanno avuto un dominio (49 casi - 3,3% del campione)

“con quale estensione”

Pragma graph 1 - Companies that have had a domain name in the past (49 cases - 3.3% of the sample)

“with what extension?”



area riguarda invece il ricorso a mezzi alternativi come l'indirizzo e-mail personalizzato gratuito (2,9%) oppure un blog o una pagina facebook (2,2%).” [1]

È altrettanto vero che se da un lato il tasso di cancellazione è alto, dall'altro si rileva un fenomeno altrettanto importante: quello del rinnovo di un dominio “storico”. Infatti sono stati rinnovati 184.924 domini in più rispetto al 2011, sintomo di un mercato che funziona e di investimenti a lungo termine, nonostante la crisi. “Le aziende con un .it (71,6% del campione) lo possiedono in media da 6 anni, l'anzianità del dominio infatti è, nella maggior parte dei casi, compresa nella classe tra i 5 e i 10 anni (55,7%)” [2] (vedi grafico Pragma 2 e 3).

that of the renewal of a “long-term” domain.

In fact, 184,924 more domains were renewed in 2012 compared to 2011, a reflection of a market that functions well and results in long-term investment despite the economic crisis. “The companies with a .it (71.6% of the sample) have on average owned the domain for 6 years, in fact, most domains have been owned for 5-10 years (55.7%)” [2] (Pragma Graph 2 and 3).

[1] Ricerca Pragma 2012

[2] Ricerca Pragma 2012

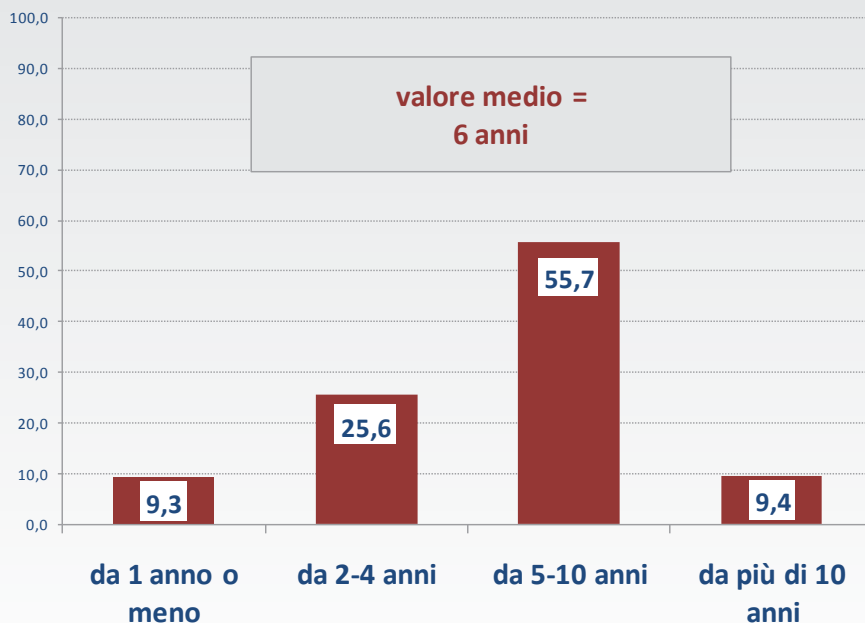


grafico Pragma 2 - Aziende con il .it
(673 casi - 44,9% del campione)

“da quanti anni avete il .it”

Pragma graph 2 - Companies with .it names
(673 cases - 44.9% of the sample)

“How long have you had a .it name?”

grafico Pragma 3 - Aziende con il .it
(673 casi - 44,9% del campione)

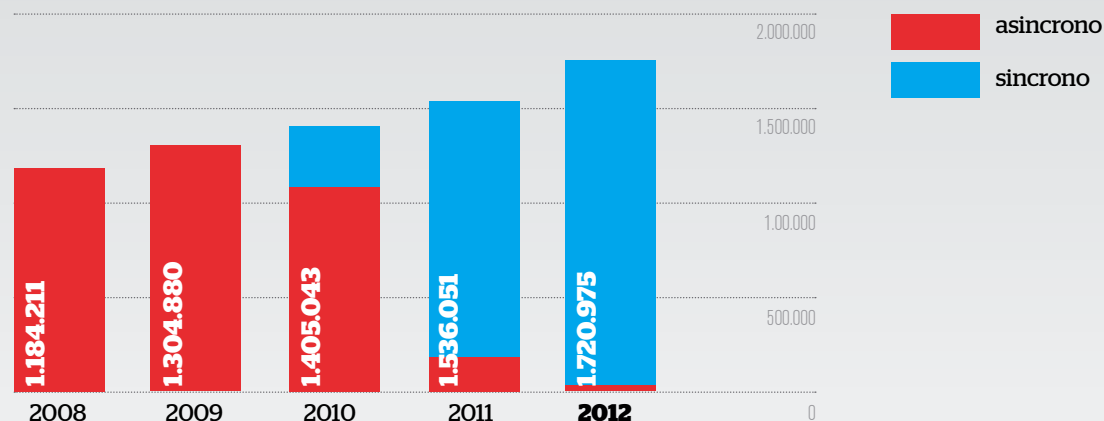
“da quanti anni avete il .it”

Pragma graph 3 - Companies with .it names
(673 cases - 44.9% of the sample)

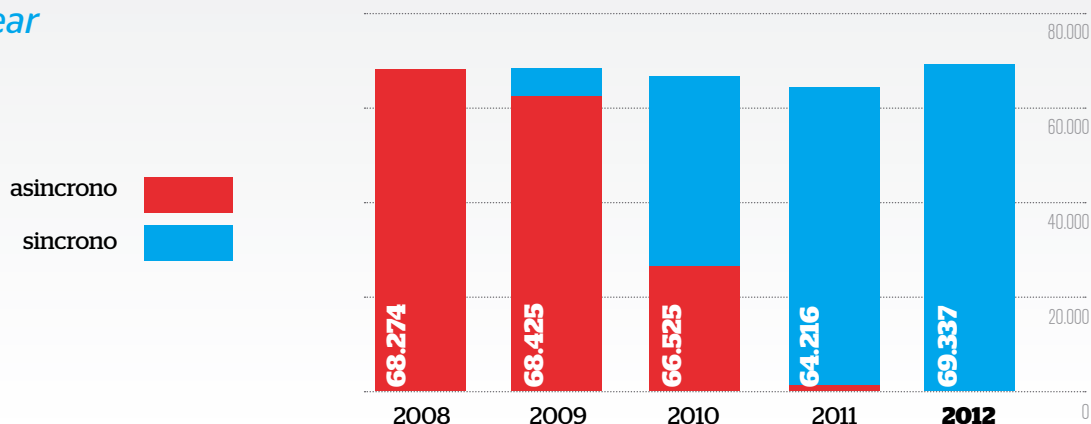
“How long have you had a .it name?”

	Totale	AREA GEOGRAFICA				COMPARTO PRODUTTIVO			NUMERO DI ADDETTI				AMBITO DI ATTIVITÀ	
		Nord Ovest	Nord Est	Centro	Sud e isole	Industria	Commercio	Servizi	1	2	3 - 5	6 - 9	Solo Italia	Italia + estero
	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%
da 1 anno o meno	9,3	8,5	4,1	13,9	9,8	6,7	8,9	10,1	7,7	15,6	9,9	6,1	11,5	4,8
da 2-4 anni	25,6	16,5	36,6	20,3	34,6	14,8	30,4	24,4	27,6	20,8	25,0	21,7	27,1	22,5
da 5-10 anni	55,7	59,0	55,5	60,6	46,7	65,3	54,1	55,0	53,1	58,0	60,0	60,2	53,4	60,5
da più di 10 anni	9,4	16,0	3,7	5,2	8,9	13,3	6,6	10,4	11,6	5,7	5,1	12,1	8,1	12,2
Totale	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Media	6	7	6	6	6	7	6	6	6	6	6	6	6	6
Base	600	196	111	144	149	57	207	336	347	100	113	40	406	193
Non risponde	10,9	9,8	17,8	8,6	8,9	20,8	9,7	9,8	11,8	10,0	9,1	10,5	11,7	9,3

rinnovi per anno renewals by year



modifiche Registrar per anno transfers by year



In Italia i domini sono rinnovati in maggioranza dalle imprese (982.613), seguiti da persone fisiche (404.831) e liberi professionisti (89.756). All'estero Inghilterra, Germania e Lussemburgo sono le nazioni che rinnovano di più, ma il dato è facilmente leggibile per il fatto che sono quelle che registrano più nomi italiani.

Resta costante il numero delle modifiche del Registrar, nel 2012 a quota 69.337 mentre salgono di quasi 15mila quelle contestuali alla modifica del Registrante. In maniera più accentuata (quasi 30mila in più rispetto al 2011) salgono le modifiche del Registrante che contano oltre 72.000 trade. Altra operazione possibile sui domini, dall'introduzione del sincrono, è quella del recupero.

Questa possibilità riguarda i domini in fase di cancellazione che possono essere ripristinati dallo stesso Registrar (che li aveva in gestione) entro 5 giorni dal passaggio nello stato di pendingDelete/redemptionPeriod o negli stati di negli stati ok/noRegistrar o inactive/noRegistrar. Il numero dei recuperi di nomi prossimi alla cancellazione è aumentato di anno in anno: nel 2012 sono stati ben 32.845.

In Italy, domains are most frequently renewed by businesses (982,613) followed by individuals (404,831) and self-employed professionals (89,756). With respect to the foreign market, the UK, Germany and Luxembourg are the countries with the highest rates of renewal, but this figure is explained by the fact that these are the countries that register more Italian names.

The number of changes by Registrars remains constant at 69,337 in 2012, while changes in Registrants increased by almost 15,000.

