

Consiglio Nazionale delle Ricerche

**Studio e proposta di riorganizzazione dei
contenuti del nuovo sito web del Registro del
ccTLD .it**

G. Bassi, S. Fabbri, F. Nicolini, L. Trombella, A. Vaccarelli

con il contributo di
P. Gentili, G. Silvatici, F. Spizzirri

IIT B4-03/2008

Nota Interna

giugno 2008



Istituto di Informatica e Telematica

**Studio e proposta di riorganizzazione
dei contenuti del nuovo sito web del Registro del ccTLD .it**

di Giorgia Bassi, Stefania Fabbri, Francesca Nicolini, Luca Trombella,
Anna Vaccarelli

con il contributo
di Paolo Gentili, Gino Silvatici, Francesca Romana Spizzirri

SOMMARIO

Introduzione	3
1. Analisi preliminare	4
1.1. Il target	4
1.2. Gli obiettivi	5
1.3. Le unità logiche	6
1.4. Il tono della comunicazione	6
2. La struttura dei contenuti	6
2.1. Prima proposta home page	6
2.2. L'inventario delle tematiche.....	8
2.3. Proposta unità logiche di contenuto.....	8
3. Incontro con i Maintainer.....	11
4. Presentazione prototipo e redazione dei contenuti	11
5. Ulteriori sviluppi.....	13
6. Appendice - Screenshot	15

INTRODUZIONE

di Barbara Altomonte¹

Il restyling del sito web del Registro si inquadra in un più ampio processo di riorganizzazione della sua comunicazione istituzionale, avviato su impulso dell'Unità relazioni esterne alla fine del 2007. Per la prima volta dalla sua costituzione, il Registro è impegnato in un esperimento di comunicazione organizzativa.

Il progetto nasce dall'esigenza di bandire una gara per la realizzazione di una campagna di comunicazione su internet e il dominio .it: per questo bando è stata richiesta la mia collaborazione come esperta di comunicazione pubblica e istituzionale. La strategia condivisa è stata di trasformare questa occasione in un progetto integrato di comunicazione del Registro. Si sono quindi avviate una serie di attività per migliorare e organizzare la comunicazione verso i maintainer e verso i cittadini.

Del progetto sono state realizzate tre fasi.

In una prima fase di attività l'attenzione si è focalizzata sul miglioramento della comunicazione interna tra le strutture del Registro e il punto di partenza è stata la ricognizione del contesto attuale delle risorse sia umane che strumentali e dei prodotti di comunicazione già esistenti, percepiti o meno come tali, dei punti di forza e delle criticità. E' stato quindi testato il livello di coinvolgimento possibile delle strutture del Registro e si sono delineati i ruoli rispettivi. Sono stati inoltre individuati i primi interventi di formazione ad hoc sulla comunicazione interna/esterna da rivolgere agli uffici designati, per valorizzare e integrare le risorse e gli strumenti già esistenti.

Nella seconda fase si sono passate in rassegna le iniziative di comunicazione in corso e i prodotti editoriali in via di realizzazione, compreso il sito internet. In questa fase si sono raccolte le informazioni necessarie per calibrare un piano di comunicazione del Registro di durata almeno biennale, mettendo a fuoco e verificandone gli obiettivi strategici e declinandoli in obiettivi operativi con le rispettive fasi e strumenti.

Nella terza fase si è iniziato a rivolgere all'esterno la comunicazione del progetto, convocando alcuni incontri con i maintainer per coinvolgerli nell'iniziativa e partecipare le linee guida del piano e della campagna di comunicazione da avviare.

Infine è stato pubblicato il bando di gara europeo per la campagna di comunicazione, che comprende, nei servizi da realizzare, il restyling grafico del sito web del Registro, mentre la riorganizzazione dei contenuti, la nuova architettura, il Content management system e l'organizzazione redazionale sono stati affidati a un gruppo di lavoro interno.

La scelta di costituire un gruppo di lavoro interno per il restyling del sito ha avviato un processo di condivisione e confronto fra le due principali unità coinvolte, Relazioni esterne e Sistemi.

Le due strutture, partite da due approcci in parte diversi, sono arrivate, da una serie di incontri, a condividere una ricognizione dei contenuti meritevoli di attenzione e non presenti sul sito attuale, uno schema di struttura e navigazione da rifinire e in parte già testato, e alcune linee di stile di massima in funzione delle priorità di comunicazione espresse nel piano integrato e dei pubblici di riferimento, individuati anche sulla base delle analisi delle statistiche del sito attuale e delle richieste pervenute all'helpdesk del Registro.

L'esperimento in corso, di progettazione e gestione partecipata del nuovo sito web del Registro è servito anche come occasione formativa per le risorse umane già impegnate in attività di comunicazione ed ha costituito un primo passo verso la gestione autonoma delle strategie e

¹ *Coordinatrice area Comunicazione e rapporti con la PA, Comunicazione del Governo, Presidenza del Consiglio dei Ministri.*

processi di comunicazione futuri da parte della struttura.

1. ANALISI PRELIMINARE

Nel corso delle prime riunioni, il gruppo di lavoro delle Relazioni Esterne si è soffermato soprattutto sulla definizione delle caratteristiche e dei principali requisiti di cui dovrà essere dotato il nuovo sito web, tenendo conto in primo luogo delle criticità presenti in quello attuale riscontrate nell'ambito del servizio di help-desk che l'unità svolge quotidianamente. Il supporto all'utenza dei maintainers, anche nel caso del servizio telefonico, avviene infatti sfruttando il sito Internet: prezioso "contenitore" di regolamenti e procedure alla cui lettura rimandare l'utenza che necessita di informazioni e supporto.

Il sito web assume dunque un ruolo critico nelle politiche di sostegno agli operatori e all'utenza finale: capace, se ben organizzato e fruibile, di sostituire almeno in parte il ricorso al supporto telefonico da parte dei clienti. L'attuale strutturazione del sito e le modalità stesse nelle quali sono formulati i contenuti paiono però inadeguate al ruolo: gli operatori - impegnati quotidianamente nel servizio di help-desk telefonico, cartaceo e via posta elettronica - hanno infatti rilevato la generale insoddisfazione della clientela, che si sostanzia in una serie di rilievi ai percorsi di navigazione (ritenuti poco lineari), alla scarsa usabilità (pagine troppo ricche di testo, voci di menù poco intuitive, difficile reperibilità della modulistica) e all'impostazione grafica (impersonale e priva di stile).

