

Séminaire Vox Internet

« Les noms de domaine, un objet clé de la gouvernance Internet »
Jeudi 14 février 2008

Observatoire 2007 du marché des noms de domaine en France

Loïc Damilaville – AFNIC

Patrick Maigron – TELECOM & Management SudParis (ex INT)

loic.damilaville@afnic.fr, patrick.maigron@it-sudparis.eu



Sommaire

- **1. Présentation de l'AFNIC**
- **2. Objectifs et méthodologie**
- **3. Éléments de contexte en France et dans le monde**
- **4. Les noms de domaine *.fr***
- **5. Les titulaires de noms de domaine *.fr***
- **6. Les bureaux d'enregistrement**
- **7. Les usages des noms de domaine *.fr***
- **8. Tendances et perspectives**

1. Présentation de l'AFNIC

Organisation et structure

- **AFNIC :** **Organisme habilité à gérer les ccTLD liés au territoire français : .fr (France), .re (Réunion)...**
- **Statut :** **Association à but non lucratif (loi de 1901)**
- **Création :** **En 1997, par l'INRIA et l'État français**
- **Composition :** **Plusieurs catégories de membres**
 - Prestataires de services Internet (= bureaux d'enregistrement)
 - Utilisateurs (personnes physiques et morales)
 - Organisations internationales
 - Représentants des pouvoirs publics

Prestataires

86 option 1
944 option 2

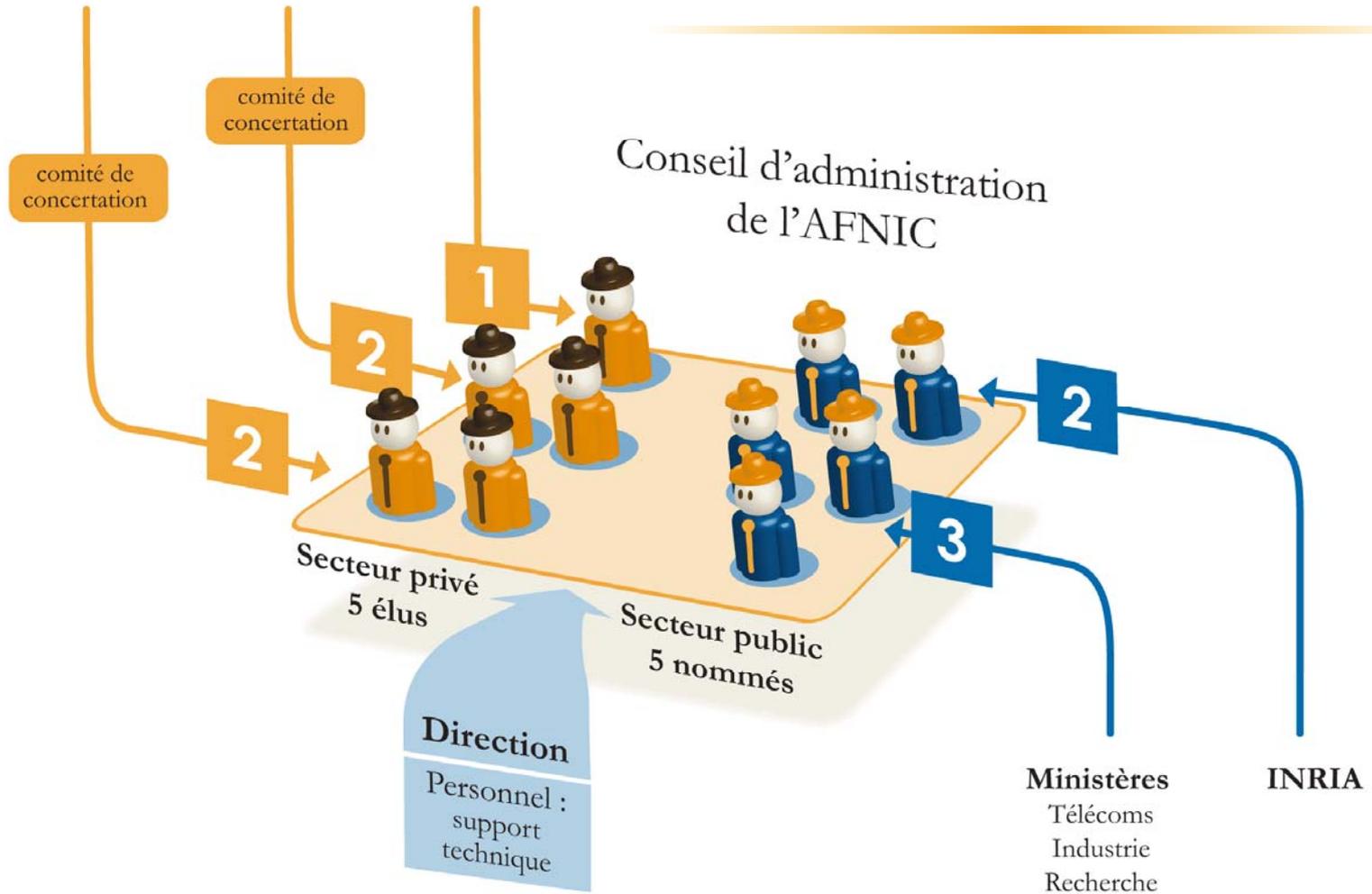
Utilisateurs

57 organisations
31 p. physiques

International

29 membres dont
14 NIC

L'organisation de l'AFNIC : une structure ouverte



Principes et missions (1/3)

- **Nos principes :**

- **Être une organisation à but non lucratif**
- **Fournir un espace neutre de concertation**
- **Défendre les intérêts respectifs et rechercher le consensus entre toutes les parties prenantes**
- **Fournir un service de haute qualité à nos clients et aux utilisateurs de l'Internet**
- **Agir en respectant le principe de non-discrimination**

Principes et missions (2/3)

- **Missions de base :**

- **Attribuer les noms de domaine en *.fr* et *.re* commercialisés par les bureaux d'enregistrement (y compris la gestion des chartes de nommage)**
- **Assurer l'accessibilité des noms de domaine en *.fr* et *.re* depuis tout point de l'Internet**
- **Tenir à jour la liste des contacts et des titulaires liés aux noms de domaine (bases « Whois »)**



Principes et missions (3/3)

- **Missions d'intérêt général :**

- Assurer la continuité de l'espace territorial français sur l'Internet
- Servir de centre de ressources aux institutions publiques françaises en matière de services de Registre

- **Missions d'ordre scientifique :**

- Anticiper sur les évolutions de l'Internet
- Promouvoir la coopération avec d'autres pays dans nos domaines de compétence

- **L'AFNIC =**

- Un registre national (*registry*), comme il en existe un pour chaque pays
- Un organisme neutre et indépendant, qui ne commercialise pas directement les noms de domaine
- Une association dont le but est de contribuer au développement du nommage en *.fr* et de l'Internet en France