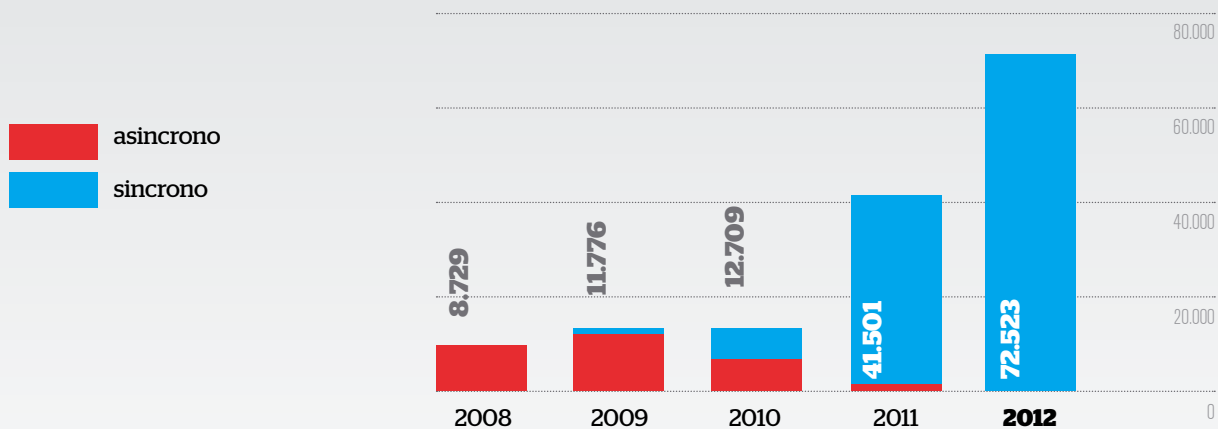
Changes by Registrants was even more notable (almost 30,000 more compared to 2011) that number more than 72,000 trades. Another possible operation since the introduction of synchronisation, is that of redemption.

This involves domains in the cancellation phase that can be redeemed by the same Registrar (who was managing them) within 5 days from moving to the pendingDelete/redemption-Period status or to the ok/noRegistrar or inactive/noRegistrar status.

The number of redemptions of names close to cancellation has increased year by year, with no less than 32,845 in 2012.

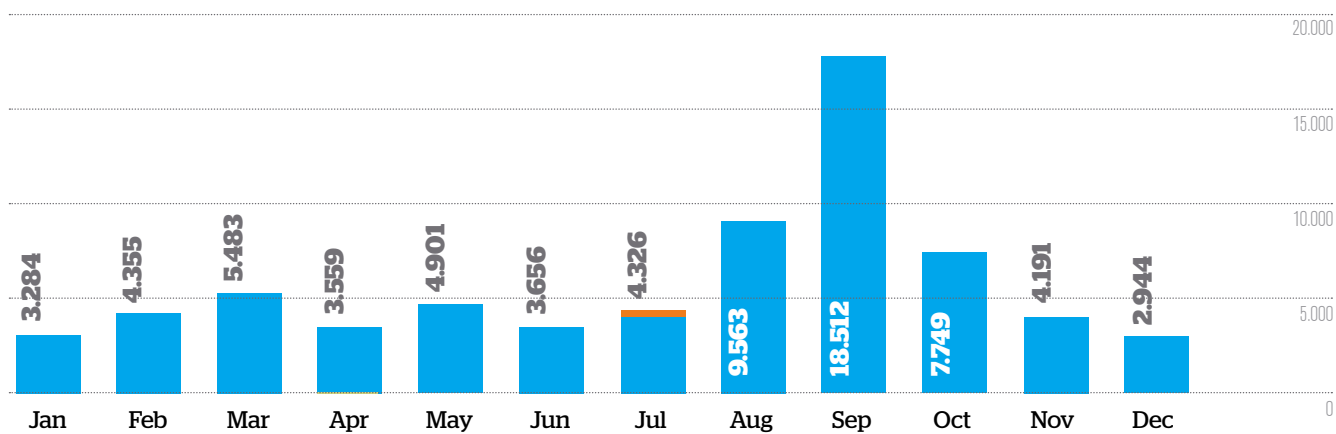
modifiche Registrante per anno

trades by year



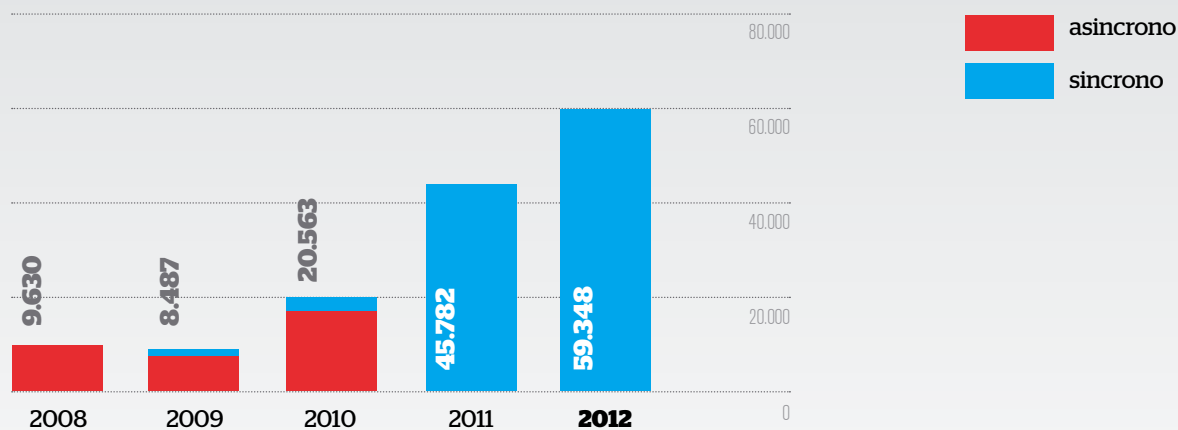
modifiche Registrante per mese

trades by month



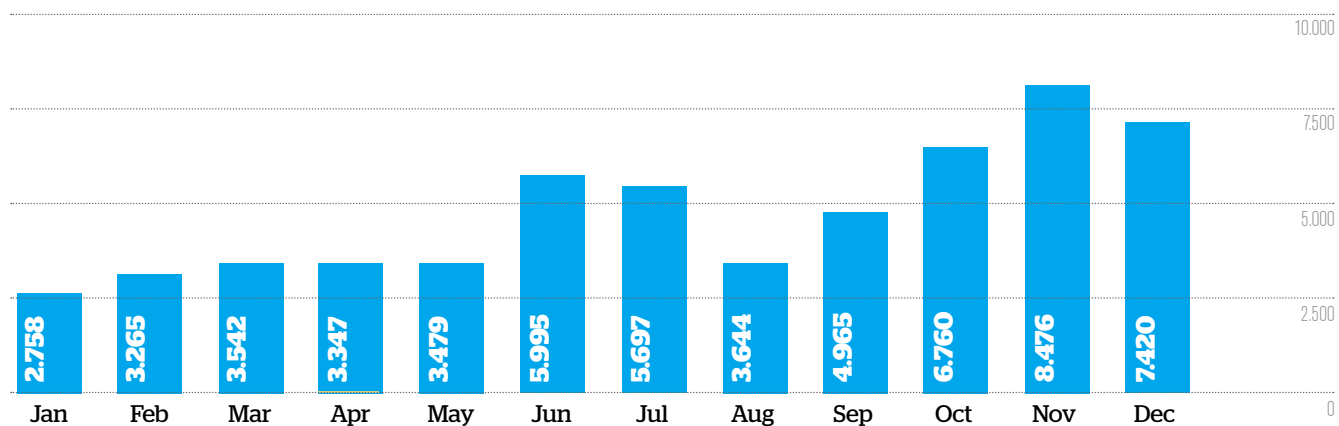
modifiche Registrar e Registrante per anno

transfers with trade by year



modifiche Registrar e Registrante per mese

transfers with trade by month





Idn (Internationalized Domain Names)

Dall'11 luglio 2012, il .it ha l'accento e parla anche francese e tedesco. Con l'ampliamento del set dei caratteri dall'estate 2012 è possibile registrare, non soltanto nuovi nomi con l'accento, ma anche i corrispettivi, francese e tedesco, dei nomi già registrati in italiano (ad esempio "ragazzo.it" può diventare "garçon.it", oppure "strasburgo.it" trasformarsi in "straßburg.it"). Il primo nome Idn a targa .it è "perché.it", registrato dopo appena 3 secondi (dopo altri 5 secondi esisteva già anche l'avverbio con l'accento errato "perchè.it"), il secondo "più.it", seguito da "casinò.it". Tra i primi cento nomi le parole più comuni come papà, caffè e società, ma anche parole con accenti "forzati" come agenti, pizzata e italià. Non mancano i nomi delle città scritti nella lingua d'origine: "österreich.it" e "köln.it".

Gli Idn (Internationalized Domain Names) hanno fatto registrare in sole quattro ore quasi 8mila domini. Nei primi cinque minuti sono state gestite 19mila richieste, che hanno portato alla registrazione di 1.737 nomi, assegnati secondo il principio del "first come first served". La crescita è stata esponenziale fin da subito: dopo 30 minuti i domini registrati erano 2.620 e dopo un'ora 3.000 (le richieste totali pervenute 92.362). Il bilancio di fine anno si è chiuso con circa 16mila domini: una partenza con fuochi d'artificio che si è tuttavia ridimensionata nel corso dei mesi.

I sistemi del Registro hanno funzionato perfettamente, sostenendo l'enorme quantità di richieste pervenute.

Idn (Internationalized Domain Names)

Since July 11th, 2012, .it has an accent and also speaks French and German. With the extension of the set of characters in summer 2012, not only can new names be registered with an accent, but the equivalent of an existing Italian name can also be registered in French and German (e.g. "ragazzo.it" can become "garçon.it", or "strasburgo.it" can become "straßburg.it"). The first .it IDN was "perché.it", registered after only 3 seconds (followed after another 5 seconds by the adverb with the incorrect accent "perchè.it"), the second was "più.it", followed by "casinò.it".

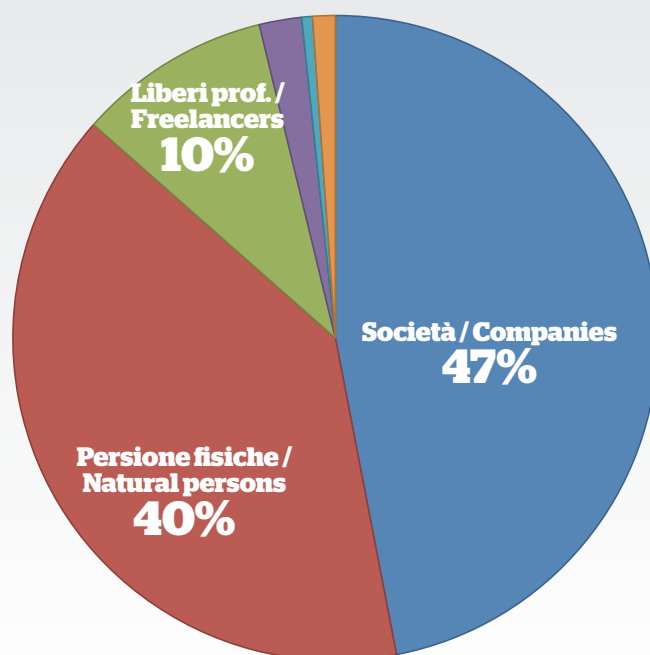
More common words such as papà (father), caffè (coffee) and società (society) are amongst the first hundred names, but also words with "forced" accents such as agenti, pizzata and italià. Then there are the names of cities in their original language: "österreich.it" and "köln.it".

