

HIGH-TECH & MEDIAS

pixels



De Lescure au CSA

Jean-Baptiste Gourdin, ancien rapporteur de la mission Lescure qui vient de rendre son rapport, va rejoindre le CSA en tant que directeur de cabinet de son président, Olivier Schrameck. Cette nomination intervient alors que le CSA doit, selon les préconisations du rapport Lescure, récupérer les prérogatives de l'Hadopi. Un projet de loi est en préparation.



News Corp. scindé en deux le 28 juin

Le conseil d'administration de News Corp, le groupe du magnat australien Rupert Murdoch, a décidé que la scission en deux entités, la presse (« Wall Street Journal »...) et l'audiovisuel (Fox News, BskyB...). Rupert Murdoch restera PDG de l'activité audiovisuelle et a mis en place une « pilule empoisonnée » pour compliquer tout rachat hostile.

2,8

MILLIARDS

C'est le nombre d'écrans tactiles qui devraient être vendus dans le monde en 2016, selon IHS iSuppli, grâce à l'explosion des smartphones, des tablettes et des notebooks qui en seront équipés. En 2012, 1,3 milliard d'écrans tactiles ont été commercialisés.

Le prochain « big bang » des noms de domaine suscite espoirs et inquiétudes

- Près de 400 nouvelles extensions ont déjà été validées par l'Icann, dont «.paris», et 1.400 pourraient voir le jour.
- Certains secteurs se montrent inquiets de cette évolution, mais de nouveaux services pourraient suivre.

INTERNET

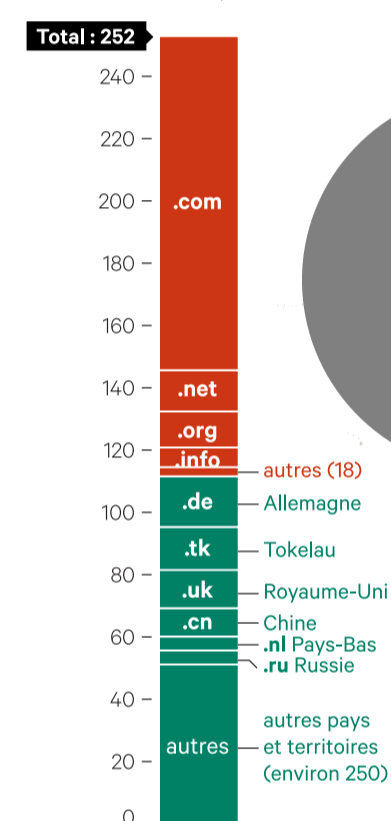
La révolution approche. Le processus d'ouverture de nouvelles extensions de noms de domaine Internet en est à peu près à la moitié. Et l'Icann, l'organisme qui gère les noms de domaine et a voulu cette réforme, tient pour l'instant son calendrier. Près de 400 premières extensions ont été validées, certaines devraient être opérationnelles début 2014. C'est notamment le cas des extensions françaises «.paris» créée par la Ville de Paris et «.bzh» créée par la région Bretagne. Au total, ce sont 1.400 nouvelles extensions qui pourraient être créées, à partir de noms génériques comme le «.hotel», de noms d'entreprises (le «.sony» ou «.apple») ou de localités géographiques. Un changement profond, au vu de la vingtaine d'extensions qui existent à l'heure actuelle, de l'écrasant «.com» au «.org» en passant par les récents «.xxx» pour les contenus adultes ou «.cat» (pour la Catalogne), en plus des extensions nationales comme le «.fr».

Gros enjeux commerciaux

Première conséquence de cette vague sans précédent : il sera désormais presque impossible de défendre sa marque sur tous les terrains. Une entreprise pourra difficilement réserver son nom de domaine dans 1.400 extensions différentes, avec les coûts que cela entraîne. Autre inquiétude, relayée par plusieurs professions ces dernières semaines : la multiplication des litiges et l'appropriation de marques ou de noms par des tiers qui n'en ont pas forcément la légitimité. Les professionnels du vin ou de l'hôtellerie se sont notamment émus de la possible gestion des extensions «.wine» et «.hotel» par des sociétés commerciales, même si des mesures de protection des marques existent.