- **L'AFNIC ≠**

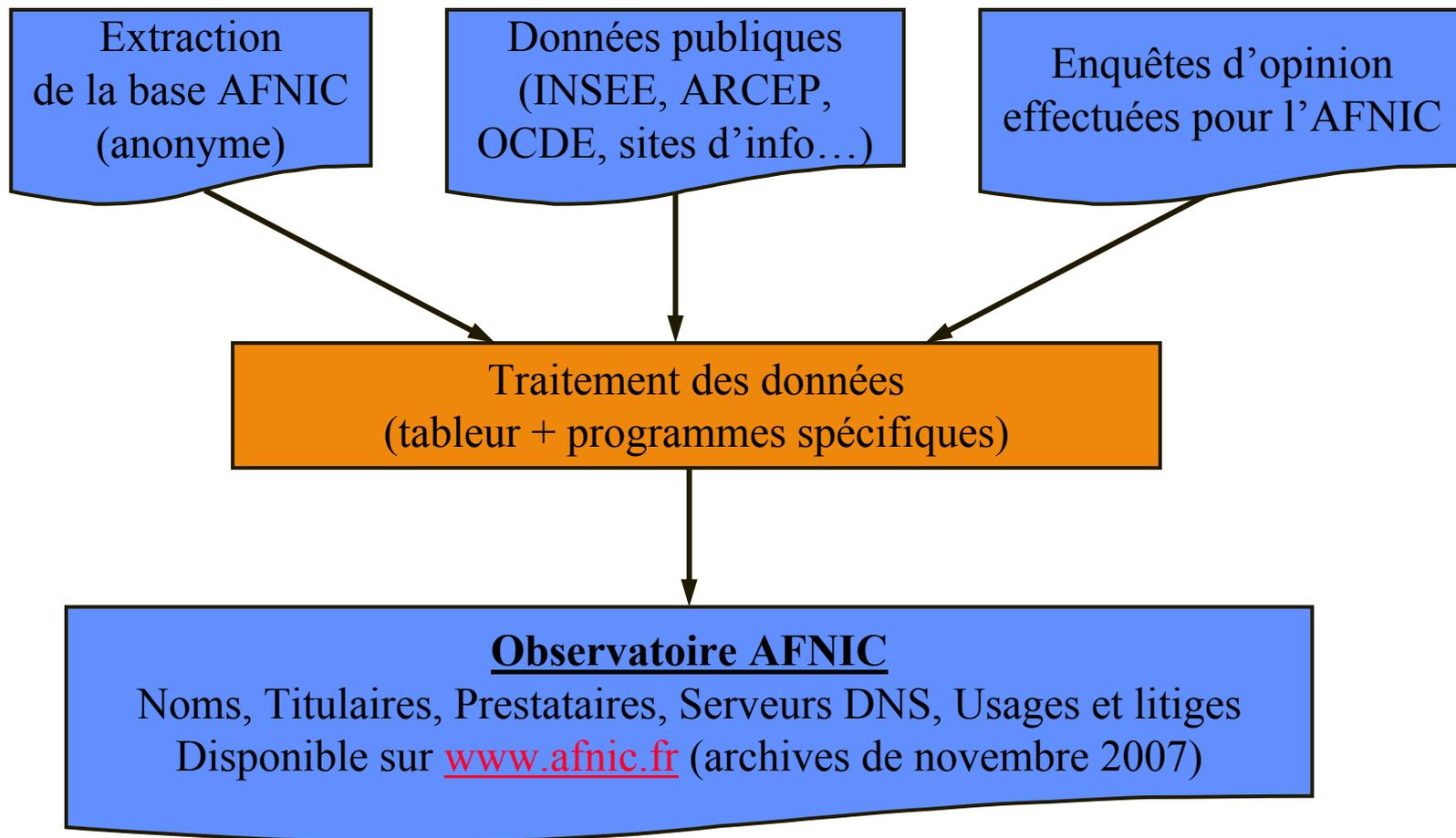
- Une autorité juridique apte à statuer en cas de litige ou de réclamation
- Un législateur en matière de droit sur l'Internet

2. Objectifs et méthodologie

Objectifs de l'observatoire

- Donner une image fiable du marché et de ses acteurs
- Fournir des clefs d'analyse sur les facteurs déterminants pour le marché et sur les tendances de celui-ci
- Contribuer à faire connaître et reconnaître ce marché et ses spécificités par les acteurs privés et publics
- Identifier les forces et faiblesses du marché et proposer des recommandations pour le registre et/ou les bureaux d'enregistrement

