

Le Second Marché des Noms de domaine à l'heure des nouveaux TLDs

L'AFNIC tient à remercier SEDO, acteur historique du Second Marché, pour les données qu'elle a bien voulu lui transmettre concernant le Second Marché en France et dans le monde en 2015. Nous espérons que ce Dossier thématique et cette collaboration ouvriront la voie à d'autres partages d'informations qui permettront de reconstituer une image encore plus exhaustive de ce Second Marché qui fascine beaucoup d'imaginaires, tout en restant au fond assez peu connu.



Au printemps 2010, l'AFNIC publiait un dossier thématique sur le Second Marché¹ où elle exposait des analyses concernant les tendances mais aussi les mécanismes de valorisation des noms de domaine. Elle concluait sur un constat simple et qui paraît toujours d'actualité : « *Tout le monde sait aujourd'hui ce que coûtent les noms de domaine, mais peu savent ce qu'ils valent* ».

1

Les enjeux de l'introduction des nouveaux TLDs pour le Second Marché

Le présent dossier thématique vise à compléter celui de 2010 plutôt qu'à le remplacer. En effet, les concepts de valorisation des noms de domaine, comme les différents acteurs du Second Marché, n'ont guère évolué en cinq ans. Il semble plus opportun de s'intéresser aux tendances, dans le contexte assez spécifique de l'ouverture de centaines de nouvelles extensions génériques.

2

2014- 2015, naissance des nTLDs

3

Premier Marché : avis de tempête sur les Legacy TLDs hors .COM

Ces extensions ont-elles pesé sur le Second Marché en offrant un vaste choix rendant ainsi inutiles les acquisitions de noms déposés ? Ou ont-elles au contraire contribué à renforcer les TLDs bien établis en leur conférant une « valeur - refuge » au milieu d'une pléthore de concurrents encore inconnus du public, et lui inspirant donc une méfiance certaine ?

4

Retour au Second Marché

5

Les plus grosses transactions

Au travers de l'étude du Second Marché, nous pouvons espérer découvrir des clefs de lecture des tendances en cours, pour mieux comprendre ce qui se passe actuellement sur le « Premier Marché », celui des enregistrements.

6

Conclusion

¹ Dossier thématique – Le Second Marché des Noms de domaine – Avril 2010
<https://www.afnic.fr/medias/documents/afnic-dossier-second-marche-2010-04.pdf>

Les enjeux de l'introduction des nouveaux TLDs pour le Second Marché

A la veille du lancement des nouvelles extensions, le monde des domaineurs - spécialistes de l'investissement en noms de domaine - bruissait d'opinions contradictoires.

La « première école » considérait que ces nouvelles extensions seraient autant d'opportunités de déposer des noms exceptionnels, depuis longtemps enregistrés dans les gTLDs traditionnels comme les .COM, .NET ou .ORG. Si « business.com » s'était revendu 7.5 millions de \$, alors le même terme dans la plupart des nouveaux TLD vaudrait certainement plusieurs centaines, voire plusieurs milliers (ou dizaines de milliers !) de dollars, pour un investissement de quelques dollars. Ce calcul était si probant que les registres eux-mêmes créèrent rapidement des listes de noms « Premium » ou réservés vendus aux enchères, ce qui leur permettait de capter une plus grande part de la valeur de leurs TLDs que s'ils avaient vendus les noms au prix nominal classique. Il est donc certains que si les domaineurs firent potentiellement de belles opérations sur quelques TLDs, ils furent aussi « dépossédés » d'une partie de leurs gains potentiels par les registres désireux de rentabiliser au plus vite leurs TLDs.

Certains domaineurs chevronnés font toutefois remarquer que la « ruée vers l'or » est un mythe récurrent du Second Marché, orchestré par les médias à coups de montants réels mais ne correspondant qu'à une fraction infime des transactions. Selon eux, les plus grands experts ne se seraient guère positionnés sur les nTLDs, les gros bataillons de demandeurs étant plutôt représentés par des néophytes séduits – aveuglés ? – par la perspective de retours sur investissement pharaoniques. Et force est de constater que ces stratégies de « get – rich – quick » ont déjà fonctionné, avec des résultats le plus souvent décevants, depuis 2001 lors des ouvertures des .BIZ, .INFO, .ASIA et autres .CO.

La « seconde école » s'avouait sceptique. D'un côté, ces domaineurs avaient investi des sommes parfois conséquentes sur les « Legacy TLDs » et la perspective de voir leurs noms de domaine dilués dans une abondance de variantes n'avait pas de quoi les enthousiasmer. De l'autre, ils pensaient non sans raison que la multiplication d'alternatives aux .COM et autres ccTLDs nationaux entretiendrait seulement la confusion dans l'esprit des utilisateurs. Perdus, ceux-ci se raccrocheraient aux « valeurs sûres » bien connues et ne s'aventureraient pas sur les nTLDs, du moins à court terme.

D'un pur point de vue d'investisseur, les nTLDs présentaient aussi des risques en rapport avec les espérances de gain. Outre que leur appropriation par les utilisateurs était loin d'être assurée, ils présentaient tous les symptômes des start-ups, avec des coûts garantis et des promesses de revenus parfois embellies par les porteurs de projets.

