

L'Icann dà 30 giorni per arrivare a un armistizio tra gestori e produttori Ig

Il dominio entro un mese

Scontro al calor bianco sui suffissi .vin e .wine

da Bruxelles
ANGELO DI MAMBRO

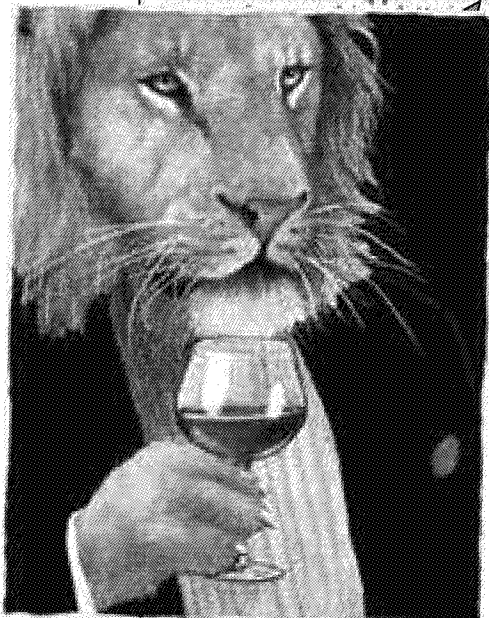
Un mese di tempo per trovare un accordo tra settore del vino europeo e imprese candidate all'assegnazione dei domini internet «.vin» e «.wine». È l'ultimatum dell'Icann (*Internet corporation for assigned names and numbers*) per sbrogliare la matassa dei domini web legati alle denominazioni dei vini in via di assegnazione con metodo e contenuti aspramente criticati dai produttori europei. La settimana scorsa a Durban, durante il periodico incontro del comitato consultivo dell'Icann, si sono scontrate due visioni talmente lontane che l'organismo internazionale incaricato della gestione dei domini (come il «.com» o «.net») ha sospeso il dibattito, dando 30 giorni ai produttori delle Doc dell'Ue e alle imprese

La silenziosa guerra per i domini alimentari

Una battaglia sottotraccia ma senza esclusione di colpi quella che sta avvenendo ai margini del web. Dopo che l'Icann, ovvero l'autorità che regola i domini di primo livello, come il «.com», ne ha sancito la liberalizzazione, l'anno scorso, si è accesa la battaglia per l'assegnazione dei suffissi più interessanti. Già premotato dalla multinazionale Apple il suffisso «.apple» di cui si discute per

il vino si muoverà, percependo i rischi connessi alla vendita, da parte dei nuovi proprietari dei suffissi, di domini come «bordeaux.wine» o «champagne.wine» a soggetti privi di qualsiasi legame con le denominazioni d'origine. Durante una recente riunione a Berlino, l'Icann ha annunciato di aver già accantonato 65 milioni di dollari per le sole azioni legali seguiti alla vendita dei suffissi. Una mossa che sarà affrontata

abbiano nessun legame con i veri produttori, ma che anzi potrebbero diventare canali per la vendita di bottiglie con etichetta contraffatta. Le organizzazioni, che hanno ottenuto l'appoggio della Commissione Ue e degli



ItaliaOggi del 29 maggio 2013

2013), nei mesi scorsi l'Icann aveva annunciato di avere selezionato quattro imprese (due registrate negli Usa, una in Gibilterra e una in Irlanda) senza legami col mondo del vino per l'assegnazione dei domini «.vin» o «.wine». Queste avrebbero potuto commercializzarli a loro piacimento. Le organizzazioni dei produttori di vino a indicazione geografica sono insorte, scandalizzate dalla «mancanza di norme in materia di rispetto dei diritti di proprietà intellettuale, in particolare per le indicazioni geografiche», si legge in una nota dell'Efow (federazione europea dei vini a indicazione di origine). Il rischio, prosegue Efow, è quello di ritrovarsi con siti dai nomi come «bordeaux.wine» o «chianti.wine» che non

che vogliono commercializzare il «.wine» e il «.vin» per trovare un'intesa. Come riportato da ItaliaOggi (il 29 maggio

stati produttori europei rappresentati presso l'Icann, vogliono che quei domini non siano vendibili a chiunque ma solo a chi può vantare l'etichetta Ig. E a Durban si è ripresentato lo scontro sul ruolo dell'origine nel marchio e sulla sua tutela, una controversia ormai ultraventennale che vede contrapposti Ue, Usa e rispettivi alleati. Internet potrebbe essere un territorio virtuale di riconciliazione? Per ora sono altri i toni a prevalere: «Rappresentiamo il 65% della produzione mondiale e se non fossimo ascoltati», attacca il presidente di Efow e Federdoc Riccardo Ricci Curbastro, «chiederemo ai nostri produttori di boicottare i nuovi domini, significherebbe la fine del loro business model e lo screditamento dell'Icann».