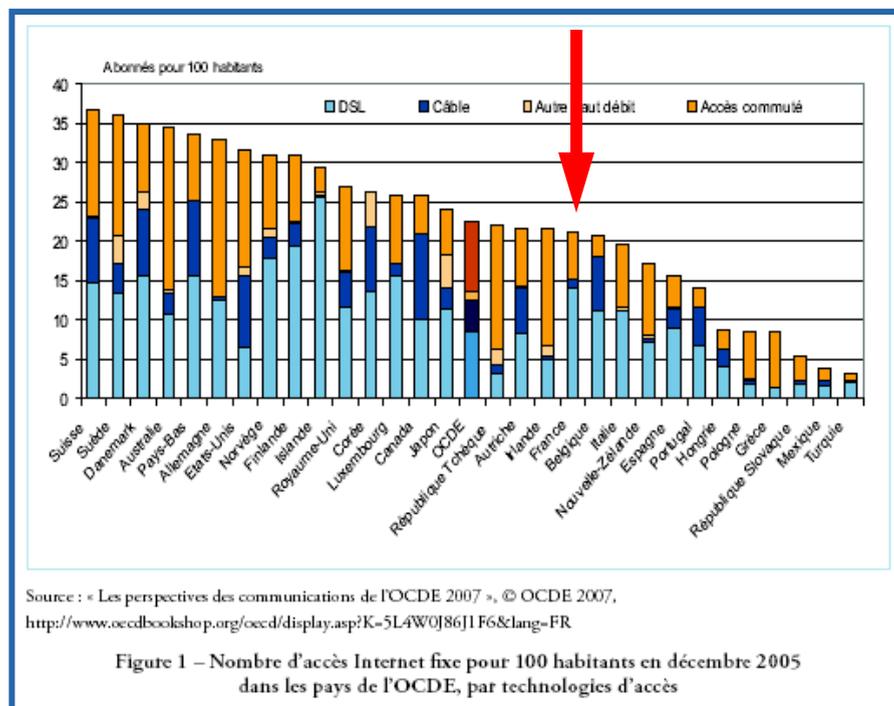
Méthodologie utilisée



3. Éléments de contexte en France et dans le monde

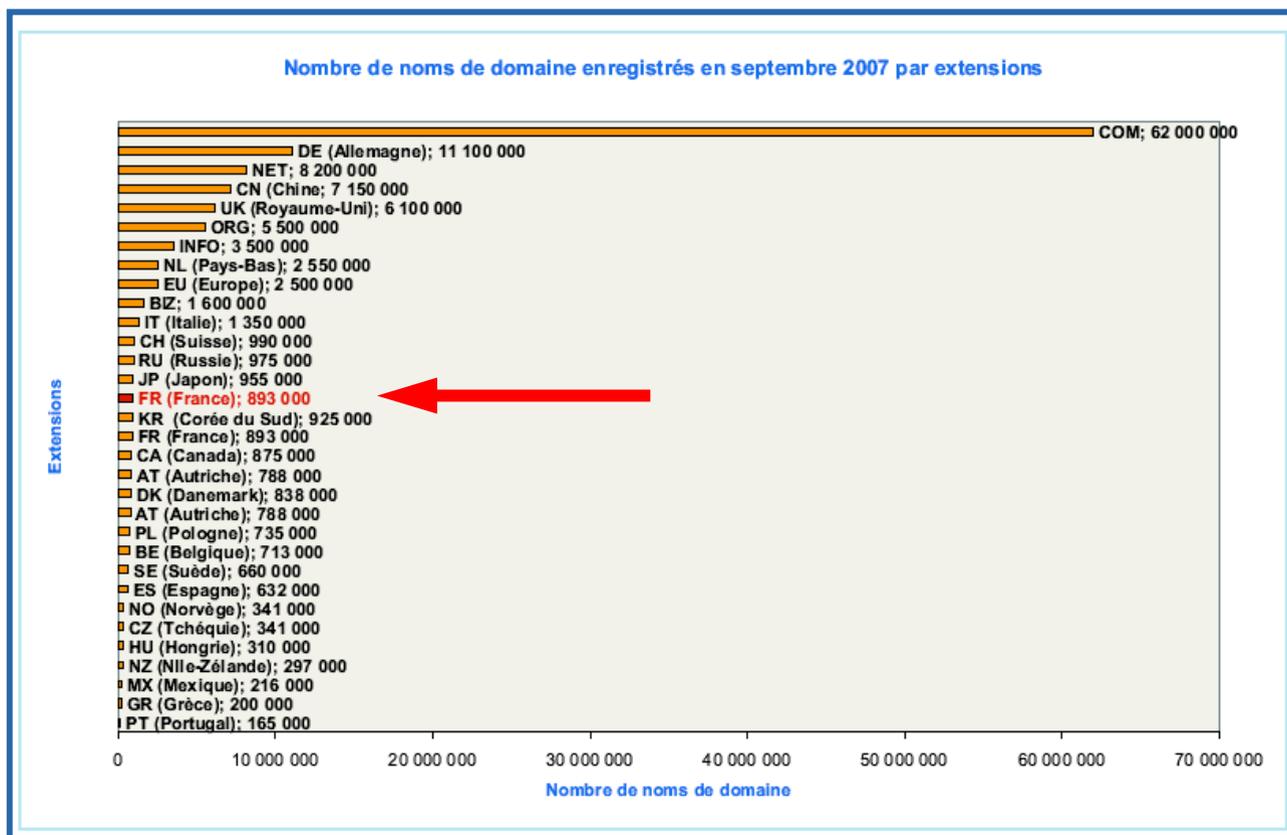
Un marché lié aux usages et à l'équipement des ménages

- Une croissance intimement liée à l'utilisation d'Internet et à l'équipement des ménages dans chaque pays (développement des accès ADSL)
- La France reste encore en retrait par rapport à la moyenne des pays développés, malgré le haut débit (ADSL et dégroupage).



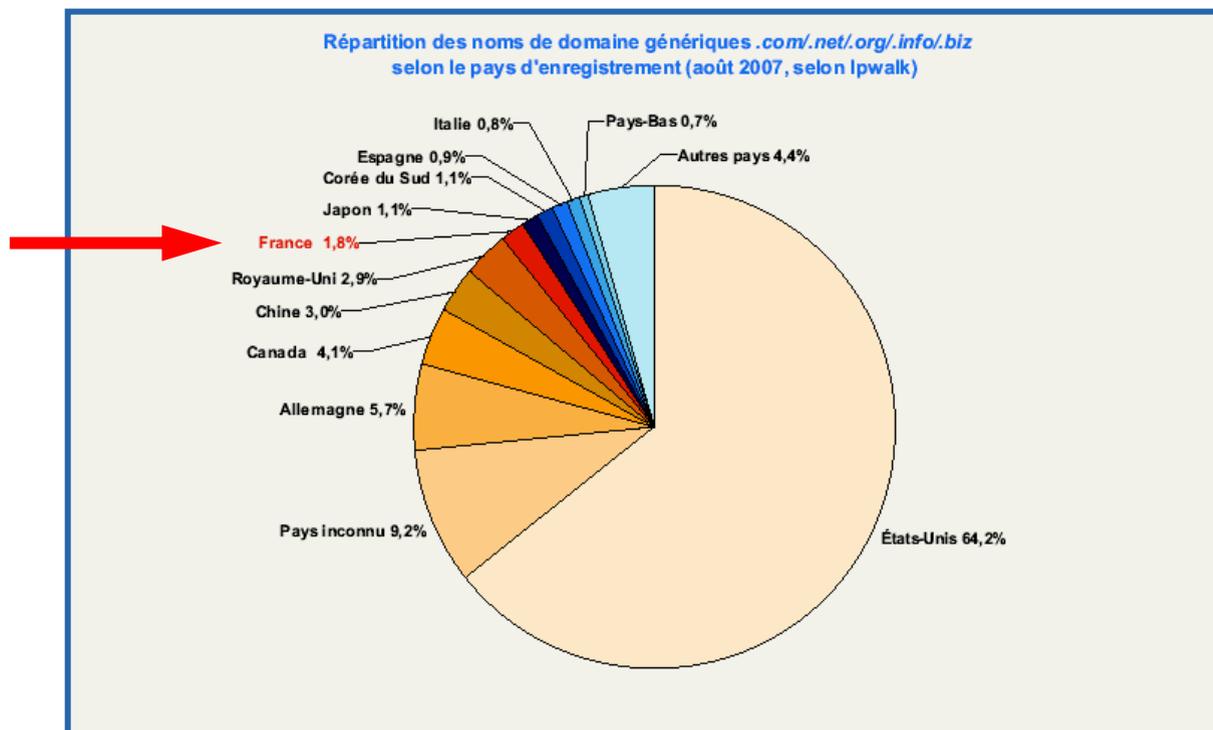
Un marché en forte croissance au niveau mondial

- Le *.com* domine le marché mondial avec plus de 60 millions de noms déposés, dopé par sa connotation internationale et les US.



Un marché en forte croissance au niveau mondial

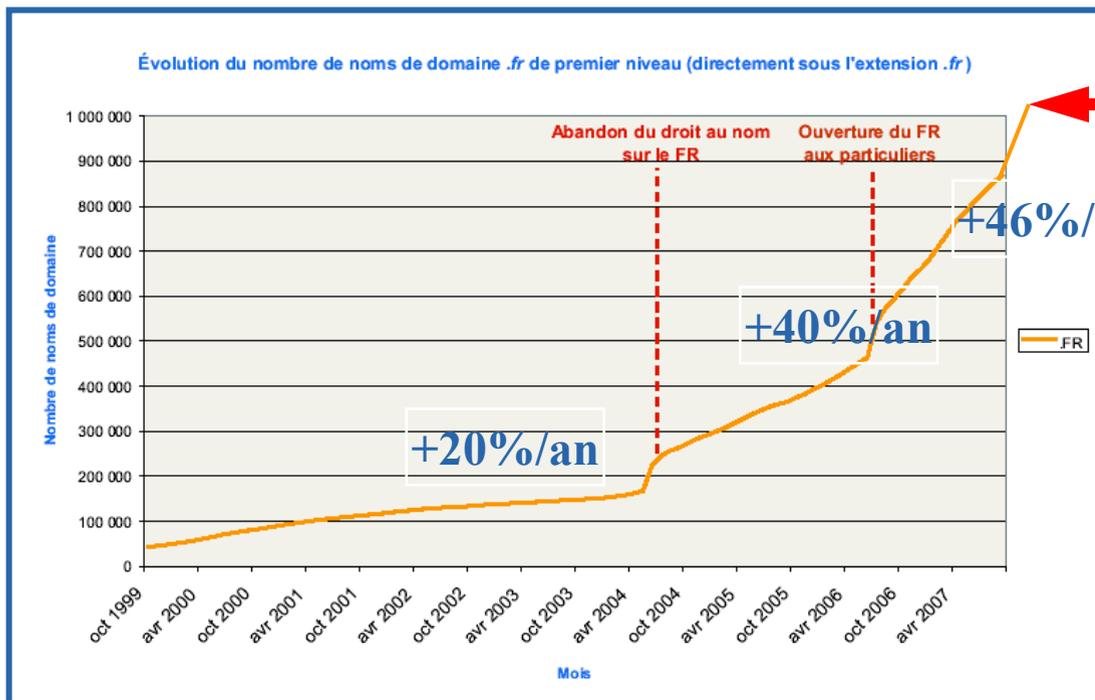
- Le marché français reste pour sa part encore peu développé, la France étant aussi en retard en termes de poids dans les extensions génériques (2%, contre 64% pour les US).