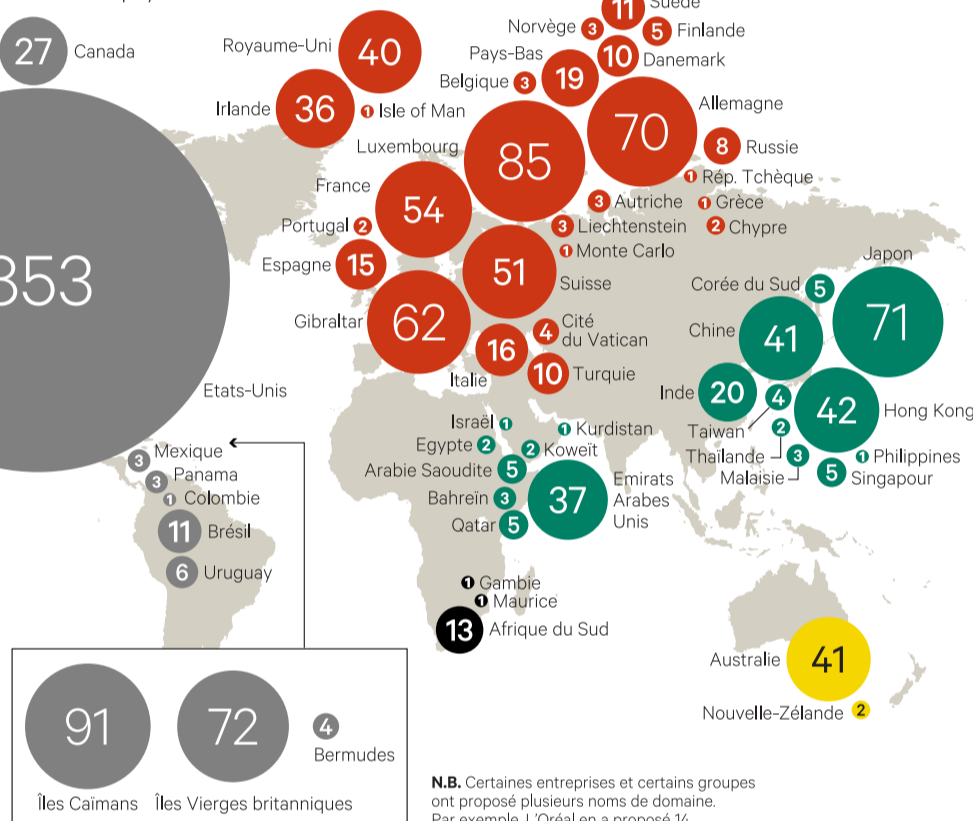
Les noms de domaine existants

Au 31 décembre 2012, en millions



Nouvelles extensions proposées

Par pays et territoires



N.B. Certaines entreprises et certains groupes ont proposé plusieurs noms de domaine. Par exemple, L'Oréal en a proposé 14.

« LES ÉCHOS » / IDÉ / SOURCES : ICANN, VERISIGN

Cette ouverture devrait néanmoins booster un marché en perte de vitesse. Certaines extensions prévoient d'atteindre plusieurs centaines de milliers de noms en l'espace de quelques mois. Et leurs gestionnaires ne vont pas hésiter à déployer d'importants moyens marketing. « Mais le succès du programme dépendra de la capacité à créer des services autour », affirme Matthieu Weill, directeur général de l'Afnic, qui gère le «.fr» et travaille avec la Ville de Paris et la région Bretagne pour ces nouvelles extensions. Il faudra savoir fédérer une communauté et apporter des services à

Une vague sans précédent

- Une vingtaine d'extensions seulement existaient jusqu'à présent.
- Il sera désormais presque impossible, en termes de coût, de défendre une marque en la réservant sur 1.400 extensions différentes.
- Beaucoup redoutent l'appropriation de certains noms par des tiers.

« valeur ajoutée. » Dans le cas parisien, un portail des musées de la ville pourrait ainsi être créé sur le nom de domaine *musées.paris*, un service de réservation de taxis sur *taxi.paris*, etc. Des personnalités parisiennes et des entreprises liées à la capitale vont aussi être contactées dans les prochaines semaines pour devenir partenaires du projet et réserver leur nom de domaine en «.paris» dès l'ouverture.

Des dossiers français

Parmi les autres dossiers français déposés devant l'Icann, plusieurs entreprises ont vu leur demande

acceptée et devraient être en mesure de lancer leur propre extension dans les mois à venir. C'est le cas d'AXA, Arte ou encore Hermès.

Les dossiers continuent d'être examinés par l'Icann jusqu'à l'été. Une fois la liste complète des extensions validées, des phases de protection des marques seront instaurées pour chaque extension. Les marques pourront alors faire valoir leurs droits, avant même le lancement commercial. Une fois le système ouvert au public, elles auront encore la possibilité de contester les dépôts. — N.Ra.

Préoccupés, les hôteliers sont en première ligne

L'association européenne des hôteliers a saisi la Chambre internationale de commerce afin de contrer Booking et un autre acteur du Net.