Sviluppati nel 2001 e mai profondamente rivisti, contenuti e impostazione del sito web del Registro sembrano tradire soprattutto l'età: che si sostanzia in un approccio "tecnico-centrico" nel quale solo l'utente evoluto e gli addetti ai lavori riescono - talvolta a fatica - a localizzare i singoli nuclei informativi (peraltro scritti in uno stile più consono ai regolamenti della pubblica amministrazione che non a quelli di un sito web "di servizio"). L'utenza standard, pure interessata ai nomi a dominio, ne resta sostanzialmente esclusa. Né può valere da attenuante l'assunto che le pagine web già oggi contengano tutte le informazioni, dalle principali alle secondarie: in assenza di una rigida gerarchia dell'informazione e di specifici percorsi di lettura, il sito appare una sorta di contenitore poco armonico e disorganizzato delle attività del Registro.

Partendo da queste riflessioni, il gruppo di lavoro ha cercato di individuare le principali linee strategiche da adottare, definendo target e obiettivi del nuovo sito e, sulla base di questi, una possibile articolazione dei contenuti.

1.1. IL TARGET

Si è resa necessaria, in primo luogo, una riflessione sul target dell'utenza: su di essa, infatti, dovrà necessariamente essere plasmata ogni informazione in uscita dal Registro. La profilazione degli utenti ha tenuto conto innanzitutto dell'esperienza pluriennale di servizio helpdesk svolto dal personale dalle Relazioni Esterne. In questo senso l'unità ha maturato una conoscenza diretta dei profili e soprattutto delle esigenze degli utenti, tra le quali prevale il bisogno di conoscere le procedure per la registrazione e il mantenimento dei nomi a dominio e, di conseguenza, la necessità di reperire nel minor tempo possibile la modulistica per effettuare le pratiche.

Nella maggioranza dei casi, le persone che contattano il Registro hanno scarse o modeste conoscenze relative ai nomi a dominio e utilizzano il sito unicamente per reperire informazioni su pratiche e modulistica.

Una fetta consistente di utenti è costituita inoltre dall'indotto creato dall'attività degli ISP, internet service provider (web-agency, internet provider, web master, reseller), la cui conoscenza tecnica è invece medio-bassa.

La categoria "maintainer", che nella maggioranza dei casi rientra nel gruppo di utenti con conoscenze più approfondite, utilizza sporadicamente il servizio helpdesk, preferendo accedere all'area riservata del sito (portale Rain) per raccogliere informazioni relative a nuove procedure o a eventi e corsi organizzati dal Registro.

Al fine di ottenere una fotografia il più possibile realistica del bacino di utenza dell'attuale sito internet, a partire dal mese di dicembre gli operatori telefonici si sono attivati nella raccolta di dati relativi alle diverse tipologie di target.

Di seguito i dati raccolti nel periodo dicembre/febbraio:

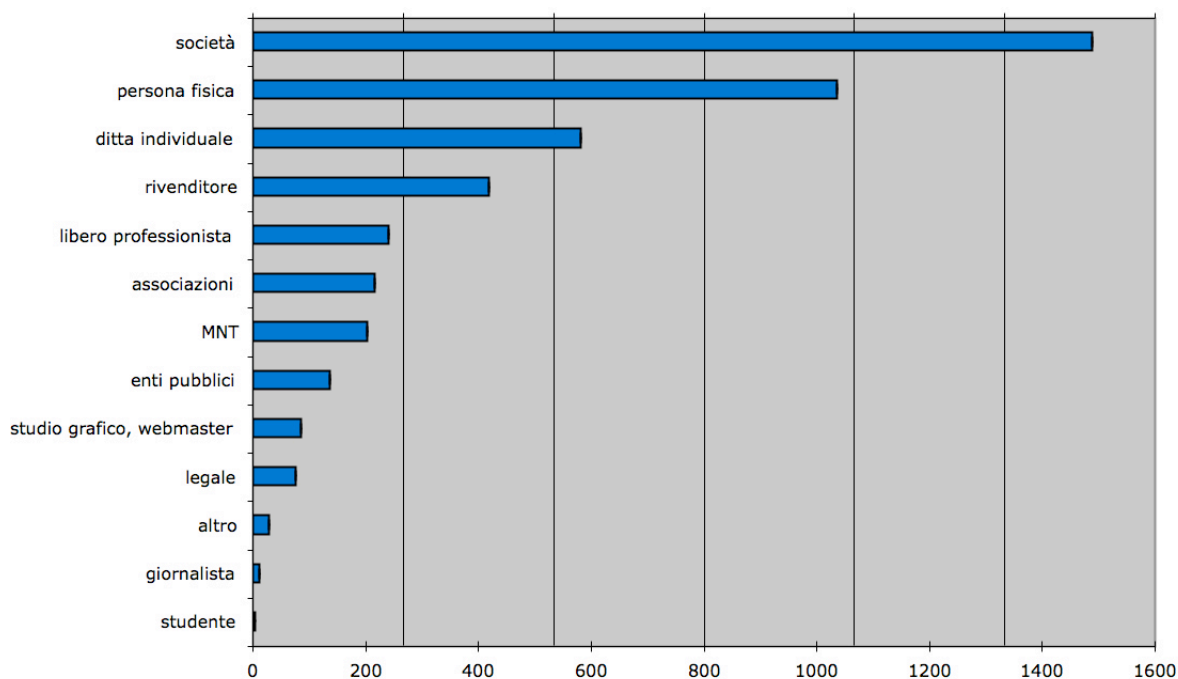


Figura 1- Statistiche help-desk

Come si può notare prevalgono le società e le persone fisiche: utenti per la maggior parte caratterizzati da scarse conoscenze tecniche, interessati esclusivamente a effettuare procedure di registrazione e mantenimento.

1.2. GLI OBIETTIVI

Individuate le principali tipologie di utenti, il gruppo di lavoro dell'Unità Relazioni Esterne si è concentrato sulla definizione degli obiettivi sui quali impostare le scelte comunicative, stilistiche e soprattutto l'architettura dell'informazione.

Il sito del Registro, oltre ad assumere una funzione istituzionale volta a comunicare l'identità e la missione dell'ente, deve sostenere prima di tutto il ruolo primario di supporto all'utenza inesperta: garantendo un servizio efficace, il reperimento facile e rapido delle informazioni e della modulistica, la capacità di soddisfare in maniera esaustiva i dubbi sulle pratiche inerenti i domini .it.

La funzione di servizio, oltre ad alleviare il carico di lavoro sui centralini telefonici del

Registro, costituisce per via indiretta un notevole vantaggio per i maintainer, che vengono in questo modo supportati nella loro attività di assistenza alla clientela.