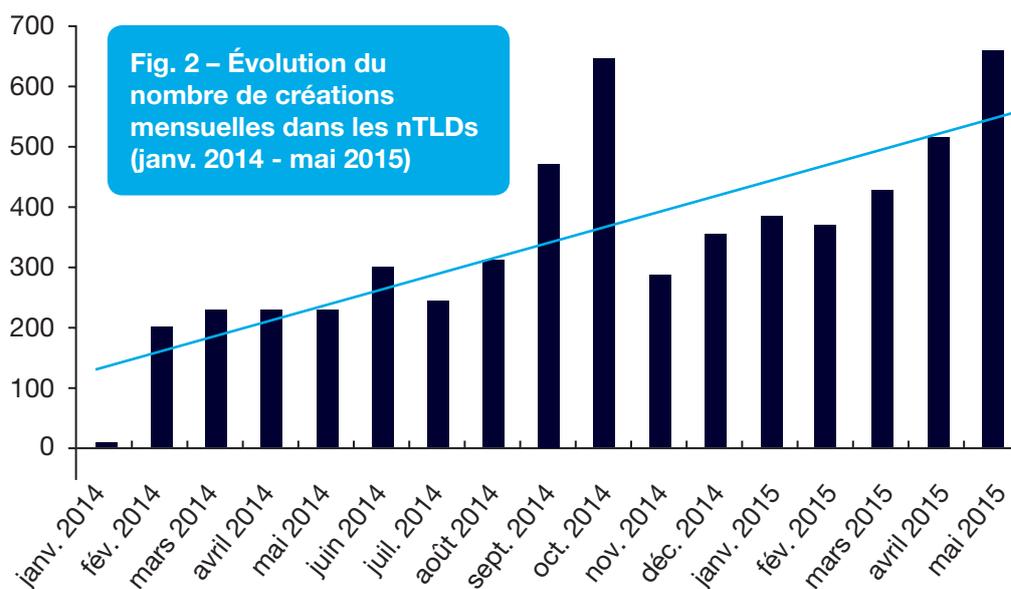
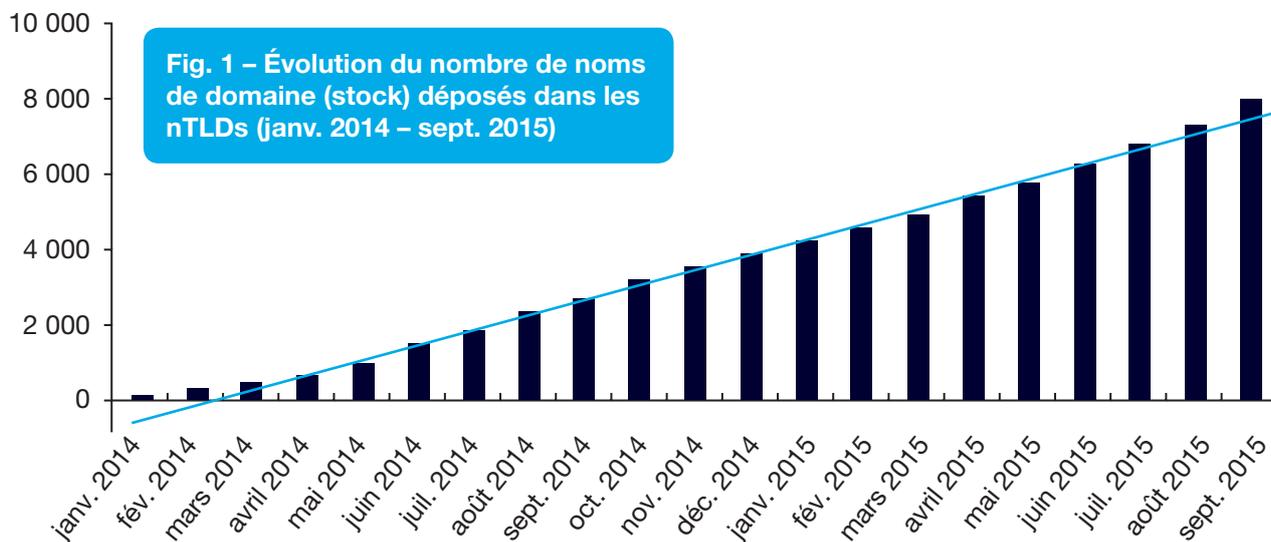
Les enjeux se présentaient donc sous deux angles :

- d'une part, la disparition de « l'effet - rareté » entraînerait-elle une perte de valeur des LegacyTLDs et tout spécialement du .COM ?
- d'autre part, les utilisateurs s'approprieraient-ils les nouveaux TLDs au point d'en faire des succès pérennes, et donc des sources de création de valeur en même temps que des concurrents pour les extensions traditionnelles ?

En d'autres termes, existait-il vraiment une demande pour de nouvelles extensions - des centaines de nouvelles extensions - au point de menacer les extensions déjà en place ?

2 **2014-2015, naissance des nTLDs**

Les premiers nTLDs virent le jour au début de 2014. Les Figures 1 et 2 montrent l'évolution du nombre global de noms de domaine déposés, et le nombre de créations réalisées chaque mois.



A la fin septembre 2015, il y avait un peu moins de 8 millions de noms de domaine déposés pour une trajectoire à 9 millions de noms fin 2015. Le niveau moyen des créations était de 460 000 par mois en 2015 contre 285 000 en 2014. Du simple point de vue des volumes, le succès était au rendez-vous.

Ces chiffres dissimulaient toutefois une réalité moins riante.

D'une part, les dépôts étaient concentrés sur quelques TLDs « phares ». Au 31/12/14, les 5 premiers nTLDs concentraient 33% de l'ensemble des noms de domaine déposés dans les nTLDs ; au 30/09/15, ce ratio était encore à 31% en dépit du lancement de 129 nTLD supplémentaires.

D'autre part, une partie des volumes annoncés correspondait à des noms « distribués » plus ou moins gratuitement, et plus ou moins de force, à des clients titulaires d'autres TLDs. Dans certaines extensions, c'étaient les registres eux-mêmes qui avaient enregistré le plus de noms, espérant gagner sur le tableau du domainage en plus de leur activité de registre.

Pour finir, les chiffres annoncés par l'ICANN n'étaient pas d'une fiabilité absolue. Il y avait par exemple, à la fin de la première année d'existence des nTLDs (et donc, avant la vague des renouvellements) une différence de 400 000 noms « fantômes » entre les stocks (3.8 millions) et les créations cumulées (3.4 millions).

