Tirer profit des noms de domaine expirés

STRATÉGIES ET BONNES PRATIQUES SEO, MARKETING ET JURIDIQUES

https://clicachat.com

DAVID CHELLY, NOVEMBRE 2023

Chaque jour, plus de cent mille noms de domaine ne sont pas renouvelés par leurs titulaires. Parmi ceux-ci figurent des noms de domaine de valeur, que se disputent des prestataires spécialisés dans leur récupération. Cet eBook propose un guide de la récupération et de l'utilisation de ces noms de domaine expirés. S'agissant d'un sujet complexe, il s'adresse à des spécialistes. Il peut se lire à la suite de l'ouvrage « Stratégie Web : le rôle central des noms de domaine », qui est fourni à tous les acheteurs du présent eBook.

Sommaire

Première partie. Qui convoite les domaines expirés et pourquoi ?

Chapitre 1. Qu'est-ce qu'un nom de domaine expiré ?

Chapitre 2. Le domaine expiré au cœur des stratégies de référencement

Chapitre 3. Domaines expirés : source d'approvisionnement privilégiée pour le domaining

Chapitre 4. Litiges relatifs aux domaines expirés

Deuxième Partie. Optimiser sa présence en ligne avec les domaines expirés

Chapitre 5. Sélection et qualification des noms de domaine expirés

Chapitre 6. Enregistrement et rachat de noms de domaine expirés

Chapitre 7. Récupération des noms de domaine expirés

Chapitre 8. Utilisation des noms de domaine expirés

Première partie. Qui convoite les domaines expirés et pourquoi ?

Chapitre 1. Qu'est-ce qu'un nom de domaine expiré ?

Un titulaire d'un nom de domaine n'en est jamais propriétaire. Chaque année, ou à chaque échéance si le titulaire a choisi de payer pour plusieurs années, celui-ci doit le renouveler auprès de son bureau d'enregistrement.

Un nom de domaine est dit « expiré » lorsque celui-ci est arrivé à la date d'échéance et qu'il n'a pas été renouvelé par son titulaire.

Avant de retomber dans le domaine public, c'est-à-dire d'être disponible à l'enregistrement, le nom de domaine non renouvelé passe par plusieurs phases, qui sont différentes selon le type d'extensions. La compréhension de ces cycles et des acteurs en présence est nécessaire pour savoir comment maximiser ses choses de récupérer un nom de domaine expiré.

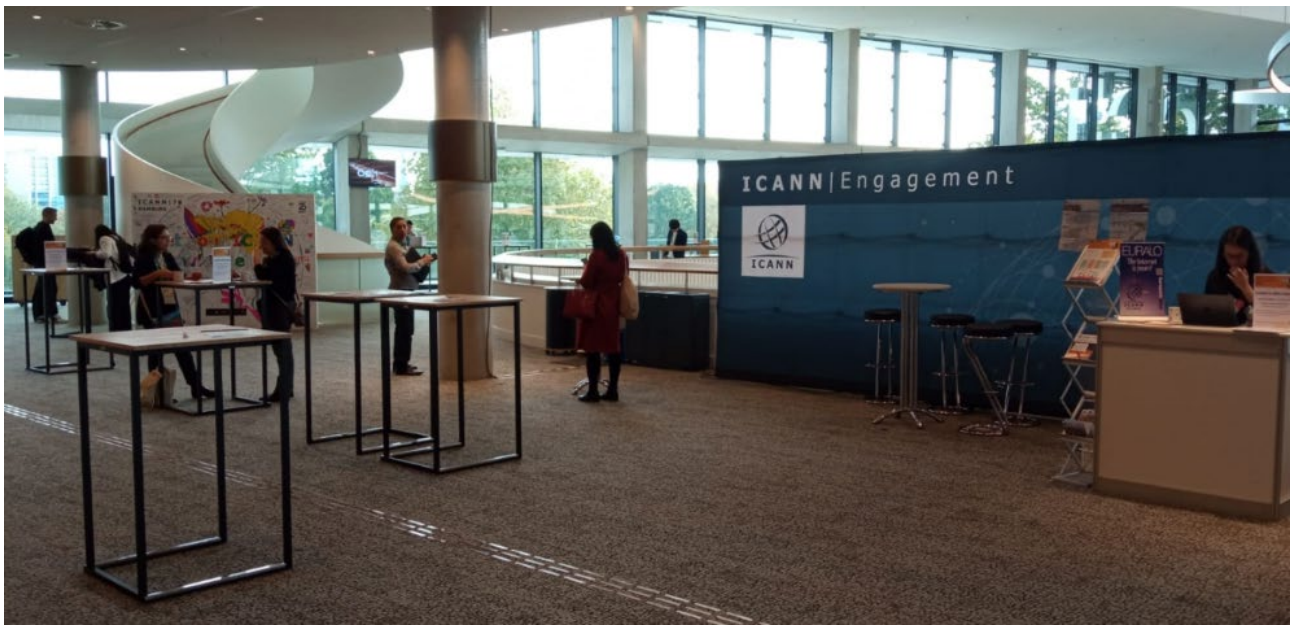
I. Mécanismes et acteurs en présence

A. Le système des noms de domaine

1. L'ICANN, organisme régulateur

Le système de noms de domaine (DNS) est géré par l'ICANN, organisme centralisateur désigné comme la racine de l'internet.

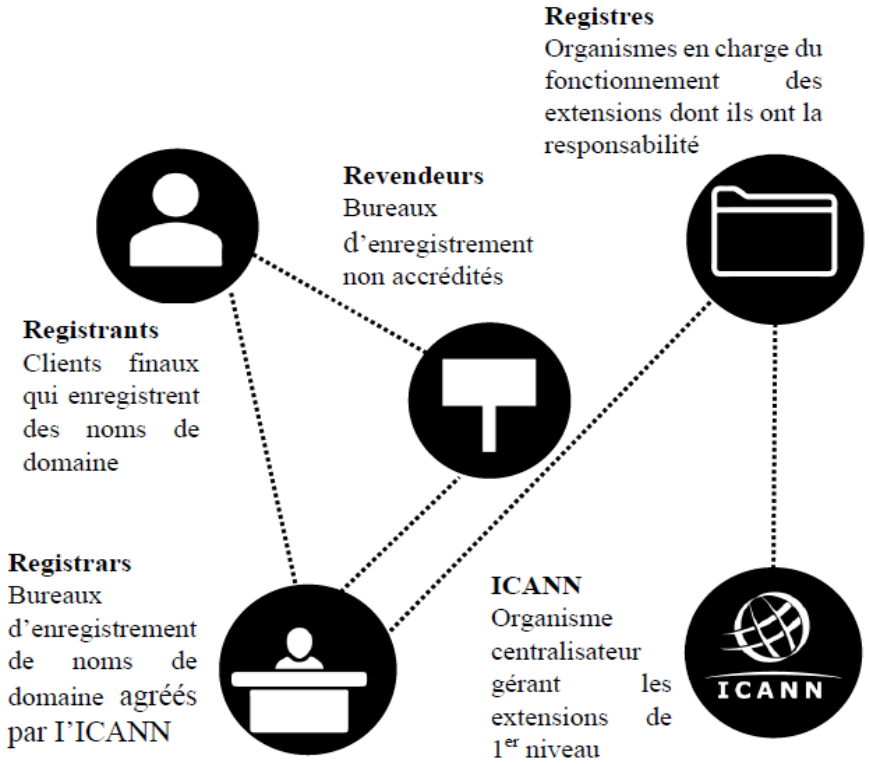
L'ICANN (Internet Corporation for Assigned Names and Numbers) est une organisation internationale à but non lucratif, son siège est basé à San Diego (Californie). L'une des particularités de l'ICANN est son fonctionnement très participatif, basé sur un modèle « multi-parties prenantes ». Y sont représentés les Etats, des organismes internationaux, ainsi qu'une multitude d'experts professionnels de l'Internet et de représentants de la société civile et des entreprises.



Réunion trimestrielle de l'ICANN à Hambourg (octobre 2023)

L'ICANN confie par contrat la gestion des extensions de noms de domaine à des entités dénommés registres. Il existe plus de 1500 extensions ou domaines de premier niveau (Top level Domain), le .COM, le .CN (pour la Chine), le .DE (pour l'Allemagne) et le .NET étant les plus populaires.

Schéma des acteurs en présence pour l'enregistrement d'un nom de domaine



2. Racines alternatives et domaines blockchain

Critiqué à de nombreux titres, l'ICANN doit faire face à des systèmes concurrents. La Chine et la Russie possèdent-elles ainsi leur propre copie de l'internet. Le Dark Web est également une autre utilisation de l'internet, avec des noms de domaine en .ONION auxquels on peut accéder via un navigateur spécifique tel que Tor.

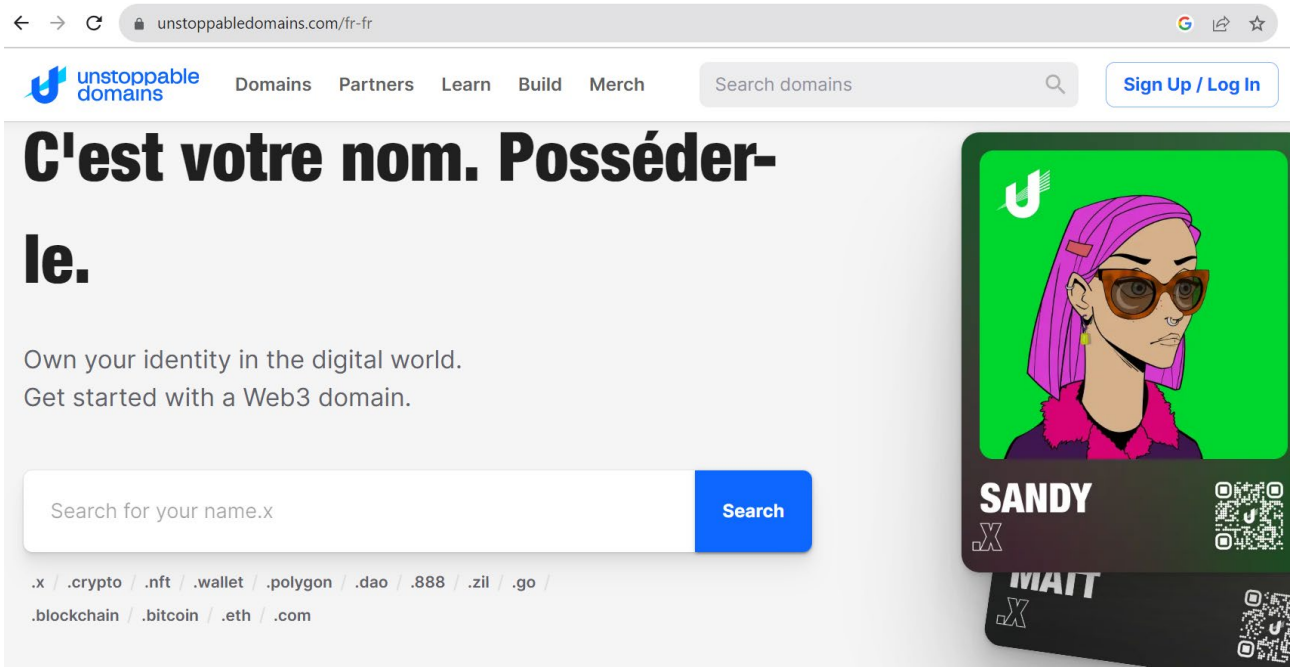
La principale menace à l'heure actuelle pour l'ICANN émane des noms de domaine Web 3, utilisés notamment depuis plusieurs années pour les transactions de cryptomonnaies, avec des adresses plus faciles à mémoriser que celles des wallets classiques.

Gérés de manière décentralisée sur le modèle de la blockchain, ces noms de domaine s'enregistrent et s'échangent sur des plateformes spécifiques, les deux principales étant Ethereum Name System et Unstoppable Domains [1]. En dépit d'un marketing agressif entretenant la confusion avec les

[1] Parmi les autres acteurs du secteur figurent la startup Namebase.io avec son écosystème Handshake et l'ancien registrar canadien Pool, autrefois l'un des leaders de la récupération des domaines expirés avec Snapnames et Namejet. Pool a

cryptomonnaies et les NFT, les transactions pour ce type de noms de domaine sont rares et il n'existe pas de signal pour un changement de tendance.

Offre d'Unstoppable Domains



L'offre d'UnstoppableDomains montre le problème de fond que pose les domaines Web3, puisque les mêmes extensions se retrouvent déjà sur plusieurs systèmes décentralisés (ie. .BITCOIN) et sont également en conflit avec la racine ICANN, la sulfureuse startup UnstoppableDomains n'hésitant pas à proposer l'extension… .COM ! Elle a par ailleurs annoncé vouloir participer au prochain round des nouvelles extensions de l'ICANN pour faire le pont entre les deux systèmes.

L'eBook présent étant consacré aux noms de domaine expirés, le cas des noms de domaine blockchain ne sera pas évoqué, notamment car leur particularité, du moins sur certaines plateformes, est qu'ils n'expirent jamais. De plus, les sites et autres services créés à partir de ces noms de domaine ne se trouvent pas dans Google et ne sont accessibles que via certains navigateurs web secondaires comme Bravo, o via l'ajout d'Add-on à Chrome, Firefox, etc.

B. Registres et extensions de noms de domaine

Le registre fixe les règles pour l'extension ou les extensions qu'il gère, et notamment les règles d'enregistrement et d'expiration des noms de domaine. Celles-ci sont différentes entre les extensions génériques et les extensions géographiques.

1. Registres historiques

Historiquement, les registres étaient des organismes de deux types :

- entreprises privées, en charge de la gestion des premières extensions génériques (.COM, .NET, .ORG, etc.) [2] dont la fonction était essentiellement technique.

- organismes privés ou publics, effectuant une mission pour le compte d'Etats pour la gestion des extensions géographiques (.FR, .BE, .CH, etc.)

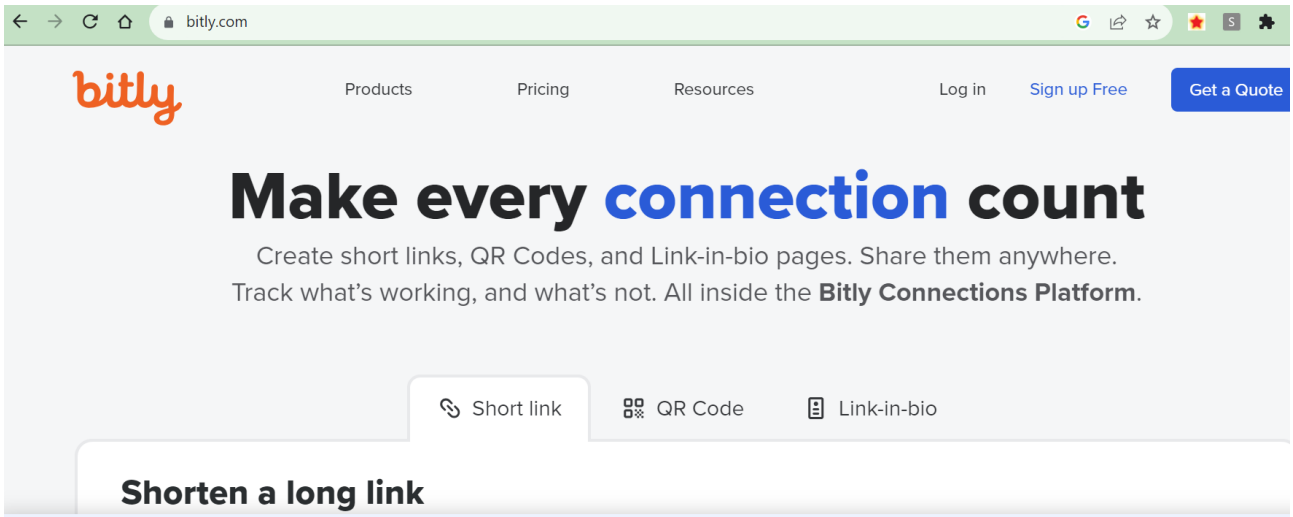
cessé cette activité pour fournir des noms de domaine Web 3 et d'autres services connexes, sous la marque Infinity Domains.

[2] Les extensions génériques historiques sont souvent appelées « Legacy TLD ».

Les registres géographiques imposent ou non des conditions d'enregistrement basés sur des critères géographiques, comme c'est le cas pour le .FR ou le .CA (Canada) par exemple.

D'autres règles spécifiques existent parfois, comme l'interdiction de la pornographie par les registres de certains de pays arabes, y compris le .LY de la Lybie, qui est utilisé dans le monde entier pour son potentiel brandable.

Bit.ly, exemple d'utilisation problématique d'un quasi-gTLD



En dépit de son succès mondial, le service bit.ly n'a jamais été valorisé à des niveaux en rapport avec son utilisation, compte tenu des contraintes posées par le registre lybien. La startup a ensuite choisi d'utiliser l'adresse Bitly.com, mais l'adresse était trop longue pour faire office de raccourcisseur d'url

A partir du début des années 2000, certains territoires ou Etats ont choisi pour des raisons pécuniaires de déléguer la gestion de leur extension géographique à des registres historiques, souvent dans des conditions douteuses et ne profitant pas aux habitants. Ces extensions comme .TK, .CC, .WS ou .IO sont dénommées quasi-gTLD car il s'agit en pratique d'extensions génériques. Ainsi Verisign, qui gère notamment le .COM et le NET a pris en charge la gestion d'autres extensions via certaines de ses filiales, comme le .CC et le .TV [3]. De même, plusieurs pays africains ont délégué la gestion de leur extension à la sulfureuse entreprise néerlandaise Freenom, laquelle a toutefois mis en pause ses activités en 2023.

[3] .TV est l'extension de l'île de Tuvalu, territoire polynésien indépendant qui ne compte que 10,000 habitants et menacé par la montée des eaux.

Le Gabon a repris le contrôle de son extension en 2023

twitter.com/onlinestratfr/status/1665974626646630401

← **Post**

David Chelly
@onlinestratfr

Big up à l'AFNIC qui aide le Gabon à récupérer un élément essentiel de sa souveraineté numérique.

ICANN amha trop permissive face à l'affreux Freenom, et même collusive vis-à-vis d'autres acteurs dont le cœur du business model est le racket des marques et le marketing trompeur

Translate post

DIGITAL Business Africa @DigitalBusiness · Jun 1
Gabon: Pour mettre fin "aux pratiques abusives", l'ANINF récupère à Freenom la gestion internationale du domaine de premier niveau .ga
digitalbusiness.africa/gabon-pour-met... #DBA

8:51 AM · Jun 6, 2023 · **2,455** Views

Depuis 2014 et la création des nouvelles extensions (nTLD), n'importe quelle entreprise privée ou autre organisme peut gérer sa propre extension.

2. Registre des nTLD

Le lancement des nouvelles extensions en 2014 a permis à chaque organisme de postuler à sa propre extension. Plus de mille deux cents nouvelles extensions ont été acceptées par l'ICANN et il est attendu la création d'une nouvelle vague de nouvelles extensions pour 2026 [4].

On compte trois types de nouvelles extensions :

- Les .MARQUE ou corpTLD, qui permettent aux entreprises de gérer leur propre extension, comme le .BNPARIBAS ou le .LECLERC ;
- Les geoTLD, qui correspondent à une région ou une ville, comme le .BZH ou le .PARIS ;
- les NgTLD, qui sont de nouvelles extensions génériques, généralistes ou spécialisées dans une thématique.

Avec Identity Digital (ex-Donuts), Amazon et Google ont été les acteurs les plus actifs dans l'acquisition de nTLD, ce qui a conduit au milieu des années 2010 les registres et registrars à des

[4] Lors du premier round des nouvelles extensions en 2024, les dossiers de candidature pour gérer sa propre extension étaient facturés 150,000$ par l'ICANN, auxquels s'ajoutent ensuite des frais de quelques centimes par an et par nom de domaine créée. Le coût pour poser sa candidature pour le prochain round de 2026 n'est pas connu à ce jour.

prévisions hautement optimistes quant à leur diffusion. Il apparaît désormais que la capacité et la volonté de ces deux entreprises de révolutionner un marché différent de leur métier d'origine a été surestimée, de même que la demande pour des extensions que personne n'avait demandées.

Pour l'heure, même si les porteurs privés de nouvelles extensions ont généralement réalisé une excellente opération financière, aucun nTLD n'a suscité d'intérêt suffisant pour constituer une menace aux extensions historiques. La nouvelle extension la plus utilisée, le .XYZ, se situe autour du 20e rang et compte pour moins de 1 % des noms de domaine enregistrés. A noter le succès du .BEST, seul NgTLD détenu par une entreprise française.

Naturellement, le marché des noms de domaine expirés des nouvelles extensions est très restreint par rapport à celui des extensions génériques historiques et par rapport à celui des extensions géographiques populaires.

C. Bureaux d'enregistrement

Les registres ne commercialisant pas directement les noms de domaine auprès du grand public, les enregistrements sont réalisés par des organismes agrées, dénommés bureaux d'enregistrement. Les noms de domaine sont également commercialisés par des revendeurs comme InternetBS, qui ne sont pas des bureaux d'enregistrement mais des services affiliés à des bureaux d'enregistrement.

Le bureau d'enregistrement est l'acteur central des domaines expirés. D'une part, il est nécessaire d'être un bureau d'enregistrement pour être namecatcher [5]. D'autre part, de très nombreux bureaux d'enregistrement vendent les noms de domaine expirés de leurs clients, c'est-à-dire ceux qui n'ont pas été renouvelés.

Le marché des bureaux d'enregistrement (cf. tableau ci-après) est marqué par un fort mouvement de concentration. La plupart des grands acteurs du secteur cherchent à augmenter leur taille afin de bénéficier d'économies d'échelle et de renforcer leur capacité à communiquer.

[5] L'inverse n'est naturellement pas vrai, un registrar n'est pas nécessairement un namecatcher. Être registrar est une condition nécessaire pour la récupération de domaines expirés, mais pas suffisante car cela nécessite une expertise particulière et parfois, comme dans le cas du .FR, la souscription à des services spécifiques.

Revue des principaux registres [6]

Registre	*Pays*	*Extensions détenues et/ou gérées*	*Stratégie*	*Actionnariat*
Verisign	USA	Verisign est le registre pour les extensions COM, NET et quelques autres de seconde importance via des filiales, comme .TV. Il est opérateur technique de près de 200 extensions, pour la plupart non utilisées. Hormis l'achat record aux enchères de l'extension .WEB, Verisign ne s'est pas encore positionné sur les nTLD [7].	Liée à l'Administration américaine par contrat, Verisign est l'entreprise la plus puissante du secteur. A la mi-2023, sa valorisation boursière dépassait 20 milliards de dollars. Sa stratégie consiste essentiellement en des actions de lobbying lui permettant de protéger son monopole sur .COM et .NET	Berkshire Hathaway (W. Buffet) et d'autres fonds, bourse
Public Interest Registry	USA	Public Interest Registry est le registre des extensions historiques .ORG, .NGO et .ONG. Il n'est pas présent sur le segment des nouvelles extensions et n'est pas opérateur pour d'autres extensions.	En dépit de son statut d'ONG, l'ISOC gère le .ORG comme une entreprise privée, avec notamment une politique tarifaire optimisant les profits [8].	Internet Society (ISOC)
Godaddy Registry	USA	Godaddy a créé une filiale dénommée Godaddy Registry à la suite de son rachat du registre Neustar, propriétaire de l'extension .BIZ et opérateur technique pour le .US et plus de cent autres extensions, essentiellement des nTLD. Le portefeuille d'extensions possédées par Godaddy Registry s'est étoffé à la suite des rachats en 2021 des registres Minds + Machines [9] et Dot Club.	Du fait de son actionnariat, la stratégie de Godaddy est pilotée par des gestionnaires dont le principal objectif est la hausse du cours de bourse de l'entreprise. Les acquisitions de registres et d'opérateurs techniques pour registres répondent à des achats d'opportunité, Godaddy n'ayant pas de réels objectifs sur ce segment de marché.	Godaddy
Identity Digital	USA	Identity Digital (ex-Donuts) est le plus grand registre des nTLD avec près de trois cents possédées, sans toutefois qu'aucune d'entre elle ne soit largement diffusée. Depuis son rachat d'Afilias, il est également propriétaire d'extensions historiques comme .INFO, .MOBI ou .PRO et a renforcé son activité d'opérateur technique.	Entreprise détenue depuis son origine par des fonds d'investissement, Identity Digital base son business model sur la réalisation d'économies d'échelle et la maximisation du chiffre d'affaires, sans considération pour la valeur ajoutée apportée aux internautes ni pour l'éthique. L'entreprise multiplie les acquisitions, dans l'attente de se faire elle-même racheter ou d'entrer en bourse.	Ethos Capital
Radix	EAU	Filiale du groupe indien Directi, Radix est propriétaire d'une dizaine de nouvelles extensions dont ONLINE, TECH ou SPACE, qui font partie des rares nTLD à avoir trouvé un public. Il est le leader des registres en nombre de noms de domaine enregistrés.	Radix a appuyé son développement sur son savoir-faire en tant que registrar, en proposant un nombre limité de nouvelles extensions, mais avec du potentiel et une stratégie de long terme.	Directi

[6] L'ordre possède une valeur seulement indicative, compte tenu du grand nombre de critères possibles de classements : nombre d'extensions en propre, nombre d'extensions en tant qu'opérateur technique, nombre de noms de domaine enregistrés, chiffre d'affaires, etc.

[7] L'enchère a eu lieu en 2016, mais Verisign n'exploite toujours pas l'extension WEB, car plusieurs perdants dont Identity Digital ont engagé des procédures visant à son annulation. De plus, l'achat par Verisign répondait moins à un projet réel qu'à la volonté de neutraliser un potentiel concurrent du .COM.

[8] L'organisme supposé développer l'internet en tant que bien public a trouvé en 2020 un accord avec le fonds d'investissement Ethos Capital pour la cession du .ORG, mais l'opération a suscité un tollé, ce qui a forcé l'ICANN à ne pas l'autoriser.

[9] Liquidée en 2022, la société américaine Mind+Machines (The MMX) possèdait et opérait une trentaine d'extensions relativement peu diffusées (VIP, WORK, FIT, LONDON…), dont notamment les extensions pour adultes (XXX, ADULT, SEX, PORN), acquises en 2020 auprès d'ICM Registry.

Google registry	USA	Via sa filiale Charleston Registry, Google possède une cinquantaine de nouvelles extensions. Hormis .APP, .PAGE et .DEV, peu d'entre elles sont exploitées.	Google s'est positionné sur le segment des nouvelles extensions pour protéger quelques-unes de ses marques et faciliter la diffusion de différents choix techniques. Il ne s'agit pour lors pas pour Google d'une activité stratégique.	Google
Xyz	USA	Le registre XYZ détient l'extension du même nom, qui est l'une des plus populaires parmi les nTLD, ainsi qu'une trentaine d'autres (CARS, BEAUTY, MONSTER, HOMES, COLLEGE, etc.)	Au départ projet à l'ambition et au potentiel modestes, l'extension XYZ a bénéficié d'une publicité mondiale inespérée lorsque Google a choisi l'url abc.xyz en tant qu'adresse de sa nouvelle maison-mère Alphabet. Grâce aux revenus générés par le grand nombre d'enregistrements, le propriétaire du XYZ a racheté au gré des opportunités plus de trente de nouvelles extensions, qui sont peu ou pas encore développées.	Fonds privés
GMO	Japon	GMO internet est propriétaire de six 6 nTLD, dont SHOP, payé 41,5 M$ et opérateur technique pour une cinquantaine de nTLD.	Leader japonais de l'internet, GMO Internet propose une très large panoplie de services. L'activité de registre est pour l'instant secondaire pour l'entreprise.	GMO Internet

Source : ntldstats

Principaux groupes du secteur de l'enregistrement de noms de domaine [10]

Nom du groupe	*Noms de domaine en gestion*	*Pays*	*Stratégie*	*Actionnariat*	*Autres registars*
Godaddy	90 millions	USA	Leader mondial, grâce à une marque forte bâtie sur un marketing et une politique de prix agressifs, permise notamment par une localisation de l'activité majoritairement en Inde	Fonds d'investissement, bourse	Wild West Domains, 123 Reg
Namecheap	19 millions	USA	Namecheap est un registrar low-cost visant notamment les titulaires de gros portefeuilles de noms de domaine (domainers, spammeurs, cybersquatteurs, etc.)	Société privée	
Tucows	18 millions	Canada	Stratégie de portefeuille de registrars nord-américains et européens auto-gérés	Fonds d'investissement, bourse	OpenSRS, Enom, Ascio, Hover
Newfold Digital	15+ millions	USA	Newfold Digital est né en 2021 du regroupement d'Endurance Group, lui-même regroupement d'hébergeurs et de registrars, et de Web.com, acteur majeur du dropcatching	Clearlake capital	Network Solutions, PublicDomainRegistry (PDR), FastDomain, Register
Squarespace	10+ millions	USA	Service américain de création de sites web grand public, Squarespace a racheté l'activité de registrar de Google en 2023	Bourse	
United Internet	8 millions	Allemagne	Fournisseur de services internet variés, United Internet est leader de la fourniture d'hébergements et de noms de domaine en Europe, grâce notamment à la politique de prix agressive de son flagship.	Multinationale	Ionos/1&1, PSI-USA, United-Domains, Arsys
Alibaba	8 millions	Chine	L'offre de noms de domaine d'Alibaba est un sous-produit d'une activité plus large de services internet pour la Chine	Multinationale	

[10] L'ordre dans lequel ces acteurs principaux sont présentés ne tient pas lieu de classement. La colonne des noms de domaine enregistrés propose une valeur seulement indicative, les chiffres exacts sont impossibles à déterminer compte tenu de la multitude de registrars détenus par chacun des groupes cités. De plus, le nombre de noms de domaine enregistrés n'est pas un indicateur pertinent de l'importance d'un registrar, tous proposant des activités connexes avec plus ou moins de valeur ajoutée.

Team Internet	7 millions	UK	Groupe Britannique côté en bourse, Team Internet (ex. CentralNIC) mène depuis 2013 une politique d'acquisition de registrars, ce qui en fait à ce jour l'un des groupes les plus complets et diversifiés de l'industrie	Bourse	CentralNIC, Key-Systems, 1api, Hexonet, InternetBs, Moniker, SafeBrands, Instra,
Namesilo	6 millions	Canada	Registrar populaire auprès des domaineurs, Namesilo a été racheté par un fonds d'investissement en 2018, qui l'a fait grossir et rentrer en bourse.	Bourse	
GMO	5+millions	Japon	Leader japonais de l'internet présent sur une multitude de segments de marché (hébergement internet, publicité en ligne, cryptomonnaies, etc.), GMO est le leader japonais des registrars via sa filiale Onamae	Multinationale	Onamae
Namebright	5 millions	USA	Activité de dropcatching, utilisant Namebright pour le snap et pour les noms de domaine détenus en propre par HugeDomains	Société privée	Dropcatch
Dynadot	5 millions	USA	Proposant une offre low-cost avec une bonne qualité de service, Dynadot est l'un des derniers grands registrars détenu par des capitaux privés	Entreprise privée	
OVH	5 millions	France	OVH est l'hébergement leader en France et l'un des principaux acteurs en Europe	Famille Klaba, bourse	
Gname	5 millions	Singapour	Gname est un registrar privé low-cost présent sur les marchés asiatiques, proposant également un service de backorder	Entreprise privée	

Source : compilation et retraitement des données des registrars et du site domainnamestat.com

II. Cycles de vie des noms de domaine

A. Expiration des noms de domaine gTLD

Dans les extensions génériques, trois phases interviennent à partir du jour où un nom de domaine expire. Le modèle ci-après s'applique également aux nTLD, qui sont techniquement des gTLD, et aux ccTLD pour les pays et territoires qui ont choisi ce système.

1. Période de grâce

La période dénommée « Période de Grâce », démarre le jour de l'expiration et dure environ quarante jours. Pendant cette période, le titulaire du nom de domaine ne peut plus l'utiliser, mais il peut toutefois renouveler le nom de domaine, avec des frais supplémentaires ou non selon la politique du registrar et le nombre de jours écoulés.

La période de grâce est l'un des moyens les plus avantageux pour obtenir des noms de domaine expirés, **puisque la plupart des grands registrars mettent aux enchères les noms de domaine non renouvelés par leurs clients, dans des circuits de vente exclusifs appelés prerelease**, et beaucoup moins suivis que pour les noms de domaine en pending delete. Si une seule pré-réservation est effectuée, le nom de domaine est attribué à la personne qui l'a réalisée. Dans le cas de plusieurs pré-réservations, une enchère est organisée. Si aucune pré-réservation n'est effectuée, ces noms de domaine ne sont pas renouvelés et entrent en période de rédemption.

2. Période de rédemption

La période suivant la période de grâce est dénommée « Période de Rédemption ». D'une durée de trente jours, elle ne permet aucune opération, sauf rares cas particuliers.

3 Période de pending delete

La dernière période, dite de « Pending Delete » ou « effacement », dure cinq jours à l'issue desquels le nom de domaine est effacé. Ce n'est qu'à partir de ce moment que le nom de domaine redevient disponible au public. **C'est à cet instant qu'interviennent les namecatchers comme Dropcatch ou Snapnames/**Namejet [11]**.**

B. Expiration des noms de domaine ccTLD

Pour les extensions nationales, le cycle de vie du nom de domaine est défini par le registre de chaque pays.

Dans le cas du FR, il n'existe à partir de l'expiration d'un nom de domaine qu'une période unique de trente jours, à la suite de laquelle le nom de domaine devient à nouveau disponible auprès de n'importe quel bureau d'enregistrement. Dénommée « période de rédemption », cette période équivaut en réalité à la période de grâce des extensions génériques, puisqu'il est possible de renouveler un nom de domaine en .FR pendant la période de rédemption.

Le processus est le même pour les extensions BE et CH, à la différence près que la période de rédemption dure quarante jours et non trente.

Le procédé de récupération de noms de domaine appelé pre-release, spécificité des extensions génériques, n'existe pas pour le .FR ni pour la plupart des autres extensions géographiques populaires.

[11] Toutes deux filiales du groupe américain Web.com, Snapnames et Namejet proposent depuis 2019 un service commun.

Chapitre 2. Le domaine expiré au cœur des stratégies de référencement

Les noms de domaine recevant encore un volume significatif de visiteurs et possédant de nombreux liens entrants constituent des actifs convoités par les référenceurs, compte tenu de leurs avantages en termes de référencement par rapport à des noms de domaine dit « neufs », c'est-à-dire jamais enregistrés auparavant.

I. Un outil de maximisation du Pagerank

A. Rôle central des liens dans les algorithmes de Google

Depuis la création de Google, le lien hypertexte est le point crucial de l'algorithme. Le moteur à l'origine de Google, BackRub, fut initié en 1996 avec pour objectif de compter et d'évaluer la qualité de tous les liens du web. Ses inventeurs Larry Page et Sergey Brin ont expliqué ce choix par l'assimilation d'un lien hypertexte vers un site à un vote. Plus les pages reçoivent de liens pointant vers elles, couramment dénommés backlinks [12], plus elles sont plébiscitées, et plus haut elles méritent de se positionner dans les résultats du moteur de recherche. Plus de vingt ans plus tard, en dépit des démentis de Google, le lien hypertexte reste un point crucial pour l'obtention de positions dans les résultats naturels de Google.

1. Principe du pagerank de Google

Le modèle original du PageRank se base sur le concept de « Surfeur aléatoire ». Il s'agit d'un utilisateur qui se rend sur le web en prenant une URL au hasard et qui clique sur tous les liens qu'il trouve sur les pages qu'il visite. A un moment, il choisit d'arrêter sa session sur une page donnée. En reproduisant le processus, il arrive un moment où la proportion de fois où il passe sur une page donnée finit par se stabiliser. Cette probabilité de se retrouver sur une page est ce que l'on appelle le Pagerank.

Affichage du PageRank de Google

Jusqu'en 2012, Google affichait pour chaque page un score de pagerank de 0 à 10, calculée avec une échelle logarithmique

12 Le terme « backlinks » est le plus utilisé par les professionnels du référencement, mais sa signification en anglais ne désigne de manière littérale que les liens réciproques. Pour cette raison, le terme de « liens entrants » est utilisé dans cet ouvrage.

Formule du PageRank du surfeur aléatoire

PR(A) = (1-d) + d (PR(T1)/C(T1) + … + PR(Tn)/C(Tn))

Où :

PR = Pagerank

N = nombre de pages

T1 à Tn = pages sur lesquelles figurent un lien vers la page dont on calcule le Pagerank

d = coefficient de calibrage

C = nombre de liens dans la page

En 2010, Google a breveté le modèle du Surfeur Raisonnable, avec comme principale différence par rapport au surfeur aléatoire qu'il ne clique pas indifféremment sur les liens, mais en priorité sur ceux qui sont les plus pertinents par rapport au contexte et les plus visibles.

Selon ce modèle, plus les pages reçoivent de liens de qualité pointant vers elles, plus leurs chances de se positionner favorablement dans les résultats du moteur de recherche augmentent.

2. Augmentation du pagerank avec les domaines expirés

Selon Google, les éditeurs de sites doivent se contenter de produire des contenus de qualité et n'ont pas à se préoccuper des liens. Ceux-ci sont supposément acquis de manière naturelle, via les webmasters, blogueurs et internautes lorsqu'ils apprécient une page. Cette situation ne correspondant à ce qui observé en pratique, les spécialistes du référencement mettent en place des stratégies d'acquisition de liens externes [13], dont les noms de domaine expirés font partie.

Acquérir des noms de domaine expirés possédant un pagerank élevé est-il ainsi fortement bénéfique pour le référencement, puisque ceux-ci peuvent être utilisés pour créer des sites à fort potentiel pour Google ou servir à créer des liens vers ses propres sites.

B. Une pratique black hat

Les référenceurs Black Hat sont de grands consommateurs de noms de domaine expirés. Leur objectif est de profiter de l'autorité de ces derniers pour tromper Google, selon des modalités nombreuses et variées.

