

Tables des matières

<u>1</u> <u>Qu'est ce qu'un nom de domaine ?</u>	<u>2</u>
<u>2</u> <u>Comment choisir son nom de domaine ?</u>	<u>3</u>
<u>3</u> <u>Comment créer un nouveau nom de domaine ?</u>	<u>7</u>
<u>4</u> <u>Comment utiliser un nom de domaine déjà existant ?</u>	<u>7</u>
<u>5</u> <u>Comment utiliser des noms de domaine supplémentaires ?</u>	<u>9</u>

Introduction

Le dépôt de nom de domaine est un élément majeur dans la protection de votre site et la communication que vous faites autour de lui.

Un nom de domaine est un espace de communication permettant à une société, un organisme, une association ou un particulier de communiquer efficacement sur ses activités, ses produits ou ses services en valorisant son nom ou sa marque.

Il permet une mémorisation simple, efficace et cohérente de l'adresse du site. Il est le prolongement de votre communication et de votre identité.

Pour assurer le succès de votre site il est indispensable d'avoir un nom de domaine efficace.

1 Qu'est ce qu'un nom de domaine ?

Le nom de domaine est l'adresse web d'un site internet. C'est un signe distinctif unique qui permet d'accéder à un site.

Un nom de domaine se compose d'un nom également appelé **radical** (marque, société, mot générique, etc.) et d'une **extension**.

Cette dernière peut être :

- un suffixe géographique de deux lettres (.fr, .be par exemple)
- ou un suffixe générique en trois lettres (.com, .net par exemple).

Exemple pour le nom de domaine du site www.powerboutique.com

« powerboutique » est appelé le radical

« .com » est appelée l'extension

Il existe en grand nombre d'extensions pour les noms de domaines. Certaines ont une **portée générale (.com, .biz, .gouv)** et ne sont donc pas rattachées à une zone géographique donnée.

D'autres ont une **portée nationale (.fr, .it, .be) et sont rattachées à un pays ou une zone géographique** donnée (par exemple, un site.fr sera considéré comme étant un site français).

Les extensions à portée générale sont gérées par des sociétés privées (.com, .org), des organisations (.aero, .museum) ou par le gouvernement américain (.gov, .mil).

Les règles d'attribution des noms de domaines associés à certaines de ces extensions (.com, .net, .org, .biz, .name, .info) sont généralement assez simples : premier arrivé, premier servi.

Les extensions nationales sont gérées par un organisme propre à chaque pays.

En France, c'est l'[AFNIC](#) qui gère les noms de domaines. Les règles d'attribution des noms de domaines nationaux sont propres à chaque pays et sont précisées sur les sites des organismes qui les gèrent. Sachez que pour le .fr ces règles sont très souples.

2 Comment choisir son nom de domaine ?

2.1 Les règles et contraintes

2.1.1 Les règles de syntaxe

Les noms de domaine doivent respecter quelques règles de syntaxe :

Hors extension, la longueur ne doit pas dépasser 63 caractères.

La taille ne peut être inférieure à 2 caractères pour les .com .net .org, 3 pour les .fr.

Les lettres sans accents, les chiffres et le caractère - peuvent être utilisés.

Un nom ne peut pas commencer ou finir par -

Un nom ne peut pas contenir un point (.) en dehors de son extension.

Le caractère espace est interdit.

Les majuscules ou minuscules n'ont pas d'importance.

2.1.2 Les aspects juridiques

Il ne faut pas déposer un nom de domaine contenant une marque dont vous n'êtes pas titulaire. En effet, le dépôt d'un nom de domaine ne constitue pas un droit sur la marque à proprement parler.

Il est conseillé également d'**éviter des ressemblances, homonymes et autres similitudes orthographiques ou vocales de marques** qui sont déjà déposées. Vous pouvez effectuer une recherche sur les marques déposées sur le site : <http://bases-marques.inpi.fr>

Ce conseil est également valable pour un nom de domaine déjà existant même s'il n'a pas été déposé en tant que marque. En effet, de manière involontaire vous pouvez faire ce que l'on appelle du « cybersquatting » : cela consiste à déposer un nom de domaine très proche d'un nom de domaine déjà utilisé par un autre site. Dans ce cas, il y a un risque de confusion entre les noms de domaines qui peut entraîner un détournement des visiteurs.

Il peut aussi arriver que certaines personnes déposent des noms de domaine très proches d'un nom de domaine existant dans l'espoir de les revendre à la personne qui souhaite les récupérer.