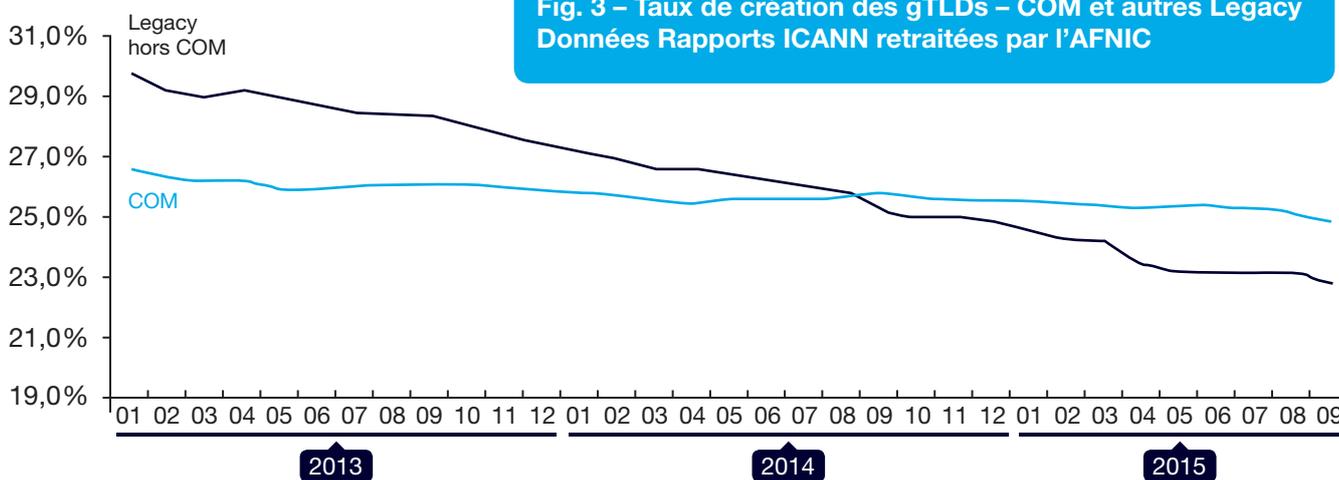
Ce bilan ne porte que sur les créations. Les données manquaient pour évaluer le taux d'utilisation réel des noms déposés, même si nTLDstats.com faisait état de proportions considérables de noms parqués (redirigés vers des pages d'attente ou des liens contextuels). Les premiers renouvellements eurent lieu au printemps 2015 mais en l'état, les données disponibles sont difficiles à exploiter car présentant un certain nombre d'anomalies. Les registres qui ont bien voulu communiquer à ce sujet ont annoncé des taux de renouvellement de l'ordre de 70%, largement supérieurs aux anticipations de l'ICANN qui les situait plutôt aux alentours de 50%. La moyenne n'est d'ailleurs peut-être pas loin de ce chiffre : les 70% sont uniquement ceux sur lesquels il y a eu volonté de communication.

A l'automne 2015, la situation des nTLDs reste plutôt bonne. Le flux de créations a, en apparence tout au moins, suffisamment compensé les inévitables suppressions pour que la dynamique globale ne connaisse aucun fléchissement. De plus en plus de titulaires communiquent réellement sur leurs noms de domaine en .NTLD. Certains grands groupes, ayant fait le choix du .CORP, ont refondu leurs stratégies de communication et mettent à présent en valeur leur nouvelle identité numérique. Même si de nombreux nTLDs restent sans doute dans une situation précaire, le phénomène est globalement un succès qui a seulement besoin de temps pour s'ancrer dans les usages.

On peut cependant se demander quel a été l'impact des nTLDs sur les acteurs en place. Ces informations nous donneront un aperçu de la manière dont les domaineurs ont réagi, tout en nous donnant des indications sur les « valeurs » à suivre ou celles dont il faut s'écarter.

Premier Marché : avis de tempête sur les Legacy TLDs hors .COM

Le Taux de Création dont l'évolution est retracée dans la Fig. 3 correspond à la proportion de noms créés dans les 12 derniers mois dans le stock en fin de mois. Ainsi, à fin septembre 2015, il y avait environ 25% de noms déposés dans les 12 derniers mois sous .COM, contre 23% dans les « Legacy hors .COM ».



