

Le marché des noms de domaine dans le monde en 2022

—
Les études de l'Afnic

Juillet 2023



SOMMAIRE

Définitions.....	5
Introduction	7
1. Ce qu'il faut retenir	9
2. Tendances globales.....	14
2.1 Vers une reprise de la croissance ?	14
2.2 Des performances nuancées par le .COM.....	16
2.3 Les nTLD, vers « l'âge de raison » ?	17
2.4 Affaissement du .COM en 2022	19
3. Les Legacy TLD en 2022.....	20
3.1 .COM versus Autres Legacy : le leader garde sa couronne ...	21
3.2 Les créations dans les Legacy.....	22
3.3 Des taux de maintenance en amélioration.....	25
3.4 Implications en termes de stratégies de nommage	27
4. Les ccTLD (Country-Code Top Level Domains).....	30
4.1 Les créations dans les ccTLD en 2022	30
4.2 Les dynamiques régionales des ccTLD.....	31
4.3 Poids des quasi-TLD et les penny ccTLD	37
5. Les nTLD.....	40

5.1	Évolution globale du stock de « nouveaux TLD »	40
5.2	Définition des « segments » de « nouveaux TLD »	42
5.3	Performances des « segments » de « nouveaux TLD »	44
5.4	Répartition des nouveaux TLD en volumes de noms déposés	48
5.5	Évolution des taux de maintenance par segments.....	53
5.6	Le phénomène des « Penny nTLD ».....	54
	5.6.1 Taux de maintenance.....	56
	5.6.2 Taux de création	58
	5.6.3 Identification des Penny nTLD de 2022	59
5.7	Réflexions sur les modèles économiques des nTLD	64
	5.7.1 Des modèles économiques inégaux	65
	5.7.2 Les conséquences en termes de stratégies marketing	68
	5.7.3 TLD exclusifs versus TLD de masse	68
	5.7.4 De mauvais pricing qui se paient.....	69
	5.7.5 Les ayants droit et les domainers, deux faux-amis	70
	5.7.6 Convaincre les investisseurs.....	70
	5.7.7 Le succès ou l'échec n'est pas lié au volume mais à la pertinence de la stratégie en regard des conditions de marché.....	71
5.8	Des « leaders » encore fragiles	71
5.9	Parts de marché des grands opérateurs techniques de registre	76

6.	La répartition des noms de domaine dans le monde à fin 2022	80
6.1	Panorama d'ensemble.....	80
6.2	Poids des segments en Afrique	81
6.3	Poids des segments en Amérique latine	82
6.4	Poids des segments en Asie-Pacifique.....	84
6.5	Poids des segments en Europe.....	85
6.6	Poids des segments en Amérique du Nord	86
6.7	Tableaux de synthèse.....	87
6.8	Enseignements	89
7.	Événements saillants de 2022 et du début 2023.....	92
7.1	Un marché des TLD toujours actif.....	93
	7.1.1 Changements de délégataires / registres	93
	7.1.2 Opérateurs techniques / back-ends	95
7.2	Fusions/acquisitions : une consolidation continue, accompagnée par les financiers	97
7.3	Nouveaux services	99
8.	Conclusion et perspectives	102
	Annexe : Données sources des graphiques.....	112

Définitions

APTLD : Asia Pacific Top Level Domain Association.

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

ICANN : Internet Corporation for Assigned Names and Numbers.

TLD (Top-Level Domain) : extension de premier niveau. Le .FR, le .ORG sont des extensions de premier niveau.

ccTLD (country-code Top-Level Domain) : extension de premier niveau correspondant à un territoire ou à un pays. Le ccTLD de la France est .FR, mais il existe d'autres ccTLD français comme le .RE (Île de la Réunion), le .PM (Saint-Pierre et Miquelon) etc.

gTLD (generic Top-Level Domain) : extension générique, non rattachée à un pays ou à un territoire particulier. Le .COM, le .NET, le .ORG sont des gTLD.

Legacy gTLD : extension générique créée avant 2014. Ce sont des extensions « historiques » comme les .COM, .NET, .ORG ou plus récentes (2001-2004) comme les .INFO, .BIZ, .MOBI, etc.

nTLD (new Top-Level Domain) : extension générique créée après 2014. Les nTLD se répartissent en plusieurs sous-segments comme les geoTLD (régions, villes...), les community TLD (à caractère communautaire), les .marque ou brandTLD (extensions correspondant à de grandes marques) ou les nTLD génériques (termes usuels du dictionnaire).

Penny TLD : extension gratuite ou vendue à un prix très bas, et/ou connaissant un très fort taux de création assorti d'un très faible taux de renouvellement.

Taux de création annualisé : somme des créations des 12 derniers mois / stock fin de période.

Taux de maintenance annualisé : (Stock fin de période – créations des 12 derniers mois) / Stock début de période (12 mois auparavant)

Introduction

La publication début avril 2023 des statistiques ICANN arrêtées au 31/12/22 rend possible un bilan chiffré de l'année 2022.

Les données sur lesquelles se fonde cette étude proviennent des rapports ICANN (Transactions - registres), des informations communiquées par les registres dans certains cadres tels que le CENTR ou l'APTLD ou via leurs sites web, et de recherches menées par l'Afnic. Dans certains cas, nous nous reposons aussi sur des sites spécialisés tels que <https://ntldstats.com>.

Nos chiffres peuvent varier légèrement de ceux communiqués par d'autres sources, en particulier du fait de l'absence de données précises pour un certain nombre de ccTLD (extensions pays).

Un complément au Bilan annuel du marché des noms de domaine en France

Cette étude vient compléter notre Bilan annuel du marché des noms de domaine en France publié au début de chaque année. Elle permet de mettre en perspective les tendances spécifiques au marché français en comparant les données locales aux données mondiales.

Pour mémoire :

- la croissance du marché français dans son ensemble a été de 1,3 % en 2022 contre 3,6 % en 2021 (pour le .FR ces mêmes chiffres étaient de 2,9 % en 2022 contre 5,8 % en 2021) ;

- les parts de marché des différents segments en France étaient à fin 2022 de 39 % pour le .FR, 45 % pour le .COM, 10 % pour les « Autres Legacy », 3 % pour les ccTLD étrangers détenus par des Français et de 3 % pour les « nouvelles extensions ».

Nous renvoyons le lecteur à ce document pour plus d'informations sur le marché français.

Il est téléchargeable gratuitement sur le site de l'Afnic :

- En français :

<https://www.afnic.fr/wp-media/uploads/2023/03/Le-.FR-en-2022.pdf>

- En anglais :

<https://www.afnic.fr/wp-media/uploads/2023/03/The-.FR-in-2022.pdf>

1. Ce qu'il faut retenir

Le marché mondial des noms de domaine représentait à fin 2022 environ 355 millions de noms de domaine, dont :

- 164 millions de .COM ;
- 31 millions « d'Autres Legacy TLD » (NET, ORG, BIZ, INFO, etc.),
- 31 millions de « nouveaux TLD » créés à partir de 2014,
- 129 millions de ccTLD (extensions dites « géographiques »).

L'année 2022 a vu le marché des noms de domaine croître de 1,9 % contre 0,9 % en 2021 et 1,3 % en 2020. Cette performance est néanmoins trompeuse car due à un très petit nombre d'extensions ayant connu de fortes variations.

Les nTLD pris dans leur ensemble ont gagné 7 % en stock après une perte de 9 % en 2021 et de 1 % en 2020. Leur part de marché passe à 9 % (+1 point) et reste marginale comparée à celles des .COM (46 %, - 1 point) et des ccTLD (36 %, stable). Le segment des Autres Legacy est à 9 % (stable).

Au global, si l'on exclut le .CN toujours frappée par un net recul, la tendance générale a été plutôt positive pour les ccTLD, même si l'on observe un retour progressif à la dynamique d'avant la crise sanitaire. Les créations de 2022 se situent en-dessous du niveau de 2021 mais encore au-dessus de celui de 2019.

Le .COM a souffert en 2022, enregistrant deux trimestres de pertes pour la première fois de son histoire. Mais ceci peut être lié aussi bien au « retour à la normale » post-Covid qu'aux

impacts de ses augmentations tarifaires (2021, 2022) ou à la conjoncture internationale tendue.

Les Autres Legacy poursuivent leur déclin (-0,8 %), leurs situations restant assez contrastées. Le .ORG croît faiblement (+1 %) tandis que les autres sont orientés à la baisse : .MOBI (-9 %), BIZ (-4 %), .INFO (-3 %), .NET (-1 %).

Les dynamiques régionales des ccTLD continuent d'être assez distinctes, mais toutes sont marquées par un ralentissement. L'Afrique enregistre la meilleure croissance (+9 % contre 15 % en 2021) suivie par l'Asie-Pacifique qui se rétablit (+7 % contre -14 % en 2021). Viennent ensuite l'Amérique du Nord (+5 % contre +6 % en 2021), l'Amérique latine et Caraïbes (+4 % contre +18 % en 2021) et l'Europe (+1 % contre +3 %). Au global, le segment croît de 3 % contre une légère perte de -0,3 % en 2021. L'Europe est la région la plus perdante en termes de parts de marché (-1,2 point) au profit essentiel de l'Asie-Pacifique (+1 point).

L'Europe reste la région où les ccTLD sont les plus florissants : sur 29 ccTLD de plus de 1 million de noms, 17 sont en Europe, 6 en Asie-Pacifique, 3 en Amérique latine et Caraïbes, 2 en Amérique du nord, 1 en Afrique.

Parmi les segments de nTLD, les Génériques gagnent 8 % en stock et 7 % en créations. Les Communautaires perdent 2 % en stock mais voient leurs créations s'envoler de 268 %. Les Géographiques sont eux aussi en perte de 1 % en stock et voient leurs créations s'effondrer (-62 %). Les .Marque enfin gagnent 12 % et leurs créations 15 %.

Les taux de maintenance sont très élevés chez les .Marque (94 %), plutôt bons chez les Géographiques (86 %), les .Marque ouverts (81 %) et les Communautaires (78 %) et faibles chez les Génériques (47 %).

60 % des nouvelles extensions hors .MARQUE ont moins de 10 000 noms en portefeuille, tandis que 1 % seulement dépassent les 500 000. Les faibles volumes constituent pour

beaucoup d'entre elles (hormis les .MARQUE) un handicap sérieux pour l'équilibre de leurs comptes et le financement de leur développement, ce qui renforce la tendance à la consolidation des portefeuilles de nTLD.

Les « penny nTLD » représentent 16 extensions et 15 millions de noms de domaine (contre 25 et 16 millions en 2021), soit 1 % des nTLD et 53 % du stock global des nTLD. Cependant la composition de cette catégorie très spécifique est évolutive, seules 2 extensions se « qualifient » comme « penny nTLD » depuis 2019 (.ONLINE et .STORE).

Le marché des OTR (gestionnaires techniques d'extensions pour compte propre ou pour compte de tiers) est dominé par quelques acteurs dont Identity Digital (Afilias+Donuts), GoDaddy et CentralNic et sont les trois principaux, avec respectivement 35 %, 19 % et 9 % des nTLD en gestion pour des volumes de noms représentant 19 %, 12 % et 19 % de l'ensemble des noms enregistrés dans les nTLD.

L'étude de la répartition des noms de domaine dans les différentes régions ICANN (par pays des titulaires) met en évidence que les ccTLD sont toujours leaders dans toutes les régions sauf l'Amérique du Nord dominée par le .COM. Celui-ci a globalement perdu du terrain en 2022, mais avec des fortunes variables selon les régions. L'Amérique du Nord reste sa région de référence et aussi celle où il est le leader incontesté.

Les Autres Legacy et les nTLD restent fortement minoritaires, même en Amérique du Nord où leurs parts de marché sont les plus significatives.

Ces données soulignent la difficulté pour les nouveaux entrants de s'imposer face à des « prismes culturels » privilégiant dans un cas les notions de territoire et de proximité, et dans l'autre cas (Amérique du Nord) une approche globale se défiant de toute spécificité réductrice induite par l'extension choisie.

L'autre déterminant majeur du marché est la « topologie » du réseau de distribution, les bureaux d'enregistrement (registrars) les plus puissants étant situés en Amérique du Nord. Leurs homologues des autres régions sont de plus petite taille, et commercialisent les ccTLD aussi bien, sinon mieux que les gTLD et les nTLD afin de répondre aux demandes locales et au jeu concurrentiel qu'elles induisent.

Le processus de concentration s'est poursuivi en 2022, de manière horizontale aussi bien que verticale. Les grands acteurs cherchent aussi à se positionner sur des marchés connexes à celui des noms de domaine, tandis que des acteurs s'étant développés hors de ce marché réussissent à s'y imposer (Google et Wix se placent ainsi dans les 10 premiers registrars mondiaux).

L'échéance encore inconnue du 2^{ème} round ICANN laisse planer des incertitudes sur le marché et renforce le processus de concentration dans la mesure où pour grossir rapidement, les acteurs ne peuvent envisager que les rachats de TLD existant au lieu de s'investir sur la création de nouveaux marchés. Toutefois l'ICANN semble décidée à avancer sur le sujet, ce qui est porteur d'espoirs pour un certain nombre d'acteurs.

Le développement des nTLD à caractère commercial continue d'être source de préoccupation, la plupart n'ayant pas atteint une taille leur permettant de dépasser leur point mort. Leur situation financière et les difficultés d'accès au marché posées par des registrars peu enclins à prendre des risques pour de « nouveaux entrants » contribuent encore à la concentration. Elles suscitent des reventes de nTLD à de grands acteurs capables de réaliser des économies d'échelle et de disposer de leurs propres registrars pour toucher les cibles. Toutefois, les réseaux de registrars de ces acteurs semblent fonctionner de la même manière que ceux de leurs concurrents, c'est-à-dire en grossistes, sans « ciblage » précis de groupes d'utilisateurs pouvant être directement intéressés par les extensions détenues en portefeuille.

Pour toutes ces raisons, et comme nous le remarquons déjà les années précédentes, le schéma registres – registrars va sans doute devoir évoluer à l’avenir, en favorisant de plus en plus l’émergence de revendeurs spécialisés, ou de proximité, qui assureront la commercialisation des nTLD auprès des « niches » concernées en ayant pour fournisseurs des registrars en nombre plus restreint. Ce processus « logique » semble encore au point mort.

Au niveau des registres, les services liés à la lutte contre les « abus » via le DNS et les processus d’identification des titulaires au moyen de certificats d’identité digitaux (deux sujets d’ailleurs très connexes) ont été les principaux axes de travail. On ne voit cependant pas apparaître d’offres fondamentalement innovantes issues des efforts de R&D.

2. Tendances globales

Le marché des noms de domaine comptait (hors « Penny TLD ») environ 355 millions de noms au niveau mondial à la fin décembre 2022, en progression de 1,9 % par rapport à 2021 (352 millions). Cette évolution à la hausse de la dynamique de croissance marque une rupture par rapport à la tendance constatée depuis 2019 (+4,7 % en 2019, +1,3 % en 2020, +0,9 % en 2021). Ainsi que nous l'avions supposé dans notre Observatoire de l'année dernière, 2021 fut « le creux de la vague » et 2022 un moment de reprise relative.

2.1 Vers une reprise de la croissance ?

Le graphique ci-dessous montre que malgré de forts contrastes dans leurs évolutions en 2020 et 2021, les différents segments tendaient tous, vers la fin 2021, à revenir à leurs rythmes de croissance d'avant le COVID. Cette stabilisation s'est confirmée en 2022, la performance globale étant cependant affectée par les difficultés du .COM.

Évolution des croissances (2018-2022)

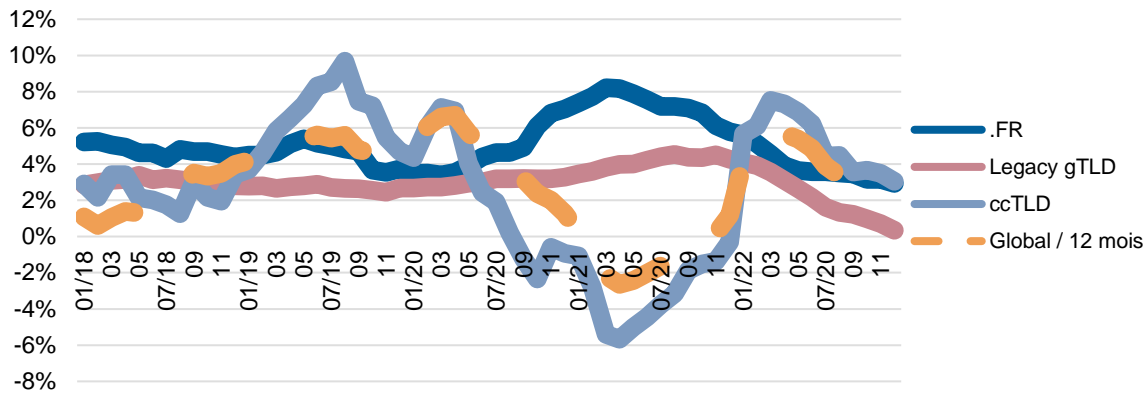


Figure 1 : Évolution des croissances (2018-2022)

(Tableau des chiffres de la figure 1)

Conditionnée par celle du .COM, la croissance des « Legacy » n'a cessé de tendre vers zéro, finissant 2022 à l'équilibre.

Les ccTLD, impactés par les fortes variations à la hausse comme à la baisse de grandes extensions comme le .CN (Chine) ou le .UK (Royaume-Uni) sont revenus au rythme de croissance qu'ils avaient en 2018, autour des 3 %.

Le .FR a suivi la tendance générale avec une lente décélération.

Nous expliciterons dans ce rapport les causes que nous pouvons attribuer à ces évolutions qui peuvent parfois être trompeuses, en recouvrant de nombreux phénomènes distincts.

Les nouveaux TLD n'apparaissent pas sur le graphique car leurs variations de grande amplitude écraseraient les autres courbes. Elles étaient de +15 % en 2018 et de +20 % en 2019 mais de -1 % sur l'année 2020, de -9 % en 2021 et de +9 % en 2022. Cette reprise peut être

attribuée à la fin de la « purge » du .ICU, sans que de fortes vagues de créations n'aient pu être observées en 2022.

2.2 Des performances nuancées par le .COM

Le tableau ci-dessous reprend les principaux indicateurs pour chaque segment de marché entre 2020 et 2022.

	Stock (m NDD)			Variations (%)			Parts de marché (%)		
	2020	2021	2022	2020	2021	2022	2020	2021	2022
.COM	155	164	164	4,4 %	5,8%	1,1%	44 %	47%	46%
Autres Legacy *	32	32	31	-1,8 %	-0,7%	-0,8%	10 %	9%	9%
nTLD	32	29	31	-1,0 %	-9,4%	7,2%	9 %	8%	9%
Total gTLD **	219	225	226	2,6 %	3,7%	1,2%	63 %	64%	64%
ccTLD ***	130	125	129	-0,9 %	-3,8%	3,0%	37 %	36%	36%
TOTAL	349	350	355	1,3 %	0,9%	1,4%			
Penny ccTLD ****	41	27	13	-15 %	-34,1%	-55,1%			

Tableau 1 : Indicateurs de performance des grands segments (2020 – 2022)

m NDD : Données fin d'année exprimées en millions de noms.

* Autres Legacy : extensions génériques créées avant 2012, comme les .AERO, .ASIA, .BIZ, .NET, .ORG, .INFO, MOBI, etc.

** Total gTLD : permet de mesurer l'ensemble des noms de domaine gérés dans le cadre d'un contrat avec l'ICANN. Ceci incluant les nouveaux TLD, dont certains ne sont pas à proprement parler « génériques ».

*** ccTLD ou « country-code Top-Level Domains », c'est-à-dire des extensions correspondant à des territoires, comme par exemple le .FR pour la France. Les données présentées n'incluent pas les « Penny TLD » c'est-à-dire les ccTLD diffusés à des prix très bas sinon gratuitement. Ces ccTLD sont sujets à de très fortes variations à la hausse ou à la baisse, ne reflétant pas l'évolution réelle du marché et biaisant les données globales.

**** Penny ccTLD : estimation du volume de noms déposés dans ces extensions « low cost » ou gratuites.

Avec ses 164 millions de noms (stabilité en 2022 contre + 9 millions en 2021), le .COM reste le leader mais perd 1 point de part de marché, à 46 %.

Les « Autres Legacy » ont continué à perdre du stock en 2022, mais de manière marginale. La tendance est toujours à un lent déclin.

Les nouveaux TLD enregistrent un gain en stock (+7 %) dans le prolongement de la « récupération » constatée depuis l'été 2021.

Les extensions pays (ccTLD) finissent l'année avec une croissance de 3 %, revenant pratiquement, en stock, à leur niveau de fin 2020.

Ces comportements atténués par rapport à 2020 et 2021 impactent faiblement les parts de marché. Sous ce rapport, la seule variation vraiment significative est la perte de 1 point du .COM, qui avait joué depuis des années le rôle « moteur » du marché des noms de domaine.

Nous allons à présent étudier plus en détail la manière dont chaque segment a traversé cette année 2022.

2.3 Les nTLD, vers « l'âge de raison » ?

La figure ci-dessous présente une vision trimestrielle de l'évolution des parts de marché des différents segments sur les 5 dernières années.

Évolution des parts de marché par type de TLD (2018-2022)

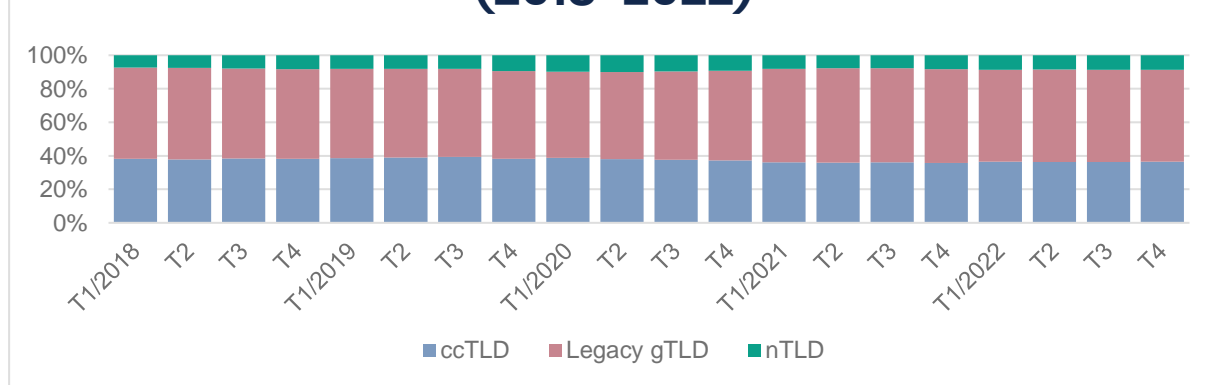


Figure 2 : Évolution des parts de marché par type de TLD (2018-2022)

(Tableau des chiffres de la figure 2)

Les nTLD ont connu un « pic » à 10 % à la mi-2020, mais en règle générale leur part de marché est restée comprise entre 8 % et 10 %, sans améliorations ni dégradations majeures.

Les ccTLD ont pour leur part connu un « pic » à la mi-2019 à 40 %, avant de décliner et de se stabiliser aux alentours de 36 %.

Les gTLD enfin ont su protéger leurs parts de marché contre ces concurrents anciens (ccTLD) ou nouveaux venus (nTLD). Mais comme on l'a vu ci-dessus, cette stabilité reflète la dynamique du .COM, qui malgré sa performance médiocre, continue de gagner des places sur les « Autres Legacy » en déclin.

La loi des 20/80 (et même des 5/95) s'applique toujours : un faible nombre de TLD réalise l'essentiel du solde net (en positif ou en négatif), masquant de ce fait les performances des autres extensions.

2.4 Affaïssement du .COM en 2022

Les mêmes données exprimées en solde net mettent en évidence le poids des différents segments dans la performance globale du marché en 2022.

Alors qu'il avait fourni l'essentiel du solde net positif en 2020 et 2021, le .COM ne contribue plus que pour 14 % de la variation positive du marché en 2022.

Les Autres Legacy ne créent pas de surprise, mais les nTLD (32 %) et les ccTLD (58 %) voient leurs contributions augmenter fortement par rapport à 2021. Ce constat permet d'espérer une croissance future du marché rendue plus solide par un meilleur équilibre entre les dynamiques des différents segments.

	Soldes nets (millions de NDD)			Poids dans le total		
	2020	2021	2022	2020	2021	2022
.COM	6,5	8,2	0,9	148 %	202%	14%
Autres Legacy	-0,6	-0,2	-0,2	- 14 %	-5%	-3%
nTLD	-0,3	-3,5	2,1	- 7 %	-87%	32%
Total gTLD	5,6	4,4	2,8	127 %	110%	42%
ccTLD (hors « Penny »)	-1,2	-0,4	3,8	- 27 %	-10%	58%
TOTAL	4,4	4,0	6,6	-	-	-

Tableau : Soldes nets des grands segments (2020 – 2022)

Ces chiffres donnent une idée des positions et dynamiques relatives des grands segments de marché – Legacy, ccTLD et nTLD – mais ils ne permettent pas de les expliquer. Étudions à présent en détail chacun de ces trois segments afin d'essayer de mieux comprendre les phénomènes à l'œuvre en 2022.