The IDNs (Internationalized Domain Names) registered almost 8,000 names in only 4 hours.

Nineteen thousand requests were dealt with in the first five minutes that led to the registration of 1,737 names, assigned on a "first come first served" basis. Growth was exponential from the start. After 30 minutes there were 2,620 registered domains and 3,000 after an hour (92,362 total requests). At the end of the year there were around 16,000 domains, an explosive take-off that nevertheless settled down over the course of months. The Registry systems functioned perfectly, supporting the enormous quantity of requests.

entity tipe (italiani / italians)

Società / Companies	47%	209.122
Persone fisiche / Natural persons	39%	176.115
Liberi professionisti / Freelancers	10%	43.191
Enti no-profit / Non profit institutions	2%	9.464
Enti pubblici / Public bodies	1%	2.382
Altri / Others	1%	5.038
Totale / Total	100%	445.312



**imprese, cittadini
ed enti pubblici**

Per quanto riguarda i domini attivi assegnati a specifiche categorie (entity type) di assegnatari, le imprese si riconfermano l'apice della classifica (53,80%), seguite a ruota da persone fisiche (28,07%) e da liberi professionisti (5,90%). Rispetto al 2011 il dato rilevante riguarda gli stranieri: i domini .it registrati all'estero scendono dal 6% al 2% circa. Se con l'avvento del sincrono oltre i confini italiani il .it aveva visto una crescita degna di nota, nel 2012 si assiste a una riduzione che ci riporta ai valori della registrazioni ai tempi della carta. Gli enti no-profit mantengono una percentuale stabile (3,25) e gli enti pubblici si assestano a una percentuale dell'1,43%. La distribuzione geografica di chi registra i nomi italiani, come privato cittadino, rimane invariata: il 44,1% risiede al Nord, il 34,4% al Sud e soltanto il 23,5% al Centro. Il dato non è affatto nuovo, al Nord dove il digital divide è minore c'è un maggior numero di domini registrati da singoli individui. Si nota, al contrario, una inversione di tendenza tra Centro e Sud, sempre in riferimento al tema del digital divide. Lo svantaggio della connessione e della mancanza di banda larga non scoraggia dunque gli individui che vogliono essere

**businesses, citizens
and public bodies**

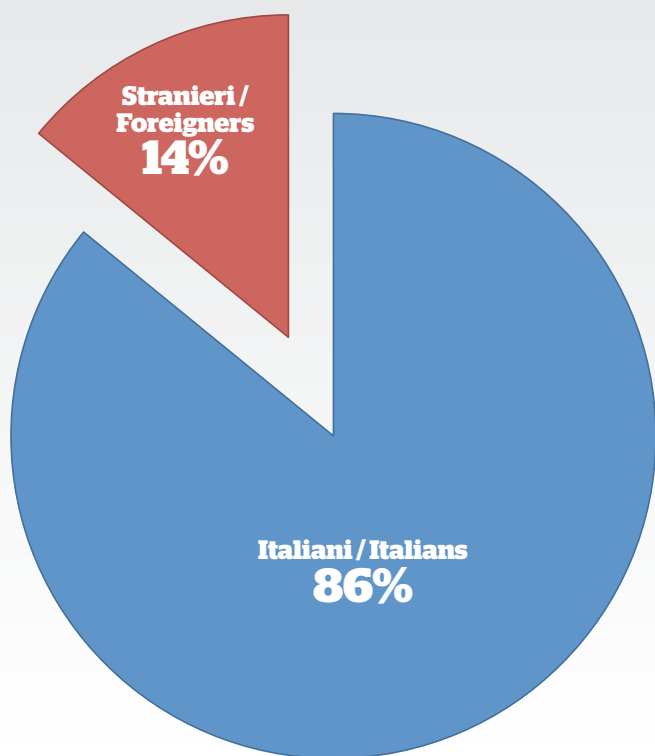
With respect to the active domain names assigned to specific entity types, businesses are at the top of the classification (53.8%), followed by individuals (28.07%) and self-employed professionals (5.90%). Of note with respect to 2011 is the data relative to foreigners: the .it domain names registered abroad decreased from 6% to around 2%. If a notable increase of .it domains was seen with the advent of synchronisation beyond the Italian border, 2012 witnessed a reduction that took us back to the figures of the time of paper registrations. The no-profit bodies maintained a stable percentage (3.25%) with 1.43% for public bodies. The geographical distribution of those registering Italian names as private citizens remained stable: 44.1% live in the North, 34.4% in the South and 23.5% in the Centre. This is in fact of no surprise. In the North where the digital divide is less pronounced, there is a greater number of domains registered by individuals. In contrast, this trend is somewhat reversed between the Centre and the South, again as a function of the digital divide. Problems with connectivity and the absence of broadband therefore does not discourage those who want to be on the Internet.

entity type (stranieri / foreigners)

Europa Ovest / West Europe	51%	37.402
Europa Nord / Nord Europe	38%	28.135
Europa Sud / Sud Europe	4%	3.432
Europa Est / East Europe	4%	3.129
Oceania	1%	816
Americhe / American continent	1%	147
Asia	1%	50
Africa	1%	13
Totale / Total	100%	73.124

domini assegnati / assigned domains

Italiani / Italians	86%	445.312
Stranieri / Foreigners	14%	73.124
Totale / Total	100%	518.436



presenti in Rete. La risalita del Sud è reale anche per ciò che concerne le imprese: nonostante esse registrino più domini al Nord (55,8%), si assiste soltanto a uno scarto del 3% circa tra Centro (23,8%) e Sud (20,4%).

Dai dati della ricerca Pragma emerge che "il possesso di più domini (9,4%) è più frequente tra le aziende che operano anche all'estero (19,7%), al Nord Ovest (12,1%), nel comparto Servizi (10,9%). Le aziende attualmente sprovviste di un dominio (30,8%), sono più numerose al Sud (40,5%), prevalentemente orientate al mercato interno (37,1%) e si riducono con il crescere del dimensionamento aziendale". [3] Sempre dal confronto con la stessa ricerca, si deduce che proprio laddove si assegnano più domini alle imprese, si verifica anche un altro fenomeno: "la non conoscenza dell'argomento [cosa sia un nome Internet, ndr] (3,3% del campione) pesa di più tra le aziende del Nord Est (6,1%) e in quelle con due addetti (4,5%)". [4]

The resurgence of the South is also the case with respect to businesses: despite the fact that more domain names are registered for these in the North (55.8%), there is a gap of only 3% between the Centre (23.8%) and the South (20.4%).

Pragma research data suggest that "the ownership of a number of domains (9.4%) is more frequent among those companies that also operate abroad (19.7%) in the North West (12.1%) and in the Service division (10.9%).

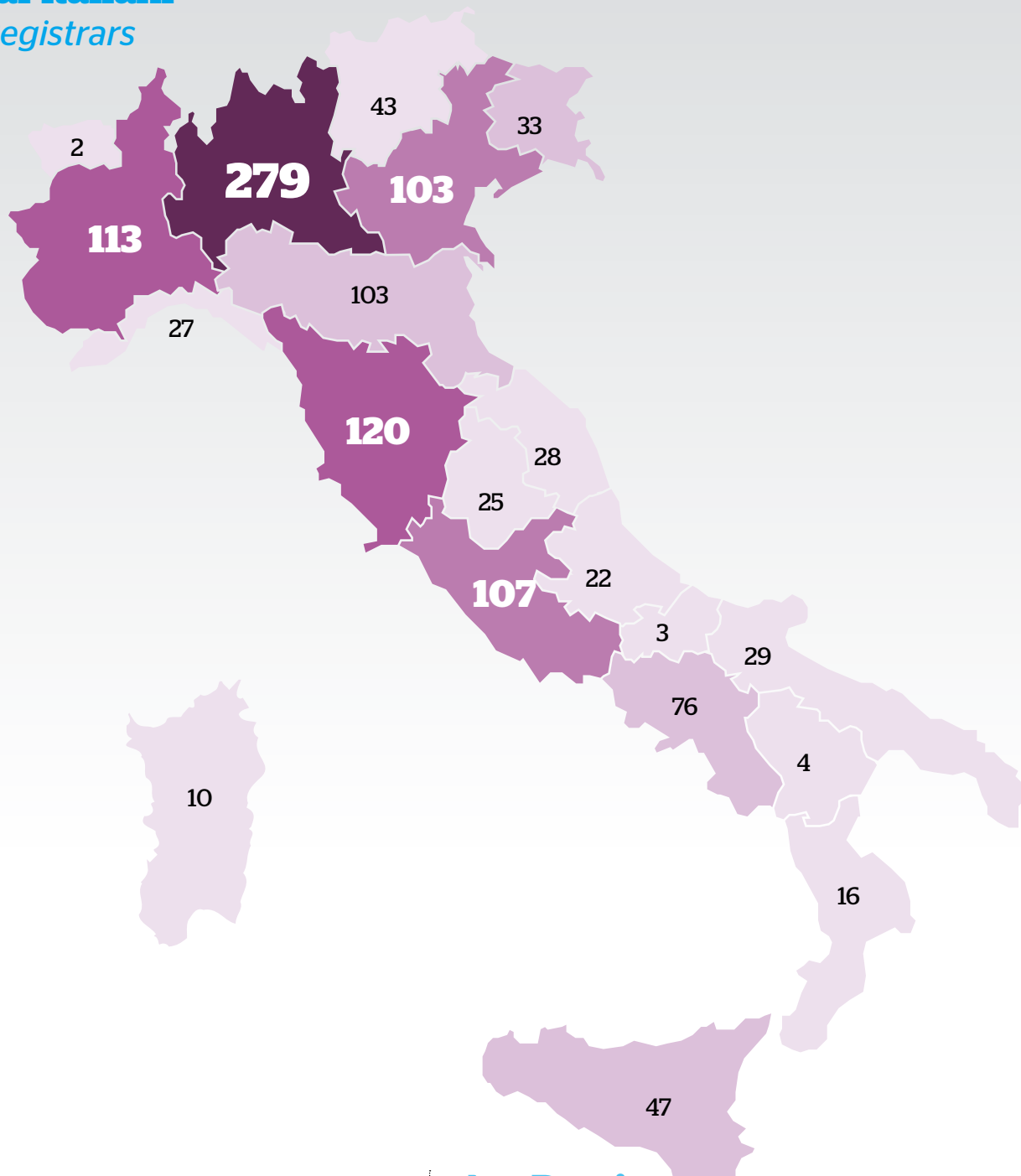
Companies that are currently without a domain (30.8%), are more numerous in the South (40.5%), mainly focused on the domestic market (37.1%) and reduce with the size of the company." [3] The same research also revealed another phenomenon in the very areas in which more domains are allocated to businesses: "lack of knowledge on the subject [what is an Internet name, Ed.] (3.3% of the sample) is more common in companies in the North East (6.1%) and in those with two employees (4.5%)". [4]