1.3. LE UNITÀ LOGICHE

Alla luce del target e degli obiettivi individuati sono state definite le principali unità logiche da inserire nel sito:

- *Nomi a dominio* che in un'ottica "utente-centrica" potrebbe essere etichettata anche *Come registrare un dominio/Vuoi registrare un nome a dominio?*, da suddividere nelle sottosezioni *Registrare-Mantenere*
- *Maintainer*
- *Il Registro*

In questa fase è stata sottolineata l'importanza di gerarchizzare le sezioni in base al target e agli obiettivi prefissati, in modo da facilitare la lettura e la fruizione delle informazioni.

Uno degli aspetti centrali del processo comunicativo è infatti l'organizzazione delle unità logiche che, di fatto, devono essere strettamente dipendenti dal destinatario. Più i contenuti sono gerarchizzati, più la lettura risulta agevole: una struttura a blocchi allineati, privi di gerarchia, difficilmente può rispondere alle esigenze "pratiche" di quella tipologia di utenza che utilizza il sito soprattutto come semplice supporto nelle pratiche sui domini.

In sintesi, è opportuno disporre le varie unità su diversi livelli di importanza, mettendo in evidenza, già a livello di home page, questi principali contenuti di servizio, attraverso uno stile comunicativo il più possibile semplice e diretto.

1.4. IL TONO DELLA COMUNICAZIONE

I contenuti dovranno essere il più possibile chiari e alla portata del più ampio bacino d'utenza. Di conseguenza, sembra opportuno adottare uno stile semplice e diretto, che privilegi la sintesi, evitando il più possibile perifrasi e tecnicismi.

I testi saranno brevi ma al tempo stesso esaustivi, sia nelle parti dedicate alle procedure che in quelle più strettamente "istituzionali", dedicate cioè alla presentazione del Registro e delle sue attività.

La lettura sarà facilitata anche dall'opportuna collocazione di link e parole chiave.

2. LA STRUTTURA DEI CONTENUTI

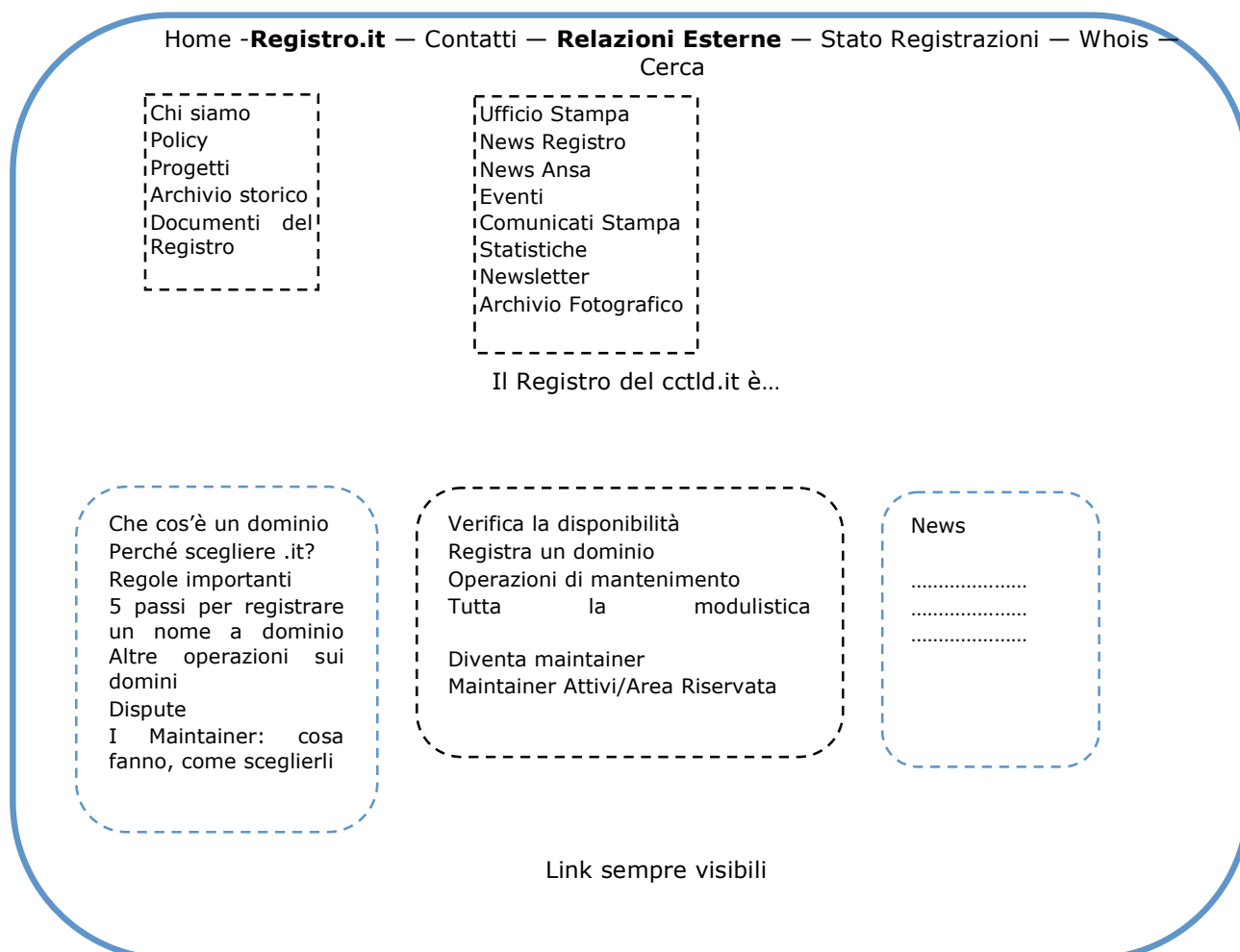
Il gruppo di lavoro ha effettuato una prima valutazione del contesto di riferimento e di alcune ipotesi preliminari di architettura informativa. Ne è emerso come, accanto alla presenza di una serie di unità logiche esaustive dal punto di vista dei contenuti, sia necessario un rigoroso processo di gerarchizzazione delle informazioni: requisito fondamentale, come già sottolineato, per soddisfare al meglio le esigenze della maggior parte degli utenti.

Una netta divisione tra aree (Nomi a dominio, MNT, Registro) pare sicuramente funzionale per organizzare un gran numero di contenuti eterogenei (modulistica, spiegazioni procedura, definizioni) ma non rispecchia il naturale percorso di lettura di chi entra nel sito semplicemente per registrare un dominio o effettuare altre pratiche.