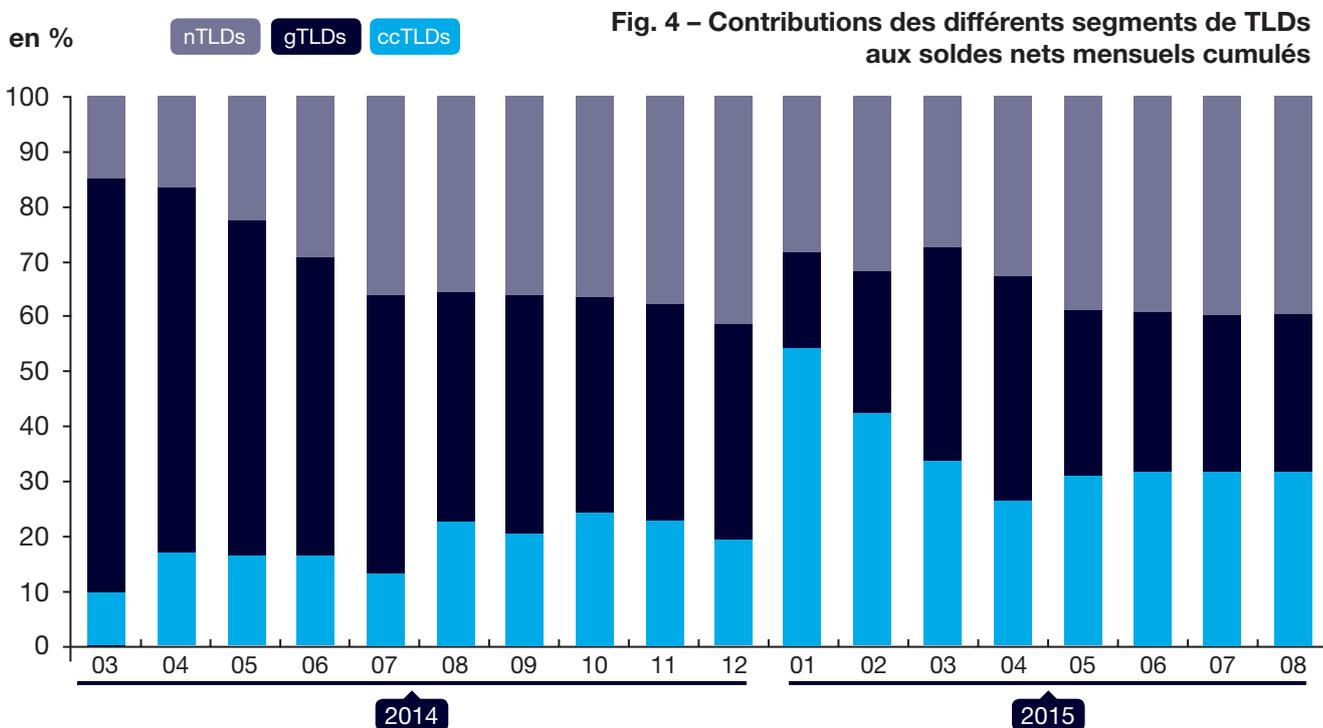
Ce Taux de Création permet de mesurer la dynamique commerciale d'un TLD, et sa capacité à attirer de manière continue un certain niveau de demande. La Fig. 3 montre sans équivoque que si le Taux de Création du .COM est resté relativement stable depuis 2013 en ne perdant que 2 points, les Legacy hors .COM (ORG, NET, BIZ, INFO, MOBI etc.) ont nettement plus souffert (-7 points).

On peut aussi constater que le phénomène commence avant 2014 et ne s'accroît pas particulièrement en 2014-2015, sans toutefois ralentir. Tout se passe donc comme si les dépôts avaient commencé à se tarir, pour ces LegacyTLD, au moment où le programme de création des nTLDs était devenu une certitude, certains gros acheteurs potentiels ayant choisi de rester dans l'expectative. Les seuls domaines ne suffiraient pourtant pas à peser autant sur le marché. On peut évoquer d'autres causes plus spécifiques aux TLDs concernés. Ainsi du .MOBI, dont l'intérêt, évident lors de son lancement, a beaucoup diminué depuis que le mode de consultation des contenus est détecté automatiquement ; ainsi du .INFO, qui a pu souffrir de la concurrence de modèles « semi-gratuits » comme celui du .TK (Tokelau).

On ne peut non plus ignorer l'impact qu'ont pu avoir sur les stratégies de domaining les évolutions de l'algorithme de Google. Panda et Penguin (à la mi-2012) ont en effet particulièrement touché les sites dits « MFA » (Made For AdSense) fortement optimisés en SEO et construits autour de noms de domaine de type « Exact Match » intégrant un seul terme générique particulier. Ces sites légers, recherchant des coûts très faibles et une optimisation de la valorisation du trafic, avaient souvent fait le choix de TLDs moins chers que le .COM : .ORG, .NET, .BIZ et .INFO. Ce sont donc ces TLDs qui ont souffert par contrecoup de la lutte de Google contre les tactiques de « sur-optimisation » artificielle du contenu. L'effet en a été un abandon en 2013 de nombreux noms de domaine et une baisse de la valeur des « Exact Match Domains » dans ces TLDs. Sous .COM, les « EMD » plus liquides ont vu leur valeur s'ajuster et être de plus en plus revendus à des « vrais » exploitants, hors du monde des domaineurs.

Ce phénomène assez spécifique explique que la « tempête » (visible sur notre Fig. 3 en ce qui concerne les créations) ait commencé pour les Legacy TLDs bien avant le lancement effectif des nTLDs. Ceux-ci viennent prolonger la période difficile pour ces TLDs, mais pour des raisons différentes. Il en va de même pour les évolutions des niveaux de prix sur le Second marché en 2013 – 2014. On notera combien ces Legacy TLDs étaient dépendants d'un nombre relativement restreint d'acteurs poursuivant des buts favorables à court terme aux extensions choisies, mais in fine relativement néfastes lorsque les fusils ont changé d'épaule. Ceci illustre bien les rapports entre registres et domaineurs. Les uns et les autres ont un intérêt commun à développer la valeur des noms de domaine, mais les registres s'inscrivant dans le long terme, en mettant donc l'accent sur l'utilisation réelle de leurs noms de domaine. Les domaineurs pour leur part ont une vision plus court ou moyen terme et n'exploitent réellement qu'une petite fraction de leurs portefeuilles tout en restant à l'affût de meilleures opportunités.

La Fig. 4 présente les parts des nTLDs, des Legacy et des ccTLDs dans les soldes nets mensuels cumulés. Elle démontre sans ambiguïté que les nTLDs (40% du solde net contre 2% de parts de marché en stock) se développent aux dépens des Legacy TLDs (30% contre 59% en stock) plus que des ccTLDs (30% contre 39% en stock), même si les grands équilibres du marché seront longs à ébranler, au vu des volumes (avec 120 millions de noms, le .COM à lui tout seul représente encore 15 fois l'ensemble des nTLDs).



En résumé, il ressort de nos analyses :

- que les nTLDs se développent en large partie au détriment des Legacy TLDs ;
- que le .COM voit sa demande rester globalement stable ;
- que les « petits » Legacy souffrent le plus.