Pour vous protéger, lors du dépôt de votre nom de domaine nous vous conseillons de déposer les principales extensions et syntaxes différentes autour du nom de domaine que vous avez choisi. Exemple pour le site powerboutique.com : powerboutique.fr, powerboutique.net, power-boutique.fr

En règle générale, nous vous conseillons de déposer le nom de domaine en .com et .fr, ainsi qu'avec tiret et sans tiret quand il y a plusieurs mots.

Le dépôt auprès de l'INPI d'une marque correspondant à votre nom de domaine peut également être une solution pour se protéger d'un point de vue juridique de ce type de pratiques mais cela n'empêche en rien quelqu'un de déposer un nom de domaine proche du votre. Il est possible de tenter de récupérer un nom de domaine par voie juridique mais généralement cela s'avère très coûteux et long.

2.1.3 La disponibilité

Comme une marque, un nom de domaine est déposé ou non.

Pour vérifier si un nom de domaine est libre ou déjà déposé :

<http://www.powerboutique.com/e-commerce/presentation/nom-domaine-mails.cfm>

Obtenir la propriété d'un nom de domaine déjà déposé est chose compliquée.

Il appartient à un individu ou une société, qui est seul décisionnaire de son utilisation.

Seulement deux solutions s'offrent à celui qui convoite un nom de domaine déjà déposé :

- * Rachat : contacter le propriétaire actuel pour le convaincre de vous vendre son nom de domaine
- * Patience/chance : attendre la date d'expiration du nom de domaine pour le déposer à votre nom

En effet, la durée de détention d'un nom de domaine est limitée dans le temps : une date d'expiration est attachée à chaque nom de domaine déjà déposé. Le propriétaire actuel doit à cette date manifester son souhait de renouveler son nom de domaine. Dans le cas contraire, le nom de domaine redevient disponible et tombe dans le domaine public. Il devient dès lors possible à un tiers de le déposer à son nom.

2.2 La dimension marketing

Le nom de domaine peut correspondre à votre raison sociale, votre enseigne commerciale ou encore à une marque dont vous êtes déjà titulaire. Mais il peut également être indépendant de ces éléments et simplement représenter l'appellation de votre site Internet. Il peut correspondre à un nom original ou être composé de mots clés génériques.

Nous allons vous présenter par ordre d'importance les 3 points à prendre en compte dans le choix du nom de domaine.

2.2.1 L'identité, la communication

Le nom de domaine d'un site internet correspond à **votre enseigne sur Internet**. Son choix s'appuie donc avant tout sur des critères de marketing . Il doit être complètement intégré dans votre stratégie de communication et votre plan media. S'il est volontairement différent de votre raison sociale ou de vos marques, Il deviendra aux yeux de tous (internauts, investisseurs, fournisseurs) la dénomination de votre fond de commerce numérique. Comme une marque, il peut s'appuyer sur des choix liés à votre métier, la nature de vos offres, leurs bénéfices pour vos clients, les valeurs de votre société, votre positionnement concurrentiel, etc... Nous nous approchons ici de la notion de « Marque Web ».

2.2.2 Pratique et mémo-technique

Le nom de domaine doit être synonyme de bon sens, il **doit être court, simple à retenir**. Il devra venir à l'esprit des clients qui sont déjà venus sur votre site sans pouvoir être confondu avec d'autres sites existants. Votre nom de domaine devra également être retenu par quelqu'un qui en aura entendu parler par « bouche à oreille ». Il peut dès lors être avantageux de choisir des termes évocateurs et mémo-techniques, qu'ils soient en rapport avec l'activité ou non.

Exemples : bebebox.fr, lunettes-shop.com, biofficine.com...

2.2.3 Le référencement naturel

Le nom de domaine peut également se soumettre à la logique du référencement, en effet, **les moteurs de recherche valorisent la présence de mots-clés dans le nom de domaine**.

La présence de mot(s) clé(s) dans son nom de domaine **augmente fortement les chances d'avoir des liens externes comprenant des mots clés dans leur intitulé**, ce qui est bénéfique pour le référencement.

Il est donc intéressant de disposer d'un nom de domaine intégrant un, voir deux mots clés.

Par ailleurs la présence d'un mot clé dans le nom de domaine permet aux personnes en voyant le nom du site de comprendre rapidement votre activité et les produits que vous vendez. Cela peut les inciter à visiter votre site lorsqu'ils le verront apparaître dans les listes des résultats des moteurs et annuaires.

Si le nom de domaine est composé de plusieurs mots, **mettez des tirets entre les mots plutôt que de les coller**. En effet, le tiret est un séparateur qui permet aux moteurs de distinguer plus facilement les différents mots présents dans le nom de domaine.