4. Les noms de domaine *.fr*

Évolution du .fr

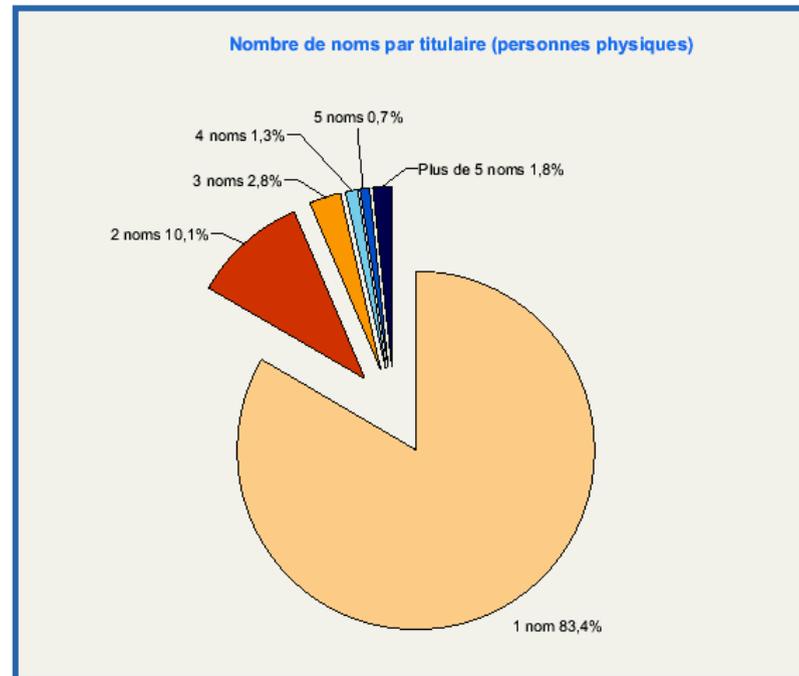
- Le .fr connaît une forte croissance, amorcée en 2004 avec l'abandon du droit au nom.
- Une nette accélération est sensible depuis juin 2006 du fait de l'ouverture aux particuliers (+66% en 2006).



≈ 1 050 000 noms actuellement

Nombre de *.fr* par titulaire

- Le nombre de *.fr* déposés par titulaire est similaire pour les personnes physiques et morales.
- Une large majorité de titulaires ne possède qu'un seul *.fr* (85%), tandis qu'une petite minorité en possède plus de 5 (2%) : grands comptes et domainers.

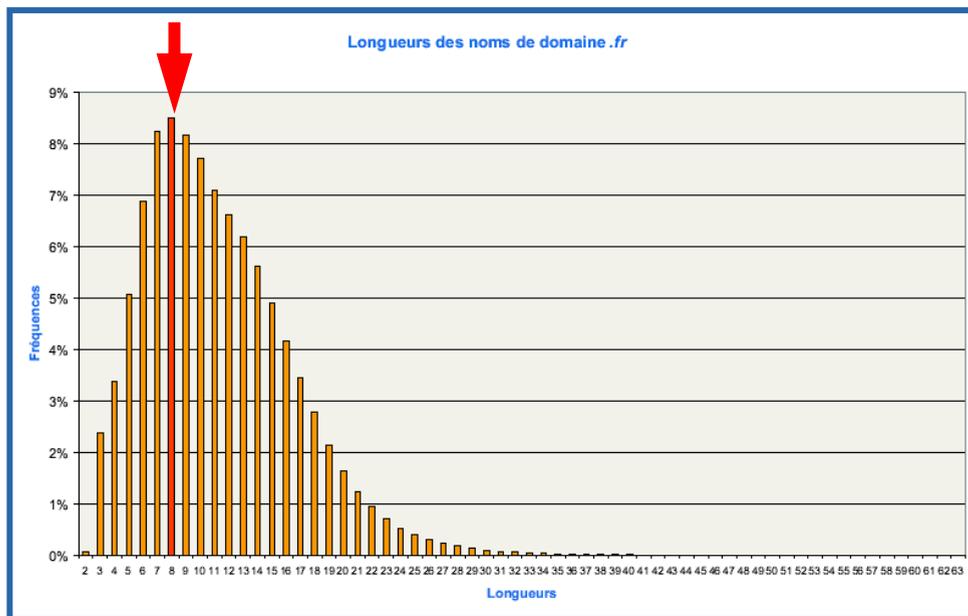


Analyse lexicographique des .fr : méthodologie

- **Structure lexicographique des noms enregistrés**
 - Longueur et fréquence des caractères (lettres, chiffres, tiret)
- **Taux d'enregistrement de différentes listes de noms**
 - Dictionnaire français (300 000 mots, 4 000 et 1 500 mots les plus courants)
 - Entreprises françaises (CAC 40, 100 et 1 500 plus grandes entreprises)
 - Communes françaises (36 000 communes, communes de plus de 2 000 habitants)
 - Prénoms et patronymes les plus utilisés
 - Combinaisons de quelques lettres (acronymes potentiels)
 - Traitement des caractères spéciaux et accentués
Exemple : Pont-l'Évêque ➔ *pont-leveque* et *pont-l-eveque*
- **Recherche des sous-chaînes les plus utilisées**
 - Exemple : *hotel-a-paris-france.fr* ➔ 4 sous-chaînes : « hôtel », « à », « Paris », « France »
- **Comparaison avec des études analogues sur .com/.net/.org**

