Le marché des noms de domaine dans le monde en 2021

Les études de l'Afnic

Juin 2022

www.afnic.fr | contact@afnic.fr
Twitter : @AFNIC | Facebook : afnic.fr

SOMMAIRE

1. Introduction 4
2. Ce qu'il faut retenir 6
3. Tendances globales 10
   - 3.1. Vers un retour à la normale ? 10
   - 3.2. Des performances toujours contrastées 11
   - 3.3. Les nTLD, entre effervescence de surface et développement de fond 12
   - 3.4. Renforcement des positions du .COM en 2021 comme en 2020 13
4. Les Legacy TLD en 2021 15
   - 4.1. .COM versus Autres Legacy : des situations toujours contrastées 16
   - 4.2. Les créations dans les Legacy durant la phase de sortie de la crise du Covid 16
   - 4.3. Des taux de maintenance en amélioration parfois significative 18
   - 4.4. Implications en termes de stratégies de nommage 20
5. Les ccTLD (Country-Code Top Level Domains) 22
   - 5.1. Les créations dans les ccTLD durant la phase de sortie de la crise du Covid 22
   - 5.2. Les dynamiques régionales des ccTLD 23
   - 5.3. Poids des quasi-TLD et les penny ccTLD 27
6. Les nTLD 31
   - 6.1. Évolution globale du stock de « nouveaux TLD » 31
   - 6.2. Définition des « segments » de « nouveaux TLD » 32
   - 6.3. Performances des « segments » de « nouveaux TLD » 34
   - 6.4. Répartition des nouveaux TLD en volumes de noms déposés 36
   - 6.5. Évolution des taux de maintenance par segments 40
   - 6.6. Le phénomène des « Penny nTLD » 41
   - 6.6.1. Taux de maintenance 42
   - 6.6.2. Taux de création 44
   - 6.6.3. Identification des Penny nTLD de 2021 45
   - 6.7. Réflexions sur les modèles économiques des nTLD 48
   - 6.7.1. Des modèles économiques inégaux 49
   - 6.7.2. Les conséquences en termes de stratégies marketing 51
   - 6.7.3. TLD exclusifs versus TLD de masse 52
   - 6.7.4. De mauvais pricing qui se paient 52
   - 6.7.5. Les ayants droit et les domainers, deux faux-amis 53
   - 6.7.6. Convaincre les investisseurs 53
   - 6.7.7. Le succès ou l'échec n'est pas lié au volume mais à la pertinence de la stratégie en regard des conditions de marché. 53
   - 6.8. Des « leaders » encore fragiles 54
   - 6.9. Parts de marché des grands opérateurs techniques de registre 57

7. La répartition des noms de domaine dans le monde à fin 2021 60
7.1. Panorama d'ensemble 60
7.2. Poids des segments en Afrique 61
7.3. Poids des segments en Amérique latine 61
7.4. Poids des segments en Asie-Pacifique 63
7.5. Poids des segments en Europe 64
7.6. Poids des segments en Amérique du Nord 65
7.7. Tableaux de synthèse 66
7.8. Topologie des registrars ICANN 67
7.9. Enseignements 75

8. Événements saillants de 2021 et du début 2022 77
8.1. Un marché des TLD toujours actif 77
8.1.1. Changements de délégataires / registres 78
8.1.2. Opérateurs techniques / back-ends 78
8.2. Fusions/acquisitions : une consolidation continue, accompagnée par les financiers 79
8.3. Nouveaux services 80
8.3.1. Data, Sécurité et Monitoring 81
8.3.2. Innovations mises sur le marché ou en préparation 81
8.3.3. Infrastructures 81

9. Conclusion et perspectives 82

1. Introduction

La publication des statistiques ICANN arrêtées au 31/12/21 rend possible un bilan chiffré de l'année 2021, période marquée par l'après Covid-19.

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 3,6 % en 2021 contre 6,2 % en 2020 (pour le .FR ces mêmes chiffres étaient de (5,8 % en 2021 contre 6,2 % en 2020) ;

- les parts de marché des différents segments en France étaient à fin 2021 de 39 % pour le .FR, 45 % pour le .COM, 11 % pour les « Autres Legacy », 3 % pour les ccTLD étrangers détenus par des Français et de 2 % 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/2022/03/Le-.FR-en-2021.pdf

- En anglais :

https://www.afnic.fr/wp-media/uploads/2022/03/The-.FR-in-2021.pdf

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)

2. Ce qu'il faut retenir

Le marché mondial des noms de domaine représentait à fin 2021 environ 352 millions de noms de domaine, dont :

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

L'année 2021 a vu le marché des noms de domaine croître de 0,9 % contre 1,3 % en 2020 et 4,7 % en 2019. 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 perdu 9% en stock après une perte de 1% en 2020 et une croissance de 19 % en 2019. Leur part de marché passe à 8% (-1 point) et reste marginale comparée à celles des .COM (47 %, + 3 points) et des ccTLD (36 %, - 1 point). Le segment des Autres Legacy est à 9% (-1 point).

Au global, si l'on exclut 2 extensions toujours frappées par un net recul (.CN, .TW) 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 2020 se situent en-dessous du niveau de 2021 mais encore au-dessus de celui de 2019.

Le .COM a mieux profité de la conjoncture en 2021 qu'en 2020, mais son solde net a perdu 40 % au 2e semestre par rapport à celui du 1er semestre. Il suit donc une tendance similaire à celle des ccTLD, peut-être renforcée par l'augmentation tarifaire du 1er septembre 2021.

Les Autres Legacy poursuivent leur déclin (-0,7 %) mais semblent en voie de se stabiliser, leurs situations restant assez contrastées. Ainsi, le .BIZ (+3 %) et le .ORG (+2 %) sont en légère croissance tandis que le .INFO (-8 %) et le .MOBI (-15 %) sont en perte.

Les dynamiques régionales des ccTLD continuent d'être assez distinctes. L'Amérique latine et Caraïbes enregistre la meilleure croissance (+18 %) et poursuit donc son « rattrapage » avec l'Afrique (+15 %). L'Amérique du nord croît de 6 % et l'Europe de 3 %. L'Asie-Pacifique enfin, handicapée par les .CN et .TW, perd 14 % en stock. En deux ans (2020 – 2021), l'Asie-Pacifique a perdu 8 points de parts de marché sur le segment des ccTLD, au profit de l'Europe (+4,5), de l'Amérique latine et Caraïbes (+2,5), de l'Amérique du nord (+0,5) et de l'Afrique (+0,5).

L'Europe reste la région où les ccTLD sont les plus florissants : sur 31 ccTLD de plus de 1 million de noms, 18 sont en Europe, 7 en Asie-Pacifique, 3 en Amérique latine et Caraïbes, 2 en Amérique du nord, 1 en Afrique.

Parmi les segments de nTLD, les Génériques perdent 12 % en stock et 8 % en créations (fin de la purge du .ICU mais aussi d'autres « penny-nTLD ») et les Communautaires 21 % (-24 % en créations). Les Géographiques sont en progression de 12 % en stock et de 41 % en créations, les .Marques de 7 % (-23 % en créations) et les .Marques « ouverts » de 5 % (+67 % en créations). Le processus de suppression régulier de .Marque et/ou de leur conversion en Génériques se poursuit : 4 en 2019, 6 en 2020, 2 en 2021.