[3] Ricerca Pragma 2012

[4] Ricerca Pragma 2012

registrar italiani

italian Registrars



i Registrar

A dicembre 2012, sono 1.295 i Registrar che hanno un contratto con il Registro .it. Anche dal punto di vista degli operatori il mercato sembra essersi assestato: la maggioranza dei Registrar ha sede nel Nord e Centro Italia. Per il Nord le regioni con più Registrar si riconfermano Lombardia (279 fornitori di servizi Internet), Piemonte (113) e Veneto (103). E il Centro Italia vede ancora Toscana (120 operatori del settore), Lazio (107) ed Emilia Romagna (103).

Anche il numero dei Registrar stranieri non porta nulla di nuovo: riconfermati i primi tre posti per numero di Registrar, con Germania (26), Inghilterra (15) e Francia (9).

the Registrars

As of December 2012, there were 1,295 Registrars that had a contract with the Italian Registry.

In terms of operators as well, the market appears to be well-defined: the majority of Registrars are located in Northern and Central Italy. For the North, the regions with most Registrars are Lombardy (279 suppliers of Internet services), Piedmont (113) and Veneto (103).

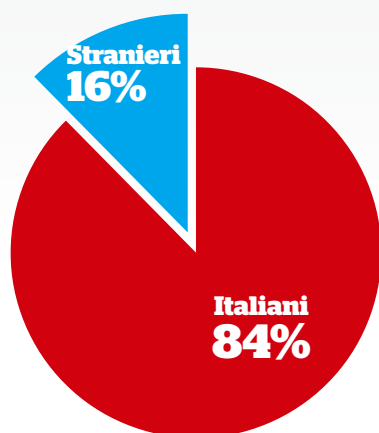
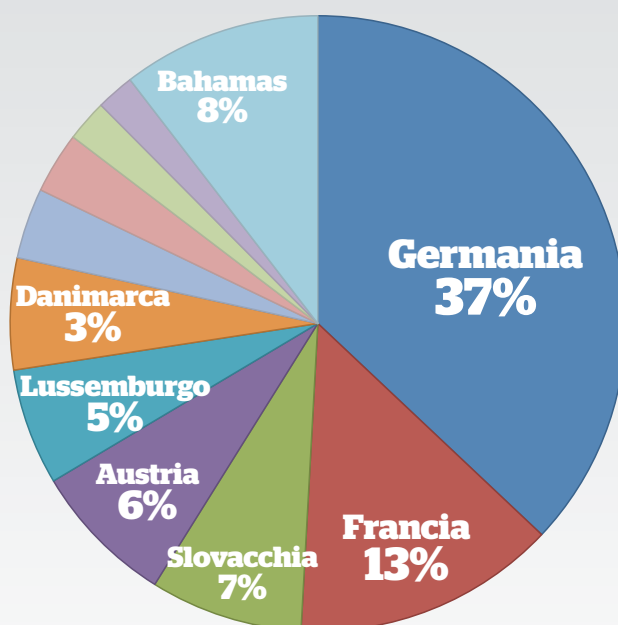
For Central Italy, Tuscany again features (120 sector operators), as do Lazio (107) and Emilia Romagna (103).

The number of foreign Registrars is also as to be expected: the first three places in the classification are again Germany (26),

registrar stranieri foreign Registrars

domini mantenuti da Registrar stranieri domains maintained by foreign Registrars

Germania/Germany	37%	137.383
Francia/France	14%	51.333
Bahamas	8%	29.742
Slovacchia/Slovakia	8%	28.038
Austria	6%	22.720
Lussemburgo/Luxembourg	6%	21.755
Danimarca/Denmark	4%	13.751
Gran Bretagna/United Kingdom	3%	11.932
Svizzera/Switzerland	2%	8.128
Olanda/Netherlands	2%	7.422
Altri/Others	10%	38.751
Totale/Total	100%	370.955



domini mantenuti da registrar italiani e stranieri domains maintained by Italian and Foreign Registrars

Italiani / Italians	84%	2.006.330
Stranieri / Others	16%	370.955
Totale/Total	100%	2.377.285

La vera novità riguarda i domini .it mantenuti dai Registrar stranieri che evidenzia una variazione di mercato a livello mondiale: c'è un chiaro spostamento di registrazioni da una parte all'altra mondo.

La Germania mantiene un eccellente primo posto (con un numero di 137.383 di .it, più del doppio rispetto al 2011), mentre i Registrar francesi guadagnano ben due posti, e si assestano al secondo con 51.33 domini. La vera sorpresa sono le Bahamas, per la prima volta in classifica, che con un solo Registrar, entrano prepotentemente in terza posizione con 29.742 di domini mantenuti.

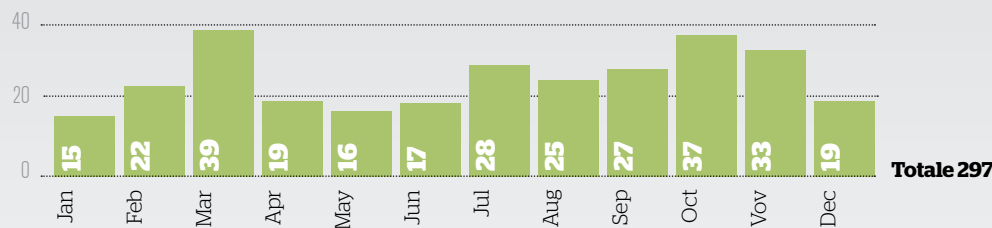
England (15) and France (9). The real novelty concerns the .it domains maintained by foreign Registrars that show a marked change on an international level: there is a notable move in registrations from one part of the world to another. Germany maintains an excellent first place (with 137,383 .it domains, more than double compared to 2011), whilst the French Registrars have gained two positions and are second placed with 51,333 domains.

The real surprise is the Bahamas that are in the classification for the first time and with only one Registrar have erupted into third position with 29,742 domains.

aspetti legali

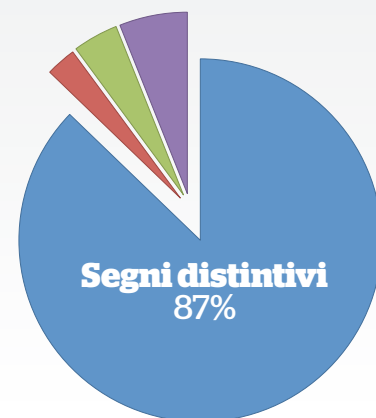
legal aspects

opposizione attivate / Disputes activated



motivi di opposizione reasons for oppositions

	Numero	%
Segni distintivi / Distinguishing marks	259	87%
Pubblica Amministrazione / Civil service	8	3%
Nomi e cognomi / First and last name	12	4%
Varie / Various	18	6%
Totale / Total	297	100%



dispute e aspetti legali

L'assegnazione di un dominio può essere oggetto di controversia tra uno o più soggetti che ne reclamino il diritto. Il Registro .it non prende parte alla risoluzione della disputa, ma mette a disposizione degli utenti uno strumento specifico: la procedura di opposizione. Essa "congela" l'assegnazione del dominio fino alla soluzione della controversia e consente a chi l'ha promossa di esercitare un diritto di prelazione sull'eventuale nuova assegnazione.

Le dispute che riguardano i nomi .it continuano a restare su un livello numericamente molto basso rispetto agli altri registri. Lo scorso anno sono state attivate 28 contestazioni in più rispetto al 2011. L'introduzione dell'Idn (Internationalized Domain Names) nel luglio 2011 non ha portato una significativa variazione rispetto all'anno precedente.

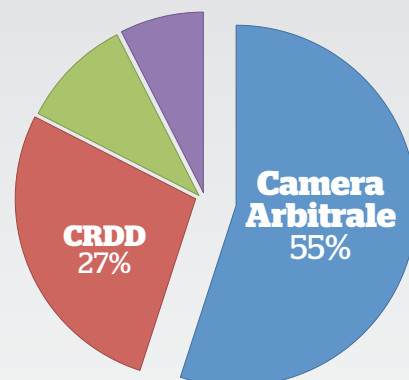
disputes and legal aspects

The assignment of a domain can be the subject of dispute between one or more entities who claim the right to it. The Italian Registry does not take part in resolving the dispute, but provides its users a specific tool: the challenge procedure. This "freezes" the allocation of the domain until the dispute has been resolved and allows those who have initiated the challenge to exercise a right of first refusal on any new assignment.

The number of disputes regarding .it names is still very low compared to the other registries. Twenty eight more disputes were initiated last year compared to 2011. The introduction of IDN (Internationalized Domain Names) in July 2011 did not lead to a significant change compared to the previous year.