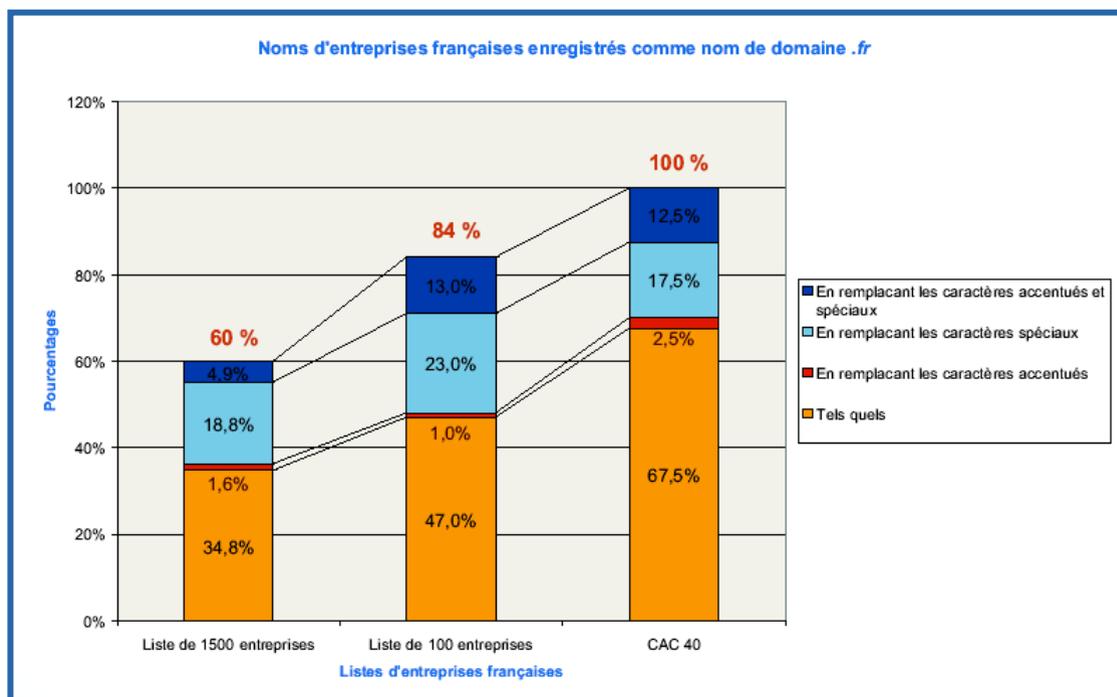
Structure lexicographique des *.fr*

- Des noms de domaine assez courts avec un pic à 8 caractères
- La longueur moyenne des *.fr* est inférieure à celle des *.com*, signe d'une moindre saturation (les noms courts en *.com* sont déjà tous pris).
- Fréquences des caractères analogues à celles de la langue française, supérieures sur le « o » et les lettres rares.



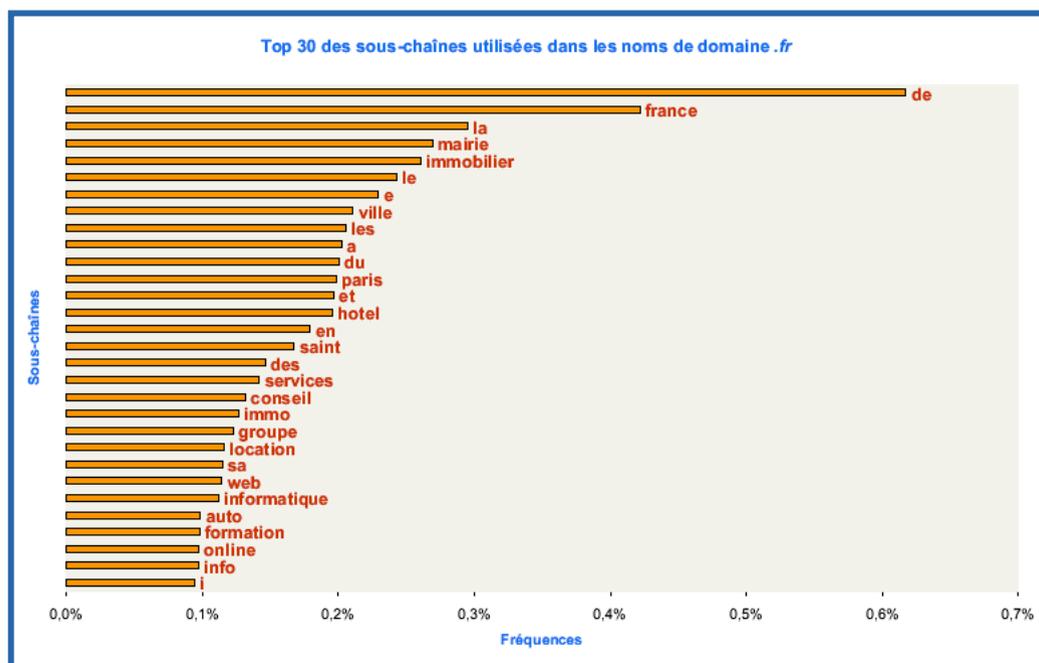
Un espace de nommage encore modérément saturé

- 30% des 4 000 mots les plus usuels de la langue française restent libres.
- 23% des communes et 60% des 1 500 premières entreprises françaises ont enregistré leur *.fr*.
- 15 à 30% des noms sont enregistrés après suppression des accents.



Certains termes semblent plébiscités

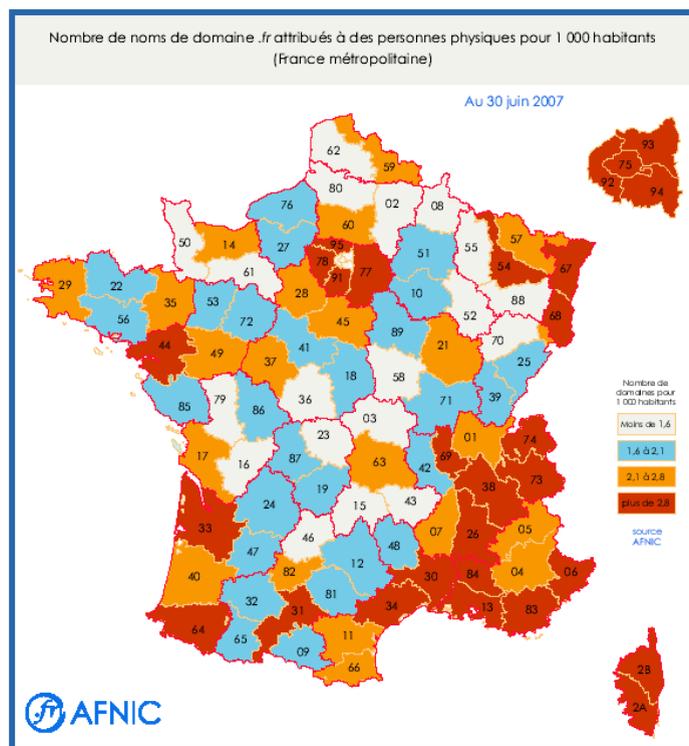
- Certains termes reviennent assez fréquemment dans les noms de domaine en *.fr*.
- « France », « mairie », « immobilier », « ville » et « Paris » sont les plus utilisés.



5. Les titulaires de noms de domaine *.fr*

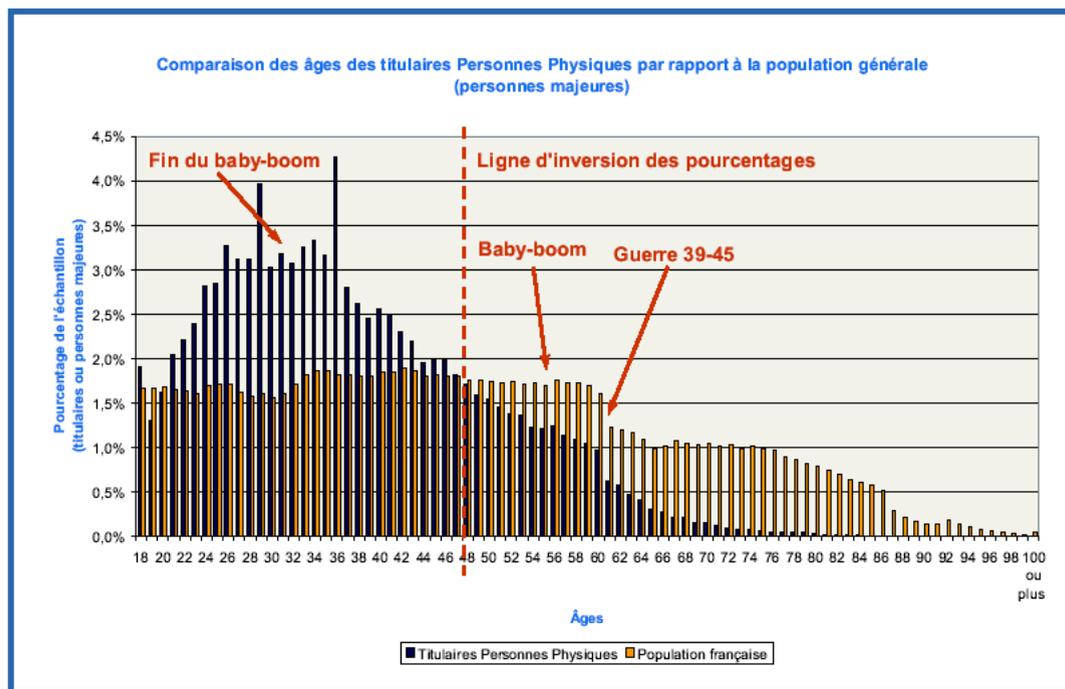
Localisation des particuliers titulaires d'un .fr

