

Monétisation des noms de domaine

Pour plus d'informations sur ce sujet, ou sur la manière de s'investir dans les activités de développement de la politique de l'ICANN, envoyez un courrier électronique au département du développement de la politique de l'ICANN à l'adresse policy-staff@icann.org.



ICANN

Ce document présente les notions de base de la monétisation des noms de domaine, un aspect important du développement de la politique d'Internet actuellement pris en charge par la structure de prise de décision ascendante et consensuelle de la communauté de l'ICANN. Il est conçu pour informer les nouveaux membres de l'ICANN, ainsi que les participants de longue date peu familiarisés avec le sujet de la monétisation des noms de domaine. Que vous soyez débutant ou expérimenté, nous vous conseillons de poursuivre cette présentation pour en savoir plus sur le travail de la communauté de l'ICANN. Nous avons inclus des URL permettant d'accéder à des informations complémentaires sur la monétisation des noms de domaine, ainsi que d'autres sujets, qui sont référencés au fil des points abordés.

Nous vous invitons également à recevoir par e-mail des mises à jour régulières sur les activités d'élaboration de politiques de l'ICANN en vous abonnant à la mise à jour mensuelle des politiques de l'ICANN. Pour vous inscrire, rendez-vous simplement sur la page d'inscription de l'ICANN <<http://www.icann.org/newsletter/>>, entrez votre adresse e-mail et cliquez sur ICANN Policy Update (mise à jour des politiques de l'ICANN).

Aujourd'hui, la participation et la collaboration internationales sont indispensables au succès et à l'efficacité des activités d'élaboration de politiques de l'ICANN, mais le succès futur ne sera pas possible sans l'engagement de volontaires comme vous, partout dans le monde. Que vous représentiez l'intérêt pour Internet d'un pays, d'un groupe d'utilisateurs, d'une entreprise ou d'une organisation souhaitant s'investir davantage dans différents enjeux, il y a une place pour vous à l'ICANN, où vous pourrez participer à la formation du futur d'Internet.

Nous vous remercions pour votre intérêt et votre participation.

Monétisation des noms de domaine

Définition de la monétisation des noms de domaine

Vous pensez probablement que les termes « tester, essayer » et « parking » sont plus en rapport avec une soirée au restaurant qu'avec le système de noms de domaine (DNS). Et pourtant, ces deux termes sont désormais couramment utilisés pour décrire des aspects de la monétisation des noms de domaine. Au sens large, l'expression monétisation des noms de domaine fait référence aux modes de génération de revenus à partir des noms de domaine. Les registres qui actualisent la base de données qui fait autorité pour chaque domaine de premier niveau (par exemple, .AERO, .COM et .ORG) génèrent bien entendu des revenus, à l'instar des bureaux d'enregistrement et revendeurs qui facturent des frais aux personnes qui enregistrent des noms de domaine. Or, les pratiques entrant généralement dans le cadre de la monétisation renvoient à des modes d'utilisation des noms de domaines dans un but purement lucratif. Trois de ces méthodes, paiement au clic, page parking et essai de domaine, sont décrites ici.

On parle de paiement au clic lorsque quelqu'un, un registrant, enregistre un nom de domaine susceptible d'attirer un grand nombre d'internautes. Ce registrant dégage alors des revenus en générant du contenu ou des liens vers d'autres sites Web du nom de domaine, lesquels proposent généralement des publicités de produits ou services en rapport avec le nom. Chaque fois qu'un utilisateur visite le site Web et clique sur l'un des liens ou sur l'une des publicités, le registrant dégage des revenus. Plus le nom de domaine est susceptible de générer du trafic, plus les revenus dégagés par le registrant pour chaque clic sont importants. Bien que le montant perçu par clic soit souvent dérisoire, le cumul des clics effectués tout au long d'une année constitue une source de revenus considérable pour les registrants, pour peu que ces

derniers détiennent plusieurs noms de domaine.

Dans son rapport *Issues Report on Domain Tasting* sur l'essai des domaines, le GNSO (Generic Names Supporting Organization, organisation de soutien des noms génériques) décrit le domain parking comme suit : « Le domain parking est une méthode utilisée par les bureaux d'enregistrement, certains registrants et des agences de publicité sur Internet pour monétiser la navigation directe. On parle de « navigation directe » lorsque des internautes accèdent à une page Web en saisissant directement l'URL correspondante dans la barre d'adresse de leur navigateur au lieu de cliquer sur un lien situé sur une autre page, comme la page de résultats d'un moteur de recherche. Les défenseurs du domain parking indiquent que les noms de domaine apportent des publicités pertinentes et des options de recherche avancées au lieu de proposer aux internautes une page d'erreur, dont le message est généralement 404 file not found.»

