

*Comités de
concertation Bureaux
d'enregistrement et
Utilisateurs*

**Compte-rendu de la réunion plénière
du 7 octobre 2014**

afnic

1. Présents

Bureaux d'enregistrement : 11 (sur 42 membres)

BUSINESS DOMAINS	Fabien RIELH
CLARANET	Sophie PACAVE
CONNECTION	Jean-Benoît RICHARD
DATAXY	Bernard DULAC
EURODNS	Luc SEUFER - (<i>Participation à distance</i>)
GANDI	Nicolas LHUILLERY
MAILCLUB	Frédéric GUILLEMAUT
NAMEBAY	Eric LANTONNET
NORDNET	Scott JUNG
ORANGE	Sophie JEAN-GILLES
SFR	Sylvie POUSSIN
SFR	Serge RIBEIRO

Utilisateurs, personnes physiques et morales : 7 (sur 21 membres)

Personnes morales	
CCI France	Thierry HINFRAY
CCI Paris IDF	Laurent DELIN
CDNIC	Chris TSHIMANGA
ISOC France	Marie-Astrid LERAY
Personnes physiques	
	Sébastien BACHOLLET - (<i>Participation à distance</i>)
	Mathieu PITTE
	Elisabeth PORTENEUVE

Afnic

Loïc DAMILAVILLE, Etudes Marketing
Pierre BONIS, Directeur général adjoint
Marianne GEORGELIN, Politiques de registre
Régis MASSE, Directeur technique

Julien NAILLET, Directeur de la communication
Virginie NAVAILLES, Services aux membres
Lucile RAVASSE, Responsable marketing .FR
Emilie TURBAT, Directrice commerciale
Mathieu WEILL, Directeur général

2. Ordre du jour de la réunion plénière

- ✓ Point d'actualité
- ✓ Réunion plénière et présentation des points de discussion de la journée :
 - Trajectoire 2014 et discussion sur les priorités envisagées pour 2015 et au-delà
 - Campagne .fr : recueil d'idées pour des contenus à venir
- ✓ CCU / CCBE
- ✓ *Repas commun*
- ✓ Réunion plénière, restitution des positions des CC et présentation des points d'information et d'échange avec les membres :
 - gTLD : Présentation de l'état d'avancement du projet gTLD à l'Afnic
 - Nouveaux services .FR
 - Le marché des NDD : des analyses réservées aux membres
 - Groupe de travail sur les membres : annonce du calendrier et des 1^{ers} membres, volontariat en séance possible

3. Compte-rendu

Mathieu Weill souhaite la bienvenue aux participants dans la salle et à distance et annonce les 2 sujets de discussion de la matinée et les points d'information qui seront développés pendant l'après-midi. Les membres présents se présentent lors d'un tour de table et Julien Naillet nomme les participants à distance.

L'actualité de l'Afnic est principalement marquée par le lancement de la campagne de promotion du .FR et des nouvelles extensions.

Cinq gTLD sont dans la racine depuis les derniers comités de concertation. Les surprises (période pendant laquelle les titulaires de droits peuvent demander l'enregistrement de leur(s) nom(s) de domaine) sont en cours pour le .paris et le .bzh. Les .frogans et .ovh sont ouverts.

La campagne « Réussir en .FR » a été lancée fin septembre. Elle cible les TPE/PME et les jeunes en accord avec la stratégie de promotion actée par la ministre en 2013 et met l'accent sur la finalité et la simplicité d'usage des noms de domaine. L'Afnic collabore avec 23 bureaux d'enregistrement sélectionnés sur appel à projet.

Par ailleurs, le Conseil National du Numérique a lancé le 4 octobre une grande concertation nationale. 24 consultations vont être ouvertes d'ici le 31 décembre 2014. L'Afnic répondra

bien évidemment à cet appel à contribution sans précédent, notamment sur les thèmes « Soutien à l'innovation », comment elle peut susciter la croissance liée aux usages d'Internet et « Loyauté entre les acteurs économiques : Quels principes et règles de conduite pour améliorer les équilibres entre acteurs des écosystèmes numériques, et quels modes opératoires adaptés au monde numérique ? ». Cette consultation fait suite à la parution d'un rapport du Conseil d'Etat sur le sujet de la transformation de l'achat public.