1. Position officielle de Google

Selon Google, les noms de domaine expirés n'offrent pas de bonus pour le référencement, car seuls les liens obtenus après le snap sont pris en compte [14]. En réalité, les filtres de Google ne dépendent pas du whois [15], mais de la détection d'une rupture dans la continuité d'un site, qu'il s'agisse de mise en parking, de page d'erreur, de site ne résolvant plus, de changement de langue, etc. En pratique, on

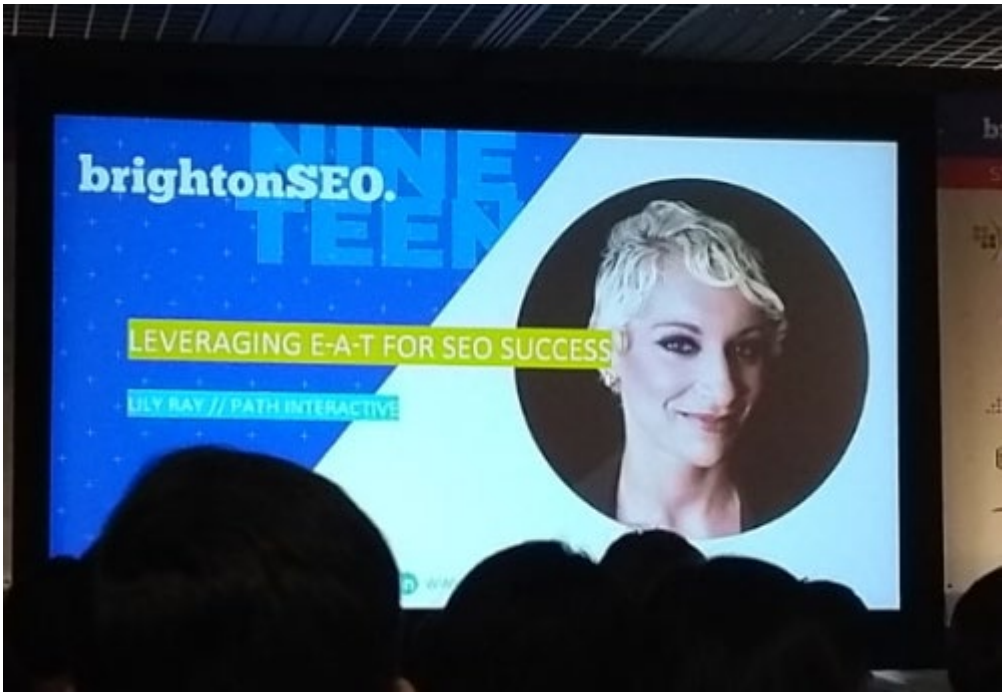
[13] Les liens entrants peuvent être obtenus d'une multitude de d'autres manières à l'efficacité variable : échange de liens, inscription des sites dans des annuaires, achat d'articles sponsorisés, développement d'un réseau de sites (PBN), communiqués de presse, actions de communication externe, etc.

[14] John Muller l'explique dans cette vidéo, à la minute 35 et 31 sec : https://www.youtube.com/watch?v=edaLxrxMvwU

[15] En plus de ne pas être fiable, le whois est maintenu par les registrars, avec des différences multiples de syntaxe selon les registrars et les extensions. De plus, dans le cas des prerelease, le whois n'est pas remis à zéro.

observe qu'un nom de domaine rapidement relancé après la fin de son activité se comportera dans Google aussi bien qu'avant le snap.

Conférence de Lily Ray au Brighton SEO



Dans les événements internationaux du type Brighton SEO, les références internationales (ici Lily Ray) sont alignées sur la propagande white hat de Google selon laquelle les noms de domaine expirés ne fonctionnent pas, pas plus que l'achat de liens. Google y contrôle les communications et oriente les sujets vers les thématiques woke, sans réelle valeur ajoutée.

2. Pratiques des référenceurs sur le marché français

Sur le marché français des noms de domaine expirés, les acheteurs les plus nombreux ne sont pas les investisseurs en noms de domaine, mais les référenceurs. Cette particularité est due à la démocratisation de l'activité au milieu des années 2010 par l'entreprise 4x, devenue ensuite Domraider puis Youdot.

Le secteur du référencement en France a également bénéficié de la faible influence de Google, l'entreprise délaissant l'hexagone pour occuper le terrain sur des marchés plus porteurs. Fait assez rare en Europe et dans le monde, la communauté SEO francophone compte une multitude d'experts [16], une association professionnelle dynamique, le SEOCamp/Fepsem, un grand nombre d'événements tout au long de l'année et un très grand nombre d'éditeurs de sites indépendants. Elle s'est alors orientée vers le partage des connaissances permettant d'obtenir des positions dans Google, en vue de les monétiser ou non.

[16] La reconnaissance du niveau des experts français a été consacrée avec le concours international SEO Hero de l'entreprise israélienne Wix, remporté par un français, Walid Gabteni, lequel a précédé au classement deux de ses compatriotes.

II. Potentiel en termes de monétisation

Les référenceurs recherchent des noms de domaine expirés disposant déjà d'une certaine popularité, en vue de les monétiser ou de les utiliser pour le netlinking de leurs propres sites internet ou de ceux de leurs clients.

A. Vente de liens

La vente de liens est une activité historiquement très lucrative, et dont les performances sont les meilleures avec les noms de domaine expirés.

Armés d'un abonnement à ChatGPT+ et de prompts efficaces, ou au moyen d'outils tels que TextBulker, les référenceurs francophones sont en mesure de produire des pages optimisées pour le SEO en quelques minutes, voire même des sites complets. Le champion toutes catégories de l'automatisation François Treca propose la réalisation de sites internet pour … 5 euros !

Les liens sont vendus en premier lieu sur des plateformes spécialisées, les éditeurs de sites pouvant y ajouter leurs sites sur des dizaines d'entre elles. La France est en effet le pays en comptant le plus au monde [17], avec généralement pour celles-ci une activité d'agence de SEO et netlinking pour des clients. La plupart des plateformes possèdent également des sites en propre et les proposent en priorité aux annonceurs, et c'est même le business unique du leader français Netlinking.fr.

Les réseaux sociaux et les réseaux de distribution propres à chaque acteur sont les autres débouchés courants pour la vente de liens.

Après des années florissantes pour les éditeurs de sites, avec des milliers d'entre eux qui se sont consacrée à cette seule activité, l'absence de barrières à l'entrée sur le secteur de la vente de liens et l'arrivée à maturité des intelligences artificielles génératives ont conduit à une forte augmentation de l'offre, avec naturellement une **baisse des commandes pour les éditeurs de sites, et des prix tirés vers le bas.**

Le modèle 100 % vente de liens s'essouffle, notamment lorsqu'il est conduit par des acteurs davantage concernés par la maximisation du profit que par la valeur ajoutée apportée, comme c'était le cas sur la plateforme NextLevel qui a fermé à l'automne 2023.

La vente de liens doit davantage être considérée comme une source de revenus complémentaires à une activité d'édition de sites de qualité, avec des revenus diversifiés.

[17] Edité par François Treca, le site BacklinksMaster.com recense plus de 100 plateformes de liens en français et dans d'autres langues.

Jérôme Pasquelin, spécialiste de la génération de revenus avec les noms de domaine expirés

Le référenceur français Jérôme Pasquelin propose des conseils pratiques et efficaces sur la monétisation des noms de domaine expirés pour la vente de liens, notamment dans sa formation privée

Principales plateformes françaises de netlinking acceptant les sites francophones (novembre 2023)

Rocketlinks	Pionnier de la vente de liens et d'articles sponsorisés fondé en 2012 par Guillaume et Maxime Doki-Thonon, Rocketlinks anime une plateforme comportant plus de 10,000 blogs et sites. Le service est apprécié, aussi bien par les éditeurs de sites que par les annonceurs.
Ereferer	Historiquement connu pour son service de réferencement dans les annuaires de sites, eReferer est surtout désormais un service de vente de liens et d'articles sponsorisés en plusieurs langues, faisant partiellement appel à des sites externes à son réseau.
Paper.club	Plateforme de netlinking appartenant à l'agence SEO Eskimoz
Getfluence	Lancé en 2017 par Marc de Zordo, sous le nom Linkjuice.io, le service est devenu Getfluence en 2018, prenant rapidement une autre dimension. L'entreprise est désormais présente sur plusieurs marchés européens, avec une clientèle souvent haut de gamme, grâce à un marketing efficace.
Semjuice	Fondé par Nicolas Mercantili en 2018, SEMJuice se distingue des plateformes concurrentes par son positionnement en tant qu'agence-conseil. Pour l'éditeur, la solution est pratique puisqu'il suffit de poser un script sur ses pages pour que les articles, écrits par SEMJuice, soient publiés.
Linksgarden	Créée par Jacky Giang en 2020, LinksGarden est une plateforme de vente d'articles sponsorisés, notamment à bas coût.
Soumettre	Soumettre a été créé par Rodrigue Fenard et Didier Sampaolo en 2017. Pendant longtemps seule alternative française à Rocketlinks, le service a continué à progresser, malgré l'arrivée massive de nouveaux concurrents. L'offre est l'une des préférées des éditeurs, car Soumettre s'occupe de la rédaction et de la publication des articles. Il suffit de poser un script sur ses pages et de recevoir les commissions.

B. Autres modes de monétisation

1. ecommerce

La vente en ligne de produits et services, que ce soit via un ecommerce ou en affiliation est une activité potentiellement rémunératrice et qui se prête bien à l'usage de noms de domaine expirés.

Le site *marine2017.fr* est un cas célèbre de relance d'un nouveau site à partir d'un nom de domaine expiré. Il s'agissait du site officiel de la campagne de la candidate du Rassemblement national Marine Le Pen pour les élections présidentielles françaises de 2017. Le nom de domaine n'ayant pas été renouvelé, il s'est retrouvé aux enchères sur une plateforme de récupération de noms de domaine expirés. Son nouveau titulaire en a fait un comparateur de ecommerce, intitulé « Le Marché de Marine », devenu plus tard Consolab. Grâce aux liens de grands médias et d'organismes institutionnels qui avaient été créés pour le site d'origine de Marine Le Pen, le nouveau site a immédiatement bénéficié d'une autorité de première importance auprès de Google et a occupé jusqu'en 2020 la

première page pour des milliers de mots-clés relatifs au ecommerce tels que « Cookeo » « Thermomix », « spa gonflable », etc.

2. Publicité et vente de données

Autrefois hautement rémunératrice, la publicité via Google Adsense et les autres régies telles que Taboola peut être vue comme un complément de revenus.

La vente de données, par exemple par l'ajout dans son site d'un pixel Sirdata, apporte des revenus souvent très modestes, mais sans les nuisances de la publicité.

Formation Affiliation et site de Niche, par Maximilien Labadie

On trouve de nombreuses formations en ligne promettant d'atteindre la rentabilité financière avec l'édition de sites. La très grande majorité n'apportent rien de plus que les informations générales que l'on trouve sur Youtube ou dans des ebooks gratuits. En revanche, celle de Maximilien Labadie, un grand consommateur de noms de domaine expirés, est complète et précise.

Chapitre 3. Domaines expirés : source d'approvisionnement privilégiée pour le domaining

La règle normale d'obtention d'un nom de domaine est son enregistrement auprès d'un bureau d'enregistrement, moyennant un coût s'élevant généralement à une dizaine d'euros [18]. Si le nom de domaine souhaité n'est pas disponible, il est envisageable de le racheter à son titulaire, ces transactions formant ce qu'on appelle le second marché.

I. Le snap comme mode principal d'acquisition des noms de domaine premium

A. Types et atouts des noms de domaine premium

Les noms de domaine génériques, c'est-à-dire qui désignent une chose ou un mot du dictionnaire, et les noms accrocheurs dits « brandable » sont les deux types de noms de domaine les plus recherchés.

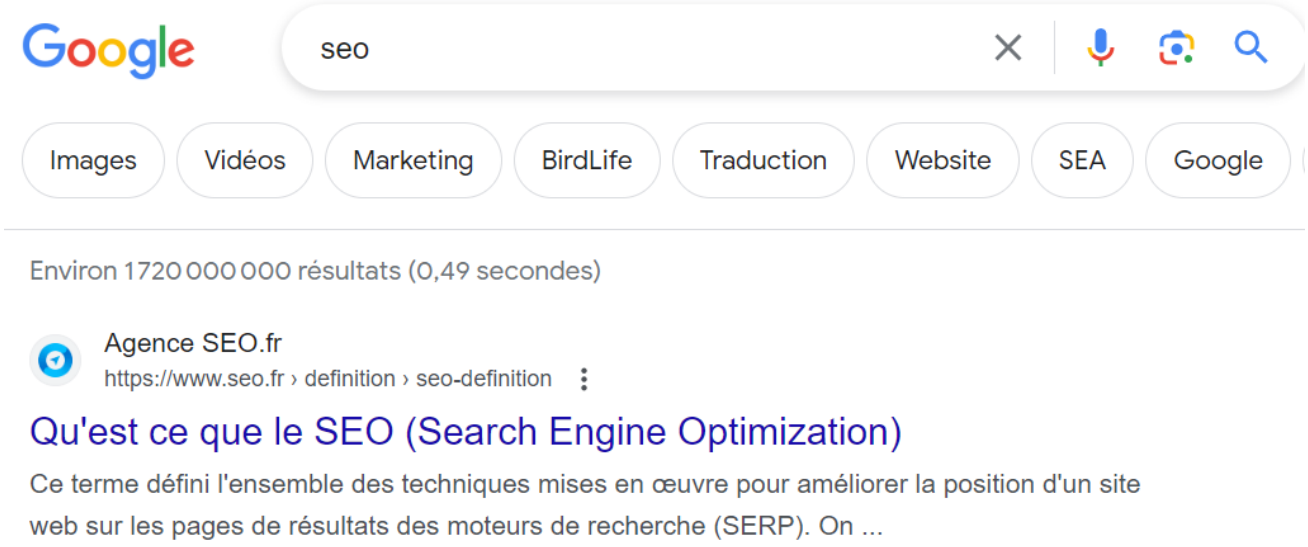
1. Noms de domaine EMD

Les noms de domaine désignant des choses sont dits « génériques ». Les termes les plus recherchés sont ceux qui sont assez englobants pour une utilisation large et sans indication, par exemple temporaire (ie. Affiliation-2023.com), qui en restreindrait l'usage.

S'il est interdit pour une entreprise de construction de s'appeler Bâtiment SARL ou Construction SA, l'URL d'un site peut tout à fait être *batiment.com* ou *construction.fr*. Ces noms de domaine dits « génériques », comportent plusieurs avantages : surplus (léger) de performance pour le référencement naturel et l'achat de liens sponsorisés, facilité de mémorisation ou encore crédit en termes d'image. S'ils ne sont pas les mieux adaptés pour bâtir une marque forte, ils s'avèrent toutefois efficaces pour d'autres types de contenus web, comme les sites d'information et les landing pages.

[18] On trouve des noms de domaine gratuits à l'enregistrement et d'autres coûtant des centaines ou milliers d'euros, car les politiques tarifaires des registres et des bureaux d'enregistrement sont libres.

Avantages des EMD pour le référencement : exemple de la requête « SEO » dans Google



Depuis les mises à jour Panda et Pingouin au début des années 2010, l'avantage du nom de domaine pour le positionnement dans les résultats de Google est limité, mais non nul, et davantage significatif dans d'autres moteurs de recherche comme Bing ou Qwant.

2. Noms de domaine brandable

Les noms de domaine « brandable », que l'on appelle également parfois « noms à potentiel de marque », possèdent les caractéristiques nécessaires pour la création d'une marque forte, ainsi que pour des contenus de type réseaux sociaux, blogs et autres sites communautaires et de divertissement.

Un nom de domaine brandable est généralement un mot inventé, mais pas nécessairement. Il peut par exemple s'agir d'un terme générique utilisé dans un sens différent, comme Carrefour ou Orange, ou d'une association de mots génériques, comme Taureau Ailé.

Les noms de domaine brandable de qualité ne se trouvent en principe pas à l'enregistrement et doivent donc être rachetés sur le marché [19]. La majorité des entreprises et autres organismes, y compris les startups de la tech, préfèrent opter pour un nom de domaine moins performant mais libre à l'enregistrement. Par exemple, Flickr est une réussite mondiale, mais le domaine est néanmoins de faible qualité car il ne passe pas le « test radio » [20].

Il s'agit généralement d'un mauvais calcul, car les dépenses et les efforts de communication nécessaires pour implanter positivement la marque dans son écosystème seront supérieurs, et donc plus coûteux.

3. Meilleur CTR des noms de domaine EMD et brandable

Le taux de clic est un critère essentiel du webmarketing moderne. Ce qui compte in fine pour une page n'est pas d'apparaître le plus haut possible dans Discover, dans les résultats naturels ou dans les

[19] Les noms de domaine expirés ne sont pas adaptés à la recherche d'un nom de domaine brandable pour son activité, du fait du nombre insuffisant de noms de domaine brandable premium qui expirent chaque jour. Pour en acquérir, il est nécessaire de passer par le second marché, soit en direct, soit via les plateformes d'achat-vente de noms de domaine telles que Sedo ou Afternic.

[20] Les fondateurs de l'entreprise expliquent leur choix car ils n'avaient pas le budget pour acheter Flicker.com.

annonces payantes de Google, mais d'obtenir des visites. Rien n'oblige un internaute à cliquer sur le résultat affiché le plus haut. D'autres critères incitent au clic, comme la renommée du site ou la qualité du titre renseigné dans la balise title, ainsi que la pertinence du nom de domaine.

Le choix du nom de domaine joue un rôle non négligeable dans le taux de clic, en particulier pour les marques ne disposant pas d'une grande notoriété.

Par exemple, le site *travaux.com* bénéficie d'un taux de clic supérieur à celui de ses concurrents comme *habitatpresto.com* ou *viteundevis.com*, à la fois en référencement naturel et pour les liens sponsorisés. Toutes choses égales par ailleurs, l'internaute a davantage tendance à cliquer sur le lien d'une adresse qui lui inspire confiance, plutôt que sur le lien d'une adresse lambda.

L'amélioration du CTR permise par l'usage d'un nom de domaine pertinent n'est pas seulement bénéfique quant au nombre de visiteurs obtenus, elle entraîne également une amélioration des positions dans les moteurs de recherche. En effet, une page positionnée modestement dans les résultats de Google, mais obtenant des clics est considéré pertinente par l'algorithme et a tendance à être remontée. Le célèbre référenceur Paul Sanchès avait-il pu ainsi momentanément se positionner en 2e place du mot poker, à la suite d'un Tweet expliquait que son site était classé 17e sur le mot-clé poker : https://twitter.com/Seoblackout/status/1446026483726798851

Ceci est encore plus net en référencement payant, où Google Ads calcule une exposition des annonces qui maximise ses revenus. Les annonces situées en haut de page ne sont pas celles possédant le prix au clic maximal (fixé par l'annonceur), mais celles qui rapportent le plus de revenus à Google. Le paiement étant facturé essentiellement au clic, Google privilégie l'affichage des annonces qui sont cliquées, même si celles-ci ne possèdent pas le plus fort CPC [21].

B. Caractéristiques des noms de domaine recherchés

Elément principal de l'identité numérique, le nom de domaine doit être choisi avec la plus grande attention, afin qu'il soit simple à retenir et efficace. Bien que le terme soit utilisé à tort et à travers, un nom de domaine premium se caractérise par sa rareté et le fait qu'il puisse être potentiellement convoité par un grand nombre de clients potentiels.

[21] Selon J. Jacob (2018), ceci permet à Google d'éviter que les annonceurs ne se servent de Google Ads pour de la visibilité gratuite. Cette technique est par exemple utilisée par des annonces n'incitant pas au clic, mais à une autre action, par exemple en mettant en avant un numéro de téléphone. Même lorsque le CPC fixé par l'annonceur est très élevé, l'affichage n'est rentable pour Google Ads que si des clics sont réalisés.

Exemples de noms de domaine performants et défaillants

archiduchesse.com	Site de vente de chaussettes	*jurine.com*	Matériel et équipement pour l'hôtellerie et la restauration
a.fr	Service de redirection d'Amazon France	*jechangemonbebe.fr*	Ancien site de promotion de couches pour bébés

1. Syntaxe

Dans la plupart des langues, les mots au singulier et au pluriel sont des choix tout aussi acceptables pour un nom de domaine. Les e-commerçants auront généralement une légère préférence pour le pluriel, tandis que le singulier possède en principe un meilleur potentiel de marque. La question est différente en français, puisque les lettres terminales « s » ou « x » du pluriel ne se prononcent pas. Pour cette raison, la version au singulier est le plus souvent recommandée en français, sauf pour certains mots que les internautes écrivent naturellement au pluriel comme « jeux » ou « rencontres ».

Hormis dans les cas de noms de domaine très longs, les versions sans tiret sont préférables, car une partie importante des internautes, y compris francophones, ne sait pas localiser le tiret sur son clavier et car les versions sans tiret sont plus facilement énonçables à l'oral, par exemple pour une publicité à la radio.

Les IDN sont performants pour le référencement naturel et l'achat de liens sponsorisés. En revanche, ils ne conviennent pas pour le lancement d'un site phare en français ni dans les autres langues. Les internautes n'étant pas habitués aux accents, une partie importante des visites se déporteraient vers la version non accentuée.

Les noms de domaine numériques sont beaucoup utilisés par les Chinois [22]. Ceux-ci, ainsi que les Arabes, utilisent également les noms de domaine combinant des chiffres et des lettres.

2. Extension

Pour un projet d'envergure, un nom de domaine doit être de préférence en .COM ou dans l'extension nationale. Pour les investisseurs américains en noms de domaine, le .COM est le roi (« DotCom is King »). Toutefois, l'extension nationale est le premier choix dans plusieurs pays économiquement avancés. Certains ccTLD comme .DE, .NL, .CH, .PL ou .CZ ont mis fin à la domination de .COM et d'autres comme .FR, .BE ou .CA sont localement aussi populaires que .COM.

L'usage d'autres extensions fait sens dans une multitude de situations. La qualité des noms de domaine

Certains TLD historiques font également partie des choix envisageables, dans la niche qui leur correspond. Le .NET n'est pas recommandé pour un site principal, mais il peut convenir pour l'intranet d'une société, une solution cloud, l'hébergement des serveurs DNS, etc. Dans l'esprit du grand public, .ORG reste une extension adéquate pour des sites à but non lucratif, même si son image a un peu vieilli et que le scandale de sa vente avortée en 2020 a terni son aura. Parmi les autres exemples, .EDU est pertinent pour un site éducatif, de même que .TV pour le streaming de jeux vidéo.

Pour une start-up et dans ce cas seulement, l'extension .IO est l'un des choix envisageables lorsque l'on n'a pas la possibilité d'acquérir un nom de domaine en COM ou ccTLD. Une poignée de NgTLD

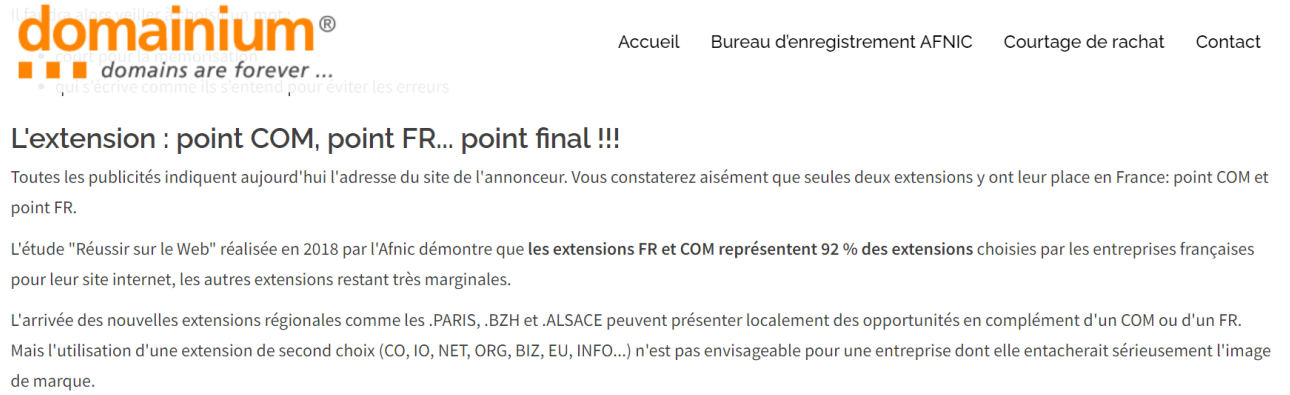
[22] Le nom de domaine 360.com a été vendu 17Millions de dollars en 2015, car il s'agit du nom d'une grande entreprise technologique chinoise, lorsque l'on lit phonétiquement les lettres.

ont, à des degrés divers, du sens lorsqu'ils sont utilisés en rapport avec leur signification. C'est notamment le cas du .APP de Google, pour le téléchargement d'applications.

Bénéficiant de l'avantage de la nouveauté, les NgTLD généralistes sont parfois utilisés pour des sites principaux, comme Alphabet avec *abc.xyz*. Toutefois, le nombre de possibilités est tel qu'aucun NgTLD n'a pu s'imposer comme une alternative, même mineure, à .COM. Tant que les internautes ne sont pas habitués à rencontrer et à reconnaître ces nouvelles extensions, il semble prudent pour les entreprises d'en rester à l'écart, du moins pour les sites stratégiques

L'utilisation de combinaisons de mots incomplets et d'extensions, appelée « domain hacks» comme *rencontr.es*, *energ.ie*, *voya.ge, etc.* entraîne un risque de confusion et une déperdition de trafic vers les noms de domaine comportant l'orthographe attendue. De même, les jeux de mots et les orthographes originales, comme par exemple *Wyylde.com*, sont à éviter, dès lors qu'il n'est pas possible d'écrire spontanément le nom de domaine lorsqu'il est prononcé à l'oral.

Point COM, Point FR, Point final ?



Le spécialiste français de l'achat-vente de noms de domaine Philippe Franck propose dans son site Domainium un slogan de bon conseil dans le cas du lancement d'un site phare : « Point COM, Point FR, Point Final !».

C. Possibilités d'acquisitions de domaines premium via le snap

Hors cas particuliers rares, il est impossible de trouver des noms de domaine premium disponibles à l'enregistrement, et cela a toujours été le cas [23]. Historiquement, les investisseurs en noms de domaine possédaient deux sources principales d'approvisionnement que sont le snap et le rachat sur le second marché. Ce dernier offre de moins en moins d'opportunités, les transactions entre professionnels à des prix revendeurs se raréfiant avec le temps, faute de nouveaux entrants sur le marché [24].

Les meilleures opportunités d'achat concernent donc le rachat de noms de domaine expirés. Les acheteurs bénéficient d'une situation marquée par un très faible nombre d'acteurs, qui ont de plus tendance à s'entendre lors des enchères, notamment sur Snapnames et les autres plateformes où les pseudos sont visibles.

[23] Contrairement à une croyance répandue, il ne suffisait pas d'être là « avant » pour enregistrer des noms de domaine de valeur. A chaque époque, les noms de domaine libres à l'enregistrement le sont car ils n'ont pas de valeur de marché au moment T, compte tenu des informations disponibles à date.

[24] Jusqu'au milieu des années 2010, les nouveaux entrants sur le marché s'approvisionnaient à des prix revendeurs auprès de titulaires de portefeuilles plus anciens, ce qui permettait aux acteurs du secteur d'être à la fois acheteur et vendeur. Si l'on prend l'exemple du marché francophone, aucun nouvel entrant n'est apparu depuis près de dix ans.

II. Rentabiliser l'acquisition de domaines expirés premium

A. Achat-vente de noms de domaine

1. Un marché en croissance molle

Le marché des noms de domaine a pour particularité d'être méconnu et surestimé, y compris par les professionnels du Web. Avant d'en expliquer les raisons, le simple bon sens rappelle que s'il était facile de s'enrichir en achetant et vendant des noms de domaine, un grand nombre de personnes le ferait, et les bénéfices disparaitraient [25].

Les médias, friands de sensationnalisme, et le grand public relaient abondamment les ventes record. Or, celles-ci sont par nature des cas exceptionnels qui ne disent rien de la valeur « normale » des noms de domaine. De même, la communauté des domainers déborde d'inventivité pour donner l'image de désirabilité et de grande valeur à leurs actifs, souvent au moyen de ventes fictives ou de storytelling mensonger. Par exemple, la citation de Bill Gates selon laquelle *« Les noms de domaine gagnent et gagneront en valeur plus que tout autre bien dans l'histoire de l'Humanité »* renvoie 280 millions de résultats dans Google, avec une position zéro de Pinterest et des centaines de mentions dans des sites d'autorité comme Amazon, Facebook, etc. Or, le célèbre domainer américain Rick Schwartz explique dans son blog qu'il en est l'inventeur, mais que l'impact serait supérieur en attribuant sa paternité à l'homme le plus riche du monde.

L'activité de vente de noms de domaine premium est en réalité historiquement peu dynamique, mais en hausse lente et régulière, à la fois au niveau des prix de vente que des quantités vendues. L'offre répond en effet à un besoin, car acheter un nom de domaine premium sur le second marché offre des bénéfices à ses acquéreurs :

Un nom de domaine premium procure un crédit important à son détenteur, en particulier vis-à-vis de ses clients et des autres acteurs du secteur ;

- Acquérir un nom de domaine premium permet d'en priver la concurrence ;
- Les noms de domaine premium sont faciles à mémoriser, ce qui réduit les déperditions de trafic lors du passage de l'offline vers l'online ;
- Les visiteurs d'un site avec un nom de domaine premium ont une propension supérieure à commander des produits ou des services ;
- Les noms de domaine premium sont adaptés pour le développement de sites thématiques et de landing pages

Les personnes vivant de l'achat-vente de noms de domaine sont en pratique rares, tout au plus quelques dizaines en France (cf tableau ci-après), dont seulement une poignée pour qui il s'agit de l'activité principale. Cet état de fait est en contradiction avec l'image d'Epinal du secteur, qui dépeint un jeune homme au volant d'une voiture de luxe ou profitant de sa richesse au bord de sa piscine. De telles personnes n'existent que dans les couvertures des ebooks vendeurs de rêve, lesquels participent à surestimation généralisée de la valeur des noms de domaine.

[25] Les sciences économiques parviennent à la même conclusion : en l'absence de barrières à l'entrée, ce qui est le cas pour l'achat-vente de noms de domaine, les profits des acteurs tendent vers zéro.

Sonexo/NetTalk	Bien qu'il ne parle pas le français, Ivo von Soest (Sonexo/NetTalk) possède un portefeuille de plusieurs dizaines de milliers de noms de domaine en .FR, qui sont acquis, conservés et vendus en se basant sur des calculs statistiques et des métriques propres au secteur de l'achat de la vente de noms de domaine. Cette méthode ne permet pas de bien appréhender les problèmes de marques, ce qui vaut à son titulaire des procédures répétées devant Syreli et dans les tribunaux. Un autre acteur néerlandais possède une stratégie similaire, avec un portefeuille de noms de domaine en .FR qui se compte en milliers.
Domainium	Arrivé sur internet au début des années 2000 après une carrière de dirigeant dans l'industrie automobile, Philippe Franck est l'un des rares acteurs francophones du secteur dont le portefeuille de noms de domaine ne diminue pas. Celui-ci comprend plus de dix mille noms de domaine à potentiel de marque, tous en .COM ou .FR
BZH5	Spécialisé dans les noms de domaine en .FR, Tangi Ar Menn s'est constitué entre 2010 et 2015 environ un portefeuille de haute qualité, grâce à un talent de dropcatcher et à des acquisitions sur le second marché.
Internet SARL/Grenouille	Investisseur précoce dans les noms de domaine premium en .FR, dont certains sont devenus des sites internet développés, Jérôme Guiffault possède l'un des plus beaux portefeuilles de noms de domaine génériques
Marcel Stenzel (USA)	Résident américain, Marcel Stenzel est un ancien entrepreneur à succès depuis longtemps à la retraite. Etant francophone, il a investi vers le milieu des années 1990 dans des milliers de noms de domaine, notamment géographiques de villes ou régions françaises.
Key Domains (Portugal)	Ressortissant suisse basé au Portugal, Luc Biggs possède un portefeuille de plusieurs dizaines de milliers de noms de domaine, dans de nombreuses langues et extensions, dont le .CH.
Web Intelligence / NetTraffic	Chadi Saade est une personne discrète qui s'est constituée à partir du milieu des années 2000 ce qui était alors le plus large portefeuille de noms de domaines en FR, avec jusqu'à 30,000 noms de domaine. Celui-ci a connu de nombreuses vagues d'abandons, qui l'on divisé par 5. Basé sur des mots-clés recherchés, des termes courts, des marques et d'autres critères, le portefeuille restant, sans grande valeur, est actuellement à vendre.
Virtual Network (Suisse)	Cofondateur de Virtual Network, l'entrepreneur suisse Stéphane Pictet a acquis à la fin des années 1990 des centaines de noms de domaine de haute qualité, majoritairement en COM et en français. Certains des noms de domaine acquis ont été des sites de référence, comme Romandie.com ou Humour.com. Compte tenu du dynamisme insuffisant du marché, Virtual Network a mis en suspens son activité de domaining, puis plus celle d'édition de sites internet, mais il reste actif en tant qu'investisseur.
Dotlia/Exceptionnel	Spécialisé dans les domaines expirés en .FR entre les années 2010 et 2015 environ, Naël Berreby s'est constitué un portefeuille de plusieurs milliers de noms de domaine, en même temps qu'il s'est forgé une réputation de vendeur difficile à contacter et encore plus à décider de vendre.
ViaDN (Canada)	Investisseur précoce dans les noms de domaine génériques en .com en français, acquis dans les années 1990 et 2000, Gilles Lavoie possède encore un portefeuille de quelques centaines de noms de domaine, dont une partie sont des premiums très rares.
Dataxy	Gérant d'une agence web du sud-ouest de la France, Bernard Dulac est titulaire de quelques centaines de domaine de qualité en .fr
Domyno	Kinésithérapeute de formation, Nicolas Solehlac fut le premier investisseur dans les noms de domaine en .FR, avant la libéralisation de 2004. C'est également lui qui réalisé la première vente à 6 chiffres d'un .FR, avec les noms "*gite.fr*" et "*gites.fr*" en 2005. Son portefeuille de noms de domaine est le plus restreint parmi les acteurs mentionnés, mais la qualité des noms qu'il détient encore est élevée.
Autres	Jérôme Lazzarini, développeur basé à Luxembourg, adepte des domaines premium David Chelly, cofondateur du NDDcamp et de Domstocks Sebastien Chevillet, propriétaire du site de vente de domaines *vosdomaines.com*

2. Difficile rencontre entre l'offre et la demande

Il existe différentes stratégies pour vendre un nom de domaine, mais aucune ne donne de résultats satisfaisants, à cause de la faible liquidité du marché. La grande difficulté de l'investisseur en noms de domaine consiste à trouver des personnes disposées à offrir un prix intéressant pour ses noms de domaine. Souvent, celles-ci existent et seraient également désireuses d'effectuer de tels rachats, mais les efforts d'identification des prospects et de démarchage sont généralement trop élevés par rapport aux bénéfices attendus des ventes.

il n'existe pas non plus de lieu où l'offre et la demande se retrouvent, les plateformes de vente de noms de domaine étant confrontées à un problème de fond : elles sont utilisées et connues par les vendeurs de noms de domaine, qui y listent leurs catalogues, mais pas par les utilisateurs finaux.

Le vendeur de nom de domaine possède peu d'autres possibilités que d'attendre qu'un acheteur se manifeste. Pour faciliter cette attente, il existe des solutions de monétisation simples, dont l'objectif est de payer a minima les frais de renouvellement des noms de domaine.

B. Monétisation des noms de domaine

Très loin de l'âge d'or de la décennie 2000-2010, les pages parking, c'est-à-dire remplies de liens publicitaires [26], génèrent des revenus très modestes.

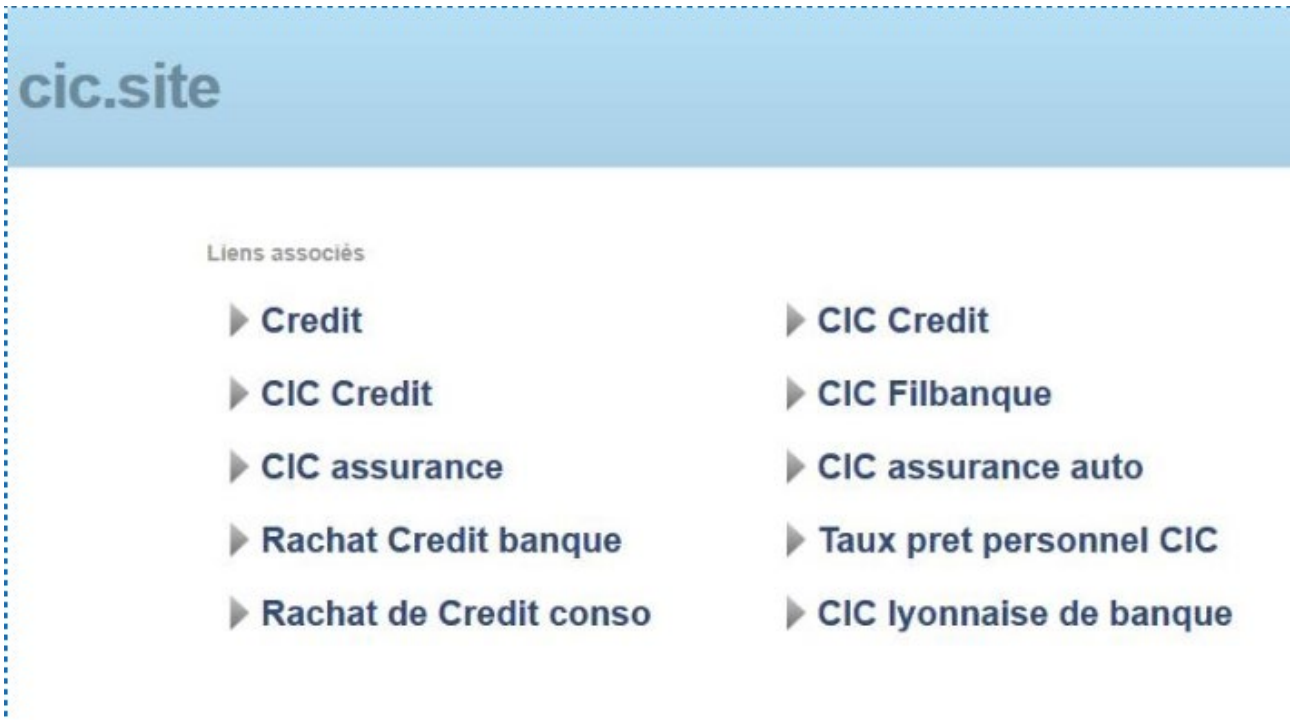
Ceux-ci se sont effondrés à la suite de trois événements apparus presque simultanément un peut avant 2010 :

- fusion de la barre de recherche et de la barre d'adresse dans les navigateurs, entraînant la quasi-disparition du trafic en navigation directe (type-in) ;
- Retrait quasi total des pages parking dans les résultats de recherche de Google

En France, à la suite de multiples condamnations, les services de parking ont cessé le ciblage des publicités dans des thématiques proches des noms de domaine, ce qui a massivement fait chuter le taux de clic, et par conséquent les revenus.

Il ne s'agit plus pour les détenteurs de noms de domaine que d'un complément de revenus, permettant de contribuer aux frais de renouvellement des domaines.

[26] Ces liens publicitaires sont presque toujours fournis par Google. Celui-ci se déclarait officiellement comme l'un des principaux opposants du parking mais il a toujours été l'acteur en profitant le plus.