- Une moyenne nationale d'environ 2 200 noms par département et 2,6 noms pour 1 000 habitants
- Des disparités importantes et une forte concentration en Île-de-France (40%)



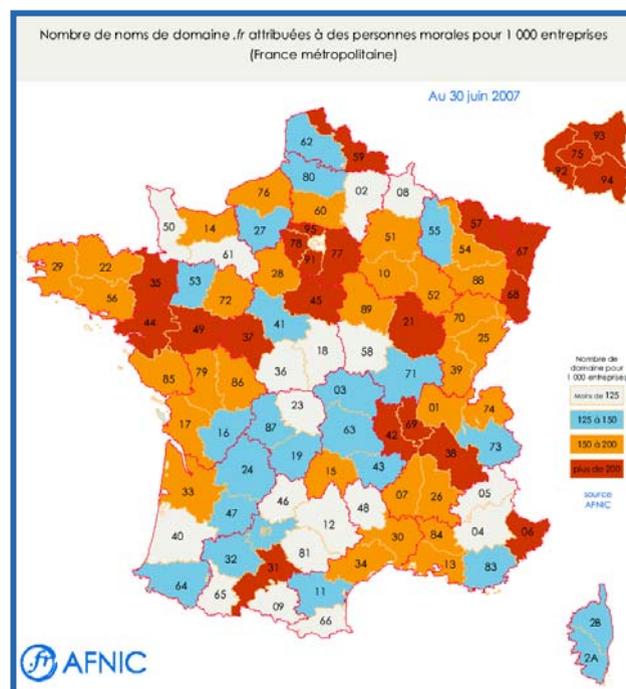
Caractéristiques des particuliers titulaires d'un .fr

- Un âge moyen de 37 ans
- Une forte proportion de 18 à 34 ans (45%), suivies des 35-50 ans (38%), les tranches plus âgées étant peu représentées (moins de 20%)
- Une pyramide des âges marquée par les événements de l'histoire récente



Localisation des personnes morales titulaires d'un .fr

- Une moyenne nationale d'environ 179 noms pour 1 000 entreprises, avec des disparités importantes entre les départements
 - La Moselle détient le record en noms par entreprise (644 noms).
- 1,4% des titulaires sont situés à l'étranger (détenteurs de marques françaises).



6. Les bureaux d'enregistrement

Méthodologie

- Localisation des bureaux d'enregistrement
 - France / étranger et par départements français
- Typologie des services et des tarifs pratiqués
 - Étude sur les 30 premiers bureaux d'enregistrement en nombre de noms gérés
 - Obtention des services et des tarifs affichés sur leurs sites Web
- Analyse économétrique
 - Détermination du niveau de concentration du marché
 - Utilisation d'indices économétriques de concentration
 - CR1, CR4, CR10 : Parts de marché du premier, des 4 et des 10 premiers
 - HHI : somme des carrés des parts de marché

Localisation des bureaux d'enregistrement

- Un millier de bureaux d'enregistrement en 2007
 - 12% à l'étranger, essentiellement en Europe
 - En voie de structuration : les petits bureaux confient de plus en plus leurs portefeuilles de noms à des « grossistes ».
- Forte concentration dans les zones urbaines
 - Paris (20%), Île-de-France (40%), Lyon, Marseille, Bordeaux, Grenoble, Nice, Toulouse, Nantes, Lille, Montpellier, Strasbourg, Rennes, Orléans, Mulhouse, Nîmes, Lorient, Annecy

Typologie des services et des tarifs pratiqués

- Services

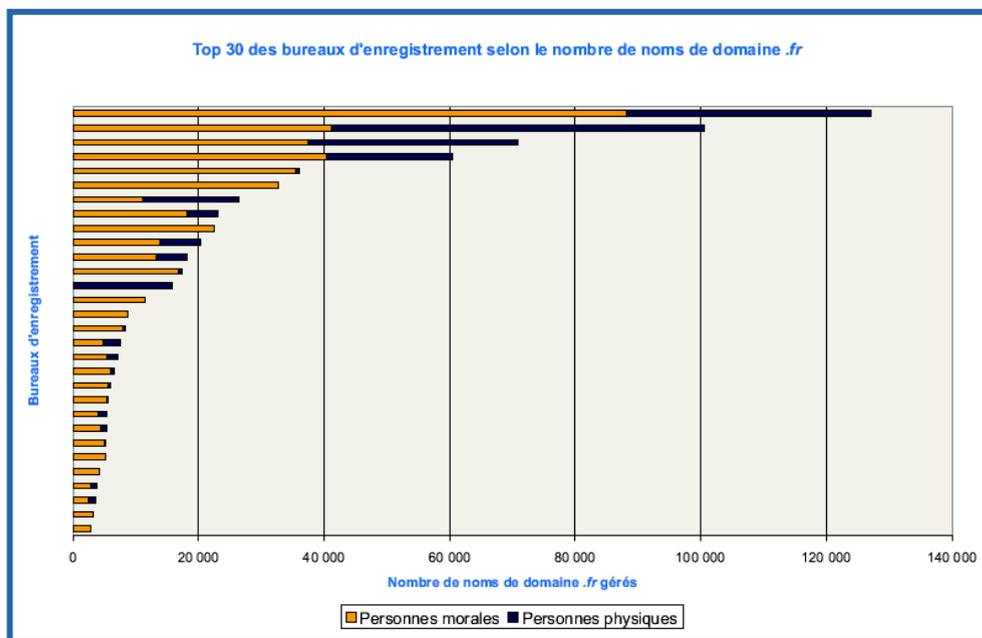
- Un nombre très variable d'extensions proposées
- Hébergement associé dans 75% des cas

- Tarifs

- Un éventail de tarifs très large : de 6 à 110 € TTC / an.
- Cette diversité s'explique à la fois par les segments de marché auxquels les offres s'adressent (grand public, PME, grandes entreprises) et par les services à valeur ajoutée associés au nom de domaine (hébergement, services juridiques, etc.).
- La moitié environ des bureaux d'enregistrement analysés propose des prix dégressifs en fonction de la durée de l'enregistrement et/ou du nombre de noms achetés (en particulier à l'attention des revendeurs de noms de domaine).
- Tarifs du *.fr* identiques à ceux du *.com* dans la moitié des offres