L'Afnic contribuera également aux sujets liés à l'open data conformément à son engagement d'y réfléchir et à la gouvernance de l'Internet. Les travaux se poursuivent sur ce sujet dans l'optique de consolider une position nationale. L'Afnic partagera sa réponse avec ses membres pour qu'ils contribuent.

Les finalités précises de cette consultation ne sont pas annoncées mais Pierre Bonis mentionne qu'elle devrait alimenter un projet de loi sur le numérique en début d'année 2015.

3.1. Points de discussion

3.1.1. Trajectoire 2014 et discussion sur les priorités envisagées pour 2015 et au-delà

Mathieu Weill dresse un bilan à date des faits marquants de 2014. Le ralentissement de la croissance du .FR se confirme. Les prévisions sont en deçà de 5% pour l'année. Le ralentissement touche tous les ccTLD mais le .FR reste un des TLD les plus dynamiques en Europe.

La commercialisation des gTLD a démarré mais avec des retards liés à la complexité des relations entre les clients et l'ICANN pour le passage des étapes administratives, ce qui décale les facturations et a un impact sur le chiffre d'affaires de l'année 2014, qui sera par conséquent une année avec un déficit un peu plus important que prévu, au même niveau que 2013.

Pour ce qui est des priorités à 3 ans, la convention pour la gestion du .FR doit être renouvelée le 1^{er} juillet 2017. L'Etat a la possibilité de la renouveler sans appel d'offre et devra faire part de son choix de mode opératoire un an avant le renouvellement de la convention.

L'environnement de l'Afnic devrait fortement évoluer et des incertitudes existent sur le succès des gTLD et du gratuit ou du low-cost et leur impact sur le marché, la dynamique globale du marché, du .FR, les évolutions du secteur des bureaux d'enregistrement que l'on constate déjà telles que la consolidation.

Les 3 principaux objectifs pour 2015 sont : revenir à l'équilibre financier en soutenant la croissance du chiffre d'affaires et maîtrisant les coûts, sécuriser le renouvellement de la convention Etat/Afnic en ayant livré tous les engagements de la convention possibles avant fin 2015 et démontrant l'excellence du service rendu et saisir des opportunités de croissance conformes au projet de l'Association.

Le conseil d'administration de l'Afnic a consacré son séminaire annuel à analyser tous ces sujets et réfléchir au rôle de l'Afnic à 3 ans. Les gTLD seront lancés, l'Afnic doit-elle se positionner sur des nouveaux marchés ou développer de nouvelles fonctionnalités autour des produits existants pour continuer son développement ?

Position des utilisateurs :

- ✓ Ils prennent note des incertitudes mentionnées par le directeur général auxquelles s'ajoutent les risques liés à l'usage prépondérant des moteurs de recherches et l'arrivée d'acteurs comme Amazon ou Google, qui concernent également les bureaux d'enregistrement, et érodent la valeur des noms de domaine. L'Afnic doit s'attacher défendre cette dernière et à attacher les utilisateurs au .FR.
- ✓ L'Afnic pourrait vendre du conseil, des travaux de recherche, voire vendre directement des noms de domaine et développer une complémentarité avec les bureaux d'enregistrement, selon le modèle Suisse où l'on peut enregistrer son nom de domaine en passant ou non par un bureau d'enregistrement.
- ✓ Ils interrogent sur l'avancement de la PARL OMPI et des appels à candidatures sur les extensions ultramarines

Pierre Bonis répond que ce dernier peut être considéré comme caduque au vu des délais et que l'Afnic est toujours dans l'attente de la publication du décret suite à la notification des textes à la commission européenne. Le règlement de la PARL OMPI pourra ensuite être intégré au règlement intérieur de l'Association et validé par la secrétaire d'Etat. La phase de recrutement des experts ne devrait pas débuter avant début 2015.