Les pages parking sont toujours très simples, car elles procurent les meilleurs résultats. Le visiteur voit immédiatement les liens et choisit de fermer la fenêtre ou de cliquer sur l'un d'entre eux. Les titulaires de très grands portefeuilles optimisent les résultats en changeant de prestataire de parking pendant la journée, mais les différences ne se ressentent que pour les très gros portefeuilles.

Alternativement au parking, les titulaires de noms de domaine expirés avec trafic résiduel peuvent mettre en page des pages de réduction vers des sites d'affiliation.

Des services tels que Mailbox Park rémunèrent les titulaires de noms de domaine pour l'ajout d'un simple champ MX dans les enregistrements DNS. Une rémunération de l'ordre de 0,01$ est attribuée pour chaque email professionnel téléchargé, ce qui est assez fréquent avec les domaines expirés.

Contrairement au référencement black hat qui vise à tromper Google, le Black Domaining est un ensemble de techniques de l'esprit growthhacking consistant à contourner les règles des registres, registrars et des autres acteurs du secteur pour générer des revenus, notamment via la revente de noms de domaine et l'exploitation de pages de parking. Les techniques d'optimisation utilisées ne sont pas toujours conformes à la loi, notamment à cause d'enregistrements relevant du cybersquatting.

Chapitre 4. Litiges relatifs aux domaines expirés

Les noms de domaine expirés intéressent les juristes à double titre. D'une part, il est nécessaire de surveiller les usages qui seront faits de noms de domaine potentiellement problématiques pour les marques de leurs clients. D'autre part, le snap peut être un moyen d'éviter d'éventuelles préjudices et participe en sens de la protection des marques et des signes distinctifs d'une entité.

Les noms de domaine posent d'inévitables problèmes de cohabitation avec d'autres signes distinctifs tels que les marques, avec lesquelles ils partagent de nombreux points communs. Dans nombre de pays, aucune procédure de résolution extra-judiciaire des conflits n'a été prévue. Dans de tels cas, ou bien lorsque les solutions de résolution proposées par les voies extrajudiciaires ne satisfont pas les parties, les litiges doivent être portés devant les tribunaux.

I. Domaines expirés : besoin de surveillance pour les marques

A. Le cybersquatting : un fléau pour les marques

Le cybersquatting se définit comme l'enregistrement d'un nom de domaine correspondant à une marque notoire ou une société, personne ou chose connue pour laquelle le déposant n'a aucun droit ni légitimité. Le cybersquatteur peut avoir différents objectifs :

- revendre le nom de domaine au propriétaire de la marque à un prix élevé ;
- tirer profit de la notoriété de la marque, par exemple en redirigeant le nom de domaine vers son propre site ;
- empêcher le propriétaire de la marque de réserver le ou les noms de domaine correspondants, nuire à l'image de la marque.

La lutte contre le cybersquatting nécessite des moyens humains et financiers importants, avec comme seul objectif de limiter les préjudices. De l'avis des professionnels du droit**, l'ICANN est laxiste par rapport à cette nuisance**, permettant même au cybersquatting de prendre une nouvelle dimension, via les nouvelles extensions génériques.

1. Un racket organisé

Le business model d'une partie importante des nGTLD consiste à user de tous les moyens offerts par le marketing pour générer des profits. Leader sur ce segment, la société Identity Digital a-t-elle acquis plus de 200 NgTLD à l'utilité incertaine (GURU, GALLERY, TIPS, etc.), dans le but principal de vendre d'onéreuses offres anti-cybersquatting.

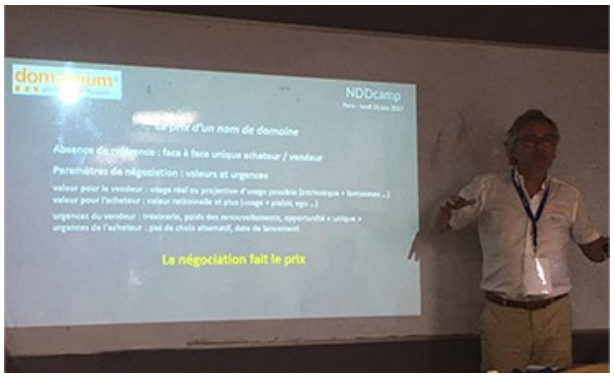
Une autre tactique, illustrée par l'extension SUCKS [27], a consisté à profiter de la peur du cybersquatting de la part des marques pour commercialiser des noms de domaine en sunrise [28] à des tarifs exorbitants. Le propriétaire du registre a ensuite multiplié les mauvaises pratiques, créant lui-même des noms de domaine de marque et les mettant en vente sur Sedo, afin d'inciter celles-ci à les racheter.

[27] Plusieurs décisions de jurisprudence internationale considèrent que l'expression « it sucks », que l'on peut traduire par « ça craint » en français, relève de la liberté d'expression.

[28] La période de sunrise permet des précommandes pour des ayants-droit, avant l'ouverture au grand public, généralement à des tarifs sensiblement plus élevés que les tarifs d'enregistrement standard.

Dernier exemple parmi une multitude d'autres, l'extension .TOP, figurant depuis des années sur les podium des nouvelles extensions, est utilisée en bonne partie pour le spam et la contrefaçon, notamment d'origine chinoise.

Les nouvelles extorsions ?



Très appréciée par les participants, l'intervention de Philippe Franck au 3e NddCamp, (19 Juin 2017) avait pour titre : *Les Nouvelles ~~Extensions~~ Extorsions*

2. Des réponses insuffisantes des marques

D'une manière générale, les marques manquent de stratégie globale contre la menace du cybersquatting. Les réactions sont encore souvent inexistantes, ponctuelles ou inefficaces, par manque de formation technique de la part des départements juridiques des entreprises et absence d'intérêt des cabinets d'avocats externes, pour qui le cybersquatting est une vache à lait.

Les progrès des entreprises françaises sont toutefois notables depuis plusieurs années, sous l'impulsion notamment de l'AFNIC et d'autres acteurs de la communauté, qui organisent des formations, webinaires, conférences et événements pour sensibiliser les ayants droit aux techniques de surveillance et aux modes d'action contre le cybersquatting.

Rencontres juridiques de l'AFNIC 2023

L'AFNIC organise chaque année les « Rencontres Juridiques de l'AFNIC », avec des intervenants maîtrisant à la fois les aspects techniques et juridiques du cybersquatting. Le juriste Gael Mancec (cabinet Germain Maureau), très actif sur les réseaux sociaux, faisait partie des experts invités de la dernière rencontre, en octobre 2023.

B. Une activité et des mesures de protection qui évoluent

Les noms de domaine cybersquattés de 2023 ont peu à voir avec ceux d'il y a quinze ans, lorsque ceux-ci généraient du trafic en navigation directe et en provenance des moteurs de recherche, avec un préjudice conséquent. Désormais, la majorité des noms de domaine cybersquattés comportent une page de parking ou de vente avec un trafic négligeable, sans nécessite d'intervention.

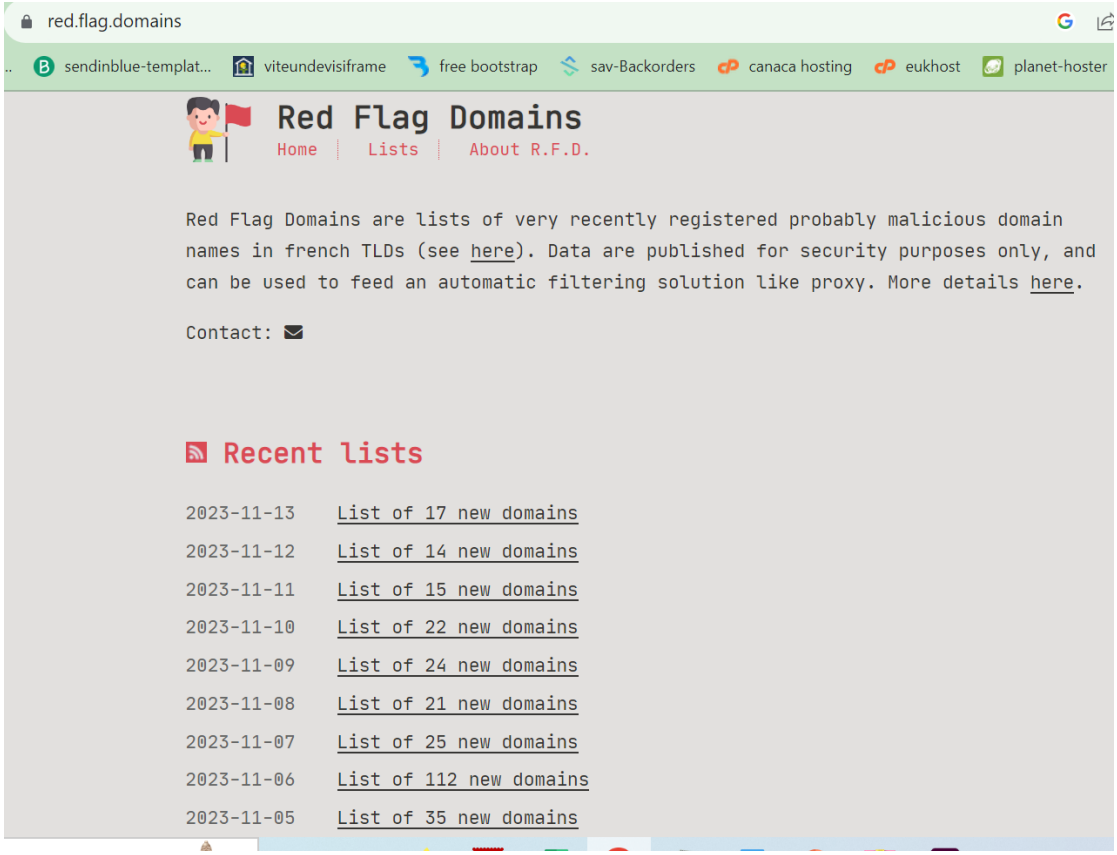
En pratique, les noms de domaine cybersquattés ne sont plus enregistrés par des structures organisées dont c'est l'activité principale, mais par de petits indépendants ou des particuliers mal informés de la portée de tels enregistrements. Le plus souvent, ces noms de domaine expirent dès les premières échéances de renouvellement, faute de trafic et de revenus.

Avant d'engager des procédures, les entreprises doivent évaluer l'ampleur du préjudice subi, qui est presque nul dans la majorité des cas de cybersquatting.

1. Plus besoin d'enregistrements défensifs exhaustifs

La création de plus de 1200 nouvelles extensions à partir de 2014 rend les enregistrements défensifs contre le cybersquatting impossibles. Désormais, la meilleure stratégie consiste à surveiller les enregistrements et les usages qui s'en suivent, d'autant qu'une multitude de services, souvent peu onéreux, sont proposés par des sociétés spécialisées et par les bureaux d'enregistrement haut de gamme.

Red Flag Domains



Animé par l'ingénieur système Nicolas Pawlak, le service gratuit RedFlag.domains propose une vielle quotidienne des enregistrements susceptibles de porter atteinte à des marques, en .FR et dans d'autres extensions francophones.

2. Des préjudices plus courts et moins consistants

Pendant des années, les cybersquatteurs ont réalisé des profits considérables en enregistrant des noms de marques, parfois avec des variantes typographiques (typosquatting), et en y plaçant des pages dites de « parking », c'est-à-dire remplies de liens publicitaires. Historiquement, le trafic des pages cybersquattées provenait surtout de la navigation directe, qui consistait à saisir un nom de domaine dans la barre d'adresse d'un navigateur web. Or, depuis le début des années 2010 et l'intégration des barres de recherche dans les navigateurs internet, la navigation directe a quasiment disparu. S'en sont suivis le déclassement des pages parking dans l'algorithme de Google et l'effondrement des CPC, mettant un **coup d'arrêt à la rentabilité du cybersquatting**.

3. Cas face auxquels il est nécessaire d'agir

Les cas de cybersquatting impliquant un préjudice réel (ie. détournement de clientèle, concurrence déloyale, volonté de nuire, etc.) doivent être confiés à des professionnels spécialisés. Il est souvent préférable de s'adresser à un prestataire de services en sécurité des noms de domaine, davantage qu'à un cabinet d'avocat généraliste. En effet, certaines pratiques de cybersquatting ne sont pas décelables sans expertise technique, comme par exemple le fait de récupérer des emails pouvant s'avérer stratégiques ou d'utiliser le nom de domaine cybersquatté pour le référencement, au moyen de cloaking.

II. Modes d'action

A. Mesures préventives

Lorsque l'objectif est de faire cesser le préjudice, sans nécessité d'obtenir des dommages & intérêts, l'action plus rapide consiste à demander de façon menaçante l'effacement du nom de domaine auprès de son titulaire et/ou du bureau d'enregistrement, et la suppression des contenus auprès de l'hébergeur. La procédure possède davantage de chances de s'avérer fructueuse si le bureau d'enregistrement est français ou d'un autre pays de l'Union Européenne, et encore davantage si le domaine litigieux est un ccTLD.

Dans le cas du .FR, cette page permet de demander la vérification de l'identité et de la joignabilité du titulaire : https://www.afnic.fr/noms-de-domaine/resoudre-un-litige/demande-verification/. **En l'absence de réponse, tous les noms de domaine associé au Nic-Handle objet de la vérification sont supprimés après 45 jours.**

Simples, rapides et gratuites, ces solutions sont toutefois peu efficaces. Même en cas de succès, elles comportent le désavantage qu'un nom de domaine problématique effacé pourra à nouveau être enregistré par un déposant de mauvaise foi. Il est donc recommandé de placer une pré-réservation sur le nom de domaine en question.

En l'absence de résultat, des procédures extrajudiciaires ou judiciaires peuvent être engagées.

B. Procédures extra-judiciaires

Les procédures extrajudiciaires de règlement des litiges ont été mises en place pour lutter contre les réservations de noms de domaine portant atteinte aux droits des tiers. Plus simples et moins coûteuses que les procédures judiciaires, elles ne nécessitent pas l'intervention d'un juge et s'effectuent en ligne.

1. La procédure UDRP

L'UDRP est une procédure de résolution des conflits prévue par l'ICANN en cas de litige sur la propriété des noms de domaine portant une extension générique. Un expert est désigné pour trancher

la demande, ou bien trois si le défendeur le souhaite. Rendue dans les deux mois suivant le dépôt de la plainte, la réponse conclut au transfert du nom de domaine, à son annulation ou bien au rejet de la demande. Aucune réparation financière ne peut être accordée.

Le coût d'une procédure UDRP varie entre $1500 et $5000, selon le nombre de noms de domaine et le nombre d'experts. Il est intégralement supporté par le plaignant, sauf lorsque le défendant choisit de confier la procédure à trois experts.

Cas particulier des nouvelles extensions

Le lancement de plus de mille deux cents nouvelles extensions à partir de 2014 a multiplié le nombre de litiges potentiels. Bien qu'étant considérées par l'ICANN comme des extensions génériques au même titre que les gTLD historiques, des dispositifs complémentaires de protection des marques ont dû être mis en place :

- Procédure URS : plus simple, économique et rapide que la procédure UDRP, elle n'est possible que pour les cas manifestes de cybersquatting
- Mise en place par l'ICANN pour protéger les ayant-droits lors de la création de nouvelles extensions, la Trademark Clearinghouse (TMCH) permet aux titulaires de marques commerciales peuvent d'enregistrer chacune de leur marque dans une base de données, pour un coût de l'ordre de $150 par marque, ce qui donne le droit à divers privilèges

Offert par les registres pour les nouvelles extensions qu'ils gèrent, le service DPML (Domains Protected Marks List) propose aux titulaires de marques de bloquer tout dépôt de noms de domaine à l'identique de leur marque.

Cas des ccTLD

Les procédures de résolution des litiges relatives aux extensions nationales sont décidées par chaque registre. Elles diffèrent selon les pays et possèdent des noms spécifiques (ie. PARL pour le .FR), mais elles sont généralement similaires à la procédure UDRP, à l'image des procédures pour les extensions .FR, .CH, .BE, .EU ou encore .CA.

Certaines extensions telles que .DE ou .RU ne proposent pas de procédure de résolution extrajudiciaire. Les litiges doivent alors être portés en justice.

Syreli : une originalité française

Prévue pour le règlement de litiges concernant des noms de domaine portant l'extension .FR ou une autre extension gérée par l'AFNIC, la procédure Syreli est simple, économique et rapide. Le collège d'experts de l'AFNIC ne se prononce pas sur les litiges entre personnes, comme le ferait un tribunal, et ne tranche en faveur du demandeur qu'en cas de cybersquatting manifeste.

Nouveau service de médiation

Pour éviter certaines procédures au dénouement évident, l'AFNIC a mis en place en 2023 une procédure de médiation, permettant au titulaire du nom de domaine et à l'ayant-droit de trouver un arrangement amiable.

C. Procédures judiciaires

1. Délit en contrefaçon et action en concurrence déloyale

Le propriétaire d'une marque peut exercer une action en contrefaçon contre le titulaire d'un nom de domaine réservé ultérieurement. L'action en concurrence déloyale peut être menée simultanément, en cas de préjudice caractérisé par un détournement de clientèle. Pour constater un délit de contrefaçon de marque, la jurisprudence considère qu'il doit exister un risque de confusion entre la marque et le nom de domaine litigieux. En pratique, le droit français est particulièrement protecteur pour les marques par rapport aux titulaires de noms de domaine.

2. Importance de l'antériorité

En cas de litige entre une marque et un nom de domaine s'applique le principe d'antériorité. Plus précisément, l'usage d'un nom de domaine permet son opposabilité aux marques déposées ultérieurement, dès lors que le nom de domaine a fait l'objet d'une exploitation effective.

3. Droits des noms de domaine opposables aux marques et noms de domaine

Le titulaire d'un nom de domaine créé antérieurement à une marque peut engager une action en nullité de la marque pour indisponibilité, ou une action en responsabilité civile délictuelle. Toutefois, contrairement aux marques, un nom de domaine ne confère pas de droit privatif à son propriétaire, ce qui exclut d'agir en contrefaçon.

Une action judiciaire peut être engagée contre le titulaire d'un nom de domaine similaire, par le biais d'une action en responsabilité civile délictuelle.

Note : Aucun acte de parasitisme ni de concurrence déloyale ne peut être invoqué contre un nom de domaine descriptif.

4. Faible effet exécutoire des décisions pour d'autres juridictions

La jurisprudence donne au juge français une compétence très étendue pour traiter des litiges relatifs à l'internet. Selon la théorie de l'Ubiquité, dès lors que les produits et services sont disponibles à la vente en France, le juge français peut être saisi. Toutefois, les conditions pour qu'une décision de justice dans un pays donné soit appliquée dans un autre pays sont restrictives. Nombre de cybersquatteurs prennent ainsi des mesures pour n'être en pratique jamais inquiétés par la justice.

D. Choix du pragmatisme

Lorsque ni les procédures extra-judiciaires ni les actions en justice ne sont appropriées, les ayant droit ont intérêt à opter pour des solutions pragmatiques.

1. Rachat des noms de domaine litigieux

Compte tenu de la difficulté d'identifier et de poursuivre certains titulaires, notamment avec les extensions génériques, certaines marques choisissent de faire cesser le préjudice en rachetant à leur titulaire les noms de domaine problématiques, en direct ou via des plateformes d'achat-vente de noms de domaine. Cette solution est à éviter, car cela encourage les cybersquatteurs à répéter les actes de cybersquatting envers la même cible, avec d'autres noms de domaine.

En revanche, lorsqu'un nom de domaine litigieux et à haut risque expire, il est recommandé aux marques de le récupérer.

2. Récupération technique des noms de domaine expirés

Chaque jour, des noms de domaine sont perdus par leurs titulaires. Le cas le plus fréquent survient après un changement d'adresse email, le titulaire d'un nom de domaine ne recevant pas les relances du bureau d'enregistrement pour le renouvellement d'un ou plusieurs noms de domaine, qui finissent par expirer.

Souscrire à un service de suivi des noms de domaine expirés, en vue de récupérer ceux les concernant, permet selon les cas aux marques d'éviter de futurs litiges ou de profiter d'opportunités, que la seconde partie de ce ebook se propose d'explorer.

Deuxième Partie. Optimiser sa présence en ligne avec les domaines expirés

La récupération de noms de domaine expirés offre un avantage compétitif déterminant pour certaines activités telles que le référencement et le domaining, et fait partie des techniques que doivent également maîtriser les Conseillers en propriété industrielle.

Avant d'évoquer les aspects pratiques de la récupération des noms de domaine expirés, il est nécessaire d'identifier les noms de domaine concernés et de les analyser, les méthodes étant différentes selon les objectifs des principaux types d'acteurs que sont les référenceurs, les investisseurs en noms de domaine et les juristes.

Chapitre 5. Sélection et qualification des noms de domaine expirés

I. Détection des noms de domaine expirés

A. Scrap d'annuaires et de répertoires

La méthode la plus couramment utilisée par les référenceurs pour détecter des noms de domaine expirés consiste à scraper avec ScreamingFrog ou Xenu des annuaires, des répertoires de sites de qualité ou d'autres répertoires privés ou publics pour identifier les noms de domaine ne répondant plus.

Les listes extraites sont ensuite soumises à des outils de vérification en masse de la disponibilité de noms de domaine comme ceux de Namecheap ou d'Eurodns, lesquels font apparaître ceux qu'il est possible d'enregistrer. Les probabilités de trouver des noms de domaine de valeur qui soient disponibles sont toutefois minimes, car cette pratique est massivement réalisée depuis plus de vingt ans. Il ne s'agira dans tous les cas que de domaines dans des extensions exotiques, celles-ci étant peu suivies par les namecatchers, ou très anciens, car les namecatchers enregistrent depuis plusieurs années tous les noms de domaine de valeur, à l'instant même où ils sont disponibles.

B. Monitoring de listes ad'hoc

1. Faire ses propres listes

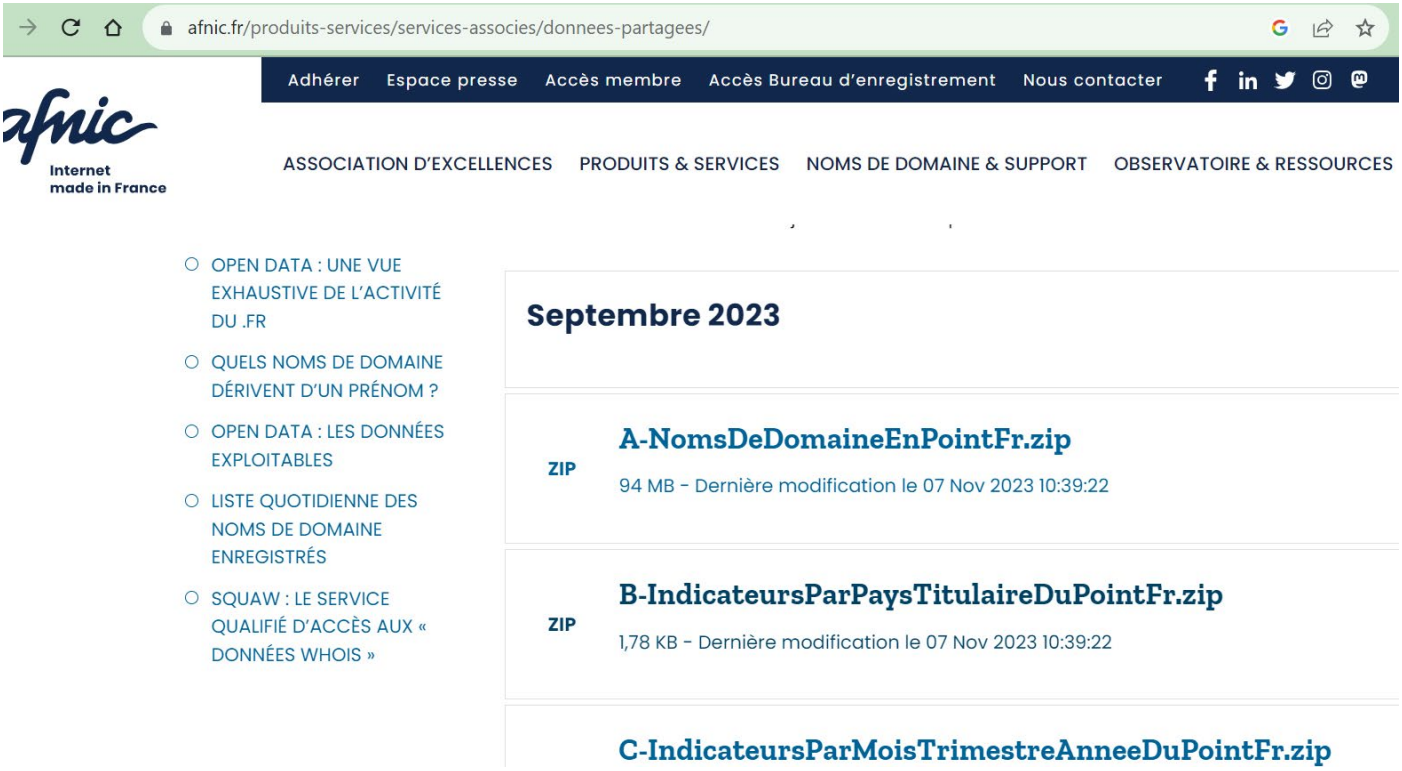
Tous les noms de domaine étant susceptibles d'expirer, c'est-à-dire de ne pas être renouvelés par leur titulaire, une des solutions pour récupérer des noms de domaine expirés est de se constituer des listes de noms de domaine désirables, et de tester périodiquement leur statut, manuellement ou de manière automatique.

Chaque acteur peut constituer ses listes selon ses besoins et ses objectifs, par exemple :

- Liste de sites de référence dans une thématique
- Liste de concurrents
- Liste de domaine comportant un terme spécifique
- etc.

Pour la réalisation des listes, des bases complètes sont en accès parfois libre comme l'OpenData de l'AFNIC, ou plus souvent payantes comme DomainTools, edoms, ou encore DataProvider.

Base OpenData de l'AFNIC



Chaque mois, l'AFNIC fournit en accès libre des données exhaustives sur tous les noms de domaine enregistrés en .FR, depuis la création de l'extension https://www.afnic.fr/produits-services/services-associes/donnees-partagees/

2. Monitoring des listes

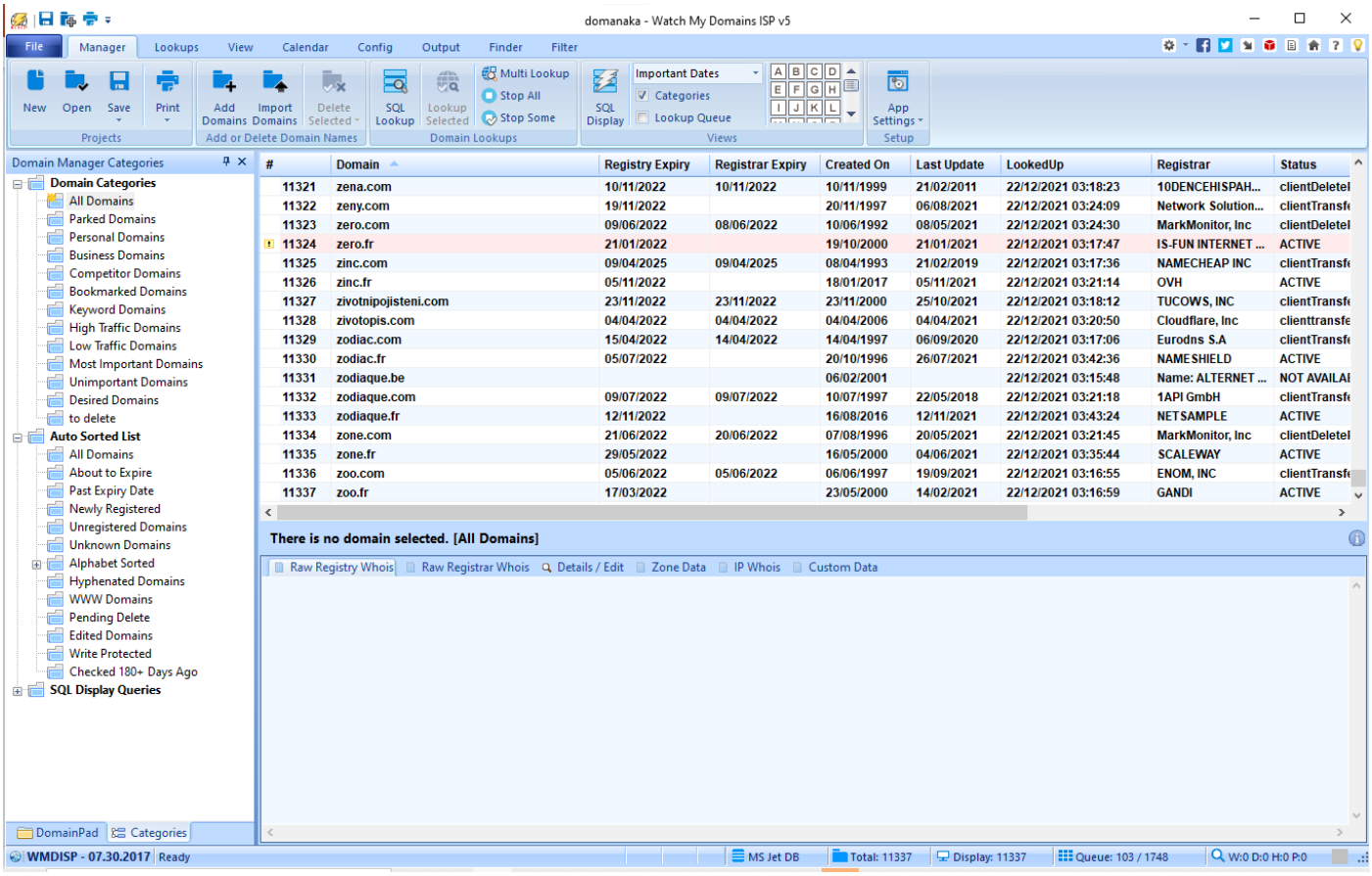
Plusieurs bureaux d'enregistrement haut de gamme et certaines sociétés spécialisées comme Solidnames proposent un service de surveillance du statut et de l'usage des noms de domaine, à partir de listes fournies par le client ou générées automatiquement selon des critères donnés. Des solutions sont également proposées pour récupérer les noms de domaine expirés.

Relativement peu onéreux, ces services sont utiles, que soit pour éviter des problèmes relatifs à une marque, ou pour profiter d'opportunités d'affaires en récupérant un nom de domaine à potentiel ou avec du trafic dans son secteur.

Tout comme pour la réalisation de listes, il est également possible de réaliser soi-même la surveillance des noms de domaine, à partir d'outils gratuits ou payants.

Domainrecover.net offre un service de veille gratuit dans de très nombreuses extensions. Godaddy le propose également, mais seulement pour les gTLD historiques, ou "legacy TLD". Pour des besoins importants en volume, le monitoring peut être réalisé avec des solutions logicielles telles que WatchMyDomains de la société indienne DomainPunch.

WatchMyDomains, monitoring professionnel de noms de domaine



Disponible en service SAAS et en téléchargement, WatchMyDomains permet de monitorer des listes de milliers de noms de domaine, afin de connaître leur statut, le nom du bureau d'enregistrement, les dates d'expiration, etc., et ainsi pouvoir effectuer les actions adaptées au moment opportun du cycle de vie du nom de domaine.

B. Listes en ligne

En complément des listes réalisées par nos propres soins, il est possible d'utiliser les listes des namecatchers, gratuites et personnalisables.

1. Listes fournies par les namecatchers

Tous les namecatchers proposent des listes, plus ou moins complètes, de noms de domaine susceptibles d'être récupérés par leurs soins. Elles peuvent être généralement ordonnées et filtrées en fonction de critères différents selon les services : mots-clés, langue, date, extension, prix, métriques SEO, etc.

Les mêmes informations se retrouvent dans des outils spécialisés comme ExpiredDomains, avec l'avantage qu'elles sont centralisées dans une seule adresse et homogènes.

2. Listes de services spécialisés dans la surveillance des noms de domaine, expirés ou non

L'incontournable service gratuit ExpiredDomains [29] permet d'effectuer des recherches dans des bases de données exhaustives de noms de domaine expirés ou en vente, à partir d'une centaine de critères.

[29] Maintenu par un développeur allemand, le site Expireddomains.net offre un service gratuit et de qualité, dans l'état d'esprit des débuts de l'internet.

Il peut éventuellement être complété par des solutions par abonnement payantes comme le service français PBNPremium, performant pour la qualification des noms de domaine pour le SEO, ou l'indien Domcop, qui propose des critères originaux comme le fait qu'un domaine soit dans GoogleNews.

Les noms de domaine expirés filtrés grâce aux outils de détection ne méritent pas tous d'être enregistrés, loin de là. Il convient donc d'analyser les noms de domaine sélectionnés, afin de s'assurer qu'ils remplissent les conditions nécessaires à leur enregistrement, lesquelles varient selon les objectifs de chaque type d'acteur.

II. Qualification des domaines expirés

La qualification des noms de domaine expirés permet d'identifier leur potentiel. L'analyse est différente selon qu'il s'agit de noms de domaine expirés pour le SEO ou pour le domaining.

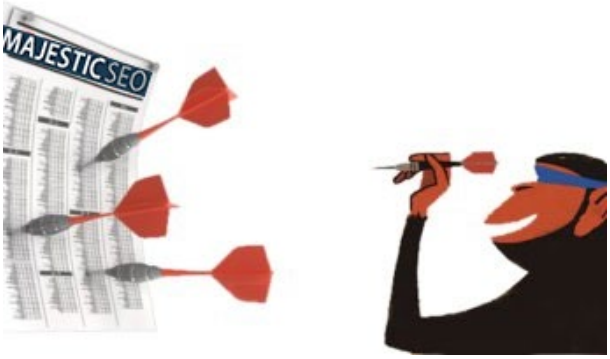
A. Analyse des domaines expirés pour le référencement

Les métriques SEO sont généralement utilisées pour effectuer un premier filtrage, à la suite duquel une analyse plus approfondie est nécessaire, notamment sur la qualité des liens entrants et sur l'historique du nom de domaine.

1. Métriques SEO

Pour sélectionner des noms de domaine expirés, les référenceurs utilisent des indicateurs divers et variés, couramment dénommés « Métriques SEO ».

Les secrets de l'algorithme du Trust Flow



Bien que sa pertinence soit limitée et qu'il soit manipulable, le Trust Flow est depuis de nombreuses années la référence du marché en France. Jérôme Pasquelin, expert SEO animant une formation en ligne sur les noms de domaine expirés, l'explique par le fait que les professionnels avaient besoin d'un repère simple à comprendre après la disparition du PageRank de Google, en 2014.

En France, l'un des critères les plus pris en compte par les référenceurs est le Trust Flow, mis au point par l'entreprise anglaise MajesticSEO. Il s'agit d'un indicateur mesurant l'autorité d'une page, qui se situe entre 0 et un peu plus de 100. Un score minimum de 5 ou 10 est souvent requis par les référenceurs. Le Domain Authory (DA) du service nord-américain MOZ est un indicateur similaire, davantage utilisé à l'international.

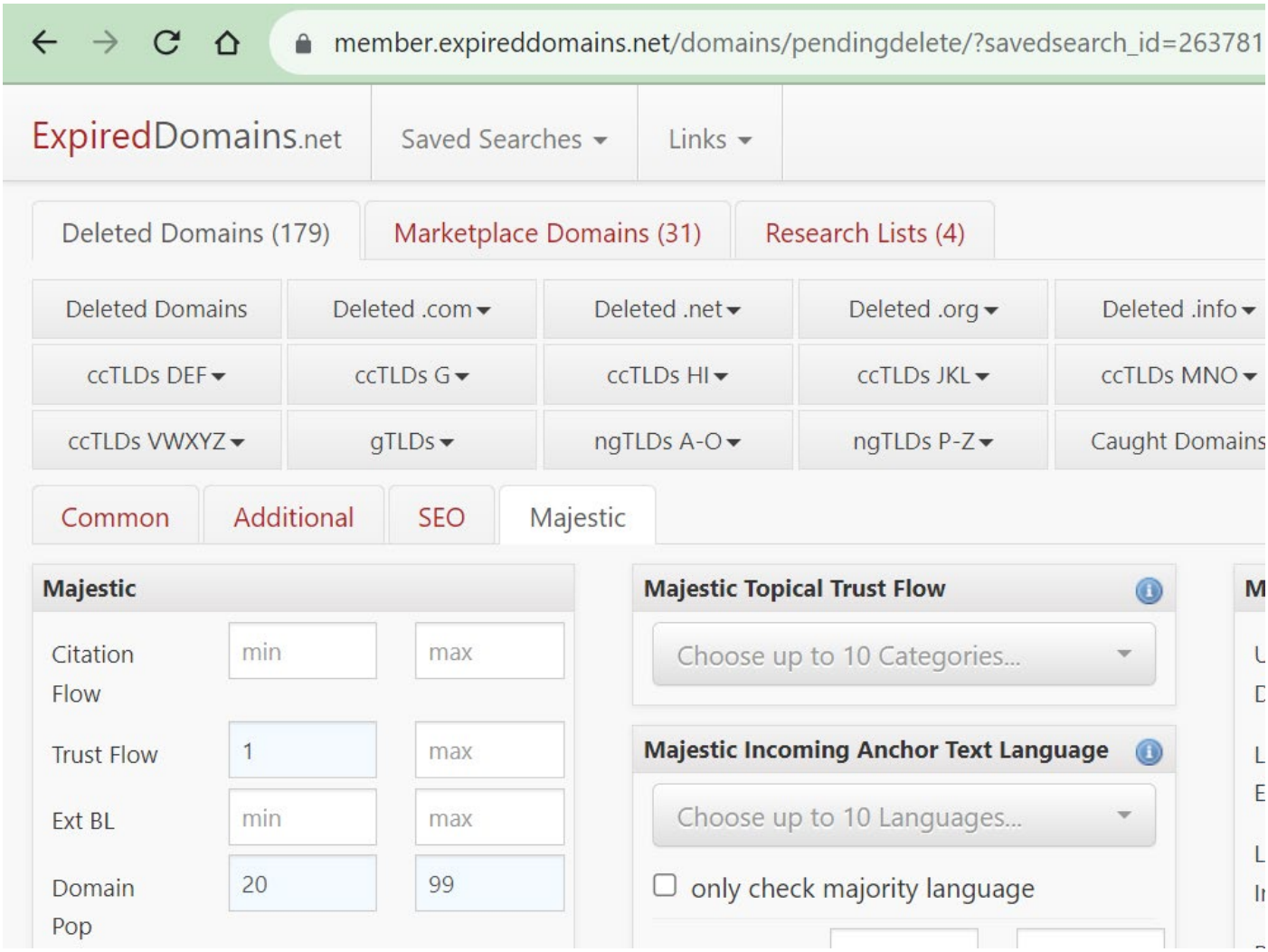
Le Citation Flow (CF) de MajesticSEO mesure la fréquence de citation d'une page, c'est-à-dire sa popularité. Une partie des référenceurs prennent en compte le ratio TF/CF [30], un niveau proche de 1 ou supérieur étant considéré comme synonyme de qualité. En dessous de 0,5, ils considèrent que les probabilités de spam ou de linking non naturel augmentent.