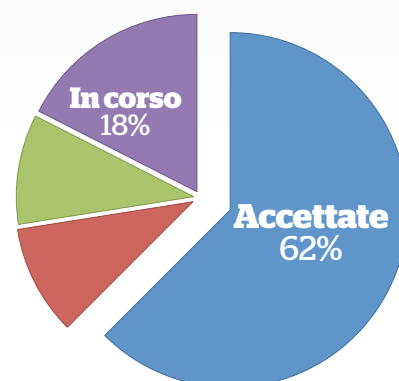
procedure di riassegnazione suddivise per PSRD reassignments by PSRD

	Numero	%
Camera Arbitrale di Milano	22	55%
CRDD	11	27%
Tonucci & Partners	4	10%
MFSD	3	8%
Totale / Total	40	100%



procedura di riassegnazione di nome a dominio sottoposto a procedura di opposizione reassignments of a domain name submitted to a dispute

	Numero	%
Accettate / Accepted	25	62%
Respinte / Refused	4	10%
Estinte / Extinguished	4	10%
In corso / Under consideration	7	18%
Totale annuo / Yearly total	40	100%



I segni distintivi dell'attività commerciale (marchi e loghi) sono il motivo principale per cui viene contestata l'assegnazione di un nome a dominio (87%), seguiti dalle dispute relative al proprio nome e cognome (4%). La tendenza a proteggere il proprio marchio o segno distintivo, anche attraverso il proprio nome, sta diventando un'esigenza sempre più diffusa.

La procedura di riassegnazione è condotta da appositi studi professionali (chiamati Prestatori del servizio di risoluzione delle dispute, Psrd) e ha lo scopo di verificare che un dominio non sia stato registrato e mantenuto in malafede.

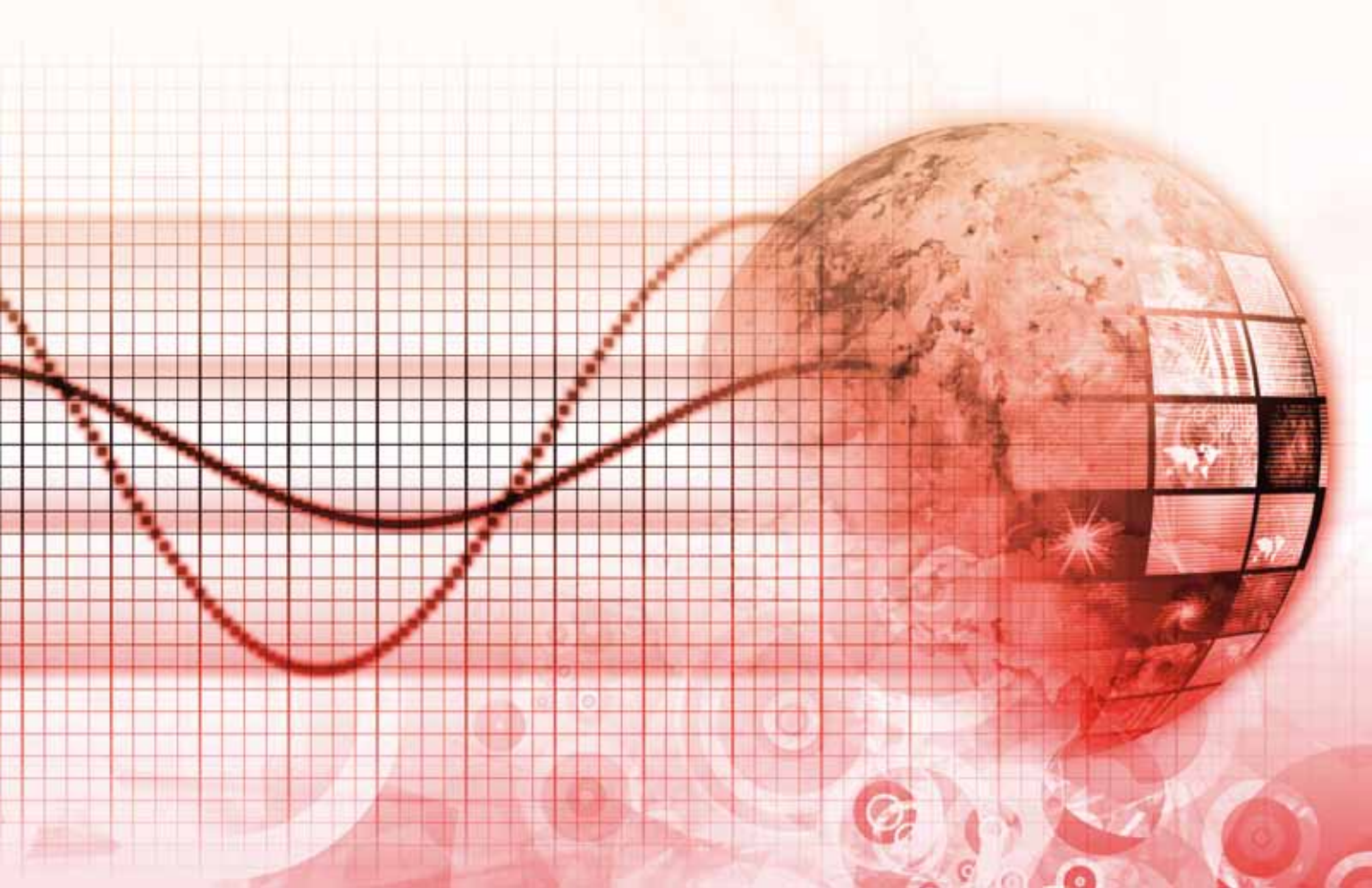
Il ricorso a questa procedura può avere come unico esito la riassegnazione del dominio al soggetto che ha iniziato l'opposizione.

The distinctive signs of commercial activity (brands and logos) are the main reason why a domain name is challenged (87%), followed by disputes relative to own name and surname (4%).

The desire to protect the brand and its distinctive signs, including through one's name, is becoming more common.

The reassignment procedure is undertaken on the basis of specific professional studies (called "Dispute Resolution Service Providers" or PRSD) and is designed to verify if a domain has been registered and maintained in bad faith.

The only outcome of this procedure is the reallocation of the domain to the entity that started the challenge.



il Registro e gli altri

Il Registro interagisce con le organizzazioni internazionali per confrontare le proprie esperienze con gli altri ccTld sulle norme e i regolamenti per i nomi a dominio, e sviluppare l'utilizzo di best practice. Le relazioni internazionali del Registro sono un riferimento necessario soprattutto per i Registrar.

Il Registro segue regolarmente le attività delle organizzazioni che si occupano del governo della Rete e ne regolano il funzionamento. In particolare di: Icann (Internet Corporation for assigned Names and Numbers); Ripe (Réseaux IP Européen-nes); Centr (Council of European National Top Level Domain Registries).

La struttura partecipa attivamente ai meeting internazionali, al fine sia di assicurarsi una propria autorevolezza, sia di coltivare la necessaria armonizzazione internazionale.

Ai diversi gruppi di lavoro associati ai meeting che si tengono in tutto il mondo, partecipano i tecnici e i responsabili delle Unità del Registro, a seconda della loro specifica competenza. Il Registro ha partecipato all'Internet Corporation for Assigned Names and Numbers (Icann) Studienkreis (Oslo - agosto); all'Internet Governance Forum (Igf) Italia (Torino - ottobre); all'Igf delle Nazioni Unite (Baku - Azerbaijan - novembre).

the Registry and others

The Registry interacts with international organisations to compare its experiences with the other ccTlds with respect to norms and regulations for domain names and develop the implementation of best practices.

The Registry's international relations are a point of reference particularly for the Registrars.

The Registry regularly monitors the activities of organisations involved in the management and regulation of the Internet in particular: Icann (Internet Corporation for Assigned Names and Numbers); Ripe (Réseaux IP Européen-nes); Centr (Council of European National Top Level Domain Registries).

The Italian Registry regularly participates in international meetings to maintain its position of authority and to foster the necessary spirit of international harmony.

Technicians and managers of the Registry Units participate in the various workgroups and meetings held all over the world, relative to their specific area of competence.

The Registry participated in the Internet Corporation for Assigned Names and Numbers (Icann) Studienkreis (Oslo - August); the Internet Governance Forum (IGF) Italy (Turin - October) and the IGF organised by the United Nations (Baku - Azerbaijan - November).

Tante le attività di comunicazione dell'anagrafe dei domini Internet italiani.

Video Autogrill - Dopo la prima esperienza del dicembre 2011, è stata duplicata la campagna di comunicazione attraverso outdoor tv, questa volta attraverso gli autogrill. Il messaggio, in continuità con la campagna di comunicazione del 2009/2010 intitolata "visibilità", evidenziava i principali vantaggi derivanti dalla registrazione di un dominio.it. Essere titolari di un sito web con targa italiana significa assicurarsi una elevata visibilità online, attraverso la quale far conoscere la propria impresa, i propri prodotti e servizi. Come di consueto, il video è stato interamente realizzato e prodotto dall'unità Relazioni Esterne, Media e Comunicazione del Registro. Il video è stato trasmesso dal 9 al 22 luglio 2012 (150 spot al giorno) nel circuito delle Autostrade, in 97 stazioni di servizio su 170 schermi, per un totale di 4.611.000 contatti lordi.

25 anni di .it - Ogni anniversario che si rispetti deve essere festeggiato. E i 25 anni di .it sono una tappa importante, un quarto di secolo della nostra storia, ricco di evoluzioni, cambiamenti radicali e fatti determinanti che hanno segnato un punto di non ritorno. Ripercorrere questi 25 anni è un'occasione per capire quanto i domini hanno inciso sulla nostra società, per fare il punto della situazione e rilanciare i domini a targa .it, oggi due milioni e mezzo. Sebbene il 'compleanno' cada il 23 dicembre 2012, le attività sono state svolte durante l'anno:

1. le testimonianze di 25 anni di .it da:

- Un contest su Zooppa (<http://zooppa.it/contests/registro-it/brief>) ha raccolto 23 video di persone comuni o aziende con storie di successo. La premiazione dei tre vincitori è avvenuta il 6 ottobre, con un evento 'Auguri .it' all'interno dell'Internet Festival;
- interviste a persone e personaggi sportivi, registi, designer, imprenditori che hanno scelto un dominio .it;
- brevi video dei responsabili del registro e protagonisti della storia del .it.

