

Afnic: un bilan 2006 terne, et spéculations sur les 'parkings'

L'association à but non lucratif issue de l'essaimage de l'INRIA (Institut National de Recherche en Informatique et en Automatique) et de l'État vient de dresser le bilan de l'année 2006 et dessiner les perspectives du marché du nommage.

Depuis la création du système de nommage qui remonte à 1985, le travail de l'AFNIC (Association Française pour le Nommage Internet en Coopération) a évolué. Et il est toujours en mutation, essayant de s'adapter aux lois du Web tout en respectant le développement d'Internet « à la mode française » par le biais de l'extension .fr qui a été ouverte aux particuliers le 20 juin 2006.

Sa mission est claire. Elle doit tenir la base des enregistrements (« *favoriser la concertation et veiller au respect du principe de non-discrimination* »). Elle doit aussi assurer l'accessibilité à un site, et cela, à n'importe quel moment et depuis n'importe où (ce qui induit la présence de serveurs sur l'ensemble de la planète). Dans 80% des cas la fonction de l'Afnic est technique.

Signalons que l'Afnic, a créé à cette occasion un site « pédagogique »: www.faites-vous-un-nom.fr . Il vise à encourager la création de pages Web et à dynamiser l'économie numérique qui en France reste relativement peu développée au contraire de pays comme l'Allemagne et l'Italie où les internautes sont très actifs.

Pour remédier à cela, l'AFNIC multiplie les rencontres avec les médias et essaye de renforcer sa communication. Un peu tard? Car sur ce point le dg du « registreur », Mathieu Weill, l'admet :« *Il est vrai que la France affiche un certain retard, qui s'explique par un démarrage plus rapide de certains pays[ndlr : en Italie et en Allemagne l'ouverture de l'extension nationale aux particuliers a été possible dès 2000]et donc une meilleure connaissance de ce qu'est un domaine par les utilisateurs. En Allemagne par exemple, 80% des noms de domaines « .de » appartiennent à des particuliers. Mais l'important pour favoriser la représentation de la France sur la Toile ce sont, avant tout, les contenus et pas le nombre de domaines. L'Allemagne ou la Grande-Bretagne ont opté pour une approche plus libérale et elles ont des conditions tarifaires moins avantageuses, mais j'estime que nous n'avons pas les mêmes priorités.* »

Il reste que, malgré ces explications, le bilan de l'Afnic est plutôt terne, avec seulement **875.000** noms de domaines en .fr. D'après l'association, le million pourrait être dépassé d'ici à février 2008. L'ouverture aux particuliers a fait progresser cette statistique, puisque depuis juin 2006 il y a eu 350.000 nouveaux dépôts (à l'époque il n'y avait que 500.000 noms de domaine).

En moyenne, il se crée 1.600 nouveaux sites par jour, « *une extension assez dynamique* » se défend M. Weill. Sur ces 350.000 nouveaux dépôts, 220.000 ont été réalisés par des particuliers sur un prix public moyen de 10 euros par an.

Pour ce qui est du **.eu**, qui n'est pas à la charge du 'registreur' français, Mathieu Weill explique que « *l'essor du .eu est lié à l'essor du .fr.* »

En 2006, le budget de l'AFNIC était de 5,8 millions d'euros, une somme qui provient pour 10% des cotisations de ses membres, le reste venant des prestations facturées par le bureau

d'enregistrement.

« L'Afnic est une association à but non lucratif qui ne touche aucune subvention de l'État », explique Mathieu Weill. « Pour pleinement jouer son rôle, elle compte sur plus d'un millier de bureaux d'enregistrement, dont près de 100 représentent la majorité des opérations. D'ailleurs une certaine concentration est en train de naître dans les bureaux d'enregistrement. »

Discussions autour des « plates-formes de parking »

Depuis plusieurs mois, l'Afnic n'ignore pas l'émergence d'un nouveau 'business' lié au comportement des utilisateurs. Les noms de domaines génériques (hotel.fr, courses.fr, cheval.fr) peuvent en effet avoir du sens pour les acteurs du marché. La valeur du nom de domaine offre la possibilité de faire de l'argent, il suffit pour cela de les faire fructifier, par exemple en confiant à une « **plate-forme de parking** » -contre paiement bien sûr- le soin de mettre en place des liens contextuels sur le nom de domaine générique, par exemple en utilisant le fameux Adwords de Google.

Enfin, la revente d'un nom de domaine comme courses.fr peut être très rentable et elle est parfaitement légale contrairement au « **typosquatting** » qui lui est rentable, mais « pénale et illégal ».

Il reste, qu'il ne faut pas non plus se leurrer, cela ne rapporte pas toujours. En 2006, dans le monde, seul 0,07% des 17.000 transactions identifiées dépasse le seuil des 100.000 dollars, la moyenne étant proche des 5.000 dollars.

M. Weill précise: « Il existe 6 ou 7 de ces plates-formes dans le monde, les plus connues étant le [Sedo](#) et [Afternic](#). Le nom de domaine est un actif immatériel, et dans le monde professionnel, c'est à la mode de valoriser l'immatériel. Preuve en est dans certains cas le nom de domaine représente plus de 50% de la valeur de la marque. Par exemple pour Google et Yahoo, perdre le nom de domaine revient à perdre l'enseigne et la boutique. »

« Il faut être conscient du développement de ce second marché, l'Afnic n'est pas contre l'intégration de ces plates-formes 'parking'. Je ne pense pas que nous devons réguler, mais plutôt que le renforcement de la jurisprudence est le meilleur outil ».