3. Les Legacy TLD en 2022

Il existe aujourd'hui 18 « Legacy TLD », ou extensions « traditionnelles » créées avant 2012 : .AERO, .ASIA, .BIZ, .CAT, .COM, .COOP, .INFO, .JOBS, .MOBI, .MUSEUM, .NAME, .NET, .ORG, .POST, .PRO, .TEL, .TRAVEL, .XXX.

Les stocks de ces Legacy sont très variables, depuis les quelques noms du .POST jusqu'aux 164 millions du .COM.

Afin de présenter des tableaux synthétiques et des indicateurs pertinents, nous ne distinguerons que les six plus importants en volume, en agrégeant les 12 autres dans une ligne « Autres ».

En 2022, le stock global de « Legacy » a été à l'équilibre tandis que les créations perdaient 10 %. La différence s'explique par une amélioration du taux de maintenance, à 79 % contre 78 % en 2021.

Toutefois, le tableau montre combien les situations sont contrastées.

	Stocks (milliers)			Créations (milliers)			« M » (milliers) (*)		
	2021	2022	Var.%	2021	2022	Var.%	2022	%2022	%2021
.BIZ	1 487	1 435	-4%	296	265	-10%	1 170	79%	83%
.COM	163 501	164 412	1%	41 880	37 521	-10%	126 891	78%	78%
.INFO	4 094	3 967	-3%	802	967	21%	2 999	73%	74%
.MOBI	324	295	-9%	30	27	-10%	268	83%	77%
.NET	13 702	13 503	-1%	2 660	2 454	-8%	11 049	81%	81%
.ORG	11 023	11 170	1%	1 867	1 677	-10%	9 493	86%	85%
Autres	912	934	2%	197	239	21%	695	76%	73%
TOTAL	195 044	195 715	0%	47 732	43 150	-10%	152 565	78%	79%

Tableau : Performances des grands Legacy (2021 – 2022)

(*) « M » désigne le nombre de noms de domaine maintenus en 2022. Ce nombre est obtenu par une équation assez simple : $M = \text{Stock au } 31/12/2022 - \text{Créations } 2022$.

En effet, le stock d'un TLD à fin 2022 est mathématiquement constitué par les noms du stock au 31/12/2021 conservés en portefeuille auxquels se sont ajoutées les créations de 2022. Il est donc possible, à partir des données communiquées à l'ICANN par les différents registres, de déduire un « taux de maintenance » (retention rate en anglais) [%M.] sur les noms qui étaient en stock à la fin de l'année 2021.

$$\text{Taux M } 2022 = M / \text{Stock } 2021$$

Ce « taux de maintenance » ne doit pas être confondu avec le Taux de renouvellement, qui ne concerne que les noms arrivés à échéance durant l'année considérée. Les noms déposés pour plusieurs années sont « maintenus » mais non « renouvelés ».

3.1 .COM versus Autres Legacy : le leader garde sa couronne

Les données présentées ci-dessus montrent que les situations des grands « Legacy TLD » diffèrent profondément.

Le .COM domine par le volume (il pèse 83 % de tous les Legacy) mais aussi par sa croissance qui se maintient légèrement au-dessus de zéro alors que tous les autres

grands Legacy, sauf le .ORG, sont en perte de stock. On voit que le taux de maintenance étant stable, c'est surtout à cause de la chute de ses créations que le .COM est resté à l'équilibre en 2022.

Parmi les autres grands Legacy, le .ORG (+1 %) est le seul à progresser. Les performances des autres sont plus moins mauvaises, depuis les -1 % du .NET jusqu'aux -9 % du .MOBI.

Le .INFO a probablement bénéficié d'une campagne de promotion, avec un envol de ses créations (+21 %). Son taux de Maintenance déjà faible risque de pâtir de cette opération en 2023.

D'une manière générale, les taux de Maintenance sont en progression, sauf pour le .BIZ (-4 points) et le .INFO (-1 point).

Tout se passe toujours comme si les utilisateurs s'intéressaient de moins en moins à ces extensions qui avaient été présentées, lors de leur création en 2001, comme des alternatives à la « saturation » prochaine du .COM. Dans ces conditions, les créations sont un révélateur particulièrement clé.

3.2 Les créations dans les Legacy

Comme nous l'avons évoqué ci-dessus, le .COM a vu ses créations perdre 10 % après des augmentations de 6 % en 2021 et de 4 % en 2020. Mais cette évolution est sans doute le produit aussi bien d'un retour à la normale » après la période du Covid, que de l'impact des augmentations tarifaires à répétition, ainsi que des conditions économiques et politiques de 2022.

La décomposition des performances en trimestres permet de mieux comprendre la dynamique du .COM. Aux 1^{er} et 2^e trimestres, les créations restent fortes ; elles ne baissent

qu'aux 3^e et 4^e trimestres. Mais en parallèle, les suppressions ne font que s'apprécier, atteignant au 2^e semestre le niveau des créations du 1^{er} semestre. Le stock qui était en progression jusqu'à la fin du 2^e trimestre, commence à décliner ensuite. Le taux de Maintenance perd 1 point entre le 1^{er} et le 4^e trimestres, et le taux de Création presque 2 points. Si la situation des noms maintenus est moins alarmante que celle des créations, elle reste néanmoins préoccupante.

.COM En millions	2022			
	T1	T2	T3	T4
Stock fin de période	164,8	165,1	164,8	164,4
Créations trim.	9,6	9,5	9,2	9,2
Suppressions trim.	-8,2	-9,3	-9,5	-9,6
Solde net trim.	1,4	0,2	-0,3	-0,4
Tx de Maintenance 4T	78,6%	78,5%	78,1%	77,6%
Tx de création 4T	24,7%	23,8%	23,3%	22,8%

Tableau : Indicateurs trimestriels d'activité du .COM en 2022

L'effet-prix induit par les augmentations tarifaires, s'il existe, reste pour l'instant très mesuré : on assiste à un tassement des créations, mais pas à un écroulement, de la même manière que les suppressions progressent mais sans pour l'instant atteindre un seuil critique qui ferait s'effondrer le taux de Maintenance.

Le schéma ci-dessous met les créations du .COM en regard de celles des Autres Legacy et des ccTLD, sur une base mensuelle.

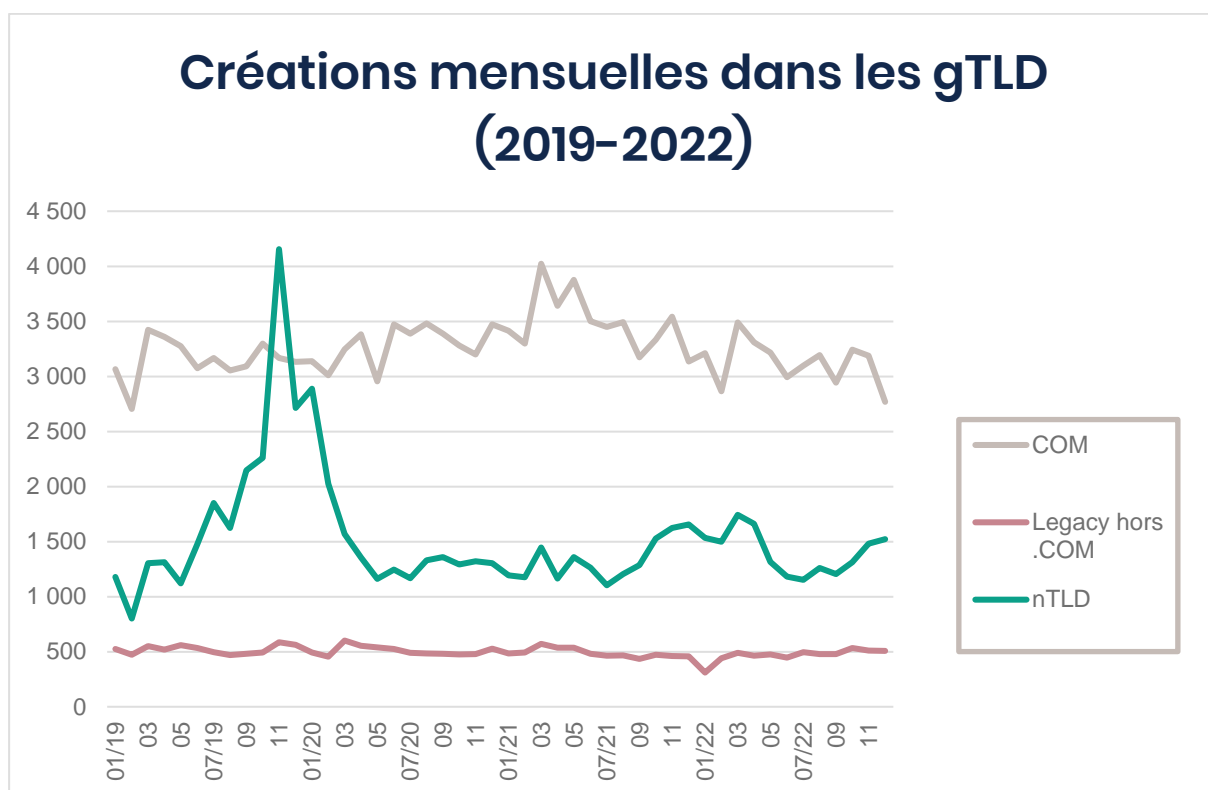


Figure 3 : Créations mensuelles dans les gTLD (2019-2022)

(Tableau des chiffres de la figure 3)

On visualise bien la tendance à la baisse des créations du .COM, amorcée depuis le « pic » du printemps 2021. Mais le niveau atteint fin 2022 correspond peu ou prou à celui du début 2019. La question est donc de savoir si en 2023 les créations continueront à baisser (ce qui serait l'indice d'un véritable « problème »), ou bien si elles se stabiliseront autour des 3 millions par mois.

Du côté des Autres Legacy, les créations restent très stables, légèrement sous la barre des 500 000 par mois depuis le 2^e trimestre 2021. Ce phénomène est intéressant car il prouve que même si ces TLD ne peuvent espérer « conquérir le monde », ils ont manifestement trouvé un marché qui continue de les « alimenter » en nouveaux enregistrements. Comme nous l'avons vu ci-dessus, ce constat se fonde sur une moyenne et ne reflète pas les situations particulières de chacun des Autres Legacy.

Les nTLD ont pour leur part vu leurs créations décliner fortement au 1^{er} semestre 2022 avant de se redresser au 2^{ème} semestre, pour revenir aux 1,5 million formant leur plafond habituel en l'absence de vagues de créations massives.

Les « pronostics » pour 2023 sont donc difficiles à formuler, surtout pour le .COM : d'un côté, la pression tarifaire et les conditions macro-économiques pèsent mécaniquement sur les performances ; de l'autre les facteurs liés à la stabilisation du marché après le choc du Covid, qui existaient encore en 2022, ne se feront plus sentir en 2023. Un scénario de « croissance molle », de 0 à 2 %, semble un compromis assez probable.

3.3 Des taux de maintenance en amélioration

Le taux de maintenance est un indicateur clé pour un TLD. D'une part, il reflète la fidélité des titulaires de noms de domaine, donnant une information claire sur la pérennité de l'extension. D'autre part, la solidité financière d'un registre est essentiellement due à la facturation des annuités de renouvellement.

Pour un registre ayant quelque ancienneté, la part de ces annuités dans son chiffre d'affaires est généralement supérieure à 80 %. Les créations apportent la dynamique de développement, mais les « fondations » de l'activité du registre sont les renouvellements.

Il existe des liens étroits entre la qualité des créations d'une année et le taux de maintenance des années suivantes. Une campagne gratuite « très réussie » peut aboutir à des suppressions massives un an plus tard. Aussi doit-on considérer ces taux dans la durée en essayant de nuancer les variations liées à des événements ponctuels.

	2018	2019	2020	2021	2022	Var. 21/22 (en pts)	Moy. 18-22
.BIZ	66,9	58,4	74,0	82,7	78,7	- 4,0	72,1
.COM	78,9	78,1	77,9	78,3	77,6	- 0,7	78,2
.INFO	57,8	63,9	69,2	73,9	73,3	- 0,6	67,6
.MOBI	78,2	79,1	77,8	77,4	82,5	5,1	79,0
.NET	77,1	79,0	81,1	80,6	80,6	-	79,7
.ORG	80,4	81,9	83,9	84,9	86,1	1,2	83,4
Autres	73,6	72,0	68,4	72,7	77,4	4,7	72,8
TOTAL	77,8	77,7	78,2	79,2	78,1	-1,1	78,2

Tableau : Évolution des Taux de Maintenance des Legacy gTLD (2018 – 2022)

Le tableau ci-dessus met en évidence les profils des stratégies adoptées par les registres.

Si l'on se concentre sur les 6 grands Legacy entre 2018 et 2022, on observe que les .INFO (68 %) et .BIZ (72 %) sont les deux extensions affichant les plus bas taux de maintenance.

Ces extensions ont fait l'objet de campagnes de promotion agressives, qui se sont soldées les années suivantes par des suppressions tout aussi massives entraînant une dégradation perceptible des taux de Maintenance. En 2020 au contraire, il ne put pas y avoir de campagnes de promotion aussi vastes et les taux de Maintenance 2021 ont été en amélioration notable, avant de rechuter en 2022.

Le .ORG est le TLD le plus « stable » sur la période avec 83 % de taux de Maintenance, celui-ci dépassant même les 85 % en 2022.

Contre toute attente, le .MOBI voit son taux de Maintenance gagner 5 points en 2022. Cela pourrait signifier qu'après des années de pertes ce TLD a atteint un seuil où il ne reste plus qu'une majorité de noms vraiment utilisés, ou déposés à titre défensif.

Ces données sont structurantes pour les registres : un faible taux de maintenance crée l'obligation de compenser les suppressions par des créations pour ne pas perdre de stock. Des stratégies low-cost trop poussées conduisent à des cercles vicieux où le registre se

voit contraint de doper ses créations pour maintenir son stock, dégradant toujours plus la qualité de ce dernier en suscitant des enregistrements spéculatifs et/ou non suivis d'utilisations pérennes. Les écroulements de stocks parfois spectaculaires que l'on peut noter dans certains nTLD correspondent à des situations où le registre n'a pas pu maintenir le système de « cavalerie » qu'il avait essayé de mettre en place.

À l'inverse, un TLD jouissant d'un taux de maintenance exceptionnellement élevé mais ne suscitant plus de créations devient l'archétype de la « vache à lait », vivant de son stock tant que les noms ne sont pas abandonnés par leurs titulaires. Quoique caricaturale, cette situation sera probablement dans l'avenir celle de certains Legacy TLD.

3.4 Implications en termes de stratégies de nommage

Nous avons déjà noté que l'amélioration des taux de maintenance dans certains TLD pouvait être liée à la fin des « purges », c'est-à-dire que les noms restant en portefeuille sont destinés à être conservés en proportion croissante.

Les motifs de conserver un nom de domaine sont principalement au nombre de quatre :

- parce qu'il est utilisé et donc important pour son titulaire ;
- parce que le titulaire veut conserver ce nom même s'il ne l'utilise pas actuellement (projet en cours, conviction que le nom prendra de la valeur...);
- parce qu'il correspond à une marque que le titulaire veut protéger (dépôt défensif);

- parce que le titulaire fait preuve d'inertie dans la gestion de ses noms de domaine et qu'il renouvelle ses noms sans se poser de questions sur l'intérêt de l'opération.

Parmi toutes ces raisons, les (1) et (2) sont les plus fortes car liées à des usages ou à une perception de valeur. La (3) et la (4) sont les plus faibles et très sensibles aux variations de prix comme à l'apparition de nouvelles extensions susceptibles de devoir être déposées. Ceci entraîne des phénomènes d'arbitrage dans un contexte où les budgets ne sont pas extensibles à l'infini. Les sommes consacrées à des dépôts défensifs dans les « Legacy » sont affectées à d'autres dépôts défensifs dans les nTLD et les titulaires ayant géré leurs portefeuilles de manière négligente sont contraints d'entrer dans des logiques d'optimisation. Il semble en effet nécessaire, pour réduire les coûts, de limiter les créations dans les extensions présentant peu d'intérêt, et/ou peu de risques car de moins en moins connues des utilisateurs.

Il est plus que probable que les « Legacy » (y compris le .COM en 2022) souffrent de ces stratégies d'arbitrage qui tarissent leurs créations et les obligent soit à pratiquer des campagnes de promotion agressives pour maintenir temporairement leurs stocks, soit à assumer un certain déclin tout en recherchant les moyens de fidéliser leurs titulaires actuels.

La bonne santé du .COM en termes de créations entre 2018 et 2021 (+6 % en 2018, +7 % en 2019, +4 % en 2020, +6 % en 2021) était probablement due, notamment en 2020 et 2021, à un recentrage des utilisateurs sur les extensions qu'ils connaissaient le mieux. Ce facteur reste vrai mais la plupart des entreprises ayant eu un intérêt quelconque à assurer leur présence internet l'ayant fait en 2020/2021, ne restent à présent pour alimenter les créations que les nouvelles entreprises ou les nouveaux projets, ce qui ne laisse pas espérer une augmentation brutale des enregistrements.

Ces différents phénomènes : recentrage des créations, arbitrages au niveau des noms maintenus, augmentations tarifaires (qui ne sont pas l'apanage du .COM), désaffection

relative vis-à-vis des dépôts défensifs et des opérations spéculatives, effet provisoire de « saturation » des besoins, expliquent largement en 2022 la morosité du .COM et le déclin des « Autres Legacy ».

Nous allons maintenant voir s'il en est de même pour les ccTLD.

4. Les ccTLD (Country-Code Top Level Domains)

Les ccTLD (extensions pays) pris dans leur ensemble ont gagné 3 % en stock en 2022 contre -3,8 % en 2021. Mais le chiffre global ne reflète pas la réalité vécue par la plupart des registres de ccTLD en 2022, car il est biaisé par le poids de certaines grandes extensions.

4.1 Les créations dans les ccTLD en 2022

Les créations des ccTLD se sont en général ralenties en 2022 par rapport à 2021, tout en restant encore à un niveau supérieur à celui de 2019. Il faut sans doute y voir l'impact d'une certaine pérennisation de l'accélération de la transition numérique induite par les périodes de confinement.

Une étude réalisée sur un échantillon des plus grands ccTLD du CENTR montre en effet que les créations sont passées en 2022 de la fourchette 700 000 – 1 million noms par mois à la fourchette 600 / 800 000 noms qui était celle d'avant le Covid.

La fin de 2022 a vu les créations de notre échantillon dépasser les 800 000, ce qui peut laisser espérer qu'en 2023 le niveau restera soutenu, sans « retomber » à celui de 2019.

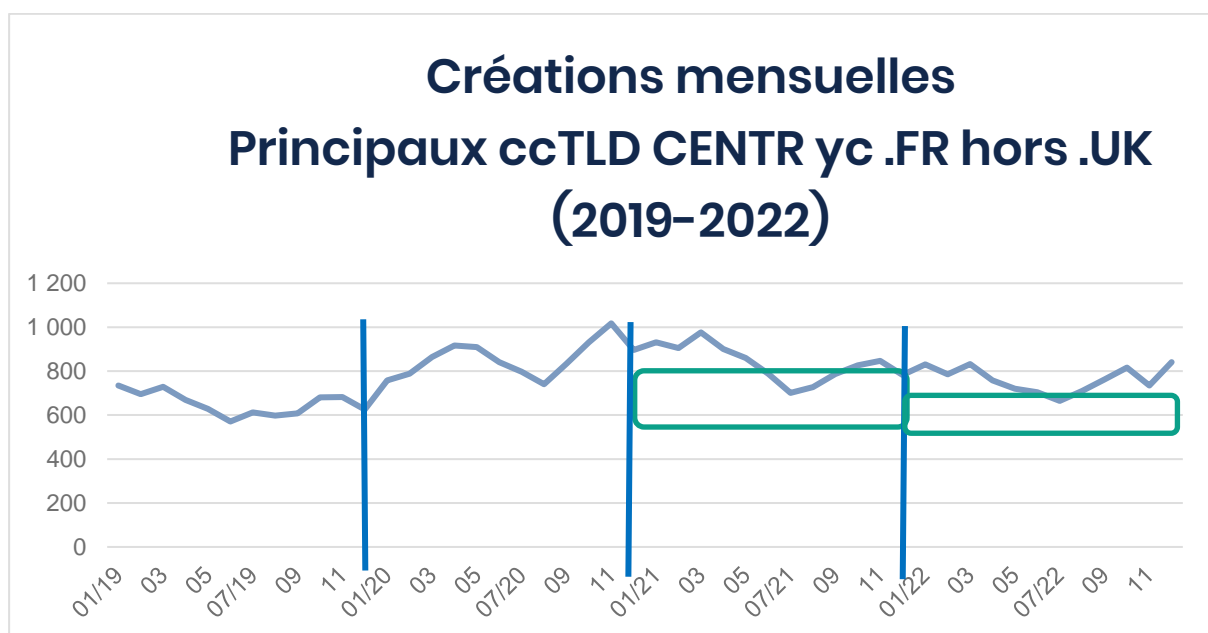


Figure 4 : Créations mensuelles des principaux ccTLD (2019-2022)

(Tableau des chiffres de la figure 4)

4.2 Les dynamiques régionales des ccTLD

Les dynamiques régionales des ccTLD furent moins contrastées en 2022 qu'en 2021, avec une tendance à converger vers la moyenne.

L'Asie-Pacifique qui avait beaucoup perdu en 2020/2021 est repassée en positif (+7 %), suivie par l'Amérique du nord (+5 %) et précédée par l'Afrique (+9 %) qui voient toutes deux leurs croissances se ralentir. L'Europe suit la même tendance (de 3 % à 1 %) mais c'est surtout l'évolution de l'Amérique latine qui est frappante, avec une croissance passant de 18 % à 4 %.

Ces évolutions ont des conséquences en termes de parts de marché : l'Asie-Pacifique qui représentait un tiers des noms déposés dans les ccTLD en 2019 n'en représente plus aujourd'hui que le quart ; l'Europe oscille sous les 60 % et l'Amérique latine et Caraïbes sous

les 10 %. Entre 2021 et 2022, le jeu reste favorable à l'Asie-Pacifique (+1 point) et défavorable à l'Europe (-1,2 point).

Données hors « penny » ccTLD	Stock (millions)			Variations (%)		Parts de marché (%)			
	2020	2021	2022	2021	2022	2020	2021	2022	21/22
Amérique du Nord	4,7	5,0	5,2	6,3%	5,1%	3,8%	4,0%	4,1%	0,1
Amérique latine	9,7	11,5	11,9	18,3%	3,7%	7,7%	9,2%	9,3%	0,1
Afrique	2,4	2,8	3,1	15,2%	8,8%	1,9%	2,2%	2,4%	0,2
Asie-Pacifique	35,7	30,9	33,0	-13,6%	6,9%	28,5%	24,7%	25,7%	1,0
Europe	72,7	74,7	75,4	2,8%	1,0%	58,1%	59,8%	58,6%	- 1,2
TOTAL	125,2	124,8	128,6	-0,3%	3,0%				

Performances des ccTLD par régions ICANN (2021 – 2022)

Détail par région

Nous allons à présent mettre en exergue, pour chaque région, les variations les plus pertinentes (en général supérieures à 100 000 noms) et expliciter les ressorts des variations constatées ci-dessus, tout en montrant à quel point le marché continue à dépendre d'un petit nombre de TLD.

Amérique du nord	Stock (millions)		Var. (%)	Var. (M)
	2021	2022	2022	2022
.CA	3,2	3,3	3,4%	+ 0,1
.US	1,8	1,9	8,3%	+ 0,1
Autres	0	0	4,6%	-
TOTAL	5,0	5,2	5,1%	+ 0,2

Le ccTLD leader en Amérique du nord est le .CA (Canada) avec ses 3,3 millions de noms. Ce TLD a continué à bénéficier de l'accélération de la transition numérique au Canada, avec 3,4 % de croissance. Le US joue le rôle du challenger avec ses 1,9 million de noms, mais sa

croissance a été plus forte (8,3 %). Ces deux TLD sont les moteurs de la région dont ils représentent l'essentiel des noms déposés.

Afrique	Stock (millions)		Var. (%)	Var. (M)
	2021	2022	2022	2022
.ZA (Afrique du sud)	1,3	1,4	2,9%	0,1
.IO (Terr. Brit. Océan indien)	0,8	0,9	17,5%	0,1
Autres	0,7	0,8	10,5%	0,1
TOTAL	2,8	3,1	8,8%	0,3

Le « leader » incontesté de la région Afrique est le .ZA (Afrique du sud), qui affiche une croissance de 3 % contre 8 % en 2021. Il est suivi par le .IO (Territoires britanniques de l'Océan indien) qui a crû de 18 % contre 34 % en 2021. Ce dernier fait cependant partie des « quasi-ccTLD », c'est-à-dire qu'il est commercialisé comme une extension générique, et ceci d'autant plus qu'il n'y a plus d'habitants dans les territoires concernés. L'ensemble des autres ccTLD africains présentent des volumes assez faibles mais en croissance significative (+11 %). L'Afrique a gagné 300 000 noms quand l'Amérique du nord n'en gagnait que 200 000, avec des volumes bien différents. La croissance de cette région reste forte.