Les taux de maintenance sont très élevés chez les .Marque (91 %), plutôt bons chez les Géographiques (75 %) et les Communautaires (74 %), modérés chez les .Marques ouverts (50 %) et faibles chez les Génériques (38 %).

62 % des nouvelles extensions hors .MARQUE ont moins de 10 000 noms en portefeuille, tandis que 2 % 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.

Les « penny nTLD » représentent 25 extensions et 16 millions de noms de domaine (contre 21 et 15 millions en 2020), soit 2 % des nTLD et 55 % du stock global des nTLD. Cependant la composition de cette catégorie très spécifique est évolutive, seules 3 extensions se « qualifiant » comme « penny nTLD » depuis 2019 (.ONLINE, .PRESS et .STORE).

Le marché des OTR (gestionnaires techniques d'extensions pour compte propre ou pour compte de tiers) est dominé par quelques acteurs dont Ethos Capital (Afilias+Donuts), CentralNic et GoDaddy sont les trois principaux, avec respectivement 35 %, 17 % et 8 % des nTLD en gestion pour des volumes de noms représentant 19 %, 44 % et 9 % 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 a globalement gagné du terrain en 2021, 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 les plus puissants étant situés en Amérique du Nord (50 % des registrars gérant plus de 1 million de noms de domaine, mais surtout le leader mondial GoDaddy qui en gère 71 millions à lui seul). 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. La répartition des Legacy et nTLD par pays des groupes de registrars met en évidence la « balance » fortement bénéficiaire pour l'Amérique du Nord et fortement déficitaire pour l'Europe, en regard de la répartition par pays des titulaires.

Une analyse des stratégies des registrars ICANN montre que la plupart se sont positionnés sur les legacy et les nTLD (64 %), que 30 % ne commercialisent que les Legacy et que 6 % seulement ne commercialisent que des nTLD.

Les dynamiques des registrars ICANN consolidés par régions montrent que l'Amérique du Nord et l'Europe sont des marchés plus « matures » que l'Amérique latine et Caraïbes et l'Asie -Pacifique, plus dynamiques mais aussi plus volatils.

Le processus de concentration s'est poursuivi en 2021, 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 lointaine du 2e 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.

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 remarquions 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.

Au niveau des registres, les services liés à la « Data » (y compris le monitoring et la sécurité), l'amélioration des infrastructures DNS, la cybersécurité, sont restés les principaux axes de développement et de diversification aux côtés de nouveaux services destinés à stimuler les ventes (suggestions de noms intéressants, etc.). On ne voit cependant pas apparaitre d'offres fondamentalement innovantes issues des efforts de R&D, hormis des systèmes de détection de noms potentiellement « abusifs » et des processus d'identification des titulaires au moyen de certificats d'identité digitaux, déjà employés par quelques ccTLD européens. Mais en dépit de tout l'intérêt de ces progrès pour la fiabilisation des bases WHOIS, il ne s'agit pas à proprement parler d'offres commerciales.

L'IoT (Internet des Objets), au sujet duquel un ingénieur de l'Afnic a récemment publié un article[1], pourrait se révéler être à moyen terme un important relais de croissance pour les registres.

[1] BALAKRICHENAN Sandoche. Evolving From an Internet Registry to IoT Registry, CircleID, 13/04/2022.

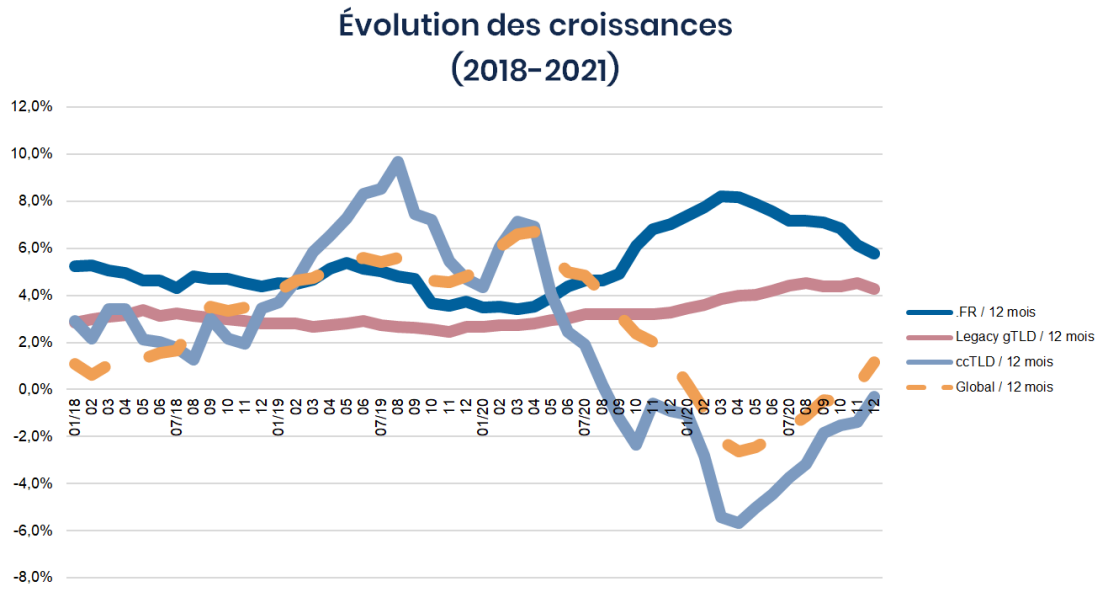
https://circleid.com/posts/20220413-evolving-from-an-internet-registry-to-iot-registry

3. Tendances globales

Le marché des noms de domaine comptait (hors « Penny TLD ») environ 352 millions de noms au niveau mondial à la fin décembre 2021, en progression de 0,9 % par rapport à 2020 (349 millions). Bien que l'évolution de la croissance montre un ralentissement constant (+4,7 % en 2019, +1,3 % en 2020, +0,9 % en 2021) l'étude des variations mensuelles montre qu'en réalité l'année 2021 fut « le creux de la vague » et que le marché était de nouveau orienté à la hausse à la fin de cette année.

3.1. Vers un retour à la normale ?

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.



Conditionnée par celle du .COM, la croissance des « Legacy » a continué de s'apprécier jusqu'au 3ème trimestre 2021 mais semble marquer le pas au 4ème trimestre.

Les ccTLD ont pour leur part perdu du stock entre février et septembre 2021, mais ils ont engagé un redressement spectaculaire au 4ème trimestre et cette évolution dope la performance globale du marché.

Le .FR a suivi une évolution pratiquement inverse (qui reflète celle des ccTLD du CENTR dans leur ensemble) avec une croissance en amélioration constante jusqu'au 1er trimestre 2021 suivie d'une décélération durant le reste de l'année.

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 et de -9 % en 2021. Ces performances négatives peuvent être largement attribuées aux séquelles de la « purge » du .ICU amorcée en 2020 et qui s'est achevée en 2021 ; elles ne reflètent pas la dynamique réelle de ce segment du marché.

3.2. Des performances toujours contrastées

Le tableau ci-dessous reprend les principaux indicateurs pour chaque segment de marché entre 2019 et 2021.