Le nombre de domaines référents (RD, Referring Domains), également proposé par MajesticSEO est un autre indicateur très utilisé, mais qui nécessite un retraitement car tous les liens ne se valent pas, loin s'en faut. Plus le nombre de RD de qualité est élevé, plus un nom de domaine aura de potentiel pour le référencement. En

[30] Cette donnée est disponible dans les filtres d'ExpiredDomains

pratique, la très grande majorité des noms de domaine expirés avec des milliers de RD sont des liens de spam, et n'ont donc aucune valeur. Une des solutions pour éviter de perdre du temps à analyser un grand nombre de noms de domaine spammés est de fixer une limite maximale pour les RD (cf. Figure ci-après)

Choix du nombre de Referring domains dans Expireddomains



Dans nos propres filtres de snap pour le SEO des domaines .COM et .NET, nous choisissons un maximum de 99 RD. La plupart des personnes choisissent 100 RD au minimum, avec pour conséquence des enchères quasi systématiques pour ces noms de domaine, et des montants finaux très élevés. En se limitant aux noms de domaine de moins de 100 RD, nous réduisons la probabilité de nous retrouver en concurrence avec beaucoup d'autres backorders. Dans de nombreux cas, cela permet d'obtenir le nom de domaine sans enchère, via Dropcatch Discount ou un revendeur Snapnames.

Kalin Karakeahov – expert mondial de la récupération de domaines expirés

Fondateur de la startup bulgare Edoms (ex. Tool.domains), Kalin Karakaheyov est réputé comme étant l'un des meilleurs spécialistes des domaines expirés pour le référencement. Selon lui, les métriques de type TF de Majestic SEO ou DA de Moz manquent de pertinence et il recommande au contraire de cibler les noms de domaine avec un faible score, par exemple TF1 ou TF2, car ceux-ci sont délaissés par les concurrents et parfois de très bonne qualité.

2. Qualité et pertinence des liens entrants

Les noms de domaine à privilégier doivent posséder des liens si possible nombreux, naturels et en provenance de sites de référence dans leur thématique. Les commentaires de forum, liens d'annuaires ou pire encore de spam ont en revanche une valeur nulle ou négative.

La détection de ces caractéristiques ne peut pas être entièrement automatisée avec les métriques SEO et nécessite la consultation méticuleuse d'outils tels que Web Archive pour les contenus ou MajesticSEO pour l'analyse des liens.

3. Ancienneté du nom de domaine

L'ancienneté d'un nom de domaine a pendant longtemps constitué un critère valorisé par les référenceurs. Contrairement à un nom de domaine ancien, un nom de domaine fraichement enregistré peinait à donner des résultats pendant ses premiers mois d'exploitation, du fait d'un procédé de mise à l'épreuve dénommé « sandbox », ou « bac à sable ». L'ancienneté du nom de domaine n'est plus un critère aussi déterminant que par le passé pour obtenir des positions dans Google.

Dans le cas des noms de domaine expirés, ça n'est pas l'ancienneté, mais l'historique d'un nom de domaine qui est susceptible de lui conférer de la valeur. Plus précisément, un usage continu du nom de domaine avec un site, si possible avec des positions dans Google, est hautement préférable pour les éditeurs de site et pour les référenceurs à une longue période d'indisponibilité du site, de parking ou de redirection.

Dans ExpiredDomains.net, la comparaison des colonnes WBY (dernière date de création du whois) et ABY (Première apparition dans Archive.org) donne une indication utile sur les risques de contenu non pertinent dans l'historique récent d'un nom de domaine expiré (cf. Figure ci-après).

Mise en comparaison de l'âge selon le whois et de la 1e archive sur Webarchive

ExpiredDomains.net | Saved Searches | Links | centreurope | Domain Search

Deleted Domains (179) | Marketplace Domains (31) | Research Lists (4) | Column Mana

Pending Delete | GoDaddy | Namecheap | Sedo | Dynadot | Dan | Catched | PBN

Domainmarket | DropCatch | ★ Watchlist

List: GoDaddy Expired Domains (About **109** Domains) | **Saved Search:** godaddy expired - fr (save / save as)

Show Filter (6 Filter selected, Reset) Page

Domain			WBY	ABY	TF	MDP	Reg	Traffic	Valuation	Price	Bids	Listing Type	Endtime
37Pence.org	☆	×	2022	-	4	23	1	0	61 USD	12 USD	0	Bid	2h 39m
3darchitecture.info	☆	×	2022	2011	8	65	14	0	9 USD	12 USD	0	Bid	2d 6h 29m
abraxim.com	☆	×	2022	2002	4	55	1	2	1,238 USD	12 USD	0	Bid	3h 8m
ActuPolitique.info	☆	×	2022	2017	[illegible]	47	3	0	13 USD	12 USD	0	Bid	3h 42m
AdmitCardOnline.com	☆	×	2022	2012	4	28	2	13	1,273 USD	12 USD	0	Bid	1d 6h 6m
AdvanceFlash.com	☆	×	2003	2003	9	32	1	7	2,507 USD	25 USD	0	Bid	3d 4h 32m
Age-Habitat.com	☆	×	2022	2003	24	92	1	0	538 USD	12 USD	0	Bid	4d 4h 53m
akouna.com	☆	×	2000	-	7	23	1	4	1,349 USD	12 USD	0	Bid	1d 2h 44m
allarabm.com	☆	×	2021	2021	9	84	1	24	1,372 USD	25 USD	0	Bid	2d 3h 46m
AlphaWake.net	☆	×	2022	2022	0	47	10	0	16 USD	12 USD	0	Bid	2d 5h 35m
annakalita.com	☆	×	2011	2012	0	24	2	15	1,251 USD	25 USD	0	Bid	4d 2h 57m
artisan-theiere.com	☆	×	2021	2021	13	37	1	0	263 USD	12 USD	0	Bid	2d 4h 35m
ArtisanChevalier.com	☆	×	2018	2020	6	27	2	0	1,123 USD	12 USD	0	Bid	4d 3h 41m
asdfmakes.com	☆	×	2007	2007	11	50	1	15	348 USD	25 USD	0	Bid	4d 4h 1m

Le nom de domaine actupolitique.info semble intéressant pour le nom, la thématique, et surtout le nombre de RD. Toutefois, les colonnes WBY et ABY permettent de voir qu'il s'agit d'une seconde expiration, ce qui n'est jamais un bon signal. Archive.org connaît le site depuis 2017, mais sa date de création est de 2022, ce qui signifie que le domaine a expiré en 2022 et qu'il était actif entre 2017 et 2022. Le fait qu'il expire à nouveau en 2023 n'est pas un bon signal, car la personne qui l'a récupéré il y a 1 an ne souhaite plus le renouveler. Cela arrive fréquemment avec des domaines spammés, et c'est effectivement le cas du domaine ActuPolitique.info, comme le confirme WebArchive.org (cf. Figure ci-après)

Exemple d'identification grâce à Webarchive d'un domaine spammé

web.archive.org/web/20230203124152/https://www.actupolitique.info/

https://www.actupolitique.info/ Go DEC FEB MAR

103 captures 25 Aug 2017 - 29 Mar 2023 2022 03 2023 2024

療養食 宅配

介護食を作るのが大変
という方へ
柔らかくて美味しい
介護食の宅配サービス

4. Historique du nom de domaine

Un nom de domaine disposant de liens entrants de qualité et en nombre intéresse les acheteurs, surtout s'il est toujours indexé par Google, a fortiori avec des positions sur certains mots-clés, dans la langue et la thématique souhaitée. Des outils comme Ahrefs ou SEMRush permettent d'estimer les positions dans Google et le trafic passé d'un site.

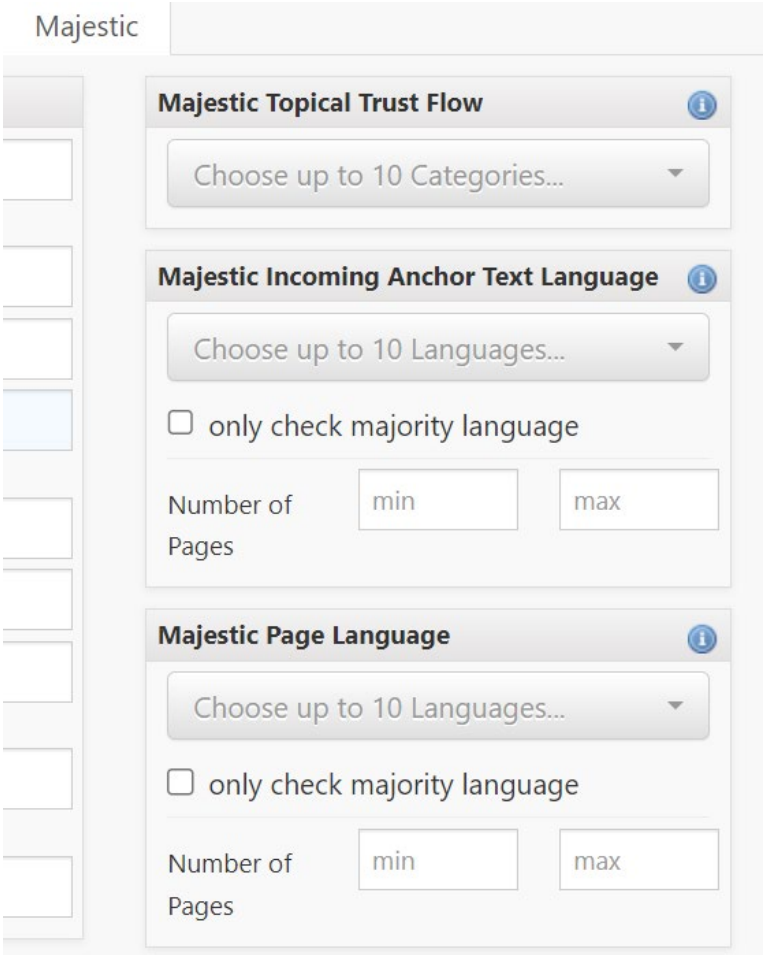
Les noms de domaine expirés avec des liens de qualité et/ou du trafic passé ne sont toutefois pas nécessairement intéressants pour le référencement. En effet, une majorité d'entre eux ont été l'objet d'un spam de contenu ou de liens ou ont connu une plus ou moins longue période de parking ou d'indisponibilité.

5. Critères secondaires : langue et extension du nom de domaine

La langue et la thématique du domaine

Idéalement, un nom de domaine expiré doit avoir eu un historique et des liens dans la même langue et la même thématique que celles qui seront ensuite utilisées, afin que Google ne voie pas de rupture entre les périodes pré et post-expiration. ExpiredDomains proposent à ce sujet une fonction de tri relativement pratique (cf. Figure ci-après).

Filtre sur ExpiredDomains selon la thématique et la langue



L'extension

Pour le référencement, l'extension est un critère secondaire, avec un impact limité mais non nul sur les positions obtenues dans les résultats de Google. Celui-ci tend à favoriser certains extensions, comme le .EDU, mais surtout à dévaluer celles servant massivement pour le spam, comme le .TOP ou le .SPACE. De même,

les ccTLD sont avantagés sur leurs territoires [31], les positions dans Google étant par exemple plus faciles à obtenir en France avec un nom de domaine en FR. L'extension est enfin l'un des éléments participant à l'attractivité d'un nom de domaine, car son choix agit sur le taux de clic [32].

Classement des pires extensions selon Spamhaus

The 10 Most Abused Top Level Domains

As of 12 November 2023 the TLDs with the worst reputations for spam operations are:

1	.ভারত (xn--s9brj9c)	Badness Index: 3.40	Domains seen: 59 Bad domains: 51 (86.4%)
2	.live	Badness Index: 2.30	Domains seen: 34,062 Bad domains: 8,654 (25.4%)
3	.cn	Badness Index: 2.02	Domains seen: 110,861 Bad domains: 22,342 (20.2%)
4	.ভারত (xn--2scrj9c)	Badness Index: 1.85	Domains seen: 9 Bad domains: 8 (88.9%)
5	.degree	Badness Index: 1.73	Domains seen: 96 Bad domains: 44 (45.8%)
6	.fyi	Badness Index: 1.55	Domains seen: 4,210 Bad domains: 954 (22.7%)
7	.zone	Badness Index: 1.26	Domains seen: 2,365 Bad domains: 481 (20.3%)
8	.gq	Badness Index: 1.23	Domains seen: 20,652 Bad domains: 3,156 (15.3%)
9	.haus	Badness Index: 1.18	Domains seen: 182 Bad domains: 54 (29.7%)
10	.rip	Badness Index: 1.12	Domains seen: 2,130 Bad domains: 399 (18.7%)

Spamhaus propose un classement régulièrement actualisé des extensions comportant le plus d'abus par rapport au nombre d'enregistrements

[31] Les nouvelles extensions locales telles que .PARIS, .ALSACE ou .BRUSSELS sont considérées comme des extensions génériques par Google et ne sont donc rattachées à aucun territoire.

[32] Toutes choses égales par ailleurs, un internaute cliquera de préférence sur un résultat avec une adresse en .COM ou en .FR plutôt que sur un .BIZ ou .XYZ.

6. Combien coûte un nom de domaine expiré pour le SEO ?

Les noms de domaine expirés de qualité étant rares et la demande très importante, les prix de marché sont naturellement très supérieurs aux coûts d'enregistrement d'un nom de domaine neuf.

Bien que les ventes soient majoritairement réalisées au sein de plateformes rendant les données publiques, aucune étude statistique poussée n'a été réalisée pour identifier les principaux déterminants de leur valeur, ce qui oblige à se baser sur des appréciations faisant consensus au sein de la communauté des référenceurs, mais non prouvées.

Le nombre de liens entrants, que l'on obtient par exemple avec l'indicateur « Domaines référents » de chez MajesticSEO, possède l'avantage de la simplicité. Nombre d'acheteurs s'en servant pour fixer leur prix maximal lors d'une enchère, on remarque une certaine corrélation entre le nombre de Domaines Référents (Referring Domains, RD, indicateur de MajesticSEO) de qualité [33], et le prix final d'achat, avec une valorisation de l'ordre de 3 à 10 € le RD.

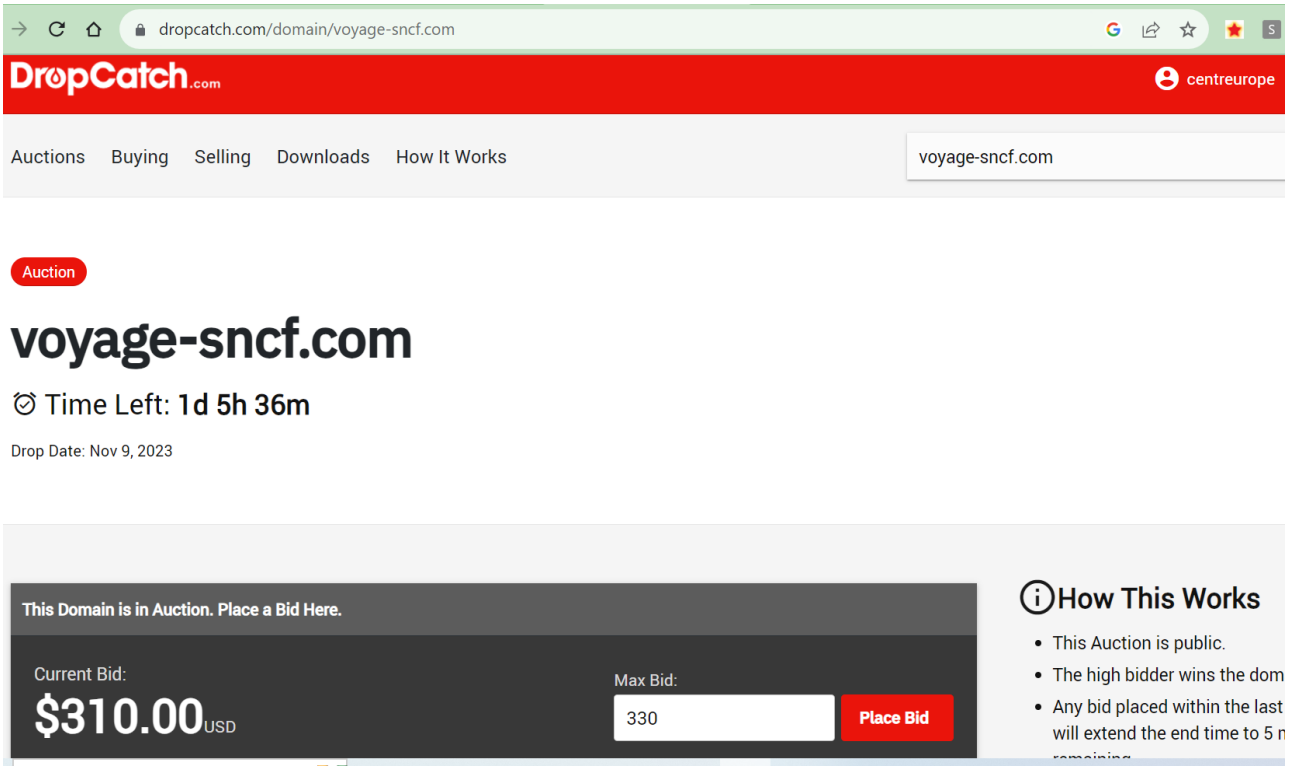
Cette valeur est pondérée selon d'autres facteurs secondaires :

- plus le nom de domaine possède de RD, plus la valeur par RD augmente [34] ;
- plus le Trust Flow est élevé, plus la valeur du nom augmente ;
- les noms de domaine en français sont très prisés, à l'opposé de ceux dans des langues européennes secondaires ou non européennes
- les thématiques concurrentielles (habitat, automobile, santé, etc.) sont les plus prisées
- les noms de domaine génériques sont valorisés positivement et ceux protégés par une marque en vigueur ou plus généralement sujets à des risques juridiques, fortement dévalués

[33] En théorie, seuls les liens de qualité, c'est-à-dire en provenance de sites légitimes, participent à la valeur d'un nom de domaine. Les liens de spams (commentaires de blogs, messages de forums, systèmes d'échange de liens, etc.) ont une valeur négative. Les liens d'annuaires ont quant à eux une valeur négligeable. Les liens « nofollow » ou non indexés devraient théoriquement être également ignorés ou a minima fortement dévalués, mais seuls une partie des acheteurs de domaines expirés y attachent de l'importance.

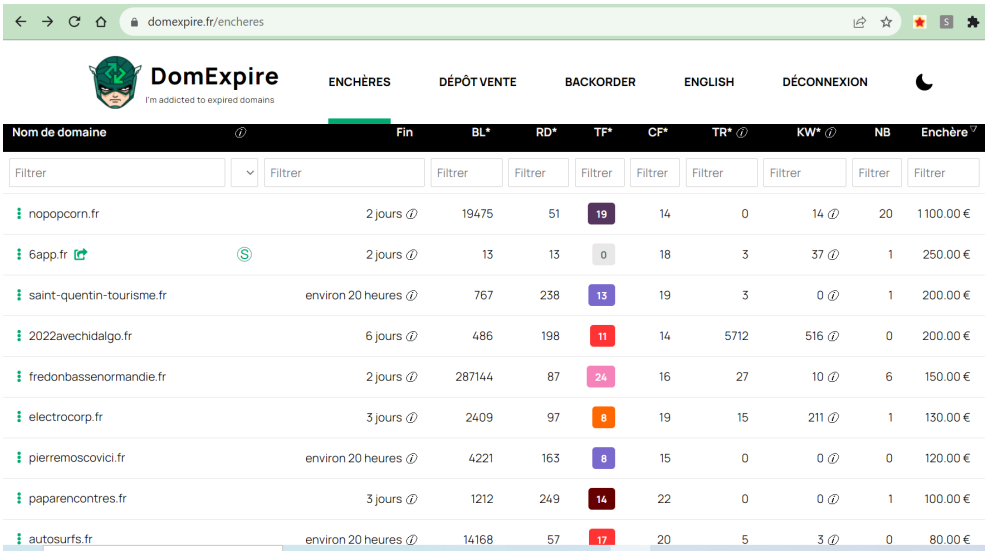
[34] Les noms de domaine expirés en français avec plus de 1000 domaines référents sont rarissimes et systématiquement l'objet d'enchères très disputées. En tant qu'acheteur, il est préférable de se placer à l'écart des noms de domaine les plus concurrentiels, le rapport qualité/prix était bien meilleur avec des noms de domaine de qualité moindre.

Exemple de nom de domaine sur lequel ça n'est pas une bonne idée d'enchérir



La valeur de marché des noms de domaine expirés est relativement changeante selon les périodes. Après avoir atteint un pic au début des années 2020, le marché s'est stabilisé puis contracté, les prix pour cette fin d'année 2023 étant au plus bas depuis au moins 5 ans. Il est possible de connaître les prix à un moment T en consultant les enchères ouvertes des principaux namecatchers, notamment Domexpire et Kidom (cf. Figure ci-après). Ces deux services mettent également en vente des noms de domaine expirés pour le domaining, dont les caractéristiques et les modes de valorisation sont très différents.

Enchères sur Domexpire, 7 novembre 2023



Nom de domaine	Fin	BL*	RD*	TF*	CF*	TR*	KW*	NB	Enchère
nopopcorn.fr	2 jours	19475	51	19	14	0	14	20	1 100.00 €
6app.fr	2 jours	13	13	0	18	3	37	1	250.00 €
saint-quentin-tourisme.fr	environ 20 heures	767	238	13	19	3	0	1	200.00 €
2022avechidalgo.fr	6 jours	486	198	11	14	5712	516	0	200.00 €
fredonbassenormandie.fr	2 jours	287144	87	24	16	27	10	6	150.00 €
electrocorp.fr	3 jours	2409	97	8	19	15	211	1	130.00 €
pierremoscovici.fr	environ 20 heures	4221	163	8	15	0	0	0	120.00 €
paparencontres.fr	3 jours	1212	249	14	22	0	0	1	100.00 €
autosurfs.fr	environ 20 heures	14168	57	17	20	5	3	0	80.00 €

B. Domaines EMD et brandable

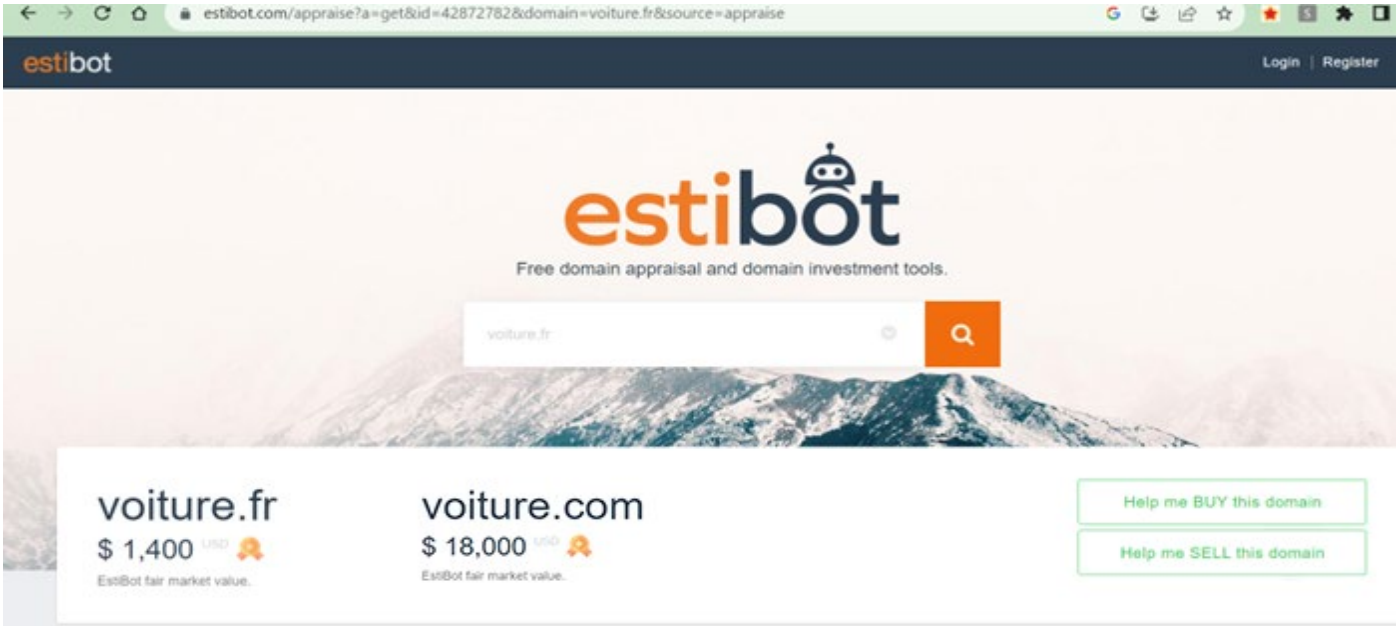
Oublieer les évaluations et les outils ia débiles : Valeur des EMD et brandable : le caractère unique de chaque nom de domaine, la multiplicité des déterminants de leur valeur et le nombre infini de situations pouvant aboutir à une transaction rend toute évaluation au mieux hautement approximative.

1. Evaluations automatiques

Contrairement aux noms de domaine SEO que les acheteurs doivent analyser en détail pour obtenir précisément ce qu'ils recherchent, tous les noms de domaine expirés pour le domaining intéressent les investisseurs en noms de domaine, tant qu'ils ont de la valeur.

Nombre de plateformes de vente de noms de domaine et une partie des services proposant la récupération de noms de domaine expirés affichent la valeur estimée des noms de domaine, le plus souvent à partir d'Estibot. Si cette information était fiable, rien d'autre ne serait nécessaire pour gérer son budget de récupération de noms de domaine expirés EMD et brandable. Malheureusement, les estimations d'Estibot, de même que celles des outils d'évaluation à base d'intelligence artificielle, sont fantaisistes et sans la moindre valeur, pour le marché francophone au moins. Toutes se basent sur les montants des ventes publiées par les grandes plateformes telles qu'Afternic et Sedo, mais celles-ci ne sont pas représentatives [35]. De plus, le mode de calcul de ces outils repose sur une erreur méthodologique car la valeur des noms de domaine est estimée à partir des ventes réalisées. Or, cette issue n'est pas la situation « normale », l'immense majorité des noms de domaine en vente ne trouvant jamais preneur et finissant par expirer.

Estimation de valeur selon Estibot



Pour les mots clés en français, Estibot considère qu'un nom de domaine en .COM vaut au moins 10 fois plus qu'un nom de domaine en .FR. Cette évaluation absurde [36] est typique de l'ignorance des acteurs américains, en dehors de leur propre marché.

Contrairement aux marchés de produits homogènes comme les matières premières, les automobiles ou les montres, il n'existe pas de cote des noms de domaine. Clément Genty explique dans sa thèse de doctorat [37] pourquoi ni les mathématiques ni les algorithmes ne peuvent produire d'évaluation fiable de la valeur des noms de domaine. Aucun modèle ne peut estimer la valeur objective d'un nom de domaine, car celle-ci n'existe pas, tout au plus peut-on estimer des probabilités de vente associés à des niveaux de prix donnés.

[35] Les ventes publiées représentent une part infime des ventes de noms de domaine, en surreprésentant celles de montants élevés. La majorité des transactions sont réalisées entre revendeurs, à des niveaux plusieurs fois inférieurs à ceux des ventes publiées.

[36] Les *ventes publiées montrent depuis des années des montants proches entre le .COM et le .FR, lorsqu'il s'agit du même mot en français*

[37] Genty C., Gouvernance de l'Internet et Économie Mondiale : Proposition d'un Modèle d'Évaluation de la Valeur d'un Nom de Domaine en tant qu'Actif Immatériel, École des Arts et Métiers, Thèse de Doctorat, 2019.

Il existe trois niveaux de prix croissants, selon que les acheteurs sont des revendeurs, des éditeurs de sites internet ou des utilisateurs finals. L'objectif pour les acheteurs de noms de domaine expirés EMD et brandable est d'acheter à prix revendeur, ce qui est la situation la plus courante sur les plateformes de récupération de noms de domaine expirés, et de les revendre à des utilisateurs finaux, à des prix généralement très supérieurs.

2. Déterminants de la valeur d'un nom de domaine

Le potentiel de marque d'un nom de domaine, c'est-à-dire son caractère « brandable », est généralement le principal déterminant de sa valeur. Pour les noms de domaine inventés, ce critère se base sur un ressenti propre à chacun, variable selon les marchés et impossible à appréhender par un algorithme.

Pour les termes génériques, appelés EMD [38], la popularité, que l'on peut estimer avec données comme le volume de recherche dans Google et le CPC, et le secteur du mot ou des mots composant les noms de domaine sont les principaux déterminants de la valeur. A noter qu'un terme générique peut également être brandable, lorsqu'il est utilisé hors de son sens premier (cf. tableau ci-après).

Identification des domaines EMD et Brandable dans les prochains drops (8 novembre 2023)

member.expireddomains.net/domains/pendingdelete/?savedsearch_id=210612&activetab=expireddomains&ftlds[]=2&fwordfr=1&f...

Domain			WBY	ABY	TF	MDP	Reg	End Date
Hotel-Arosa.com	☆	×	2013	2003	0	0	6	2023-11-08
EchoFormation.com	☆	×	2011	2018	0	0	4	2023-11-11
Blog-Football.com	☆	×	2018	2004	0	23	4	2023-11-10
BonjourBresil.com	☆	×	2008	2011	0	0	4	2023-11-12
EcoleCafe.com	☆	×	2021	2011	0	2	3	2023-11-10
MaisonFragile.com	☆	×	2016	2012	11	137	3	2023-11-12
Traducteur-Chinois.com	☆	×	2012	2004	0	6	3	2023-11-10
Placement-Finance.com	☆	×	2022	2007	0	0	3	2023-11-11
Marina-David.com	☆	×	2020	2010	0	2	3	2023-11-11
Direct-Advance.com	☆	×	2022	2003	21	9	3	2023-11-10
MelleAmbre.com	☆	×	2022	2022	0	0	2	2023-11-09
PiscinePaysage.com	☆	×	2021	2021	0	0	2	2023-11-10
Groupe-Loire-Batiment.com	☆	×	2017	2018	0	14	2	2023-11-09
ChristiAngesLand.com	☆	×	2014	2015	0	1	2	2023-11-11
MadameYvette.com	☆	×	2018	2011	2	4	2	2023-11-08
Serrurier-Lyon6.com	☆	×	2022	2013	0	0	2	2023-11-09
LuxePourTous.com	☆	×	2022	2007	0	1	2	2023-11-11

Blog-football.com, traducteur-chinois.com ou encore placement-finance.com sont des domaines dits EMD, car ils correspondent à des mots-clés relativement recherchés. BonjourBresil.com ou luxepourtous.com sont quand à eux des noms de domaine brandable.

L'anglais est de loin la langue la plus prisée, la valeur des noms de domaine en français étant beaucoup plus faible. Selon les pays, le .COM ou l'extension nationale (.FR, .BE, .CH, etc.) constituent le meilleur choix. Les autres extensions ont peu ou pas de valeur de marché. **La saturation des extensions (colonne REG dans ExpiredDomains) n'est pas un critère de valeur en soi, mais elle permet de filtrer de longues listes**. En effet, on peut considérer qu'un nom de domaine en .COM ou en .FR déjà enregistré dans de nombreuses autres extensions possède une probabilité supérieure d'être revendu.

La longueur du nom domaine est importante, les noms de domaine courts étant ceux ayant le plus de valeur, surtout s'ils sont faciles à mémoriser. Dans la plupart des cas, le pluriel réduit la valeur d'un nom de domaine en français, de même que le tiret. L'usage d'accents (domaines IDN) ôte presque toute valeur à un nom de domaine.

L'âge du domaine a peu ou pas d'importance. L'un des poncifs les plus couramment répétés pour le marché des noms de domaine est que la valeur de l'occasion est supérieure à celle du neuf. La plupart des observateurs

[38] EMD est l'acronyme anglais d'*Exact Match Domain*, ou *Nom de Domaine Exact*, en français.

en concluent que la valeur des noms de domaine augmente avec le temps, ce qui est une erreur. Un nom de domaine très âgé, par exemple enregistré depuis vingt-cinq ans, mais sans autre atout, n'aura pas de réelle valeur de marché [39].

[39] Seul réel avantage, l'achat d'un nom de domaine ancien réduit les risques de perdre le nom de domaine lors d'une procédure extra-judiciaire, puisque la marque du plaignant doit être antérieure au dépôt du nom de domaine. Ceci ne concerne toutefois que les noms de domaine prerelease et non ceux récupérés par des namecatchers, car dans ce dernier cas la date du whois est remise à zéro.

Chapitre 6. Enregistrement et rachat de noms de domaine expirés

Il existe trois modes principaux d'acquisition des noms de domaine expirés : enregistrement des noms de domaine disponibles, rachat sur le second marché et utilisation des services de namecatchers. Ce chapitre se concentre essentiellement sur la deuxième solution, la première étant peu efficace et la troisième faisant l'objet du prochain chapitre.

I. Enregistrement de domaines libres

Nombreux sont les référenceurs francophones qui déclarent« acheter » des noms de domaine expirés pour le SEO, parfois en grande quantité, grâce à des outils de détection comme ScreamingFrog ou des listes de noms de domaine disponibles, comme celles d'ExpiredDomains ou de PBNPremium.

Le terme d'achat est ici inapproprié : il s'agit d'enregistrement, et non de rachat à un titulaire. Quand à la pratique, elle est généralement inefficace.

A. Pénurie définitive de noms de domaine libres à l'enregistrement ?

1. Les noms de domaine disponibles sont ceux dont personne n'a voulu

S'il était par le passé possible d'enregistrer des noms de domaine de valeur, ceci n'est plus le cas car le stock ancien de domaines de qualité libres a été épuisé et qu'il n'est pas renouvelé.

Compte tenu des millions de scraps lancés chaque jour par les référenceurs depuis une ou deux décennies, les noms de domaine libres de qualité ont naturellement été récupérés depuis longtemps.

Quand aux noms de domaine expirés plus récemment, ceux-ci sont presque systématiquement snappés au moment où ils deviennent disponibles. **Les listes de noms de domaines à effacer sont en effet scrutées par un très grand nombre d'acteurs qui peuvent les tester gratuitement**, avec pour effet de siphonner la quasi-totalité des noms de domaine susceptibles d'avoir une valeur de marché.

2. Principe du domain tasting

Pour toutes les extensions génériques, il existe une période de grâce de 5 jours (Add grâce period) offerte à tous les bureaux d'enregistrement et à la fin de laquelle il leur est possible d'effacer un nom de domaine, sans n'avoir rien à payer. Les namecatchers étant tous des bureaux d'enregistrement, ils se servent de cette facilité pour enregistrer un très grand nombre de domaines et les tester pendant 5 jours [40], d'où le nom de domain tasting. A l'issue des cinq jours, ils choisissent de garder les noms de domaine, par exemple si ceux-ci ont généré des clics en trafic direct ou en provenance de Google, ou de les supprimer gratuitement [41].

Il n'est pas possible de profiter du domain tasting sans être registrar, mais Dynadot en fait bénéficier ses clients, contre un coût de l'ordre de quelques dollars, croissant à mesure que l'on se rapproche de la limite des cinq jours.

[40] Pour limiter les abus, les registres mettent en place certaines limitations, avec notamment des frais lorsque le taux d'effacement dépasse un certain niveau.
[41] Particularité de ces noms de domaine, ceux-ci retombent alors immédiatement dans le domaine public, sans passer par la période de rédemption.

Pour cette raison, et également car **le prix du snap pour le grand public démarre à seulement 7$ pour le .COM** [42]**,** les noms de domaine disponibles sont ceux dont personne n'a voulu. Cette situation ne s'applique toutefois réellement qu'aux extensions majeures, des opportunités existant dans les extensions secondaires.

B. Opportunités dans les extensions secondaires et exotiques

Il existe de nombreux moyens de se constituer des listes de noms de domaine effacés : scraping d'annuaires et de répertoires, monitoring de listes ad'hoc, consultation de services spécialisés comme *expireddomains.net*, etc.

Dans le cas des extensions secondaires et exotiques, de tels noms de domaine libres pourront être de qualité tout à fait honorable, pour trois raisons principales :

- Le snap est très concurrentiel dans les extensions majeures, mais peu développé dans les autres extensions et même inexistant pour nombre d'entre elles ;
- Le domain tasting nécessite d'être registrar, ce qui comporte un coût très élevé, impossible à rentabiliser pour les extensions secondaires ;
- Nombre de personnes détectant des noms de domaines expirés de qualité dans des extensions exotiques ne les enregistrent au final pas, car ces extensions ne sont pas proposées par leur registrar, ou car ils ne remplissent pas les conditions d'enregistrement de ces extensions

Pour ces raisons, notre filtre de noms de domaine disponibles sur *Expireddomains.net* exclut les grandes extensions telles que .COM, .NET, .ORG ou encore .FR.