Christophe Paliere
cpaliere@lesechos.fr

La création de nouveaux noms de domaine amplifie l'effervescence dans l'hôtellerie, à l'heure où le secteur est d'ores et déjà sujet à un bras de fer entre les exploitants et les acteurs de la distribution électronique. Signe des temps, l'association européenne des hôtels-café-restaurants Hotrec a fait part, en mars dernier, de ses objections auprès de la Chambre internationale de commerce de Paris afin de bloquer les candidatures de deux opérateurs Internet, Booking – un mastodonte de la réservation hôtelière électronique – et Despegar – la première agence de voyages en Amérique latine –, l'un et l'autre en lice auprès de l'Icann pour obtenir la gestion exclusive des nouvelles extensions «.hotel», «.hotels», «.hoteles», et «.hoteis». Les professionnels de l'hôtellerie font aussi campagne auprès des États. Le gouvernement français a ainsi été saisi par les organisations patronales tricolores.

« Il ne faut pas que cela parte dans la nature. »

Didier Chenet
Président de Synhorcat

Les organisations non gouvernementales disposeront de leur propre extension

L'organisme qui gère déjà le «.org» est candidat à la gestion d'un «.ong». Son but : créer une labellisation en ligne des organisations non gouvernementales.

Nicolas Rauline
nrauline@lesechos.fr

Après les noms de domaine en «.org», voici qu'arrivent les «.ong». Profitant de l'ouverture massive de nouvelles extensions, Public Internet Registry, l'association américaine à but non lucratif qui gère déjà les dépôts des noms de domaine en «.org» depuis douze ans, a proposé sa candidature pour la gestion d'un «.ong» et d'un «.ngo» (organisation non gouver-

nementale en anglais). L'idée est ainsi de proposer aux ONG une sorte de labellisation : l'enregistrement d'un nom de domaine sera contrôlé et réservé aux seules ONG crédibles et légitimes. « Dans certains pays, il y a déjà des listes disponibles d'organisations certifiées, de par leur sérieux, leur honnêteté », explique Brian Cute, directeur général de Public Internet Registry. Dans d'autres, il faudra effectuer des vérifications à partir d'autres documents. Nous avons aussi un réseau important de correspondants qui peuvent nous aider, dans chaque pays, à vérifier la qualité des organisations. »

Améliorer la visibilité
Public Internet Registry ne compte pas s'arrêter au simple enregistre-

ment de noms de domaine, du type *croixrouge.org* ou *medecinsdumonde.org*. « Nous allons inclure des services qui vont apporter une vraie valeur ajoutée », ajoute Brian Cute. Parmi les propositions de l'organisation américaine : la création d'un répertoire de toutes les ONG au niveau mondial et local, la création de pages de profil pour chacune d'entre elles et la possibilité de collecter des dons en ligne à partir de ces pages. « La collecte de dons sur Internet n'en est qu'à ses débuts, le phénomène va permettre à des organisations locales d'augmenter leur visibilité », affirme Brian Cute.

Les tarifs de réservation ne sont pas encore fixés. A cause des coûts engendrés, ils devraient être légèrement supérieurs à ceux du

«.org» (une dizaine de dollars par an), mais PIR souhaite conserver un tarif bas pour les organisations qui ne disposent pas d'importants moyens.

10 millions d'ONG

Le gestionnaire du «.org» estime à 10 millions le nombre d'ONG dans le monde. Selon lui, le succès serait au rendez-vous avec 1 million de noms de domaine réservés en «.ong» ou «.ngo». Il s'attend à voir son système opérationnel pour la deuxième moitié de l'année 2014, selon le calendrier de l'Icann, même si les organisations peuvent d'ores et déjà manifester leur intérêt pour le projet.

PIR, qui emploie 24 personnes, réalise un chiffre d'affaires annuel de 70 millions de dollars. ■



Brian Cute, directeur général de Public Internet Registry, qui gère les noms en «.org». DR

Par ailleurs, dans le cadre des candidatures dites « communautaires », représentatives donc d'un secteur, l'Hotrec a décidé de soutenir le dossier d'une société luxembourgeoise, Dothotel, laquelle s'est engagée en tant qu'éventuel gestionnaire des nouveaux noms de domaine à réserver le dépôt aux hôteliers. « Il ne faut pas que cela parte dans la nature », résume Didier Chenet, le président de l'organisation patronale Synhorcat, très actif dans la mobilisation des professionnels de l'hôtellerie.

Pas sûr toutefois que ces derniers se ruent pour déposer de nouveaux noms. Cela signifierait en effet investir, alors que « le référencement coûte déjà très cher ». Le géant français et européen Accor a d'ailleurs préféré, dans l'immédiat, se concentrer sur son dispositif actuel, d'autant que l'opérateur est multi-marques. Le groupe, qui a mis le numérique au cœur de sa stratégie, « s'interrogera » lors du « deuxième round », à l'horizon 2015-2016. ■