	Stock (m NDD)			Variations (%)			Parts de marché (%)		
	2019	2020	2021	2019	2020	2021	2019	2020	2021
.COM	149	155	164	4,8 %	4,4 %	5,8%	43 %	44 %	47%
Autres Legacy *	32	32	32	-6,0 %	-1,8 %	-0,7%	10 %	10 %	9%
nTLD	33	32	29	19,2 %	-1,0 %	-9,4%	9 %	9 %	8%
Total gTLD **	*214*	*219*	*227*	*4,9 %*	*2,6 %*	*3,7%*	*62 %*	*63 %*	*64%*
ccTLD ******	132	130	125	4,7 %	-0,9 %	-3,8%	38 %	37 %	36%
TOTAL	**346**	**349**	**352**	**4,7 %**	**1,3 %**	**0,9%**			
Penny ccTLD *******	*49*	*41*	*27*	*54,9 %*	*-15 %*	*-34,1%*			

Indicateurs de performance des grands segments (2019 – 2021)

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 (+ 8 millions en 2021 contre 6 en 2020), le .COM reste le leader et continue d'augmenter sa part de marché (+3 points).

Les « Autres Legacy » ont continué à perdre du stock en 2021, mais de manière plus atténuée que depuis 2018. La tendance à la stabilisation se confirme.

Les nouveaux TLD accusent une perte en stock (-9 %) bien qu'étant déjà en phase de « récupération » depuis l'été 2021.

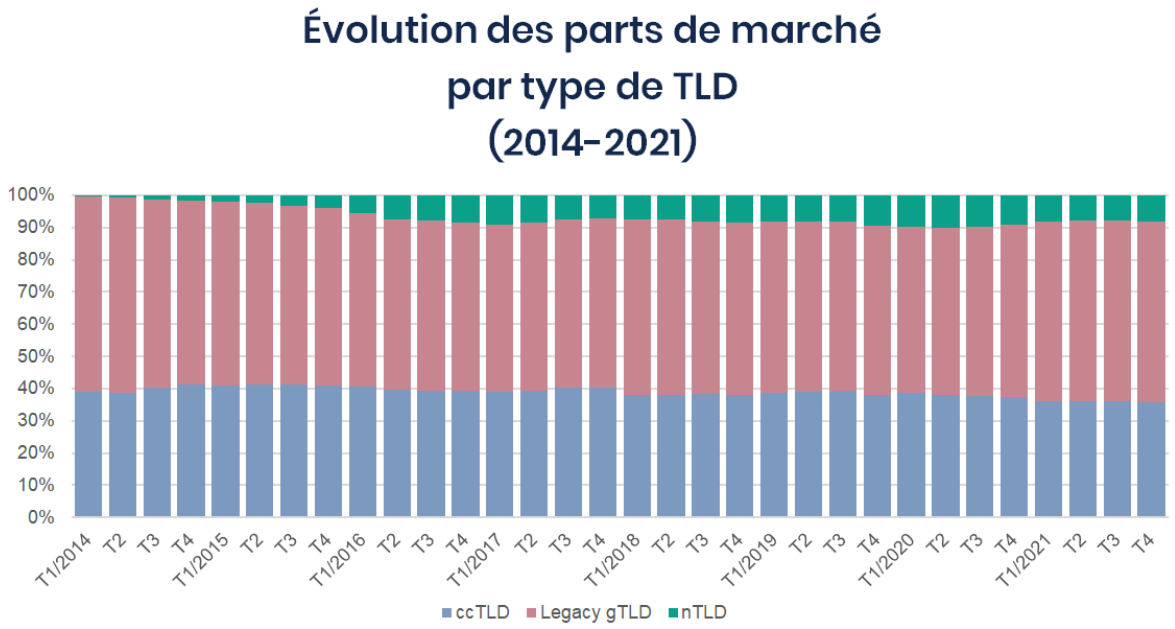
Les extensions pays (ccTLD) finissent au global l'année dans le rouge (-4 %) bien que connaissant une certaine reprise depuis le 2ème trimestre 2021. Cette contre-performance est en réalité déterminée par un petit nombre de ccTLD.

Ces comportements contrastés impactent les parts de marché avec une progression du .COM (+3 points) au détriment des Autres Legacy (-1 point), des nTLD (-1 point) et des ccTLD (-1 point).

Nous allons étudier plus en détail la manière dont chaque segment a traversé cette année 2021, qui a marqué la transition vers un monde « post-Covid » où les acquis de l'accélération de la transformation numérique se sont encore fait sentir.

3.3. Les nTLD, entre effervescence de surface et développement de fond

La figure ci-dessous présente une vision trimestrielle de l'évolution des parts de marché des différents segments, depuis l'introduction des premiers nTLD en janvier 2014.



On note la progression continue des nTLD jusqu'au 1er trimestre 2017, suivie d'une période de déclin aux 2ème et 3ème trimestres 2017 et d'une stabilisation jusqu'au 3ème trimestre 2019. À la fin de cette année-là, nouveau bond (dû au .ICU), mais qui n'a pas suffi pour franchir les 10 % de parts de marché. Un déclin est perceptible aux 3ème et 4ème trimestres 2020. La situation est ensuite restée globalement stable en 2021.

Les évolutions des nTLD trouvent souvent leur symétrique dans celles des ccTLD, les gTLD restant stables ou n'augmentant que marginalement leur part. Ce constat vérifié en 2014 – 2020 ne l'a pas été en 2021 avec une baisse des nTLD et des ccTLD combinée à une forte croissance du .COM qui a plus que compensé le déclin des Autres Legacy.

Ce schéma peut-être propre à 2021 n'invalide pas le constat déjà fait dans les précédentes éditions de l'Observatoire. 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.

3.4. Renforcement des positions du .COM en 2021 comme en 2020

Les mêmes données exprimées en solde net mettent en évidence le poids des différents segments dans la performance globale du marché en 2021.

Comme en 2020, on constate que dans un contexte où les 3 autres segments (Autres Legacy, ccTLD et nTLD) perdaient du stock, le .COM qui était en croissance a pu jouer en 2021 le rôle de « moteur » pour le marché.

Les données en valeur absolue permettent de situer les ordres de grandeur. Ainsi, le solde net du seul .COM en 2021 (8 millions de noms) représente-t-il deux fois celui du marché dans son ensemble.

	Soldes nets (millions de NDD)			Poids dans le total		
	2019	2020	2021	2019	2020	2021
.COM	6,8	6,5	8,2	43 %	148 %	202%
Autres Legacy	-2,1	-0,6	-0,2	- 13 %	- 14 %	-5%
nTLD	5,3	-0,3	-3,5	33 %	- 7 %	-87%
Total gTLD	*10,0*	*5,6*	*4,4*	*63 %*	*127 %*	*110%*
ccTLD (hors « Penny »)	5,9	-1,2	-0,4	37 %	- 27 %	-10%
TOTAL	**15,9**	**4,4**	**4,0**	**-**	**-**	**-**

Soldes nets des grands segments (2019 – 2021)

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 2021.

4. Les Legacy TLD en 2021

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 2021, le stock global de « Legacy » a cru de 4,8 % tandis que les créations s'appréciaient de 5,4 %. Le taux de maintenance s'est légèrement amélioré à 79 % contre 78 %.

Toutefois, le tableau montre combien les situations sont contrastées.