Exemples : instruments-cordes.com, maison-et-bricolage.com, boutique-du-pilote.com...

Il est important de préciser que l'absence de mots clés dans le nom de domaine n'empêche en rien d'être bien positionné sur les moteurs de recherche, c'est un plus qu'il peut être intéressant d'exploiter mais cela n'est pas une obligation.

Voici quelques exemples de sites remontant en 1^{ère} page de Google pour des mots clés pertinents en dépit de noms de domaines « originaux » et pas du tout évocateurs de leur contenu :

dolly-moon.com pour la recherche « sac à main »

cati91.fr pour la recherche « équipement professionnel »

montbel.com pour la recherche « livres de chasse »

Enfin, insérer des mots clés dans le nom de domaine n'est pas utile si le site a pour but une communication uniquement « Corporate » sur la marque. Dans l'hypothèse où le nom de votre société ou de votre marque sont connus par beaucoup de personnes, nous vous recommandons de les utiliser dans votre nom de domaine, seul ou accompagné de mots clés.

2.3 Nos recommandations

Si vous n'avez pas encore de nom de domaine : privilégiez les noms de domaines libres et pas encore déposés.

Préférez l'extension .com pour des sites internationaux ou si vous souhaitez vendre en plusieurs langues. Le .com est de façon générale plus connu et il est associé plus facilement à un site à vocation commerciale.

Préférez le .fr si votre cible est uniquement Française ou si votre communication est liée à la France ou son marché.

Anticipez les problèmes de cybersquatting en déposant en noms de domaine secondaires les principales déclinaisons de votre nom de domaine principal.

Si votre nom de domaine comprend plus de 2 mots clés, il est préférable de les coller et d'éviter d'utiliser des séparateurs (tirets ou autres).

Ex : www.easypieceauto.com www.rueducommerce.com

Eviter de dépasser plus de 3 mots dans le nom de domaine

Exemple :

La société Dupont dispose de plusieurs magasins physiques en France. Cette société souhaite vendre en ligne des chaussures dans les pays francophones mais envisage à plus long terme de mettre en place une version anglaise. Dans ce cas il est préférable de déposer les noms de domaine chaussures-dupont.com (nom de domaine principal), chaussures-dupont.fr, chaussuresdupont.com et chaussuresdupont.fr.

3 Comment créer un nouveau nom de domaine ?

Tout d'abord, il est indispensable de vous assurer que le nom de domaine envisagé respecte les critères de choix présentés plus haut (cf chapitre 2.1.3.).

A l'instar des marques, les noms de domaines sont réglementés par des organismes officiels. Un nom de domaine n'est pas simplement créé mais il est enregistré (on emploie également le terme de « déposé ») auprès de ces organismes pour faire valoir vos droits en tant que détenteur.

Lexique : Un "registrar" (traduction française : bureau d'enregistrement) est une société ou une association gérant la réservation de noms de domaine Internet. Le dépôt d'un nom de domaine ne peut s'effectuer qu'auprès d'un **registrar**, accrédité par les sociétés privées ou organismes officiels qui gèrent les noms de domaine. PowerBoutique utilise les services du registrar « Namebay »

L'offre PowerBoutique® inclut le dépôt ou le transfert d'un nom de domaine (extensions proposées .com, .fr, .eu, .net, .biz...). Pour la réservation du nom de domaine auprès de nos services, vous devez vous rendre à l'adresse : <http://ndd.powerboutique.com>

Nos services se chargeront de la procédure d'enregistrement du nom de domaine que vous nous aurez indiqué. Le nom de domaine sera déposé au nom de votre société, qui bénéficiera à ce titre des droits en tant que propriétaire du nom de domaine, PowerBoutique n'intervenant qu'à titre d'administrateur technique.

4 Comment utiliser un nom de domaine déjà existant ?

4.1 Pourquoi utiliser un nom de domaine ancien ?

Si vous utilisez déjà un nom de domaine répondant aux critères et recommandations énoncés dans le chapitre 2, **il peut être intéressant d'un point de vue référencement de l'utiliser pour votre site réalisé avec PowerBoutique®**. En effet, Google prend en compte l'ancienneté du nom de domaine et son historique dans ses critères de positionnement. Par ailleurs vous transférez une partie du travail de référencement que vous avez effectué (liens externes...) vers votre site PowerBoutique®.