Ces constats, qui sont factuels, reflètent ce que nous pouvons voir des tendances du marché à l'automne 2015. Les choses peuvent encore changer, soit que le .COM finisse par être atteint, soit que les Legacy hors .COM connaissent un renouveau, soit que les nTLDs eux-mêmes s'épuisent. En l'état actuel des choses, la faiblesse avérée des gTLDs créés par l'ICANN après l'an 2000 est une source de préoccupation et de réflexion pour leurs rivaux. Créés pour répondre à une « saturation » du .COM, ils n'ont que rarement dépassé les quelques millions de noms, certains ne parvenant manifestement pas à trouver leur marché.

Retour au Second Marché

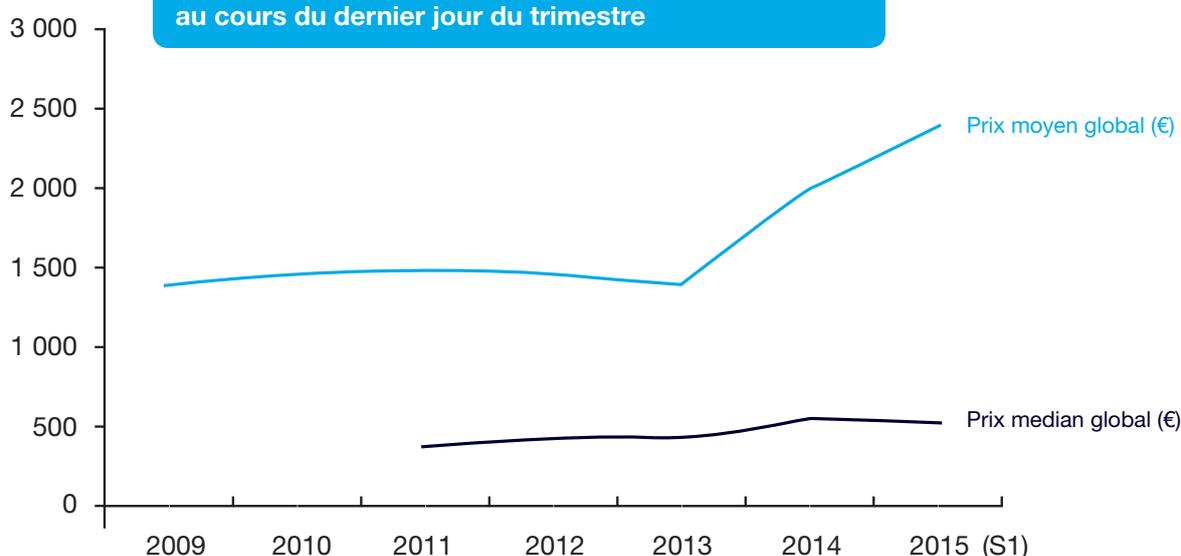
L'étude des prix moyens relevés par SEDO et publiés dans ses rapports jusqu'au premier semestre 2014² nous donne un éclairage privilégié sur la manière dont les domaineurs ont vécu cette période de transition, et répondu aux nouveaux enjeux et contraintes.

Des prix orientés à la hausse

Le premier indicateur auquel nous nous intéressons est naturellement le niveau des prix. Sedo nous fournit deux prix : les prix moyens et les prix médians. De notre point de vue, les prix médians (qui situent la ligne où il y a autant de transactions supérieures que de transactions inférieures) nous paraissent plus fiables pour visualiser les évolutions du marché. Les prix moyens en effet sont susceptibles d'être artificiellement « gonflés » par quelques transactions de montants très élevés, comme cela a été le cas pour le .FR en 2010 avec la vente de « credit.fr » pour 600 000 euros.

La Fig. 5 nous montre que le prix médian global a évolué légèrement à la hausse entre 2011 et 2015, en restant « calé » autour des 500 euros. Même en faisant abstraction du prix moyen qui, lui, décolle littéralement en 2014 et 2015, nous avons donc une bonne raison de penser que l'arrivée des nTLDs n'a pas eu l'effet de « dilution » que certains avaient pu redouter, et qu'il n'y a pas eu de destruction de valeur, au moins au plan global. L'évolution orientée continûment à la hausse montre même qu'au contraire, la perception de valeur des noms de domaine s'est renforcée en dépit, ou grâce, aux nTLDs. La part constante des .COM dans les transactions, toujours située aux alentours de 55% depuis des années, pourrait même inciter à penser que le Second Marché continue de fonctionner toutes choses égales par ailleurs, comme si les nTLDs n'existaient pas.

Fig. 5 – Prix moyens et médians globaux (2009 – 2010)
Données SEDO, exprimées en \$ et converties en €
au cours du dernier jour du trimestre