	Stocks (milliers)			Créations (milliers)			« M » (milliers) (*)		
	2020	2021	Var.%	2020	2021	Var.%	2021	% 2021	% 2020
.BIZ	1 441	1 487	3,2%	232	296	27,6%	1 191	83%	74 %
.COM	155 320	163 501	5,3%	39 421	41 880	6,2%	121 621	78%	78 %
.INFO	4 455	4 094	-8,1%	1 036	802	-22,6%	3 292	74%	69 %
.MOBI	380	324	-14,7%	41	30	-26,8%	294	77%	78 %
.NET	13 704	13 702	0,0%	2 561	2 660	3,9%	11 042	81%	81 %
.ORG	10 788	11 023	2,2%	2 013	1 867	-7,3%	9 156	85%	84 %
Autres	983	912	-7,2%	217	197	-9,2%	715	73%	68 %
TOTAL	**186 088**	**195 044**	**4,8%**	**45 305**	**47 732**	**5,4%**	**147 312**	**79%**	**78 %**

Performances des grands Legacy (2020 – 2021)

(*) « M » désigne le nombre de noms de domaine maintenus en 2021. Ce nombre est obtenu par une équation assez simple : M = Stock au 31/12/2021 – Créations 2021.
En effet, le stock d'un TLD à fin 2021 est mathématiquement constitué par les noms du stock au 31/12/2020 conservés en portefeuille auxquels se sont ajoutées les créations de 2021. Il est donc possible, à partir de ces 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 2020.
Tx M 2021 = M / Stock 2020
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 ».

4.1. .COM versus Autres Legacy : des situations toujours contrastées

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

Le .COM domine par le volume (il pèse 84 % de tous les Legacy) mais aussi par sa croissance qui est supérieure à celles des autres Legacy grâce à des créations en hausse, à taux de maintenance stable.

Parmi les autres grands Legacy, le .BIZ (+3,2 %) et le .ORG (+2,2 %) sont en croissance, le .NET étant à l'équilibre et les autres perdant du stock : -14,7 % pour le .MOBI, -8,1 % pour le .INFO et -7,2 % au global pour tous les autres.

Le .BIZ se relève apparemment d'une « purge », son taux de maintenance revenant à 83 % après une mauvaise année 2020. Le .ORG jouit d'un taux élevé et en légère progression qui compense la chute de ses créations (-7,3 %).

D'une manière générale, les taux de maintenance sont en progression, mais les Legacy les plus pénalisés en stocks sont ceux qui ont vu s'effondrer leurs créations : -26,8 % pour le .MOBI, -22,6 % pour le .INFO et -9,2 % pour tous les autres.

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.

4.2. Les créations dans les Legacy durant la phase de sortie de la crise du Covid

Comme nous l'avons évoqué ci-dessus, le .COM a vu ses créations augmenter de 6 % en 2021 après une progression de 4 % en 2020. Pour lui, l'accélération de la transformation numérique s'est faite sentir avec un décalage de 6 mois par rapport aux ccTLD.

Dans l'Observatoire traitant de 2020, nous avons attribué ce phénomène à la raréfaction, en 2020, des créations réalisées par les grands domainers qui était venue compenser les créations induites par les confinements.

En 2021, les mêmes causes se sont croisées en sens inverse avec un décalage permettant l'essor de l'extension : reprise du domaining et ralentissement des créations post-covid, dans un contexte d'augmentation des tarifs de 7 % à partir du 1er septembre 2021.

Cette donnée structurante pourrait conduire à un sérieux tassement de la croissance du .COM en 2022, en contraignant les domainers à nettoyer leurs portefeuilles de noms devenus « déficitaires » dans les nouvelles conditions tarifaires.

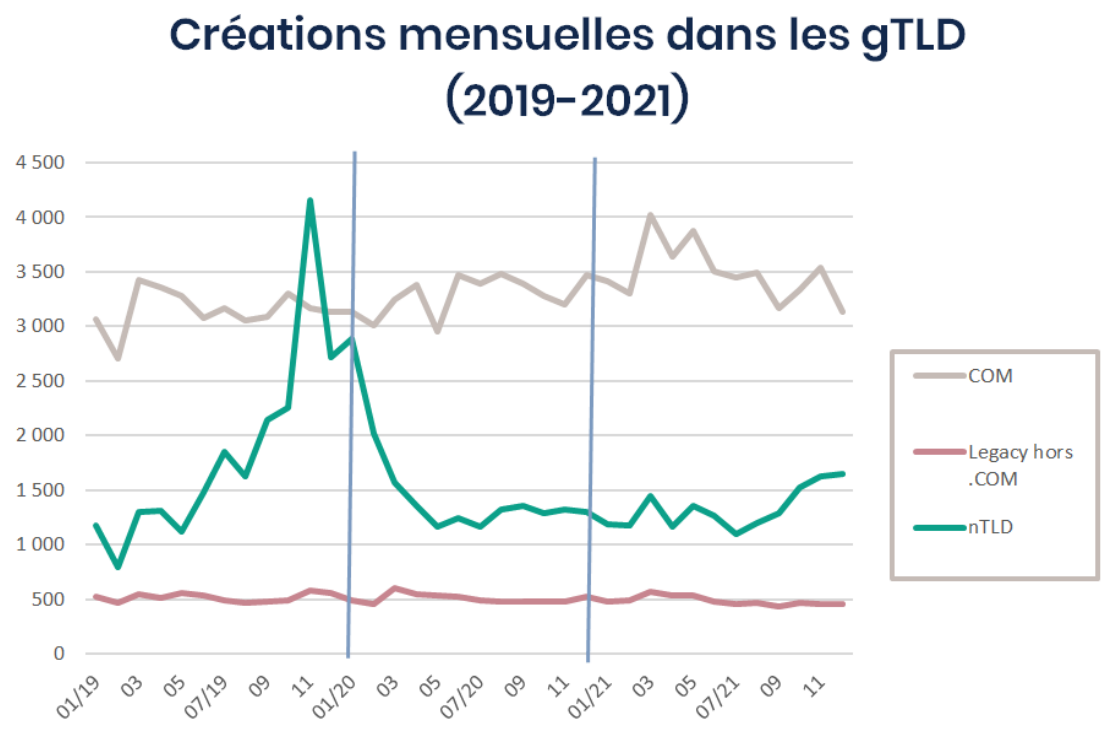
La « nouvelle donne » est perceptible sur le dernier trimestre de 2021, avec un solde net équivalent à 60 % seulement de ce qu'il était aux 1er et 2ème trimestres (le 3ème trimestre étant affecté par les mois d'été), mais en ligne avec la performance du 2ème semestre 2020.

.COM En millions	2021			
	T1	T2	T3	T4
Stock fin de période	157,8	160,4	162,0	163,5
Créations trim.	10,7	11,0	10,1	10,0
Suppressions trim.	-8,2	-8,5	-8,6	-8,5
Solde net trim.	2,5	2,6	1,5	1,5
Tx de Maintenance 4T	77,8%	77,8%	78,2%	78,3%
Tx de création 4T	25,8%	26,2%	25,8%	25,6%

Indicateurs trimestriels d'activité du .COM en 2021

Le 1er semestre 2021 a connu une « poussée de fièvre » sur les créations qui ne s'est pas prolongée au 2ème semestre. Toutefois l'effet-prix reste pour l'instant très mesuré : on n'assiste pas à un écroulement des créations ni à une envolée des suppressions. Tout au plus, la croissance est ralentie, sans se briser. Le Taux de création se dégrade légèrement mais le Taux de Maintenance progresse. L'expectative demeure, les premiers mois de 2022 devant nous donner une plus juste idée de l'impact de la hausse des tarifs.

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



On retrouve la « poussée de fièvre » du .COM au 1er semestre 2021, la tendance générale sur l'année étant à la baisse bien que le niveau moyen reste au-dessus de celui de 2020. Les créations retrouvent au 2ème semestre leur niveau habituel situé dans la fourchette 3 – 3,5 millions de noms par mois.