Amérique latine et Caraïbes	Stock (millions)		Var. (%)	Var. (M)
	2021	2022	2022	2022
.BR (Brésil)	4,8	5,0	3,4%	0,2
.CO (Colombie)	3,2	3,4	5,8%	0,2
.MX (Mexique)	1,3	1,3	3,8%	-
Autres	2,1	2,1	1%	-
TOTAL	11,5	11,9	3,7%	0,4

Les 3 ccTLD de référence dans la région Amérique latine et Caraïbes sont le .BR (Brésil) (+3 % contre +26 % en 2021), le .CO (Colombie) (+6 % contre +11 % en 2021) et le .MX (Mexique) (+4 % contre -5 % en 2021). Cependant le .CO est lui aussi un « quasi-gTLD » puisqu'il est commercialisé comme une alternative au .COM (et l'on voit qu'il n'a pour l'instant pas

obtenu le succès espéré en regard des 164 millions du .COM). En 2022 c'est le Brésil et le .CO qui ont le plus contribué à la variation nette positive de la région ; le ralentissement du .BR est à l'origine de celui de la région.

Asie-Pacifique	Stock (millions)		Var. (%)	Var. (M)
	2021	2022	2022	2022
.CN (Chine)	20,4	15,1	-26,1%	-5,3
.AU (Australie)	3,4	4,2	22,4%	0,8
.IN (Inde)	2,6	2,8	7,6%	0,2
.JP (Japon)	1,7	1,7	2,4%	-
.IR (Iran)	1,5	1,5	0,5%	-
.KR (Corée du S.)	1,1	1,1	- 1,2%	-
.TW (Taiwan)	1,0	0,6	- 46,8%	-0,5
Autres	5,8	6,1	6,2%	0,3
TOTAL	37,5	33,0	- 12%	-4,5

Le plus grand ccTLD en Asie-Pacifique est le .CN (Chine) dont les variations, positives ou négatives selon les années, dopent ou dégradent fortement les performances de la région. Or les chiffres du .CN ne sont plus aussi fiables qu'auparavant, le CNNIC ayant cessé de les publier régulièrement. D'après nos estimations, il y avait environ 15 millions de .CN fin 2022, contre 20 millions à la fin 2021. Cette perte de 5 millions dont on ignore les causes (« purge » à l'initiative du registre, situation économique difficile... ?) pèse lourdement sur les performances de la région.

Sans le .CN, le solde net de la région Asie-Pacifique serait positif d'environ 500 000 noms. Les autres évolutions remarquables de la région sont les + 800 000 noms du .AU suite à l'ouverture des noms au 2^{ème} niveau, et les - 500 000 du .TW qui poursuit son déclin.

Europe TLD > 2M NDD	Stock (millions)		Var. (%)	Var. (M)
	2021	2022	2022	2022
.DE (Allemagne)	17,2	17,4	1,5%	0,2
.UK (Roy.-Uni)	11,1	11,1	0,1%	-
.NL (Pays-bas)	6,2	6,3	0,9%	0,1
.RU (Russie)	5,0	4,9	- 1,6%	- 0,1
.FR (France)	3,9	4,0	2,9%	0,1
.EU (UE)	3,7	3,7	- 0,2%	-
.IT (Italie)	3,5	3,5	0,5%	-
.CH (Suisse)	2,5	2,5	2,2%	-
.PL (Pologne)	2,6	2,5	- 0,7%	- 0,1
.ES (Espagne)	2,0	2,0	1,2%	-
Autres	17,2	17,5	1,9%	0,3
TOTAL	74,7	75,4	1,0%	0,7

La région Europe est celle qui comprend le plus de ccTLD à forts volumes. Ses 2 « leaders » sont le .DE (Allemagne) et le .UK (Royaume-Uni) qui dépassent tous les deux les 10 millions de noms de domaine. Bien que sa croissance soit assez modeste (+1,5 %) le .DE contribue à près de 30 % au solde net de la région, le .UK étant à l'équilibre.

Parmi les ccTLD de plus de 2 millions de noms, le .FR est celui dont la croissance a été la plus forte en 2021 (+3 % contre +6 % en 2021) suivi par le .CH (+2,2 %).

Fait nouveau en 2022, plusieurs des « grands » ccTLD de la région ont perdu du stock, même si c'est de manière marginale : -0,2 % pour le .EU, -0,7 % pour le .PL, -1,6 % pour le .RU.

Bien que les ccTLD européens aient souvent de forts volumes de noms en stock (ce qui oblige à ne présenter ici que ceux qui ont plus de 2 millions de noms en gestion) leurs variations restent pour la plupart de faible importance en 2022 (inférieures à 100 000 noms).

Ventilation des ccTLD par tranches de volumes

Le tableau ci-dessous permet de visualiser la répartition par tranches de noms de domaine des ccTLD dans les différentes parties du monde. Nous avons pris en compte l'ensemble des ccTLD hormis les « pennies » (cf. ci-dessous) et les IDN, en les ventilant selon les mêmes tranches que les nTLD (voir cette partie) afin de faciliter les comparaisons.

Les ccTLD en format « IDN », c'est-à-dire en caractères latins accentués ou non latins, ont généralement des volumes confidentiels ou nuls à l'exception notable du .PФ (Fédération de Russie en cyrillique) qui en compte plusieurs centaines de milliers. C'est le seul « IDN ccTLD » que nous ayons intégré dans notre tableau.

Volumes	AF	ALAC	AP	EU	AN	Total 2022	% 2022	% 2021
1 million ou plus	1	3	6	17	2	29	12 %	13 %
500 001 à 1 million	1	2	4	6	-	13	5 %	5 %
100 001 à 500 000	3	3	15	12	-	33	13 %	11 %
50 001 à 100 000	1	-	5	3	-	9	4 %	5 %
25 001 à 50 000	5	5	5	6	-	21	9 %	7 %
10 001 à 25 000	7	9	7	3	-	26	11 %	11 %
5 001 à 10 000	15	8	7	3	2	35	14 %	11 %
5 000 ou moins	24	19	29	8	1	81	33 %	35 %
TOTAL	57	49	78	58	5	247		
%	23%	20%	32%	23%	2%			

Ventilation des ccTLD par tranches de volume (2022)

Ce tableau met en évidence l'inégalité entre les régions, l'Europe représentant 50 % des ccTLD de plus de 1 million de noms (17 sur 29) et seulement 8 % des ccTLD de moins de 5 000 noms (8 sur 81).

Si la catégorie des « millionnaires » perd 1 point en « poids », les autres restent assez stables, la tranche de 100 001 à 500 000 gagnant 2 points. La médiane s'établit autour des 10 000

noms, les deux catégories les moins favorisées (moins de 10 000 noms) pesant 47 % en 2022 contre 46 % en 2021 et 48 % en 2020. Les trois catégories les plus favorisées (plus de 100 000 noms) représentent 30 % des ccTLD contre 29 % en 2021 et en 2020.

L'Asie-Pacifique représente 32 % des ccTLD, contre 23 % pour l'Afrique et l'Europe, 20 % pour l'Amérique latine et Caraïbes et 2 % pour l'Amérique du Nord.

Nous reviendrons ci-dessous sur la répartition des noms de domaine dans le monde en apportant des éléments d'explicitation.

4.3 Poids des quasi-TLD et les penny ccTLD

Afin d'éviter des biais liés à leur forte volatilité, nous avons exclu du suivi global les penny ccTLD, extensions rendues spécifiques par les stratégies marketing agressives de leurs registres. Mais cela ne retire rien à l'intérêt de suivre cet échantillon dans le temps, du fait de son profil assez atypique. Les penny ccTLD identifiés sont les .CC (Iles Cocos), .CF (Centrafrique), .GA (Gabon), .GQ (Guinée équatoriale), .ML (Mali), .PW (Iles Palau), .TK (Iles Tokelau). Nous n'en avons pas vu apparaître en 2022.

Les « quasi-gTLD » restent intégrés dans le suivi global car leurs modèles économiques sont plus traditionnels et ne recourent pas au low-cost. Leur originalité est d'utiliser des codes pays à des fins génériques. Nous considérons ici comme des quasi-gTLD les extensions suivantes : le .TV (Iles Tuvalu – « Télévision »), le .ME (Montenegro – « Moi »), le .CO (Colombie – « Commercial »), le .NU (Ile de Niue – « Nouveau » en suédois), le .IO (Territoires britanniques de l'Océan indien), ou bien encore le .LA (Laos – « Los Angeles »). On y rajoute le .VC (Saint-Vincent et les Grenadines – « Venture Capitalist »).

Si nous distinguons 3 segments de ccTLD en fonction des stratégies marketing de leurs registres, les « vrais ccTLD », les « quasi-gTLD » et les penny ccTLD, nous obtenons les données réunies dans le tableau ci-dessous.

		2018	2019	2020	2021	2022
ccTLD	Stock	121,7	127,5	124,9	125,3	122,3
	<i>Variation</i>	4,4	5,8	- 2,6	0,4	- 3,0
	<i>Var. (%)</i>	4%	5%	- 2%	0%	-2%
Quasi-gTLD	Stock	4,5	4,6	5,4	6,1	6,3
	<i>Variation</i>	-0,1	0,1	0,8	0,7	0,2
	<i>Var. (%)</i>	-1%	3%	17%	13%	4%
Penny ccTLD	Stock	31,3	48,6	41,2	27,4	34,3
	<i>Variation</i>	6,4	17,3	- 7,4	-13,8	6,9
	<i>Var. (%)</i>	26%	55%	- 15%	-33%	25%
TOTAL	Stock	157,5	180,6	171,5	158,8	163,0
	<i>Variation</i>	10,8	23,1	- 9,2	-13,1	4,2
	<i>Var. (%)</i>	7%	15%	- 5%	-8%	3%

Performances des différentes catégories de ccTLD (2018 – 2022)

Tandis que les ccTLD « classiques » ont été en légère perte au global en 2022 (avec les variations individuelles évoquées ci-dessus) les quasi-gTLD ont pris 4 % et les « penny-ccTLD » 25 %.

Les « penny ccTLD » se rencontrent seulement en Afrique et en Asie-Pacifique, comme le montre le tableau ci-dessous. Les chiffres indiquent qu'en 2022 la dynamique de croissance a surtout été le fait des TLD africains.

Données	Stock (millions)			Variations (%)		Proportions (%)			
	2020	2021	2022	2021	2022	2020	2021	2022	21/22
« Penny » ccTLD									
Afrique	15,0	20,6	27,1	37%	32%	36 %	75%	79%	+ 4
Asie-Pacifique	26,2	6,8	7,2	-74%	6%	64 %	25%	21%	- 4
TOTAL	41,2	27,4	34,3	-33%	25%				

Performances des penny-ccTLD (2020 – 2022)

Selon certaines sources, certains de ces registres ne supprimeraient pas les noms même inutilisés et non renouvelés, ce qui fausse les chiffres et donne une raison de plus pour les séparer des autres ccTLD. Ce phénomène se rencontre aussi dans les nTLD, ce qui complexifie l'analyse que l'on peut faire des tendances à l'œuvre dans ces derniers. Ainsi, la purge spectaculaire du .TK en 2021 a vraisemblablement touché des noms qui auraient pu être supprimés dans les années précédentes. C'est un « ajustement » de grande ampleur qui ne reflète pas la réalité de la dynamique présente du TLD.

Nos données sont volontairement arrêtées au 31/12/22 par souci de cohérence avec les autres segments. Il est cependant important de mentionner qu'à la suite d'un procès intenté par Meta, Freenom, registre de la plupart des « penny-TLD » cités, a bloqué les créations et procédé à des nettoyages massifs. A la fin mars 2023, sous toutes réserves, le .CF aurait « maigri » de 76 %, le .GA de 80 %, le .GQ de 76 %, le .ML de 74 % et le .TK de 18 %.

5. Les nTLD

Rappelons que les « nouvelles extensions » n'ont souvent en commun que le fait d'être nouvelles... depuis 2012. Ceci ne suffit plus à les qualifier car cette caractéristique disparaît avec le temps (et elle disparaîtra définitivement au moment du prochain round ICANN).

Trop souvent, des observateurs évoquent la réussite ou l'échec des nouveaux TLD sans prendre le temps de regrouper ceux-ci en segments qui fassent sens et permettent d'avoir des approches plus nuancées, les critères d'appréciation des performances étant bien différents d'un segment à l'autre.

C'est pourquoi, après avoir présenté l'évolution globale des nTLD, nous étudierons en détail chacun de ces « segments » pour mieux cerner leurs dynamiques.

5.1 Évolution globale du stock de « nouveaux TLD »

Le pic historique des nTLD atteint en mars 2017 à près de 30 millions de noms, à l'issue d'une période de croissance ininterrompue depuis janvier 2014, a été franchi en novembre 2019.

Ce mouvement ascendant s'est interrompu en 2020 après un plus haut en avril / mai à 35 millions de noms. La décroissance s'est accélérée à partir d'octobre avec le début de la « purge » du .ICU. A la fin 2020, le nombre de nTLD était sensiblement identique à celui du début de l'année. Il correspondait aussi à la tendance de long terme initiée en 2014 / 2015 et rattrapée en octobre 2019 après les soubresauts consécutifs aux vagues de dépôts massifs de 2016 et début 2017.

L'année 2021 a été marquée par un 1^{er} semestre où la baisse s'est poursuivie, avec une stabilisation durant l'été et une reprise de la croissance à partir de l'automne. Cette croissance s'est poursuivie jusqu'à l'été 2022. Depuis lors le stock global de nTLD peine à franchir les 31 millions de noms.

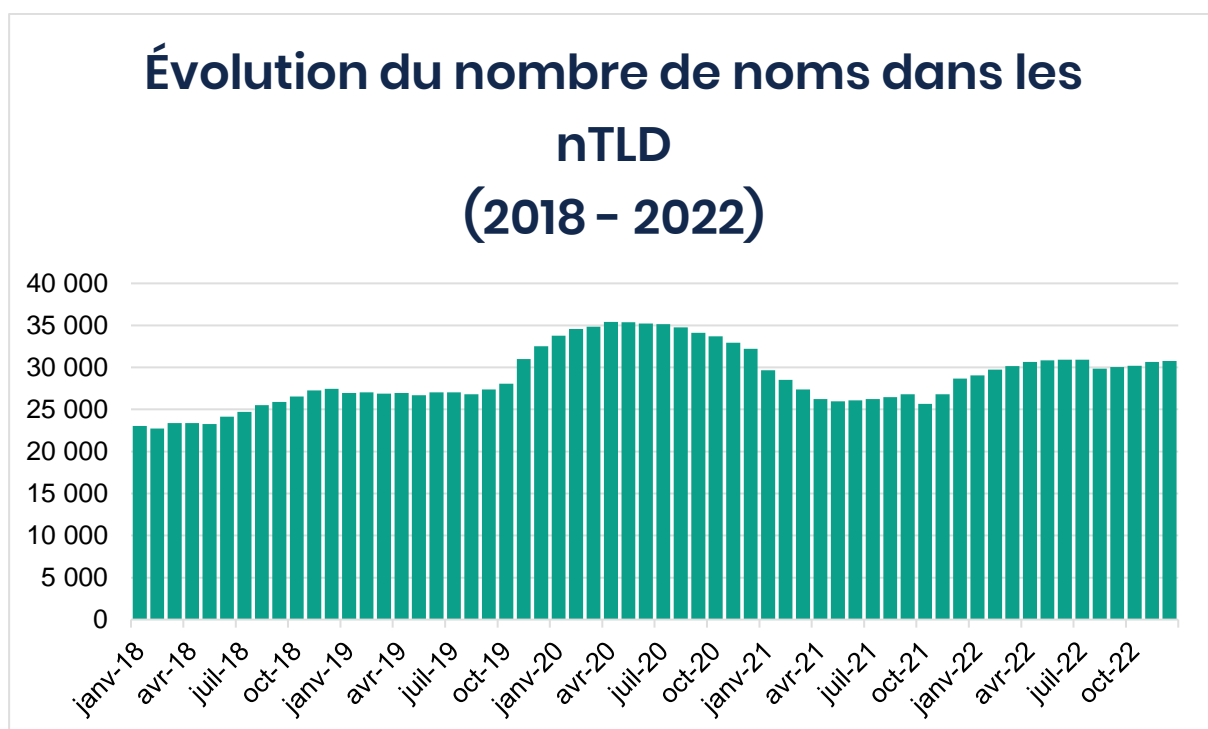


Figure 5 : Évolution du nombre de noms dans les nTLD (2018-2022)

(Tableau des chiffres de la figure 5)

Il est important de considérer la tendance longue pour ce segment rendu volatil par des vagues de créations périodiques suivies l'année suivante de vagues de suppressions de grande ampleur : .XYZ en 2015/2016 et .ICU en 2019/2020.

Au cours de cinq dernières années, et si l'on exclut le phénomène du .ICU, le volume global de nTLD a évolué dans la fourchette 25 000 / 30 000 avec une pente légèrement positive. La situation actuelle est celle d'un palier causé par l'arrivée à échéance des noms créés entre l'été 2021 et l'été 2022. C'est pourquoi il est possible que ce segment reprenne sa croissance au 2^{ème} semestre 2023.

Cependant ces observations restent « gros grain », considérant les nTLD comme un tout homogène qu'ils ne sont pas. Une grille d'analyse tenant compte des modèles et des spécificités des nTLD est donc indispensable pour mieux comprendre ce qui se passe.

5.2 Définition des « segments » de « nouveaux TLD »

Nous avons créé différents segments correspondant aux approches les plus fréquentes dans les milieux des spécialistes. Ces extensions étant encore relativement jeunes, les usages qui en seront faits pourront conduire à des révisions de cette segmentation qui est encore très orientée par la nature des TLD et leurs conditions d'éligibilité :

- Communautaires : dépôts réservés aux membres d'une communauté, le cas échéant usage centré autour d'une communauté.
- Géographiques : extensions à caractère géographique désignant une ville ou une région.
- Génériques : extensions constituées de termes génériques.
- Marques : extensions correspondant en général à des marques phares, déposées par des structures privées pour des usages internes ou étendus à leurs clients et partenaires.
- Marques « ouverts » : extension correspondant à des marques, déposées par des entreprises titulaires de ces marques, et ouvertes à d'autres titulaires que l'entreprise, ses filiales ou ses partenaires. Ces TLD sont peu nombreux (deux après

révision de la liste en 2021 : .CPA et .OVH) mais les volumes enregistrés en font un segment à part entière, proche des génériques.

Nos segments de nTLD s'efforcent de refléter la finalité des TLD plutôt que leur statut ICANN, dans la mesure où ceux-ci sont difficiles à qualifier et ont parfois été adoptés pour des raisons tactiques (par exemple l'obtention de privilèges accordés aux Communautaires). Il n'existe toujours pas à ce jour de nomenclature officielle des nTLD, aussi notre classement est-il susceptible d'évoluer en fonction des informations rendues publiques par les registres ou par l'ICANN.

Un facteur de complexité supplémentaire est le degré de restriction exigé par chaque registre. L'accès à un .MARQUE peut être relativement « ouvert » (si la seule condition à satisfaire est par exemple d'être client du délégataire) alors que le dépôt d'un Générique peut tout aussi bien être soumis à conditions. <https://ntldstats.com>, qui propose une nomenclature, s'appuie sur une grille qui va de « Unrestricted » à « Restricted » en passant par « Semi-restricted » et « Brand ». Mais cette approche, si elle peut permettre d'expliquer les volumes (ou leur absence) en fonction des conditions d'éligibilité, n'apprend rien sur la finalité et le positionnement marketing des nTLD.

Les .Marque convertis en 2019 – 2022.

Par ailleurs, depuis 2019, quelques nTLD qui étaient à l'origine des .MARQUE ont changé de nature pour devenir des génériques. Voici ceux que nous avons dû requalifier, sous réserve de modifications si d'autres informations viennent à notre connaissance :

	nTLD	Ancien segment	Nouveau segment
2019	.BOND, .COMPARE, .MONSTER, .SELECT	.MARQUE	Génériques
2020	.BEAUTY, .CYOU, .HAIR, .MAKEUP, .QUEST, .SKIN	.MARQUE	Génériques
2021	.BOX, .SBS	.MARQUE	Génériques
2022	.GIVING	.MARQUE	Génériques

nTLD ayant changé de nature (2019 – 2022)

Certains acteurs se sont fait une spécialité de racheter à des grands groupes des .MARQUE restés inutilisés depuis leur création. Les « lignes » entre les segments continuent donc à bouger, prouvant que ce marché est bien vivant.

5.3 Performances des « segments » de « nouveaux TLD »

Les différences de dynamiques observées pour chacun de nos segments montrent que la typologie employée est aujourd’hui pertinente. Mais celle-ci reste évolutive. Les familles de nTLD vont sans doute continuer à s’affiner dans l’avenir, nécessitant des refontes

périodiques de la classification de ces extensions afin de coller le mieux possible aux réalités du marché.

	Stocks (milliers)				Créations (milliers)			Maintenance	
	2021	2022	Var. abs	Var.	2021	2022	Var.	M. 2022	%M. 2022
Génériques	27 568	26 649	2 081	8%	15 629	16 714	7%	12 935	47%
Géographiques	961	947	- 14	- 1%	329	125	-62%	822	86%
Marques ouverts	71	71	-	- 1%	38	13	-66%	58	81%
Communautaires	45	44	- 1	- 2%	2	9	268%	35	78%
Marques	34	38	4	12%	5	6	15%	32	94%
TOTAL	28 679	30 748	2 069	7%	16 004	16 867	5%	13 881	48%

Performances des segments de nTLD (2021 – 2022)

Les Génériques ont gagné 2 081 000 noms en stock, ce qui représente une hausse de 8 % et explique la variation positive des nTLD. Les Génériques ont aussi vu leurs créations augmenter de 7 % en 2022 (1,1 millions de noms) avec un taux de Création très élevé (63 % contre 57 % en 2021). Leur taux de maintenance est en nette progression (47 % contre 38 % en 2021), prouvant que la « purge » du .ICU appartient à présent au passé. Nous étudierons ci-dessous les performances individuelles de quelques « leaders » parmi ces Génériques.

Les Géographiques ont perdu 1 % en stock, avec une forte réduction de leurs créations (-62 %) après l'envolée de 2021. Le taux de Maintenance passe à 86 % contre 74 % en 2021, une évolution contre-intuitive après une vague de créations. Leur taux de Création tombe à 13 % (125/947), ce qui est faible.

Les .MARQUE ouverts ont connu une évolution comparable, avec une chute brutale des créations (-66 %) et un taux de Maintenance en forte progression (81 % contre 50 %).

Les Communautaires ont perdu 2 % en stock et vu leurs créations multipliées par 4, tandis que leur taux de Maintenance passait de 75 % à 78%. Leur taux de Création revient à des niveaux « normaux », passant de 4 % à 20 %.

Les .MARQUE enfin ont gagné 12 % en stock et 15 % en créations. Leur taux de Maintenance déjà très élevé (91 %) passe à 94 % en 2022, mais leur taux de Création (16 %) reste faible.

Les variations des performances de différents segments sont souvent erratiques et difficiles à prévoir. Avec le temps, les à-coups liés à des vagues de créations et de suppressions devraient être de plus en plus absorbés par les volumes de stocks, mais nous n'en sommes pas encore là.

Évolution du nombre de TLD dans chacun des segments

Le tableau ci-dessous montre l'évolution du nombre d'extensions dans chacun des segments, sur les cinq dernières années.

	Nombre en					Variations (solde net)			
	2018	2019	2020	2021	2022	2019	2020	2021	2022
Communautaires	12	12	12	12	12	-	-	-	-
Géographiques	63	62	62	62	61	- 1	-	-	- 1
Génériques	511	517	524	526	528	+ 6	+ 7	+ 2	+ 2
Marques	622	594	573	554	549	- 28	- 21	- 19	- 5
Marques ouverts	1	2	2	2	2	+ 1	-	-	-
TOTAL	1209	1187	1173	1156	1152	- 22	- 14	- 17	- 4

Évolution du nombre de nTLD par segments (2018 – 2022)

Après les années 2014-2016 qui virent la création et l'activation de l'essentiel des nTLD (+465, +352, +313), les années 2017 et 2018 ont été marquées par les premières suppressions, qui touchèrent généralement des .MARQUE abandonnés par leurs titulaires. Ce phénomène s'est poursuivi en 2020 avec une perte de 21 .MARQUE dont 6 convertis en Génériques, et en

2021 avec la perte de 19 .MARQUE dont 2 convertis en Génériques. Les chiffres sont plus faibles en 2022 : 5 disparitions de .Marque dont un converti en générique (.GIVING), et une suppression de géographique (.BUDAPEST). Le second générique ajouté est une création (.KIDS).

Les suppressions des .MARQUE obéissent à des logiques propres à leurs délégataires : réorientations dans les stratégies digitales des groupes concernés, changements de marques phares rendant obsolètes les .MARQUE concernés, ou tout simplement de créations défensives dès leur origine que leurs délégataires ne veulent pas continuer à financer, faute de savoir comment les utiliser. La notion « d'échec commercial » n'a pas de sens pour ce segment « privé ».

La tendance à la transformation de .MARQUE en Génériques devrait se poursuivre, pour deux raisons :

- d'une part, la proportion de .MARQUE encore inutilisés est assez importante, ce qui offre des perspectives de rachats / reconversion pour un certain nombre, tandis que d'autres seront purement et simplement abandonnés ;
- d'autre part, un pourcentage significatif des Génériques ne possèdent que des stocks aux volumes insuffisants pour assurer la viabilité économique de leurs registres, ce qui pousse ceux-ci à pratiquer des stratégies de croissance externe en rachetant les nTLD disponibles à la vente.