2.1. PRIMA PROPOSTA HOME PAGE

L'Unità Relazioni Esterne ha dunque fatto propria una proposta di home page che potesse mostrare l'importanza della scelta di un "punto di vista", orientato su target e obiettivi preferenziali a cui rivolgere la comunicazione. La bozza di home page che riportiamo di

seguito è stata costruita, a puro titolo esemplificativo, con l'obiettivo di soddisfare in primo luogo le esigenze "pratiche" dell'utenza finale, costituita in prevalenza da persone fisiche e società private.



La struttura, per quanto presenti una suddivisione delle tematiche non completa e in alcuni casi ridondante, è stata realizzata definendo a priori una chiara strategia comunicativa. In particolare si è pensato di introdurre, già a questo livello, una breve presentazione - o meglio, una "definizione" che disambigui l'acronimo del Registro (2-3 righe) - in modo da rendere trasparente la fonte della comunicazione.

Le tre unità logiche sottostanti rispondono poi a differenti esigenze e comportamenti dell'utenza, soprattutto finale: quella di sinistra ha una funzione sia divulgativa che pratica, quella centrale è invece focalizzata sul "fare", deve essere intesa cioè come una sorta di "percorso preferenziale" per chi vuole effettuare in tempi rapidi una operazione; infine l'unità di destra, riservata alle novità relative a procedure ma anche ad eventi promossi dal Registro, si rivolge ad un target più ampio, utenza finale ma anche maintainer, operatori di settore, ecc.

2.2. L'INVENTARIO DELLE TEMATICHE

In fase di formulazione delle prime ipotesi di architettura informativa è emersa con chiarezza la necessità di avviare un “inventario delle tematiche e dei materiali”, indispensabile per l'organizzazione completa e coerente dei contenuti. Ogni Unità (Relazioni Esterne, Unità Sistemi, Operazioni, Ufficio Legale, Amministrazione) è stata quindi invitata a stilare una lista completa di tutte le tematiche specifiche. In questo elenco sono stati inseriti anche contenuti attualmente non presenti ma che si prevede di inserire in vista di futuri cambiamenti procedurali e di sistema.

Completata la raccolta dei materiali, il gruppo delle Relazioni Esterne ha cercato di organizzare le tematiche in base a una gerarchia che ne valorizzasse “peso” e importanza, tenendo conto delle necessità del target e dei principali obiettivi attesi.

2.3. PROPOSTA UNITÀ LOGICHE DI CONTENUTO

Nell'impostare la gerarchia delle informazioni si è tenuto conto soprattutto delle informazioni più richieste nell'ambito del servizio di helpdesk. Anche sotto tale profilo, appare pertanto fondamentale creare una struttura snella, con una chiave di lettura immediata, logica e di semplice fruizione, che rispecchi l'iter procedurale delle operazioni necessarie per la registrazione e il mantenimento dei nomi a dominio .it

Nel classificare e gerarchizzare le informazioni relative al Registro, sono stati quindi individuati due “moduli” principali che riassumono il fulcro delle attività e dei servizi erogati:

- *Conoscere* (per chi ha scarse o modeste conoscenze sui registri, i domini, internet)
- *Fare* (le operazioni in genere)

La prima voce – potrebbe essere, ad esempio, titolata *Saperne di più* - potrebbe articolarsi in:

- *Conoscere il Registro*
- *Conoscere i nomi a dominio*
- *Conoscere i maintainer*

I tre gruppi in cui è suddivisa questa voce rappresentano i tre attori fulcro su cui poggia il sistema del ccTLD .it.

Per capire appieno il meccanismo che muove questo mondo è necessario conoscere l'identità e le interazioni di questi tre blocchi logici, che possono però anche essere autonomi (caratteristica che favorirebbe chi cercasse informazioni specifiche su uno degli argomenti).

La voce *Fare* può essere denominata, sempre privilegiando il punto di vista dell'utenza finale meno esperta, *Come fare per* e comprende:

- *Registrare*
- *Mantenere*
- *Cancellare*
- *Contestare*

Questa voce è stata suddivisa in quattro categorie che corrispondono alle principali procedure che interessano i nomi a dominio. Per ogni categoria le informazioni seguono l'iter logico/procedurale necessario a compiere l'operazione scelta e sono arricchite con link ad argomenti correlati presenti in altre parti del sito.

A queste due voci si è pensato di aggiungere le sezioni:

- Guide, norme e regolamenti

una sorta di “ratio” del Registro: struttura, domini, assegnazioni e via dicendo esistono perché sono normate, a livello nazionale e internazionale. Collocare questa voce è complesso, vista la rigidità degli argomenti, e in alternativa essa potrebbe essere posizionata all’interno sia della voce *Conoscere* che nella voce *Fare*.

Il posizionamento in home page consente un rapido accesso ad esempio a categorie di specifici operatori di settore (ad esempio legale) o a studenti e persone, semplici curiosi che siano interessati a conoscere le norme che regolano l’iter di registrazione.

- Essere maintainer (accesso all’area Rain) / Diventare maintainer (con informazioni sul contratto e le tariffe per diventare MNT)

L’home page comprenderebbe dunque, oltre al logo, una breve presentazione del Registro, uno spazio dedicato alle comunicazioni urgenti e alle novità, le seguenti sezioni

<i>Conoscere</i>	<i>Come fare per</i>	<i>Guide, norme e regolamenti</i>	<i>Accesso riservato (Rain = essere maintaner) Diventare maintainer</i>
<i>Il Registro</i>	<i>Registrare</i>	<i>Tutti i regolamenti</i>	
<i>I nomi a dominio</i>	<i>Mantenere</i>	<i>Guideline</i>	
<i>I maintaner (glossario)</i>	<i>Cancellare</i>	<i>Quickstart</i>	
	<i>Contestare</i>	<i>Doc vari / Manualistica tecnica/ Rfc</i>	
		<i>Policy / Netiquette</i>	

E tutti gli elementi sempre visibili:

Lingua – Mappa del sito – Whois / Stato delle registrazioni – Faq – Contatti – Lar – Cerca – Accessibilità – Copyright – Data ultimo aggiornamento – Briciole di pane – Invia / Stampa – RSS.