Du côté des Autres Legacy, les créations restent sur la barre des 500 000 par mois, en passant légèrement dessous à partir du 2ème trimestre 2021.

Les nTLD en revanche voient leurs créations repartir fortement la hausse au 2ème semestre 2021, franchissant même le seuil des 1,5 million par mois.

4.3. Des taux de maintenance en amélioration parfois significative

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 75 %. 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 gratuité « 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.

	2016	2017	2018	2019	2020	2021	Var. 20/21 (en pts)	Moy. 2016-2021
.BIZ	76,2 %	66,4 %	66,9 %	58,4 %	74,0 %	82,7 %	+ 8,7	70,8 %
.COM	78,2 %	77,4 %	78,9 %	78,1 %	77,9 %	78,3 %	+ 0,4	78,1 %
.INFO	76,6 %	66,9 %	57,8 %	63,9 %	69,2 %	73,9 %	+ 4,7	68,1 %
.MOBI	76,6 %	70,8 %	78,2 %	79,1 %	77,8 %	77,4 %	- 0,4	76,7 %
.NET	79,6 %	73,9 %	77,1 %	79,0 %	81,1 %	80,6 %	- 0,5	78,6 %
.ORG	82,2 %	79,6 %	80,4 %	81,9 %	83,9 %	84,9 %	+ 1	82,2 %
Autres	82,5 %	64,8 %	73,6 %	72,0 %	68,4 %	72,7 %	+ 4,3	72,3 %
TOTAL	**78,5 %**	**76,6 %**	**77,8 %**	**77,7 %**	**78,2 %**	**79,2 %**	**+ 1**	**78,0 %**

Évolution des Taux de Maintenance des Legacy gTLD (2015 – 2021)

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 2016 et 2021, on observe que les .INFO (68 %) et .BIZ (71 %) 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 sont en amélioration notable.

Le .ORG est le TLD le plus « stable » sur la période avec 82 % de taux de Maintenance, celui-ci frôlant même les 85 % en 2021.

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 pourrait être dans l'avenir celle de certains Legacy TLD.

4.4. 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 :

1. (a) parce qu'il est utilisé et donc important pour son titulaire ;
2. (b) 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…) ;
3. (c) parce qu'il correspond à une marque que le titulaire veut protéger (dépôt défensif) ;
4. (d) 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 (a) et (b) sont les plus fortes car liées à des usages ou à une perception de valeur. La (c) et la (d) 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 peu optimisée 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 » (hormis le .COM) 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 (+6 % en 2018, +7 % en 2019, +4 % en 2020, +6 % en 2021) est probablement due, notamment en 2020 et 2021, à un recentrage des utilisateurs sur les extensions qu'ils connaissent le mieux. Les nouveaux venus contraints de déposer des noms pour développer leur présence sur internet sont en effet moins mûrs que leurs prédécesseurs et connaissent encore moins les noms de domaine. Ils prennent ce qu'ils

connaissent, c'est-à-dire principalement leurs ccTLD nationaux (sauf pour les États-Uniens) et le .COM.

Ces différents phénomènes : recentrage des créations, arbitrages au niveau des noms maintenus, désaffection relative vis-à-vis des dépôts défensifs et des opérations spéculatives, expliquent largement le déclin des « Autres Legacy », les difficultés de nombreux nTLD à trouver leur marché, et la bonne santé relative du .COM et des grands ccTLD. Le ralentissement du domaining et l'accélération de la transition numérique, qui agissent en sens contraire sur les créations, sont venus se greffer sur le schéma existant avant 2020.

La sortie de « crise » en 2021 a induit un retour au 2ème semestre aux niveaux d'avant le Covid, sans acquis notable au plan de l'accélération de la transition numérique. Nous allons maintenant voir s'il en est de même pour les ccTLD.

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

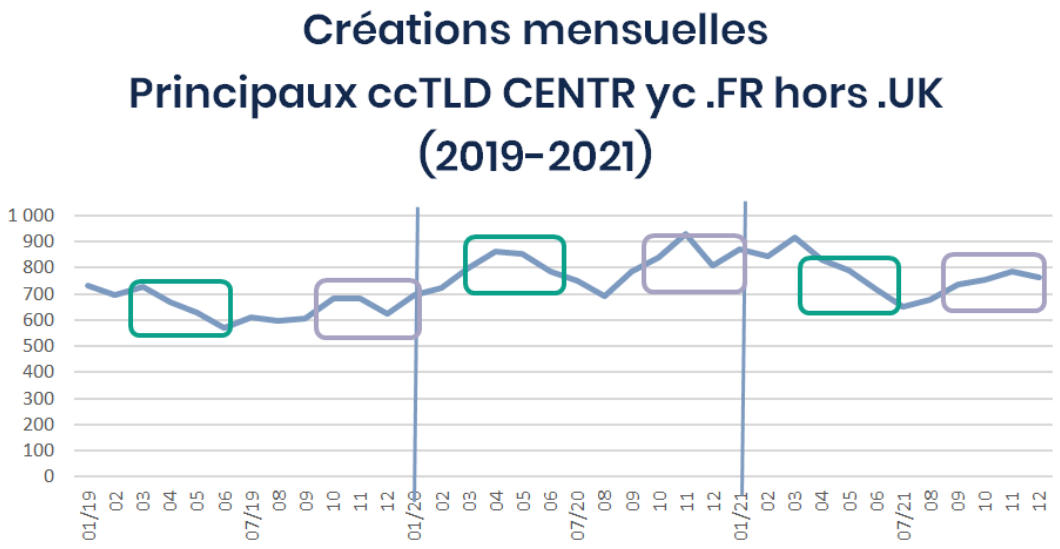
Les ccTLD (extensions pays) pris dans leur ensemble ont perdu 3,8 % en stock en 2021 contre -0,9 % en 2020. Mais le chiffre global ne reflète pas la réalité vécue par la plupart des registres de ccTLD en 2021, qui fut celle d'une activité toujours soutenue bien que moins intense qu'en 2020.

5.1. Les créations dans les ccTLD durant la phase de sortie de la crise du Covid

Les créations des ccTLD se sont en général ralenties en 2021 par rapport à 2020, tout en restant à un niveau supérieur à celui de 2019. Il faut sans doute y voir l'impact de l'accélération de la transition numérique induite par les périodes de confinement.

L'incertitude subsiste quant à la pérennité de cette tendance : les créations vont-elles se maintenir à ce niveau en 2022 ou vont-elles progressivement retrouver celui de 2019 ?

Une étude réalisée sur un échantillon des plus grands ccTLD du CENTR montre en effet que les créations sont passées en 2021 de la fourchette 800 000 – 1 million noms par mois à la fourchette 600 / 800 000 noms qui était celle d'avant le Covid.



Si l'on considère les données plus en détail, on constate que c'est au T2 2021 que le « décrochage » a commencé par rapport aux performances de 2020. La situation s'est stabilisée et a progressé au 2ème semestre, mais l'expectative demeure.

5.2. Les dynamiques régionales des ccTLD

Les dynamiques régionales des ccTLD furent encore plus contrastées en 2021 qu'en 2020, reflétant les situations économiques des différentes régions du monde.