Position des bureaux d'enregistrement :

- ✓ Ils précisent que la distribution directe en Suisse a été arrêtée et qu'elle se fait à nouveau par les bureaux d'enregistrement, ce qui garantit une validation juridique et technique de l'enregistrement de par l'accréditation des bureaux.
- ✓ La priorité selon eux est que l'Afnic finisse la mise en œuvre des engagements .FR.

Mathieu Weill conclut en rappelant que le législateur dans la loi interdit aux registres d'exercer l'activité de bureau d'enregistrement.

3.1.2. Campagne fr

L'objectif de la campagne est de contribuer à la croissance du nombre de .FR en améliorant la notoriété et la désidérabilité du .FR, notamment auprès des TPE/PME et des 15/25 ans par une stratégie de contenus pertinents.

Le site dédié « réussir-en.fr » a été lancé le 25 septembre 2014. Il propose un espace de promotion du .FR avec des témoignages, des ambassadeurs et contenus éditoriaux des témoignages associant la réussite et le .FR, un espace de formation (MOOC) avec 10 vidéos sur des thématiques telles que « pourquoi le web révolutionne l'économie ? » ou « Comment passer de 0 à 100 visites par jour sur mon site ? », une zone communautaire avec concours pour les meilleurs sites .FR et un tunnel de conversion associé à des offres claires (« Mettre en ligne un CV à la hauteur de mes ambitions », « Partager mes passions », « Créer une vitrine pour mon activité », « Distribuer mes produits et/ou services en ligne », « Créer une adresse email qui me ressemble »).

La campagne associe dispositifs on-line (achats d'espace publicitaire, médias sociaux, témoignages vidéos d'entrepreneurs innovants et connectés qui promeuvent le Made in France en .FR) et off-line (événementiel, relations presse dédiées et partenariats institutionnels et prescripteurs le relais de nos éléments de langage.

Julien Naillet sollicite les idées des membres afin d'alimenter l'espace de formation. L'objectif étant de proposer de nouvelles vidéos de manière récurrente sur des sujets personnels et professionnels. Il annonce également que l'Afnic travaille à un support didactique et de bonnes pratiques de 6 pages sur les noms de domaine qui sera décliné pour les 2 cibles et qui pourra être édité en partenariat. L'AMF et Transition Numérique ont déjà manifesté leur intérêt pour ce support.

Position des utilisateurs :

- ✓ Ils saluent le lancement de la campagne et du site clair et sympathique et soulignent la forte légitimité de l'Afnic à produire ce type de contenus qui lui apportent de surcroît de la notoriété.

Position des bureaux d'enregistrement :

- ✓ Ils soulignent également la belle dynamique de la campagne et l'engouement des bureaux d'enregistrement
- ✓ Ils suggèrent des vidéos sur l'utilisation et la sécurisation de sa boîte email, les redirections et routages, les intermédiaires pour enregistrer son nom de domaine (agence, webmaster, bureaux d'enregistrement...), les obligations liées à l'achat d'un nom de domaine
- ✓ Ils invitent l'Afnic à afficher les opportunités de partenariat plus en amont pour que tous les bureaux d'enregistrement puissent candidater et à clarifier les critères de sélection pour éviter toute incompréhension lors de la prochaine vague en mars 2015.
- ✓ Les résultats des opérations conjointes pourraient être améliorés par des opérations de promotion commune à inclure dans les chartes de partenariat.
- ✓ Pour finir, certains demandent à disposer de la plaquette de promotion en format papier ou électronique.

3.2. Points d'information

3.2.1. gTLD : Présentation de l'état d'avancement du projet gTLD à l'Afnic

Emilie Turbat rappelle que l'Afnic accompagne 17 registres. 4 délégations ont été réalisées à date (.paris, .bzh, .alsace, .frogans), auxquelles s'ajouteront 6 autres délégations avant la fin de l'année. Elle détaille également le processus de déploiement. Les registres ont jusqu'au 29/10/2014 pour signer le contrat ICANN (un nouveau délai de prolongation est possible jusqu'à 9 mois à compter du 24 septembre 2014). Dès le contrat signé, les registres déterminent d'un commun accord avec l'ICANN la date de début de la pré-délégation (2 mois),

suivent ensuite la délégation pendant 1 mois et éventuellement une phase de lancement par sunrise TMCH de 3 mois.