Adottando la stessa filosofia, sono state architettate le informazioni delle singole voci:

CONOSCERE

<i>Il Registro</i>		
<i>Chi siamo / Storia</i>	<i>Contatti</i>	<i>Attività</i>
<i>Organigramma + Comm.Regole</i>	<i>Indirizzi, Help desk, etc.</i>	<i>Descrizione attività</i>
<i>Bilancio sociale</i>	<i>Ufficio stampa Cartella Comunicati Foto/Video/Logo Newsletter/Annuario Mailing list</i>	<i>Progetti di Ricerca / sviluppo</i>
<i>Infrastruttura tecnica</i>		<i>Rapporti con gli organismi internazionali</i>
<i>Cert Iso</i>		<i>Gruppi di lavoro</i>
<i>L’archivio storico / NA</i>		<i>Eventi (in sottocategoria anche esterni)</i>
		<i>Formazione (scuole etc.)</i>
		<i>Pubblicazioni (Divulgative/Scientifiche)</i>
		<i>Statistiche</i>

<i>I nomi a dominio</i>			
<i>Cosa sono</i>	<i>Cosa farci</i>	<i>Perché .it</i>	<i>Un po' di storia</i>

<i>I maintainer</i>			
<i>Chi sono</i>	<i>Cosa fanno</i>	<i>Come sceglierli</i>	<i>Come diventarlo</i>
		<i>Lista</i>	<i>Contratti</i>
		<i>Norme buona condotta</i>	<i>Norme di buona condotta</i>
			<i>Costi</i>

M

COME FARE PER

<i>Registrare</i>	<i>Mantenere</i>	<i>Cancellare</i>	<i>Contestare</i>
<i>Requisiti</i>	<i>Modifica MNT</i>	<i>Cancellare</i>	<i>Opposizione</i>
<i>Disponibilità</i>	<i>Trasferimento</i>	<i>Revocare</i>	<i>Prsd</i>
<i>Domini riservati</i>	<i>Altre operaz. dominini</i>		<i>Arbitri</i>
<i>Cerca MNT/Lista/Norme buona condotta</i>	<i>No Provider</i>		<i>Verifica requisiti Decisioni e esiti procedure</i>
<i>Lar</i>			
<i>Modalità invio</i>			
<i>Gestione dei problemi / faq / contatti</i>			

Questo schema di contenuti è stato proposto all'Unità Sistemi con la quale si è cercato di mettere a punto una struttura definitiva che tenesse conto del progetto precedentemente presentato e che potesse da un lato soddisfare le esigenze dell'utenza meno esperta, valorizzando anche l'immagine e la missione del Registro. Tra le priorità evidenziate nel progetto dell'Unità Sistemi, l'esigenza di rendere l'home page la pagina di accesso e "indirizzo" del sito per un'utenza generalista. Discutendo su questi argomenti si è quindi tentato di definire i contenuti della home page, cercando di organizzarli secondo una logica che tenesse conto il più possibile degli obiettivi e delle varie tipologie di utenze del nuovo sito. E' stata dunque definita una "ipotetica" home page, nella quale - oltre al logo, gli elementi sempre visibili, il numero di domini registrati e l'area delle informazioni/notizie - sono state collocate altre tre grandi aree dedicate alle informazioni:

- *sulla registrazione*
- *sul Registro*
- *sulla cultura di internet e le iniziative di divulgazione*

Accanto a queste tre aree di base deve essere collocata una zona riservata ai maintainer con le informazioni relative alle modalità di sottoscrizione del contratto e dove è possibile (per coloro che sono già titolari di contratto) accedere al portale RAIN.

Rispetto alla gerarchia logica delle informazioni, si è ipotizzato di pubblicare delle notizie/informazioni/eventi (in stretto collegamento con le attività del Registro e con il piano/campagna di comunicazione) nell'area News e/o Divulgazione, di interesse per l'utenza generica desiderosa di approfondire argomenti dedicati alla diffusione della cultura di internet, ai nomi a dominio, all'identità del Registro.

Questo tipo di organizzazione porta a dover considerare la home page un elemento dinamico, in costante aggiornamento per quanto riguarda i contenuti: una sorta di contenitore informativo multimediale il cui aggiornamento periodico dovrà essere delegato a una struttura redazionale capace di selezionare, elaborare e arricchire il materiale notiziabile riferibile al Registro e al mondo dei nomi a dominio.

3. INCONTRO CON I MAINTAINER

Il 21 gennaio 2008 si è tenuto presso l'Istituto di Informatica e Telematica un incontro con i maintainer per presentare le linee guida del piano di comunicazione del Registro previsto per il biennio 2008/2009, occasione anche per discutere del nuovo sito internet. Il progetto è stato accolto con favore, in particolare, alcuni tra i maintainer presenti hanno sottolineato l'importanza di valorizzare il sito web tramite forme di interazione, come ad esempio un blog. Inoltre, per quanto concerne il tipo di target a cui rivolgersi, si è parlato di potenziare le informazioni divulgative rivolte sia ad un pubblico generalista che profilato, costituito in prevalenza da esperti e operatori di settore, in modo da rendere il sito un punto di riferimento autorevole per chi cerca notizie sul mondo di internet e dei nomi a dominio.

4. PRESENTAZIONE PROTOTIPO E REDAZIONE DEI CONTENUTI

Anche alla luce delle aspettative e considerazioni espresse dai maintainer, è stato elaborato un nuovo diagramma dei contenuti. Stabilita la gerarchia delle informazioni, il gruppo di lavoro delle Relazioni Esterne ha analizzato e definito le

caratteristiche principali dello stile e del tono della comunicazione, stabilendo anche la lunghezza massima delle pagine. Si è poi provveduto alla stesura di una serie di pagine web che esemplificassero – per stile, linguaggio e contenuto informativo – quella che dovrà essere l'impostazione di pressoché tutte le informazioni erogate dal nuovo portale: in linea con il target di riferimento, è stato adottato un linguaggio semplice, articolato in frasi brevi, scevro da tecnicismi (se non strettamente necessari) ma non per questo meno accurato.

Importante appare anche la scelta delle titolazioni, sobrie ed enunciative, in grado di riassumere in breve il contenuto di una sezione o di una schermata. Di prassi nei titoli è stato bandito il ricorso a espressioni generiche o allusive, al fine di orientare il lettore e favorire le sue capacità di previsione su ciò che troverà nella sezione indicata dal titolo.

Sono state d'aiuto anche alcune metafore, atte a favorire la comprensione delle strutture e dei meccanismi che ruotano attorno alla registrazione dei nomi a dominio assimilandoli a processi della vita quotidiana.

Alcuni esempi:

Chi Siamo

Il Registro è l'anagrafe dei domini Internet .it, la targa Internet dell'Italia. Soltanto qui è possibile chiedere, modificare o cancellare uno o più domini .it.