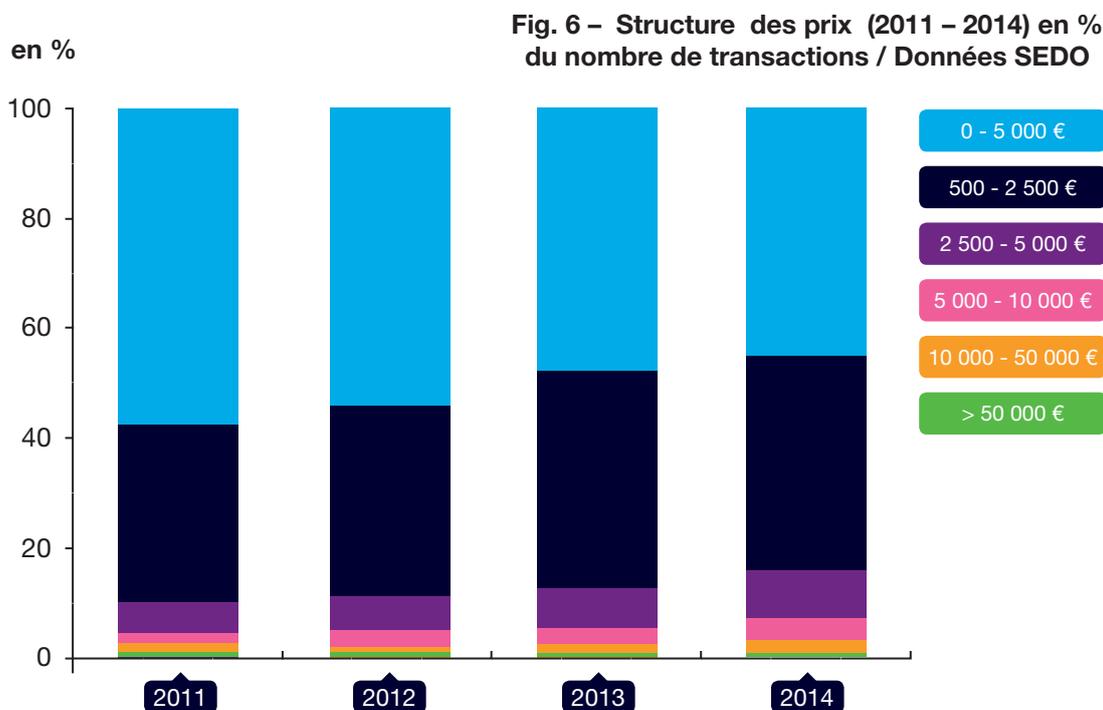


² Domain Market Trends. Les données globales 2014 et 2015 nous ont été aimablement communiquées par Sedo.

<https://sedo.com/us/resources/market-trends/>

Une structure des prix reflétant cette hausse

Les données Sedo nous permettent de reconstituer la structure des prix, tous TLDs confondus (cf Fig. 6). On retrouve le seuil du prix médian aux alentours de 500 euros, avec une progression continue de la tranche 500 -2500 euros (39% en 2014 contre 32% en 2011). La tranche la plus basse, inférieure à 500 euros, n'a cessé de perdre du terrain depuis 2011 (45% en 2014 contre 58% en 2011). Les transactions supérieures à 5000 euros restent cependant des exceptions avec 7% en 2014 contre 5% en 2011.

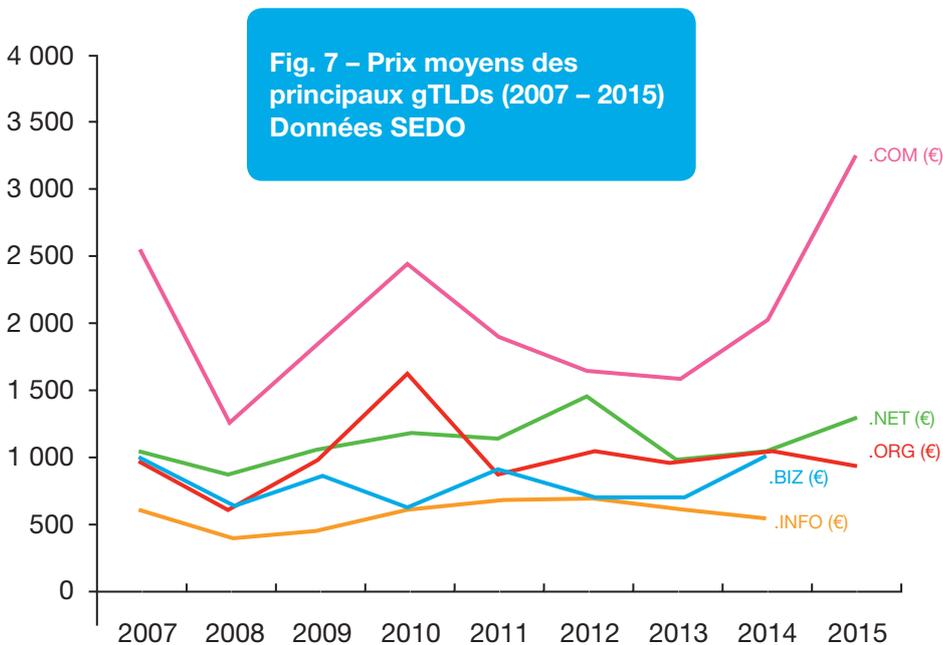


Ces évolutions viennent en partie confirmer les conclusions de notre dossier thématique de 2010. Elles montrent que la perception de la valeur des noms de domaine gagne du terrain, le marché étant à présent alimenté par des acquéreurs extérieurs au petit cercle des domaines, et plus enclins à payer le prix fort s'ils sont convaincus de l'importance stratégique d'un nom de domaine. A l'inverse, des TPE - PME voulant acquérir un nom leur paraissant attrayant pourront en général se le permettre puisque la plupart sont cédés pour quelques centaines d'euros.

Les tendances montrent aussi que les « beaux noms » sont attribués depuis longtemps et ne changent plus de mains aussi facilement qu'avant. Peut-être le jour arrivera-t-il où les niveaux de prix des TLDs « classiques » seront trop élevés et justifieront d'autant le recours aux nTLDs, y compris sur le Second marché.