2. un numero di Focus .it dedicato alle celebrazioni;

3. un sito dedicato ai 25 anni, dove sono state pubblicate le testimonianze, i video raccolti nel contest e nel Focus .it;

4. una mini start cup per idee innovative e di impresa nei settori Ict, digital media, online service mobile e mobility. I Registrar sono stati coinvolti nella scelta dei temi, come giuria e investitori. La business competition ha avuto inizio il 4 luglio e si è articolata in quattro fasi: Scouting, Tutoring e Business coaching, Arena meeting e Follow-up, per arrivare alla selezione finale delle idee d'impresa. Le idee vincitrici hanno seguito un percorso formativo per la presentazione del business plan e successivamente sono state presentate agli investitori. La prima edizione di questa competizione ha visto una grande affluenza di idee progettuali - ne sono arrivate ben 52 - tra quelle strutturate e quelle in bozza delle quali, dopo un'attenta valutazione da parte della giuria, ne sono state selezionate 18. I partecipanti di ciascuna sezione (8 per la sezione Idee strutturate e 10 per la sezione Seed) hanno presentato le loro idee con la formula dell'elevator pitch.

The Italian Internet domain name Registry has organised several communication projects.

Motorway Videos - After an initial trial in December 2011, this marketing campaign was repeated using outdoor TV public information channels, this time in motorway service stations. The message, which was in keeping with the 2009/2010 marketing campaign entitled "Visibility", highlighted the main advantages of registering an .it domain name. Owning a website with an Italian extension means ensuring greater online exposure, helping to promote your company, its products and services. As ever, the video was entirely planned and produced by the Registry's Public Relations, Media and Communication team. The video was broadcast from 09th-22nd July 2012 (150 advertisements per day) throughout the Motorway circuit, in 97 service stations on 170 screens, producing a total of 4,611,000 gross contacts.

25 years of .it - Special anniversaries should always be celebrated. The 25th anniversary of the .it extension is an important milestone, a quarter of a century of our history, a history with no shortage of evolutionary stages, radical changes and decisive events that marked a point of no return. Retracing the past 25 years is an opportunity to reflect on how much domain names have affected our society, a way of working out what stage we are at and relaunching .it extension domain names, which today number two and a half million. Although the anniversary was on 23rd December 2012, the activities associated with it took place throughout the year:

1. memories of 25 years of .it including:

- A contest on Zooppa (<http://zooppa.it/contests/registro-it/brief>) which received 23 videos from ordinary people and companies with success stories to tell. The three winners were awarded prizes on 06th October at the 'Auguri.it' event, which took place during the Internet Festival;
- Interviews with people and sports celebrities, film directors, designers and businessmen who have chosen an .it domain name;
- Short videos of Registry directors and leading figures in the history of the .it extension.

2. an issue of Focus .it devoted to the celebrations;

3. a website focusing on the 25 years of .it, where personal accounts and the videos submitted for the contest and shown on Focus .it were displayed;

4. a mini Start Cup business plan competition for innovative ideas and business plans in the ICT, digital media, mobile online service and mobility sectors. Registrars were involved in choosing the topics, as judges and as investors. The business competition began on 04th July and involved four phases: Scouting, Tutoring and Business Coaching, Arena Meeting and Follow-up, till it reached the final selection of business plans. The winning ideas took part in a training course on how to present their business plan and were later presented to investors. The first edition of this competition attracted a large number of projects - as many as 52 were submitted - from organised presentations to rough drafts; after they were carefully scrutinised by the jury, 18 were selected. The participants in each section (eight in the Organised Ideas section and ten in the Seed section) presented their ideas with an elevator pitch formula.

Internet festival - Il successo del primo Internet Festival (IF) è servito da stimolo alla seconda edizione. L'IF 2012 si è svolto dal 4 al 7 ottobre a Pisa. Sono stati organizzati 150 eventi di vario tipo in 22 diverse location, con 400 relatori; la manifestazione è stata seguita da un centinaio tra giornalisti e blogger accreditati; sono state trasmesse decine di ore di diretta streaming sulle maggiori testate online nazionali e si sono registrate 56.000 presenze 'reali', che si sono sommate alle 65.000 del 'popolo della Rete'.

L'edizione 2012 è stata gestita con un protocollo d'intesa e un accordo attuativo tra i partner (Regione Toscana, Comune di Pisa, Provincia di Pisa, Scuola Superiore S. Anna, Scuola Normale, Università di Pisa, Camera di Commercio, Associazione Festival della Scienza). Il soggetto attuatore è stata la Fondazione Sistema Toscana. Sono stati istituiti un comitato d'onore, un comitato scientifico e il comitato esecutivo, coordinato da Anna Vaccarelli, che ha elaborato concept, linee strategiche e progetto operativo. Il Registro .it e l'Istituto di informatica e telematica del CNR hanno inoltre promosso diverse iniziative:

Eventi:

- "In Rete vince l'italianità (e il business)"
- "Una storia fatta di futuro: il .it compie 25 anni"
- "Auguri .it" - I domini .it raccontati dai videomakers. Premiazione del contest indetto attraverso Zooppa
- "Start cup Registro .it"

Laboratori, seminari e panel sui temi di attualità tra cui:

- "Oggetti intelligenti comandati tramite Piattaforme Social. Smart Home & Building: Live demo!", a cura di Softec e degli Istituti IIT e ISTI del Cnr di Pisa
- Presentazione "Geomemories" - Laboratorio permanente
- "Social Trends"
- "Le infrastrutture critiche"
- "Health book, la app sulla dieta mediterranea"

T-Tour:

- "Internet Governance: la storia, i protagonisti, le prospettive future"
- Laboratorio "Le parole della Rete"
- Laboratorio didattico a cura della Ludoteca del Registro .it e Trool: Internet è un gioco

La Ludoteca del Registro .it - In occasione della seconda edizione dell'Internet Festival, la Ludoteca, in collaborazione con Trool (Tutti i Ragazzi Ora Online, progetto dell'Istituto degli Innocenti di Firenze che promuove l'uso di internet sicuro e consapevole tra le nuove generazioni e gli adulti di riferimento), ha organizzato il laboratorio "Internet è un gioco". Il tutorial è stato tra i più seguiti del Festival, le prenotazioni sono andate "sold out" a distanza di pochissimo tempo dall'apertura delle iscrizioni.

All'interno del progetto della Ludoteca si inserisce la miniserie "Navigare sicuri con il prof. Itti", prodotta interamente dal Registro e nata con lo scopo di educare i più piccoli (6-10 anni) all'utilizzo consapevole della Rete. Nel 2012 la serie si è arricchita di due nuovi episodi: la seconda puntata "I social network" è stata presentata in anteprima ad Exposcuola 2011, mentre il terzo episodio, dedicato al "game addiction" dal titolo "Tutti pazzi per il computer", è stato presentato nell'edizione 2013 di Exposcuola - sezione Sbandus (<http://www.sbandus.org/>), fiera

Internet Festival - The success of the first Internet Festival (IF) proved to be an incentive for holding the second edition. IF 2012 took place from 04th-07th October in Pisa. The occasion saw 150 different kinds of events in 22 locations with 400 speakers. The festival was reported on by around a hundred accredited journalists and bloggers. Dozens of hours were broadcast in streaming on the main online national publications and the event attracted 56,000 'real' visitors, on top of 65,000 'virtual visitors'.

The 2012 edition was run with a Memorandum of Understanding and an implementation agreement signed by the partners (Tuscany Region, Pisa Municipality, Province of Pisa, Scuola Superiore S. Anna university, Scuola Normale Superiore university, the University of Pisa, the Chamber of Commerce and the Festival della Scienza association), while the implementing body was Fondazione Sistema Toscana. An honorary committee, a scientific committee and an executive committee coordinated by Anna Vaccarelli were set up, which drafted concepts, strategies and the operating programme. The Italian Registry and the Institute for Informatics and Telematics of the Cnr, also promoted several initiatives:

Events:

- "Italianness (and business) wins on the Internet"
- "A history made from the future: .it Turns 25"
- "Happy birthday .it" - .it domains discussed by videomakers. Awards ceremony of the contest announced on Zooppa
- The Italian Registry Start Cup business plan competition

Workshops, seminars and panels on current issues including:

- "Smart Objects Controlled Using Social Platforms. Smart Home & Building: Live demo!", by Softec and the CNR's IIT and ISTI Institutes, Pisa
- The "Geomemories" presentation - permanent workshop
- "Social Trends"
- "Critical Infrastructure"
- "Health Book: the Mediterranean diet app"

T-Tour tutorials:

- "Internet Governance: its history, leading figures and future prospects"
- "Internet language workshop"
- Educational workshop run by the Registry's "Ludoteca" and Trool: "The Internet is a game"

The Ludoteca of the Italian Registry - During the second edition of the Internet Festival, the Ludoteca, in partnership with Trool (a project developed by Florence's Istituto degli Innocenti which promotes the safe and informed use of the Internet among younger generations and the adults who guide them), organised a workshop entitled "The Internet is a game". This proved to be one of the Festival's most popular tutorials and places were sold out soon after tickets went on sale. Part of the Ludoteca's project is the "Navigating Safely with Professor Itti" mini-series, entirely produced by the Registry and set up with the aim of educating young children (6-10 years of age) on how to use the Internet wisely. In 2012 two new episodes were produced; the second episode on Social Networks was premiered at Exposcuola 2011, while a third episode on game addiction, entitled "Everyone's crazy

padovana dedicata alla didattica e alle scuole elementari. Protagonista dei nostri cartoons è il prof. Itti, un genio dell'informatica e di Internet che, contattato da due ragazzini, risponde alle loro domande con l'aiuto di esperti sui vari temi.

Attività editoriale - Nell'ambito delle attività editoriali, il Registro pubblica una rivista periodica denominata **"Focus .it - Newsletter del Registro .it"** e il suo supplemento, l'**Annuario dati** del Registro .it.

La newsletter, nata nel 2001 e registrata come testata giornalistica dal 2006, ha l'obiettivo di fornire informazioni tecniche, statistiche, interviste e approfondimenti legati al mondo di Internet. Focus.it, in particolare, nel panorama delle attività del Registro svolge l'importante compito di focalizzare l'attenzione verso le tematiche legate al mondo di Internet - e non solo - che si propongono all'attenzione dei media italiani ed internazionali, esaminandole con un occhio attento alle loro ricadute sul tessuto sociale della società. I vari numeri ottengono solitamente un ottimo impatto sui mezzi di comunicazione. In ogni caso, nel corso degli ultimi due anni, i media (radio, giornali, tv, siti internet) hanno sempre seguito con interesse le attività del Registro, con numerose richieste di interviste anche su tematiche di carattere tecnologico non strettamente inerenti le attività del Registro, riconoscendo così al personale dell'Istituto competenza e autorevolezza.