5.4 Répartition des nouveaux TLD en volumes de noms déposés

La répartition en volumes de noms déposés ne reflète pas le nombre de TLD dans chaque segment, comme le montrent les deux graphiques ci-dessous. Avec 526 TLD (46 % du total) les Génériques pèsent 96 % des noms déposés ; avec 555 TLD (48 % du total) les .MARQUE ne représentent qu'un pourcentage marginal des noms déposés.

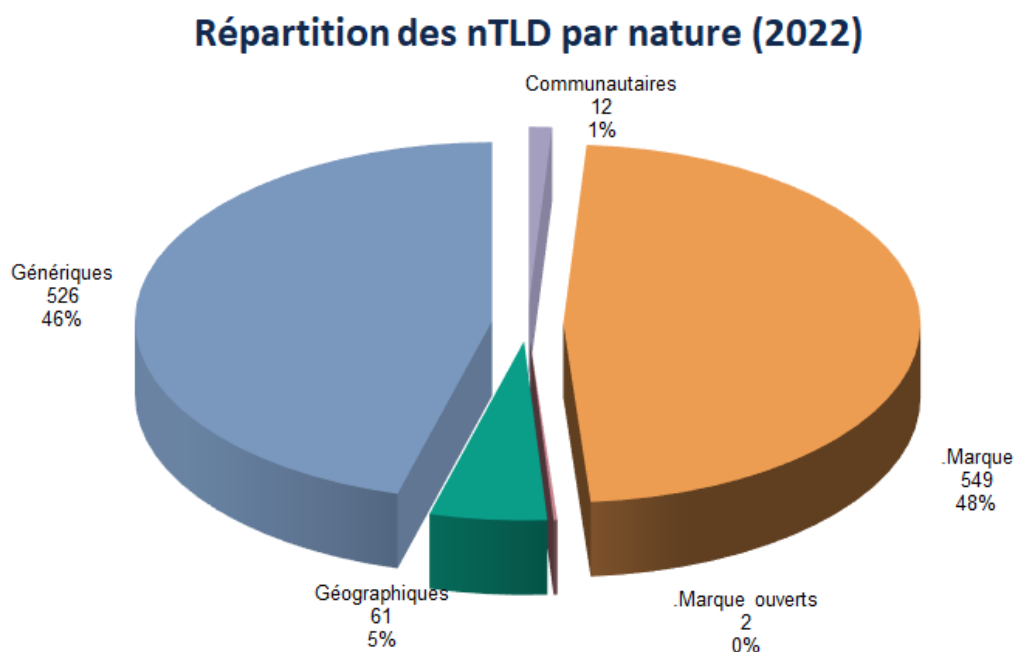


Figure 6 : Répartition des nTLD par nature (2022)

(Tableau des chiffres de la figure 6)

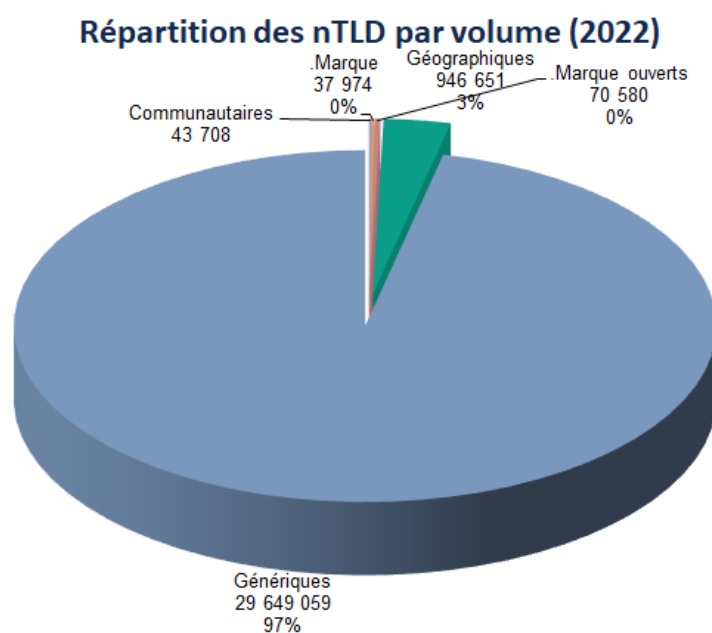


Figure 7 : Répartition des nTLD par volume (2022)

(Tableau des chiffres de la figure 7)

Ces deux schémas suffisent pour expliciter la variété des modèles économiques et des stratégies de chaque segment. Les .MARQUE répondent à des besoins internes, tandis que les Communautaires et les Géographiques ciblent des clients répondant à des critères d'appartenance ou de localisation. Les Génériques enfin peuvent aussi bien développer des ambitions mondiales que se focaliser sur des niches (ou les deux à la fois), en fonction du potentiel représenté par leur vocable. Les .MARQUE « ouverts » présentent pour leur part des caractéristiques volumétriques proches des génériques, même s'ils sont assortis de conditions d'éligibilité qui les distinguent de ceux-ci.

Ventilation des nTLD par tranches de volumes

Le schéma ci-dessous montre la répartition des nTLD par tranches de volumes. On peut constater que les « Moins de 5 000 noms » représentent plus de 70 % de l'ensemble, tandis que les « Plus de 500 000 » n'en représentent que 1 %. Ces proportions n'ont pas sensiblement varié depuis 2014, mais l'on peut tout de même noter une tendance à la

réduction progressive de la part des « Moins de 5 000 noms » et à une montée en puissance régulière des tranches situées entre 5001 et 25 000 noms.

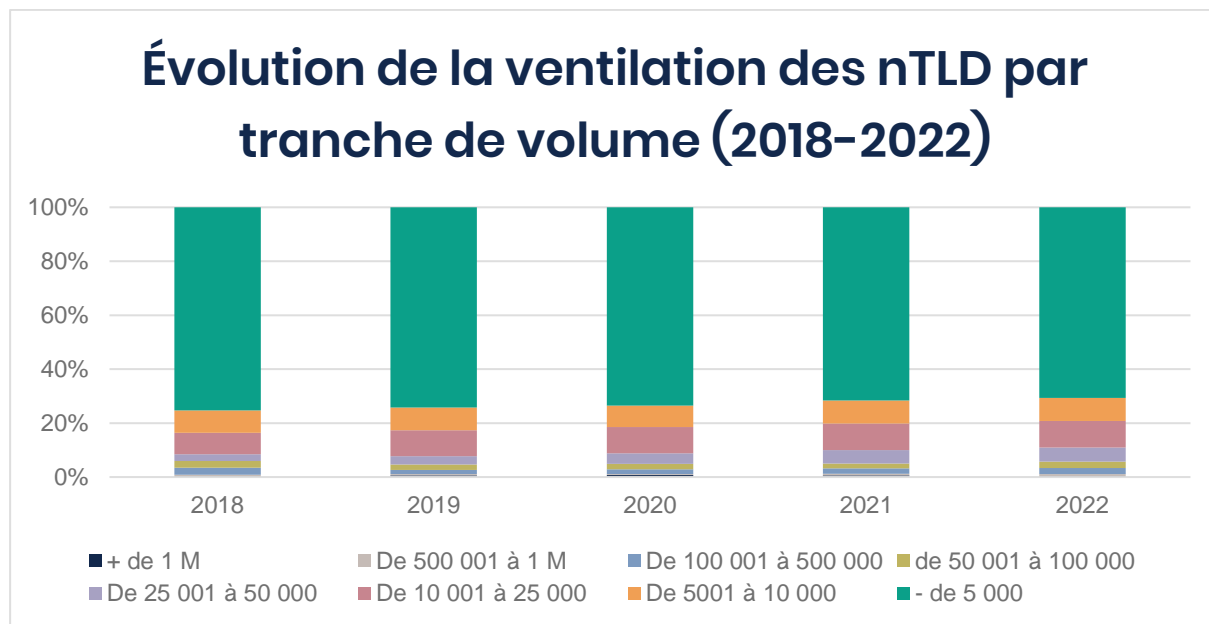


Figure 8 : Évolution de la ventilation des nTLD par tranche de volume (2018-2022)

(Tableau des chiffres de la figure 8)

Si l'on tient compte des frais ICANN (25 000 \$ de fixe minimum) et des divers frais afférents à la gestion d'un TLD (personnel, opérateur technique, promotion...), et que l'on en déduise un budget moyen minimum de 100 000 \$ par an, on voit que le seuil d'équilibre pour un TLD commercialisant ses noms de domaine autour de 20\$ se situe à 5 000 noms (10 000 pour un tarif de 10 \$ proche de celui du .COM). Il est donc capital d'analyser la répartition des nTLD par nature et par tranche de volume, pour évaluer la « santé » de ce segment.

Volumes	COMM	GEO	GEN	MA-O	MA	Total	%	2021
1 million ou plus	-	-	5	-	-	5	0%	1%
500 001 à 1 million	-	-	8	-	-	8	1%	1%
100 001 à 500 000	-	2	23	-	-	25	2%	2%
50 001 à 100 000	-	1	26	1	-	28	2%	2%
25 001 à 50 000	1	3	56	-	-	60	5%	5%
10 001 à 25 000	-	16	96	-	-	113	10%	10%
5 001 à 10 000	-	13	82	1	2	98	9%	8%
5 000 ou moins	11	25	232	-	547	815	71%	72%
TOTAL	12	61	528	2	549	1152		
% - de 10 000 noms	92%	62%	59%	50%	100%	79%		
% - Rappel 2021	92%	63%	61%	0%	100%	80%		

Ventilation des nLD par nature et par tranches de volume au 31/12/22

En excluant les .MARQUE qui suivent des logiques et des objectifs très différents, on obtient 268 TLD de moins de 5 000 noms (soit 44 % des TLD hors .MARQUE contre 50 % en 2018) et 364 TLD de moins de 10 000 noms (60 % des TLD hors .MARQUE contre 66 % en 2018).

La situation s'améliore donc avec le temps, mais si l'on considère 5 000 noms comme le « seuil de survie », un peu plus de la moitié des nTLD hors .MARQUE restent financièrement fragiles. C'est ce qui explique le mouvement de concentration, qui a été notamment marqué par la constitution de grands portefeuilles tel que celui d'Identity Digital.

Il y a d'un côté les petits registres ne parviennent que difficilement à équilibrer leurs comptes, et de l'autre, les détenteurs de grands portefeuilles de nTLD qui peuvent faire jouer les économies d'échelle et abaisser significativement leurs coûts de fonctionnement. L'une des clefs du succès dans ce segment très fragmenté semble être soit de détenir quelques gros nTLD, soit d'en détenir beaucoup de petits – deux stratégies évoquées par le PDG de Radix qui affirmait avoir choisi la première voie, quand Donuts avait opté pour la seconde.

La tension sur les coûts (ICANN et autres) continuera de s'aviver à mesure que le temps passera. Les délégataires sont placés dans une situation particulièrement inconfortable, car ils ne peuvent développer leur TLD sans s'en donner les moyens, mais ces dépenses risquent de les étrangler assez vite en cas d'échec des campagnes de promotion.

Certains se sont engagés depuis quelques années dans des stratégies low-cost qui se traduisent par des volumes exceptionnels pour de si « jeunes » extensions. Mais 1 million de noms de domaine « vendus » 1 cent ne rapportent en réalité que 10 000 \$, soit le dixième du budget annuel que nous avons pris comme hypothèse de travail, ou l'équivalent de 1 000 noms vendus 10 \$ pièce.

Les forts volumes peuvent donc être des indicateurs de succès, mais aussi le reflet de stratégies de « cavalerie » particulièrement risquées tablant sur le fait que les titulaires attirés par des prix très faibles lors de la création accepteront de renouveler leurs noms à des prix plus « normaux » dans les années suivantes. Le cas du .ICU, avec ses 3 % de renouvellement en 2021, est une illustration presque caricaturale de ce phénomène.

Ces éléments devraient inciter l'ICANN à repenser sa politique tarifaire à l'égard des registres de nouvelles extensions, surtout dans l'optique d'un « second round ». Ses frais fixes de 25 000 \$ annuels constituent pour la plupart des nTLD hors .MARQUE une charge trop lourde, qui leur interdit de se développer et les conduit parfois même à l'asphyxie en formant ainsi une « barrière à l'entrée » bénéficiant aux acteurs déjà en place.

5.5 Évolution des taux de maintenance par segments

Les taux de maintenance sont un élément clé pour analyser le succès d'un TLD et ses chances de pérennité, et ceci d'autant plus qu'un nombre croissant de nTLD repose sur ce paramètre plus que sur ses créations pour assurer sa survie.

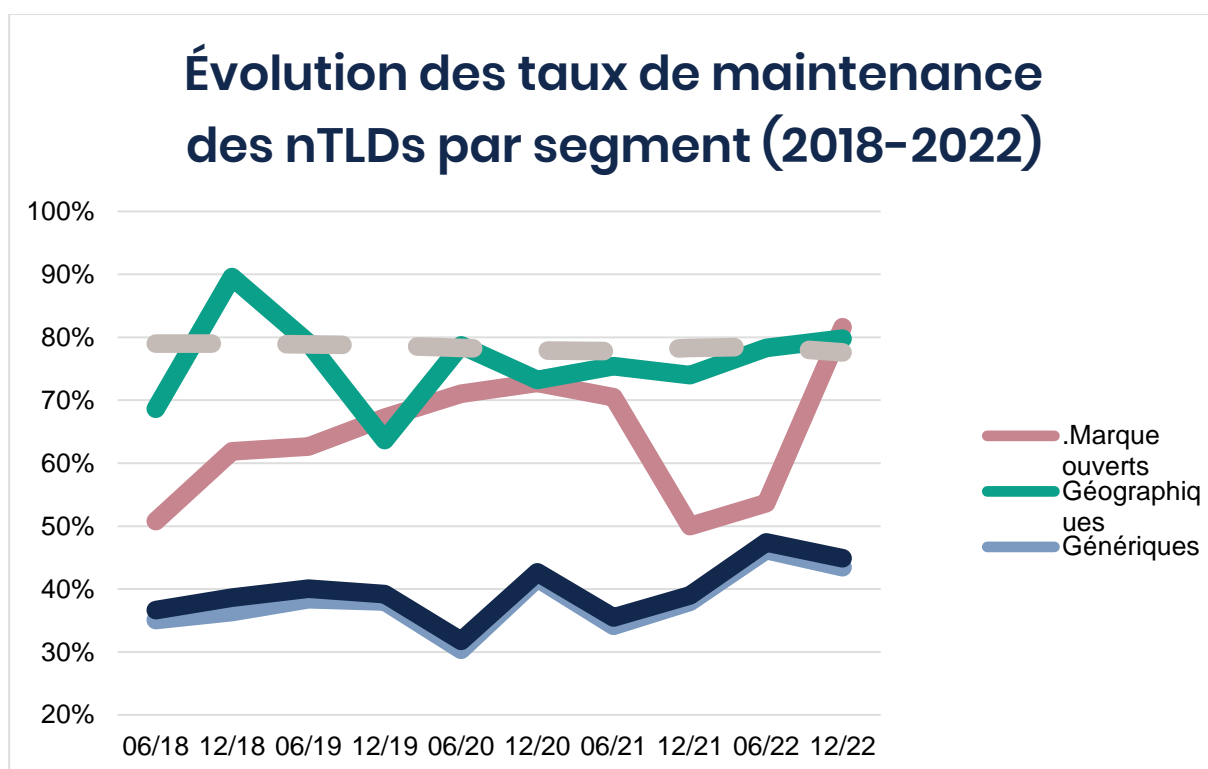


Figure 9 : Évolution du taux de maintenance des nTLD par segment (2018-2022)

(Tableau des chiffres de la figure 9)

(Le taux du .COM est ajouté à titre de comparatif.)

Sans surprise, nous pouvons constater que le taux des Génériques est le plus bas, avec une amélioration en 2022 (47 % contre 38 % en 2021, 43 % en 2020 et 39 % en 2019). Mais ce taux reste une moyenne assez fluctuante.

Le taux des .MARQUE ouverts est en « récupération » en 2022 (81 % contre 50 % en 2021 et un peu plus de 70 % en 2020).

Les Géographiques sont passés de 75 % à 86 %, avec une tendance à la stabilisation.

Les .MARQUE (non représentés sur le graphique du fait d'anomalies dans les données ICANN en 2020) ont un taux de maintenance de 94 % en 2022 contre 91 % en 2021.

5.6 Le phénomène des « Penny nTLD »

Nous avons vu dans le chapitre consacré aux ccTLD qu'un petit nombre d'entre eux peuvent-être qualifiés de « Penny TLD », leurs registres ayant adopté des stratégies de développement originales fondées sur la distribution gratuite ou quasi-gratuite de leurs noms de domaine.

Ce phénomène existe aussi dans les nTLD et nous avons renouvelé en 2022 l'étude réalisée depuis 2019 pour essayer d'isoler ceux des nTLD qui correspondraient le plus à ce profil. L'objectif est de continuer à quantifier le phénomène (combien de nTLD, quelle proportion des noms déposés dans les nTLD) mais aussi de savoir si la composition de cette catégorie est stable dans le temps ou si elle varie d'une année sur l'autre.

La typologie de ces extensions est connue : les forts volumes de créations induits par des tarifs faibles ou symboliques se transforment un an après en de forts volumes de suppressions, soit que les tarifs de renouvellement soient nettement plus importants que les tarifs de création, soit que les titulaires ayant enregistré massivement des noms « quasi

gratuits » n'aient pas atteint leurs objectifs (revente ou valorisation du trafic) et les laissent retomber à l'échéance.

Comment les identifier parmi les nTLD ?

La méthodologie suivie a consisté à sélectionner les nTLD génériques ayant au moins quatre ans d'activité au 31/12/22 (lancés avant le 31/12/18 et existant encore au 31/12/22) afin d'éviter autant que possible des « effets de bord » liés aux phases d'ouverture, qui voient habituellement des taux de création importants assortis de taux de maintenance assez faibles l'année suivante.

Cette approche laisse aussi de côté les .MARQUE qui obéissent à des dynamiques spécifiques.

Afin de ne pas voir nos données biaisées par les extensions n'ayant que quelques noms en stock et ne connaissant aucune activité commerciale, nous avons aussi éliminé de notre panel tous les TLD dont le stock était inférieur à 200 noms au 31/12/18. Certains d'entre eux ont connu depuis des lancements réussis, mais encore trop récents pour pouvoir être pris en compte sans risques de fausser les résultats.

Le cycle de vie habituel d'une extension est de voir son taux de création diminuer à mesure que le stock augmente et le taux de maintenance augmenter en lien avec l'ancienneté des noms déposés. Après un certain temps, ces valeurs se stabilisent si des événements ponctuels (campagnes de promotion, vagues de domaining) ne viennent pas les perturber.

Les seuils pertinents pour qualifier la situation d'une extension ont été définis par l'analyse quantitative menée en 2019 sur l'ensemble des nTLD correspondant à nos critères. Nous les avons gardés en 2022 afin de permettre des comparaisons dans le temps.

5.6.1 Taux de maintenance

L'analyse des taux de maintenance des nTLD de notre échantillon permet d'obtenir le tableau ci-dessous.

Cette grille peut permettre à n'importe quel registre de se comparer par rapport aux TLD de même nature, tout en situant leur catégorie de nTLD par rapport à l'ensemble. Ainsi, 83 % des Géographiques (45/54) ont un Taux de maintenance supérieur ou égal à 76 %, contre 51 % des Génériques (225/441) (et ceci en ne prenant en compte que les extensions elles-mêmes, sans considérer le volume de noms de domaine déposés dans chacune d'elles).

Tranches de taux	COMM	Géo	GEN	M-O	Total	% 2022	% 2021
86 % et plus	3	31	71	-	105	21%	18%
76 % à 85 %	3	14	154	1	172	34%	44%
66 % à 75 %	1	5	139	-	145	29%	21%
51 % à 65 %	-	2	46	-	48	10%	11%
50 % et moins	-	2	31	-	33	7%	6%
	7	54	441	1	503		

Ventilation des TLD génériques (Legacy et nTLD) par Taux de maintenance nTLD hors .MARQUE ayant eu plus de 200 noms en stock au 31/12/18

L'évolution globale du Taux de maintenance – un facteur très positif pour témoigner du développement réel des nTLD – se reflète dans les pondérations des différentes tranches de taux. Mais l'indicateur a chuté en 2022, avec un taux de 55 % des nTLD situés entre 76 % et 100 % contre 62 % en 2021, 47 % en 2020 et 43 % en 2019. Ceci provient peut-être des suppressions liées à la reprise des créations de l'été 2021 à l'été 2022.

Les seuils sont cohérents avec ce que nous avons pu constater dans les ccTLD. Ainsi, le taux de maintenance du .FR, extension déjà ancienne et bien établie sur son marché, varie de 81 % à 84 % selon les moments.

Quelles clés d'interprétation pouvons-nous apporter ?

Au-dessus de 86 %, nous sommes en présence d'extensions à forte proportion de noms utilisés et/ou défensifs, régulièrement renouvelés, ou bien de registres dont la politique est de ne rien supprimer.

Entre 76 % et 85 % se trouvent les extensions assises dans leur activité, bénéficiant d'un taux d'utilisation et d'une « loyauté » des titulaires élevés. C'est cette catégorie qui a le plus souffert en 2022, après avoir enregistré la meilleure progression en 2021.

Entre 66 % et 75 %, les extensions ont du mal à stabiliser leur base de titulaires. Cette étape est en principe transitoire vers la catégorie du dessus : ceci s'est produit en 2021, le poids de cette catégorie passant de 33 % à 21 %, mais on peut observer un « retour en arrière » en 2022, de 21 % à 29 %. Des nTLD ayant réussi à « mieux » conserver leurs noms en 2021 les ont donc perdus en 2022, mais il faudrait réaliser une étude détaillée pour mieux cerner les causes de ce phénomène.

Le même constat, un peu plus sévère, peut-être formulé pour les TLD de la fourchette 51 % à 65 %. Cette situation est en général la résultante de stratégies marketing dynamiques focalisées sur les créations au détriment de la fidélisation (parmi les ccTLD, le .PL (Pologne) a longtemps été une illustration de ce cas de figure). Cette catégorie est restée stable en 2022, ne perdant qu'un point.

Enfin, sous les 50 % de renouvellement, nous trouvons une faible proportion de TLD qui peuvent soit éprouver de graves déboires en perdant tout simplement leurs clients, soit avoir mené des stratégies marketing très agressives se soldant *in fine* par des suppressions massives. Cette catégorie a gagné un point en 2022.

Nos Penny nTLD se trouvent parmi les 33 extensions de cette dernière catégorie (32 en 2021).

5.6.2 Taux de création

Dans la grille ci-dessous, les extensions les plus dynamiques ont un taux de création élevé, tandis que les extensions attirant le moins de nouvelles créations ont un taux de création faible. Le Taux de création mesure en effet l'afflux de nouveaux noms de domaine dans le stock. Ce taux est de 100 % au moment de la création d'un TLD et de 0 % s'il n'a réalisé strictement aucun dépôt dans l'année écoulée.

Tranches de taux	COM M	Géo	GEN	M-O	Total	% 2022	% 2021
51 % et plus	-	1	39	-	40	8%	8%
36 % à 50 %	-	1	70	-	71	14%	23%
26 % à 35 %	1	4	157	-	162	32%	29%
16 % à 25 %	5	12	117	1	135	27%	21%
15 % et moins	1	36	58	-	95	19%	17%
TOTAL	7	54	441	1	503		

Ventilation des TLD génériques (Legacy et nTLD) par Taux de création nTLD hors .MARQUE ayant eu plus de 200 noms en stock au 31/12/18

On peut considérer la valeur « normale » (vitesse de croisière) comme étant située dans la fourchette « 16 % à 25 % », la catégorie « 15 % et moins » concernant des extensions menacées d'asphyxie faute de demande suffisamment forte. Cette dernière catégorie a légèrement progressé en 2022 (+2 points) mais c'est surtout celle des « 16 % à 25 % » qui a gagné du terrain (+6 points), reflétant le tassement général des créations très visible pour la catégorie des « 36 % à 50 % » (-9 points).

Des taux de création supérieurs à 51 % induisent que dans un portefeuille donné à une date donnée, plus de 1 nom sur 2 a été déposé au cours des 12 derniers mois. Situation classique dans les deux années suivant une ouverture au marché, ce taux est très révélateur de stratégies promotionnelles agressives lorsqu'il se maintient au-delà des 3 ans. Les deux autres catégories (26 % à 35 % et 36 % à 50 %) accueillent des extensions ayant réalisé des

campagnes marketing réussies, et/ou encore assez récentes pour posséder dans leur portefeuille une part importante de noms nouvellement créés.

Nos Penny nTLD se situent donc parmi les 40 extensions (43 en 2021) ayant un taux de création supérieur à 51 %.

5.6.3 Identification des Penny nTLD de 2022

Les extensions low-cost se retrouvent parmi celles qui ont un taux de création très élevé (51 % et +) combiné à un taux de maintenance très faible (50 % et -). Le tableau ci-dessous donne la répartition des nTLD étudiés par tranches de taux de création et de taux de maintenance, tous segments confondus (hors .MARQUE).