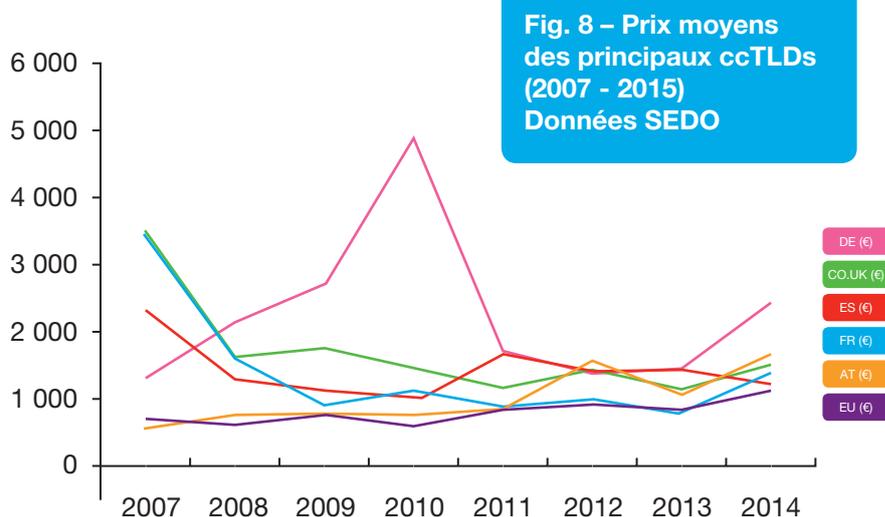
Des évolutions de prix cohérentes avec le « Premier marché »

Il serait absurde de vouloir dissocier le Premier et le Second Marché, car tous deux reposent sur le même ressort, qui est la perception par les utilisateurs et par les domaines de l'intérêt d'un TLD. La situation la plus « normale » est donc celle d'une cohérence entre les évolutions constatées en dynamique commerciale et en niveaux de prix. Ce sont deux manières différentes de mesurer la même chose.



Les données publiées et fournies par Sedo à l'AFNIC pour les besoins de la présente étude ne portent que sur les prix moyens. On peut toutefois constater qu'elles sont corrélées avec ce que nous avons précédemment décrit au sujet des Legacy TLDs. Dans la Fig. 7, le .COM affiche un niveau de prix moyen supérieur à 3000 euros en 2015 après une période morose à 1 500 - 2 000 euros en 2011 - 2013, au moment où les lancements à venir des nTLDs pouvaient faire craindre une dévaluation brutale. Les autres Legacy TLDs se maintiennent tout juste, le INFO étant peut-être en voie de passer sous les 500 euros en 2015.

Pour les ccTLDs (Fig. 8), la situation est relativement comparable avec le .FR qui tend à conserver un prix moyen près de deux fois supérieur à ceux des autres grands ccTLDs européens. Le pic de 2010 est, comme on l'a dit, imputable à une unique transaction et peut être considéré comme une « anomalie ». Sedo note qu'il y a eu 315 transactions portant sur des .FR en 2014 et 121 au 1er trimestre 2015.



5 Les plus grosses transactions

Bien des domaineurs sont attirés sur le Second Marché par les chiffres qui circulent dans la presse. S'il y a beaucoup d'appelés, il y a peu d'élus pouvant se vanter d'avoir réalisé des ventes réellement « faramineuses ». Nous mettons ici en regard les plus importantes transactions publiques réalisées sur la plate-forme Sedo.

En 2014, les 10 plus grosses transactions ont été :

MONDE		FRANCE	
mm.com	\$1,200,000	chat.fr	€99,999
true.com	\$350,000	tel.fr	€22,000
malls.com	\$320,000	homify.fr	€20,000
flashcards.com	\$250,000	dentiste.fr	€15,000
gab.com	\$200,002	fame.fr	€7,500
cornerstonehomes.com	\$150,000	wid.fr	€6,500
kaffee.de	€100,000	trotinette.fr	€6,000
chat.fr	€99,999	cgl.fr	€5,900
musik.de	€99,999	blank.fr	€5,000
vitaminc.com	\$104,000	printerpix.fr	€5,000
MOYENNE	~260 000 €		~20 000 €

Le « Top 10 » mondial comporte 80% de .COM en 2014, et seulement un .DE et un .FR. Le Top 10 des .FR reste concentré entre 5 000 et 20 000 euros, avec l'exception du « chat.fr ».

Au 1er semestre 2015, les 10 plus grosses transactions ont été :

MONDE		FRANCE	
Heika.com	300,000 \$	Nutanix.fr	10,000 €
Same.com	233,333 \$	Developpeur.fr	7,000 €
Pax.com	200,000 \$	Detecteur-de-metaux.fr	5,000 €
Reponse.com	150,000 \$	Alexia.fr	4,500 €
Anker.com	130,000 \$	Alpiniste.fr	4,500 €
KHC.com	120,000 \$	Apprendre.fr	4,500 €
Mercari.com	100,000 €	Appeler.fr	4,000 €
Ignite.com	112,500 \$	Perruques.fr	3,990 €
Autism.ocks	100,000 \$	Ejaculationprecoce.fr	3,700 €
Shein.com	95,000 \$	Republicains.fr	3,500 €
MOYENNE	~136 000 €		~5 000 €

Les niveaux de tarifs ont sensiblement régressé au début 2015, aussi bien pour les ventes mondiales que pour le .FR. Sedo, qui a étudié l'utilisation ultérieure des noms cités, note que les .FR concernés sont tous réellement utilisés par leurs acquéreurs, ce qui renforce l'idée que le Second Marché s'est (enfin) ouvert à des acteurs ne faisant pas profession de domaineur. La situation serait, toujours d'après Sedo, bien différente pour les .COM ou les .DE dont une large partie resterait inutilisée. Sedo conclut en indiquant que cela pourrait signifier que les noms en .FR sont privilégiés par les sociétés qui souhaitent toucher le marché français et commercialiser des biens en ligne à l'intention du public français.

Conclusion

La présente étude est riche d'enseignements sur le Second Marché dans cette période d'introduction des nouvelles extensions. En effet, si nous reprenons les deux « écoles » en présence à la veille des lancements, c'est sans doute celle qui optait pour les TLDs traditionnels (gTLDs et ccTLDs) en tant que valeurs sûres qui a eu rétrospectivement raison :

- les prix du Second Marché, loin de s'effondrer comme cela aurait dû se produire en cas de « dilution » de la valeur, se sont maintenus et ont même progressé ;
- les transactions restent dominées par le .COM qui ne perd pas de terrain, sans en gagner non plus.