Analyse du marché des bureaux d'enregistrement

- La quasi-totalité des bureaux d'enregistrement gèrent des titulaires personnes morales, un tiers seulement des personnes physiques.
- Le marché du *.fr* est non concentré pour les entreprises et peu concentré pour les personnes physiques (mais en cours de concentration).
- Concentration très proche en *.fr* et sur les extensions génériques



7. Les usages des noms de domaine *.fr*

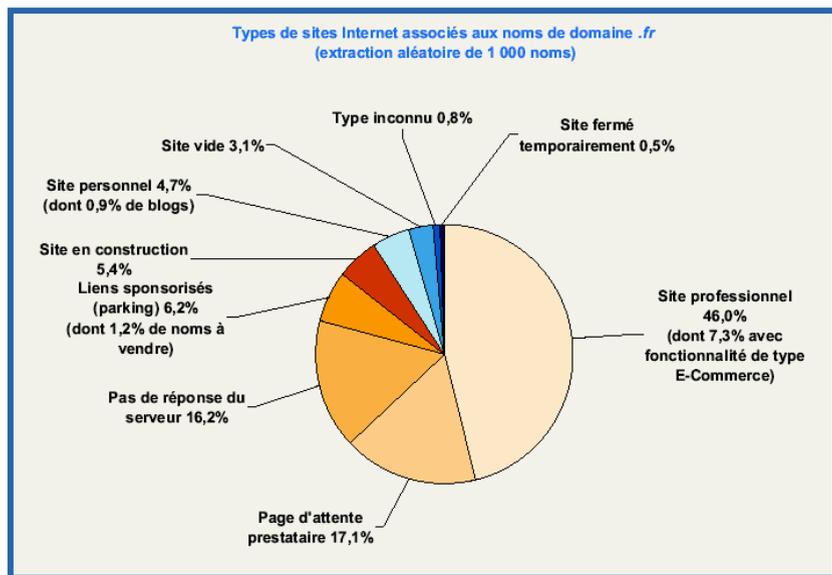
Méthodologie

- Extraction aléatoire de 1 000 noms de domaine *.fr*
- Analyse manuelle du contenu des sites Web associés
 - Type de sites : professionnels, personnels, pages d'attente, pages « parquées » (avec liens sponsorisés)...
 - Secteur d'activité des sites professionnels
 - URL affichée : identique ou redirigée vers une autre extension
- Comparaison avec une analyse similaire sur l'extension *.eu*

Utilisation des noms de domaine en *.fr*

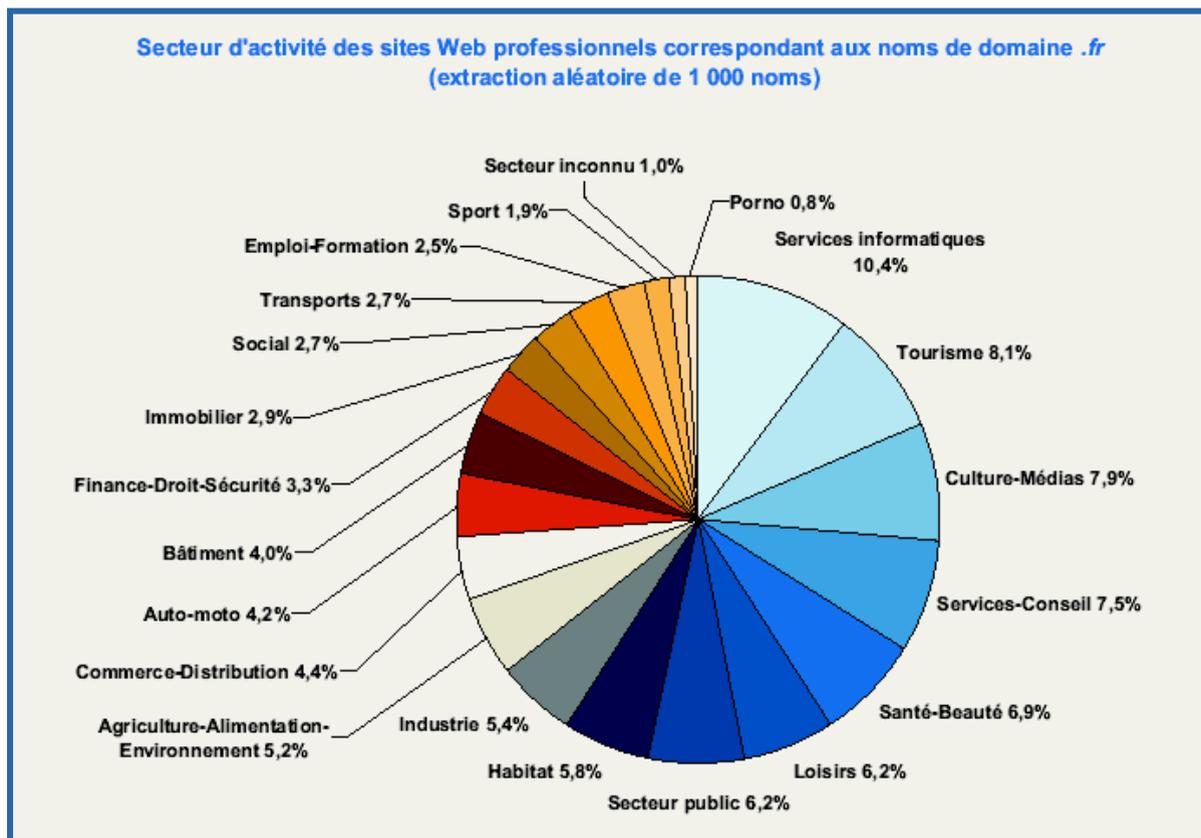
- Un usage réel des *.fr*

- 46% de sites professionnels, 5% de sites personnels, 17% de pages d'attente, 6% de pages « parquées »
- 79% des noms en *.fr* sont conservés dans l'URL affichée, 21% redirigés
- Résultats proches en *.fr* et en *.eu*
- Taux de renouvellement élevé des noms en *.fr*