Liste de noms de domaine disponibles, par ExpiredDomains

member.expireddomains.net/domains/combinedexpired/?o=majesticseo_domainpop&r=d#listing

List: Deleted Domains (last 7 days) (About **54** Domains) | **Saved Search:** polo-libres (save / save as)

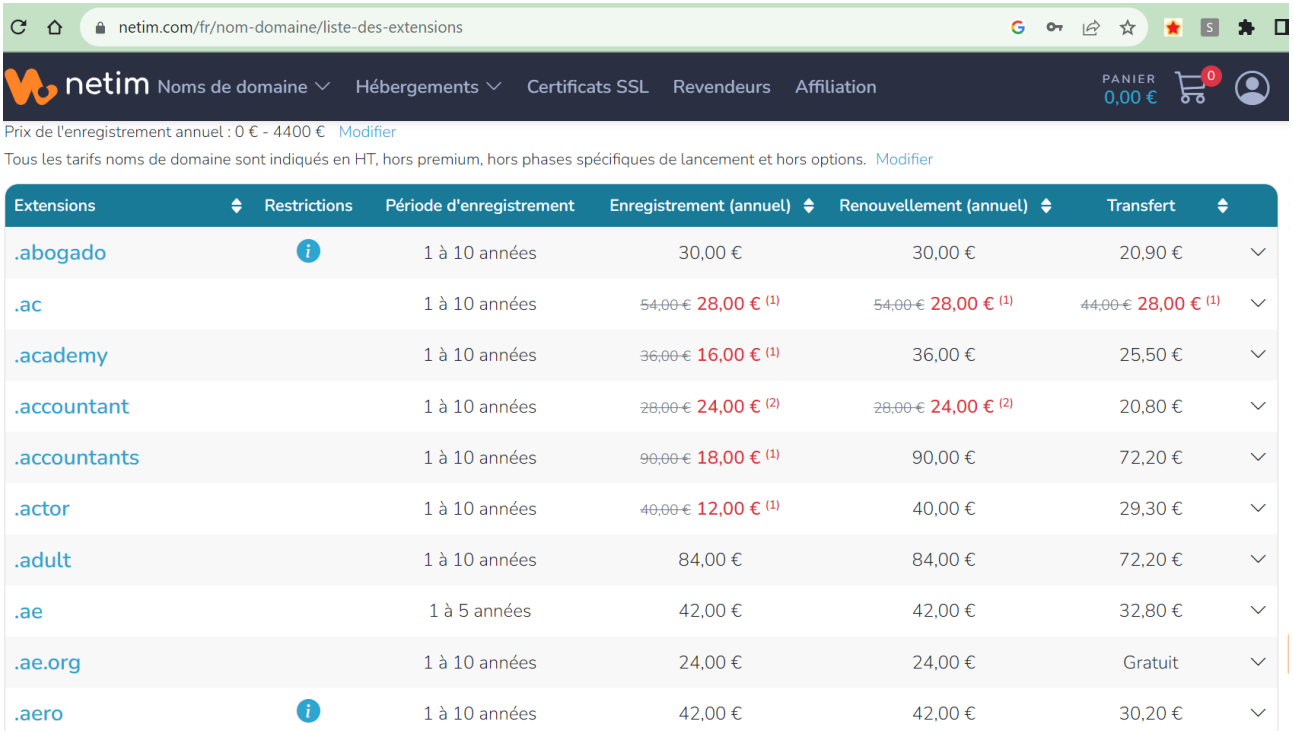
Show Filter (8 Filter selected, Reset)

Domain			WBY	ABY	TF	MDP	Reg	Dropped	Status
thedis.info	☆	×	2022	2017	2	98	11	Today 17:18	available
Abandoned-Usa.info	☆	×	2022	2017	9	95	0	Today 17:21	available
apkeditor.top	☆	×	2022	2020	11	93	9	Yesterday 19:20	available
esenyurtescort.live	☆	×	2022	2020	9	81	9	Today 19:24	available
IsDesign.info	☆	×	2022	2003	9	71	46	Today 17:27	available
DreamFun.top	☆	×	2021	2019	5	68	12	Today 19:27	available
gyousei-s.biz	☆	×	2018	2008	15	59	1	Yesterday 17:27	available
StoreWise.tech	☆	×	2019	2020	8	56	52	Today 23:06	available
CarDragon.info	☆	×	2022	2013	8	56	4	Today 17:27	available
IsraelOnline.travel	☆	×	2022	2012	5	54	14	Today 19:13	available
JustinePaper.info	☆	×	2020	2013	9	50	2	Today 17:27	available
marafonclub.top	☆	×	2022	2020	9	48	0	Today 19:26	available
BluePalms.info	☆	×	2022	2006	20	41	5	Today 17:21	available
FlowStateApps.tech	☆	×	2021	2021	7	40	2	Yesterday 21:19	available
qdrama.top	☆	×	2020	2021	2	40	14	Today 19:24	available
igolka.info	☆	×	2022	2006	2	40	11	Today 17:25	available
in-beweging.eu	☆	×	-	2011	8	38	6	Yesterday 18:13	available
scooterverzekering.biz	☆	×	2014	2006	6	37	11	Today 17:36	available
daftarbola88.live	☆	×	2022	2020	4	36	4	Today 19:24	available
Info-Compass.eu	☆	×	-	2015	5	36	6	Today 18:20	available

[42] C'est le coût de base de la récupération d'un nom de domaine expiré chez SAV, namecatcher à la fois efficace et le moins cher du marché.

Pour enregistrer un nom de domaine dans une extension non proposée par son registrar habituel, il est tout d'abord nécessaire de trouver un registrar et de s'assurer que l'on remplit les conditions d'enregistrement. Ce problème n'en est en réalité pas un car à l'instar de Netim (cf. figure ci-après), nombre de registrars francophones comme EuroDNS, Gandi ou encore les registrars haut de gamme Safebrands et Nameshield proposent toutes les extensions ouvertes, avec la possibilité de souscrire à un service d'adresses proxy [43].

Conditions propres à chaque extension



Extensions	Restrictions	Période d'enregistrement	Enregistrement (annuel)	Renouvellement (annuel)	Transfert
.abogado	i	1 à 10 années	30,00 €	30,00 €	20,90 €
.ac		1 à 10 années	~~54,00 €~~ 28,00 € (1)	~~54,00 €~~ 28,00 € (1)	~~44,00 €~~ 28,00 € (1)
.academy		1 à 10 années	~~36,00 €~~ 16,00 € (1)	36,00 €	25,50 €
.accountant		1 à 10 années	~~28,00 €~~ 24,00 € (2)	~~28,00 €~~ 24,00 € (2)	20,80 €
.accountants		1 à 10 années	~~90,00 €~~ 18,00 € (1)	90,00 €	72,20 €
.actor		1 à 10 années	~~40,00 €~~ 12,00 € (1)	40,00 €	29,30 €
.adult		1 à 10 années	84,00 €	84,00 €	72,20 €
.ae		1 à 5 années	42,00 €	42,00 €	32,80 €
.ae.org		1 à 10 années	24,00 €	24,00 €	Gratuit
.aero	i	1 à 10 années	42,00 €	42,00 €	30,20 €

Spécialiste mondial des ccTLD, le registrar lillois Netim décrit dans son site internet les conditions d'enregistrement de toutes les extensions commercialisées dans le monde, et propose des services de proxy permettant de couvrir l'ensemble des pays et territoires possédant une extension géographique.

Comme cela vient d'être expliqué, les noms de domaine libres sont généralement de faible qualité. Pour obtenir les meilleurs noms de domaine expirés, l'une des solutions est de les acquérir avant même qu'ils ne soient effacés. Ceci est possible avec le prerelease, qui sont des enchères peu connues et par conséquent relativement concurrentielles.

II. Prerelease

La majorité des grands bureaux d'enregistrement de noms de domaine nord-américains proposent un service de pre-release, qui consiste à mettre en vente aux enchères, les noms de domaine non renouvelés par leurs titulaires. Selon ce système, les registrars s'enrichissent en vendant des noms de domaine qui ne leur ont rien coûté et ne leur appartiennent pas. **Pour les éditeurs de sites et les référenceurs, il s'agit d'une occasion d'obtenir des noms de domaine expirés de qualité à des prix revendeurs.** L'offre est abondante, puisque les quatre premiers registrars au monde et la plupart

[43] Lorsqu'une condition particulière est demandée par le registre, par exemple une adresse de résidence dans un territoire, le service d'adresse proxy consiste à réaliser l'enregistrement au nom du bureau d'enregistrement et d'utiliser ses propres adresses.

de ceux du top 20 pratiquent les prerelease, qui concernent au final plus d'un nom de domaine expiré sur deux [44].

A. Fonctionnement général

Pendant les derniers jours de la période dite de « grâce », les registrars pratiquant le système de prerelease mettent aux enchères les noms de domaine non renouvelés par leurs clients.

Si un nom de domaine reçoit au moins une offre aux enchères, celui-ci est renouvelé avant de passer en période de rédemption, pour le compte de la personne ayant remporté l'enchère. Le nom de domaine n'expire donc pas et le whois n'est pas remise à zéro, particularité qu'apprécient les référenceurs et les domainers. Remporter une enchère ne garantit toutefois pas l'obtention à 100 % du nom de domaine, car l'ancien titulaire peut le renouveler, jusque quelques jours après la fin de l'enchère [45].

Les noms de domaine n'ayant reçu aucune enchère en pre-release suivent le cycle normal de l'expiration et entrent dans la période de rédemption, puis dans celle de « pending delete », avant d'être de nouveau disponibles à l'enregistrement.

B. Principaux services

Leader mondial des registrars, l'américain Godaddy est de très loin le principal vendeur de noms de domaine expirés en pre-release. L'entreprise gagne ainsi des millions de dollars chaque année en vendant des noms de domaine qui ne lui appartiennent pas.

Les prerelease Godaddy offrent des opportunités de mettre la main sur des noms de domaine de valeur, parfois pour un coût modique, mais les pièges et les bugs de la plateforme sont nombreux.

1. Prerelease Godaddy

Le groupe Godaddy étant le principal bureau d'enregistrement au monde avec 25 % de parts de marché (cf tableau ci-après), les possibilités offertes en termes de pre-release sont considérables. Les noms de domaine en vente sont ceux non renouvelés par les clients de Godaddy, mais également ceux non renouvelés par les clients des bureaux d'enregistrement du groupe et de ses partenaires : 123Reg Domainsite, Enom, FastDomains, GMO, Key Systems, Moniker, Mesh Digital, Name.com, PDR Porkbun, Tucows, WildWestDomains.

Les noms de domaine non renouvelés par les clients du groupe Godaddy et de ses partenaires sont mis aux enchères dans la section « Godaddy Expired Auctions », juste avant la fin de la période de grâce, pour une durée de huit à neuf jours. Les noms de domaine n'ayant reçu aucune offre à l'issue de cette période sont ensuite vendus à prix fixe (Godaddy Closeouts), ce prix évoluant de manière décroissante pendant cinq jours.

[44] Ceci concerne relativement peu les noms de domaine en français car les deux leaders OVH et Gandi ne proposent pas de prelease. La pratique n'est par ailleurs pas possible en .FR, ni dans les autres extensions de pays francophones.

[45] Ce cas de figure est toutefois assez rare, car il n'y aucun intérêt pour le titulaire à attendre le dernier moment pour renouveler. Dès le début de la période de grâce, qui dure entre 40 et 45 jours, le nom de domaine n'est plus utilisable. De plus, le renouvellement tardif est facturé à un coût supplémentaire par les bureaux d'enregistrement. Si le nom de domaine n'a pas été renouvelé, c'est que le titulaire ne souhaitait pas le faire, qu'il était dans l'incapacité de le faire ou qu'il ne s'était pas rendu compte que celui-ci expirait.

Godaddy Expired Domains

Tous les noms de domaine non renouvelés par les clients de Godaddy sont mis aux enchères pendant neuf jours (huit jours pour les .COM), avec un prix de départ entre $10 et $25, selon les extensions et s'il s'agit de noms de domaine de Godaddy ou mis en vente par des partenaires registrars. A ce montant s'ajoute la TVA [46] et les frais de renouvellement de Godaddy, de l'ordre de $20 [47] pour un .COM. Pour pouvoir participer au système des prereleases chez Godaddy, il est obligatoire de souscrire à un abonnement de 5$ par an.

Obtenir des noms de domaine pour le SEO avec Godaddy Expired Auctions

Domain			WBY	ABY	TF	MDP	Reg	Traffic	Valuation	Price	Bids	Listing Type	Endtime
michigan-outdoors.com	☆	×	1997	-	14	31	1	0	302 USD	25 USD	0	Bid	3d 8h 8m
Irradiance.net	☆	×	1998	1999	5	67	37	20	1,943 USD	25 USD	0	Bid	8h 23m
avenirdelest.com	☆	×	1999	2000	12	68	1	0	1,147 USD	25 USD	0	Bid	1d 8h 6m
JobSinTheBronx.com	☆	×	2002	2003	1	31	1	0	246 USD	12 USD	0	Bid	2d 9h 17m
MisterPhonograph.com	☆	×	2002	2002	15	75	1	123	764 USD	12 USD	0	Bid	3d 11h 55m
agarthaprog.com	☆	×	2002	2003	19	46	1	13	389 USD	25 USD	0	Bid	4d 11h 45m
Dads4Kids.com	☆	×	2004	2000	10	52	4	0	794 USD	12 USD	0	Bid	4d 12h 14m
lesfrereshoublon.com	☆	×	2005	2007	4	41	1	13	662 USD	25 USD	0	Bid	4d 8h 48m
ulm-cotedejade.com	☆	×	2005	2008	4	22	1	0	100 USD	25 USD	0	Bid	2d 8h 17m
flyinphilsphotos.com	☆	×	2005	2006	17	39	1	0	327 USD	25 USD	0	Bid	4d 12h 18m
boonex.us	☆	×	2006	2007	6	53	15	22	56 USD	25 USD	0	Bid	3d 10h 37m
asdfmakes.com	☆	×	2007	2007	11	50	1	15	348 USD	25 USD	0	Bid	10h 13m
AtomBicycles.com	☆	×	2008	-	9	29	1	24	1,279 USD	25 USD	0	Bid	10h 32m
TomtomGreatestRoutes.com	☆	×	2008	2008	7	22	1	0	37 USD	12 USD	0	Bid	9h 34m
hmi-darjeeling.com	☆	×	2008	2009	14	35	1	0	233 USD	25 USD	0	Bid	1d 9h 47m
quecuchi.com	☆	×	2009	2009	4	29	1	0	1,211 USD	12 USD	0	Bid	1d 11h 29m
yenb.net	☆	×	2010	2011	2	70	4	2	221 USD	25 USD	0	Bid	1d 12h 10m
annakalita.com	☆	×	2011	2012	0	24	2	15	1,251 USD	25 USD	0	Bid	9h 9m
AboriginalYouthCycling.com	☆	×	2011	2012	0	34	2	0	1,251 USD	12 USD	0	Bid	1d 8h 54m
7casinoenligne.com	☆	×	2011	-	7	21	1	0	1,451 USD	25 USD	0	Bid	3d 7h 52m
shiyingsexylingerie.com	☆	×	2011	2012	4	31	3	0	1,215 USD	12 USD	0	Bid	3d 13h 9m

La fréquentation des Godaddy Expired Auctions étant très élevée, la moindre enchère donne des informations à tous les autres participants sur la valeur potentielle d'un nom de domaine, avec pour conséquence un prix final élevé. Pour acheter des noms de domaine pour le SEO dans les meilleures conditions, il est recommandé de se limiter à ceux n'ayant pas reçu d'offre (Bids = 0 dans le filtre Expireddomains) et d'atteindre le dernier moment pour enchérir.

Remporter un nom de domaine dans les Godaddy Expired Auctions nécessite de surpasser la concurrence mais également souvent des robots [48] qui surenchérissent pour s'emparer des noms de domaine que les enchérisseurs ont fait l'effort de détecter. Un des moyens de contourner ce problème est de ne pas initier les enchères et d'attendre que les noms de domaine soient vendus à prix immédiat (Closeouts), ce qui est le cas dans les minutes suivant la fin de l'enchère.

[46] L'ajout d'un numéro de TVA intracommunautaire, quel qu'il soit, retire les taxes de la facture.

[47] Pour un peu moins de $100 par an, Godaddy Domain Discount Club permet d'enregistrer et de renouveler les domaines avec une importante décote. A défaut, Godaddy émet des codes (coupons) offrant des réductions substantielles, sans avoir à être membre du Domain Discount Club.

[48] Avec la complicité de Godaddy, HugeDomains a programmé des robots qui analysent la valeur des noms de domaine dès qu'ils reçoivent une offre, puis surenchérissent automatiquement si celle-ci est suffisante, en général jusqu'à $500. Cela concerne essentiellement les noms de domaine en .COM sans tiret avec potentiel de marque ou qui correspondant à des termes recherchés. Par chance pour les référenceurs, HugeDomains ne semblent pas prendre en compte les métriques SEO dans ses critères de sélection.

Godaddy Closeouts

Lorsqu'aucune enchère n'est effectuée pendant les neuf jours d'enchères de Godaddy Expired Auctions, les noms de domaine sont vendus à prix fixe (Closeouts), auxquels il faut ajouter les frais de renouvellement et les taxes :

- le 1er jour à $50
- le 2nd jour à $40
- le 3e jour à $30
- le 4e jour à $11
- le 5e jour à $5

S'agissant des noms de domaine qui n'ont reçu aucune offre pendant la période d'expired auctions, il est peu probable de trouver des noms de domaine très recherchés. C'est toutefois le service que privilégient les domaineurs, car il est le seul moyen d'obtenir les noms de domaine directement.

Domain			WBY	ABY	TF	MDP	Reg	Traffic	Valuation	Price	Listing Type
qomprest.com	☆	×	2016	2018	0	0	16	0	1,666 USD	11 USD	Buy Now
It-Knowledge.com	☆	×	2003	2001	0	1	14	0	1,479 USD	5 USD	Buy Now
hoyoufat.com	☆	×	2022	-	0	1	13	0	41 USD	30 USD	Buy Now
rwcfrance.com	☆	×	2019	2021	0	0	13	0	2,004 USD	11 USD	Buy Now
ideal-m.com	☆	×	2019	2011	0	0	9	4	737 USD	50 USD	Buy Now
c-r-e.com	☆	×	2006	2004	0	0	9	0	893 USD	40 USD	Buy Now
Hair-Box.com	☆	×	2010	2008	0	0	8	0	1,226 USD	50 USD	Buy Now
Garde-Enfant.com	☆	×	2010	2007	0	1	8	0	888 USD	30 USD	Buy Now
MetaFibre.com	☆	×	2021	2021	0	0	7	0	2,826 USD	30 USD	Buy Now
Yoga-Do.com	☆	×	2005	2008	0	0	7	0	273 USD	40 USD	Buy Now
ebook-gratuit.com	☆	×	2004	2004	0	0	7	2	1,480 USD	50 USD	Buy Now
best-regards.com	☆	×	2004	-	0	0	7	4	633 USD	5 USD	Buy Now
Tree-Urn.com	☆	×	2022	2022	0	16	6	0	6 USD	5 USD	Buy Now
FeeMea.com	☆	×	2022	-	0	0	6	0	202 USD	5 USD	Buy Now
restoforum.com	☆	×	2021	2011	0	2	6	0	1,545 USD	5 USD	Buy Now
snoopl.com	☆	×	2018	2011	0	0	6	0	2,338 USD	40 USD	Buy Now
aum-yoga.com	☆	×	2022	-	5	4	6	2	475 USD	5 USD	Buy Now
ledeauville.com	☆	×	2000	2001	4	4	6	7	1,588 USD	40 USD	Buy Now
Dogs-Paradise.com	☆	×	2022	2002	0	0	6	0	1,215 USD	40 USD	Buy Now
Nft-Selection.com	☆	×	2021	-	0	0	5	13	573 USD	11 USD	Buy Now
CentralDrip.com	☆	×	2022	2023	0	0	5	0	114 USD	5 USD	Buy Now
Time-Solution.com	☆	×	2022	2011	0	0	5	7	19 USD	50 USD	Buy Now

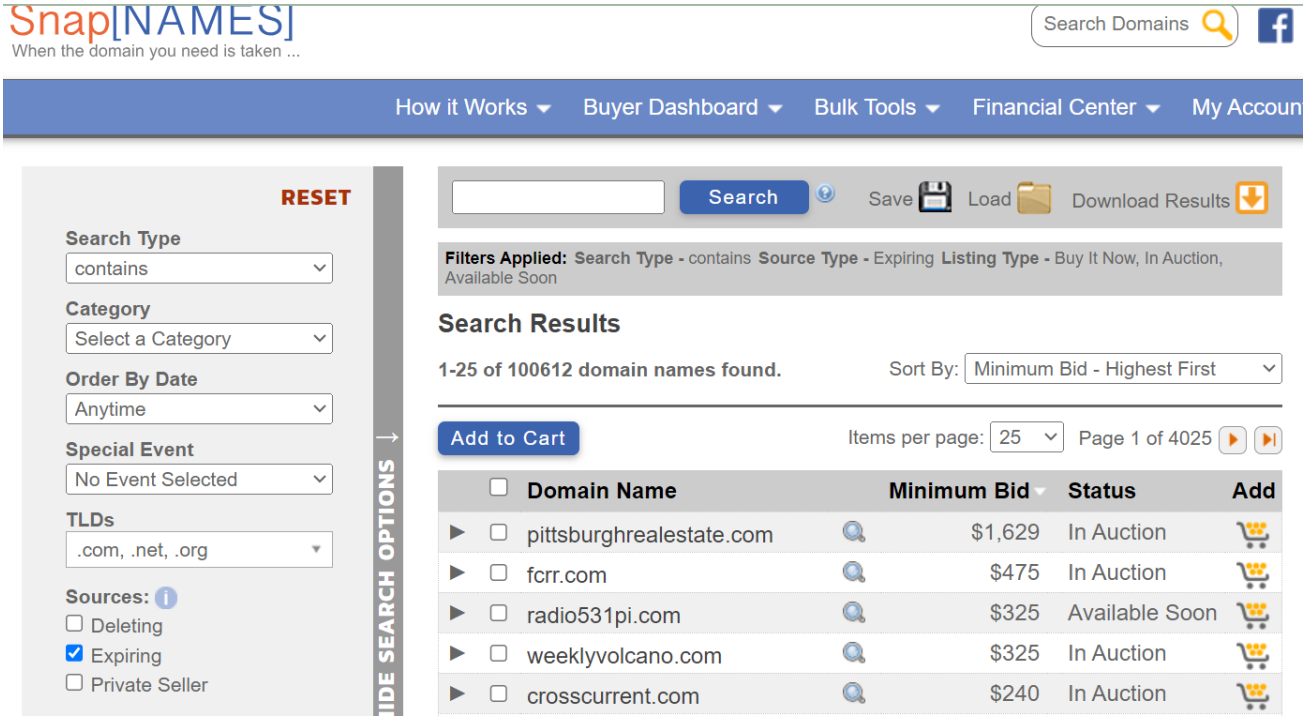
Dans l'exemple de l'image, le nom de domaine ebook-gratuit.com est disponible à $50+frais d'enregistrement et taxes, ledeauville.com à $40 et garde-enfant.com à $30. La concurrence étant relativement faible dans les closeouts, les investisseurs en noms de domaine tendent à attendre le 4e jour pour les obtenir, à $11. Il est possible d'attendre le 5e jour, à $5, mais cela comporte deux risques celui d'être devancé par un concurrent, et celui de ne pas pouvoir faire l'achat à cause d'une enchère terminée (les données d'ExpiredDomains ne sont pas exactement synchronisées avec Godaddy) ou d'un bug sur la plateforme.

2. Pre-release Snapnames

Snapnames et Namejet, dont l'offre est commune, possèdent un grand nombre de partenaires registrars, et donc également un large catalogue de noms de domaine en pre-release. Snapnames centralise en effet les enchères de bureaux d'enregistrement du groupe ou partenaires : Crazy Domains, DomainPeople, DirectNic, Dotology, Ionos (après 7 jours chez Sedo), Network Solutions, OnlineNic, Register, SRSPlus…

Tous les noms de domaine non renouvelés par leurs titulaires sont mis aux enchères pendant deux semaines, avec un prix de départ de $69 ou $79 dans la grande majorité des cas. On peut notamment y trouver des noms de domaine très anciens [49], car NetworkSolutions était historiquement le seul registrar.

La liste des noms de domaine en prerelease n'est plus consultable sur ExpiredDomains.net, ce qui est un avantage car cela limite la concurrence.



3. Autres offres

Du fait de sa position de 2e registrar au monde, Namecheap, propose un large catalogue de noms de domaine en prerelease. La concurrence y est modérée.

Les noms de domaine en .COM, .NET et .ORG non renouvelés par Huge Domains chez Namebright sont envoyés aux enchères pour trois jours, avant la fin de la période de grâce, avec un prix de départ de $10. De manière étonnante, les noms de domaine non renouvelés par les clients de Dropcatch ne sont pas envoyés en prerelease. Et contrairement à ce que fait HugeDomains avec Dropcatch Discount ou via les enchères Godaddy, les contre-enchères dans les prerelease viennent de véritables enchérisseurs et non de HugeDomains lui-même.

Dynadot est un excellent registrar, très apprécié des titulaires de larges portefeuilles de noms de domaine, ce qui en fait également une excellente source de noms de domaine en pre-release. C'est également le cas, dans une moindre mesure, de NameSilo et de SAV.

Sedo propose également des noms de domaine en prerelease pour les gTLD en provenance de Ionos, les deux sociétés appartenant au même groupe UnitedInternet.

[49] Contrairement au snap, l'achat d'un nom de domaine en prerelease ne remet pas le whois à zéro, si bien que l'on peut obtenir avec Snapnames des noms de domaine enregistrés dans les années 1990, pour $69 ou $79.

III. Rachats sur le second marché

Beaucoup plus onéreux que les achats en prerelease et naturellement que l'enregistrement de domaines libres, le rachat sur le second marché est une autre manière d'obtenir des noms de domaine expirés, et la seule permettant des achats à la fois de qualité et en quantité importante. Lorsque les noms de domaine sont en vente à prix d'achat immédiat, le process est simple et rapide.

A. Offres des namecatchers

Presque tous les namecatchers proposent, en plus du service de récupération de domaine expirés, des plateformes d'achat-vente de noms de domaine. Ceux-ci proposent généralement les enchères de noms de domaine expirés, les prelease et les ventes privées dans une même interface, ce qui peut entraîner une certaine confusion pour les personnes non averties.

1. Namecatchers spécialistes des gTLD

La marketplace de Godaddy (TDNAM) est la plus fournie parmi celles gérées les namecatchers, avec plus d'un million de noms de domaine en vente. Les noms de domaine en français sont peu nombreux, les vendeurs peu professionnels et la plateforme et son support, de qualité médiocre.

La marketplace de Dynadot (https://www.dynadot.com/market/auction) est plus intéressante. Outre les prerelease et les enchères ouvertes sur les snaps du moment, on y retrouve les noms de domaine mis en vente par les utilisateurs,

Leader de la récupération des noms de domaine expirés, Dropcatch (https://www.dropcatch.com/auctions), , propose une offre très semblable, avec toutefois moins de noms de domaine mise en vente par les utilisateurs.

Snapnames et SAV.com sont deux namecatchers d'extensions génériques, lesquels proposent également une marketplace bien fournie.

2. Namecatchers spécialistes des ccTLD

Presque tous les namecatchers spécialistes des ccTLD proposent à leurs clients de mettre en vente leurs noms de domaine ou vendent des noms de domaine qu'ils ont eux-mêmes récupérés, avec naturellement une majorité de domaines ccTLD en vente.

Exclusivement centré sur le marché français, Domexpire propose des enchères en permanence, incluant des noms de domaine mis en vente par les clients de Domexpire [50]. Son concurrent principal Kifdom propose un service de vente de noms de domaine expirés en .FR en achat immédiat, à partir de 10€.

Principal namecatcher de ccTLD en Europe, Nicsell possède une marketplace avec des noms de domaine en .FR, ainsi que de nombreuses autres extensions.

Parmi les autres marketplaces de ccTLD à consulter figurent Match.it et Nidoma, les deux proposant le .FR, mais étant surtout actives sur les marchés italiens et espagnols. InternetVikings met également en vente des noms de domaine en .FR à prix fixe sur sa marketplace, en plus de sa spécialité dans les domaines expirés de langues scandinaves.

[50] L'offre de mise aux enchères e st gratuite pour le 1er nom de domaine et coûte 5 € pour les suivants. En cas de succès de la vente, Domexpire prélève 10 % du montant.

B. Sites spécialisés dans la vente de noms de domaine expirés

Certains services mettent en vente des noms de domaine expirés déjà obtenus, ce qui évite d'avoir à passer par les services de backorders. Ces solutions conviennent à ceux qui ne souhaitent pas investir dans les abonnements nécessaires à la qualification des domaines, ni dépenser trop de temps et d'énergie pour connaître les spécificités des namecatchers et extraire les meilleurs noms de domaine dans de longues listes fastidieuses à trier.

SEO.Domains est un service de vente de noms de domaine expirés maintenu par une entreprise bulgare également éditrice de edoms.com. L'offre de noms de domaine pour le SEO est la plus riche en ccTLD, son fondateur Kalin Karakaheyov voyageant à travers le monde pour parfaire sa connaissance des marchés régionaux et multiplier les accréditations. Les prix de vente sont plus élevés que pour Domstocks, ExpireSEO et Domaination, mais les informations figurent dans ExpiredDomains, ce qui permet de détecter plus facilement les bonnes affaires.

Domstocks est un service proposé par Marc-Olivier Bernard, propriétaire de la maison de vente Boischaut, et l'auteur du présent ebook. Sur Domstocks, la grande majorité des noms de domaine pour le SEO sont en vente autour de 50€ [51]. Ils sont qualifiés et classés par catégorie, par type et par langue, avec un système d'alerte thématique qui permet d'être averti par email à chaque fois qu'un nom de domaine avec les caractéristiques souhaitées est ajouté. Le service se distingue par une large offre de domaines EMD et brandable, accessible via l'adresse DomainePremium.fr

ExpireSEO est un service similaire, géré par l'éditeur de la solution de netlinking low-cost AccesLink.

Domaination se situe dans les mêmes niveaux de prix qu'ExpireSEO et DOmstocks, avec comme particularité que les noms de domaine sont vendus aux enchères, et non à prix fixe.

C. Plateformes d'achat-vente de noms de domaine

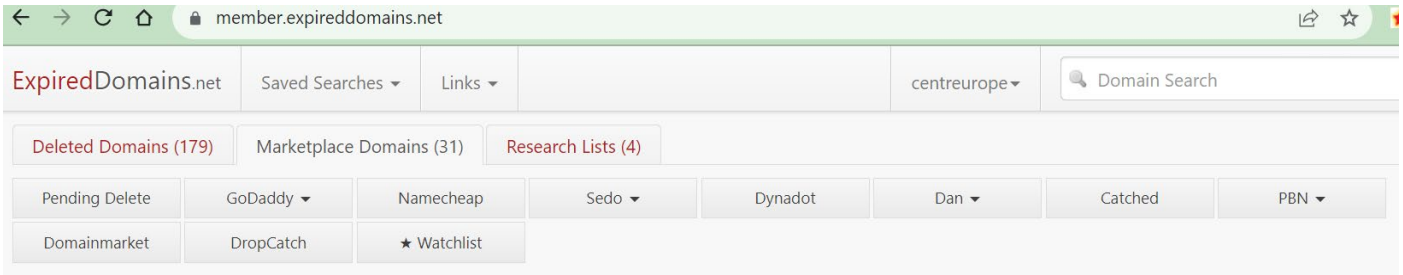
L'Allemand Sedo, l'Américain Afternic et le Néerlandais DAN.com [52] possèdent des catalogues de plusieurs millions de noms de domaine en vente. Chacun peut y acheter et vendre des noms de domaine expirés ou non, dans toutes les langues.

Les noms de domaine pour le SEO ne sont pas séparés des autres types de noms de domaine, mais il est possible de les identifier grâce aux filtres d'ExpiredDomains. **Les prix pratiqués sur ces plateformes sont souvent irréalistes et la qualité moyenne très faible, mais il existe parmi les millions de domaines en vente de belles affaires à faire, à condition d'utiliser les bons filtres.**

[51] Il faut aller à la page https://www.domstocks.com/coupon et entrer : BULK2021. Cela réduit de 40 euros le prix de tous les domaines, quelle que soit la quantité commandée. Il n'y a besoin de le faire qu'une fois (même sans achat) et la réduction est appliquée ensuite de manière permanente.

[52] Tout comme Afternic, Dan.com appartient désormais au groupe américain Godaddy.

Domaines en vente sur Sedo, Dan et Godaddy



Les noms de domaine en vente se trouvent dans l'onglet « MarketPlace ». Il est nécessaire de créer et d'enregistrer une recherche différente pour chaque source, en l'occurrence ici Sedo, Godaddy et Dan. Afternic n'est pas proposé par ExpiredDomains, mais s'agissant du même groupe, on retrouve les noms de domaine d'Afternic sur Dan et sur Godaddy [53].

D. Rachat de gré à gré

1. Rachat à un titulaire connu ou non

Certains noms de domaine expirés ne sont pas utilisés par leur propriétaire, ou le sont sommairement à l'aide d'une page dite de « parking » ou d'un petit site, en attendant de pouvoir les revendre. Dans la plupart des cas, il est possible de contacter les titulaires via un formulaire de contact ou via les informations figurant dans le whois. Si les données du titulaire sont cachées, plusieurs solutions peuvent être tentées :

- contacter le registrar, qui transférera le message au titulaire du nom de domaine ;
- utiliser des services comme riskIQ, pour contourner le whois privé
- rechercher une éventuelle page de contact sur une version ancienne de WebArchive ;
- recherche le nom de domaine sur les plateformes de vente les plus utilisées comme Afternic, Sedo et Dan.

Dans le cas du .FR, ce formulaire permet de contacter directement le contact administratif du nom de domaine : https://www.afnic.fr/noms-de-domaine/resoudre-un-litige/joindre-contact-administratif/

Lorsque le budget le permet, les opérations de rachats peuvent être confiées à des intermédiaires spécialisés, familiers avec les aspects juridiques, techniques et financiers de ces opérations. Sur le marché français, Domainium, Solidnames et plusieurs registrars grands comptes tels que Safebrands bénéficient d'une grande expérience dans l'achat de noms de domaine, ainsi que de contacts approfondis avec la communauté des domainers, ce qui facilite la négociation des prix et la fluidité des transactions.

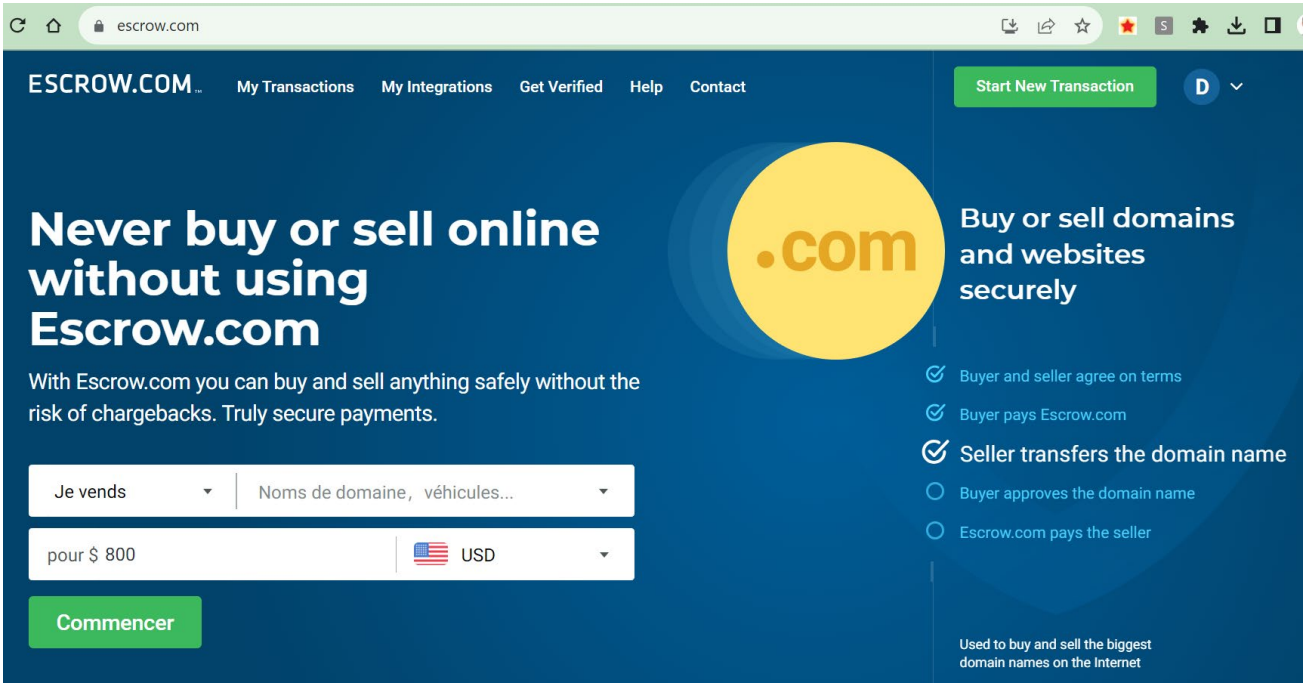
2. Rachat après une sollicitation par mail

Les détenteurs de larges portefeuilles de noms de domaine reçoivent couramment des propositions de rachat de noms de domaine par email, les vendeurs se servant des infos whois pour leur prospection, en identifiant les titulaires de noms de domaine proches (avec ou sans tiret, autre extension, etc.) de ceux qu'ils proposent. Ces offres concernent majoritairement des noms que ceux-ci ne détiennent pas, typiquement parce qu'ils sont libres à l'enregistrement ou en période de rédemption. En cas d'intérêt pour le nom de domaine, il suffit souvent de l'enregistrer auprès de son registrar ou de poser un backorder.

[53] Onglet Godaddy TDNAM dans ExpiredDomains

Si le nom de domaine est bien détenu par la personne ayant envoyé le mail, il est nécessaire d'être prudent dans la transaction, les ventes de noms de domaine étant marquées par des tromperies fréquentes. Une première précaution pour l'acheteur consiste à vérifier que le vendeur est bien titulaire du nom. Quand deux parties se mettent d'accord sur un prix d'achat d'un nom de domaine, c'est en principe d'abord à l'acheteur de réaliser le paiement. Lorsque l'achat est réalisé auprès d'une personne et non via une plateforme, il existe un risque que le vendeur ne réponde pas aux sollicitations de transfert de l'acheteur et disparaisse avec le paiement. Pour éviter tout risque, il est recommandé d'utiliser un service de tiers de confiance, comme Escrow, Sedo ou DotMarket.

Escrow.com



Escrow.com est le leader mondial des services de séquestre. Utilisé pour les noms de domaine mais également pour tous types de biens immatériels ou physiques (ie. vente d'une voiture), le service consiste à encaisser dans un premier temps le produit de la vente et de ne le transmettre au vendeur qu'une fois que l'acheteur a déclaré avoir reçu le bien.

Relativement lent et peu adapté aux particularités européennes, ce service est beaucoup utilisé pour les vente de noms de domaine, faute de réelle concurrence. Son principal avantage est le prix. La commission d'Escrow dépend du prix de vente, mais reste modique, de l'ordre de 1 % pour les ventes en milliers d'euros.

E. Rachat de sites internet

Bâtir un site à partir d'un nom de domaine expiré comporte toujours une part de risque, notamment quant à ses futures performances dans Google. Certains préfèreront directement acheter un site internet sur la base de ses performances ou de son potentiel. Sur ce créneau, DotMarket s'est imposé, notamment pour les sites performants et de montants élevés. C'est d'ailleurs souvent le meilleur moyen d'obtenir des noms de domaine avec haut potentiel, les noms de domaines expirés de haute qualité étant très rares et disputés par de très nombreuses personnes sur les canaux classiques des ventes des namecatchers.

Son concurrent VIPSEO propose également des sites avec trafic, ainsi que des noms de domaine pour le SEO, à différentes gammes de prix.