Avec cette méthode du parking, l'internaute est renvoyé vers une page de redirection dont les liens génèrent des revenus revenant à la personne ou à la société qui héberge le site, tout comme dans le modèle de paiement au clic décrit précédemment. Le trafic peut provenir de sources diverses, notamment de signets obsolètes, de la saisie d'un nom de domaine enregistré ou des résultats d'un moteur de recherche. Un registrant peut, par exemple, enregistrer un nom de domaine sans être toutefois prêt à mettre en place son site Web. Le bureau d'enregistrement concerné peut « parquer » le nom de domaine du registrant sur un site Web présentant des liens rémunérés. Chaque fois que les internautes tentent de localiser le site Web supposé correspondre au nom de domaine, ils sont redirigés par la page parking qui présente un large éventail de liens sponsorisés proposant le plus souvent des biens

Monétisation des noms de domaine

et services en rapport avec le nom de domaine. Lorsque l'utilisateur clique sur l'un de ces liens, cela génère des revenus pour le bureau d'enregistrement et parfois pour le registrant, en fonction des termes du programme de parking établis par le bureau. Certains estiment que les bureaux d'enregistrement les plus importants dégagent chaque année des millions de dollars de revenus PPC grâce aux pages parking.

La pratique du tester sans payer s'applique aujourd'hui aux noms de domaines. Cette pratique consiste à enregistrer un nom de domaine et à le tester pour voir si les revenus qu'il permettra de dégager peuvent justifier le paiement des droits d'enregistrement afférents. La valeur d'un nom est souvent mesurée d'après l'utilisation d'un site Web du nom de domaine comportant des publicités avec paiement au clic. La fréquentation du nom de domaine et les revenus des publicités PPC sont évalués pour déterminer s'il est intéressant de conserver le nom de domaine. Dans la plupart des gTLD, les bureaux d'enregistrement peuvent supprimer un enregistrement dans les cinq jours qui suivent sa création et obtenir le remboursement des droits d'enregistrement. Cette période de rédemption est aujourd'hui détournée de sa finalité première, qui était de permettre aux bureaux d'enregistrement d'annuler les erreurs d'enregistrement. Elle ouvre désormais la voie à la pratique du Domain Name Tasting (art de tester un nom de domaine puis de le relâcher très vite) car certains bureaux d'enregistrement autorisent leurs clients-registrants à supprimer des noms pendant cette période de rédemption et à obtenir le remboursement partiel ou intégral des frais d'enregistrement qui leur sont versés. La période de rédemption de cinq jours permet ainsi à des parties d'enregistrer des dizaines de millions de noms de domaine chaque mois et de ne conserver finalement que les plus lucratifs au terme de cette période. En réponse à cela, certains registres

comme .org, ont adopté des frais pour suppression excessive pour lutter contre le recours à la période de rédemption dans l'optique du domain name tasting.

Joichi Ito, ancien membre du conseil d'administration de l'ICANN, explique à propos du domain testing : « L'astuce est d'enregistrer des millions de noms de domaine, de créer des pages et d'y placer des publicités. Après le premier jour, on supprime les noms de domaine n'ayant généré aucun trafic. Après trois jours, on supprime ceux qui présentent un trafic faible. Après cinq jours, on supprime ceux qui présentent un trafic marginal. Il ne reste finalement que 1 % des pages qui génèrent suffisamment de trafic pour justifier l'enregistrement du domaine. En raison de la politique de remboursement, 99 % des pages supprimées avant expiration de la période de rédemption font l'objet d'un remboursement intégral et la partie ayant « monétisé » conserve les revenus publicitaires générés au cours de ces cinq jours. »

Bien que la preuve soit plus difficile à apporter sur cet autre point, la période de rédemption a également permis à certaines parties de ré-enregistrer continuellement des noms de domaine avec des périodes de rédemption successives de cinq jours et d'en obtenir le remboursement de façon répétée. Comme expliqué ci-après, la période de rédemption est désormais réexaminée et l'ICANN envisage d'autres mécanismes pour enrayer cette pratique.

Mode d'impact de la monétisation des noms de domaine sur les registrants

L'incidence de la technique de monétisation des noms de domaine sur les internautes peut être diverse. Le modèle de paiement au clic a été critiqué car il renforce la prévalence des comportements spéculatifs et de cybersquattage en encourageant l'enregistrement de noms de domaines ressemblant à ceux de marques

Monétisation des noms de domaine

ou de personnes célèbres et, par conséquent, plus susceptibles de générer un trafic important. Cette technique a également soulevé des questions sur l'utilisation des « vrais noms » : servent-ils uniquement à créer des liens sponsorisés et à dégager des revenus au clic au lieu de permettre aux nouveaux utilisateurs de créer une identité en ligne ou un contenu substantiel.