Il supplemento di Focus .it, Annuario dati del Registro .it, da semplice raccoglitore di dati statistici e tecnici (crescita dei domini, operazioni eseguite su di essi, Whois, query, DAS, procedure di opposizione ed helpdesk del Registro) si è trasformato, nel tempo, in una vera rivista di presentazione che ospita, oltre a dati statistici più dettagliati, articoli di ricercatori del Registro e commenti e confronti con Report nazionali e internazionali.

Nel 2012 sono stati pubblicati due numeri di Focus.it: **"Punto e a capo - 2012 - La liberalizzazione dei gTld"**, dedicato alla liberalizzazione dei nuovi general Top Level Domain (gTld) da parte di Ican, e **"1987-2012 - Una storia fatta di futuro"**, dedicato ai 25 anni di storia del .it. Per celebrare questo evento e raccontare questo quarto di secolo di storia italiana di Internet, Focus .it, ha raccolto tra gli altri: la testimonianza del presidente del CNR Luigi Nicolais; una sintesi "appassionata" tra passato e futuro del direttore dello IIT-CNR e responsabile del Registro .it Domenico Laforenza; l'esperienza lavorativa all'anagrafe dei domini italiani dei responsabili delle varie Unità

(Maurizio Martinelli, Rita Rossi, Anna Vaccarelli, Daniele Vannozzi). Infine, le testimonianze di personaggi famosi che hanno contribuito a rendere unico questo numero e a raccontare il .it e "l'italianità" attraverso la loro esperienza.

about computers", was presented at the 2013 edition of *Exposcuola* in the *Sbandus* section (<http://www.sbandus.org/>), Padua's educational and elementary school fair. The main character of our cartoons is Professor Itti, an IT and Internet genius who answers the questions of two children on various topics with the help of a team of experts.

Publishing activities - In terms of its publishing output, the Registry publishes a periodical magazine called **"Focus .it - Newsletter of dot it Registry"** and a supplement, called **Yearbook**. The newsletter was first published in 2001 and was registered as an online magazine in 2006. It aims to provide technical information, statistics, interviews and in-depth analyses concerning the Internet. Particularly when it comes to the work of the Registry, Focus .it has an important role in focusing attention on topics tied to the world of the Internet - and beyond - topics that come to the attention of the Italian and international media, carefully examining them and their effects on the social fabric of society. The issues published usually have a significant impact on methods of communication. In any case, over the past two years, the media (radio, newspapers, television and websites) have always followed the work of the Registry with interest, submitting numerous requests for interviews on technological topics that are sometimes not even strictly linked to the Registry's activities, thus recognising the expertise and authority of the institute's personnel. Over time, the Yearbook has gone from being a mere collection of statistical and technical data (growth of domains, operations carried out on them, Whois information, queries, DAS, opposition procedures and the Registry's helpdesk) to a true magazine presenting the work of Registro .it which includes not only more detailed statistical data, but articles by Registry researchers and comments and comparisons with national and international reports as well. Two issues of Focus .it were published in 2012: **"Punto e a capo - 2012 - La liberalizzazione dei gTld"**, focusing on the liberalisation of new general Top Level Domains (gTLDs) by ICANN, and **"1987-2012 - Una storia fatta di futuro"**, devoted to the 25 years of .it's history. So as to celebrate this event and go over this quarter of a century of Italian Internet history, Focus .it published, among other things: comments by the CNR's president Luigi Nicolais; an 'impassioned' summary of past and future by Domenico Laforenza, the director of the CNR's IIT institute and the director of Registro .it; the

working experience of the managers of the various departments working at the registry office of Italian domain names (Maurizio Martinelli, Rita Rossi, Anna Vaccarelli and Daniele Vannozzi); and finally comments from celebrities who contributed to making this issue unique and who discussed .it and "Italianness" from their point of view.



conclusioni e previsioni

Il 2012 segue il trend europeo delle registrazioni: un mercato assestato, con poche sorprese in fatto di numeri ma che conferma l'interesse verso l'investimento online, i nomi Internet italiani e l'Internet economy.

La ricerca Consumer Confidence Q4 2012 svolta e presentata da Nielsen dimostra che i navigatori italiani sono in crescita e che si stanno lentamente affacciando all'e-commerce. In tempo di crisi, la notizia non può che essere interessante per le imprese.

"Quasi 29 milioni - dice il Rapporto - i navigatori attivi nel mese di dicembre, il 6,3% in più rispetto allo stesso periodo del 2011, con un valore medio mensile di audience online durante tutto il 2012 pari a 28,3 milioni di utenti unici.

Internet entra sempre più nella quotidianità: aumentano coloro che si collegano su base giornaliera e cresce il tempo che dedicano alla navigazione ogni giorno (1 ora e 25 minuti, il 9,5% in più nell'ultimo anno). Entrando nel dettaglio delle attività svolte in Rete, nell'ultimo anno continuano a crescere le member communities (come i social network e i blog), che sfiorano i 25 milioni di utenti unici a dicembre; i siti di video online (21,5 milioni, +10% nell'anno); le email (+8,6%); gli internet tools, ovvero i siti con informazioni, strumenti e programmi per internet (+8,8%); i research tool, come wikipedia e i traduttori (+7,6%); i siti dei mass merchandiser (+12,4%). Il lento ma continuo avvicinamento all'e-commerce-infocommerce è confermato anche dalla crescita di altre tipologie di siti dove è possibile informarsi o acquistare online, come i siti di annunci e aste online (+17,9%), quelli di coupon e rewards che includono i gruppi d'acquisto online come Groupon e Groupalia (+10,6%) e quelli delle guide o directory allo shopping online (+11,9%).

Certamente il lavoro da fare per "catturare" la fetta di mercato che ignora il mondo dei domini .it è ancora tanto. La tappa miliare del 2013 è quella dei 2 milioni e mezzo.

Un'altra indagine, eseguita da Pragma per conto del Registro, ha offerto uno spaccato interessante del rapporto tra piccole imprese e nomi a dominio, che apre nuovi scenari di studio utili per mettere a fuoco obiettivi precisi su cui puntare la futura comunicazione.

Il prossimo anno vedrà l'anagrafe dei domini .it impegnata in un progetto di marketing strategico, finanziato dal Registro su sollecitazione del Comitato di indirizzo (CIR), che ha raccolto istanze e suggerimenti delle associazioni per lo sviluppo di attività di ricerca, di servizio e di interesse collettivo del settore.

Oltre al marketing, si profila una lunga lista di nuovi progetti:

- **IT for ISC:** Assegni di ricerca presso ISC (Internet Systems Consortium) per supportare i progetti e avviare attività di formazione e trasferimento di competenze;
- **ISOLARIO:** sviluppo di nuove metodologie e strumenti per ottenere una rappresentazione più realistica dell'attuale topologia di Internet;
- **CAPP:** piattaforma software a supporto dello sviluppo di applicazioni di Mobile Social Networking (MSN) dove gli utenti ed i dispositivi mobili creeranno in modo autonomo reti sociali per la condivisione di contenuti ed esperienze;
- **MOST:** si propone di studiare il flusso di comunicazione

conclusions and forecasts

The year 2012 was in line with European trends in registrations: a well-established market with few surprises in store when it comes to figures, but which however confirms the interest in online investment, Internet names and the Internet economy. The Q4 2012 Consumer Confidence report prepared and presented by Nielsen shows that the number of Italian Internet users is growing and that they are slowly turning to e-commerce. At a time of economic crisis, this news cannot but be interesting to companies.

"There were almost 29 million active Web users in December," says the report, "up 6.3% compared to the same period in 2011, with an average monthly online audience during the whole of 2012 of 28.3 million unique visitors.

The Internet is increasingly part of daily life: the number of people who connect to the Internet on a daily basis is growing, as is the amount of time they spend navigating every day (1 hour and 25 minutes, 9.5% more in the past year). When we look in greater detail at the activities carried out on the Internet over the past year, the number of member communities (such as social networks and blogs) continues to grow, approaching 25 million unique visitors in December, as have online video websites (21.5 million, up 10% during 2012); e-mails (up 8.6%); Internet tools, such as websites offering information, instruments and programmes for the Internet (up 8.8%); research tools, such as Wikipedia and online translators (up 7.6%); and mass merchandiser websites (up 12.4%). The slow but steady increase in familiarity with e-commerce-infocommerce is also confirmed by the growth of other types of websites where one can gather information or buy online, such as small ads websites and online auctions (up 17.9%), coupon and rewards sites which include online buying groups such as Groupon and Groupalia (up 10.6%) and online shopping guides and directories (up 11.9%)." Of course a great deal still needs to be done to 'capture' the market share that continues to be ignorant of the world of .it domain names. The milestone for 2013 is 2.5 million. Another survey, carried out by Pragma on behalf of the Registry, provided an interesting cross-section of the relationship between small businesses and domain names, opening up new research scenarios which could be useful in clarifying precise aims that future communication could focus on. The coming year will see the registry office of .it domains involved in a strategic marketing project, financed by the Registry following a request from the CIR's steering committee, which has paid heed to requests and suggestions from associations for developing research work, services and activities of general interest to the industry.

As well as marketing, a long list of new projects is being planned:

- **IT for ISC:** Research funding from the ISC (Internet Systems Consortium) supporting projects and launching training and skills transfer activities
- **ISOLARIO:** the development of new methods and instruments in order to achieve a more realistic understanding of the current geography of the Internet.
- **CAPP:** a software platform supporting the development of Mobile Social Networking (MSN) applications, where users and mobile devices will independently create social networks for sharing content and experience.

nei social media e la sua evoluzione nel tempo e nello spazio;

- **Insegnamento ai tempi di Internet:** progetto di collegamento delle scuole italiane alla rete tramite il GARR.