Le lancement du .paris a commencé le 4 juin 2014, dans un premier temps, par un programme de 78 pionniers, puis le 9 septembre. L'ouverture générale est prévue le 2 décembre.

Le .bzh a été ouvert le 4 septembre pour les marques. Une deuxième phase de lancement pour les autorités publiques et les associations débutera le 3 novembre avant l'ouverture générale du 4 décembre.

Pour ce qui est du .ovh, la sunrise TMCH a débuté le 1^{er} septembre avant l'ouverture générale du 2 octobre.

3.2.2.Nouveaux services .FR

3.2.2.1. .fr Lock

Fr Lock permet le blocage de toutes les opérations sur un nom de domaine sauf la publication. Pour verrouiller, le bureau d'enregistrement saisit un formulaire sur l'extranet en indiquant le nom de domaine concerné, et les coordonnées de 3 personnes, qui seront contactés en cas de demande de déverrouillage. L'Afnic Vérifie que les coordonnées des 3 contacts sont à jour et verrouille le nom de domaine.

Pour déverrouiller, le bureau d'enregistrement fait une demande de déverrouillage temporaire ou permanent dans l'extranet et peut ensuite effectuer les opérations qu'il souhaite pendant les 48 heures et re-verrouiller à tout moment son nom de domaine. L'Afnic envoie 3 SMS contenant des codes d'authentification à usage unique aux contacts, appelle les contacts (au moins 2/3) et vérifie les codes puis déverrouille pendant une période de 48 heures et re-verrouille automatiquement au bout de 48 heures.

.fr Lock est un service spécifique proposé par l'Afnic, il fera donc l'objet d'un contrat de service spécifique à signer entre le bureau d'enregistrement et l'AFNIC. Le service sera disponible à partir du 27 octobre 2014.

Position des bureaux d'enregistrement :

- ✓ Les échanges portent sur les modalités de mise en œuvre, les plages de disponibilité du service, les modalités de facturation et en cas de transfert des noms de domaine.

3.2.2.2. Ouverture des enregistrements en 1&2 caractères

L'ouverture se fera en 3 phases. Tout d'abord une phase de Sunrise du 8 décembre 2014 au 9 février 2015 pendant laquelle les titulaires de droits peuvent demander l'enregistrement de leur(s) nom(s) de domaine en 1&2 caractères. Ensuite une phase de Landrush du 16 février au 16 mars 2015 pendant laquelle toute personne intéressée peut demander l'enregistrement d'un nom de domaine en 1&2 caractères, sous réserve qu'il n'ait pas été enregistré lors de la phase de Sunrise. Pour finir, l'ouverture à tous des enregistrements des

noms de domaine en 1&2 caractères qui n'ont pas été enregistrés lors des phases de Sunrise et de Landrush aura lieu le 17 mars 2015 aux tarifs standards du .fr.

Tous les noms de domaine composés d'1 et 2 caractères numériques et/ou alphabétiques formés à partir des caractères alphanumériques ASCII et IDN (.fr. a, à, á, â, ã, ä, å, æ, b, c, ç, d, e, è, é, ê, ë, f, g, h, i, ì, í, î, ï, j, k, l, m, n, ñ, o, ò, ó, ô, õ, ö, oe, p, q, r, s, t, u, ù, ú, û, ü, v, w, x, y, ý, ÿ, z, ß, 0, 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9) pourront être enregistrés, à l'exclusion du caractère - (signe moins).

Les noms de domaine composés des codes pays du territoire national et leurs versions IDN sont également exclus de l'enregistrement : « fr.fr », « re.fr », « pm.fr », « yt.fr », « tf.fr », « wf.fr », « nc.fr », « pf.fr », « mf.fr », « bl.fr », « gp.fr », « mq.fr », « gf.fr », ainsi que le nom de domaine « co.fr » et les termes déjà enregistrés « tm.fr » et « nh.fr ».