Chapitre 7. Récupération des noms de domaine expirés

I. Principes du snap

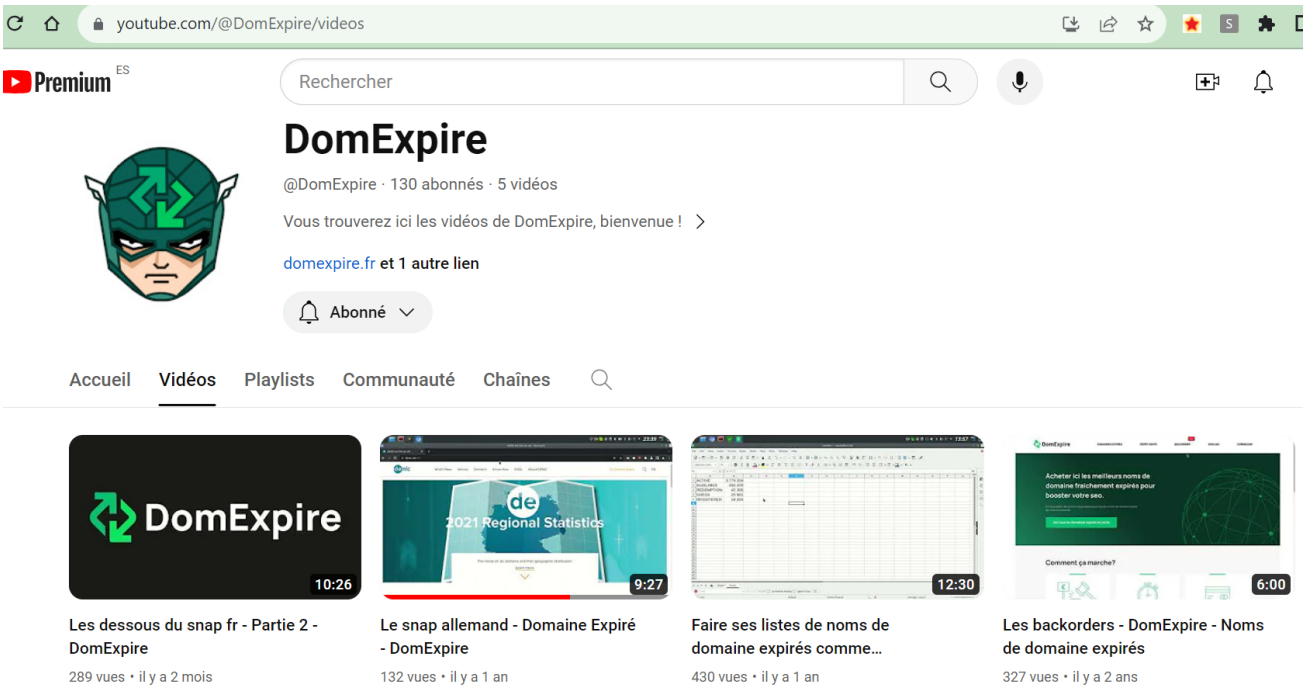
A. Scripts de récupération

1. fonctionnement

Le snap de nom de domaine consiste à effectuer une demande d'enregistrement à l'instant même où celui-ci devient disponible.

Certains registrars comme InternetBS, OVH ou Dynadot proposent une API qui permet d'automatiser le processus au moyen d'un script d'enregistrement. Il suffit pour cela d'écrire un simple script effectuant l'enregistrement, et de connaître la date et l'heure de libération du nom de domaine, pour déclencher le script dès que le nom de domaine retombe dans le domaine public. La date d'expiration peut être obtenue via *ExpiredDomains.net*, l'heure dépendant de chaque extension.

Comment fonctionnent les backorders en .FR, par Domexpire ?



Dans sa chaîne Youtube https://www.youtube.com/@DomExpire, DomExpire propose des infos précises sur l'horaire de libération des noms de domaine en .FR, dans des vidéos courtes, précises et synthétiques.

2. Une efficacité limitée

Jusqu'au milieu des années 2010, il suffisait le plus souvent de connaître la date et l'heure d'effacement du nom de domaine [54], et de l'enregistrer auprès du registrar de son choix. Ceci est encore possible dans une certaine mesure pour les drops dans les extensions secondaires, mais pour les

[54] Les .COM et .NET sont libérés en début de soirée heure française, les .ORG en début d'après-midi, les .INFO, le matin, etc.

extensions majeures comme le .COM, le .NET, le .ORG et les principaux ccTLD, il n'est plus possible d'obtenir de noms de domaine recherchés de cette manière.

En effet, les enjeux autour des noms de domaine expirés sont tels que seuls les namecatchers obtiennent les noms de domaine, grâce aux privilèges en termes d'envoi de requêtes que leur donne leur statut de registrar. Pour obtenir des noms de domaine de qualité, il est nécessaire de poser des réservations, appelées backorders, auprès des namecatchers, c'est-à-dire des sociétés spécialisées dans la récupération de noms de domaine expirés.

B. Pose de backorders

1. Principe des backorders

Proposé par des sociétés spécialisées appelées « namecatchers », le service de backorder consiste à enregistrer un nom de domaine expiré pour le compte d'un client, à l'instant même où il retombe dans le domaine public [55].

La concurrence étant forte entre les namecatchers, poser un backorder chez un prestataire ne garantit pas d'obtenir le nom de domaine souhaité. Il est recommandé de le faire auprès de tous les namecatchers susceptibles d'obtenir le nom de domaine, ce qui nécessite de bien connaître leur hiérarchie et leurs spécialisations respectives. En pratique, la récupération de noms de domaine expirés nécessite d'utiliser régulièrement au moins une demi-douzaine de services, avec l'obligation de créer un compte auprès de chacun d'entre eux.

Si plusieurs personnes ont placé un backorder pour le même nom de domaine auprès du namecatcher l'ayant obtenu, une enchère de quelques jours, dont la durée varie selon les services, est organisée. Dans certains cas, l'enchère ne concerne que les personnes ayant placé un backorder pour le nom de domaine concerné, et dans d'autres, elle est ouverte à tous. Le client n'a rien à payer tant que le nom de domaine précommandé n'est pas obtenu.

2. Conseils pour les backorders et les enchères

Le principe des enchères implique certains risques contre lesquels il faut se prémunir et requiert des connaissances sur les différents systèmes pour optimiser ses chances d'obtention des noms de domaine dans les meilleures conditions.

Enchères Proxy

Tous les sites de récupération de domaines expirés proposent un système d'enchères proxy, qui comportent certains avantages pour l'enchérisseur. Celui-ci entre son prix maximum et n'a plus à se soucier de l'évolution des prix, les enchères étant placées de manière automatique par le système. Ce système évide la perte d'un nom de domaine pour indisponibilité à la fin d'une enchère, ou au contraire d'avoir à surpayer un domaine car on enchérit au dernier moment avec l'adrénaline de l'enchère, pour être déçu quelques minutes après l'acquisition, quand celle-ci est retombée.

Il est conseillé de placer son enchère proxy ou d'enchérir le plus tard possible, afin ne pas donner d'informations aux concurrents, et ne pas augmenter la visibilité du nom de domaine. C'est en revanche inutile d'attendre la dernière seconde, les enchères étant systématiquement prolongée d'une certaine durée, souvent 5 minutes, dès qu'une enchère a lieu après la fin prévue de l'enchère.

[55] Cette action est dénommée « snap » dans le jargon des spécialistes. Snapper un nom de domaine signifie l'enregistrer dès qu'il retombe dans le domaine public.

Il est conseillé de toujours enchérir à 1 niveau au-dessus de son palier maximum, c'est-à-dire 510 euros et non 500 par exemple. Les enchères sont presque toujours fixées à des prix psychologiques, et les personnes en compétition ont souvent le même prix psychologique en tête. Si trois enchérisseurs se retrouvent dans une bataille avec le même prix de 500 euros, l'enchère s'arrêtera et l'un d'entre eux obtiendra le nom de domaine à ce prix, tandis que les deux autres seront perdants, alors que les trois avaient le même prix maximum. Si l'un des trois enchérit à 510, il obtiendra le nom de domaine de manière certaine, sans que les deux adversaires ne sachent que tous les trois avaient le même prix maximum en tête.

3. Risques d'irrégularités sur les enchères à montants élevés

Les mauvaises pratiques sont fréquentes dans le secteur des noms de domaine, notamment en cas d'enchères à montants élevés. Les sociétés de récupération de noms de domaine sont des entreprises privées sans aucun agrément ni contrôle des enchères et aucune confiance aveugle ne doit leur être accordée.

Sur Dropcatch, société opaque ne donnant pas le moindre gage de confiance, il arrive que des noms de domaine finissant à des niveaux très élevés ne soient pas vendus, faute de paiement de la part du gagnant. La bonne pratique dans ce cas est de proposer le nom de domaine au second enchérisseur, en calculant le prix final en retirant les enchères du vainqueur. Dropcatch ne choisit pas ce système et remet aux enchères les noms de domaine, avec des montants finaux souvent plusieurs fois inférieurs, ce qui laisse à penser que des irrégularités ont pu avoir lieu. Celles-ci peuvent venir du site lui-même [56], ou plus souvent d'une certaine forme de laxisme par rapport à des enchères faites par des personnes n'ayant pas l'intention d'acheter le domaine. Par exemple, certaines enchères sur Domexpire ou Kifdom sont artificiellement poussées par des personnes directement intéressées par la vente [57], ou par d'autres qui souhaiteraient nuire à l'acheteur.

II. Offres des namecatchers

Un grand nombre de sociétés pratiquent l'activité de snap, avec des spécialisations pour une ou plusieurs extensions. Dans les principales extensions, un nom de domaine ne peut pas échapper à un namecatcher, du fait des moyens techniques mis en œuvre par ces sociétés. Il n'est toutefois pas possible de savoir à l'avance lequel d'entre eux obtiendra le nom de domaine. Pour maximiser ses chances d'obtenir un nom de domaine, il est donc nécessaire de placer un backorder auprès de tous les namecatchers susceptibles de l'obtenir, lesquels sont différents selon qu'il s'agit d'extensions génériques ou nationales.

A. Namecatchers spécialistes des gTLD

1. Un marché dominé par deux acteurs

Les noms de domaine les plus convoités dans les extensions génériques sont enregistrés à l'instant même où ils redeviennent disponibles, par des robots multipliant les requêtes d'enregistrement. Certains registrars tels qu'InternetBS ou Dynadot proposent une API permettant d'automatiser ces

[56] En 2010, la société Snapnames a été condamnée par la justice américaine, car elle utilisait depuis des années un enchérisseur fictif, avec le pseudo *halvarez*, pour faire monter les prix.

[57] Bien que la pratique soit interdite par l'AFNIC, de nombreux bureaux d'enregistrement louent leur EPP à Kifdom et Domexpire, afin que ceux-ci augmentent leur probabilité d'obtenir les noms de domaine très concurrentiels. Lorsque le nom de domaine est obtenu depuis leur bureau d'enregistrement, elles touchent un pourcentage de la vente, autour de 30 % du prix.

requêtes. En pratique, il est toutefois impossible pour un particulier d'obtenir un nom de domaine possédant de bonnes métriques SEO sans passer par les services d'une société spécialisée, c'est-à-dire sans poser un backorder auprès d'un namecatcher.

Le nombre de requêtes d'enregistrement par registrar agréé ICANN étant limité, les sociétés spécialisées dans le snap de noms de domaine utilisent les services de partenaires ou de registrars créés dans ce seul but. En mars 2020, l'Américain Dropcatch, possédait à lui seul plus de mille deux cents registrars, soit environ la moitié de tous ceux agréés par l'ICANN, et Snapnames plusieurs centaines.

La récupération de noms de domaine expirés en .COM, .NET et .ORG est simplifiée par le fait que le marché est dominé par ces deux acteurs : Dropcatch et Snapnames/Namejet. Lorsqu'un nom de domaine en .COM, NET ou .ORG est en statut « Pending Delete», la manière la plus efficace de l'obtenir est de poser un backorder chez Dropcatch ET chez Snapnames.

Avec une probabilité supérieure à 99 % [58], l'un des deux l'obtiendra et l'attribuera à la personne l'ayant réservé, ou bien organisera une enchère, si au moins deux personnes avaient posé une réservation pour le nom de domaine. Les tarifs des backorders sont de $59 chez Dropcatch et $79 chez Snapnames/Namejet. Les deux sociétés proposent des offres discount à des tarifs plus bas, en direct ou auprès de partenaires. Le montant n'est facturé au client que dans le cas où le nom de domaine est récupéré.

2. Dropcatch

Une société opaque, avec des moyens considérables

Depuis le milieu des années 2010, Dropcatch est le leader de la récupération des noms de domaine expirés en .COM, .NET et .ORG, seulement concurrencé par Snapnames/Namejet, qu'il devance pour les snaps à petit prix et avec lequel il fait au moins jeu égal pour les noms de domaine plus concurrentiels. Sa performance est due au nombre de bureaux d'enregistrement accrédités par l'ICANN du groupe, lequel s'élève à 1256, sur un total de 2663. Ceci signifie que 47 % des bureaux d'enregistrement accrédités par l'ICANN sont des organismes fictifs rachetés ou créés par Dropcatch, dans le seul but d'exercer son activité de namecatcher.

Dropcatch est une des marques de la société Turncommerce Inc, basée au Colorado (USA). Elle est également propriétaire de Huge Domains, plus grand détenteur de noms de domaine au monde, et du registrar Namebright. Certaines zones d'ombre entourent la société Turncommerce, notamment quant à son manque d'éthique, les doutes sur son business models et l'origine de ses fonds.

Effectuées à partir de processus automatisés sans supervision humaine, les décisions d'achat et les prix de vente de HugeDomains sont souvent irrationnels et tout porte à croire que l'activité de l'entreprise est structurellement déficitaire [59].

Pré-réserver un nom de domaine sur Dropcatch

L'offre principale de Dropcatch consiste à essayer d'enregistrer un domaine de domaine précommandé par un client, dès l'instant où il devient disponible. L'offre ne concerne que les noms de domaine en

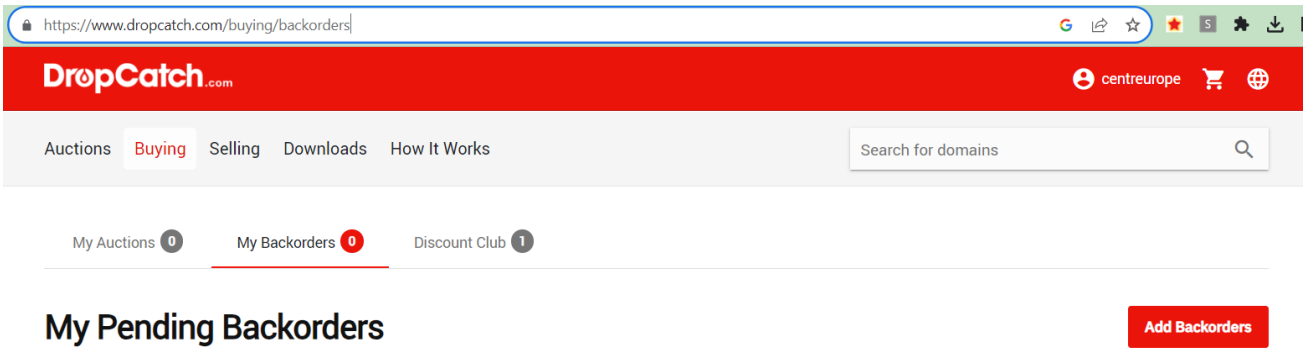
[58] La situation était complètement différente avant 2015. Le secteur du dropcatching évolue en permanence, avec des fusions, des rachats, l'entrée de nouveaux acteurs, etc.

[59] L'une des explications avancées par certains postule que HugeDomains sert avant tout à blanchir de l'argent, comme cela arrive couramment dans le secteur des noms de domaine. Dans ce cas, un résultat déficitaire est normal et acceptable.

.COM, .NET et .ORG. Pour connaître les noms de domaine qui seront prochainement disponibles et sur lesquels on peut donc poser une pré-réservation (backorder), il est nécessaire d'utiliser les listes fournies par ExpiredDomains.net ou d'autres services.

Le backorder sur Dropcatch s'ajoute à la page https://www.dropcatch.com/buying/backorders, en cliquant sur le bouton « Add Backorders ».

Contrairement à Snapnames qui l'accepte à tout moment, un backorder ne peut être posé sur Dropcatch que lorsque le nom de domaine est en période de pending delete. Celui-ci doit être posé pour un .COM ou un .NET au plus tard à 18H45 heure de Paris/Madrid [60] le jour de l'effacement du nom de domaine, et 14H45 pour un .ORG.



Le prix du backorder est de $59 pour les noms de domaine en .COM et .NET, $15 pour les .ORG. Aucun montant n'est débité tant que le nom de domaine n'est pas obtenu.

Dès qu'un nom de domaine en .COM, .NET ou .ORG retombe dans le domaine public et qu'il avait été précommandé sur Dropcatch, le service essaie de l'enregistrer. Environ trente minutes plus tard, le client est averti du résultat par email :

- obtention du nom de domaine, ce qui entraîne le prélèvement automatique de $59, puis le placement dans la foulée du nom de domaine dans le compte Namebright [61] du client ;
- mise aux enchères pendant trois jours du nom de domaine, avec un prix de départ de $59, ce qui signifie que Dropcatch l'a obtenu et qu'au moins deux personnes avaient effectué un backorder.
- échec, c'est-à-dire que le nom de domaine a été obtenu par un autre namecatcher, en pratique quasiment toujours Snapnames/namejet ;

Contrairement à son concurrent Snapnames, les enchères sur Dropcatch sont des enchères ouvertes, c'est-à-dire que tout le monde peut y participer, même sans avoir placé de backorder sur le nom de domaine. Cette caractéristique est avantageuse pour les acheteurs qui ne souhaitent pas analyser les noms de domaine en amont, nombre d'entre eux choisissant de se rendre quelques minutes avant la fin des enchères (20h pour un .COM ou un .NET, 15 h pour un .ORG [62]). En revanche, la facilité pour

[60] L'horaire final d'acceptation des backorders est avancé ou retardé d'une heure pendant trois semaines dans l'année, le passage aux heures d'été et d'hiver étant différent aux Etats-Unis et en Europe.
[61] Lors de la création d'un compte Dropcatch, un compte Namebright est automatiquement créé par Dropcatch, avec les mêmes identifiants.
[62] Horaire différent trois semaines par an (cf. Note de bas de page précédente)

participer aux enchères entraîne logiquement des prix en moyenne plus élevés que sur Snapnames/Namejet.

Pour les noms de domaine expirés peu concurrentiels, Dropcatch propose un autre service plus intéressant pour les acheteurs : Dropcatch Discount.

Dropcatch Discount

Dropcatch Discount (https://www.dropcatch.com/buying/discount-club) permet de poser une pré-réservation sur un nom de domaine à un prix au choix allant de 11 à 58$. Ce service n'est disponible que pour les noms de domaine avec les extensions .COM et .NET.

Si plusieurs personnes ont effectué une pré-réservation sur le même nom de domaine via Dropcatch Discount et que Dropcatch parvient à l'obtenir, il est automatiquement attribué, sans enchère, à celui qui a indiqué le montant le plus élevé [63]. Logiquement, les pré-réservations à $59 sont prioritaires par rapport au service Domain Discount Club.

Dropcatch ne met pas en avant cette fonctionnalité sur son site, afin d'orienter en priorité les acheteurs vers le backorder standard, beaucoup plus lucratif pour lui. Dropcatch utilise toutefois ce service pour alimenter les acquisitions de sa société sœur HugeDomains, en profitant du travail de recherche effectué par les clients de Dropcatch Discount. Chaque nom de domaine obtenu via son service Dropcatch Discount est en effet testé par un algorithme. S'il s'agit d'un terme suffisamment recherché, en COM et sans tiret, celui-ci n'est pas attribué au client ayant effectué la précommande avec le plus gros montant, mais récupéré par HugeDomains. Dropcatch indique comme résultat « Partner », se gardant bien d'indiquer au client que celui-ci venait de faire gratuitement un travail de veille pour HugeDomains [64].

En pratique, il est donc impossible d'obtenir un nom de domaine avec un potentiel important de revente via Dropcatch Discount. En effet, HugeDomains, société soeur de Dropcatch, préempte presque systématiquement les domaines .COM sans tiret en Discount Backorder, dès lors que ceux-ci possèdent des valeurs estimées élevées, typiquement car ils correspondent à des requêtes recherchées ou prennent la forme de noms de domaine brandable. HugeDomains met dans la foulée en vente ces noms de domaine pour un prix totalement irréaliste, d'environ 3600$.

Cette pratique sur Dropcatch Discount ne pénalise toutefois pas les personnes recherchant des noms de domaine pour le référencement. En effet, HugeDomains se base sur des outils d'évaluation des noms de domaine de type Estibot, lesquels ne prennent pas en compte le potentiel SEO des noms de domaine.

2. Namejet / Snapnames

Autrefois concurrents, Snapnames et Namejet sont deux noms différents d'un même service de récupération de noms de domaine expirés. Tous deux appartiennent au géant américain de

[63] Les prix des concurrents étant souvent des prix psychologiques (15, 20, 25, 30… etc.), il est recommandé de choisir systématiquement le palier supérieur : 16, 21, 26, 31, etc.)

[64] Avec la complicité de Godaddy, HugeDomains utilise une technique similaire sur les ExpiredAuctions de Godaddy. Même lorsqu'une enchère est effectuée pendant les dernières secondes, les robots de HugeDomains surenchériront, souvent jusqu'à $500 si nécessaire, dès lors que leur algorithme considère qu'il existe une valeur de revente potentielle pour le nom de domaine.

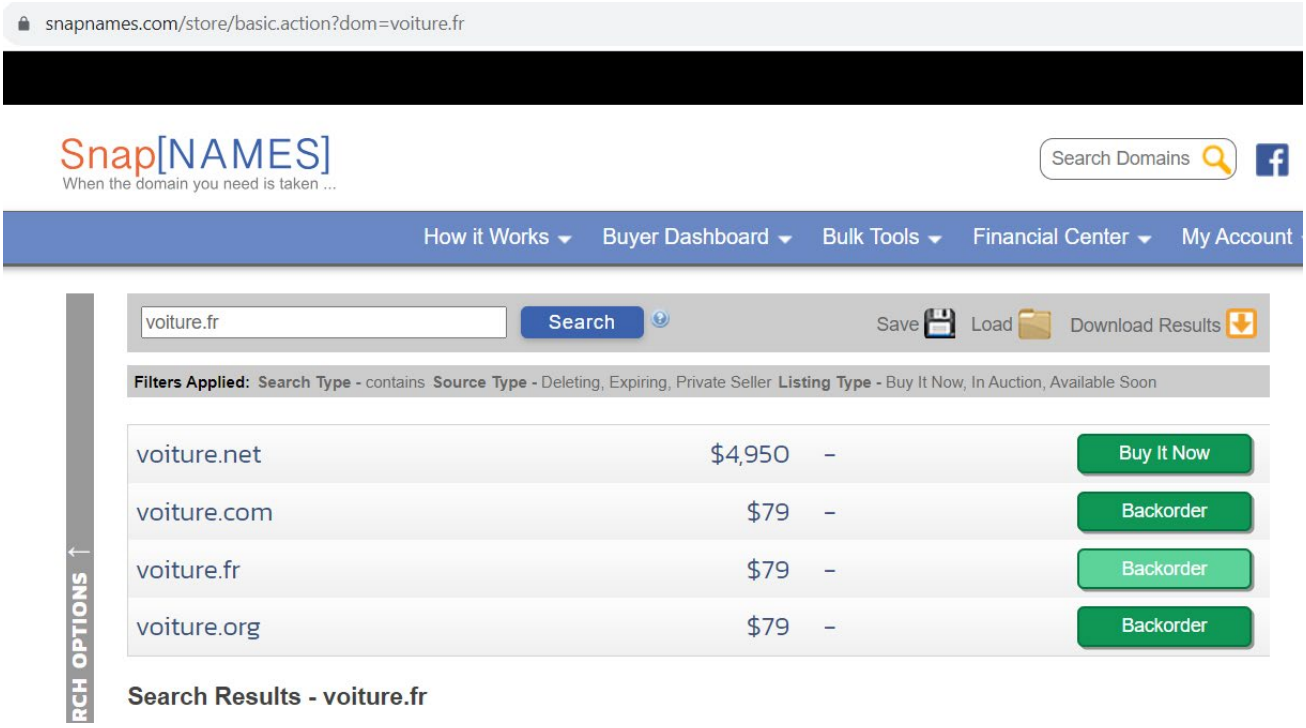
l'hébergement et du web Newfold Digital. Il n'existe plus aucune différence entre les deux services, l'interface de Snapnames étant désormais utilisée dans les deux sites.

Pré-réserver un nom de domaine sur Snapnames

La pré-réservation d'un nom de domaine se réalise depuis la homepage et coûte $79, payables uniquement en cas de succès de la récupération du nom de domaine. L'offre de Snapnames semble concerner toutes les extensions (cf. Tableau ci-après), mais en pratique le service n'est compétitif que pour les noms de domaine en .COM, .NET, .ORG et .INFO.

Contrairement à Dropcatch qui n'accepte les backorders que pendant la période de pending delete, ceux-ci peuvent être réalisés à n'importe quel moment du cycle de vie d'un nom de domaine, y compris lorsque celui-ci est actif. Certains clients profitent de cette possibilité pour ajouter des centaines ou des milliers de noms de domaine en backorders, par exemple à partir d'une liste de sites de référence dans une thématique, en pariant sur le fait qu'une partie de ceux-ci finiront un jour par expirer. Cette technique est risquée, car les backorders restent valables de manière indéfinie, avec le risque de devoir payer pour des noms de domaine placés par le passé en backorder, mais qui ne nous intéressent plus au moment de leur récupération.

Snapnames propose par erreur le snap en .FR



Dans cet exemple, Snapnames propose de réaliser un backorder pour le nom de domaine voiture.fr, ce qui est impossible puisque le service ne compte aucun registrar qui propose l'extension .FR

Si une seule personne avait effectué une pré-réservation pour un nom de domaine qu'a obtenu Snapnames, ce dernier lui est directement attribué.

Si plusieurs personnes ont effectué une pré-réservation sur le même nom de domaine et que Snapnames ou Namejet parvient à l'obtenir, il est automatiquement envoyé aux enchères, pour trois jours.

Contrairement à Dropcatch, seules les personnes ayant effectué une pré-réservation sur Namejet ou Snapnames peuvent participer à l'enchère [65], ce qui est un avantage pour les enchérisseurs.

Les noms de domaine obtenus par Snapnames sont gérés par l'un des registrars du groupe, en principe NetworkSolutions, l'un des plus chers et des plus mauvais bureaux d'enregistrement du marché. Dès l'obtention du nom de domaine, il est recommandé d'en demander le auth code, et de lancer le transfert vers son registrar, dès que les 60 jours de blocage de l'ICANN sont terminés. Dans tous les cas, il faut éviter tout renouvellement tardif chez Networksolutions, celui-ci étant facturé plus de 60€ par NetworkSolutions, dès la première minute de dépassement, alors qu'il est gratuit partout ailleurs.

D'une manière générale, les difficultés d'obtention des noms de domaine snappés sont courantes avec le service Snapnames/Namejet, et le support lent à répondre et inefficace dans ses réponses.

Revendeurs Snapnames

Contrairement à Dropcatch, Snapnames ne propose pas directement de service discount. Cependant, le service possède une poignée de partenaires qui peuvent récupérer les noms de domaine au prix d'enregistrement de NetworkSolutions.

Par exemple, Catches.io permet pour, au choix 20$ ou $40, d'obtenir des noms de domaine en .COM, .NET et .ORG notamment. De même, GName propose des options de snap pour le .COM et d'autres extensions, avec différents niveaux de prix [66]. Les noms de domaine obtenus sont déposés sur le compte NetworkSolutions du client.

De la même manière que Snapnames bat souvent Dropcatch, les revendeurs Snapnames peuvent battre Dropcatch Discount et même Dropcatch standard. En revanche, n'importe quelle précommande sur Snapnames est prioritaire par rapport à à ses revendeurs.

3. Autres namecatchers proposant les extensions génériques

D'autres services proposent la récupération de noms de domaine expirés en .COM et .NET, mais sauf exception, aucun ne peut battre Dropcatch ni Snapnames. La domination de ces deux leaders est moins nette pour le .ORG que pour le .COM et le .NET puisque certains namecatchers comme Dynadot, SAV ou Catched obtiennent régulièrement des .ORG en snap.

Ces namecatchers secondaires peuvent également faire l'affaire pour les noms de domaine en .COM et .NET peu concurrentiels, à condition de ne pas poser de backorder sur Snapnames ni Dropcatch ou Dropcatch Discount, et d'espérer que personne d'autre ne l'a fait.

D'autres acteurs comme Hexonet ou Godaddy proposent également un service de snap dans les extensions génériques, mais avec une très faible probabilité de réussite, sauf si aucun autre namecatcher n'est en concurrence.

4. Cas des extensions exotiques

Une demi-douzaine de namecatchers affichent des performances plus ou moins convenables sur les extensions génériques non prises en charge par Dropcatch, notamment le .INFO, le .BIZ ou encore le

[65] Pendant des années, Snapnames faisait participer de faux enchérisseurs, mais tout porte à croire que cette pratique, pour laquelle Snapnames a été condamnée en justice, est désormais révolue.
[66] Le Français David Czinczenheim proposait également par le passé un service similaire via le site Prnator.com, et le fait désormais de manière informelle avec les clients ayant des besoins de snap en volume.

.WS. Les mêmes acteurs proposent également des extensions pays utilisés de manière générique comme le .IO, le .ME, etc.

Les règles de nommage sont définies dans des documents dont le contenu varie d'un registre à l'autre. Le plus souvent, l'enregistrement n'est soumis à aucune condition particulière, si ce n'est diverses obligations de nationalité du déposant pour certains ccTLD ou d'activité pour certains TLD spécifiques (MUSEUM, TRAVEL, etc.).

Dynadot est efficace pour les extensions secondaires. Si au moins deux backorders ont été posés, une enchère de six jours est organisée. Tout le monde peut y participer, même sans avoir posé de backorders.

Sav.com est un service américain de snap, efficace et bon marché. Le snap d'un nom de domaine en .COM ne coûte que $7. Des enchères ouvertes de 10 jours sont également organisées en cas de backorders multiples.

L'américain Park.io et le taïwanais Docky.ly sont spécialistes des extensions exotiques.

Hexonet est un revendeur du registrar 1Api, propose le snap d'extensions exotiques. Le snap ne peut être déclenché qu'en cas de solde suffisant dans le compte.

L'Américain Epik.com, dont les performances en snap sont très modestes, a pour particularité de n'accepter qu'un seul backorder, ce qui évite toute enchère.

L'anglais DomainRecover (groupe BB-online) propose également toutes les extensions.

B. Namecatchers spécialistes des ccTLD

Les opérateurs spécialisés dans la récupération de noms de domaine dans les extensions nationales sont très nombreux et de taille incomparablement plus petite que Dropcatch, Snapnames/Namejet et Godaddy.

1. Namecatchers spécialistes du .FR

Le marché du FR compte une demi-douzaine de compétiteurs, avec, au moment où ces lignes sont écrites en novembre 2023, un leadership assez net des français Kifdom et Domexpire. Le néerlandais DomainOrder est également performant, suivi de l'allemand Nicsell [67] et de l'Italien Match. Catched.com ferme la marche.

Connexions FR Rush des registrars (novembre 2023)

[67] L'organisation des enchères chez Domainorder et Catchtiger est dite à l'allemande, c'est-à-dire que celles-ci démarrent avant l'obtention du nom de domaine. Cela permet de connaître le prix qui sera payé en cas de snap d'un nom de domaine, et donc d'axer les efforts de récupération sur les plus lucratifs. Bien sûr, le vainqueur de l'enchère n'a rien à payer si le nom de domaine n'est pas obtenu.

NOM DU BUREAU D'ENREGISTREMENT ↑	NOMBRE DE CONNEXIONS ACTIVES ↓
KIFCORP	60
JRWEB	60
Telepublicity B.V.	15
CRegISP Ltd	10
Catchtiger B.V.	10
FUNCALL BV	8
Edomains LLC	5
ALGORITHMEDIA srl	5
Webguru	2

Depuis la bascule de l'AFNIC en 2023, les performances des namecatchers sont fortement corrélées au nombre de connexions FR Rush louées. Les 3 leaders sont en effet ceux en possédant le plus : 60 pour Kifdom et Domexpire, 25 pour DomainOrder (15+8+2)

Une dizaine d'autres namecatchers sont également actifs sur le .FR pour leurs besoins propres ou ceux de leurs clients, mais ils ne parviennent généralement pas à devancer les six namecatchers ouverts au public listés ci-dessus.

Le snap de noms de domaine en .FR requiert la souscription au service FR RUSH de l'AFNIC, lequel permet un nombre élevé d'envoi de requêtes d'enregistrement, donnant un avantage significatif par rapport aux EPP des bureaux d'enregistrement [68] et a fortiori sur les individus snappant à partir d'une API. Les principaux snappers comme Domexpire et Kifdom possèdent chacun une soixante de connexions, au moment de l'écriture de ces lignes, chaque connexion coûtant 150€/mois.

La fourniture d'un service pour le snap par l'AFNIC n'équivaut absolument pas à son approbation de cette activité, en particulier lorsque Kifdom, Domexpire ou d'autres namecatchers

[68] Les namecatchers comme Kifdom et Domexpire ont noué des partenariats avec des bureaux d'enregistrement, afin d'utiliser leur EPP et d'augmenter leurs chances de snap. Bien qu'interdite par l'AFNIC cette pratique est courante. Son efficacité pour le snap a toutefois beaucoup diminué depuis la bascule de l'AFNIC en 2023, c'est-à-dire le changement de l'infrastructure informatique.

mettent en vente des noms de domaine de marque, et pire encore qu'ils en font la promotion sur les réseaux sociaux et par d'autres moyens.

Kifdom

Service français également propriétaire des logiciels SEO Ranxplorer et Ranks, KifDom est l'un des pionniers de la récupération des noms de domaine en .FR, et l'un des deux leaders avec Domexpire, depuis plusieurs années.

Le site propose des listes de noms de domaine en .FR, qui se libèrent prochainement, avec différentes indications telles que le nombre de backlinks, le Trust Flow (TF) de Majestic, ou encore l'âge du domaine selon le whois. Kifdom propose également un indicateur dénommé Kifrank, qui tient compte du potentiel du nom de domaine pour le SEO.

Les listes sont consultables en ligne et téléchargeables. Les clients peuvent alors passer des précommandes pour ceux qui les intéressent.

A la seconde où un nom de domaine précommandé redevient disponible, Kifdom essaie de l'obtenir. S'il parvient à l'enregistrer, le nom de domaine est attribué au client qu'il l'a précommandé, s'il était seul à le faire. Si au moins deux personnes avaient effectué une précommande, le nom de domaine est mis aux enchères pour sept jours, avec un montant de départ de 30 euros. Les enchères se terminent chaque lundi à 17H.

Les clients ayant effectué une précommande sont avertis du début de l'enchère et sont invités à y participer. Les enchères sont affichées sur le site et n'importe qui peut y participer, y compris sans avoir réalisé de précommande. Ceci pose un problème, que l'on retrouve également chez le concurrent Domexpire. **Il ne fait aucun doute que les gestionnaires des deux plateformes n'utilisent pas les informations de leurs clients, comme par exemple l'enchère proxy, pour placer de fausses enchères ayant comme but de faire surpayer l'acheteur final.** En revanche, d'autres acteurs le font régulièrement sur les enchères les plus visibles :

- Enchères directes ou indirectes de la part du bureau partenaire ayant obtenu le nom de domaine, intéressé à hauteur d'environ 30 % du prix final de la vente
- Enchères malveillantes, par erreur, par amusement, etc.
- Enchères de personnes ayant suivi les enchères sur DomainOrder ou Nicsell

Le client qui remporte l'enchère reçoit le nom de domaine dans son compte Kifdom, dès la fin de l'enchère si le solde du compte est insuffisant. Dans le cas contraire, il est invité à créditer son compte. Contrairement à Domexpire, Kifdom propose la possibilité d'utiliser les noms de domaine depuis son compte, sans avoir besoin de les transférer chez son registrar, et ce au tarif d'enregistrement, de renouvellement et de transfert très compétitif de 5€ [69].

Enchères Kifdom

DOMAINE	KIFRANK	DOMAINES	TRUST FLOW	UNIVERS	VOLUME RECH.	ÂGE	FIN ENCHÈRE	ENCHÈRE ACTUELLE	VOTRE ENCHÈRE MAX	NB ENCH.	PLACER UNE ENCHÈRE EN EUR
zendart-design.fr	93	175	16	//	320	9	13/11 17:00 *	270 €	--	11	
decerto.fr	57	31	15	//	9900	11	13/11 17:00 *	70 €	--	6	
cherchtoo.fr	91	201	23	//	0	13	13/11 17:00 *	60 €	--	4	
geoxia.fr	88	74	15	//	0	1	13/11 17:00 *	60 €	--	4	
kubx.fr	76	198	22	//	10	14	13/11 17:00 *	60 €	--	4	
leperigordnoir.fr	78	70	19	//	0	16	13/11 17:00 *	50 €	--	5	
pcv.fr	20	4	8	//	1300	26	13/11 17:00 *	50 €	--	4	
ffif.fr	76	304	11	Arts et divertissements	20	6	13/11 17:00 *	50 €	--	3	
meteolille.fr	1	1	0	//	3600	10	13/11 17:00 *	50 €	--	3	
iae-nice.fr	79	63	24	//	4400	18	20/11 17:00 **	40 €	--	2	

En dépit de sa position de co-leader du marché, les montants et le nombre d'enchères sur Kifdom restent modestes. D'une manière générale, la taille du marché est surévaluée par la communauté SEO et des éditeurs en France. Les ventes exceptionnelles avec des hauts montants, qui sont toujours des cas particuliers non représentatifs du marché, jouissent d'une large publicité sur les réseaux sociaux, dans les médias spécialisés, dans les événements professionnels, etc.

Domexpire

Inauguré en 2020, Domexpire est rapidement devenu l'un des meilleurs namecatchers pour le .FR, qui est la seule extension proposée.

Le service est incontournable pour les noms de domaine expirés de qualité en .FR, ceux-ci étant le plus souvent récupérés par Domexpire ou par Kifdom. En revanche, **il est le moins intéressant pour des acquisitions visant un bon rapport qualité-prix.**

D'une part, le backorder coûte 30 € mais ne garantit rien, les noms de domaine étant presque toujours envoyés aux enchères, même lorsqu'il n'y a qu'un seul backorder.

De plus, le prix de départ de l'enchère est fixé par Domexpire en fonction de la valeur estimée du nom de domaine (cf Figure ci-après), ce qui exclut la possibilité de faire de bonnes affaires.