Exemple : La société Durand a un site Internet de présentation depuis 2005 avec comme nom de domaine durand.fr. Elle a pris une licence PowerBoutique® afin de vendre en ligne ses produits. Dans ce cas il est pertinent de faire pointer le nom de domaine durand.fr vers sa PowerBoutique® et de créer des pages informatives afin de pouvoir présenter la société, son historique, sa philosophie, sa localisation... en plus de son catalogue produits.

4.2 Faire pointer son nom de domaine vers sa licence PowerBoutique®

Si vous possédez déjà un nom de domaine enregistré chez un autre Registrar et que vous souhaitez l'utiliser pour votre PowerBoutique® vous devez effectuer une **opération de pointage** de votre nom de domaine vers votre licence. Etant donné que ce nom de domaine est géré par une autre société, nous ne pouvons pas faire ces manipulations. Elles sont à effectuer par vos soins via l'**interface d'administration de votre nom de domaine** mise à disposition par la société par laquelle vous êtes passé pour le dépôt. L'objectif est d'établir une liaison entre votre nom de domaine et votre site.

Pour connaître les informations à indiquer sur l'interface d'administration vous devez contacter le service des noms de domaine de PowerBoutique® (e-mail : ndd@powerboutique.com). Il est impératif de faire un **pointage par CNAME** et non une redirection qui peut poser des problèmes pour votre référencement.

4.3 Créer un sous nom de domaine

Il est possible de créer un sous nom de domaine spécifique qui pointe vers sa licence PowerBoutique®. Pour cela **on ajoute un préfixe à un nom de domaine que vous utilisez déjà**. Vous êtes **libre de choisir le préfixe** que vous voulez. Les contraintes de syntaxe sont les mêmes que pour le nom de domaine.

Si vous avez un site déjà existant avec un nom de domaine disposant d'une bonne notoriété, il peut être pertinent de créer un sous nom de domaine.

Par exemple pour le site boutique.stadedefrance.fr, boutique est le sous nom de domaine de stadedefrance.fr. Il permet d'arriver sur la boutique en ligne du stade de France.



La création d'un sous nom de domaine se fait directement sur l'interface de gestion de votre nom de domaine mise à disposition par votre registrar. Généralement la création de sous noms de domaine est gratuite.

5 Comment utiliser des noms de domaine supplémentaires ?

Il est possible de déposer plusieurs noms de domaine et de tous les faire pointer vers un même site.

Dans ce cas, il convient de distinguer le nom de domaine principal et le(s) nom(s) de domaine secondaire(s).

Le nom de domaine principal : c'est celui qui est repris dans l'adresse de l'ensemble de vos pages et sur lequel vous communiquez

Le(s) nom(s) de domaine secondaire(s) : l'internaute qui utilise ces noms de domaine se voit rediriger automatiquement vers le nom de domaine principal.

Les noms de domaine secondaires ont pour but :

* d'éviter de perdre des visiteurs qui se seraient légèrement trompé en tapant l'adresse de votre site.

exemple : la société « Entreprise » est détentrice du nom de domaine « monentreprise.com » qui pointe vers son site Internet. Elle dépose le nom de domaine supplémentaire « mon-entreprise.com » afin que les personnes qui se tromperaient dans la saisie soient malgré tout redirigées vers le site « monentreprise.com »

* de vous prémunir de l'utilisation d'un nom de domaine très proche du votre par une autre société.

exemple : la société « Bijoux Corp » est détentrice du nom de domaine « monentreprise.com » qui pointe vers son site Internet. Elle ne dépose aucun nom de domaine supplémentaire. 6 mois plus tard, une autre entreprise choisit « monentreprise.net » comme nom de domaine de son site web de vente d'accessoires pour chiens, au grand dam de la société « Bijoux Corp » qui ne peut rien faire.

PowerBoutique® a été développé de manière à ce que le pointage de plusieurs noms de domaine vers un site puisse se faire sans nuire à son référencement.

Il est possible de faire pointer des noms de domaines « secondaires » vers son site en faisant la demande auprès de notre département des noms de domaine et en mettant en place les paramétrages nécessaires sur l'interface de votre registrar. Notre département des noms de domaine vous communiquera les paramètres à indiquer sur simple demande par e-mail à l'adresse ndd@powerboutique.com

Une fois le pointage effectif, lorsqu'une personne tapera l'adresse d'un de vos noms de domaine secondaires, elle sera automatiquement redirigée vers le nom de domaine principal.

Prenez le temps de choisir un nom de domaine optimal pour votre site avant de vous lancer sur Internet car il est déconseillé de changer de nom de domaine au cours de votre activité.