Su richiesta degli utenti, il Registro associa gli indirizzi numerici necessari per muoversi in rete (lunghi e difficili da memorizzare) a un nome. Su questo principio funzionano il web, la posta elettronica e molti altri servizi internet. L'associazione è memorizzata in un archivio (DBNA: database dei nomi assegnati) che tutti i computer collegati in rete devono consultare per raggiungere un dominio .it. Questo servizio si chiama Dns (Domani Name System) e regola, in modo invisibile, il funzionamento di Internet... (segue)

Chi siamo > .it e le altre targhe disponibili

Nella geografia della rete, .it è una delle tante estensioni disponibili. Alcune fanno riferimento a paesi, nazioni o aree geografiche: sono i cosiddetti ccTLD (country code top level domain), come .de, .fr, .uk o .eu. Altre estensioni, invece, hanno carattere generico: i gTLD, generic top level domain, come .net, .com. o .org.

Per ogni targa Internet c'è un registro con funzioni analoghe a quello italiano: ciascuno fissa regole autonome di registrazione e mantenimento. Alcuni registri consentono a chiunque di registrare un nome a dominio, indipendentemente dalla nazionalità o dalla residenza. Altri permettono l'assegnazione solamente a chi è in possesso di particolari requisiti... (segue)

Nomi a dominio

Un indirizzo, nel linguaggio di internet è solo una sequenza di numeri. I calcolatori possono memorizzarli senza problemi. Gli esseri umani, invece, hanno bisogno di associare agli indirizzi parole o espressioni semplici da ricordare. I nomi a dominio non sono altro che sequenze di lettere e/o numeri, combinate dagli utenti secondo fantasia ma in modo che possano essere facilmente memorizzate. Anch'essi, come gli indirizzi veri e propri, sono unici e non possono essere duplicati: a una

sequenza di numeri corrisponderà sempre e comunque un solo nome a dominio, e viceversa. A "tradurre" i nomi in numeri, l'unico linguaggio delle macchine, ci pensano altri computer, detti DNS, in modo del tutto invisibile e trasparente... (segue)

Nella redazione delle pagine relative alle operazioni (categoria del *Fare*), si è optato rigorosamente per un'informazione "di servizio", la cui struttura di base è di fatto l'elencazione discorsiva dei passi necessari al raggiungimento del singolo obiettivo. Un nuovo esempio:

Registrazione

Per registrare un nome a dominio .it è necessario essere maggiorenni e appartenere a uno dei paesi dell'Unione europea.

Un nome a dominio può essere registrato sia da una persona fisica che da un soggetto diverso da persona fisica (enti, società, associazioni, ditte individuali etc.). Chi registra un dominio .it viene detto Registrante. Il dominio prescelto deve essere disponibile (non ancora registrato) e assegnabile (non fa parte dell'elenco dei domini riservati o geografici) (controlla ora).

Una volta individuato il nome, il Registrante deve rivolgersi a un Maintainer (scegli maintainer) e compilare la lettera di assunzione di responsabilità (LAR) (scarica il modulo - compilazione guidata).

*La LAR deve essere firmata dal Registrante e inviata al Registro:
via fax al numero 050-542420 (oppure allo 050-577639 solamente per i domini cancellati da meno di sette giorni)
via posta o corriere all'indirizzo del Registro, via XXX
via posta elettronica (modalità riservata ai Maintainer).*

Non sono accettate Lar consegnate a mano.

Il Registro esamina la LAR e il relativo modulo tecnico inviato dal Maintainer (l'email che contiene tutte le informazioni tecniche e i dati del registrante per il dominio prescelto): se i dati sono corretti e coincidono, il dominio viene registrato e reso disponibile in rete... (segue)

Ciascuna pagina è stata arricchita da link interni (i cosiddetti "argomenti correlati") e altri esterni (che rimandano a siti istituzionali esterni al Registro) al fine di proporre al lettore un panorama esaustivo delle informazioni e delle loro fonti. La gestione dei link dovrà comunque essere raffinata in sede di analisi della fattibilità tecnica del sito.

5. ULTERIORI SVILUPPI

L'ipotesi di restyling del sito web fin qui illustrata si propone una duplice finalità. Da un lato, essa assolve al ruolo "di servizio" proprio del sistema di registrazione dei nomi a dominio, ponendo l'utente finale al centro del processo di gerarchizzazione ed elaborazione delle informazioni al fine di supportarlo efficacemente nella gestione delle operazioni di registrazione e mantenimento. Dall'altro, la strutturazione delle informazioni e dei testi non si limita a una mera indicazione dei passaggi necessari al conseguimento dell'obiettivo, ma è in grado di soddisfare la curiosità dell'utente che

intendesse approfondire le tematiche relative all'attività del Registro, al sistema dei nomi a dominio e, più in generale, alla rete invisibile di servizi su cui si basa il sistema Internet.

Il sito web del Registro può dunque rappresentare un volano prezioso per lo sviluppo della conoscenza della Rete e dei suoi meccanismi al di fuori del ristretto ambito degli addetti ai lavori. Non è solamente a essi, già documentati a sufficienza, che il Registro deve guardare: al di là del supporto operativo – dovuto in egual misura e con gli stessi livelli di efficienza ed efficacia a tutte le categorie di utenti, siano essi maintainer o utenza finale –, la struttura è in grado di offrire un “plus” informativo (e culturale) soprattutto a chi non sa, o non conosce a sufficienza il sistema dei nomi a dominio. Un ruolo, questo, cui la struttura pubblica e l'istituto di ricerca non possono abdicare.

Registro .it

Chi siamo

[Organizzazione](#)
[Attività](#)
[Storia](#)
[Infrastruttura tecnica](#)
[Bilancio Sociale](#)
[Certificazione ISO](#)
[Regolamenti](#)
[Archivio](#)

Operazioni

[Registrazione](#)
[Mantenimento](#)
[Cancellazione](#)
[Dispute](#)
[Form on line](#)
[Modulistica](#)

Divulgazione

[Nomi a dominio: tutto quello che c'è da sapere](#)
[I Maintainer](#)
[Ufficio stampa](#)
[Novità del Registro](#)
[Attività Internazionali](#)
[Pubblicazioni](#)
[Standard tecnici e norme](#)
[Statistiche](#)

Ultime notizie

Nuovo sito del Registro .it
 17/01/2008
[Altre notizie?](#)

Numero domini registrati .it

Alle ore 10:00 del 18/01/2008: **1,478,368**

Utilità

[FAQ](#)
[Stato delle RegISTRAZIONI](#)

Spedisci questo — Stampa questo —

1. Homepage

Navigazione

[Organizzazione](#)
[Attività](#)
[Storia](#)
[Infrastruttura tecnica](#)
[Le organizzazioni internazionali](#)

Chi Siamo

Il Registro è l'anagrafe dei domini Internet .it, la targa Internet dell'Italia. Soltanto qui è possibile chiedere, modificare o cancellare uno o più domini .it.

