

Paris, le 23 février 2012

***Le « .Marque » et les nouvelles extensions
de noms de domaine : il y a urgence à se lancer***

Auteurs :

Jean-Christophe Vignes, CEO, OpenRegistry

Alexandre Le Peru, Avocat à la Cour, Courtois Lebel

Eugénie Chaumont, Business Development Manager, Openregistry

Depuis le 12 janvier et jusqu'au 12 avril prochain, l'ICANN, organisme en charge de la gestion de l'Internet au niveau mondial, invite notamment les entreprises à déposer de nouvelles extensions qui peuvent révolutionner leur présence sur le web. Pourquoi n'utiliser qu'un insipide « .Com » lorsque l'ICANN vous propose de déposer votre propre « .Marque » ?

En réalité, le 29 mars il sera déjà trop tard car telle est la date limite pour soumettre un dossier de candidature complet.

Le processus a sûrement pâti d'une communication brouillonne, de retards répétés et d'un intense lobbying en sa défaveur. Qu'importe au fond les causes, la conséquence est claire : mal informés, les acteurs juridiques et décideurs des grands groupes n'étaient pas prêts le 12 janvier.

Ceux qui souhaitent encore protéger leurs marques et bénéficier d'un important avantage concurrentiel pour les années à venir doivent mesurer les enjeux juridiques et économiques d'une telle candidature pour que les moyens nécessaires puissent être déployés avant le 29 mars.

Pourquoi se lancer ?

Actuellement, une grande entreprise française se doit de posséder au minimum soit un « .COM », soit un « .FR », parfois les deux, et, si elle opère au niveau mondial, son « .EU » ainsi que des extensions nationales étrangères (« .DE », « CO.UK », « CN »...).

Avec l'avènement des nouvelles extensions, c'est une opportunité sans précédent pour les entreprises : rien de plus facile désormais que d'ouvrir un espace dédié à ses clients - [www.votrenom.\[compagnie aérienne\]](http://www.votrenom.[compagnie aérienne]), de promouvoir un site à l'adresse intuitive ou évidente - [www.sacs.\[marque de luxe\]](http://www.sacs.[marque de luxe]), [www.romans.\[maison d'édition\]](http://www.romans.[maison d'édition]), de rassembler son offre sous un même « .Marque » - [www.velos.\[marque d'équipements sportifs\]](http://www.velos.[marque d'équipements sportifs]), [www.tennis.\[marque d'équipements sportifs\]](http://www.tennis.[marque d'équipements sportifs]) . Quoi de mieux encore qu'utiliser une accroche ou un slogan publicitaire en tant que nom de domaine en l'associant directement à son « .Marque » ?

Le « .Marque » sera en soi un gage d'authenticité pour l'acheteur en ligne, tout en permettant de protéger l'identité de l'entreprise sur l'Internet.

Autre point non négligeable, l'entreprise qui postule pour une extension pourra déterminer ses propres règles et gérer directement cette extension.

Se libérer des réseaux sociaux

Qu'il s'agisse d'optimisation de moteur de recherche, de protection de noms de domaine ou de présence sur les réseaux sociaux, les entreprises ont longtemps été victimes de l'innovation sur Internet, devant souvent rattraper leur retard à prix d'or. Quel directeur marketing se souciait des réseaux sociaux il y a trois ans, alors qu'aujourd'hui certains opérateurs proposent même « d'acheter des fans »?

Grâce à la place centrale qu'occupe – même dans les moteurs de recherche – le nom de domaine sur Internet, les nouvelles extensions devraient permettre aux entreprises de reprendre le pouvoir. Le mécanisme n'étant pas exclusif, il sera parfaitement possible de faire pointer l'adresse [http://Sport.\[marque d'équipements sportifs\]](http://Sport.[marque d'équipements sportifs]) sur une page Facebook® et de modifier la redirection quasi-immédiatement vers une page RenRen™ ou Google+® au gré des attentes du consommateur¹. De ce fait, les entreprises évitent d'être trop attachées à un réseau en particulier, dont l'attrait peut chuter rapidement.

Quel prix pour quels services ?