Tx M / Tx Cr.	15% et -	16-25%	26-35%	36-50%	51% et +	Total	%	% 2021
86 % et plus	66	19	9	5	6	105	21%	16%
76 % à 85 %	23	74	60	10	5	172	34%	44%
66 % à 75 %	4	32	75	27	7	145	29%	21%
51 % à 65 %	2	4	14	22	6	48	10%	11%
50 % et moins	3	3	4	7	16	33	7%	6%
TOTAL	98	132	162	71	40	503		
%	19%	26%	32%	14%	8%			
% 2021	17%	21%	29%	23%	8%			

Ventilation des TLD génériques (Legacy et nTLD) par Taux de création

nTLD hors .MARQUE ayant eu plus de 200 noms en stock au 31/12/18

Abscisses : Taux de Création ; ordonnées : taux de Maintenance

Cette ventilation montre qu'indépendamment des aspects liés au seuil de rentabilité, la proportion de TLD dans une situation réellement critique est anecdotique.

Nous pouvons considérer une situation critique d'une part lorsque le Taux de Création est égal ou inférieur à 15 %, d'autre part lorsque le Taux de Maintenance est égal ou inférieur à

50 %. Seules 3 extensions répondent à cette double exigence (contre 1 en 2021, 3 en 2020 et 7 en 2019).

On relève encore un phénomène visuel intéressant, constaté depuis 2019 : à chaque tranche de Taux de Maintenance correspond un Taux de Création « privilégié » et réciproquement (nombre le plus élevé de chaque ligne et de chaque colonne, en gras). Ces intersections forment une diagonale mettant en valeur la corrélation forte entre les Taux de Création et les Taux de Maintenance. À chaque stratégie correspond apparemment un profil « normal » et les nTLD sont de moins en moins nombreux à mesure que l'on s'éloigne de ce profil. Cette grille peut permettre aux registres d'évaluer leurs performances et leur situation en regard de ce qu'ils devraient réaliser.

Au-dessus de cette diagonale, le TLD est en surperformance sur l'un ou l'autre des critères, ou les deux ; en-dessous, il est en sous-performance. Un registre (et même un bureau d'enregistrement s'il tient compte des transferts entrants et sortants) peut ainsi juger de l'efficacité de sa stratégie en fonction des causes internes ayant conduit à ces résultats. En croisant cette matrice avec celles qui détaillent les ventilations par natures de TLD (Géo, Génériques, etc.) il est possible de se faire une idée assez juste de la position stratégique d'une extension ou d'un acteur.

En 2021, les taux de création plus élevés ont fait « bouger les lignes » avec un décalage des valeurs maximales des lignes 66 % à 75 % et 76 % à 85 % qui ne se trouvaient plus dans la « diagonale ». Ce décalage reste encore visible en 2022, mais de manière atténuée (valeurs de 27 et 60). Si tout se passe « normalement » les performances 2023 seront bien alignées sur la diagonale.

La vision en volumes de noms concernés

Quels sont les volumes de noms concernés par chaque catégorie ?

Le tableau ci-dessous reprend le précédent à l'identique, mais en exprimant les nTLD en volumes de noms déposés (milliers de noms) :

Tx M/Tx Cr.	15% et -	16-25%	26-35%	36-50%	51% et +	Total	%	% 2021
86 %et plus	738	148	31	59	111	1 087	4%	4%
76 %à 85 %	307	1 161	838	158	102	2 567	9%	11%
66 %à 75 %	31	502	1 635	929	305	3 401	12%	10%
51 %à 65 %	25	39	198	1 284	2 274	3 820	13%	12%
50 %et moins	80	26	852	1 773	15 251	17 982	62%	62%
TOTAL	1 181	1 876	3 554	4 203	18 043	28 857		
%	4%	7%	12%	15%	63%			
% 2021	4%	4%	12%	13%	67%			

Ventilation des TLD génériques (nTLD hors Legacy) par Taux de création

nTLD hors .MARQUE ayant eu plus de 200 noms en stock au 31/12/18

Abscisses : Taux de Création ; ordonnées : taux de Maintenance

Le total des noms déposés est ici de 29 millions pour un total général des nTLD de 31 millions. La différence s'explique par les nTLD non retenus car étant des .MARQUE et/ou n'ayant pas encore quatre ans d'activité.

On retrouve la « diagonale » décrite ci-dessus, encore un peu biaisée au niveau des « 51 à 65 % » en taux de Maintenance. Le volume de noms des extensions en situation critique au point de vue stratégique représente 80 000 noms de domaine contre 1 000 en 2021. Quant à la catégorie mentionnée ci-dessus comme étant susceptible de connaître un « ajustement » en 2022, elle concerne 2,3 millions de noms soit 8 % du total.

Sans surprise, la catégorie des Penny TLD est celle qui contient le plus de noms : 15 millions en 2022 contre 16 millions en 2021 et 15 millions en 2020, soit 53 % des noms déposés dans les nTLD sélectionnés (62 % en 2021, 60 % en 2020), et 50 % de l'ensemble des noms déposés dans des nTLD.

Ceci implique qu'un minimum de 26 % environ (53 % x 50 % de taux de maintenance) (contre 27 % en 2021 et 25 % en 2020) des noms déposés dans les nTLD sont appelés à disparaître en 2022, toutes choses égales par ailleurs.

Ce simple calcul met en évidence l'une des causes de la volatilité persistante des nTLD, qui peuvent varier de plusieurs millions à la hausse ou à la baisse en quelques mois. Une poignée d'extensions conditionne ces variations de grande ampleur, et notre étude permet de l'isoler.

En apparence, le nombre de nTLD classables dans la catégorie des Penny TLD change peu – 16 en 2022 contre 24 en 2021, 21 en 2020 et 20 en 2019. Mais ce ne sont pas toujours les mêmes.

BUSINESS	LIVE	SITE	WEBSITE
CLUB	ONLINE	SPACE	WEDDING
GDN	OOO	STORE	WORK
HOST	PRESS	TECH	XYZ
KIM	SHOP	TOP	xn--3bst00m 集团

Liste des nTLD pouvant être considérés comme des Penny TLD en 2019

ACCOUNTANT	INK	ONLINE	TOKYO	WORLD
BID	KIM	PRESS	UNO	
CASA	LIFE	RECIPES	VIP	
DEGREE	LINK	RED	VOTING	
FEEDBACK	LTDA	STORE	WEDDING	

Liste des nTLD pouvant être considérés comme des Penny TLD en 2020

BAR	FIT	ONLINE	SITE	UNO
BUZZ	FUN	OVH	SPACE	WEBSITE
CAM	HOST	PRESS	STORE	WORK
CASA	ICU	REST	TOKYO	XYZ
CLUB	LINK	SHOP	TOP	

Liste des nTLD pouvant être considérés comme des Penny TLD en 2021

BAR	ICU	SPACE	XYZ
BEST	ONLINE	STORE	
CAM	REST	TOP	
FUN	SHOP	UNO	
HOST	SITE	WEBSITE	

Liste des nTLD pouvant être considérés comme des Penny TLD en 2022

La comparaison des listes montre qu'il est impossible de classer définitivement un nTLD dans la catégorie des Penny TLD, qui connaît une forte volatilité intrinsèque.

De 2019 à 2022, seuls 2 nTLD se sont qualifiés parmi les « penny-nTLD » pendant quatre ans de suite : .ONLINE, et .STORE. 9 autres se sont qualifiés trois ans sur les quatre de notre étude : .HOST, .PRESS, .SHOP, .SITE, .SPACE, .TOP, .UNO, .WEBSITE, .XYZ

Ce classement n'est donc pas statique, car il évolue avec les stratégies des acteurs comme avec les contraintes naturelles induites par le marché et par le cycle de vie des noms de domaine.

Ainsi, une extension en croissance a mécaniquement de plus en plus de mal à maintenir un taux de création élevé. De la même manière, un taux de maintenance en hausse pour une extension en croissance nulle ou même en décroissance peut seulement refléter le fait qu'il y a très peu de nouvelles créations et que le stock repose de plus en plus sur les noms utilisés et/ou défensifs déposés dans le passé, ce qui n'est pas forcément bon signe. Tout est affaire d'équilibre et du contexte dans lequel s'inscrit le TLD.

La principale question, pour les registres débutants, est souvent celle du volume de noms gérés qui témoigne aux yeux des tiers (et des investisseurs !) du « succès » des extensions. Mais après quelques années, ces mêmes registres découvrent que le véritable critère de succès est la rentabilité de leur activité.

C'est pourquoi nous avons jugé utile de maintenir dans cette édition 2022 quelques réflexions sur les modèles économiques des nTLD, aussi bien à l'attention des registres actuels que de tous ceux qui envisagent de candidater lors des futurs « rounds » de l'ICANN.

5.7 Réflexions sur les modèles économiques des nTLD

Il existe une certaine confusion lorsqu'on entend parler des « nouveaux TLD ». Certains discours se veulent optimistes, d'autres au contraire ne font que recenser les mauvaises nouvelles. Comment savoir qui a raison ? L'objectif de cette partie est de poser les bases d'une réflexion sur les dynamiques et contraintes propres à chaque modèle économique, et de proposer quelques clés de lecture qui nous paraissent pertinentes à l'heure actuelle.

Un objectif subsidiaire est de montrer que les facteurs clés de succès de ces différents types d'extensions – facteurs susceptibles d'assurer leur pérennité – ne reposent pas entièrement sur le volume, tout au moins pour certains d'entre eux. La notion de volume n'a réellement de sens que pour les nTLD « marchands », dont la pérennité repose sur la vente de noms de domaine à des tiers. Le succès d'un TLD repose en réalité plus sur sa capacité à dégager de la valeur pour son registre et la communauté internet ciblée, et cette valeur se mesure différemment selon le segment considéré.

Les coûts en revanche sont les mêmes pour tous les registres, et ce sujet brûlant ne peut être ignoré car il est loin d'être neutre : outre les frais de l'opérateur technique de registre,

les 25 000\$ annuels exigés par l'ICANN (pour les nTLD ayant moins de 50 000 noms en stock) représentent une charge assez lourde.

Comme nous l'avons déjà évoqué ci-dessus, pour une extension à vocation commerciale détenant 5 000 noms en stock, ces frais ICANN correspondent à 5 \$ de frais fixes par nom de domaine. Si l'on ajoute les frais de l'opérateur technique, les coûts de fonctionnement internes et les frais de promotion et de développement, on voit que d'emblée de tels registres sont obligés de pratiquer des tarifs élevés et relativement peu compétitifs par rapport à ceux de grands concurrents déjà solidement implantés sur le marché, jouissant du double avantage du volume et de l'appropriation par les utilisateurs.

5.7.1 Des modèles économiques inégaux

Toutes les nouvelles extensions ne sont pas égales en matière de modèles économiques. Considérons chacun des grands « segments » ou « familles » existant à l'heure actuelle.

- Les .MARQUE sont des extensions créées par des grands groupes pour leur propre usage. Leurs bénéficiaires s'expriment en termes de contribution aux stratégies digitales de leurs détenteurs. Les volumes attendus sont faibles et le « coût par nom de domaine » est donc élevé, mais compensé par la valeur ajoutée créée pour l'entreprise. L'utilisation reste interne et la notion de « tarif » n'est donc pas applicable, de la même manière que la rentabilité doit être abordée dans le contexte d'un grand groupe. Conséquent pour une entreprise en création, le budget nécessaire pour obtenir et faire fonctionner une extension reste assez modeste en regard des investissements consentis pour assurer et développer la présence sur internet d'un grand groupe et de ses composantes, sans même évoquer les budgets liés à la communication.
- Les .MARQUE « ouverts » sont des .MARQUE enregistrables par des tiers sous certaines conditions. Les cas sont encore assez rares et nous manquons du recul

nécessaire pour apprécier les dynamiques de ce segment. Pour l'instant, le fait saillant est que ces TLD drainent pour la plupart des volumes importants, et parfois considérables, ce qui les apparente plus à des « Génériques » qu'à des .MARQUE.

- Les « Community » sont réservés à des communautés ciblées, par nature assez restreintes. L'espérance de volume est donc plutôt faible, pouvant aller jusqu'à « moyenne » pour les grandes communautés et en cas de plébiscite du TLD. Afin de pouvoir équilibrer leurs comptes, ces extensions sont contraintes de vendre leurs noms à des niveaux de prix élevés, pouvant devenir « modérés » en cas de succès.
- Les « Géos » correspondent à des noms de régions ou de villes. Leurs zones de chalandises sont souvent supérieures à celles des Community, tout en ciblant des publics encore relativement restreints. Leur problématique est très similaire à celle des Community, quoique plus favorable. Leur « spectre » est plus large, pouvant aller de quelques milliers de noms à plusieurs centaines de milliers sur le long terme. Mais au départ et pendant plusieurs années, les volumes restent faibles voire « moyens » et les tarifs doivent s'aligner en conséquence, de « Élevés » à « Modérés ». Cependant des prix adaptés aux volumes autorisent ces acteurs à espérer une rentabilité rapide de leur investissement, les taux de renouvellement étant généralement élevés et les créations se développant avec la notoriété croissante des extensions.

Le dernier segment, celui des « purs génériques », pourrait être scindé en deux :

- les extensions génériques ne pouvant toucher qu'une clientèle réduite, soit par leurs règles d'éligibilité, soit par un terme clé ne pouvant intéresser que des publics restreints, des « niches ». La logique financière de ces nTLD sera proche de celles des geoTLD et Community TLD, les volumes attendus étant faibles ou moyens et les tarifs se devant en conséquence d'être élevés ou modérés. Pour l'heure il n'y a pas d'exemple de ces extensions ayant acquis un volume suffisant pour arriver à des

tarifs modérés en assurant leur rentabilité, mais cela se produira probablement dans l'avenir.

- les génériques « ouverts », aux termes mondialement utilisés, qui ont la chance de pouvoir adresser une cible mondiale ou en tout cas très large. Ces TLD peuvent quitter les logiques de « niches » et de prix relativement élevés pour adopter des stratégies de masse et de low-cost. Le pari est d'autant plus risqué que les TLD sont « jeunes » mais ce sont vraisemblablement les seuls à pouvoir l'envisager. Ici les volumes peuvent aller de « Faibles » à « Forts » et les tarifs de « Bas » à « Élevés » en fonction des choix des registres et des succès rencontrés.

Espérance de volume	Niveaux de tarifs envisagés			
	N. A.	Bas	Modéré	Élevé
Forte	-	[GEO] GEN-larges .MARQUE ouverts	-	-
Moyenne	-	-	GEO [COMMUNITY] [GEN – limités] GEN – larges .MARQUE ouverts	-
Faible	.MARQUE	-	-	COMMUNITY GEO GEN – limités GEN – larges .MARQUE ouverts

Les [] signalent des situations atypiques ou moins susceptibles d'être rencontrées à l'heure actuelle.

Cette modélisation succincte des équilibres entre espérances de volumes et niveaux de tarifs permet d'explorer les conséquences pour les registres en termes de stratégies marketing.

5.7.2 Les conséquences en termes de stratégies marketing

Du fait des spécificités de chacun, les « nTLD » ne jouent pas à armes égales et doivent élaborer des stratégies marketing en accord avec leurs forces et faiblesses.

Ainsi, plus le volume attendu est faible, avec des tarifs élevés, et plus le registre est obligé de miser sur la valeur ajoutée de son TLD et/ou sur l'affect qu'il pourra susciter auprès de sa cible. Les .MARQUE vont rechercher une valeur ajoutée en lien avec leur stratégie digitale. Les COMMUNITY et les GEO peuvent convoquer des notions d'appartenance et de « reconnaissance » entre les titulaires et leurs visiteurs ou prospects. Dans de nombreux cas, il s'agira de « love-TLD », que les titulaires seront prêts à acquérir plus cher parce qu'ils feront particulièrement sens à leurs yeux, pour des motifs le plus souvent affectifs et liés à l'identité (appartenance à une ville, une région, une communauté). Les génériques « restreints » pourront chercher à développer des modèles de services originaux, qui leur apporteront les facteurs clés de succès dont ils pouvaient manquer à l'origine.

À l'inverse, les « purs génériques » pourront pratiquer des tarifs faibles, voire miser sur la « quasi-gratuité » en espérant que la proportion (en général assez faible) de noms renouvelés leur permettra à terme d'équilibrer les comptes. Les taux de renouvellement sont d'autant plus critiques pour les extensions ayant choisi une approche de quasi-gratuité au moment des créations en espérant se rattraper sur les tarifs de renouvellement. Jusqu'à présent ces modèles innovants ont obtenu des résultats tangibles en termes de volumes à court terme, mais sans garantir pour autant la pérennité à long terme des extensions concernées.

5.7.3 TLD exclusifs versus TLD de masse

Ce sont deux philosophies qui coexistent sans se rencontrer : les « love-TLD » en puissance ont tendance à se vouloir exclusifs ou sélectifs, tandis que les « mass-TLD » recherchent au contraire les publics les plus larges.

Les deux approches s'exposent cependant à des mécomptes. Les utilisateurs intéressés par un « love-TLD » peuvent être rebutés par des conditions d'éligibilité trop drastiques, entraînant des lourdeurs (vérifications etc.) d'autant plus dissuasives que le caractère sélectif ne fait pas nécessairement naître l'attachement ni la perception de valeur ajoutée. Quant aux « mass-TLD », ils souffrent par construction d'une volatilité importante et sont condamnés à maintenir des niveaux de créations élevés s'ils ne veulent pas voir leurs stocks s'effondrer. Cette logique peut s'apparenter à celle de la « cavalerie » si elle échappe au contrôle du registre.

On assiste ainsi logiquement, depuis 2018, à des évolutions attendues chez quelques registres, les « love-TLD » déçus par les volumes cherchant à assouplir leurs conditions d'éligibilité et quelques « mass-TLD » échaudés par leurs taux de renouvellement catastrophiques révisant paradoxalement leurs tarifs à la hausse.

5.7.4 De mauvais pricing qui se paient

Cette réflexion n'est pas gratuite : elle devrait inspirer les futurs candidats à des extensions qui se présenteront dans les années à venir, quand l'ICANN organisera de prochains « rounds ».

Dans un univers aussi concurrentiel que celui des noms de domaine, un mauvais pricing peut conduire un registre à la ruine simplement parce qu'il se sera avéré dissuasif (effet négatif sur les volumes) ou dilutif (effet négatif sur la perception de valeur).

Les bureaux d'enregistrement comme les utilisateurs étant très hostiles à des augmentations de tarifs, il est sans doute préférable, pour un TLD visant des volumes faibles à modérés, de commencer avec des tarifs raisonnables et lui laissant la possibilité d'ajustements à la baisse à mesure que les volumes augmenteront.

5.7.5 Les ayants droit et les domainers, deux faux-amis

Un assez grand nombre de nouvelles extensions ont construit leurs modèles sur l'espoir de toucher à court terme deux cibles jugées particulièrement prometteuses : les ayants droit et les domainers.

Anxieux de protéger leurs marques contre le cybersquatting, les ayants droit ont longtemps été une vache à lait du marché des noms de domaine. Les « sunrise period » destinées à leur permettre de protéger leurs noms ont parfois même été transformées en séquences de racket organisé par des registres plus ou moins créés dans cette intention. Mais les ayants droit ont souvent été très décevants. Conscients qu'ils ne pouvaient plus supprimer le risque, ils se contentent de plus en plus de le gérer et ne participent plus aux *sunrise periods* avec le même enthousiasme (la même angoisse) qu'auparavant. De la même manière, leurs stratégies de dépôts défensifs se sont faites de plus en plus parcimonieuses. L'abondance de TLD a contribué à tuer le Veau d'Or.

Les domainers pour leur part ont aussi été sources de déconvenues pour certains registres. Beaucoup se refusent à prendre le risque d'investir sur des extensions à la pérennité sujette à caution, ou si mal connues du public que les chances de revente avec profit sont faibles. La politique des noms « premium » vendus aux enchères ou facturés plus cher s'est aussi parfois avérée infructueuse, les domainers n'ayant pas les moyens d'investir beaucoup sur un seul nom et les titulaires plus « naturels » n'étant pas assez sensibilisés pour consentir de telles dépenses.

5.7.6 Convaincre les investisseurs

Toutes ces considérations sont importantes pour les candidats à l'obtention d'un TLD (et pour ceux qui en ont déjà un !) vis-à-vis de leurs investisseurs ou de leurs mandants. Il est important de comprendre le cas dans lequel se situe chaque profil de TLD afin d'ajuster le modèle économique et la stratégie marketing en conséquence, et de ne pas faire même de bonne foi de « fausses promesses » aux bailleurs de fonds.

La première précaution à prendre est de leur expliquer que le seul volume n'est pas un critère de succès absolu.

5.7.7 Le succès ou l'échec n'est pas lié au volume mais à la pertinence de la stratégie en regard des conditions de marché.

Le volume n'est que la partie émergée de l'iceberg, certes la plus visible, mais peut-être pas la plus pertinente. Un TLD parvenant à la rentabilité avec un volume faible mais touchant bien sa cible et la fidélisant sera en toute logique plus pérenne qu'un TLD à fort volume mais déficitaire et faisant reposer son développement sur la conquête permanente de nouveaux clients pour compenser un taux de renouvellement très bas.

Même si le marché des noms de domaine présente parfois des situations ubuesques, le principe de réalité finit toujours par s'imposer. Le « 1^{er} Round » a vu se multiplier des projets parfois brillants, mais souvent irréalistes du point de vue des attentes et de la décorrélation entre cibles, conditions d'éligibilité, modèles économiques et stratégies marketing. On peut espérer que les candidats au prochain round sauront mieux relier ces différents paramètres pour donner le maximum de chances de succès à leur aventure entrepreneuriale.

5.8 Des « leaders » encore fragiles

Après nous être penchés sur les dynamiques à l'œuvre dans le segment des nTLD, il est intéressant d'étudier plus en détail les performances des « leaders », dans la mesure où ce sont leurs variations qui conditionnent celles de tout le segment.

Ces « leaders » ont été sélectionnés selon un critère volumétrique : entrent dans le panel de référence tous les nTLD possédant ou ayant possédé, 500 000 noms de domaine ou plus en stock au 31/12/21 et/ou au 31/12/22.

Certains « leaders » des années passées ont vu leurs stocks fondre comme neige au soleil et ne peuvent plus être considérés comme des « leaders ». Ils disparaissent donc s'ils ne satisfont pas à nos critères.

Comme le montre le tableau ci-dessous, ces « leaders » sont en grande partie des TLD commercialisés selon des stratégies marketing agressives, sinon « low-cost », ce qui explique que certains se soient effondrés après avoir dépassé les 500 000 noms. Ces cas sont intéressants à suivre pour identifier d'éventuelles stratégies de « reconquête » du terrain perdu.

Le tableau met ainsi en exergue que les 15 extensions sélectionnées représentaient 60 % des noms déposés dans les 1152 nTLD au 31/12/22 (contre 56 % en 2021), et 71 % des noms créés dans ces mêmes nTLD au cours de l'année écoulée (contre 70 % en 2021 et 71 % en 2020).

Les stocks des deux catégories, panel et hors panel, ont connu des évolutions distinctes en 2022. Tandis que les « leaders » gagnaient 6 % (notamment à cause des .CYOU et .ICU, les autres nTLD gagnaient 9 % en stock. Le contraste est moins marqué pour les créations, avec respectivement +5 % et +6 %.

Le facteur expliquant ces deux comportements est le taux de Maintenance, qui passe de 22 % à 38 % pour les leaders et de 78 % à 65 % pour les autres. A l'inverse, les leaders bénéficient d'un excellent taux de création (65 %) tandis que les autres sont à 40 %, pour un taux de création de 55 % pour l'ensemble des nTLD.

Deux « populations » coexistent donc : d'un côté, des nTLD « hyperactifs » correspondant plus ou moins à des profils de « penny nTLD » (fort taux de Création, faible taux de Maintenance), de l'autre des nTLD moins dynamiques mais suivant bien l'évolution « normale » d'extensions comptant plusieurs années d'existence avec des taux de Création moins élevés, mais accompagnés de taux de Maintenance plus importants.

	Stocks (milliers)			Créations (milliers)			Tx Créa.		Tx Maint.	
	2021	2022	2022	2021	2022	Var.	2021	2022	2021	2022
.XYZ	4 286	4 563	6%	3 231	3 197	-1%	75%	70%	30%	32%
.ONLINE	2 110	2 346	11%	1 334	1 492	12%	63%	64%	41%	40%
.TOP	1 661	2 124	28%	1 212	1 489	23%	73%	70%	21%	38%
.SHOP	1 107	1 528	38%	723	1 056	46%	65%	69%	47%	43%
.SITE	1 253	1 297	3%	867	910	5%	69%	70%	22%	31%
.ICU	610	992	63%	457	800	75%	75%	81%	3%	32%
.STORE	756	963	27%	528	628	19%	70%	65%	43%	44%
.CYOU	368	903	145%	317	683	115%	86%	76%	60%	60%
.VIP	848	706	- 17%	300	318	6%	35%	45%	52%	46%
.CLUB	1 070	704	- 34%	668	288	- 57%	62%	41%	32%	39%
.LIVE	610	696	14%	370	384	4%	61%	55%	53%	51%
.BUZZ	561	689	23%	466	369	- 21%	83%	54%	17%	57%
.APP	1 217	640	-47%	214	195	- 9%	18%	31%	100%	37%
.WORK	526	292	- 44%	282	134	- 53%	54%	46%	34%	30%
.BAR	502	147	-71%	491	90	-82%	98%	61%	9%	11%
Total Top 500K	17 485	18 590	6%	11 460	12 034	5%	66%	65%	22%	38%
Autres	11 194	12 158	9%	4 543	4 833	6%	41%	40%	78%	65%
Ens. nTLD	28 679	30 748	7%	16 003	16 867	5%	56%	55%	39%	48%
%Top 500 K / ens. nTLD	61%	60%		72%	71%					

Performances des principaux nTLD (2021 – 2022)

Source : Rapports ICANN.