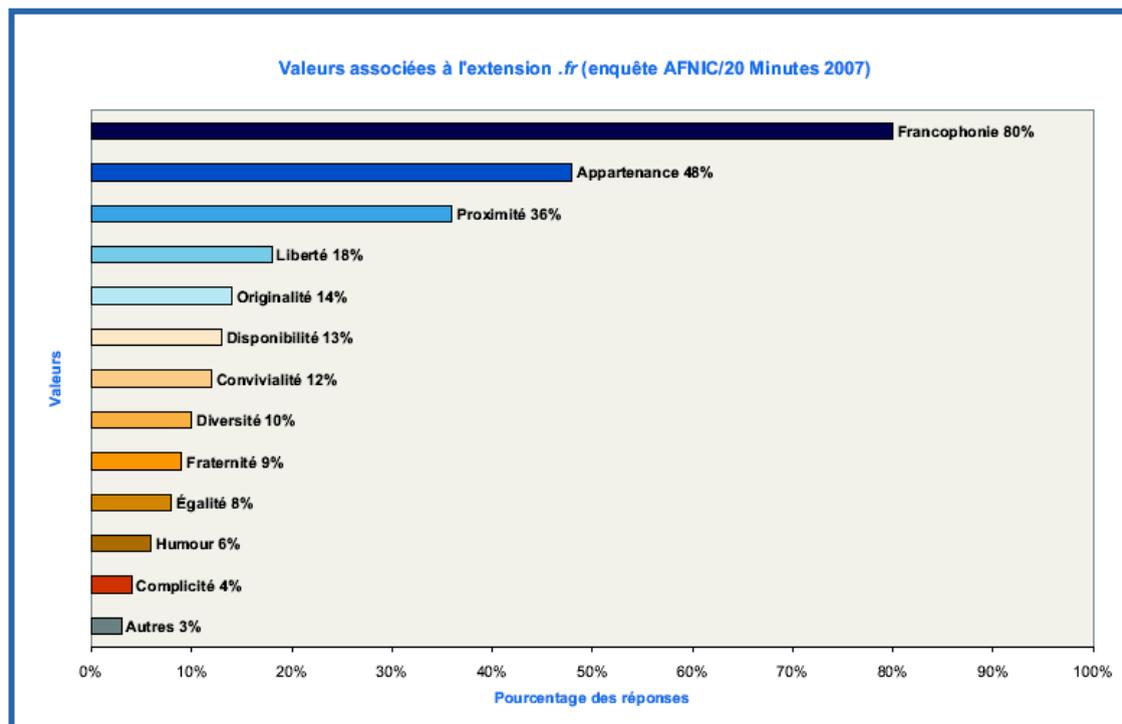
Utilisation des noms de domaine en .fr

- Des usages professionnels liés à tous les secteurs de l'économie



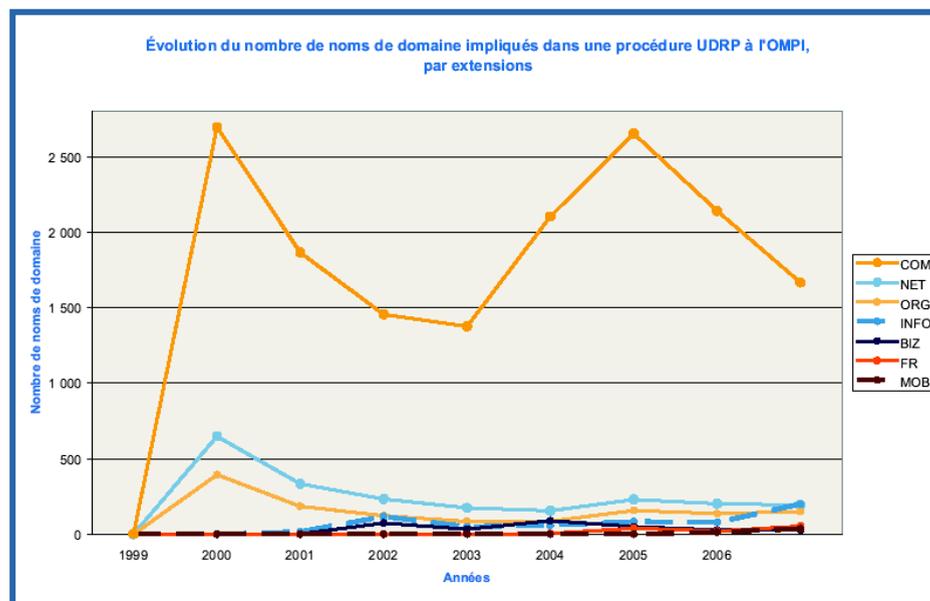
Perception des noms de domaine en .fr

- 42% des personnes interrogées par 20Minutes en mars 2007 pensent que le .fr a une image différente des autres extensions.
- Le .fr reste associé, en 2007 comme en 2006, aux valeurs de Francophonie, Appartenance et Proximité.



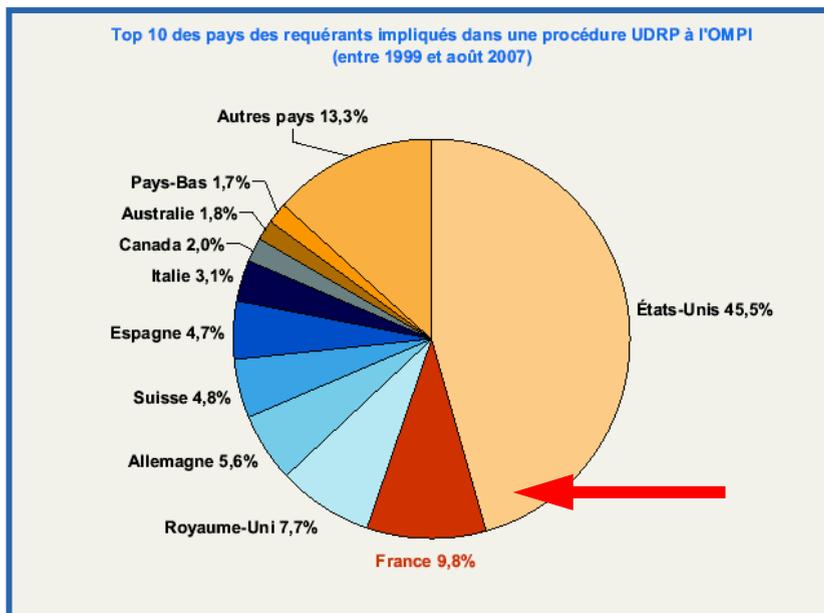
Litiges autour des .fr

- Au 30 juin 2007, sur les 857 517 noms déposés :
 - 1 379 noms bloqués, dont 2% concernant des personnes physiques
 - 27 en cours de PARL, dont 48% concernant des personnes physiques
- Évolution des types de litiges du fait de l'ouverture aux personnes physiques et de la diffusion restreinte des données les concernant



Litiges autour des .fr

- Les plaintes émises par des structures françaises dans le cadre de l'OMPI représentent 5 fois plus que la proportion de noms génériques déposés par des structures françaises (10% contre 2%).
- Le phénomène pourrait s'expliquer par une préférence donnée aux actions contentieuses *a posteriori* plutôt qu'à des stratégies de dépôts défensifs *a priori*.



8. Tendances et perspectives

Tendances

- Un phénomène de croissance forte, liée à l'ouverture aux personnes physiques et à un effet de « rattrapage » mais pas exclusivement.
- Le développement du marché des noms de domaine est en effet intimement lié à celui des usages et à l'émergence de nouvelles pratiques qui créent chez les internautes le besoin d'enregistrer des identifiants Internet.
- Ce processus est fluidifié par la structure très concurrentielle du marché, la faible concentration des acteurs bénéficiant aux clients finaux en termes d'attractivité des services et des prix.
- Le *.fr* bénéficie d'une image positive chez les internautes, qui optent d'autant plus pour l'extension nationale que celle-ci est rapide à enregistrer et peu coûteuse au regard des tarifs d'autres extensions.

Perspectives

- De nouvelles extensions pourraient apparaître sur le marché en 2008-2009 : les city-TLDs (*.paris*) et les geo-TLDs (*.bzh*).
- Souvent perçus comme des « utilités » (avoir une adresse internet) ou comme un mal nécessaire (protection des marques), les noms de domaine vont de plus en plus être appréhendés comme des éléments du patrimoine de leurs titulaires.
- Des évolutions techniques (RFID, identité numérique, IDN...) peuvent avoir un réel impact sur le marché dans les prochaines années.
- Dans un contexte de faible concentration, l'arrivée de nouveaux acteurs stratégiques peut remettre en cause les situations existantes.
- Le contexte juridique enfin reste instable et dépend en partie de la volonté des pouvoirs publics de consolider la dynamique dont bénéficient actuellement le *.fr* et ses acteurs.

Merci !