Le *domain tasting* (ou art du goûter), qui consiste à profiter de la période de rédemption, a fait l'objet d'un examen spécifique. Devant l'ampleur de cette activité, des interrogations se posent en ce qui concerne la taxation du système de registre et des DNS, et de fait, sur l'accroissement des coûts pour l'ensemble des registrants. Il est également à craindre la multiplication des abus de propriété intellectuelle dans la mesure où les noms de domaine testés sont souvent des noms mal orthographiés ou des variantes de noms de marque. Or, l'application de droits sur les marques commerciales risque d'être très difficile quand le nom n'existe que sur une très courte période. Cela risque de semer la confusion dans l'esprit du consommateur et d'augmenter, pour les détenteurs de marques commerciales, les coûts de surveillance de leurs marques.

Actions menées par l'ICANN sur ces sujets

Le GNSO (Generic Names Supporting Organization) de l'ICANN a voté une motion visant à empêcher tout opérateur de gTLD ayant mis en œuvre une période de rédemption de proposer un remboursement pour tout nom de domaine supprimé au cours de cette période et qui excéderait 10 % de ses nouveaux enregistrements pour le mois ou cinquante noms de domaine, selon la valeur la plus importante. D'après cette motion, une exception à cette règle est possible pour un mois donné, après justification de conditions extraordinaires énoncées dans la motion. Le

conseil d'administration de l'ICANN devrait approuver cette motion lors de sa réunion de juillet 2008 et demander au personnel de la mettre en œuvre. Cette préconisation se retrouve également dans le budget prévisionnel établi pour le prochain exercice fiscal de l'ICANN. L'ICANN pourrait alors appliquer ses frais de transaction de 0,20 cent aux noms supprimés au cours de la période de rédemption. Cette disposition devrait également être approuvée en juillet 2008. L'objectif est d'empêcher les parties d'enregistrer et de supprimer – sans le moindre frais – des noms de domaine pour des raisons essentiellement spéculatives. Il n'est pas certain que cela aboutira à la disparition de la pratique de l'essai de domaines, mais cela devrait au moins avoir le mérite de l'atténuer.

Le 28 mars 2008, le conseil d'administration a approuvé l'amendement des accords régissant les domaines .BIZ et .INFO pour faire face aux suppressions excessives d'adresses au cours de la période de rédemption. D'après ces amendements, les deux registres seront autorisés à limiter le nombre de suppressions qu'un bureau d'enregistrement pourra effectuer gratuitement. Les bureaux qui suppriment plus de 10 % de leurs noms enregistrés devront en général payer l'intégralité des droits d'enregistrement pour tous les enregistrements supprimés au-delà de ce seuil.

Les pratiques du *page parking* et du paiement au clic pour monétiser des noms de domaine n'ont pas, à ce jour, générés autant d'inquiétudes que celle de l'essai de domaines.

Vous voulez en savoir plus ?

Plusieurs articles cités dans le rapport sur les essais de domaines du GNSO (GNSO Issues Report on Domain Tasting) contiennent des informations complémentaires sur les pratiques de monétisation

Monétisation des noms de domaine

des noms de domaine, y compris les suivantes (notez que les articles ne proviennent pas de l'ICANN et ne reflètent pas nécessairement les positions de l'ICANN):

- CircleID, «How Domain Traffic Testing/Tasting Works» <http://www.circleid.com/posts/how_domain_name_tasting_works/> (24 avr. 2006).

- CircleID, «The Parked Domain Monetization Business» <http://www.circleid.com/posts/the_parked_domain_monetization_business/> (1er déc. 2005).

- le Wall Street Journal, « Thanks to Web Ads, Some Find New Money in Domain Names » <http://online.wsj.com/public/article/SB113200310765396752-FYV6dsiIRSON1fsiVu_bLf_5nI8_20061116.html?mod=rss_free> (15 nov. 2005).

Le rapport est disponible à l'adresse <http://gnso.icann.org/issues/domain-tasting/gnso-domain-tasting-report-14jun07.pdf>.

Pour en savoir plus sur les travaux du GNSO, sur l'organe de développement de la politique de l'ICANN concernant les domaines génériques de premier niveau (gTLD), visitez le site <<http://gnso.icann.org/>>.

Pour plus d'informations sur votre implication dans ces sujets et dans les travaux de développement de la politique de l'ICANN, envoyez un courrier électronique à l'adresse policy-staff@icann.org.