Panel composé de nTLD ayant détenu plus de 500 000 noms en portefeuille au 31/12/21 et/ou au 31/12/22.

Les 15 « Leaders » ne constituent pas un tout homogène. Comme le montre le tableau, les moyennes restent trompeuses : ainsi du .CYOU qui gagne 145 % en stock et 115 % en créations, ou du .BAR qui perd 71 % en stock et 82 % en créations.

Analyse matricielle inspirée de la matrice B. C. G.

Comment évaluer un portefeuille de nTLD du point de vue d'un registre, d'un OTR ou d'un registrar ? Le tableau matriciel ci-dessous met en valeur les différentes dynamiques constatées parmi les TLD de notre panel et peut donner des clefs d'appréciation aux différents acteurs.

- 1 (4 en 2021, 2 en 2020) est supérieur à la moyenne des nTLD en taux de Création (moyenne = 55 %) comme en taux de Maintenance (moyenne = 47 %). C'est la rubrique des « stars ».
- 2 (2 en 2021, 6 en 2020) « souffrent » sur les créations tout en bénéficiant de taux de renouvellement plus élevés que la moyenne.
- 8 (7 en 2021, 8 en 2020) ont des taux de création supérieurs à la moyenne et des taux de maintenance inférieurs à la moyenne
- 4 (2 en 2021, 3 en 2020) sont « dans le rouge » avec leurs deux taux inférieurs aux moyennes.

	Tx Créations < moyenne nTLD	Tx Créations > moyenne nTLD
Tx de Maintenance > moyenne nTLD	<p><i>“Vaches à lait”</i></p> <p>.BUZZ</p> <p>.LIVE</p>	<p><i>“Stars”</i></p> <p>.CYOU</p>
Tx de Maintenance < moyenne nTLD	<p><i>« Poids morts »</i></p> <p>.APP</p> <p>.CLUB</p> <p>.VIP</p> <p>.WORK</p>	<p><i>“Dilemmes”</i></p> <p>.BAR</p> <p>.ICU</p> <p>.ONLINE</p> <p>.SHOP</p> <p>.SITE</p> <p>.STORE</p> <p>.TOP</p> <p>.XYZ</p>

Matrice « B. C. G. » d'évaluation des penny-TLD (2022)

Nous avons repris la terminologie de la matrice B. C. G. permettant de qualifier la position d'un nTLD à un moment donné. Cette position n'est évidemment pas statique et peut évoluer. On note la forte proportion de « Dilemmes » qui jouissent d'une bonne dynamique commerciale, tout en ayant des difficultés à fidéliser les titulaires. La « Star » est le TLD qui présentait les meilleurs atouts en 2022. À l'inverse, le .XYZ qui a autrefois été l'un des principaux moteurs de la croissance pourrait être à l'origine d'une fragilisation du segment, ayant un taux de maintenance parmi les plus bas.

Le segment des nTLD gagne à être analysé en relativisant l'impact des « leaders », soumis à de fortes fluctuations du fait de leurs stratégies marketing, tout comme les ccTLD doivent être considérés sans les penny ccTLD qui faussent les performances globales.

Le constat révélé par les tableaux ci-dessus vient contredire la morosité ou le pessimisme que l'on peut trouver dans certaines publications spécialisées à propos des nouveaux TLD. En réalité, ce segment est très concentré et ses leaders ne sont pas représentatifs de l'ensemble de ces nouveaux entrants, dans leurs périodes d'exubérance comme dans leurs moments de dépression.

5.9 Parts de marché des grands opérateurs techniques de registre

Les « OTR » ou « back-end registries » en anglais se sont développés avec l'apparition massive de nouvelles extensions lors du 1^{er} round ICANN en 2012 – 2014. Il nous a semblé intéressant de présenter un point d'étape sur ces acteurs peu connus car œuvrant dans l'ombre, étant en charge de la gestion technique des TLD pour le compte de leurs délégataires. Les parts de marché mentionnées ci-dessous ne concernent que les nTLD, bien que certains OTR soient aussi actifs sur le segment des ccTLD et des Legacy.

Les tableaux ci-dessous présentent les 13 OTR se plaçant parmi les 10 premiers mondiaux en termes de nombre de nTLD gérés et/ou de volumes de noms dans ces extensions. La ventilation correspond aux natures de nTLD afin de mettre en relief les stratégies des différents OTR. Les affectations de nTLD sont celles qui nous sont connues au 31/12/22. Certaines transactions pouvant avoir été rendues publiques depuis le 1^{er} janvier 2023 n'ont pas été intégrées si leur entrée en vigueur était postérieure à cette date.

2022	COMM	GEN	GEO	CORP	CORP	Total	%	Var.
Identity Digital	5	280	5	-	117	407	35%	
GoDaddy Registry	1	73	7	1	137	219	19%	
Verisign	-	13	-	-	103	116	10%	
CentralNic	1	70	7	-	28	106	9%	
Nominet	1	7	2	-	55	65	6%	
GMO Registry	-	1	6	-	40	47	4%	
Google	-	27	-	-	19	46	4%	
CORE	-	5	7	-	7	19	2%	
ZDNS	-	12	-	-	6	18	2%	
Tucows Registry	-	16	-	-	1	17	1%	
Afnic	-	-	4	1	7	12	1%	
Beijing Tele-info	-	6	-	-	4	10	1%	
Domain Name	-	-	4	-	-	4	0%	
Autres	4	18	19	-	25	66	6%	
Total général	12	528	61	2	549	1 152		

Nombre de nTLD gérés par les principaux OTR au 31/12/22

Avec 407 nTLD en gestion, Identity Digital (groupe formé en 2021 par les rachats successifs d'Afilias par Donuts et de Donuts par Ethos Capital) contrôle 35 %des nTLD existant au 31/12/22, dont 53 %des Génériques et 21 %des .MARQUE. Il est intéressant de noter que les .MARQUE ont été majoritairement apportés par Afilias et les Génériques par Donuts, formant un groupe bipolaire dont les modèles économiques peuvent se compléter. En effet, les .Marque sont plutôt facturés de manière forfaitaire et ne dépendent donc pas de la conjoncture, tandis que les Génériques, souvent facturés en fonction des volumes, sont plus sujets à des variations de revenus.

Le 2^e, GoDaddy Registry, gère 219 nTLD soit 19 %, étant leader sur les .MARQUE avec 25 %des extensions de ce segment.

Les parts de marché des suivants déclinent rapidement, le total des 13 leaders représentant 94 %des nTLD.

D'une manière générale, les positions ne varient pas beaucoup. Certains « accidents » comme le virage stratégique de Nominet ou la vente par UNR de ses nTLD créent des

opportunités mais le nombre de nTLD changeant de mains reste limité par rapport au nombre total, de même que les acteurs restent les mêmes : Tucows Registry est un des seuls nouveaux venus.

On peut voir grâce à ce tableau que certains OTR se sont plutôt spécialisés sur les Génériques (Google, ZDNS...) ou sur les .MARQUE (Verisign). D'une manière générale, les stratégies « pures » n'existent pas, souvent parce qu'en 2012 les acteurs ne possédaient pas de vision claire sur ce marché encore en gestation, et qu'ils ont simplement saisi les opportunités qui s'offraient à eux.

La vision en volume de noms gérés permet de croiser ces informations avec les stratégies des clients de ces OTR.

2022 – en milliers	COMM	GEN	GEO	CORP	CORP	Total	%	
CentralNic	0	14 284	70	-	8	14 362	47%	
Identity Digital	12	5 818	27	-	12	5 869	19%	
GoDaddy Registry	4	3 658	105	7	3	3 777	12%	
ZDNS	-	2 336	-	-	0	2 336	8%	
GMO Registry	-	1 528	192	-	1	1 720	6%	
Google	-	1 083	-	-	0	1 083	4%	
Tucows Registry	-	669	-	-	0	669	2%	
Domain Name Service	-	-	172	-	-	172	1%	+ 133
Afnic	-	-	38	64	3	105	0%	
Beijing Tele-info Network Tech.	-	91	-	-	0	91	0%	+ 35
CORE	-	17	69	-	1	87	0%	
Nominet	1	49	23	-	4	77	0%	
Verisign	-	12	-	-	2	14	0%	
Autres	27	104	251	-	4	386	1%	
Total général	44	29 649	947	71	38	30 748		

Volumes de noms de domaine dans les nTLD gérés par les principaux OTR au 31/12/22

La topologie du marché en termes de noms gérés est assez différente de celle qui se présente en nombre de nTLD. Ainsi, CentralNIC est ici un leader incontesté avec 47 % de

parts de marché (48 %des noms déposés dans les Génériques) alors qu'il ne gère que 9 %des nTLD. Ceci s'explique par le fait que le .XYZ notamment fait partie de ses clients. Les OTR détenant en portefeuille les grands « penny TLD » voient leur importance magnifiée par les stratégies agressives de leurs clients, mais ils subissent aussi le contrechoc de ces choix en termes de performances et de volatilité.

On relèvera le volume de noms assez faible géré par Verisign, par ailleurs « gorille » du marché en tant que registre du .COM. Cette société s'est trouvée positionnée sur les .MARQUE par le jeu d'accords commerciaux passés lors du 1^{er} « round », mais elle ne paraît pas s'être très impliquée dans le développement de ses positions sur le segment des nTLD, sans doute pour ne pas concurrencer le .COM qui reste dominant dans la culture du nommage internet en Amérique du nord.

Le score très négatif de Nominet, qui perd presque 1,7 million de noms, est la conséquence du recentrage stratégique imposé par la nouvelle direction. Il est probable que d'autres de ses clients songent, ou ont déjà pris des dispositions, pour ne plus s'adosser à un acteur dont le futur sur le marché des OTR semble compromis, ou en tout cas peu lisible.

6. La répartition des noms de domaine dans le monde à fin 2022

L'analyse de l'évolution des grands segments du marché des noms de domaine, Legacy TLD, ccTLD, nTLD, peut être complétée par l'étude de la répartition des stocks de ces mêmes segments dans les grandes régions du monde¹.

Par convention, nous avons pris pour référence générale la nomenclature des régions ICANN, même si celle-ci peut parfois prêter à discussion.

Nous présentons ici, comme depuis 2018, la proportion de chaque grand segment dans les différentes régions ICANN.

6.1 Panorama d'ensemble

En 2022, le .COM était toujours le leader du marché avec 46 % de parts de marché (- 1 point), suivi par les ccTLD (hors Penny) avec 38 % (stable). Les deux autres segments, les Autres Legacy et les nTLD, représentaient respectivement 9 % et 7 % des noms déposés dans le monde (contre 9 % et 6 % en 2021).

¹ Pour les COM, Legacy et nTLD la répartition des noms par régions des titulaires a été estimée grâce aux données fournies par ZookNic.

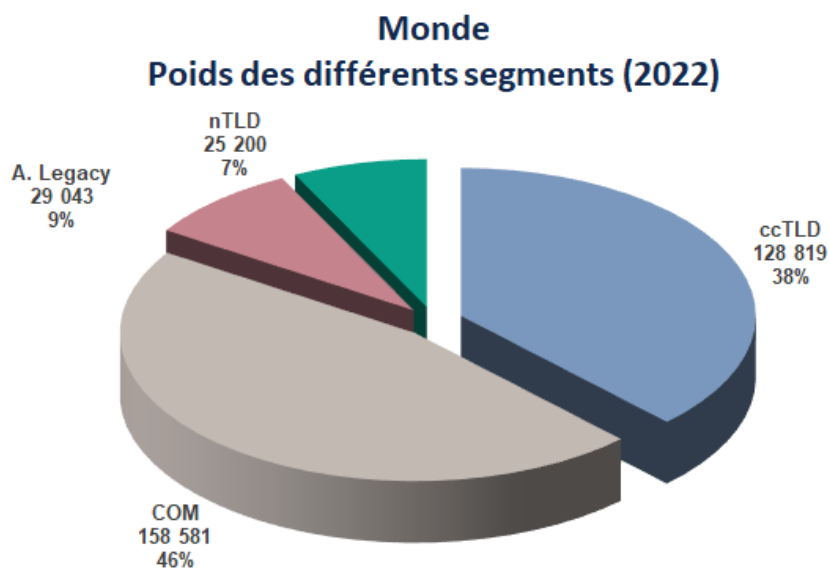


Figure 10 : Monde – Poids des différents segments (2022)

(Tableau des chiffres de la figure 10)

Comme nous allons le voir, ces données globales cachent des disparités régionales significatives, qui évoluent lentement car ce sont des caractéristiques structurantes du marché dans chaque région.

6.2 Poids des segments en Afrique

En Afrique, ce sont les ccTLD locaux qui sont leaders, avec 65 % de parts de marché (contre 65 % en 2021, 60 % en 2020 et 53 % en 2019), tandis que le .COM ne vient qu'en seconde place avec ses 29 % (contre 30 % en 2021, 32 % en 2020 et 38 % en 2019). Les Autres Legacy représentent 4 % (contre 4 % en 2021, 5 % en 2020 et 6 % en 2019) et les nTLD restent marginaux avec leurs 2 % (3 % en 2019, 2020 et 2021).

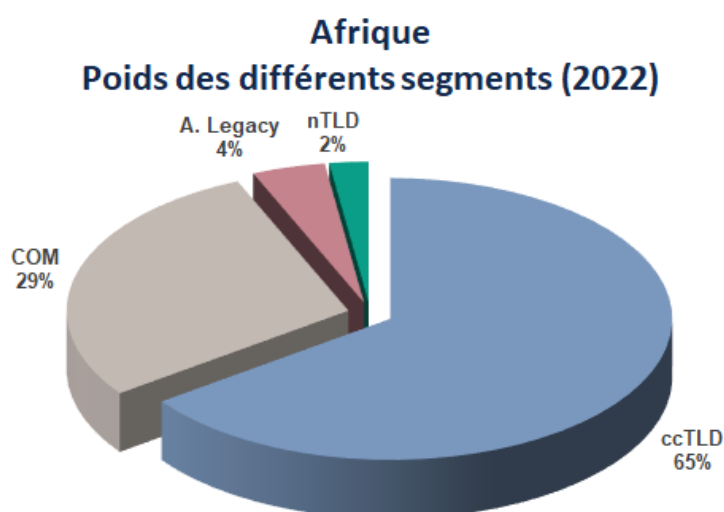


Figure 11 : Afrique – Poids des différents segments (2022)

(Tableau des chiffres de la figure 11)

La mise en perspective des dynamiques locales, grâce à l'étude des tendances, montre qu'en Afrique les ccTLD ont le vent en poupe (+12 points de parts de marché en 4 ans) tandis que le .COM perd régulièrement du terrain (-9 points en 4 ans). Ce résultat procède presque certainement d'un effort des registres africains pour se rendre plus attractifs face au .COM, même si certains, compte-tenu de leurs faibles volumes, ont encore du mal à aligner leurs tarifs sur ceux du .COM.

6.3 Poids des segments en Amérique latine

Les ccTLD dominant en Amérique latine et Caraïbes avec 70 % de part de marché (69 % en 2021, 60 % en 2020 et 56 % en 2019). Le .COM reste stable à 24 % (22 % en 2020) tandis que les Autres Legacy poursuivent leur lent déclin à 3 % (4 % en 2021 et 5 % en 2020). Les nTLD restent stables à 3 %.

Rappelons toutefois que la répartition géographique « officielle » des noms est sujette à différents biais, notamment l'existence au Panama de registrars importants proposant des services de « proxy ».

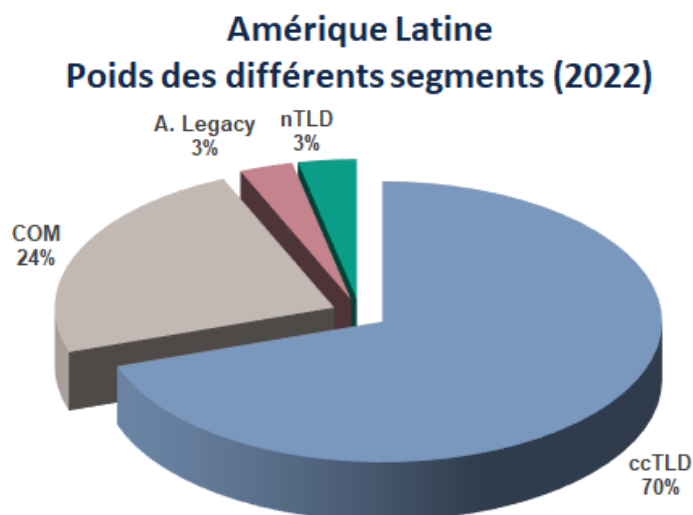


Figure 12 : Amérique latine – Poids des différents segments (2022)

(Tableau des chiffres de la figure 12)

Il existe en Amérique latine comme en Afrique une préférence marquée pour les ccTLD locaux, ce qui profite d'ailleurs aux économies de la région par opposition au .COM et aux Autres Legacy dont les profits sont encaissés par des registres majoritairement situés aux États-Unis.

6.4 Poids des segments en Asie-Pacifique

La situation en Asie-Pacifique est à peu de choses près identique à celle de l'Afrique et de l'Amérique latine : ccTLD leaders (48 % de parts de marché contre 46 % en 2021 et 51 % en 2020), suivis par le .COM qui progresse sensiblement sur le long terme (36 % en 2022 contre 37 % en 2021, 30 % en 2020 et 27 % en 2019), des Autres Legacy (stables à 6 % contre 5 % en 2020) et des nTLD qui perdent du terrain sur le long terme (10 % contre 11 % en 2021, 14 % en 2020 et 16 % en 2019).

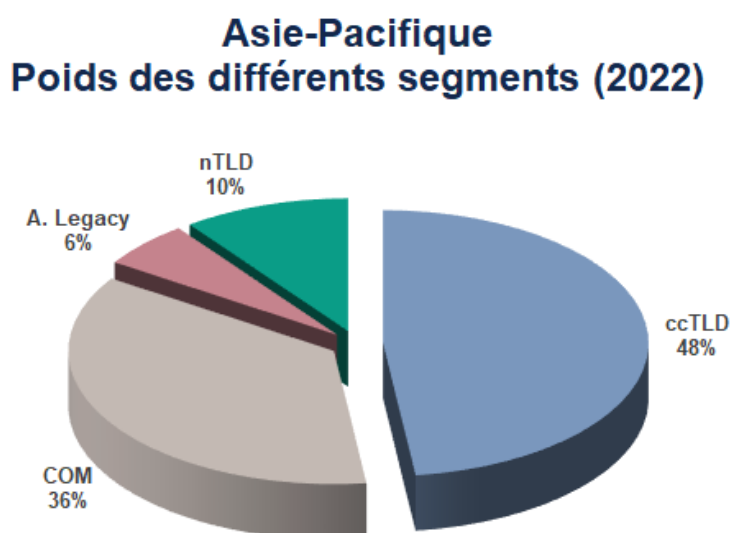


Figure 13 : Asie-Pacifique – Poids des différents segments (2022)

(Tableau des chiffres de la figure 13)

6.5 Poids des segments en Europe

C'est en Europe que la part des ccTLD a historiquement été la plus importante, avec 61 % en 2022 (62 % en 2019-2021). Le .COM est lui aussi très stable à 29 % depuis 2020 (27 % en 2019). La légère baisse des ccTLD profite aux Autres Legacy (7 %, +1 point), les nTLD restant stables à 3 %.

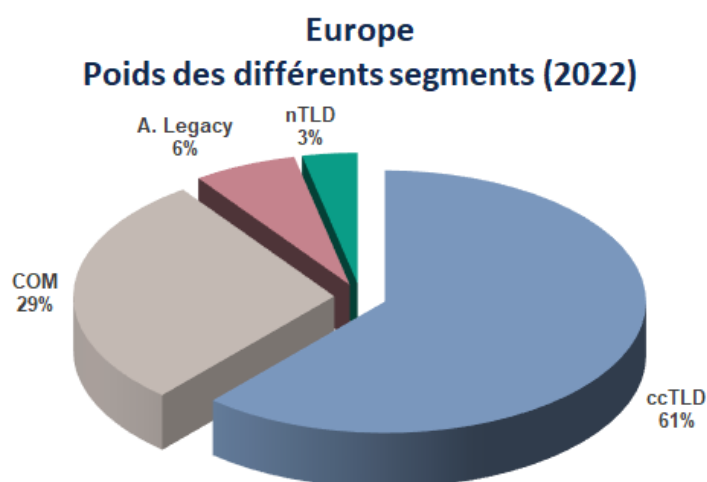


Figure 14 : Europe – Poids des différents segments (2022)

[\(Tableau des chiffres de la figure 14\)](#)

La physionomie du marché européen montre une nette préférence des utilisateurs de cette région pour leurs ccTLD locaux, le .COM représentant un peu moins du tiers des noms déposés. Mais les Autres Legacy et les nTLD restent marginaux – 9 % à eux deux – et ne paraissent pas près de percer.

Ce constat reflète aussi la puissance des réseaux de distribution et leurs propres prismes culturels (car les bureaux d'enregistrement mettent naturellement en avant ce qu'ils pensent que les clients vont acheter, ce qui crée une certaine force d'inertie favorable aux TLD bien connus du public et défavorable aux nouveaux entrants).

6.6 Poids des segments en Amérique du Nord

Comment expliquer que le .COM soit leader au niveau mondial alors qu'il n'est « que » challenger des ccTLD dans toutes les régions que nous avons étudiées ? La réponse est simple : il écrase de tout son poids (73 % en 2022, 76 % en 2020 et 2021, 75 % en 2019) les autres segments dans la région Amérique du nord, laquelle pèse 38 % du marché mondial (36 % en 2021) contre 36 % pour l'Europe (37 % en 2021), 20 % pour l'Asie-Pacifique (21 % en 2021), 5 % pour l'Amérique latine et les Caraïbes, et 1 % pour l'Afrique. On constate que le poids de l'Amérique du nord s'est apprécié en 2022, au détriment de l'Europe et de l'Asie-Pacifique.

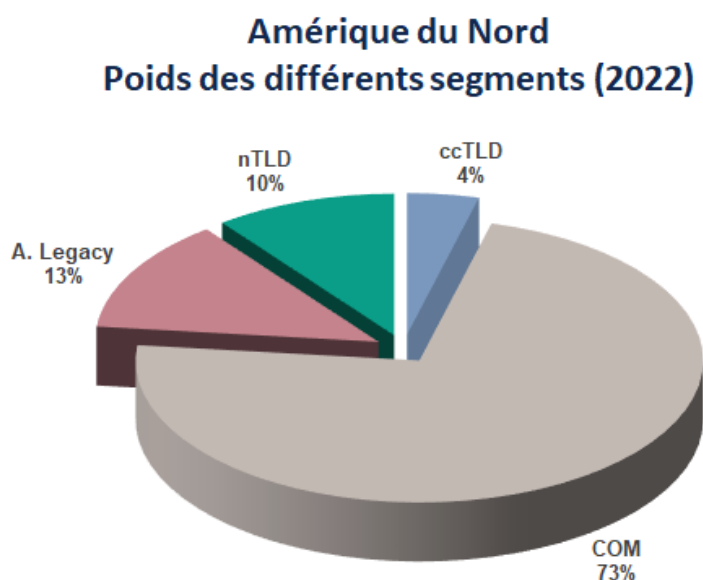


Figure 15 : Amérique du Nord- Poids des différents segments (2022)

(Tableau des chiffres de la figure 15)

Si la préférence nationale va aux ccTLD dans quatre des régions ICANN, ceux-ci sont marginaux en Amérique du Nord (et bien sûr, surtout aux États-Unis) avec seulement 4 % de part de marché. Le .COM détient les trois quarts du marché et les Autres Legacy affichent une part de marché de 13 % (13 % en 2021, 14 % en 2020) nettement supérieure à leur

poids au niveau mondial. Les nTLD enfin sont en progression constante à 10 % (contre 7 % en 2021, 6 % en 2020 et 7 % en 2019).

Ainsi, de la même manière que l'Amérique du Nord est la région qui pèse le plus lourd pour le .COM, cette extension est celle qui est la plus vitale pour l'Amérique du Nord, même s'il convient de nuancer cette conclusion en ajoutant un facteur de biais non négligeable : les domiciliations des services de « proxys ». Tout comme dans le cas du Panama, certains grands registrars américains (et notamment GoDaddy et Tucows) domicilient d'office tous leurs clients en Amérique du nord, en particulier depuis l'entrée en vigueur du RGPD. Il est donc indéniable qu'un certain nombre de noms de domaine rattachés à la région Amérique du nord sont en réalité détenus par des titulaires situés dans d'autres régions du monde.

Cet état de fait pèse sur nos estimations de parts de marché, qui doivent être seulement considérées en ordres de grandeur.

6.7 Tableaux de synthèse

Les tableaux ci-dessous synthétisent les données chiffrées de répartition des segments de TLD par grandes régions ICANN, telles que nous avons pu les consolider à partir de nos diverses sources. Ils visent à donner au lecteur le maximum d'informations chiffrées.