Su richiesta degli utenti, il Registro associa gli indirizzi numerici necessari per muoversi in rete (lunghi e difficili da memorizzare) a un nome. Su questo principio funzionano il web, la posta elettronica e molti altri servizi Internet. L'associazione è memorizzata in un archivio (DBNA: database dei nomi assegnati) che tutti i computer collegati in rete devono consultare per raggiungere un dominio .it. Questo servizio si chiama Dns (Domani Name System) e regola, in modo invisibile, il funzionamento di Internet.

Le regole della rete sono fissate da un'organizzazione internazionale, ICANN (Internet Corporation for Assigned Names and Numbers). Nel 1987, ICANN ha incaricato il CNR (Consiglio Nazionale delle Ricerche) di gestire i domini Internet a targa .it. E? nato così? il Registro del ccTLD .it (country code Top Level Domain: la targa .it, appunto) che ha sede all'Istituto di Informatica e Telematica di Pisa.

Responsabile del Registro è il direttore dell'Istituto di Informatica e Telematica, che si avvale del Comitato di gestione per il coordinamento delle attività e della Commissione Regole per la formulazione del regolamento di assegnazione e mantenimento dei nomi a dominio. Il Comitato di Gestione è costituito dai responsabili delle cinque Unità nelle quali è organizzato il Registro.

.it e le altre targhe disponibili

Nella geografia della rete, .it è una delle tante estensioni disponibili. Alcune fanno riferimento a paesi, nazioni o aree geografiche: sono i cosiddetti ccTLD (country code top level domain), come .de, .fr, .uk o .eu. Altre estensioni, invece, hanno carattere generico: i gTLD, generic top level domain, come .net, .com, o .org.

Per ogni targa Internet c'è un registro con funzioni analoghe a quello italiano: ciascuno fissa regole autonome di registrazione e mantenimento. Alcuni registri consentono a chiunque di registrare un nome a dominio, indipendentemente dalla nazionalità o dalla residenza. Altri permettono l'assegnazione solamente a chi è in possesso di particolari requisiti.

I domini, nazionali o generici, possono essere suddivisi in ulteriori sottoinsiemi: in Italia, ad esempio, gli enti locali hanno di norma nomi a dominio che ne identificano esattamente l'area geografica (es.: comune.pisa.it, o comune.pontedera.pisa.it).

Spedisci questo — Stampa questo —

2. Chi siamo

Navigazione
[Registrazione](#)

Registrazione

Per registrare un nome a dominio .it è necessario essere maggiorenni e appartenere a uno dei paesi dell'Unione europea.

Un nome a dominio può essere registrato sia da una persona fisica che da un soggetto diverso da persona fisica (enti, società, associazioni, ditte individuali etc.). Chi registra un dominio .it viene detto Registrante. Il dominio prescelto deve essere disponibile (non ancora registrato) e assegnabile (non fa parte dell'elenco dei domini riservati o geografici) ([controlla ora](#)).

Una volta individuato il nome, il Registrante deve rivolgersi a un Maintainer ([scegli maintainer](#)) e compilare la lettera di assunzione di responsabilità (LAR) ([scarica il modulo ? compilazione guidata](#)).

La LAR deve essere firmata dal Registrante e inviata al Registro: via fax al numero 050-542420 (oppure allo 050-577639 solamente per i domini cancellati da meno di sette giorni) via posta o corriere all'indirizzo del Registro, via XXX via posta elettronica (modalità riservata ai Maintainer).

Non sono accettate Lar consegnate a mano.

Il Registro esamina la LAR e il relativo modulo tecnico inviato dal Maintainer (l'email che contiene tutte le informazioni tecniche e i dati del registrante per il dominio prescelto): se i dati sono corretti e coincidono, il dominio viene registrato e reso disponibile in rete.

[Send this](#) — [Print this](#) —

Numero domini registrati .it

Alle ore 10:00 del 18/01/2008: **1,478,368**

Utilità

[FAQ](#)
[Stato delle RegISTRAZIONI](#)

3. Registrazione

Navigazione
[Cancellazione](#)

Cancellazione

Il Registrante che vuole cancellare il proprio dominio deve inviare al Registro un apposito modello, disponibile in due versioni: per domini assegnati a [?persone fisiche?](#) e per quelli assegnati a [?soggetti diversi da persone fisiche?](#) (enti, società, associazioni, ditte individuali, ecc?)

[scarica il modulo versione ?persone fisiche?](#)

[scarica il modulo versione ?soggetti diversi da persone fisiche?](#) (enti, società, associazioni, ditte individuali, ecc?).

All'atto della compilazione del modello, il Registrante può decidere se attivare o meno la procedura di cancellazione irrevocabile del dominio.

Nel primo caso, vengono oscurati i dati e dopo 30 giorni il Registro cancella il dominio entro i 5 giorni successivi.

Nel secondo caso, il registrante può ancora recuperare il dominio attraverso il suo maintainer, entro 30 giorni.

Il modello deve essere compilato in tutte le sue parti e firmato dal Registrante e inviato al Registro:

via fax al numero 050-570230

via posta o corriere all'indirizzo del Registro, via XXX

Non sono accettate richieste di cancellazione consegnate a mano.

Il Registro esamina la richiesta e, se i dati sono corretti, il dominio viene cancellato.

[Send this](#) — [Print this](#) —

Numero domini registrati .it

Alle ore 10:00 del 18/01/2008: **1,478,368**

Utilità

[FAQ](#)
[Stato delle RegISTRAZIONI](#)

4. Cancellazione

Navigazione

[Contestare un dominio](#)

Contestare un dominio

L'assegnazione di un nome a dominio può essere oggetto di controversia tra uno o più soggetti che ne reclamano il diritto. Il Registro non prende parte alla risoluzione della controversia 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.

L'apertura dell'opposizione non permette di ottenere automaticamente il dominio già registrato ma consente l'accesso a due procedure - alternative al ricorso alla magistratura - per la risoluzione della controversia: l'arbitrato irrituale e la procedura di riassegnazione.

Per iniziare un'opposizione è necessario inviare al Registro una richiesta scritta con le generalità del mittente, il nome a dominio oggetto dell'opposizione, le motivazioni e i diritti che si presumono lesi. Gli utenti hanno a disposizione due [modelli indicativi](#) per facilitare la compilazione della richiesta. Possono aprire un'opposizione solamente le persone fisiche (maggioranni) e le persone giuridiche che appartengono a uno dei Paesi membri dell'Unione Europea.

La richiesta deve essere inviata per posta convenzionale o corriere e può essere anticipata via fax al numero 050 570230 o posta elettronica all'indirizzo hostmaster@nic.it.