[69] Attention toutefois au renouvellement tardif, facturé 20 € par nom de domaine par Kifdom, alors qu'il est gratuit presque partout ailleurs pendant au moins 1 ou 2 semaines.

Domexpire étant avec Kifdom la plateforme de snap la plus fréquentée, la pression à la hausse sur les prix est forte, d'autant que la demande surpasse structurellement et très fortement l'offre [70].

Enfin, comme pour Kifdom, le fait que n'importe qui puisse enchérir sans avoir placé de backorder, tend à faire monter artificiellement le prix des enchères.

Extrait d'enchères chez Domexpire

domexpire.fr/encheres

Nom de domaine	Fin	BL*	RD*	TF*	CF*	TR*	KW*	NB	Enchère
fratelliristoranti.fr	8 jours	123	48	14	14	2976	406	0	80.00 €
deepstore.fr	8 jours	197505	146	8	15	0	0	0	80.00 €
absynthetic.fr	4 jours	184	95	12	14	2	114	0	80.00 €
francelodge.fr	3 jours	1044	57	24	14	23	70	0	80.00 €
conseil-defiscalisation.fr	4 jours	2170	215	17	20	0	0	0	90.00 €
stelladot.fr	3 jours	4108	180	9	13	0	0	0	100.00 €
2022avechidalgo.fr	environ 15 heures	486	198	11	14	5712	516	0	200.00 €

La plupart des enchères sur Domexpire n'ont pas d'enchérisseurs. Elles sont reconduites de semaine en semaine, avec si nécessaire une baisse des prix de départ.

DomainOrder

Domainorder est un service hollandais de récupération de noms de domaine expirés en .FR et dans d'autres extensions géographiques.

Domainorder fonctionne selon le modèle allemand de récupération des domaines expirés, dans le sens où une enchère a systématiquement lieu, et ce avant la récupération du nom de domaine. On enchérit donc sur un nom de domaine, sans aucune certitude de l'obtenir, y compris si l'on remporte l'enchère. En pratique, le taux de réussite de DomainOrder sur les .FR est inférieur à celui de Domexpire et Kifdom, et supérieur à celui des autres namecatchers en .FR.

Domainorder propose une liste de noms de domaines expirés qui n'est disponible que du lundi 9h du matin au mardi à 14 heures. Celle-ci ne concerne que les noms de domaine qui seront effacés jusqu'au mardi suivant. La sélection est ordonnée selon des indicateurs qu'utilisent les domainers et non les référenceurs. Les filtres sont assez basiques et ne comportent pas de données pour le référencement.

Le prix de départ de l'enchère est de 50€. DomainOrder n'indique pas les pseudos des concurrents, ni le montant de l'enchère maximale. Après chaque enchère, on sait seulement si on est le meilleur enchérisseur ou non. Ce système opaque permet à DomainOrder d'effectuer des irrégularités, notamment des enchères fictives pour faire monter les prix, ce qui n'est pas exclu.

Le gagnant de l'enchère ne doit rien payer si DomainOrder ne parvient pas à obtenir le nom de domaine. Ce système permet à Domainorder de choisir les noms de domaine qui sont les plus intéressants à

[70] La difficulté des plateformes de snap n'est pas de trouver des clients, qui sont des milliers sur le marché français, mais des noms de domaine expirés de qualité, ceux-ci étant de plus en plus rares.

obtenir, l'affectation des moyens pour le snap étant logiquement en rapport avec le montant final de l'enchère.

Si Domainorder parvient à enregistrer le nom de domaine, celui-ci est attribué au client qui a remporté l'enchère. Dès que le montant de la facture est réglé, le nom de domaine est disponible dans son interface et prêt pour être transféré vers son registrar habituel.

DomainOrder était historiquement le service le plus performant pour obtenir un nom de domaine expiré en .FR, mais il est depuis quelques années dépassé par Kifdom et Domexpire et peut être battu par d'autres namecatchers.

Le service n'est pas disponible en français. Le support est de qualité moyenne, l'ergonomie moins bonne que celles de ses concurrents et le système compliqué à comprendre. Ces inconvénients sont paradoxalement un avantage pour les acheteurs, car ceux-ci sont moins nombreux, avec des prix finaux des enchères généralement plus bas que chez les concurrents.

Opportunités avec DomainOrder

domainorder.com/auction/auction.php?pc=1000&cc=fr&st=1&o=!info35

... sendinblue-templat... viteundevisiframe free bootstrap sav-Backorders canaca hosting eukhost p

.nl .be .eu .fr .it No filter My fil

			Generic stats				SEO stats		
Domainname	My bid	My proxy bid	Subn	Citation	Trust	Trust/Cit	Page.auth	Dom.auth	ACrank
bwgh.fr	-	-	74	31	27	0,87	46	40	5
detox-delight.fr	-	-	31	25	4	0,16	33	39	4
alainmadelin.fr	-	-	5	18	2	0,11	28	36	3
chaletdulac.fr	-	-	33	25	12	0,48	33	36	4
aveniragricole.fr	-	-	2	30	5	0,17	29	34	5
habx.fr	-	-	9	21	5	0,24	31	33	3
aoc-halles-de-lyon.fr	-	-	1	14	-	-	19	32	2
popmovies.fr	-	-	-	-	-	-	20	32	-
tramway-chatillon-viroflay.fr	-	-	20	22	10	0,45	32	32	3
909c.fr	-	-	35	27	10	0,37	31	31	4
apero-bordeaux.fr	-	-	17	24	21	0,88	32	31	4
ecologistecitoyen-crpdl.fr	-	-	1	-	-	-	13	31	-
fermierslandais.fr	-	-	6	28	33	1,18	20	31	4
laruche-marseille.fr	-	-	18	24	9	0,38	26	31	4
beplayerone.fr	-	-	6	19	3	0,16	25	30	3
inaro.fr	-	-	13	20	4	0,20	29	30	3
415.fr	-	-	2	14	-	-	25	29	2
florentmothe.fr	-	-	9	16	8	0,50	28	29	2

DomainOrder propose des informations pour le SEO, qui sont assez peu utilisées car le site est essentiellement utilisé par les domainers. C'est donc une adresse intéressante pour profiter de la moindre concurrence sur les noms de domaine pour le SEO

Nicsell

Service allemand géré par des domainers, Nicsell est l'un des principaux namecatchers d'extensions géographiques au monde. L'extension .FR a été ajoutée à la suite du rachat du néerlandais Catchtiger en 2020, sans toutefois que Nicsell ne puisse se rapprocher du niveau de performance qu'affichait CatchTiger.

Nicsell effectue des enchères de noms de domaine avec un prix de départ de 10 euros, avant la libération des noms de domaine. Celles-ci ont lieu pendant quatorze jours pour le .FR, et terminent la veille de la libération des noms.

Selon ce système dit "à l'allemande" l'enchère est organisée par Nicsell, alors même que celui-ci n'a pas récupéré le nom de domaine, et que rien ne garantit qu'il pourra le faire. C'est un moyen pour Nicsell d'optimiser ses ressources pour le snap, celui-ci étant incité à produire le maximum d'efforts pour les noms de domaine dont les enchères ont terminé à des prix élevés.

Pour les utilisateurs, Nicsell offre plusieurs avantages :

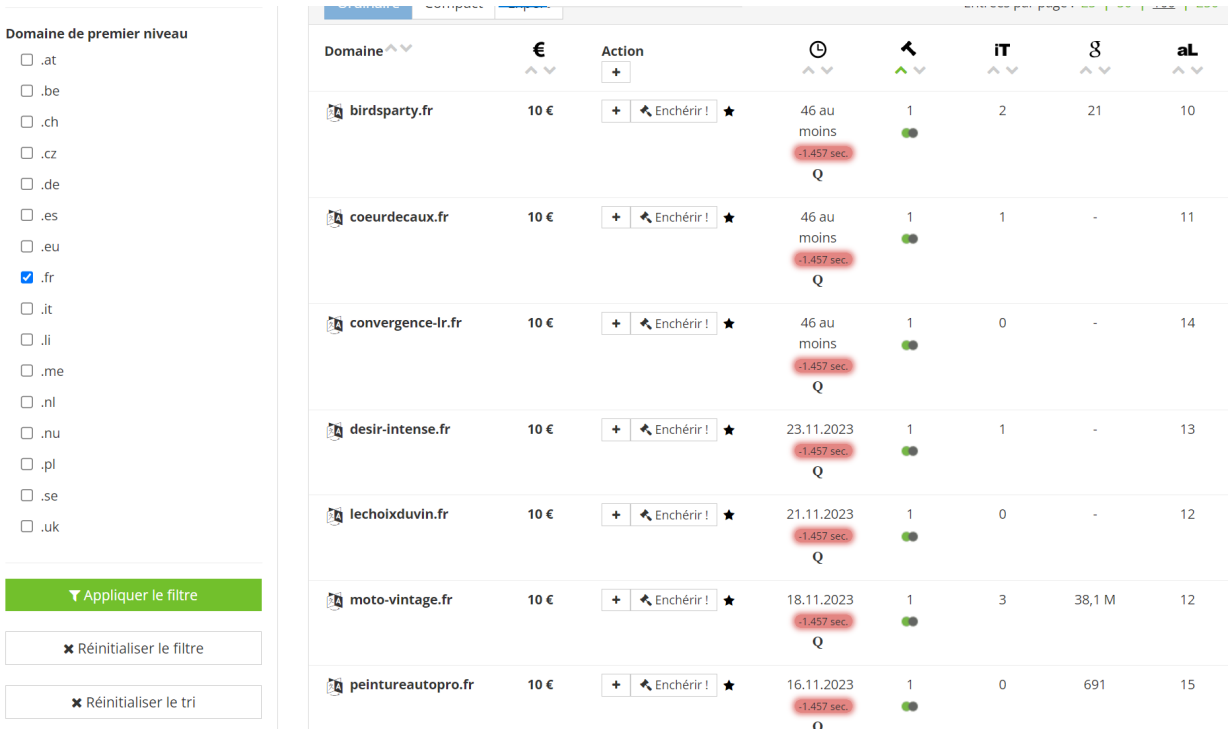
- Le prix de récupération des noms de domaine en .FR (10€) est le plus bas du marché, avec un taux de réussite honorable ;

- Le service est relativement peu utilisé par les Français, avec en conséquence des prix souvent sensiblement plus bas que chez Kifdom ou Domexpire. Même si le taux de réussite de Nicsell est faible, les enchérisseurs n'ont rien à perdre à y participer, et s'octroient la possibilité de faire une excellente affaire ;

- Les filtres de recherche des noms de domaine sont les plus complets du marché ;

- La réalisation d'enchères avant le drop permet de déterminer les noms de domaine à fort potentiel, afin de déposer ensuite ses backorders sur les deux ou trois leaders du marché. ;

Enchères avec Nicsell



Nicsell est un service très pratique pour détecter les noms de domaine de valeur, car les enchères ont lieu avec la libération des domaines et qu'il est possible de connaître le nombre d'enchères et les prix. Ces informations peuvent être utilisées pour ensuite poser des backorders chez les autres namecatchers

Match

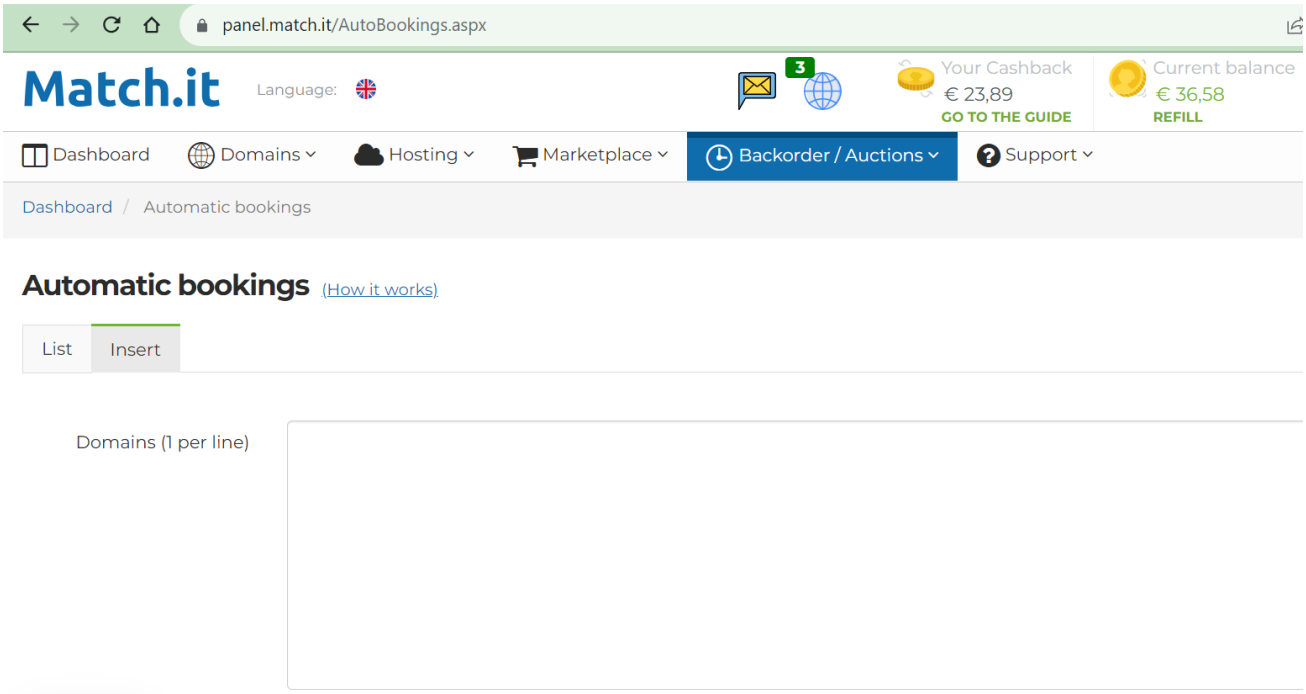
Service réalisé depuis une société anglaise et géré par des Italiens, Match.it est un spécialiste de la récupération de domaines expirés sous l'extension .IT, mais également .FR et .ES.

Contrairement à tous ses concurrents, la création d'un compte sur Match.it est réservée aux professionnels et très contraignante, nombre de demandes d'ouverture de comptes n'étant pas validée, sans raison apparente. Les backorders coûtent 19€, qu'il est nécessaire d'avoir en solde [71]. Sur le site n'apparaissent disponibles en backorder que les noms de domaine qui seront effacés dans les deux prochains jours, mais ce défaut peut être résolu avec la fonction « Automatic Bookings » (cf. tableau ci-après).

Si une personne pose un backorder, qu'elle est la seule à le faire sur Match.it et que ce dernier obtient le nom de domaine, celui-ci est déposé sur son compte et peut être géré entièrement. Comme pour Kifdom, et à la différence de Domexpire, DomainOrder et Nicsell, il est possible d'héberger ses noms de domaine en .FR chez Match, pour seulement 5 € par an.

Si au moins deux personnes ont posé un backorder pour un nom de domaine qu'obtient Match.it, celui-ci est envoyé aux enchères pour une durée de trois jours. Tout le monde peut participer aux enchères sur Match.it, même sans avoir posé de backorder. En pratique, cela n'arrive quasiment jamais pour le .FR car Match.it est très peu utilisé et obtient rarement les noms de domaine demandés. C'est paradoxalement un point positif, car cela permet d'obtenir les noms de domaine pour seulement 19€.

Pose d'un backorder chez Match



[71] Il faudra donc 190€ de solde pour poser 10 backorders.

La fonction automatic bookings (https://panel.match.it/AutoBookings.aspx) permet de poser des backorders pour tous les noms de domaine souhaités, les backorders étant activés uniquement deux jours avant l'effacement, si le client possède le solde suffisant.

Parmi les six principaux acteurs du marché, Match.it est de plus loin le plus compliqué à utiliser et le moins performant, mais également le plus intéressant, puisque la concurrence y est très faible.

Catched.com

Catched.com est un namecatcher proposant un service de backorder pour une multitude d'extensions génériques et géographiques, dont le .FR pour $36. Catched.com utilise les services d'edomains.com, lequel possède des licences FR Rush mais n'est en pratique pas compétitif par rapport aux autres acteurs du marché.

2. Autres extensions francophones

L'extension de la Belgique .BE est facilement accessible, et donc proposée par une multitude de registrars. Les namecatchers sont également nombreux, avec notamment trois des namecatchers du .FR : DomainOrder, Nicsell et Match.it. Parmi les autres namecatchers du .BE figurent l'autrichien Realtime.at, qui nécessite un dépôt de $500 pour l'ouverture du compte, et le taïwanais docky.ly.

Les namecatchers du .CH de la Suisse sont souvent les mêmes que ceux du .DE, c'est-à-dire essentiellement DomainOrder, Nicsell, RealTime

Le Canada fait exception dans la gestion des noms de domaine expirés avec l'organisation d'un système de réservation des noms de domaine sous conditions restrictives. Dénommé TBR (To be released), il est géré par le registre canadien Cira, qui accrédite les registres participant à la récupération et à la revente des noms de domaine. Il s'agit de Dynadot, Planethoster, Hexonet et une dizaine d'autres. Les listes de noms de domaine sont dévoilées le lundi, la récupération a lieu le mercredi et d'éventuelles enchères de 24 heures sont organisées. Les noms de domaine expirés de marques déposées ne sont pas remis sur le marché.

Il n'existe pas de namecatchers pour les autres TLD francophones, notamment ceux des pays d'Afrique. Les noms de domaine doivent être enregistrés via un registrar classique, sur la bas du premier arrivé, premier servi.

Il n'existe pas non plus de service de dropcatching pour les geoTLD de régions françaises comme le .PARIS, le .BZH, le .ALSACE et le .CORSICA, qui sont par ailleurs considérées par l'ICANN et par Google comme des extensions génériques et non géographiques.

3. Autres extensions géographiques

Des dizaines d'autres services sont spécialisés dans la récupération de noms de domaine expirés dans les extensions géographiques.

Le nombre de namecatchers pour le .EU est très important, tous les principaux namecatchers européens le proposant : Nicsell, Domainorder, Catched, Realtime, Match, etc. Ce sont globalement les mêmes qui proposent le .DE et le .NL, deux extensions géographiques phare en Europe.

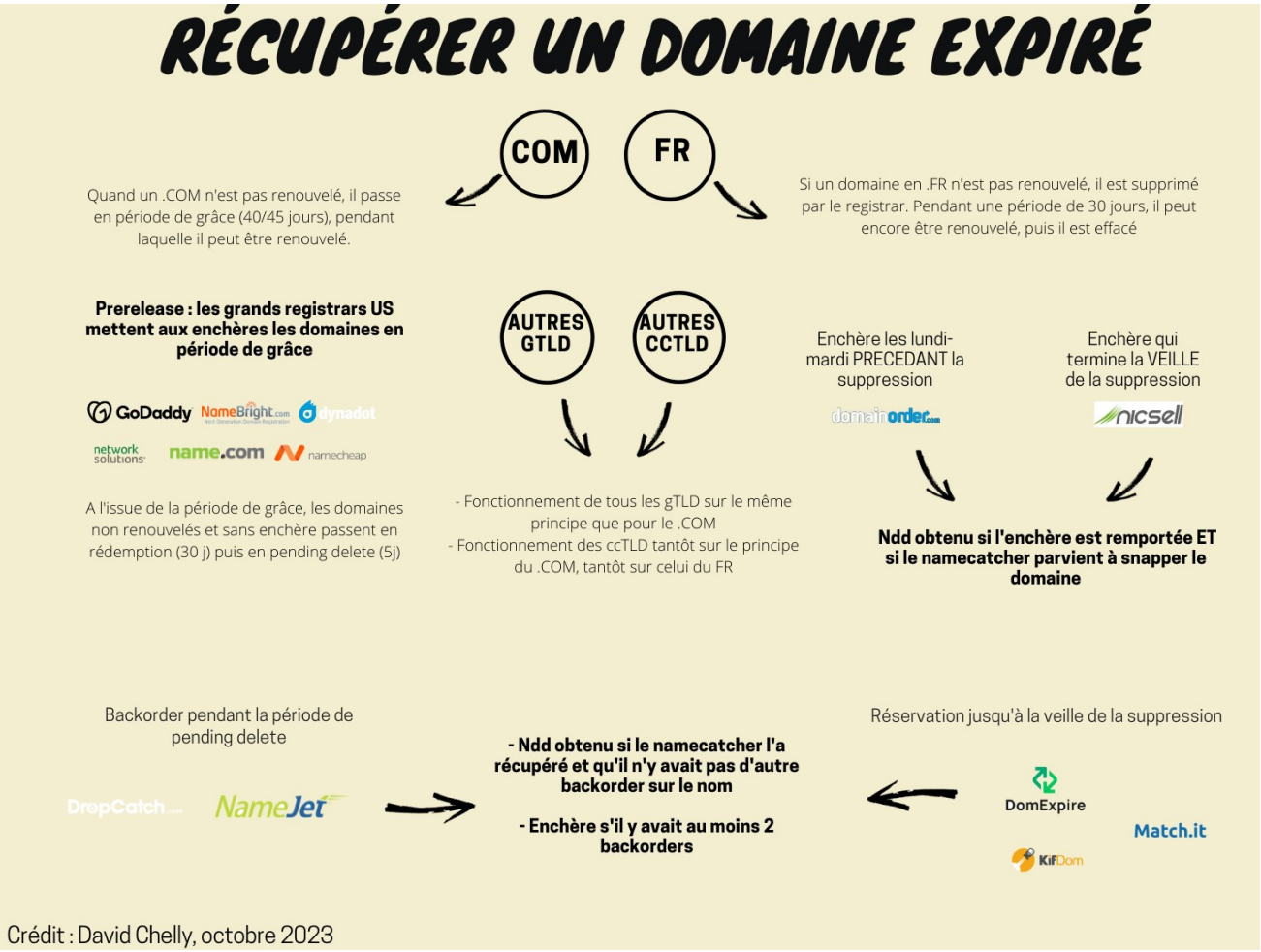
Le .DE est l'extension la plus concurrentielle. La demande est très forte, compte tenu de la taille et de l'avancement du marché allemand, et du fait que l'offre est très structurellement faible [72].

Le .UK possède quelques namecatchers multi-extensions comme DomainRecover et beaucoup spécifiques à ce marché, comme dropped.uk, Domainlore, ukbackorder.com ou catchdrop.uk.

De nombreux namecatchers proposent le .ES et le .IT, parmi lesquels Nidoma, Match.it et Catched.

Parmi les autres acteurs spécialistes d'un marché figurent DomainQuadrant pour le .AT, Dotroll pour le .HU, Daukce.cz pour la République Tchèque, Aftermarket.pl pour la Pologne et Rymdweb pour la Suède.

Synthèse des cas de figures et des acteurs de la récupération de noms de domaine expirés



[72] L'une des raisons est le taux de renouvellement élevé des noms de domaine en .DE, que les registrars paient chaque mois et non annuellement, pour un montant de seulement quelques dizaines de centimes d'euros.

Chapitre 8. Utilisation des noms de domaine expirés

I. Gestion technique

A. Choix du bureau d'enregistrement

1. Des leaders peu compétitifs

Compte tenu de la nature ultra-concurrentielle du secteur, tous les acteurs commercialisant un produit principal identique, il est très difficile pour ceux-ci de fournir une qualité de service satisfaisante. Les leaders nord-américains comme Godaddy, Namecheap, Tucows et Newfold Digital (cf. tableau ci-après) sont à ce sujet remarquables dans le sens où leur qualité de services est globalement très faible, mais qu'ils parviennent à compenser ces difficultés par un marketing très agressif.

Sur le marché français, les trois leaders proposent un meilleur rapport qualité-prix que celui de leurs homologues américains, mais avec toutefois de plus ou moins fortes lacunes, si bien que les titulaires de larges portefeuilles peuvent avoir intérêt à opter pour des registrars moins connus mais plus performants.

<u>OVH, géant de l'hébergement moins performant sur le segment des noms de domaine</u>

OVH dispose d'une forte notoriété et d'une bonne image en France, toutefois en décalage avec la qualité de service offerte sur le segment des noms de domaine.

Du grand public à la French Tech, en passant par le monde institutionnel et les milieux d'affaires, pour tous OVHCloud est l'un des plus beaux fleurons français de l'internet. L'offre de services est large et compétitive, parfois même imbattable sur certains segments de marché du secteur de l'hébergement. Toutefois, si OVH a longtemps été une formidable histoire, la forte croissance des années 2015-2020 s'est accompagnée de difficultés en termes de management, de stratégie et de qualité de service [73], en particulier pour l'offre relative aux noms de domaine.

L'interface de gestion des noms de domaine est lente, peu ergonomique et difficile à appréhender, même pour un professionnel de l'internet. Nombre de fonctionnalités nécessaires n'existent pas, comme la mise à jour des DNS à la volée, le panier pour poursuivre des achats, l'acceptation des transferts sortants. Les bugs sont multiples, et ce depuis des années :

- Certaines commandes d'enregistrement ou de renouvellement de noms de domaine ne sont pas honorées après plusieurs jours, pour peu qu'un seul élément de la commande bloque
- Des noms de domaine ne peuvent pas être installés sur les serveurs OVH lorsqu'ils sont transférés chez OVH, après y avoir été hébergés puis suspendus par le passé.

OVHcloud requiert de la paperasse inutile pour des opérations simples, comme un changement de propriétaire.

Le talon d'Achille de l'entreprise se trouve au niveau du support. Basé en France, la politique de l'entreprise pour contrôler ce poste de dépenses conséquent est d'apporter des réponses de manière très lente, c'est-à-dire de l'ordre d'une semaine ou davantage pour une première réponse à un ticket ou après souvent une heure d'attente ou davantage, si l'on se résout à prendre son téléphone. L'objectif non avoué est que les soucis se résolvent d'eux-mêmes et/ou que les demandes deviennent caduques,

[73] L'incendie des datacenters OVH de Strasbourg en 2021 a révélé de graves erreurs de l'entreprise, comme celle de commercialiser des hébergements et leurs sauvegardes au même endroit. Nombre de clients qui avaient pourtant souscrit à un service de backup ont-ils ainsi perdu toutes leurs données.

sans intervention du support. En plus d'être lent, le support d'OVH se caractérise par son faible niveau et une absence de culture de service. L'objectif du conseiller est de se débarrasser du ticket, soit en répondant à côté du sujet, soit en renvoyant aux FAQ, soit en rejetant la faute sur un autre prestataire. Pourtant, les problèmes sont récurrents et majoritairement dus aux multiples bugs et incohérences de la plateforme de gestion des noms de domaine.Gandi et Ionos, des poursuivants

Gandi et Ionos, challengers limités

Parmi les entreprises du trio de tête, seul Gandi est un spécialiste des noms de domaine. Créée en 2000 en tant que projet n'ayant pas vocation à réaliser de profit [74], la société est passée en 2019 sous le contrôle du fonds d'investissements Montefiore Investments puis a été rachetée par l'hébergeur néerlandais Total Web Hosting en 2023, pour devenir une entité du groupe Your.online. Le rapport qualité-prix est peu avantageux, surtout depuis les hausses de prix consécutives à son rachat en 2023, et la panoplie de services offerts limitée.

Populaire auprès du grand public grâce à une politique commerciale très agressive, l'entreprise allemande Ionos est en revanche moins appréciée des professionnels francophones de l'internet, à cause de fonctionnalités offertes limitées et d'un historique de mauvaises pratiques répétées [75]. Les prix d'enregistrement chez Ionos sont compétitifs, mais l'interface est peu adaptée à la gestion de portefeuilles de noms de domaine : pas de changement de DNS à la volée, impossibilité de faire passer gratuitement un nom de domaine de domaine d'un compte à un autre (push), absence de support par mail, etc.

2. Autres possibilités en termes de registrar

Il existe une multitude de registrars, avec des offres adaptées à tel ou tel type de besoins. Pour les éditeurs de sites et investisseurs en noms de domaine possédant un large portefeuille, il est naturel d'opter pour ceux possédant des prix compétitifs et des fonctionnalités avancées.

Offres des revendeurs

Les revendeurs en marque blanche proposent à leurs clients d'accéder aux fonctionnalités classiques des registrars (enregistrement, renouvellement, transfert de domaines, etc.), sans avoir besoin d'être eux-mêmes bureau d'enregistrement accrédité. Les frais d'enregistrement sont à prix coûtant ou à des niveaux proches, les revendeurs tirent leurs revenus des frais fixes d'accès aux services et des options proposées tels que l'email, les certificats SSL, l'hébergement de sites internet, etc.

Parmi les nombreuses offres du marché, le néerlandais OpenProvider semble le mieux adapté aux besoins des acteurs possédant des noms de domaine dans les extensions de pays d'Europe. Il comporte toutefois un risque par rapport aux nouvelles mesures à venir de l'AFNIC de sanctions contre les abus des registrars, que n'aura pas l'offre revendeur de Netim (https://www.netim.com/fr/programme-revendeur), qui est notre premier choix. Spécialiste inconnu du grand public mais faisant office de référence à l'international auprès des spécialistes, le registrar lillois offre un service et un support très performants. D'autres registrars comme le suisse Infomaniak ou le Canadien Planethoster, bien que

[74] L'entreprise se distingue historiquement également par son choix de ne pas faire de publicité.
[75] Avant son rebranding en 2021 en Ionos, l'entreprise se dénommait 1&1 et se distinguait par des pratiques commerciales litigieuses : facturation d'offres non contractées et sorties de nulle part, renouvellement forcé d'un nom de domaine hébergé chez un autre registrar suivi de menaces par cabinet de recouvrement, etc.

tous deux hébergeurs de métier, sont à la fois compétitifs en termes de prix et offrent une bonne qualité de service.

Être registrar soi-même

Pour les acquéreurs de noms de domaine expirés, être registrar n'est pas envisageable, notamment car les accréditations sont différentes selon les registres. Les offres proposées par les revendeurs permettent d'accéder à toutes les extensions, à prix coûtant ou presque, sans les contraintes de création de multiples bureaux d'enregistrement.

Etre registrar pour le .COM et le .NET est onéreux, compliqué et requiert des ressources et des connaissances importantes. Certaines extensions sont beaucoup plus accessibles comme le .FR, le .BE et le .EU. Pour le .FR, l'accréditation coûte 500€ par an, et le prix d'enregistrement et de transfert des noms de domaine est autour de 5€ [76]. Les prérequis techniques et les conditions pour devenir bureau d'enregistrement sont peu contraignants et les avantages nombreux. Par exemple, il est possible d'enregistrer puis d'effacer un nom de domaine après cinq jours, sans frais. Il faut toutefois commercialiser les noms de domaine en .FR, la création d'un bureau d'enregistrement en .FR ne pouvant servir à la seule activité de récupération de noms de domaine expirés.

B. Opérations techniques

1. Transfert des noms de domaine

Le transfert d'un nom de domaine consiste à changer de bureau d'enregistrement. Il survient après le rachat d'un domaine expiré sur une plateforme ou à un tiers et dans une multitude d'autres cas : volonté de ne plus continuer avec le registrar actuel, vente d'un nom de domaine, changement de solution d'hébergement, etc.

Presque toujours, le transfert d'un registrar vers un autre nécessite un code d'autorisation appelé code EPP ou auth code [77], que le vendeur fournit à l'acheteur. Le nouveau titulaire initie l'opération depuis son bureau d'enregistrement. Celle-ci est validée dès que le vendeur accepte la demande reçue par mail.

Le transfert est une opération généralement payante, coûtant le prix d'un enregistrement et ajoutant un an à la date d'expiration. La durée d'un transfert dépend des extensions et de la politique des registrars. Par exemple, un transfert en .BE ne nécessite pas d'autorisation par mail et est immédiat dès la fourniture du auth code. Avec certains registrars, un transfert dure tout au plus quelques dizaines de minutes pour un gTLD et quelques minutes pour un ccTLD. Certains bureaux d'enregistrement comme NetworkSolutions ou OVH ne permettent pas de valider les transferts, si bien qu'ils durent cinq jours avant d'être finalisés (8 jours pour un .FR), sans possibilité d'accélérer le processus.

[76] Actuellement 4,56€ HT, mais les prix augmentera début 2024.
[77] Certains ccTLD n'en n'ont pas.

Comment récupérer un nom de domaine ?

	.COM et autres gTLD		.FR et autres ccTLD	
	Transfert	*Push*	*Transfert*	*Push*
Qui effectue l'opération ?	Le nouveau titulaire	Le cédant [78]	Le nouveau titulaire	Le cédant
Informations nécessaires	auth code	username et/ou email du nouveau titulaire	auth code	username et/ou email du nouveau titulaire
Restrictions	- Impossible dans les 60 jours suivant l'enregistrement, et/ou si le domaine est verrouillé - Impossible si les registrars entrants et sortants sont identiques	Le nom de domaine doit être déverrouillé	Impossible si les registrars entrants et sortants sont identiques	Aucune [79]
Changement de titulaire	Généralement réalisé par défaut ou proposé	Non, mais le changement de peut être réalisé par le nouveau titulaire à la main dans son interface, à tout moment	Non, celui-ci nécessite une opération supplémentaire dénommée update	Non, celui-ci nécessite une opération supplémentaire dénommée update
Durée	- 30 mn à quelques heures si le registrar sortant le valide - 5 jours si le registrar sortant ne valide pas (OVH, NetworkSolutions, InternetBS…)	Immédiat	- 10 mn à 1 heure si le registrar sortant le valide - 8 jours si le registrar sortant ne valide pas (OVH, InternetBS…)	Immédiat
Coût	Coût d'un enregistrement, mais ajoute 1 an à la date d'expiration	Gratuit	Coût d'un enregistrement, mais ajoute 1 an à la date d'expiration [80]	Gratuit

Obtenir le auth code d'un domaine

Le registrar est dans l'obligation de fournir le auth code. En cas de refus, une plainte peut être adressée à l'ICANN : forms.icann.org/en/resources/compliance/complaints/transfer/form

Pour les ccTLD, en cas de non-coopération du registrar, il faut s'adresser au registre. La Belgique met en place un outil permet d'obtenir le auth code, sans passer par son registar : dnsbelgium.be/fr/gerer-nom-de-domaine/demenager/code-de-transfert. **Cette procédure est le seul moyen d'obtenir le auth code d'un .BE chez certains registrars défaillants comme InternetBS ou OVH, ceux qu'ils fournissent étant toujours incorrects.**

Push : solution en cas de transfert impossible

Pour les extensions génériques, le transfert est impossible si la date d'enregistrement du nom de domaine remonte à moins de soixante jours. De même, il est impossible de transférer un nom de

[78] Le registrar associé à Snapnames, NetworkSolutions fonctionne à l'envers : l'opération est demandée par le nouveau titulaire
[79] La fonction FR Lock, proposée par peu de registrars, ne permet pas de transfert sans validation par un humain
[80] Le transfert est gratuit avec certains registrars et extensions, mais n'ajoute pas 1 an à la date d'expiration.

domaine si les registrars entrants en sortants sont identiques. Dans les deux cas, le moyen pour le nouveau titulaire de prendre possession du nom de domaine est de recourir à un « push », ou transfert de compte à compte. Ceci consiste à changer le titulaire en déplaçant le nom de domaine du compte du vendeur vers celui de l'acheteur. L'opération est gratuite et à effet immédiat. Elle est plus simple et rapide que le transfert, mais n'est toutefois pas possible avec tous les bureaux d'enregistrement.

2. Enregistrement et renouvellement

Gestion des contacts

Un nom de domaine comprend en principe trois contacts que sont le titulaire, le contact administratif et le contact technique. Les informations doivent être à jour afin que les personnes responsables puissent effectuer sans difficulté les opérations qui les concernent (renouvellements, changement des DNS, etc.). En théorie, des données erronées sont un motif de suppression d'un nom de domaine, mais en pratique, le risque n'existe qu'avec certains ccTLD, comme le .FR, le .CH, le .CA ou le .BE.

Comment obtenir un whois anonyme ?

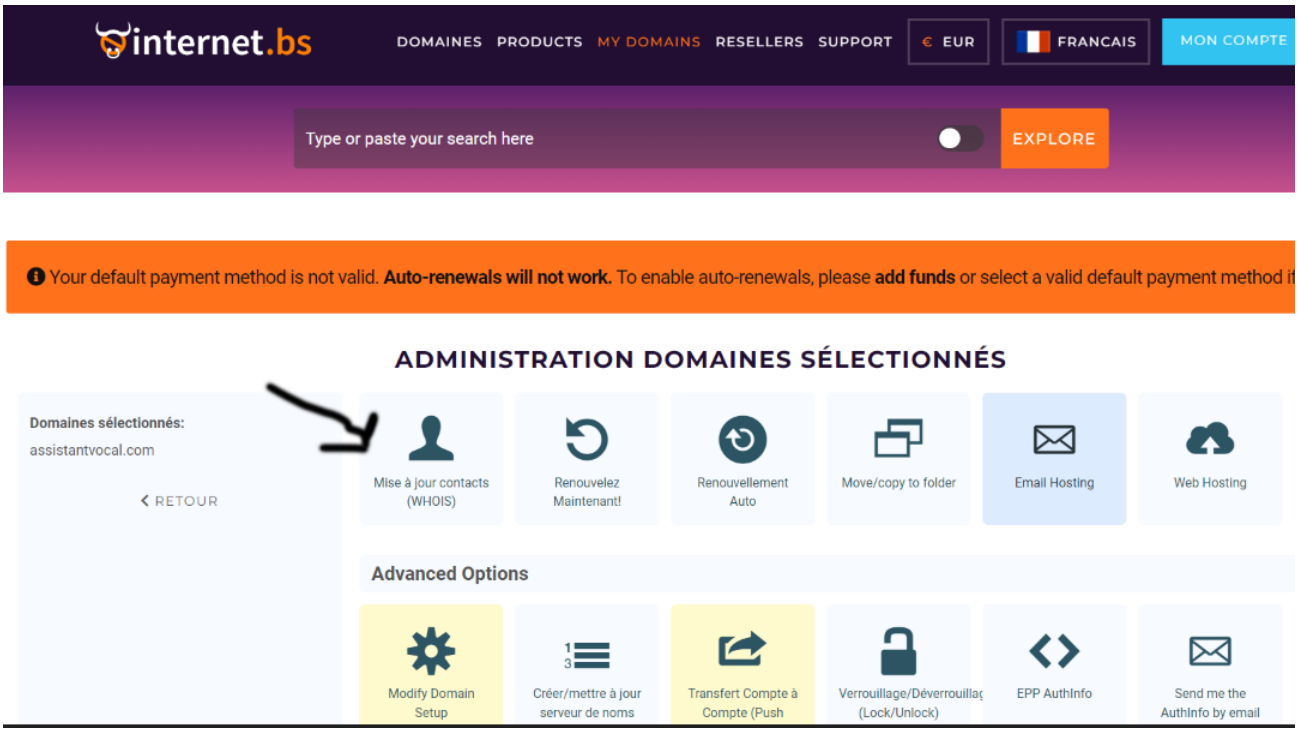
Les données du whois sont toujours masquées pour les noms de domaine en .FR détenus par des particuliers et toujours visibles pour les personnes morales. Pour les autres extensions, de nombreux registrars proposent un service gratuit de Whois anonymome comme Dynadot (pour les comptes premium) ou Porkbun.