(*)	ccTLD	COM	Autres	nTLD	Total	Total	Var.
Afrique	3 173	1 391	205	109	4 879	4 602	6%
Amérique Lat. et Car.	11 935	4 038	532	579	17 084	16 737	2%
Asie-Pacifique	33 005	24 818	3 871	6 999	68 694	67 783	1%
Europe	75 461	35 241	7 914	4 204	122 820	120 921	2%
Amérique du Nord	5 244	93 092	16 521	13 308	128 165	119 135	8%
TOTAL	128 819	158 581	29 043	25 200	341 643	329 178	4%
TOTAL 2021	125 016	155 563	29 016	19 583	329 178		
Var. 2022	3%	2%	0%	29%	4%		

Répartition (en milliers) des noms de domaine des différents segments de TLD par région ICANN (2022)

(*) Hors Penny TLD. Il peut exister des écarts par rapport aux données citées précédemment, ceux-ci étant dus à l'existence de noms dont le pays des titulaires n'est pas connu (par exemple 155 millions de .COM au lieu du total de 164 millions annoncé par le rapport ICANN).

	ccTLD	COM	Autres	nTLD	Total
Afrique	65%	29%	4%	2%	100%
Amérique Latine et Caraïbes	70%	24%	3%	3%	100%
Asie-Pacifique	48%	36%	6%	10%	100%
Europe	61%	29%	6%	3%	100%
Amérique du Nord	4%	73%	13%	10%	100%
TOTAL	38%	47%	9%	7%	
TOTAL 2021	38 %	46%	9%	6%	
Var. (en points)	-	-1	0	1	

Poids de chaque segment dans le total régional (2022)

	ccTLD	COM	Autres	nTLD	Total	Total	V.
Afrique	2%	1%	1%	0%	1%	1%	-
Amérique Lat. et Car.	9%	3%	2%	2%	5%	5%	-
Asie-Pacifique	26%	16%	13%	28%	20%	21%	-1
Europe	59%	22%	27%	17%	36%	37%	-1
Amérique du Nord	4%	59%	57%	53%	38%	36%	2
TOTAL	100%	100%	100%	100%			

Poids des régions dans le total de chaque segment (2022)

6.8 Enseignements

Parmi les enseignements apportés par cette étude 2022 sur les dynamiques régionales tous TLD confondus, nous pouvons retenir les éléments suivants :

- La nature des biais identifiés (proxies) est une information en elle-même. Du fait de la dématérialisation du marché, le pays d'appartenance est difficile à cerner avec précision, surtout en ce qui concerne les gTLD (Legacy, Autres et nTLD).
- La région Asie-Pacifique est celle qui a le moins profité de la reprise en 2022 (+1 %), ce constat devant être nuancé par les - 5 millions du .CN qui obèrent la variation globale. Si le .CN avait été à l'équilibre, la croissance de la région aurait été d'environ 6 millions de noms soit 9 %;
- L'Europe reste sur une tendance positive mais modérée (+2 %), l'Amérique du nord connaissant en revanche une forte croissance à 8 % en dépit d'un .COM à l'équilibre. L'essentiel du solde net de la région est apporté en 2022 par les nTLD (4,3 millions sur 6,2 millions).
- L'Amérique latine et Caraïbes retrouve la voie d'une croissance modérée (+2 %).

- Les ccTLD restent dominants dans toutes les régions du monde à l'exception de l'Amérique du nord où le .COM règne en leader incontesté.
- Les différences régionales sont reflétées par des taux de création et de maintenance traduisant des dynamiques et des niveaux de maturité variés, mais aussi des appétences distinctes pour les ccTLD, les Legacy ou les nTLD.
- La topologie du réseau de registrars se construit autour des préférences des utilisateurs, qu'elle tend à rigidifier en retour ; les difficultés éprouvées par de nombreux nTLD sont la conséquence de ce manque de fluidité du marché.
- Le .COM présente la situation d'un leader confronté à diverses difficultés. Sa grande force est de pouvoir s'appuyer sur l'énorme marché de l'Amérique du nord (États-Unis) pour qui le .COM est un choix par défaut, alors que les approches sont beaucoup plus nuancées dans le reste du monde. La moindre compétitivité induite par les augmentations tarifaires va renforcer les freins à la diffusion de ce TLD dans des régions où les ccTLD sont plutôt le choix privilégié. L'extension continue vraisemblablement de pâtir d'un réseau de distribution (registrars ICANN) assez pauvre en grands registrars hors du continent nord-américain. Cette configuration, sur laquelle Verisign ne peut pas facilement peser, l'empêche d'acquérir une puissance de marché suffisante pour « inonder » certains pays. Le .COM dépend donc beaucoup (et continuera de dépendre de plus en plus) du marché nord-américain, qui est lui-même en voie d'atteindre sa maturité et reste soumis à la conjoncture économique américaine. Des facteurs géopolitiques peuvent aussi contribuer à affaiblir son attractivité hors de la zone d'influence des États-Unis (il ne fait aucun doute que les marchés russe et chinois ont commencé à se fermer progressivement au .COM depuis 2022). Il est donc possible que sa situation soit moins brillante, stratégiquement parlant, qu'elle ne paraît l'être. Les augmentations de tarif initiées en 2021 et poursuivies en 2022 et 2023 seront

probablement un facteur important dans l'évolution du TLD dans les années à venir.

- La « topologie » du réseau de distribution est un facteur clé de succès ou d'échec dont l'importance est difficile à saisir en l'absence de données claires sur la question. Son impact se fait néanmoins sentir dans toutes les régions, et pour tous les segments. En Amérique du nord, en Asie-Pacifique, un peu moins en Europe, beaucoup moins en Amérique latine et en Afrique, la présence de grands registrars ICANN favorise la diffusion des extensions génériques. Là où ces registrars sont moins présents, ou de taille plus modeste, la puissance de marché des extensions génériques est comparable ou inférieure à celle des extensions locales proposées par des bureaux d'enregistrement trop petits pour être des registrars ICANN, mais plus nombreux et « maillant » mieux les territoires. On mesure ici tout l'enjeu que constitue pour les registrars le développement de leur réseau de revendeurs.
- Ces facteurs de « topologie du marché » viennent s'additionner à des facteurs culturels. Les extensions génériques dominent en Amérique du nord, ce qui a permis l'émergence de grands registrars ICANN. Dans les autres régions, les préférences vont assez nettement aux ccTLD, ce qui favorise les bureaux d'enregistrement locaux tout en obligeant les registrars à proposer eux aussi les extensions locales.
- L'Asie-Pacifique est la région où les « lignes » sont encore les moins partagées, les ccTLD ne représentant que la moitié des noms et les diverses extensions génériques se partageant le reste. La préférence spontanée des utilisateurs pour les ccTLD s'y combine avec l'appétence de grands domainers pour les nTLD, ce qui fait de cette zone un marché à fort potentiel pour les nouveaux entrants.

7. Événements saillants de 2022 et du début 2023

Les mutations du marché observées depuis 2015 se sont poursuivies en 2022, en conservant une certaine intensité notamment pour les rachats de nTLD.

Les fondamentaux restent vrais :

- Une croissance en reprise mais des incertitudes face à l'avenir conduisant à mener des stratégies de croissance externe (acquérir une taille critique, répartir les risques, se doter de nouveaux facteurs-clefs de succès) ou d'innovation (nouveaux facteurs-clefs de succès, diversification).
- Le rôle des financiers en tant qu'apporteurs de capitaux extérieurs au marché reste fondamental : à côté de Verisign et de ses marges plantureuses, les grands registrars sont parfois à la peine et ne peuvent financer des acquisitions importantes qu'en faisant appel au marché.
- L'introduction en bourse de Ionos, filiale de United Internet AG, est un des événements forts de la période (février 2023).
- Les efforts récents déployés par l'ICANN en direction d'un « second round » répondent aux attentes d'acteurs ayant achevé leur processus de mise en ordre de bataille : Identity Digital qui a consolidé Afilias et Donuts, CentralNic, GoDaddy Registry qui a racheté Neustar Registry, Tucows Registry nouveau venu, ZDNS et quelques autres sont dans les starting-blocks pour de nouvelles ouvertures et font pression en ce sens sur l'ICANN .

À ces données d'environnement s'ajoutent des efforts constants en matière d'innovations, articulés autour de quelques axes prometteurs mais qui pour l'instant n'ont pas encore donné naissance à des offres réellement « disruptives ».

7.1 Un marché des TLD toujours actif

Les « mouvements » identifiés en 2022 et au 1er trimestre 2023 sont mentionnés ci-dessous. Ils ne constituent pas une liste exhaustive des cessions et changements d'opérateurs techniques, dans la mesure où nous n'évoquons ici que les opérations rendues publiques et que nous avons repérées lors de notre veille.

7.1.1 Changements de délégataires / registres

Les rachats de nTLD ont toujours été actifs en 2022. Nous avons identifié les transactions suivantes, mais cette liste fondée sur des articles de presse et sur les données de nTLDstats.com peut ne pas être exhaustive, en l'absence de données officielles communiquées par l'ICANN.

Nouveaux	Anciens Délégués	Nb	nTLD
Bank of America	NMS Services	1	BOFA
Identity Digital	Afilias & Donuts	262	Détail non fourni pour des raisons de
	Asiamix Digital	1	.FAN
	Boston Ivy	4	.BROKER, .FOREX, .MARKETS, .TRADING
CAM Connecting	Webconnecting Holding	1	.CAM
CentralNic	Regiodot	1	.RUHR
Dot Hip Hop	UNR	1	.HIPHOP
Flickr	Yahoo! Domain Services	1	.FLICKR
Guangzhou YU Wei Information and Technology	Xinhua News Agency Guangdong Branch	1	.新闻 (xn--efvy88h)
Helium TLDs	Suhub Electronic Establishment	1	موقع (xn--4gbrim)
Home Depot Product Authority	Homer TLC	1	.THD
Intercap Registry	Dot Registry	1	.LLP
I. B. M.	The Weather Channel	2	WEATHER, WEATHERCHANNEL
Internet DotTrademark Organisation	Huyi Global Information Resources	2	.商标 (xn--cizr694b), .餐厅 (xn--imr513n)
Nawang Heli(Xiamen) Network Service	MMX / Minds + Machines	1	.购物 (xn--g2xx48c)
NeuStar	GoDaddy Registry	1	.NEUSTAR
Nova Registry	UNR	1	.LINK
OATH	Yahoo! Domain Services	1	.YAHOO
PIR (Public Internet Registry)	Donuts	2	.CHARITY, .GIVES
	Giving	1	.GIVING
GoDaddy / Registry	CLUB Domains	1	.CLUB
	iSelect	2	.COMPARE, .SELECT
	MMX / Minds + Machines	21	.ABOGADO, .BEER, .BOSTON, .CASA, .COOKING, .DDS, .FASHION, .FISHING, .FIT, .GARDEN, .HORSE, .LAW, .LUXE, .MIAMI, .RODEO, .SURF, .VIP, .VODKA, .WEDDING, .WORK, .YOGA
	Open Universities	2	.COURSES, .STUDY
	Top Level Design	1	.DESIGN
	UNR	1	.BLACKFRIDAY
Tucows (?)	UNR	10	.CLICK, .GIFT, .HELP, .HIV, .JUEGOS, .PHOTO, .PROPERTY, .SEXY, .TATTOO, .TRUST
DotXYZ	UNR	10	.AUDIO, .CHRISTMAS, .DIET, .FLOWERS, .GAME, .GUITARS, .HOSTING, .LOL, .MOM, .PICS
	eCOM-LAC	1	.LAT
	Accent Media Limited	1	.TICKETS

TOTAL GENERAL		337
----------------------	--	------------

7.1.2 Opérateurs techniques / back-ends

Les changements d'OTR identifiés en 2022 via des sources de presse et nTLDstats.com sont :

Nouveaux Back-ends	Anciens Back-ends	Nb	nTLD
Beijing Tele-info Network Technology	Afilias	1	.手机 (xn--kput3i)
CentralNic	UNR	11	.AUDIO, .CHRISTMAS, .DIET, .FLOWERS, .GAME, .GUITARS, .HOSTING, .LLP, .LOL, .MOM, .PICS
	Network Information Center México	1	.LAT
	Knipp Medien und Kommunikation	1	.RUHR
	Afilias	1	موقع (xn--4gbrim)
GoDaddy Registry	Afilias	1	.GODADDY
	CentralNic	4	.DESIGN, .GAY, .INK, .WIKI
	Nominet	21	.ABOGADO, .BEER, .BOSTON, .GOLF, .PORN, .RPG
Guangzhou YU Wei Information and Technology	ZDNS	1	.新闻 (xn--efvy88h)
Identity Digital	Afilias	400	Détail non fourni pour des raisons de place
	GoDaddy Registry	3	.BARCLAYCARD, .BARCLAYS, .GIVING
	Nominet	1	.BRADESCO
	Verisign	2	.CRS, .OBI
Internet DotTrademark Organisation	ZDNS	2	.商标 (xn--cizr694b), .餐厅 (xn--imr513n)
Knipp Medien und Kommunikation	Nominet	1	.BAYERN
Nominet	GoDaddy	1	.IEEE
	GMO Registry	1	.PIONEER
Tucows Registry Services	CentralNic	1	.LOVE
	UNR	16	.BLACKFRIDAY, .CLICK, .COUNTRY, .CREDITUNION, .GIFT, .HELP, .HIPHOP, .HIV, .JUEGOS, .LINK, .PHOTO, .PROPERTY, .SEXY, .TATTOO, .TRUST, .YANDEX
TOTAL GENERAL		470	

Au total 470 nTLD ont donc changé d'OTR en 2022, mais ce chiffre est exceptionnel du fait de la fusion de Donuts et d'Afilias au sein d'Identity Digital.

Les profils d'extensions en regard de ce marché de la gestion déléguée de top-level domains restent inchangés par rapport à ceux que nous décrivions dans les éditions précédentes de cet Observatoire :

- les grands TLD génériques type .COM, .NET, .ORG, .BIZ, .INFO... sont pratiquement inamovibles, bien que leur gestion soit encadrée par des contrats entre l'ICANN et les registres venant périodiquement à échéance ;
- les grands ccTLD sont dans des situations de stabilité relativement comparables aux extensions de la catégorie précédente, mais, étant contrôlés de plus près par leurs gouvernements, suivent pour la plupart les principes d'une gestion orientée vers les coûts. Le différentiel sur les prix entre Legacy TLD et ccTLD va donc vraisemblablement continuer de s'accroître dans les prochaines années, bénéficiant aux ccTLD (notons qu'un certain nombre de ceux-ci se sont engagés, du fait de l'inflation, à augmenter eux aussi leurs tarifs, le mouvement étant susceptible de se généraliser dans l'avenir) ;
- les geo-TLD restent attachés aux régions ou villes qu'ils désignent. Leur cession est assez peu envisageable, mais ils peuvent en revanche changer d'opérateur technique de registre ;
- les .MARQUE sont eux aussi liés à leurs délégataires lorsqu'ils sont utilisés, mais ils peuvent tout aussi bien être cédés et transformés en Génériques si leurs délégataires initiaux ne les ont pas exploités ;
- les nTLD génériques, quelle que soit leur taille, sont les plus « volatiles » tant au niveau des cessions que de leur gestion technique.

Cette segmentation peut se traduire dans les faits par des profils d'offres de gestion technique assez différenciés, tandis que l'on voit un certain nombre d'acteurs attentifs aux opportunités qui pourraient se présenter en termes de rachats purs et simples. La santé financière précaire de bien des registres ajoute à cette volatilité.

7.2 Fusions/acquisitions : une consolidation continue, accompagnée par les financiers

Les fusions et acquisitions qui se multiplient sur notre marché depuis quelques années sont en large partie rendues possibles par l'afflux de capitaux engendré par les prises de participations de groupes financiers. Ce phénomène s'est poursuivi en 2022/2023.

Registrars

- **United internet AG** introduit en bourse sa filiale **Ionos**. La structure intègre **Sedo, InternetX, Strato, United Domains, Arsys** etc. en plus de **Ionos (ex I&I)**. **Ionos** réalise 1 milliard d'euros de chiffre d'affaires.
- Le registrar français **Gandi** fusionne avec le néerlandais **TWS** pour former **Your.Online**.
- Le registrar singapourien **Gname** spécialisé dans le dropcatching a créé 100 filiales qui ont chacune obtenu le statut de registrar ICANN (soit un budget annuel d'au moins 400 000\$). Ces 100 filiales viennent s'ajouter aux 50 qui étaient déjà registrars ICANN. **Gname** gérait 1,9 million de .COM à la fin août 2022, contre 0,4 millions fin août 2021.

- **Webcentral.au**, holding de **MelbourneIT**, a décidé de s'attaquer à nouveau au marché des grands comptes, après que l'activité grands comptes de **MelbourneIT** ait été vendue, en 2013, à **CSC**.
- **Newfold Digital** acquiert le registrar **MarkMonitor** pour 302,5 M\$ auprès de **Clarivate**. **Markmonitor** est spécialisé dans les prestations aux grandes entreprises. **Newfold Digital** était connue sous le nom **d'Endurance International** avant son rachat par **Clearlake Capital Group en 2021** et la fusion avec **Web.com** elle aussi achetée par **Clearlake**. Outre **Web.com**, **Newfold Digital** possède de grands registrars historiques tels que **Network Solutions**, **Bluehost**, **Register.com**, **Domain.com** et les services de snapping **Namejet** et **SnapNames**. Elle n'est pas cotée en bourse.
- **GoDaddy** acquiert **DAN.COM**, l'une des dernières places de second marché encore indépendantes. Le Second marché est l'un des segments les plus porteurs du portefeuille d'activités de GoDaddy (AfterNic).

Registres

- Dans une interview, le CEO de **Radix** résume son positionnement en matière de nTLD en le comparant à celui de **Donuts** : « Donuts went for the long tail, category-specific names, Our idea was to launch TLDs that had mass-market potential. »
- **IIS.SE** (registre du .SE) acquiert 20 % de **iQ.global**, société spécialisée dans des services d'analyse et de sécurité pour les registres et registrars (par exemple la détection de noms de domaine pouvant être problématiques).
- Dans le cadre de sa réorganisation stratégique, **Nominet**, registre du .UK, cède son activité liée à la cybersécurité pour 23,5 M\$.

- **Donuts et Afilias**, filiales d’Ethos Capital, fusionnent en une nouvelle marque, **Identity Digital**.
- **CentralNic** acquiert pour 7,6 M\$ le registrar californien **Intellectual Property Management Inc (IPM)**, spécialisé dans les services aux grandes entreprises. Elle a aussi acquis pour 5,2 M\$ un portefeuille de sites web générant des revenus par monétisation du trafic, et la société de marketing israélienne Aporia, pour 19 M\$. Le départ de son CEO Ben Crawford en décembre 2022 a coïncidé avec une réorientation stratégique : la société n’effectuera plus de grosses acquisitions en 2023, mais cherchera à optimiser la rentabilité du portefeuille d’entreprises constitué en quelques années par de multiples acquisitions. Elle a aussi annoncé la mise en place d’un plan de rachat d’actions pour 4 M£.
- **UNR (UniRegistry)** rachetée par Shayan Rostam se rebaptise **INC** (Internet Naming Company). La société détient les nTLD **.CLICK, .COUNTRY, .HELP, .FORUM, .HIV, .LOVE, .PROPERTY, .SEXY**, et **.TRUST**, pour un total d’environ 350 000 noms de domaine.

7.3 Nouveaux services

Confrontés à une certaine morosité de leur environnement, les acteurs du marché des noms de domaine ont poursuivi leurs efforts en termes d’innovations et de recherches de pistes de diversification, dont beaucoup sont liés à la lutte contre les « abus » via le DNS.

En 2022 a émergé la problématique des « Blockchain Domains » et autres crypto-TLD, qui NE SONT PAS des noms de domaine mais des « identifiants blockchain », bien que certains acteurs cherchent à d’entretenir une confusion à ce sujet pour mieux faire accepter leurs services.

Nous nous sommes efforcés de regrouper en quelques grandes thématiques ces initiatives foisonnantes, en mentionnant divers exemples sans prétendre à l'exhaustivité.

- Le registre néerlandais **SIDN** ajoute la détection de logos à son service **BrandGuard**, qui est aussi proposé aux petites et moyennes entreprises, mais qui ne fonctionne que pour le .NL.
- Le registre belge **DNS Belgium** met en open source son crawler **Mercator**, outil visant à « scanner » les noms de domaine récemment déposés de manière à qualifier leur profil et le cas échéant détecter de potentiels « abus ». Les points couverts sont :
 - *DNS records, data used to translate your domain into an IP address*
 - *Location: where is the web page hosted, where are the name servers and SMTP servers located ?*
 - *Web content such as html code, VAT number, a screenshot of the homepage, web technologies used.*
 - *Information about the outgoing mail server*
 - *TLS configuration for a secure connection to the Internet.*

Cryptos-TLD, blockchain « domains »

- Le registre portugais **DNS.PT** publie une étude portant sur le thème « la blockchain pourrait optimiser son fonctionnement grâce au DNS » : « *In a partnership between .PT, Instituto Superior Técnico and INESC-ID, we studied an alternative solution: using DNS as a name service for the Blockchain world. The idea is to store associations between names and Blockchain addresses in DNS. This solution is simple, free for anyone who has a domain name, and offers guarantees similar to those provided*

by Blockchain ones. After all, DNS is also replicated, managed by different, independent entities spread across the world. »

- **Blockchain.com** et **Unstoppable Domains** lancent conjointement le **.BLOCKCHAIN**. « Registre » de crypto-TLD liés à la blockchain et proposant des NFTs, **Unstoppable Domains** a besoin d'élargir très vite sa base d'utilisateurs pour atteindre une taille critique ; **Blockchain.com** lui apporte une base de plus de 83 millions de contacts. Le **.BLOCKCHAIN** n'étant pas créé dans la racine gérée par l'ICANN, les noms sous cette extension ne seront pas accessibles sans adaptations techniques chez les utilisateurs.
- **Unstoppable Domains** est valorisée plus d'un milliard de \$ après une levée de fonds de 65 M\$. Elle signe un contrat avec la ville de Miami pour proposer des identifiants dans sa racine alternative fonctionnant sur une blockchain. Miami a déjà déposé le **.MIAMI** mais semble plus intéressée par les services d'Unstoppable Domains.
- Le registre et registrar japonais **GMO** a signé un partenariat avec **Unstoppable Domains** afin de proposer sur le marché japonais les crypto-TLD d'**Unstoppable Domains**. Le service est baptisé **CryptoName** (<https://cryptoname.jp/>). Sont actuellement proposés les .nft, .x, .crypto, .wallet, .bitcoin, .dao, .888, .zil, .blockchain.

8. Conclusion et perspectives

L'année 2022 a été marquée par un « retour à la normale » se traduisant par une homogénéisation relative des taux de croissance des différents segments. Elle a aussi été celle d'un tassement significatif de la croissance du .COM dont on ignore encore si celle-ci sera durable, ou si elle sera suivie d'une reprise dès 2023.

D'une manière générale, les effets de « l'accélération de la transition numérique » semblent assez pérennes chez les ccTLD, les nTLD ayant pour leur part bien résisté aux suites de la purge du .ICU. Les Autres Legacy poursuivent leur lent déclin, mais le maintien de leurs créations aux niveaux habituels montre que les plus importants d'entre eux ont pour l'instant conservé leurs marchés. L'augmentation tarifaire du .NET entrée en vigueur en février 2023 pourrait à terme bousculer les équilibres de cette extension.

Les options stratégiques en présence

L'étude des parts de marché, que ce soit au niveau des TLD, des registrars, des opérateurs techniques de registre, montre que le secteur des noms de domaine se partage plus que jamais entre une poignée de grands acteurs regroupant l'essentiel des parts de marché et une « poussière » de petits acteurs auxquels quatre choix se présentent :

- Mener des stratégies de développement agressives financées par recours à des financiers (endettement, levées de fonds, entrée en bourse).
- Rester sur un marché de niche en préservant leur rentabilité.
- Survivre jusqu'au moment de l'absorption par un acteur plus important.
- Diversifier leurs sources de revenus en développant de nouvelles technologies, en « sortant » du marché ou en s'alliant à des acteurs extérieurs à lui.

Ces différents choix stratégiques sont d'ailleurs aussi ceux des grands acteurs. Ainsi, en caricaturant peut-être un peu, CentralNic a été emblématique du premier au moins jusqu'en 2022, Verisign du second, GoDaddy du quatrième. De nombreux acteurs de tailles petite et moyenne sont conduits bon gré mal gré à envisager le troisième.

Le processus de concentration va se poursuivre

Le processus de concentration s'est poursuivi en 2022 et se poursuivra en 2023, tant au niveau des TLD que des OTR et des registrars. Il est en effet induit par un double phénomène qui s'inscrit dans la durée : d'une part, l'intérêt des financiers pour le marché des noms de domaine ; d'autre part, la recherche vitale de la taille critique et à défaut, de l'absorption par un plus gros acteur dans les meilleures conditions possibles.