L'Asie-Pacifique a poursuivi sa descente aux Enfers avec une perte globale de 14 % en stock, soit environ 5 millions de noms de domaine. À l'opposé du spectre, l'Amérique latine et Caraïbes (+18 %) et l'Afrique (+15 %) ont accentué leurs croissances, de même que l'Amérique du Nord (+6 %). L'Europe a renoué avec une croissance positive (après la purge du .UK en 2020) qui reste comparativement modeste (+3 %).

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 frôle les 60 % et l'Amérique latine et Caraïbes les 10 %.

Données hors « penny » ccTLD	Stock (millions)			Variations (%)		Parts de marché (%)			
	2019	2020	2021	2020	2021	2019	2020	2021	21/20
Amérique du Nord	4,6	4,7	5,0	1,7 %	6,3%	3,5 %	3,8 %	4,0%	0,2
Amérique latine	8,6	9,7	11,5	13,5 %	18,3%	6,5 %	7,7 %	9,2%	1,5
Afrique	2,2	2,4	2,8	11,3 %	15,2%	1,7 %	1,9 %	2,2 %	0,3
Asie-Pacifique	43,7	35,7	30,9	- 5,4 %	-13,6%	33,1 %	28,5 %	24,7 %	-3,8
Europe	73,0	72,7	74,7	- 0,5 %	2,8%	55,3 %	58,1 %	59,8 %	1,7
TOTAL	**131,6**	**125,2**	**124,8**	**-0,9 %**	**-0,3%**				

Performances des ccTLD par régions ICANN (2020 – 2021)

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)
	2020	2021	2021	2021
.CA	3,0	3,2	6,8%	+ 0,2
.US	1,7	1,8	5,6%	+ 0,1
Autres	0	0	4,3%	-
TOTAL	**4,7**	**5,0**	**6,3%**	**+ 0,3**

Le ccTLD leader en Amérique du nord est le .CA (Canada) avec ses 3,2 millions de noms. Ce TLD a continué à bénéficier de l'accélération de la transition numérique au Canada, tandis que le .US renouait avec la croissance. Ces deux TLD sont les moteurs de la région.

Afrique	Stock (millions)		Var. (%)	Var. (M)
	2020	2021	2021	2021
.ZA (Afrique du sud)	1,2	1,3	7,9%	0,1
.IO (Terr. Brit. Océan indien)	0,6	0,8	34,3%	0,2
Autres	0,6	0,7	11,9%	0,1
TOTAL	**2,4**	**2,8**	**15,2%**	**0,4**

Le « leader » incontesté de la région Afrique est le .ZA (Afrique du sud), qui affiche une belle croissance de 8 %. Il est suivi par le .IO (Territoires britanniques de l'Océan indien) qui a crû de 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 (+12 %).

Amérique latine et Caraïbes	Stock (millions)		Var. (%)	Var. (M)
	2020	2021	2021	2021
.BR (Brésil)	3,8	4,8	26,1%	1,0
.CO (Colombie)	2,9	3,2	11,2%	0,3
.MX (Mexique)	1,4	1,3	-5,0%	-0,1
Autres	1,6	2,1	32,0 %	0,5
TOTAL	**9,7**	**11,5**	**18,3 %**	**1,8**

Les 3 ccTLD de référence dans la région Amérique latine et Caraïbes sont le .BR (Brésil) (+26 %), le .CO (Colombie) (+11 %) et le .MX (Mexique) (-5 %). 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 2021 c'est le Brésil qui a le plus contribué à la variation nette positive de la région.

Asie-Pacifique	**Stock (millions)**		**Var. (%)**	**Var. (M)**
	2020	**2021**	**2021**	**2021**
.CN (Chine)	19,0	13,8	-27,1%	-5,1
.AU (Australie)	3,2	3,4	5,0%	0,2
.IN (Inde)	2,4	2,6	10,0%	0,2
.JP (Japon)	1,6	1,7	3,9%	0,1
.IR (Iran)	1,4	1,5	8,2%	0,1
.KR (Corée du S.)	1,1	1,1	1,3%	0,0
.TW (Taïwan)	1,5	1,0	-30,4%	-0,5
Autres	5,7	5,8	2,3%	0,1
TOTAL	**35,7**	**30,9**	**-13,6%**	**- 4,8**

Le plus grand ccTLD en Asie-Pacifique est le .CN (Chine) dont les variations, positives ou négatives selon les années, dopent ou dégradent les performances de la région. Le .CN avait perdu 1,7 million de noms en 2020, mais d'après nos estimations sa perte se serait établie à un peu plus de 5 millions en 2021 (-27 %). Cette contre-performance écrase le solde net global de la région qui, sans le .CN, serait légèrement positif. L'autre ccTLD perdant beaucoup de stock est le .TW (Taïwan) avec – 500 000 noms (-30 %). Les autres grands ccTLD de la région sont en croissance, le .IN (Inde) atteignant même les +10 %.

Europe	Stock (millions)		Var. (%)	Var. (M)
TLD > 2M NDD	**2020**	**2021**	**2021**	**2021**
.DE (Allemagne)	16,7	17,2	2,8%	0,5
.UK (Roy.-Uni)	10,9	11,1	2,1%	0,2
.NL (Pays-bas)	6,1	6,2	2,0%	0,1
.RU (Russie)	5,0	5,0	1,1%	0,0
.FR (France)	3,7	3,9	5,8%	0,2
.EU (UE)	3,7	3,7	0,9%	0,0
.IT (Italie)	3,4	3,5	2,2%	0,1
.PL (Pologne)	2,5	2,6	2,2%	0,1
.CH (Suisse)	2,4	2,5	4,1%	0,1
Autres	18,5	19,2	3,7%	0,7
TOTAL	**72,7**	**74,7**	**2,8%**	**2,0**

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. Parmi les ccTLD de plus de 2 millions de noms, le .FR est celui dont la croissance a été la plus forte en 2021 (+6 %) ; aucun des ccTLD concernés n'a enregistré de perte en solde net en 2021. Les pertes les plus importantes ont été réalisées par le .Pф (Fédération de Russie) (-37 000 noms), le .SU (Union soviétique) (-40 000 noms) et le .SE (Suède) (- 89 000 noms).

Hormis le .FR et le .CH qui se détachent du peloton, le .RU (+1,1 %) et le .EU qui est à la peine avec ses +0,9 % (du fait de l'effet Brexit) la plupart des ccTLD de notre tableau sont assez proches de la moyenne régionale.

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 plus de 700 000. C'est le seul « IDN ccTLD » que nous ayons intégré dans notre tableau.

Volumes	AF	ALAC	AP	EU	AN	Total 2021	% 2021	% 2020
1 million ou plus	1	3	7	18	2	**31**	**13 %**	**12 %**
500 001 à 1 million	1	2	3	6	-	**12**	**5 %**	**5 %**
100 001 à 500 000	2	2	12	12	-	**28**	**11 %**	**12 %**
50 001 à 100 000	2	1	6	4	-	**13**	**5 %**	**6 %**
25 001 à 50 000	3	4	7	4	-	**18**	**7 %**	**5 %**
10 001 à 25 000	9	7	7	5	-	**28**	**11 %**	**11 %**
5 001 à 10 000	10	8	6	2	2	**28**	**11 %**	**12 %**
5 000 ou moins	28	22	28	7	1	**86**	**35 %**	**36 %**
TOTAL	**56**	**49**	**76**	**58**	**5**	**244**		
%	**23%**	**20%**	**31%**	**24%**	**2%**			

Ventilation des ccTLD par tranches de volume (2021)

Ce tableau met en évidence l'inégalité entre les régions, l'Europe représentant 50 % des ccTLD de plus de 1 million de noms (18 sur 31) et seulement 8 % des ccTLD de moins de 5 000 noms (7 sur 86).