Il Registro esamina la richiesta, ne valuta l'ammissibilità e, entro 10 (dieci) giorni lavorativi dall'arrivo della richiesta, notifica l'esito alle parti lese.

L'opposizione si considera iniziata nel momento in cui il nome a dominio viene posto nello stato di "challenged".

L'opposizione deve essere rinnovata, con raccomandata, ogni 180 (centottanta) giorni, salvo che vi sia un giudizio, un arbitrato o una procedura di riassegnazione in corso. La richiesta di rinnovo non può essere ripetuta per più di due volte.

[Send this](#) — [Print this](#) —

Numero domini registrati .it
Alle ore 10:00 del 18/01/2008: 1,478,368
Utilità
FAQ
Stato delle RegISTRAZIONI

5. Contestare un dominio

Navigazione

[Nomi a dominio](#)

Nomi a dominio

Un indirizzo, nel linguaggio di internet è solo una sequenza di numeri. I calcolatori possono memorizzarli senza problemi. Gli essere umani, invece, hanno bisogno di associare agli indirizzi parole o espressioni semplici da ricordare. I nomi a dominio non sono altro che sequenze di lettere e/o numeri, combinate dagli utenti secondo fantasia ma in modo che possano essere facilmente memorizzate. Anch'essi, come gli indirizzi veri e propri, sono unici e non possono essere duplicati: a una sequenza di numeri corrisponderà sempre e comunque un solo nome a dominio, e viceversa. A "tradurre" i nomi in numeri, l'unico linguaggio delle macchine, ci pensano altri computer, detti DNS, in modo del tutto invisibile e trasparente. Un banale esempio. Per motivi di studio o di lavoro, un cittadino di internet ha bisogno di far visita alla casa virtuale del Consiglio Nazionale delle Ricerche, che in Rete risponde all'indirizzo numerico 150.146.205.11: troppo lungo, troppo difficile da ricordare. All'utente è però sufficiente conoscere il nome a dominio associato a quell'indirizzo (www.cnr.it: semplice e chiaro): dovunque egli sia, gli basterà mettersi in contatto con www.cnr.it per arrivare direttamente a destinazione.

[Send this](#) — [Print this](#) —

6. Nomi a dominio

Navigazione

[I Maintainer](#)

Cosa sono i Maintainer

Il Registro non si occupa di registrare direttamente nuovi indirizzi per conto degli utenti. Per svolgere tali pratiche esistono specifiche società di servizi: si chiamano "Maintainer" e ciascuna di esse è in grado di guidarvi nella registrazione e nel futuro utilizzo del nome a dominio che avete scelto. In Italia e nel mondo esistono circa 2300 Maintainer che, avendo firmato un accordo con il Registro, possono assistervi nella registrazione di un dominio ".it". Ogni Maintainer, nella massima autonomia, offre servizi di ogni ordine e prezzo, dalla semplice registrazione alla realizzazione di siti web, alla fornitura di connettività Internet fino alla fornitura di servizi altamente specializzati.

Il Registro, che lavora esclusivamente nell'interesse pubblico, lascia che ciascun Maintainer applichi le tariffe che ritiene più opportune, generalmente commisurate al tipo e alla qualità del servizio offerto all'utente. In questa sezione è disponibile un elenco dei Maintainer, dove potrete trovare nomi e recapiti di tutti coloro che hanno espresso il consenso alla pubblicazione dei loro dati e/o che hanno sottoscritto accordi particolari con il Registro a tutela della trasparenza e a garanzia del consumatore (le cosiddette "norme di buona condotta").

[Send this](#) — [Print this](#) —

Numero domini registrati .it

Alle ore 10:00 del 18/01/2008: **1,478,368**

Utilità

[FAQ](#)
[Stato delle RegISTRAZIONI](#)

7. Cosa sono i maintainer

Navigazione

[Organigramme](#)
[Storia](#)

Storia

Nel dicembre del 1987, con la nascita del primo dominio della rete italiana (cnr.it), Iana (Internet Assigned Numbers Authority) riconobbe il ccTLD .it, assegnandone la gestione al Consiglio Nazionale delle Ricerche 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 Cnuc 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 (Iit-Cnr), 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'uso 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 fine degli anni '90, il processo di registrazione dei nomi a dominio .it ha conosciuto un'impennata vertiginosa: il Registro del ccTLD .it ha progressivamente ampliato la propria struttura operativa ai maggiori 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), il fenomeno della corsa ai domini .it si è progressivamente assestato sulle 20mila nuove richieste di registrazione al mese, media consolidata delle ultime stagioni.

Oggi il Registro del ccTLD .it è il quinto country code top level domain a livello europeo (e il settimo del mondo) per numero di domini registrati.

[Send this](#) — [Print this](#) —

8. Storia

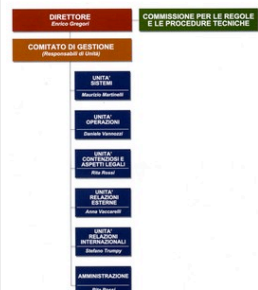
Navigazione

- [Organigramme](#)
- [Organizzazione](#)

Organigramma

L'attuale organizzazione del **Registro del ccTLD.it** ha dimostrato di essere efficiente e di garantire negli anni ottimi livelli di qualità del servizio offerto. Il responsabile è il **direttore** dell'Istituto di Informatica e Telematica del CNR (Enrico Gregori) che è coadiuvato, per quanto riguarda l'organizzazione del lavoro e del personale, da un **Comitato di Gestione** formato dai cinque responsabili (Maurizio Martinelli, Rita Rossi, Stefano Trumpy, Anna Vaccarelli, Daniele Vannozzi) delle rispettive unità che compongono il Registro: **Unità sistemi, operazioni, contenziosi e aspetti legali, relazioni esterne, relazioni internazionali**. Il Registro si avvale inoltre della collaborazione della **Commissione Regole** che ha il compito di formulare le regole e procedure tecniche per la assegnazione e gestione dei nomi a dominio nell'ambito del ccTLD .it, in linea con l'evoluzione tecnica nazionale e internazionale del settore. All'interno del Registro si trova inoltre l'**amministrazione** che si occupa della fatturazione con i singoli Maintainer, dei contratti diretti e della gestione finanziaria ed economica di tutto l'Istituto di Informatica e Telematica.

l'organigramma del Registro del ccTLD .it



Numero domini registrati .it

Alle ore 10:00 del 18/01/2008: **1,478,368**

Utilità

- [FAQ](#)
- [Stato delle RegISTRAZIONI](#)

[Send this](#) — [Print this](#)

9. Organigramma