Il n'est pas certain que le futur « round » qui se profile actuellement vers 2025/2026 puisse modifier cette dynamique. Bien au contraire, les coûts augmentent (sans même parler des frais de dossiers envisagés par l'ICANN) et les nouveaux venus seront confrontés à des obstacles encore plus importants que leurs prédécesseurs de 2012. Le marché des OTR ou back-ends est difficile d'accès, pour les compétences et les capitaux qu'il nécessite mais aussi pour la capacité qu'il requiert de pouvoir monter très vite en volume de TLD et de noms gérés afin de pouvoir réaliser des économies d'échelle et proposer des tarifs compétitifs. Il y a fort à parier que les leaders d'aujourd'hui resteront ceux de demain, sauf si un acteur aujourd'hui extérieur au marché s'y invite.

La spécialisation sur tel ou tel segment ne semble pas encore à l'ordre du jour, tant l'équilibre financier apporté par la combinaison des modèles économiques (Génériques ou Géographiques / .Marque) est précieux pour les acteurs pouvant se le permettre. Le fait que même des leaders soient encore à la recherche de l'effet taille montre que les modèles économiques ne sont toujours pas satisfaisants. Un grand nombre de nouveaux TLD peut sembler une bonne solution à ce problème, mais à condition que chacun d'entre eux puisse être rentable. L'étude que nous avons proposée sur les tranches de volumes

suggère que ce pari n'est pas gagné d'avance, et ceci d'autant plus que la très grande majorité des nTLD ouverts depuis dix ans reste inconnus du grand public. L'apport de sang neuf est une bonne chose, mais qui pourrait aussi avoir des effets dilutifs périlleux pour les acteurs les plus fragiles. L'accueil que les registrars réserveront aux futurs TLD est aussi une inconnue.

Les perspectives restent incertaines. Aux bénéfices retirés du coup de fouet apporté par le triste épisode du Covid, s'opposent les tensions nées du conflit ukrainien et de la dégradation des relations entre des acteurs géopolitiques de premier plan. La prospérité du marché des noms de domaine repose sur celle de l'Internet, qui repose elle-même sur un monde préférant l'ouverture et la communication à toutes formes de « murailles de Chine » et de cloisonnements.

Dans ce contexte, le système de gouvernance de l'Internet ne peut qu'être fragilisé par les oppositions croissantes entre les « grands ». Une situation de dépendance acceptée avec réticence depuis vingt ans par des pays refusant d'entrer dans la sphère d'influence américaine peut devenir insupportable si leurs relations s'enveniment avec la puissance qui détient les clefs du système. Nous sommes vraisemblablement entrés en 2022 dans un nouveau paradigme géopolitique, qui se traduira tôt ou tard dans les modalités de gouvernance de l'internet.

L'ICANN semble mal préparée pour affronter ce nouveau défi, ayant déjà bien du mal à accoucher d'un « prochain round ». L'apparition des blockchain domains et autres crypto-TLD, dont l'un des arguments est justement de ne pas dépendre de la bureaucratie icannienne, a été un électrochoc qui fut peut-être moteur dans la décision de l'organisation d'accélérer le processus de création de nouveaux TLD. Mais ces sirènes pourraient être entendues ailleurs qu'à Marina del Rey. Plusieurs pays cherchent déjà à se doter de monnaies virtuelles pour éviter que leurs propres monnaies soient mises en danger par les cryptos monnaies. Un processus similaire, sinon identique, ne pourrait-il pas

être un jour engagé autour de « racines alternatives » peuplées de cryptos-TLD trompeurs parce qu'ils n'auraient de « domaines » que le nom, mais dont certains aspects séduisent ?

Les usages évoluent aussi et l'on a pu voir apparaître en 2022 des « déçus » de la transition numérique : des TPE/PME qui, en France mais certainement aussi dans le reste du monde, n'ont pas atteint les objectifs qu'elles s'étaient cru en droit d'espérer en se dotant de dispositifs « classiques » de présence sur internet. Pour un certain nombre de ces acteurs, le fait d'avoir un site web n'est pas indispensable parce que des alternatives existent, pouvant répondre à leurs problématiques. L'émergence des « market places » est une de ces alternatives pouvant un jour peser à la baisse sur le volume des créations, les « vendeurs » et « producteurs » préférant s'en remettre à elles pour tout ce qui concerne leur présence sur internet. Solution de facilité créant une dépendance dangereuse, certes ; mais aussi, à court terme, des noms de domaine qui ne seront pas créés ou peut-être pas renouvelés. Il en va de même avec le développement des « apps » sur mobiles, qui ne nécessitent pas le recours aux noms de domaine alors qu'un flux croissant d'utilisateurs ne se connectent plus que via leurs téléphones portables.

L'émergence de facteurs de risques nouveaux est donc indéniable, même si l'impact sur le marché des noms de domaine sera sans doute lent à se matérialiser dans les chiffres. Bien que nombre d'acteurs travaillent sur des solutions innovantes qui pourraient devenir sources de diversification, peu de celles qui sont apparues en 2022, pour beaucoup focalisées sur la nécessaire lutte contre les abus, sont susceptibles de révolutionner le marché en lui apportant des perspectives nouvelles. Cela tient peut-être à un défaut d'intégration de la « couche nommage » avec les « couches d'interfaçage » destinées aux utilisateurs. Les noms de domaine, malgré tout leur potentiel marketing, restent méconnus du grand public qui s'en sert tous les jours mais sans vraiment avoir conscience de leur existence.

Concentrations horizontales et verticales

Après les opérations de concentration horizontales (entre OTR, entre registrars) il ne serait pas surprenant de voir se multiplier les opérations de concentration verticales répondant à cette problématique d'intégration de la couche de nommage avec les couches d'interfaçage.

Un nouveau type d'acteur est apparu en 2021/2022, combinant les fonctions de registre et de registrar, lorsqu'il n'était pas aussi délégataire. Peu de groupes ont achevé leur transformation : Identity Digital, GoDaddy, CentralNic, encore plus récemment Tucows. Mais l'un de leurs thèmes de réflexion est sans doute aujourd'hui de savoir comment faire vivre leur marché final – celui des dispositifs de présence internet dont les TLD et les noms de domaine ne sont que des composants.

L'expérience de CentralNic en matière de captation et de valorisation du trafic fera certainement des émules dans les prochaines années. Comme nous l'avons vu, plus de TLD ne sera peut-être pas une panacée si les usages ne suivent pas. CentralNic paraît avoir développé une vision originale et prometteuse en reliant les noms de domaine à la valorisation de leur trafic. De nouvelles voies restent à ouvrir dans cette direction ou dans d'autres, mais les acteurs du marché sont mal équipés pour ce faire. Les registres et autres OTR sont un peu loin des clients finaux et peinent à les toucher au travers de registrars pouvant se laisser aller à vivre en « rentiers » en laissant aux premiers le soin de risquer des innovations qu'ils se chargeront ensuite de commercialiser... s'ils y croient.

Cette situation, source d'inertie parmi d'autres, peut expliquer que de « vraies » innovations, éphémères ou durables, se fassent aujourd'hui sur des terrains connexes au système de nommage mais nettement à côté de lui, comme le marché en plein essor des identifiants blockchains.

L'accès fluide aux clients finaux, l'intégration des noms de domaine dans les usages de demain, sont les facteurs clefs de la pérennité du marché des noms de domaine sur lesquels les acteurs devraient plancher en 2023.

À plus court terme se pose toujours la question de la taille critique. Verisign et ses 164 millions de .COM d'un côté, GoDaddy et ses 65 millions de noms en gestion de l'autre, sont les deux géants du marché. Si Verisign ne s'est pas (encore ?) doté d'un registrar, GoDaddy a réussi à s'adosser un back-end lui permettant de jouer sur tous les tableaux. Ses concurrents existent, mais sans avoir la capacité de le détrôner à court terme, tout comme pour le .COM. De nouvelles alliances, de nouvelles fusions-acquisitions entre acteurs du marché ou avec des acteurs « proches » de lui seront-elles des réponses pertinentes ?

Des acteurs autrefois extérieurs au marché continuent de s'y montrer de plus en plus présents. Google Registrar ou Wix font partie des plus grands registrars ICANN alors que le centre de gravité de leurs activités est extérieur au marché des noms de domaine. Peut-être celui-ci a-t-il de moins en moins vocation à exister en tant que tel, se fondant progressivement dans le marché plus global de la « présence internet », dans le cadre d'intégrations toujours plus poussées de services de natures très diverses. Cette évolution peut à son tour contraindre des registrars qui s'étaient toujours considérés comme des « pure players » à engager des diversifications devenues vitales ou à devenir la « brique » noms de domaine de structures plus importantes.

Dans le prolongement de ce raisonnement, il ne serait pas inattendu ni illogique que les opérations de fusions/acquisitions, qui se sont jusqu'à présent plutôt produites au sein du marché, s'opèrent de plus en plus à l'initiative d'acteurs « externes » en direction d'acteurs du marché des noms de domaine, ou symétriquement (ce qui a déjà commencé à se produire). Bien que Google n'ait pas encore annoncé le rachat de GoDaddy ou d'Ethos comme nous le prédisions en 2021 en manière de provocation, cette hypothèse de travail peut rester d'actualité en 2023 comme en 2022, tout comme la fusion entre GoDaddy et

Identity Digital ou le rachat de CentralNic par l'un ou l'autre. Il ne serait pas non plus très étonnant qu'Identity Digital cherche à entrer en bourse avant le 2^e « round » ICANN, de manière à pouvoir financer ses candidatures.

Les évolutions des capitalisations boursières des principaux acteurs du marché coté en bourse témoignent qu'en 2022 les investisseurs ont été sensibles au ralentissement de leurs croissances, et dans certains cas à leurs structures financières restant malgré tout fragiles (même s'il est excessif de parler de « fragilité » pour Verisign, la société a vu sa marge nette se dégrader de 59 % à 47 %, d'où la sanction sur le marché boursier).

	2020	2021	2022	Var %
CentralNic	0,2	0,4	0,5	+29%
GoDaddy	10,9	12,5	11,9	-13%
Ionos	-	-	2,6	-
OVH	-	3,0	2,4	- 20%
Tucows	0,6	0,8	0,3	-57%
Verisign	18,0	24,7	20,2	-18%

Capitalisation boursière estimée de quelques-uns des principaux acteurs du marché au 31/12, exprimée en milliards d'euros

La présence de financiers aux commandes d'un nombre croissant de groupes renforce les chances que de telles opérations se matérialisent à plus ou moins long terme, en conjonction notamment avec un 2nd round ICANN transformé en une solution miracle qu'il ne sera probablement pas. Le marché des noms de domaine a plus besoin de fluidité dans ses processus (notamment pour les .Marque) que de créations massives une fois toutes les décennies.

À court et moyen terme, les grandes lignes des conclusions des années précédentes restent valables. La gageure pour l'ensemble du marché des noms de domaine est toujours de sortir d'un mode « binaire » où dominant le .COM en Amérique du Nord et les ccTLD dans les autres régions. Faute de trouver des solutions efficaces, les futurs entrants (.MARQUE mis à part) risquent d'être plus ou moins asphyxiés entre ces concurrents bien

établis, les bénéfices de la diversité qu'ils apportent n'étant pas suffisamment perçus par les utilisateurs ou devant être tarifés à des prix prohibitifs freinant leur développement commercial.

Prévisions 2023

L'ensemble des segments du marché devraient être en croissance en 2023, sauf les Autres Legacy qui continueront sans doute leur déclin, celui-ci pouvant être accentué par la hausse des tarifs du .NET.

Les nTLD marquent un palier depuis l'été 2022, après une forte dynamique de créations en 2021/2022. Libérés du poids des suppressions induites par les créations de 2021/2022, ils pourraient connaître un solde positif en 2023 et atteindre les 33/35 millions.

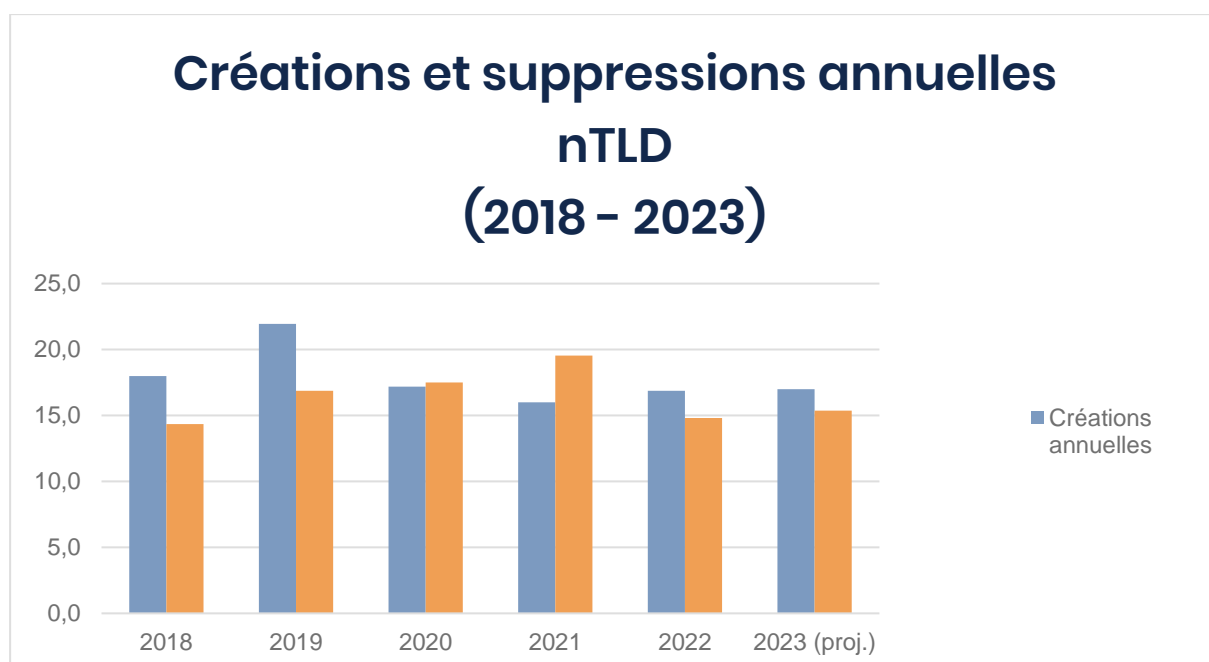


Figure 16 : Créations et suppressions annuelles nTLD (2018-2022)

(Tableau des chiffres de la figure 16)

Le .COM devrait reprendre sa progression à partir du 2^{ème} semestre 2023, sauf si les circonstances économiques et ses augmentations tarifaires s'avèrent plus fortes que la dynamique du marché. Sa croissance devrait rester modeste, s'établir dans la fourchette 2 – 5 %.

Les ccTLD devraient rester en croissance positive. Mais le .CN constitue toujours une inconnue de taille : continuera-t-il à perdre du stock ou engagera-t-il un redressement ? Les volumes induits peuvent changer la physionomie de la performance de toute la région, et peut-être du segment des ccTLD dans son entier.

Ces diverses hypothèses conduisent à l'élaboration des projections illustrées dans le graphique ci-dessous.

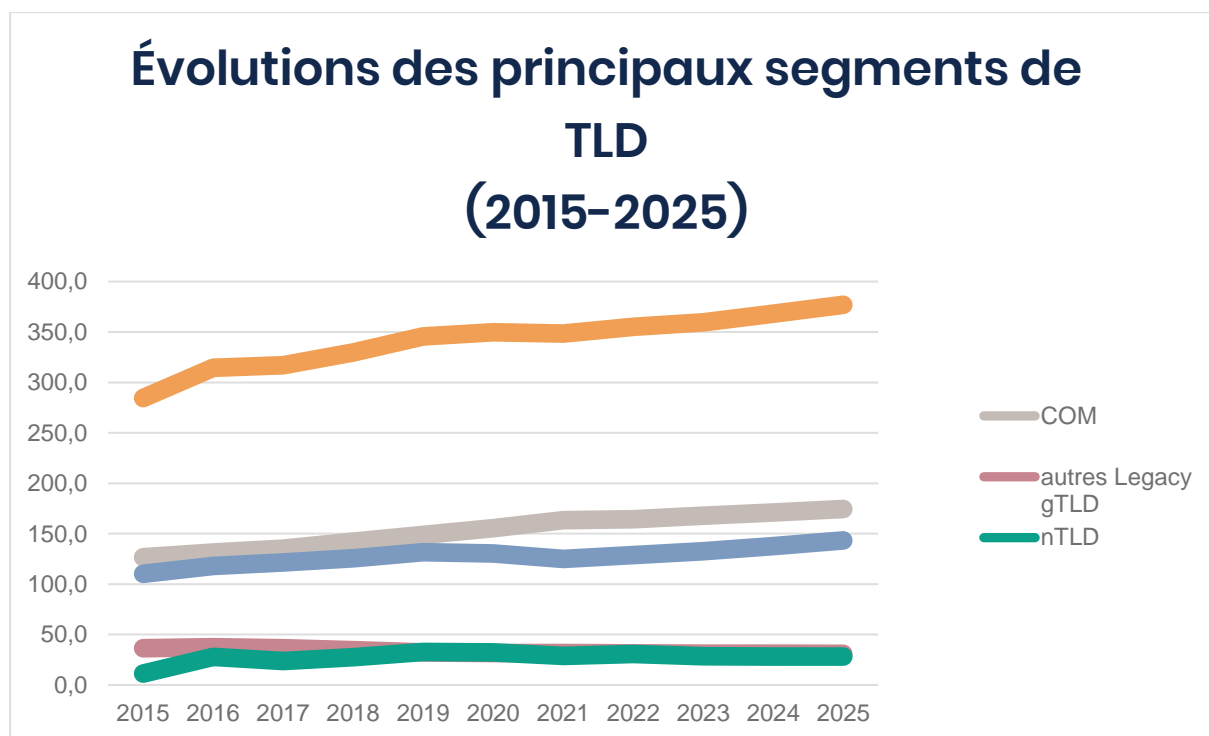


Figure 17 : Évolution des principaux segments de TLD (2015-2025)

(Tableau des chiffres de la figure 17)

Le marché dans son ensemble poursuivra sa hausse en 2023 après le « temps mort » de 2020 et 2021 et le début de la reprise en 2022. Le .COM renouera avec une croissance plus modérée qu'en 2019-2021, les ccTLD continueront de se développer selon leurs dynamiques régionales propres et les deux autres segments peineront à connaître une croissance significative.

Nos conclusions « prospectives » de 2021 et 2022 restent globalement inchangées en 2023.

Face à ces conditions de marché compliquées car peu lisibles à moyen long terme, les deux tendances de fond que sont la concentration des acteurs et la recherche d'innovations sur des thématiques connexes aux noms de domaine (Data, Cybersécurité, IoT, identités numériques...) resteront toujours d'actualité.

Elles seront même peut-être encore plus prononcées, les noms de domaine prenant d'autant plus de sens et de valeur qu'ils sont associés à des usages. Les évolutions permanentes de ceux-ci font de l'innovation un moteur constant de ce marché, et une nécessité impérieuse pour tous ses acteurs.

Mais la physionomie du marché lui-même évoluera à mesure que les pure players seront de moins en moins nombreux, au terme de processus d'alliances, fusions et acquisitions avec d'autres acteurs de la chaîne de valeur « Présence internet ».

Les acteurs du marché des noms de domaine doivent se réinventer en élargissant leurs horizons et en optimisant leur chaîne de valeur. Ils en ont les moyens et les compétences, mais ne doivent pas perdre de temps face aux alternatives émergeant lentement autour d'eux.

Figure 4

Créations mensuelles dans un panel de ccTLD (2019-2021)

	2019						2020						2021						2022																																				
	01/19	02/19	03/19	04/19	05/19	06/19	07/19	08/19	09/19	10/19	11/19	12/19	01/20	02/20	03/20	04/20	05/20	06/20	07/20	08/20	09/20	10/20	11/20	12/20	01/21	02/21	03/21	04/21	05/21	06/21	07/21	08/21	09/21	10/21	11/21	12/21	01/22	02/22	03/22	04/22	05/22	06/22	07/22	08/22	09/22	10/22	11/22	12/22							
	Principaux ccTLD CEN TR yc																																																						
.FR		6	7	6	6	5		5	6	6	6																																												
hors .UK	73	9	2	6	2	7	61	9	0	8	8	2	75	8	6	1	1	4	79	4	3	3	1	9	93	0	7	0	6	8	70	2	8	2	4	8	83	8	3	5	2	0	66	1	6	1	3	4							

(Retour au graphique 4)

Figure 6 :
Répartition des nTLD par nature – nTLD actifs

Communautaires	12
.Marque	549
.Marque ouverts	2
Géographiques	61
Génériques	526
Total	1 150

[\(Retour au graphique 6\)](#)

Figure 7 :
Répartition des nTLD par volume- nTLD actifs, au moins 1 nom (12/22)

Communautaires	43 708
.Marque	37 974
.Marque ouverts	70 580
Géographiques	946 651
Génériques	29 649 059
Total	30 747 972

[\(Retour au graphique 7\)](#)

Figure 8 :

Évolution de la ventilation des nTLD par tranche de volume (2018/2022)

	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022
+ de 1 M	0	1	3	5	5	8	8	7	5
De 500 001 à 1 M	1	4	7	5	5	5	5	7	8
De 100 001 à 500 000	2	11	19	26	31	18	21	23	25
de 50 001 à 100 000	12	19	29	27	31	24	23	21	28
De 25 001 à 50 000	14	32	35	29	30	36	46	58	60
De 10 001 à 25 000	44	83	86	96	95	113	113	114	113
De 5001 à 10 000	60	81	98	100	100	100	93	98	98
- de 5 000	334	586	932	909	902	875	859	829	813
Total	467	817	1 209	1 197	1 199	1 179	1 168	1 157	1 150

[\(Retour au graphique 8\)](#)

Figure 9 :

Taux de renouvellement des segments de nTLD (2018/2022)

	06/18	12/18	06/19	12/19	06/20	12/20	06/21	12/21	06/22	12/22
Communautaires	45%	88%	79%	93%			89%	75%	88%	80%
.Marque	71%	72%	79%	84%			86%	91%	91%	91%
.Marque ouverts	51%	62%	63%	67%	71%	73%	70%	50%	54%	82%
Géographiques	69%	90%	79%	64%	79%	73%	75%	74%	78%	80%
Génériques	35%	36%	38%	38%	30%	42%	34%	38%	46%	43%
Ensemble	37%	39%	40%	39%	32%	43%	35%	39%	47%	45%
COM	79%	79%	79%	79%	78%	78%	78%	78%	79%	78%

[\(Retour au graphique 9\)](#)

Figure 10 à 15 :

Répartition des noms par segments et par région ICANN

Région	ccTLD	COM	A. Legacy	nTLD	Total
Afrique	3 173	1 391	205	109	4 879
Amérique Latine	11 935	4 038	532	579	17 084
Asie-Pacifique	33 005	24 818	3 871	6 999	68 694
Europe	75 461	35 241	7 914	4 204	122 820
Amérique du Nord	5 244	93 092	16 521	13 308	128 165
Total	128 819	158 581	29 043	25 200	341 643

Poids de chaque segment dans le total régional

Région	ccTLD	COM	A. Legacy	nTLD	Total
Afrique	65%	29%	4%	2%	100%
Amérique Latine	70%	24%	3%	3%	100%
Asie-Pacifique	48%	36%	6%	10%	100%
Europe	61%	29%	6%	3%	100%
Amérique du Nord	4%	73%	13%	10%	100%
Total	38%	46%	9%	7%	100%

Poids des régions dans le total de chaque segment

Région	ccTLD	COM	A. Legacy	nTLD	Total
Afrique	2%	1%	1%	0%	1%
Amérique Latine	9%	3%	2%	2%	5%
Asie-Pacifique	26%	16%	13%	28%	20%
Europe	59%	22%	27%	17%	36%
Amérique du Nord	4%	59%	57%	53%	38%
Total	100%	100%	100%	100%	100%

[\(Retour au graphique 10\)](#) - [\(Retour au graphique 11\)](#) - [\(Retour au graphique 12\)](#)

[\(Retour au graphique 13\)](#) - [\(Retour au graphique 14\)](#) - [\(Retour au graphique 15\)](#)

Figure 16 :

Projection des créations et suppressions annuelles de nTLD

	Icann 2014	Icann 2015	Icann 2016	Icann 2017	Icann 2018	Icann 2019	Icann 2020	Icann 2021	Icann 2022	Proj 2023 (proj.)
Créations annuelles	3,7	8,9	20,4	13,5	18,0	21,9	17,2	16,0	16,9	17,0
Suppressions annuelles	0,0	1,4	3,8	17,6	14,3	16,9	17,5	19,5	14,8	15,4
Tx REN		63%	66%	37%	40%	39%	46%	35%	48%	50%
Stock	4	11	28	24	27	33	32	29	31	32
Var Stock		198%	146%	-15%	15%	19%	-1%	-15%	7%	5%

[\(Retour au graphique 16\)](#)

Figure 17 :
Évolution des différents segments de TLD

	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025
COM	126,6	131,3	135,0	142,0	148,8	155,3	163,5	164,4	167,7	171,1	174,5
autres Legacy											
gTLD	36,3	37,5	36,6	34,4	32,3	31,8	31,5	31,3	31,1	31,0	30,8
nTLD	11,3	27,7	23,8	27,5	32,7	32,2	28,7	30,7	28,4	28,3	28,3
ccTLD	110,2	118,1	121,6	125,7	131,6	130,4	124,8	128,6	132,5	137,8	143,3
Total global	284,5	314,6	317,0	329,6	345,5	349,7	348,6	355,1	359,7	368,2	376,9

[\(Retour au graphique 17\)](#)