Si la catégorie des « millionnaires » gagne 1 point en « poids », les autres restent assez stables. La médiane s'établit autour des 10 000 noms, les deux catégories les moins favorisées (moins de 10 000 noms) pesant 46 % en 2021 contre 48 % en 2020. Les trois catégories les plus favorisées (plus de 100 000 noms) représentent 29 % des ccTLD en 2021 comme en 2020.

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

5.3. 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 2021.

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 Tuvalus – « 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.

		2017	2018	2019	2020	2021
ccTLD	**Stock**	**117,3**	**121,7**	**127,5**	**124,9**	**124,9**
	Variation	*3,5*	*4,4*	*5,8*	*- 2,6*	*-*
	Var. (%)	*3 %*	*4 %*	*5 %*	*- 2 %*	*-*
Quasi-gTLD	**Stock**	**4,6**	**4,5**	**4,6**	**5,4**	**6,1**
	Variation	*0,1*	*-0,1*	*0,1*	*0,8*	*0,7*
	Var. (%)	*1 %*	*-1 %*	*3 %*	*17 %*	*13%*
Penny ccTLD	**Stock**	**24,9**	**31,3**	**48,6**	**41,2**	**27,4**
	Variation	*2,0*	*6,4*	*17,3*	*- 7,4*	*-13,8*
	Var. (%)	*9 %*	*26 %*	*55 %*	*- 15 %*	*-33%*
TOTAL	**Stock**	**146,7**	**157,5**	**180,6**	**171,5**	**158,4**
	Variation	*5,6*	*10,8*	*23,1*	*- 9,2*	*-13,1*
	Var. (%)	*4 %*	*7 %*	*15 %*	*- 5 %*	*-8%*

Performances des différentes catégories de ccTLD (2017 – 2021)

Tandis que les ccTLD « classiques » sont restés stables au global en 2021 (avec les variations individuelles évoquées ci-dessus) les quasi-gTLD ont pris 13 % et les « penny-ccTLD » ont perdu 33 % (principalement du fait de la purge sous .TK).

Les « penny ccTLD » se rencontrent seulement en Afrique et en Asie-Pacifique, comme le montre le tableau ci-dessous. Les chiffres indiquent qu'en 2021, contrairement à 2020, les « penny ccTLD » africains ont enregistré une belle performance (+37 % au global) en contraste saisissant avec ceux d'Asie-Pacifique (-74 % au global). Ces évolutions inversent les poids des deux régions en termes de « penny ccTLD ».

Données	**Stock (millions)**			**Variations (%)**		**Proportions (%)**			
« Penny » ccTLD	**2019**	**2020**	**2021**	**2020**	**2021**	**2019**	**2020**	**2021**	**21/20**
Afrique	19,6	15,0	20,6	- 23 %	37%	40 %	36 %	75%	+ 49
Asie-Pacifique	29,0	26,2	6,8	- 10 %	-74%	60 %	64 %	25%	- 49
TOTAL	**48,6**	**41,2**	**27,4**	**- 15 %**	**-33%**				

Performances des penny-ccTLD (2020 – 2021)

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 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.

6. 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.

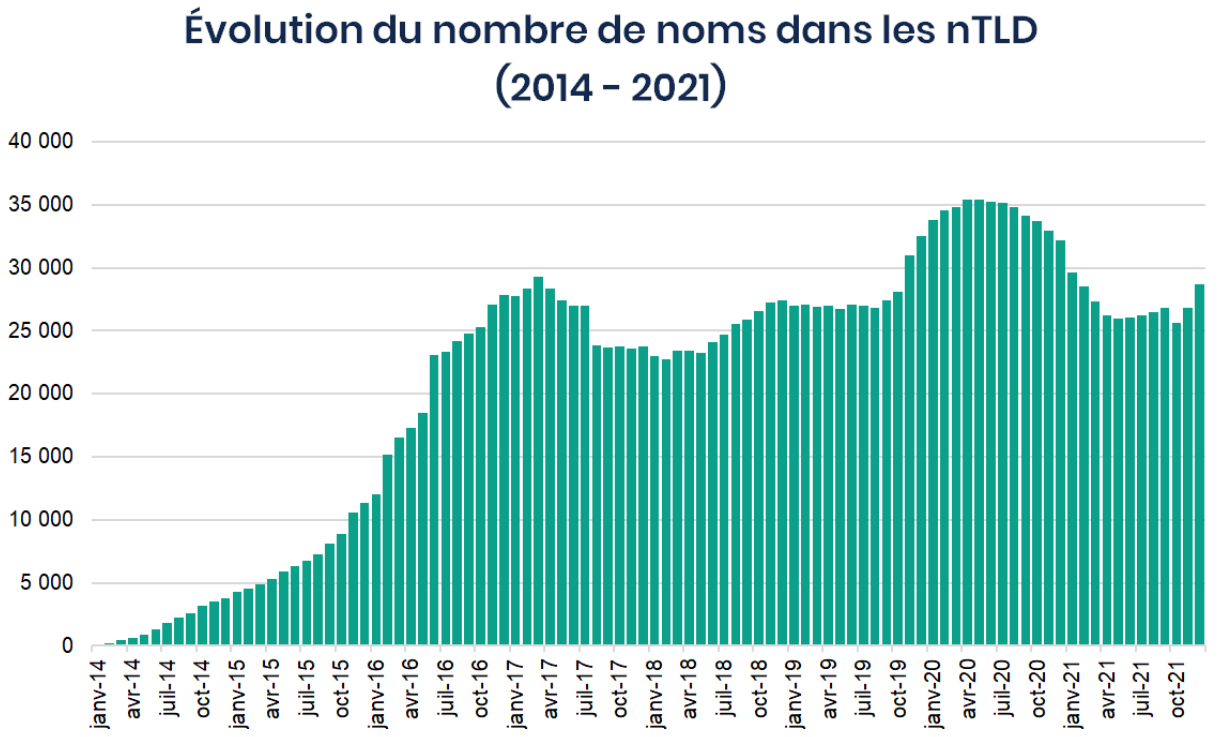
C'est pourquoi, après avoir présenté l'évolution globale des nTLD, nous étudierons en détail chacun de ces « segments » pour mieux cerner leurs dynamiques.

6.1. 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. À 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 1er semestre où la baisse s'est poursuivie, avec une stabilisation durant l'été et une reprise de la croissance à partir de l'automne.



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.

Le graphique ci-dessus montre qu'après la période de « lancement » (2014 – début 2017) le stock de nTLD s'est bon an mal an stabilisé dans la fourchette 23 millions – 30 millions. Le franchissement du seuil des 30 millions en 2022 serait donc un indice positif pour le développement des nTLD, s'il n'est pas dû à une nouvelle vague ponctuelle de créations.

Une grille d'analyse tenant compte des modèles et des spécificités des nTLD est donc indispensable pour mieux comprendre ce qui se passe.

6.2. 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 – 2021.

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

nTLD ayant changé de nature (2019 – 2021)

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.