Update : une spécificité du .FR

Le transfert d'un nom de domaine consiste à confier celui-ci à un nouveau bureau d'enregistrement, tandis que l'update correspond au changement de titulaire de nom de domaine. Dans le cas des extensions gTLD, l'update est en général automatiquement réalisé au profit du demandeur lors d'un transfert, ou peut se faire à la main. Toutefois, ce n'est pas le cas avec le FR. En pratique, il faut effectuer deux opérations distinctes. Les registrars ne le précisant pas, l'update est rarement réalisée, ce qui fait que des milliers de données de titulaires dans la zone FR sont incorrectes.

L'AFNIC réalise périodiquement des vérifications de joignabilité, de manière aléatoire, lorsqu'un tiers en a fait la demande ou lorsque des informations paraissent erronées, à la suite de la demande d'un tiers ou dans le cadre de contrôles effectués par ses équipes. Si la demande n'est pas validée par le titulaire, tous les noms de domaine rattachés au Nic-handle sont effacés au bout d'un délai de 45 jours.

Mise à jour du titulaire d'un nom de domaine avec InternetBS



La fonctionnalité de mise à jour des contacts Whois chez InternetBS étant souvent défaillante, des titulaires se sont vu effacer des noms de domaine, parfois des centaines pour la même personne. Pour cette raison, il est recommandé de ne pas transférer ses noms de domaine en .FR vers InternetBS.

3. Enregistrement et renouvellement de noms de domaine

Certaines extensions posent des conditions pour l'enregistrement d'un nom de domaine, comme par exemple une adresse de résidence dans l'Union européenne ou l'Espace économique européen, pour le cas du .FR [81]. Le .FR se distingue aussi par l'existence de quelques dizaines de milliers de termes protégés (noms de communes, mots sensibles, termes informatiques, etc.). Leur enregistrement et leur changement de titulaire se réalise sous conditions, avec un formalisme particulier.

Certaines extensions comme le .BE ou le .CH facturent des frais de restauration, en cas de renouvellement postérieur à la date d'expiration. Ceux-ci sont répercutés par les registrars et peuvent coûter 10 fois le coût d'enregistrement, voire davantage. Il est donc nécessaire d'activer le renouvellement automatique de ces noms de domaine, et de disposer du solde permettant de le faire.

III. Types d'utilisation

A. Règles juridiques à connaître

Souvent négligé par les éditeurs de sites, l'environnement réglementaire est à connaître, un usage inapproprié pouvant entraîner des condamnations, voire conduire à l'arrêt de l'activité. Le présent paragraphe propose un regard pragmatique sur les réglementations relatives aux noms de domaine. Les conseils prodigués ne remplacent en aucun l'avis d'un professionnel du droit.

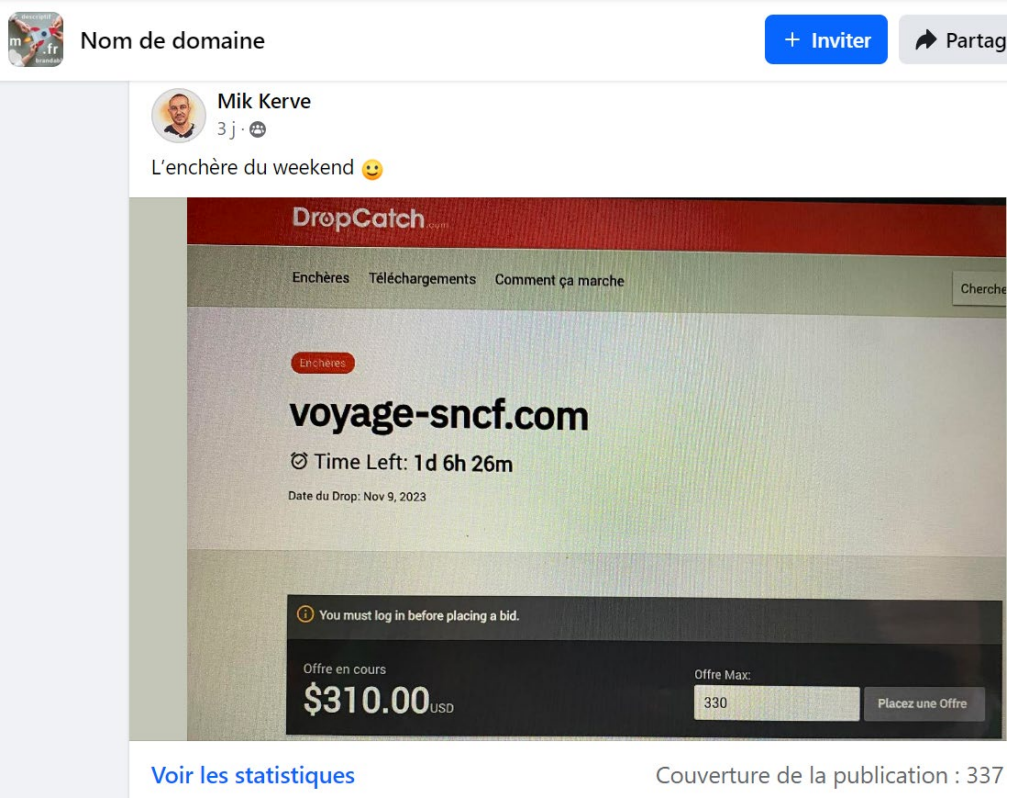
[81] Les éditeurs de sites basés hors d'Europe et utilisant un site en .FR, par exemple ceux en Afrique de l'Ouest, prennent le risque de voir leur nom de domaine supprimé en cas de contrôle.

1. Droit des marques

L'enregistrement d'un nom de domaine et a fortiori son usage créent une responsabilité juridique. Contrairement à une croyance ancrée auprès d'une partie des référenceurs, l'utilisation d'un nom de domaine expiré n'est pas sans risque juridique et peut conduire à une condamnation, au-delà de la perte du nom de domaine.

Les plateformes de récupération et de vente de noms de domaine expirés ne vérifient pas l'existence éventuelle de marques en vigueur, ce qui conduit fréquemment les acheteurs à des pertes sèches en cas de procédure, voire à des dommages et intérêts atteignant les milliers ou dizaines de milliers d'euros, selon l'usage qui en est fait.

Il est impossible de traiter ici de manière exhaustive un sujet juridique aussi complexe, d'autant que chaque cas est différent. D'une manière générale, il est essentiel de rester à l'écart de noms de domaine reprenant une marque en vigueur et très risqué d'enregistrer un nom de domaine d'un ancien concurrent. En cas de doute, il est nécessaire de s'informer auprès d'un professionnel. De tels sujets ont régulièrement discutés sur le groupe d'entraide Facebook : https://www.facebook.com/groups/nomdedomaine



L'un des noms de domaine les plus cher de l'année 2023 a été cmu.fr, ancien nom de domaine appartenant à l'Assurance-Maladie. En dépit des risques évidents d'un tel achat, celui-ci a été adjugé à 11,000 euros. D'une manière générale, les enchérisseurs méconnaissent ou négligent les risques juridiques du rachat de noms de domaine de marques notoires ou encore en vigueur.

2. Protection des contenus

Certains éditeurs de sites qui acquièrent un nom de domaine expiré recréent un site en récupérant l'ancien contenu via Webarchive.

Cette pratique est susceptible de donner lieu à des poursuites, les textes et les images étant protégés, indépendamment du fait qu'un nom de domaine ait expiré ou non.

De même que pour la copie de contenu, Google met à disposition des propriétaires de contenus un formulaire dit de DMCA (Digital Millennium Copyright Act), du nom de la loi américaine sur le droit d'auteur. Celui-ci permet théoriquement de faire retirer leur contenu volé de manière rapide et efficace [82].

[82] Comme toujours avec Google, l'entreprise met le moins de moyens humains possibles dans cette procédure, ce dont profitent régulièrement des personnes mal intentionnées pour faire supprimer des contenus légitimes.

B. Blocage de la concurrence

Un nom de domaine ne doit pas nécessairement être utilisé. En effet, il est possible de le réserver dans l'attente de créer un site, ou afin de se protéger, c'est-à-dire d'empêcher qu'un tiers ne se l'approprie.

C. Usages pour le référencement

Lorsque le nom de domaine récupéré est trop marqué et ne convient pas pour le développement d'un site, il est souvent utilisé pour réaliser un microsite dans le cadre d'un PBN ou dans le cadre d'une redirection.

1. Redirections 301

Une partie importante des noms de domaine expirés sont utilisés par leurs nouveaux titulaires au moyen d'une redirection, essentiellement car c'est une opération facile et rapide à réaliser.

La redirection indique aux navigateurs et aux robots des moteurs de recherches qu'une nouvelle adresse a été allouée à la ressource demandée. En cas de changement de nom de site par exemple, la redirection 301 permet de transférer automatiquement vers la nouvelle adresse les visiteurs se rendant à l'ancienne adresse.

Le fichier .htaccess permet de gérer les redirections et les réécritures d'URL. En cas de changement de nom de site par exemple, la redirection 301 permet de transférer automatiquement vers la nouvelle adresse les visiteurs se rendant à l'ancienne adresse. Si le changement n'est que temporaire, une redirection 302 doit être utilisée. Elle possède les mêmes effets pour les visiteurs que la redirection 301. Alternativement, il est possible d'effectuer une redirection DNS, en modifiant le champ A du nom de domaine à rediriger.

En ce qui concerne le référencement, seule la redirection 301 est censée transférer la réputation acquise par l'ancienne page vers la page de destination. En pratique, le transfert d'autorité est devenu incomplet et aléatoire, notamment afin de brider certaines pratiques Black Hat [83].

Référence internationale, Matt Diggity propose des ressources étendues pour l'utilisation de noms de domaine expirés : redirection 301, réalisation de PBN etc.

2. Les Private Blog Networks (PBN)

Une des possibilités efficaces pour obtenir des liens consiste à développer ses propres réseaux de sites, sous la forme d'un ensemble dénommé PBN. En pratique, il s'agit généralement de sites thématiques ou des mini-sites, souvent avec des noms de domaine déjà bien référencés ou neufs mais contenant le

[83] Le premier concours de référencement en France a eu lieu en 2004 et récompensait le titulaire du site arrivé en première position pour la requête « Mangeur de cigogne ». L'usage d'un terme inventé évitait d'interférer avec des résultats de Google ne relevant pas du concours. Le gagnant basa l'essentiel de sa stratégie sur les redirections 301, à l'époque très performantes.

mot ou l'expression visés. Lorsque l'on opte pour des noms de domaine déjà bien référencés, ceux-ci sont presque toujours des noms de domaine expirés.

La marque phare n'est généralement nécessairement mise en avant, le PBN servant davantage à servir le référencement du site principal ou des sites principaux au moyens de liens. Lorsque les précautions nécessaires sont prises (réseaux de taille modeste, absence de footprints, dispersion des IP, absence de liens réciproques, etc.) [84], la mise d'un PBN procure des résultats bénéfiques en matière de netlinking, notamment grâce à la possibilité de contrôler soi-même le nombre, les ancres et les positionnements des liens sortants.

Comme le rappelle le spécialiste en la matière François Treca, la conception récente des PBN diffère peu par rapport aux réseaux de sites du début des années 2000, si ce n'est qu'il ne s'agit plus de sites, mais de blogs, plus faciles à automatiser grâce à ChatGPT et aux surcouches pour le SEO.

[84] L'une des missions de l'équipe qualité de Google est de reconstituer les PBN et de les pénaliser.

- Il est constitué de 4 articles de 500 mots minimum (générés via ChatGPT 4).
- Les images sont libres de droit.
- Les textes n'ont pas été retravaillés par nos soins : ils sont tels que l'IA les a générés.

Contactez François Tréca par mail pour avoir plus de détails et obtenir le lien de l'interface de commande : ftreca@gmail.com

Le consultant SEO François Tréca, réputé pour la qualité de ses prestations, propose une offre de réalisation de PBN pour …. 5 € !

D. Edition de sites

1. Sites jetables « Churn and Burn »

Les référenceurs Black Hat [85] sont de grands consommateurs de noms de domaine expirés. Leur objectif est de profiter de l'autorité de ces derniers pour tromper Google, selon des modalités nombreuses et variées.

[85] Le référencement Black Hat est un ensemble de pratiques visant à obtenir des positionnements dans les moteurs de recherche en recourant à des techniques interdites par Google et par les autres moteurs. Le Black Hat est parfois considéré à tort comme une forme de criminalité. Chef de file en France du courant, Romain Pirotte explique que la démarche des référenceurs Black Hat consiste à ne pas respecter les règles de Google, ce qui n'en fait pas pour autant des hors-la-loi.

Certains services et outils permettent de manière automatique, avec des centaines ou milliers de pages visant des requêtes spécifiques en rapport à la thématique visée. Produits par IA, au moyen d'agrégateurs, de traducteurs de type DeepL ou par tout autre système automatisé, les contenus sont destinés aux robots de Google seulement, au moyen de la célèbre technique de « cloaking ». Les internautes sont quant à eux redirigés vers une page ne comportant que le formulaire ou la publicité qui permettra au référenceur Black Hat de générer des revenus.

Les sites ayant recours à de tels procédés sont généralement vite décelés et sanctionnés, que cela soit grâce aux algorithmes anti-spam de Google qui détectent les footprints, inévitablement laissées par les processus automatisés, ou plus souvent grâce aux dénonciations parfois complètes et détaillées, effectuées par les concurrents au moyen de la procédure de « Spam report ».

Les sanctions peuvent aller d'une pénalité temporaire dans les résultats des moteurs à un blacklistage durable. Ce sont toutefois des risques assumés par les référenceurs Black Hat, lesquels se satisfont d'une position-clé obtenue pendant un laps de temps court, les revenus générés pendant cette période suffisant à rentabiliser le temps passé pour l'exercice.

2. Sites thématiques

Rares sont les éditeurs de sites n'ayant qu'un site principal. Développer plusieurs sites importants, souvent spécialités dans une thématique, d'où leur appellation de « site de niche » permet de diversifier les sources de revenus et complète une panoplie déjà variée et interconnectée de points de captation de trafic : site corporate pour chaque marché [86], blog, comptes de réseaux sociaux, sites d'informations, minisites et microsites, etc.

3. Master sites

Les domaines expirés les plus recherchés sont ceux avec des liens entrants, du trafic résiduel et une thématique concurrentielle [87]. Ils servent souvent à des projets ambitieux monétisés via la vente de liens, l'affiliation ou la vente de produits et services, par exemple pour des devis, du crédit ou de la vente de produits ecommerce via Amazon.

De tels sites possèdent également à minima un design original, un nom de domaine en https [88], thématisé et pertinent [89], des mentions légales à jour, un favicon, un maillage optimisé avec un plugin d'obfuscation, etc.

Certains revendiquent même une forme de résistance vis-à-vis de la position dominante de Google, inspirée de la philosophie de la résistance suédoise The Pirate Bay.

[86] Le plus souvent, la segmentation géographique d'un site internet est réalisée grâce à des sous-domaines ou des répertoires. Toutefois, l'usage d'extensions géographiques est préférable sur certains marchés où l'extension nationale est incontournable. En cas de revente d'une filiale ou d'une activité, le site internet créé avec une autre extension peut être cédé, ce qui n'est pas le cas avec un sous-domaine ou un répertoire, qu'il n'est pas possible de détacher du site principal.

[87] La pratique la plus courante et la plus efficace est de développer un nom de domaine expiré dans sa thématique et dans sa langue d'origine.

[88] L'usage ou non dans l'adresse web des « www » est une question sans réponse tranchée. Bien qu'ils ne servent à rien, leur présence rassure les internautes.

[89] Une partie de la communauté préfère éditer des sites pudiquement appelés « généralistes », qui sont en fait des fourre-tout où se mélangent des articles sponsorisés sans queue ni tête sur la finance, le casino, les fenêtres et la santé. La plateforme de liens NextLevel, qui a fait faillite en 2023, en était une parfaite illustration.

E. Revente de noms de domaine expirés

La vente de domaines expirés et de sites est très fréquente dans la communauté des éditeurs francophones. Elle peut survenir pour de multiples raisons : abandon d'un projet, besoin de liquidités, désaccord entre associés, etc.

1. Quel prix de vente fixer pour son nom de domaine ?

L'erreur courante, même chez les professionnels de l'internet, est de penser que les noms de domaine se vendent cher, car ils s'achètent cher. Fixer des prix inspirés des ventes publiées ou des estimations fantaisistes fournies par les outils d'évaluation de noms de domaine réduit sensiblement les probabilités de vendre un nom de domaine. Une règle de base est de considérer que l'utilisateur final n'existe pas. Les transactions « normales » sont réalisées entre revendeurs, à des prix très inférieurs aux estimations destinées aux utilisateurs finaux.

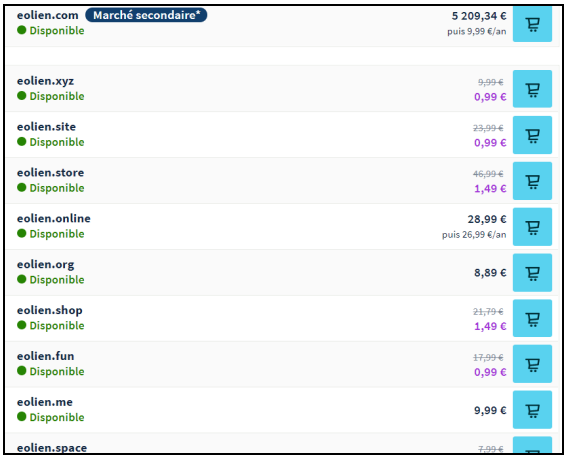
2. Vendre sur les plateformes

Les meilleures plateformes de vente de noms de domaine sont Sedo et Afternic, notamment grâce à leurs partenariats avec les grands registrars. Il est vivement recommandé de choisir un prix fixe, car cela donne de la visibilité aux noms de domaine, lors des recherches de disponibilité auprès des grands registrars comme Godaddy ou OVH (cf. tableau ci-après).

Dan.com est également un site à considérer, notamment si l'on n'utilise pas le nom de domaine. Dans ce cas, il est souhaitable d'opter pour la page parking de Dan, qui possède un bon taux de transformation et sera affichée en priorité aux visiteurs du site par rapport aux domaines en vente non parkés chez Dan. D'autres services de pages de vente comme Efty offrent également de bons résultats.

Les autres plateformes connues sont celles de Godaddy, Dynadot,. S'il s'agit d'un nom de domaine brandable, on peut se tourner vers Brandbucket ou Brandpa. Certaines plateformes moins connues comme Match, Nicsell ou encore Nidoma peuvent également générer des ventes. Attention à bien s'assurer qu'une plateforme est gratuite, certaines comme le polonais Aftermarket.pl facturent le service de mise en vente, sans le mentionner clairement.

Affichage d'un domaine du second marché chez OVH



L'illustration montre une copie d'écran d'une recherche sur OVHcloud du nom de domaine eolien.com, qui est affiché à son prix de vente sur Sedo, avec qui OVHcloud est partenaire.

3. Recours à un courtier

Trouver un courtier travaillant à la commission est impossible. Vendre un nom de domaine étant compliqué et rare, aucun courtier n'a intérêt à rechercher gratuitement des acheteurs pour le nom de domaine d'un client. Les services de courtage à prix fixe des plateformes de vente de noms de domaine doivent également être évités. Le vendeur paiera un prix fixe pour quelques emails envoyés par la plateforme, qui n'aboutiront dans la grande majorité des cas à rien.

4. Prospecter : de l'énergie et du temps dépensés pour des résultats incertains

Contacter des destinataires potentiels naturels pour un nom de domaine peut être fait de manière manuelle via des recherches sur internet, ou plus ou moins automatisée en exploitant des base de données comprenant des données whois, des infos Linkedin, Google ads, etc. Il est recommandé de personnaliser les messages, avec des prix de vente fixes et raisonnables, et un lien vers une plateforme pour le déroulement de la transaction. Toutefois, même avec les meilleures optimisations possibles, les résultats sont généralement modestes. Les utilisateurs finaux ont pour habitude de n'acheter des noms de domaine que lorsque cela répond à un besoin immédiat.

5. Vendre dans les groupes privés et les réseaux sociaux

La grande difficulté d'un vendeur d'un nom de domaine est de trouver la personne qui recherche exactement le nom de domaine en vente et accepterait de le payer à un prix raisonnable. Poster sur les forums et les groupes privés de domaining n'aide pas à atteindre cet objectif, car ceux-ci sont fréquentés par un faible nombre de personnes, a priori toutes vendeuses et non acheteuses, sauf à des prix bas. Les réseaux sociaux offrent davantage de visibilité, mais la probabilité de réussite est mince, sauf à disposer d'une audience importante.

6. Ventes directes et scam des fausses évaluations

Il arrive de recevoir des offres non sollicitées, le plus souvent par email. Dans le meilleur des cas, il s'agit d'une demande émanant d'une plateforme ou d'un bureau d'enregistrement effectuant des rachats pour le compte d'un client. Très souvent, ceux-ci formalisent une première offre raisonnable, peu éloignée du prix maximal du donneur d'ordre.

Les acheteurs sans référence doivent en revanche être vérifiés, nombre d'entre eux ayant pour unique but d'inciter le vendeur à payer une évaluation frauduleuse. La stratégie consiste à contacter des titulaires de domaines pour leur proposer de racheter ce dernier, quel que soit le prix. Ils affirment ensuite avoir besoin d'une évaluation du nom de domaine, à la charge du vendeur, puis ne donnent plus de signe de vie une fois celle-ci acquittée.

Conclusion

Le présent ebook a dressé les grands traits d'un secteur mouvant, très opaque et pour l'instant très porteur pour ceux qui savent en tirer les ficelles. L'avenir des noms de domaine expirés est toutefois incertain, avec la menace des IA génératives, et notamment de leur intégration dans Google avec SGE [90]. De même, Verisign ou l'AFNIC pour le .FR ont les moyens de totalement rebattre les cartes de ce marché pour l'heure lucratif.

[90] Non encore implémentée en France à l'heure de l'écriture de ce ebook (novembre 2023), la Search Generative Expérience de Google met beaucoup moins en avant les pages web dans les résultats, au profit de BARD, des contenus provenant des réseaux sociaux et des services de Google.

Lexique

AFNIC (Association Française pour le Nommage Internet en Coopération) : Registre du FR et d'autres extensions

ADR (Alternative Dispute Resolution) : Procédure extrajudiciaire permettant de régler les litiges sur les noms de domaine en EU

ccTLD (country-code Top-Level Domain) : extension de premier niveau correspondant à un territoire ou à un pays.

CENTR : Council of European National Top-level domain Registries.

Charte de nommage : Règles relatives aux noms de domaine d'une extension, d'un groupe, d'une entreprise

DNS (Domain Name Server) : machines sur lesquelles les informations concernant le nom de domaine sont installées.

EMD est l'acronyme anglais d'*Exact Match Domain*, ou *Nom de Domaine Exact*, en français.

EPP (Extensible Provision Protocol) est un standard de communication via messages XML entre les registrars et le registrar. Il est implémenté au moyen d'une API liant l'interface du registrar au registre.

EURID (European Registry of Internet Domain Names) : Registre qui gère l'extension EU

gTLD (generic TopLevel Domain) : extension générique de premier niveau

ICANN (Internet Corporation for Assigned Names and Numbers) : Autorité de régulation de l'Internet

INPI (Institut National de la Propriété Industrielle) : Etablissement public délivrant les brevets, marques, dessins et modèles.

Legacy gTLD : extension générique créée avant 2014, en opposition aux nTLD.

nTLD (new Top-Level Domain) : extension générique créée après 2014.

OHMI (Office de l'Harmonisation dans le Marché Intérieur) : agence de l'Union européenne compétente pour l'enregistrement des marques et des dessins ou modèles

OMPI (Organisation Mondiale de la Propriété Intellectuelle) : Institution spécialisée des Nations Unis permetant le dépôt de marques internationales.

Penny TLD : extension gratuite ou vendue à un prix très bas.

Registrar : Bureau d'enregistrement de noms de domaine.

Registre : Organisme chargé de gérer une ou plusieurs extensions de noms de domaine.

Syreli : Procédure extrajudiciaire permettant de régler les litiges pour les noms de domaine en FR.

TLD (Top-Level Domain) : extension de premier niveau

UDRP (Uniform Domain-Name Dispute-Resolution Policy) : Procédure extrajudiciaire permettant de régler les litiges sur les noms de domaine génériques

WHOIS : Base de données d’information sur les noms de domaine

Index des marques et termes techniques

Afternic, 23, 49, 60, 61
backorders, 42, 60, 64, 65, 67, 68, 70
Catched, 71
Catches.io, 71
Citation Flow, 41
cloaking, 95
DAN, 60
DMCA, 91
domain tasting, 52
Domaination, 60
domaine expiré, 65
Domainium, 26, 61
DomainOrder, 72
DomainTools, 38
Domcop, 41
Domexpire, 48, 59, 72, 74
Domstocks, 60
DotMarket, 62
Dropcatch, 13, 14, 42, 59, 67, 68, 70, 71, 72
Dropcatch Discount, 42, 58, 69, 71
Dynadot, 13, 52, 66, 71, 88, 96
EMD, 22, 23, 48, 49, 50, 98
Escrow, 62
ExpiredDomains, 40, 58, 68
ExpireSEO, 60
GName, 71
Godaddy, 39, 55, 56, 72, 96
Hexonet, 13, 71, 72
ICANN, 98
Infomaniak, 84
InternetVikings, 59
Ionos, 12, 57, 58
Kalin Karakaheyov, 43
Kifdom, 59, 66, 72, 74, 75
KifDom, 74
Mailbox Park, 30
MajesticSEO, 41, 47
Match, 50, 59, 72, 79, 80, 96, 98
Match.it, 59
namecatcher, 66
Namecheap, 12, 38, 58, 83
NameSilo, 58
Netim, 54
NetworkSolutions, 58, 71, 85
Nicsell, 59, 72
Nidoma, 59, 96
OpenProvider, 84
Park.io, 72
parking, 43, 45
PBNPremium, 41
pending delete, 14, 55, 68, 70
Planethoster, 80, 84
prerelease, 14, 17, 51, 55
proxy, 54
référencement, 16, 92, 94
Registre, 98
Safebrands, 54, 61
SAV, 59, 71
ScreamingFrog, 38, 52
Sedo, 23, 31, 49, 57, 58, 60, 61, 62
SEO.Domains, 60
snap, 65
Snapnames, 5, 14, 26, 42, 57, 59, 67, 68, 69, 70, 71, 72
Solidnames, 39, 61
sunrise, 31
Syreli, 98
termes protégés, 89
Verisign, 7, 10, 97
VIPSEO, 63
WatchMyDomains, 39
Xenu, 38
Youdot, 18

Table des matières

TIRER PROFIT DES NOMS DE DOMAINE EXPIRES : STRATEGIES ET BONNES PRATIQUES SEO, MARKETING ET JURIDIQUES 2

Sommaire 3

PREMIERE PARTIE. QUI CONVOITE LES DOMAINES EXPIRES ET POURQUOI ? 4

Chapitre 1. Qu'est-ce qu'un nom de domaine expiré ? 4

I. Mécanismes et acteurs en présence 4

A. Le système des noms de domaine 4

1. L'ICANN, organisme régulateur 4

Schéma des acteurs en présence pour l'enregistrement d'un nom de domaine 5

2. Racines alternatives et domaines blockchain 5

Offre d'Unstoppable Domains 6

B. Registres et extensions de noms de domaine 6

1. Registres historiques 6

Bit.ly, exemple d'utilisation problématique d'un quasi-gTLD 7

Le Gabon a repris le contrôle de son extension en 2023 8

2. Registre des nTLD 8

C. Bureaux d'enregistrement 9

Revue des principaux registres 10

Principaux groupes du secteur de l'enregistrement de noms de domaine 12

II. Cycles de vie des noms de domaine 14

A. Expiration des noms de domaine gTLD 14

1. Période de grâce 14

2. Période de rédemption 14

3 Période de pending delete 14

B. Expiration des noms de domaine ccTLD 14

Chapitre 2. Le domaine expiré au cœur des stratégies de référencement 16

I. Un outil de maximisation du Pagerank 16

A. Rôle central des liens dans les algorithmes de Google 16

1. Principe du pagerank de Google 16

Affichage du PageRank de Google 16

Formule du PageRank du surfeur aléatoire 17

2. Augmentation du pagerank avec les domaines expirés 17

B. Une pratique black hat 17

1. Position officielle de Google 17

Conférence de Lily Ray au Brighton SEO 18

2. Pratiques des référenceurs sur le marché français 18

II. Potentiel en termes de monétisation 19

A. Vente de liens 19

Jérôme Pasquelin, spécialiste de la génération de revenus avec les noms de domaine expirés 20

Principales plateformes françaises de netlinking acceptant les sites francophones (novembre 2023) 20

B. Autres modes de monétisation 20

1. ecommerce 20

2. Publicité et vente de données 21

Formation Affiliation et site de Niche, par Maximilien Labadie 21

Chapitre 3. Domaines expirés : source d'approvisionnement privilégiée pour le domaining 22

I. Le snap comme mode principal d'acquisition des noms de domaine premium 22

A. Types et atouts des noms de domaine premium 22

1. Noms de domaine EMD 22

Avantages des EMD 23

2. Noms de domaine brandable 23

3. Meilleur CTR des noms de domaine EMD et brandable 23

B. Caractéristiques des noms de domaine recherchés 24

Exemples de noms de domaine performants et défaillants 25

1. Syntaxe 25

2. Extension 25

Point COM, Point FR, Point final ? 26
C. Possibilités d'acquisitions de domaines premium via le snap 26
II. Rentabiliser l'acquisition de domaines expirés premium 27
A. Achat-vente de noms de domaine 27
1. Un marché en croissance molle 27
Qui sont les domainers FR 28
2. Difficile rencontre entre l'offre et la demande 29
B. Monétisation des noms de domaine 29
Chapitre 4. Litiges relatifs aux domaines expirés 31
I. Domaines expirés : besoin de surveillance pour les marques 31
A. Le cybersquatting : un fléau pour les marques 31
1. Un racket organisé 31
Les nouvelles extorsions ? 32
2. Des réponses insuffisantes des marques 32
Rencontres juridiques de l'AFNIC 2023 32
B. Une activité et des mesures de protection qui évoluent 33
1. Plus besoin d'enregistrements défensifs exhaustifs 33
Red Flag Domains 33
2. Des préjudices plus courts et moins consistants 34
3. Cas face auxquels il est nécessaire d'agir 34
II. Modes d'action 34
A. Mesures préventives 34
B. Procédures extra-judiciaires 34
1. La procédure UDRP 34
Cas particulier des nouvelles extensions 35
Cas des ccTLD 35
Syreli : une originalité française 35
Nouveau service de médiation 36
C. Procédures judiciaires 36
1. Délit en contrefaçon et action en concurrence déloyale 36
2. Importance de l'antériorité 36
3. Droits des noms de domaine opposables aux marques et noms de domaine 36
4. Faible effet exécutoire des décisions pour d'autres juridictions 37
D. Choix du pragmatisme 37
1. Rachat des noms de domaine litigieux 37
2. Récupération technique des noms de domaine expirés 37
DEUXIEME PARTIE. OPTIMISER SA PRESENCE EN LIGNE AVEC LES DOMAINES EXPIRES 38
Chapitre 5. Sélection et qualification des noms de domaine expirés 38
I. Détection des noms de domaine expirés 38
A. Scrap d'annuaires et de répertoires 38
B. Monitoring de listes ad'hoc 38
1. Faire ses propres listes 38
Base OpenData de l'AFNIC 39
2. Monitoring des listes 39
WatchMyDomains, monitoring professionnel de noms de domaine 40
B. Listes en ligne 40
1. Listes fournies par les namecatchers 40
2. Listes de services spécialisés dans la surveillance des noms de domaine, expirés ou non 40
II. Qualification des domaines expirés 41
A. Analyse des domaines expirés pour le référencement 41
1. Métriques SEO 41
Les secrets de l'algorithme du Trust Flow 41
Choix du nombre de Referring domains dans Expireddomains 42
Kalin Karakeahov – expert mondial de la récupération de domaines expirés 43
2. Qualité et pertinence des liens entrants 43
3. Ancienneté du nom de domaine 43
Mise en comparaison de l'âge selon le whois et de la 1e archive sur Webarchive 44
Exemple d'identification grâce à Webarchive d'un domaine spammé 44
4. Historique du nom de domaine 45

5. Critères secondaires : langue et extension du nom de domaine 45
La langue et la thématique du domaine 45
Filtre sur ExpiredDomains selon la thématique et la langue 45
L'extension 45
Classement des pires extensions selon Spamhaus 46
6. Combien coûte un nom de domaine expiré pour le SEO ? 47
Exemple de nom de domaine sur lequel ça n'est pas une bonne idée d'enchérir 48
Enchères sur Domexpire, 7 novembre 2023 48
B. Domaines EMD et brandable 48
1. Evaluations automatiques 49
Estimation de valeur selon Estibot 49
2. Déterminants de la valeur d'un nom de domaine 50
Identification des domaines EMD et Brandable dans les prochains drops (8 novembre 2023) 50
Chapitre 6. Enregistrement et rachat de noms de domaine expirés 52
I. Enregistrement de domaines libres 52
A. Pénurie définitive de noms de domaine libres à l'enregistrement ? 52
1. Les noms de domaine disponibles sont ceux dont personne n'a voulu 52
2. Principe du domain tasting 52
B. Opportunités dans les extensions secondaires et exotiques 53
Liste de noms de domaine disponibles, par ExpiredDomains 53
Conditions propres à chaque extension 54
II. Prerelease 54
A. Fonctionnement général 55
B. Principaux services 55
1. Prerelease Godaddy 55
Godaddy Expired Domains 56
Obtenir des noms de domaine pour le SEO avec Godaddy Expired Auctions 56
Godaddy Closeouts 57
2. Pre-release Snapnames 57
3. Autres offres 58
III. Rachats sur le second marché 59
A. Offres des namecatchers 59
1. Namecatchers spécialistes des gTLD 59
2. Namecatchers spécialistes des ccTLD 59
B. Sites spécialisés dans la vente de noms de domaine expirés 60
C. Plateformes d'achat-vente de noms de domaine 60
Domaines en vente sur Sedo, Dan et Godaddy 61
D. Rachat de gré à gré 61
1. Rachat à un titulaire connu ou non 61
2. Rachat après une sollicitation par mail 61
Escrow.com 62
E. Rachat de sites internet 62
Chapitre 7. Récupération des noms de domaine expirés 64
I. Principes du snap 64
A. Scripts de récupération 64
1. fonctionnement 64
Comment fonctionnent les backorders en .FR, par Domexpire ? 64
2. Une efficacité limitée 64
B. Pose de backorders 65
1. Principe des backorders 65
2. Conseils pour les backorders et les enchères 65
Enchères Proxy 65
3. Risques d'irrégularités sur les enchères à montants élevés 66
II. Offres des namecatchers 66
A. Namecatchers spécialistes des gTLD 66
1. Un marché dominé par deux acteurs 66
2. Dropcatch 67
Une société opaque, avec des moyens considérables 67
Pré-réserver un nom de domaine sur Dropcatch 67

Dropcatch Discount 69
2. Namejet / Snapnames 69
Pré-réserver un nom de domaine sur Snapnames 70
Snapnames propose par erreur le snap en .FR 70
Revendeurs Snapnames 71
3. Autres namecatchers proposant les extensions génériques 71
4. Cas des extensions exotiques 71
B. Namecatchers spécialistes des ccTLD 72
1. Namecatchers spécialistes du .FR 72
Connexions FR Rush des registrars (novembre 2023) 72
Kifdom 74
Enchères Kifdom 75
Domexpire 75
Extrait d'enchères chez Domexpire 76
DomainOrder 76
Opportunités avec DomainOrder 77
Nicsell 78
Enchères avec Nicsell 78
Match 79
Pose d'un backorder chez Match 79
Catched.com 80
2. Autres extensions francophones 80
3. Autres extensions géographiques 80
Synthèse des cas de figures et des acteurs de la récupération de noms de domaine expirés 81
Chapitre 8. Utilisation des noms de domaine expirés 83
I. Gestion technique 83
A. Choix du bureau d'enregistrement 83
1. Des leaders peu compétitifs 83
OVH, géant de l'hébergement moins performant sur le segment des noms de domaine 83
Gandi et Ionos, challengers limités 84
2. Autres possibilités en termes de registrar 84
Offres des revendeurs 84
Être registrar soi-même 85
B. Opérations techniques 85
1. Transfert des noms de domaine 85
Comment récupérer un nom de domaine ? 87
Obtenir le auth code d'un domaine 87
Push : solution en cas de transfert impossible 87
2. Enregistrement et renouvellement 88
Gestion des contacts 88
Comment obtenir un whois anonyme ? 88
Update : une spécificité du .FR 88
Mise à jour du titulaire d'un nom de domaine avec InternetBS 89
3. Enregistrement et renouvellement de noms de domaine 89
III. Types d'utilisation 89
A. Règles juridiques à connaître 89
1. Droit des marques 90
2. Protection des contenus 91
B. Blocage de la concurrence 92
C. Usages pour le référencement 92
1. Redirections 301 92
2. Les Private Blog Networks (PBN) 92
D. Edition de sites 94
1. Sites jetables « Churn and Burn » 94
2. Sites thématiques 95
3. Master sites 95
E. Revente de noms de domaine expirés 96
1. Quel prix de vente fixer pour son nom de domaine ? 96
2. Vendre sur les plateformes 96

Affichage d'un domaine du second marché chez OVH 96
3. Recours à un courtier 97
4. Prospecter : de l'énergie et du temps dépensés pour des résultats incertains 97
5. Vendre dans les groupes privés et les réseaux sociaux 97
6. Ventes directes et scam des fausses évaluations 97
Conclusion *97*
Lexique *98*
Index des marques et termes techniques *100*
Table des matières *101*
Couverture externe 106

A propos de l'auteur

Figure reconnue du secteur des noms de domaine, David Chelly est cofondateur du NddCamp et membre des associations de l'AFNIC et SEOCamp.

De formation pluridisciplinaire (Doctorat Gestion, Licence Droit, DESS Finance), il s'intéresse à tous les aspects du nommage, qu'il pratique au quotidien.

twitter.com/onlinestratfr

linkedin.com/in/davidchelly

LIVRE SUR LES NOMS DE DOMAINE

- Stratégie web : Le rôle central des noms de domaine, Gecop, 2020
Disponible en version papier ou PDF, 255 pages

Page de vente : www.clicachat.com