Le principe du « premier arrivé - premier servi » s'applique à toutes les phases. Les demandeurs doivent respecter la Charte de nommage du .fr ainsi que l'ensemble des politiques de registre en vigueur au moment de l'ouverture, et notamment les règles d'éligibilité du .fr et les règles relatives à l'enregistrement des termes soumis à examen préalable.

L'Afnic appliquera un tarif unique de 200 euros par nom de domaine pendant la phase de sunrise, puis un tarif dégressif hebdomadairement pendant la phase de landrush : 15 000 € la 1^{ère} semaine, 10 000 € la 2^{ème}, 5 000 € la 3^{ème} et 100 € la 4^{ème} et dernière semaine. Le tarif sera standard à partir de l'ouverture générale.

3.2.2.3. Enregistrements multi-années

Tous les titulaires pourront enregistrer leurs noms de domaine en .FR pour une durée allant de 1 à 10 ans, selon leur choix. La facturation se fera en une fois. Un titulaire pourra également à tout moment, en cours d'enregistrement faire une demande de renouvellement de son nom de domaine, cela correspond à la mise en place d'une nouvelle opération le « Renew ». Lorsqu'un nom de domaine arrive à expiration, il sera renouvelé tacitement, pour une durée d'un an, comme cela se passe déjà aujourd'hui.

Les spécifications techniques seront envoyées aux bureaux d'enregistrement mi-octobre. L'Afnic procède aux développements et tests fonctionnels jusqu'au 12/12. Les bancs de tests seront ouverts pour les BE entre le 5/01 et le 15/01, date du lancement des enregistrements multi-années.

1.1.1. Tendances et chiffres du marché des noms de domaine

Sur le marché global, la baisse de la croissance se stabilise sur les derniers mois. Pour les gTLD, les évolutions sont contrastées, avec environ 50% de croissance et 50% de décroissance. La contribution des ccTLD au marché global est stable mais la part des gTLD décroît au profit des nTLD.

La dynamique du .FR est en ligne avec les prévisions de croissance de 5%. Le nombre des nTLDs explosent avec déjà plus de 400 dans la racine et près de 2,5 millions de noms déposés.

Du côté des nouvelles extensions, les tendances sont à la concentration d'un grand volume de dépôts chez quelques acteurs, mais souvent en mode promotionnel et les surprises sont généralement décevantes par rapport aux ambitions. Il est difficile à ce stade d'être très prédictif sur les succès et échecs des différents nTLDs. Les usages et taux de renouvellement sont des métriques plus solides que les seuls volumes et plusieurs registres ont déjà dû revoir leurs modèles économiques et/ou leurs stratégies marketing

On note également une implication croissante sur les thématiques de sécurité. Les registres se vivent de plus en plus comme des acteurs à part entière de la « cyber sécurité », en particulier les ccTLD.

Pour finir, sur le plan économique, la concurrence grandit entre les opérateurs de registres qui mettent en œuvre des stratégies de « conquêtes » de TLD, par exemple II.SE a repris la gestion du .NU (Niue) représentant environ 20% du marché suédois, de « gratuité » ou « low cost » (.TK, XYZ, .BERLIN, offre de Google de 5 000 noms gratuits dans un nTLD en caractères japonais) ou de recherches de financement et concentrations.

Les échanges portent principalement sur les modèles gratuits.

1.1.2. Groupe de travail « qu'est-ce qu'être membre de l'Afnic ? »

Pierre Bonis rappelle la mise en place depuis 2014 d'une réflexion sur comment revigorer le modèle associatif de l'Afnic, historiquement très lié à la commercialisation et l'utilisation du .FR. Une offre de services aux membres a été construite et présentée lors des comités de concertation de mars 2014. La question de l'évolution des types d'adhérents se pose à présent. L'Afnic souhaite mettre en place avec les membres un groupe de travail pour échanger sur les orientations et sollicite les participations en séance. Un message d'appel à contribution va être envoyé à tous les adhérents en parallèle.

Position des membres : Orange, la CCI France et l'ISOC France souhaitent participer au groupe de travail.

La prochaine réunion des comités de concertation est prévue le jeudi 12 mars 2015 à 9h00.