Nel 2013 continueranno anche le attività di altri progetti finanziati dal Registro negli anni scorsi:

- **Mimonet:** ha lo scopo di sviluppare strumenti e tecniche per l'esplorazione network-level della tecnologia MIMO (Multiple Input Multiple Output). In particolare ha come target un tipo specifico di reti: le wireless mesh networks;
- **Geomemories:** l'utilizzo di fotografie aeree per la creazione di mappe storiche, ha fornito l'idea di creare un atlante storico/geografico d'Italia, su piattaforma Web 2.0, che consenta di viaggiare nella dimensione spaziale e temporale, con la possibilità di integrare dati multimediali provenienti da archivi o da contributi sociali;
- **ABCD SW:** progetto dedicato a bambini con Disturbo dello Spettro Autistico (DSA) che mira alla creazione di moduli didattici conformi alla metodologia ABA (Applied Behavior Analysis) e la raccolta dei dati relativi all'andamento del bambino fruibili via computer;
- **LISM (Laboratory for Integrative Systems Medicine):** un laboratorio multidisciplinare congiunto tra Istituto di fisiologia clinica e Istituto di informatica e telematica del CNR, per studiare sistemi biologici complessi con l'intento di costituire un centro di competenza di medicina digitale, in grado di analizzare una grande mole di dati personalizzati, come quelli prodotti dalle nuove tecnologie biomediche 'high throughput';
- **Centro di competenza Internet:** racchiude studi e progetti sulla materia, quali: lo studio sulla diffusione di Internet e sul Digital Divide in Italia; il progetto PEQ-DNS, il cui scopo è lo studio della qualità e della salute del Domain Name System (DNS) in Italia; lo sviluppo di una piattaforma di monitoraggio del DNS; la definizione di una metodologia standard per il posizionamento dei nodi anycast, ecc.;
- **Mettiamoci la faccia:** progetto pilota promosso dal Ministero per la Pubblica Amministrazione e l'Innovazione, che ha visto coinvolto IIT-CNR e Registro nell'ambito di una collaborazione con il Dipartimento della Funzione Pubblica, che ha portato allo sviluppo di un sistema software per rilevare, attraverso l'uso di emoticon, il grado di soddisfazione del cittadino sui servizi erogati dalle Pubbliche Amministrazioni;
- **Progetto Clavius:** realizzato in collaborazione con l'Istituto di Linguistica Computazionale (ILC-CNR) e l'Università Pontificia Gregoriana, per la digitalizzazione dei manoscritti dell'archivio storico dell'Università;
- **Parental Control:** si propone di definire algoritmi in grado di controllare contenuti ricevuti da minorenni e disabili sui devices maggiormente utilizzati (Android, social network, servizi esterni).

Molte anche le novità tecniche che saranno introdotte a partire dal 2013:

Drop Time - Entrerà in vigore il meccanismo che prevede la cancellazione dei nomi a dominio a orari prestabiliti che si trovano nello stato di pendingDelete.

Dnssec - Il Comitato di indirizzo del Registro (CIR) ha formalizzato la costituzione di un Gruppo tecnico di lavoro con il compito di analizzare i vari scenari possibili e gli

- **MOST:** this aims to study the flow of communication in social media and its evolution over time and in space.
- **Teaching in the age of the Internet:** a project connecting Italian schools to the Net using the GARR Italian Academic & Research Network.

In 2013 other projects funded by the Registry in the past will continue:

- **Mimonet:** this aims to develop instruments and techniques for network-level exploration of MIMO (Multiple Input Multiple Output) technology. It particularly targets a specific type of network: wireless mesh networks;
- **Geomemories:** the use of aerial photography to create historical maps inspired the idea to create a historical/geographical atlas of Italy on a Web 2.0 platform, which allows users to travel in time and space, with the option of integrating multimedia data from archives or social contributions;
- **ABCD SW:** a project designed for children with Autistic Spectrum Disorders (ASDs) which aims to create educational modules complying with ABA (Applied Behaviour Analysis) methods and to collect data concerning a child's progress that can be accessed via computer;
- **LISM (Laboratory for Integrative Systems Medicine):** a multidisciplinary laboratory jointly run by the CNR's Institute of Clinical Physiology and its IIT institute in order to study complex biological systems with the aim of setting up a digital centre of medical excellence able to analyse a large quantity of personalised data, such as the information produced by new biomedical high throughput technology;
- **An Internet centre of excellence:** this combines research and projects in the field such as studies on the spread of the Internet and the Digital Divide in Italy; the PEQ-DNS project, which aims to study the quality and health of the Domain Name System (DNS) in Italy; the development of a DNS monitoring platform; the definition of a standard method for positioning anycast nodes etc.;
- **Mettiamoci la Faccia:** a pilot project funded by the Ministry for Public Administration and Innovation which saw the involvement of the CNR's IIT institute and the Registry in a partnership with the Ministry for Civil Service Reform. This led to the development of a software system which detects a citizen's level of satisfaction with the services provided by Public Administrations using emoticons;
- **The Clavius Project:** run in partnership with the CNR's Institute of Computational Linguistics (ILC-CNR) and the Pontifical Gregorian University in order to digitally store historic manuscripts in the University's archive;
- **Parental Control:** this aims to identify algorithms able to control the content received by children and people with disabilities on the most frequently used devices (Android, social networks and external services).

Many new technical features will also be introduced in 2013:

Drop Time - The mechanism for cancelling domain names with a pendingDelete status at predetermined times will come into force.

DNSSEC - The Registry's steering committee (CIR) has formally confirmed the creation of a Technical working group set up to analyse the various possible scenarios and the possible impact on the Registry, its Registrars and end users of the DNSSEC Domain Name System Security Extensions suite from a legal

impatti del Domain Name System Security Extensions DNSSEC dal punto di vista regolamentare e tecnico sul Registro, i Registrar e l'utenza finale. Il Gruppo di lavoro ha anche il compito di definire modalità e tempi per una fase di sperimentazione nel .it.

Evoluzione del .it DNS anycast cloud - Nel 2013 il Registro si doterà di un servizio di DNS anycast provider esterno (il nuovo tender è in corso di pubblicazione) e di anycast cloud interno completamente gestito dal Registro, con l'attivazione di 12-15 nodi entro il 2014. Uso di BIND e di un'altra implementazione DNS. Sono in corso di realizzazione contratti diretti con il DE-CIX e Netnod.

World wide colocation service - Il Registro sta preparando un tender europeo per questo servizio. Tutti gli aspetti contrattuali legati al servizio di colocation dovranno essere gestiti dalla società che si aggiudicherà la gara. La fornitura delle attrezzature necessarie al set-up, la configurazione e la gestione tecnica dei nodi saranno a cura del Registro, mentre lo shipping sarà a cura della colocation company. Il fornitore di connettività che servirà i vari nodi anycast sarà individuato tramite apposita gara (il tender è in corso di realizzazione). Sarà attivato un servizio di pooling service.

Evoluzione del portale statistiche pubblico - Sarà realizzata la sezione Registrar che conterrà informazioni sul numero dei Registrar per anno, per area geografica (per l'Italia, a livello di macro-area, regionale e provinciale, di provenienza della nazione per gli stranieri. Il portale sarà integrato con informazioni derivanti dal progetto sul monitoraggio del DNS, come - ad esempio - il numero delle Query DNS, la classifica dei domini più richiesti, o la localizzazione geografica dei Registranti.

E ancora... - Estensione degli Idn alle 20 lingue europee, eliminazione del servizio Whois autenticato con estensione dell'EPP con parametri che consentano al Registrar di visualizzare anche le informazioni sui contatti ed eliminazione dell'authinfo associato ai contatti.

and technical point of view. The Working group has also been asked to identify methods and timescales for an experimentation phase in .it.

The evolution of the .it DNS anycast cloud - In 2013 the Registry will equip itself with an external anycast DNS provider service (the new tender is currently being published) and an in-house anycast cloud entirely managed by the Registry, with the activation of 12-15 nodes by 2014. The use of BIND and another DNS implementation. Direct contracts with DE-CIX and Netnod are being finalised.

Worldwide colocation service - The Registry is preparing a European tender for this service. All contractual aspects tied to the colocation service will need to be managed by the company that wins the contract.

The supply of the equipment necessary for the setting up, configuration and technical management of nodes will be provided by the Registry, while shipping will be handled by the colocation company. The company providing connectivity serving the various anycast nodes will be chosen with the appropriate tender (this tender is now underway). A pooling service will also be activated.

The evolution of the public statistics portal - The Registrar section containing information on the number of Registrars per year and per geographical area (on a macro-area, regional and provincial level for Italy and a national level for foreigners) will be set up.

The portal will be integrated with information from the DNS monitoring project featuring, for example, the number of DNS Queries, a league table of the most frequently requested domains or the geographical location of Registrants.

Plus... - The extension of IDNs to Europe's 20 languages, the elimination of the authenticated Whois service with the extension of the EPP with parameters which allow the Registrar to view information on contacts and eliminate any authinfo associated with contacts.



contatti *contacts*

Telefono	Telephone
Registrar: 050-9719811 Relazioni esterne, nuove registrazioni, operazioni di mantenimento, questioni tecniche specifiche dalle 9:30 alle 13:00 e dalle 14:30 alle 17:30	Registrars: +39-050-9719811 <i>External relations, new registrations, maintenance of domain names, specific technical issues from 9:30 to 13:00 and from 14:30 to 17:30</i>
Opposizioni e aspetti legali, fatturazione e contratti dalle 10:00 alle 12:00	<i>Disputes and legal aspects, billing and agreements from 10:00 to 12:00</i>
Utenti finali: 050-3139811 dalle 9:30 alle 13:00 e dalle 14:30 alle 17:30	End users: +39-050-3139811 <i>from 9:30 to 13:00 and from 14:30 to 17:30</i>
Fax	Fax
Unità relazioni esterne, media e comunicazione 050-3152713	<i>External Relations, Media and Communication Unit</i> +39-050-3152713
Email	Email
(per Registrar) hostmaster@nic.it hostmaster@registro.it (per gli utenti finali) info@nic.it info@registro.it informazioni sulle regole di assegnazione e gestione dei nomi a dominio nel ccTLD .it	<i>(for Registrars)</i> hostmaster@nic.it hostmaster@registro.it <i>(for end users)</i> info@nic.it info@registro.it <i>informations on the rules for assigning and managing domain names in ccTLD .it</i>
fatture@nic.it informazioni sulla fatturazione	fatture@nic.it <i>information on billing</i>
redazioneweb@registro.it suggerimenti e commenti sul sito web del Registro	redazioneweb@registro.it <i>comments on the Registry website</i>
corsi@nic.it corsi organizzati dal Registro	corsi@nic.it <i>information on Registry courses</i>
newsletter@nic.it per contattare la redazione della newsletter del Registro	newsletter@nic.it <i>to contact the Registry newsletter offices</i>