Si le délai pour prendre la décision de candidater est aujourd'hui très court, les entreprises auront en revanche de nombreux mois pour définir leur stratégie complète après la remise de leur dossier. On pourrait ainsi commencer par une approche pionnière qui consisterait à protéger uniquement la marque au premier niveau en l'exploitant au minimum pour en réduire les coûts, puis à monter en puissance en développant plusieurs niveaux d'extension, suivant un modèle économique et promotionnel plus agressif.

L'ICANN a choisi de placer les frais de candidature à un niveau élevé (140.000€) pour décourager les candidatures fantaisistes. Cependant, ceux-ci ne doivent être acquittés qu'une fois et pour un minimum de dix ans. Ce budget ne doit pas être comparé au montant d'une simple réservation de nom de domaine mais bien être intégré au budget global de stratégie Internet de l'entreprise (référencement, publicité en ligne, gestion de l'ensemble du portefeuille de noms de domaine, contentieux de marque) et lissé sur une décennie. Dix années pendant lesquelles la marque de l'entreprise bénéficiera d'une place de premier plan sur Internet et du contrôle total de l'utilisation de sa marque en ligne. Inutile d'enregistrer des centaines de variations sous forme de noms de domaine dans le seul but de lutter contre le *cybersquatting*. Par exemple, l'entreprise pourra lancer un nouveau site Internet en quelques heures sans avoir au préalable à réserver le nom de domaine et sans intermédiaire technique. Une totale indépendance au service de la créativité de l'entreprise.

Qui s'est lancé ?

Les entreprises ayant officiellement annoncé leur candidature comme Canon® sont rares. Pourtant certaines préparent leur dossier dans le plus grand secret. Des marques de luxes voudraient rassembler leurs produits sous leurs seules bannières et ainsi contribuer à détourner les internautes des sites contrefaisants. Des banques souhaitent mettre en avant la sécurisation des échanges avec leurs clients. Des opérateurs mobiles voudront fidéliser leurs clients en leur attribuant un nom de domaine qui, lui, ne sera pas portable chez un concurrent...

¹ Ces noms commerciaux et marques sont utilisés à simple titre d'information.

Si vous ne vous lancez pas ?

Les frais et le temps imparti pour une telle candidature constituent des freins non négligeables, mais il faut également les estimer au regard des risques potentiels en matière de défense de votre marque. Les procédures de résolution des litiges mises en place par l'ICANN sont en effet imparfaites. Le titulaire d'une marque a bien la possibilité de s'opposer à la création d'un « .Marque » identique ou similaire, mais cette opposition n'est pas automatique (les conditions sont limitatives) et repose sur des conditions de délais et coûts (taxe minimale de 10.000 USD, dont 2.000 USD non remboursables) qui ne sont pas rassurantes pour les entreprises défenderesses.

L'ICANN a annoncé le 13 février dernier qu'une centaine de demandeurs s'étaient correctement enregistrés dans le système TAS de soumission électronique des dossiers. L'autorité compte publier la liste des candidats et des nouveaux noms de domaines début mai, quinze jours après la clôture de l'appel à candidature. D'ici cette date, l'ICANN ne communiquera pas sur l'identité des entreprises concernées. L'ICANN a certes confirmé dans un communiqué du 9 février que d'autres lancements d'extensions auront lieu mais uniquement lorsque les premières candidatures auront été traitées et sans date annoncée...Chaque demandeur pouvant solliciter jusqu'à cinquante extensions, il est probable que l'entreprise n'ayant pas candidaté avant le 29 mars ne puisse plus obtenir son « .Marque ». Elle devra sans doute enregistrer de nombreux noms de domaine supplémentaires - « Marque.Shop », « Marque.Web », « Marque.Paris » - alors qu'elle aurait pu rationaliser ses coûts et rassembler ses clients sous l'étendard « .Marque ».

Le temps est compté mais l'entreprise est encore maîtresse de son choix. Grâce aux efforts conjugués de spécialistes juridiques et d'une solution technique spécifique, vous pourrez faire partie du premier train de nouvelles extensions, aux côtés des plus grands groupes.

A titre d'information :

Site de l'OMPI pour la procédure de contestation et coûts y afférents :

<http://www.wipo.int/amc/en/domains/lro/#1a>

Annonce de l'ICANN concernant le nombre de candidats : <http://newgtlds.icann.org/en/program-status/statistics>

Confirmation d'une seconde fenêtre ; <http://www.icann.org/en/announcements/announcement-09feb12-en.htm>