De là cette impression que pour l'instant, le phénomène des nLDs qui impacte sans ambiguïté le Premier marché n'a pas encore réellement affecté le Second, sans doute du fait que les LegacyTLDs les plus touchés ne représentaient déjà qu'une proportion marginale des transactions. Le volume de transactions sur les nTLDs reste par ailleurs très faible, ce qui démontre la circonspection dont font encore preuve à leur égard la grande majorité des domaineurs. Une fois passée la période magique de l'engouement pour le « get - rich - quick », ces acteurs - ceux du moins qui ont survécu à l'écroulement de l'activité liée aux « Made For AdSense » depuis 2012 - ont eu tendance à devenir naturellement conservateurs, misant leurs fonds sur des valeurs sûres pour optimiser leurs chances d'équilibrer leurs bilans.

Nous pouvons cependant constater que le prix moyen des plus grosses transactions, mais aussi leur nombre en ce qui concerne le .FR, sont plutôt orientés à la baisse en 2015 : -50% au niveau mondial et -75% pour le .FR en ce qui concerne les tarifs, -23% pour le nombre de transactions sous .FR en trajectoire à fin 2015. Cette contraction simultanée des volumes et des montants (en ne considérant que les transactions publiques, les plus importantes étant souvent tenues confidentielles) montre bien que « quelque chose » est en train de se produire sur le Second marché, qui semble attirer relativement moins de capitaux en 2015. Une interprétation « évidente » mais peut-être trop simpliste serait qu'au niveau mondial les domaineurs – en majorité des néophytes ? - ont concentré leurs efforts sur les nTLDs (Premier Marché) où résidaient apparemment les plus belles opportunités de création de valeur. De ce fait, les transactions « hors normes » sont revues à la baisse, mais sans que cela nuise en profondeur au Second marché qui repose pour l'essentiel sur les échanges à des niveaux de prix modérés, de l'ordre de quelques centaines d'euros.

Il est intéressant de noter que de nombreux registres de nTLDs ont courtisé les domaineurs au moment des lancements, mais qu'il leur reste à présent à « transformer l'essai » dans la durée. Une approche globale devrait inciter les registres à stimuler les transactions sur leurs extensions pour enraciner la conviction qu'elles ont de la valeur. Le contrecoup de l'approche focalisée sur les lancements est une faible liquidité des noms déposés dans les nTLDs, ce qui augmente le risque pour l'investisseur et pourrait à terme nuire aux extensions qui verront maints domaineurs passer l'éponge, même sur des noms de domaine à forte valeur intrinsèque.

Une évolution logique de la situation serait de voir progressivement les nTLDs monter en force sur le Second Marché, lorsque les opportunités se tariront sur le Premier. Mais l'afflux constant de nouvelles extensions laisse présager que cette tendance de fond mettra du temps à se concrétiser. Elle dépendra en effet aussi de l'attractivité des nTLDs pour les utilisateurs et de la manière dont ceux-ci se les approprieront. Dans cette course à la valeur, les volumes sont un indicateur intéressant mais parfois insuffisant pour juger de la pérennité d'un TLD. De son côté, l'effet « rareté » qui devait ouvrir des perspectives aux .BIZ et .INFO face à un COM « saturé » en 2001 a fait long feu. Les utilisateurs et les titulaires réagissent par rapport aux TLDs en leur donnant une valeur affective, ou d'appartenance, ou de confiance, et sur ce terrain les nTLDs ont encore tout à construire.

Si l'on considère le Second Marché comme un « baromètre » de la valeur attachée à un TLD donné, il est clair que l'heure n'est pas encore très propice pour les nTLDs. Mais ce n'est pas parce qu'ils sont en phase de démarrage qu'ils ne parviendront pas à atteindre le succès. Une certitude en revanche est qu'ils n'y arriveront pas tous. Réflé- tée par le Second marché, la vision des domaineurs, en tant que spécialistes de la valeur des noms de domaine, est donc un élément crucial dans l'étude des performances des nTLDs et des projections que l'on pourra faire à l'avenir sur leurs chances de pérennité.

Les domaineurs eux-mêmes ne forment pourtant pas une communauté homogène, présentant des particularités en fonction des pays et des « générations ». A ceux qui ont « travaillé » les Legacy et les ccTLD depuis une ving- taine d'années s'ajoutent un nombre croissant de nouveaux venus attirés par les perspectives offertes par les nTLDs en termes de noms encore libres. Ce qui les différencie de leurs Anciens n'est-il pas qu'une question de dates ? Est-il plus ou moins risqué d'investir aujourd'hui dans un nTLD qu'autrefois dans un .INFO ? A mesure que le temps passera et que les succès apparaîtront clairement, les deux « générations » en viendront certainement à se fondre – et sans doute, qui sait, à s'échanger des Legacy et des ccTLD contre des nTLD. Ce jour-là, les nou- velles extensions auront vraiment conquis leurs lettres de noblesse.

Retrouvez tous les dossiers thématiques de l'Afnic :
<http://www.afnic.fr/fr/ressources/publications/dossiers-thematiques/>



L'Afnic est le registre des noms de domaine .fr (France), .re (Île de la Réunion), .yt (Mayotte), .wf (Wallis et Futuna), .tf (Terres Australes et Antarctiques), .pm (Saint- Pierre et Miquelon).

L'Afnic se positionne également comme fournisseurs de solutions techniques et de services de registre. L'Afnic - Association Française pour le Nommage Internet en Coopération - est composée d'acteurs publics et privés : représentants des pouvoirs publics, utilisateurs et prestataires de services Internet (bureaux d'enregistrement). Elle est à but non lucratif.

www.afnic.fr