6.3. 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. Sans doute les familles de nTLD vont 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	
	2020	2021	Var. abs	Var.	2020	2021	Var.	M. 2021	% M. 2021
Génériques	31 197	27 568	-3 629	-12%	16 931	15 629	- 8%	11 939	38%
Géographiques	859	961	102	12%	233	329	41%	632	74%
Marques ouverts	68	71	3	5%	23	38	67%	34	50%
Communautaires	57	45	- 12	-21%	3	2	- 24%	42	75%
Marques	32	34	2	7%	7	5	- 23%	29	91%
TOTAL	**32 212**	**28 679**	**- 3 533**	**-11%**	**17 196**	**16 004**	**- 7%**	**12675**	**39%**

Performances des segments de nTLD (2020 – 2021)

Les Génériques ont perdu 3 629 000 noms en stock, ce qui représente une baisse de 12 % et explique la variation négative des nTLD puisque les trois autres segments sont en hausse. Les Génériques ont aussi vu leurs créations chuter de 8 % en 2021 (3,6 millions de noms). Leur taux de maintenance reste au global assez faible à 38 %, mais ce sont les nTLD les plus « dynamiques » avec un taux de création de 57 % (15 629 / 27 568). Nous étudierons ci-dessous les performances individuelles de quelques « leaders » parmi ces Génériques.

Les Géographiques ont gagné 12 % en stock, avec une envolée de leurs créations (+41 %) et un taux de maintenance « confortable » à 74 %. Leur taux de création était à 34 % en 2021, ce qui est une belle performance pour ce segment.

Les .MARQUE ouverts ont crû de 5 %, avec de fortes créations (+67 %, taux de création de 54 %) et un taux de maintenance moyen (50 %).

Les Communautaires ont perdu 21 % en stock et 24 % en créations. Leur taux de création de 4 % montre qu'ils souffrent d'un sérieux problème de dynamique commerciale, que ne peut compenser un taux de maintenance à 75 %.

Les .MARQUE en fin ont gagné 7 % en stock tout en perdant 23 % en créations. Ce phénomène s'explique par un taux de maintenance très élevé (91 %) qui permet de compenser un taux de création assez modeste (15 %).

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)			
	2017	2018	2019	2020	2021	2018	2019	2020	2021
Communautaires	12	12	12	12	12	-	-	-	-
Géographiques	63	63	62	62	62	-	- 1	-	-
Génériques	506	511	517	524	526	+ 5	+ 6	+ 7	+ 2
Marques	633	622	594	573	555	- 11	- 28	- 21	- 18
Marques ouverts	1	1	2	2	2	-	+ 1	-	-
TOTAL	**1 215**	**1 209**	**1 187**	**1 173**	**1 157**	**- 6**	**- 22**	**- 14**	**- 16**

Évolution du nombre de nTLD par segments (2017 – 2021)

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 18 .MARQUE dont 2 convertis en Génériques.

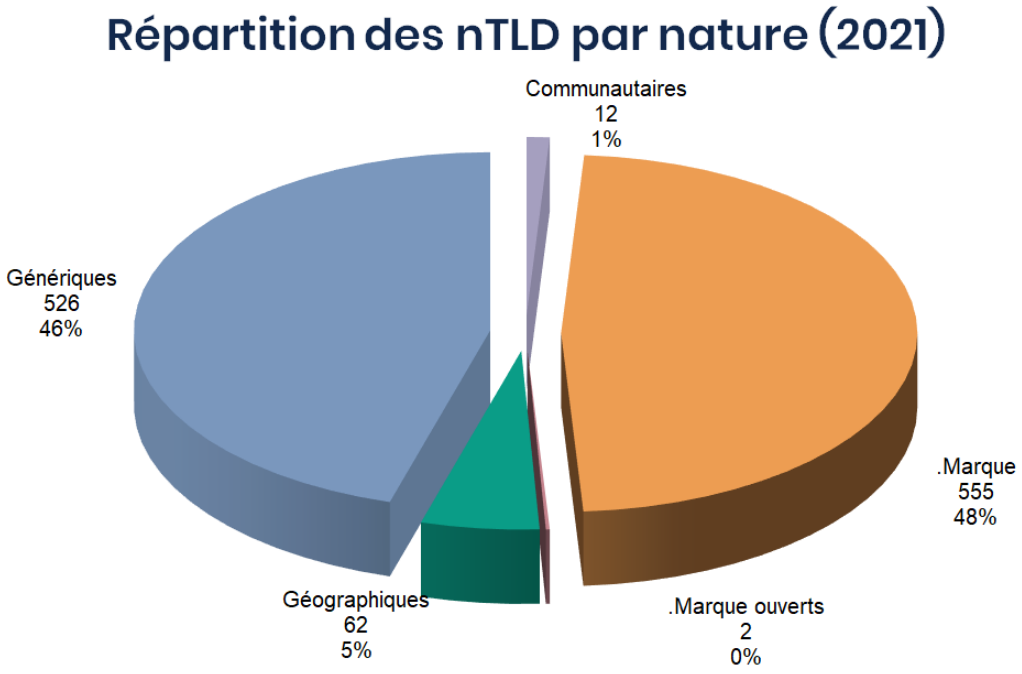
Les suppressions des .MARQUE obéissent à des logiques propres à leurs délégataires : réorientations dans les stratégies digitales des groupes concernés, changements de marques phares rendant obsolètes les .MARQUE concernés, ou tout simplement de créations défensives dès leur origine que leurs délégataires 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 ».

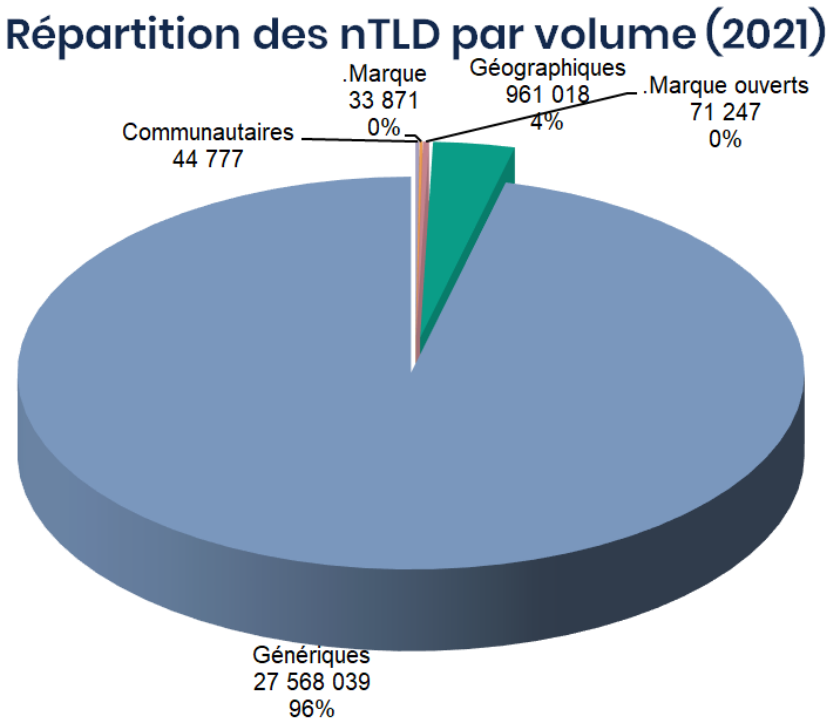
La tendance à la transformation de .MARQUE en Génériques devrait se poursuivre, pour 2 raisons :

- 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 poussent ceux-ci à pratiquer des stratégies de croissance externe en rachetant les nTLD disponibles à la vente.

6.4. 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.



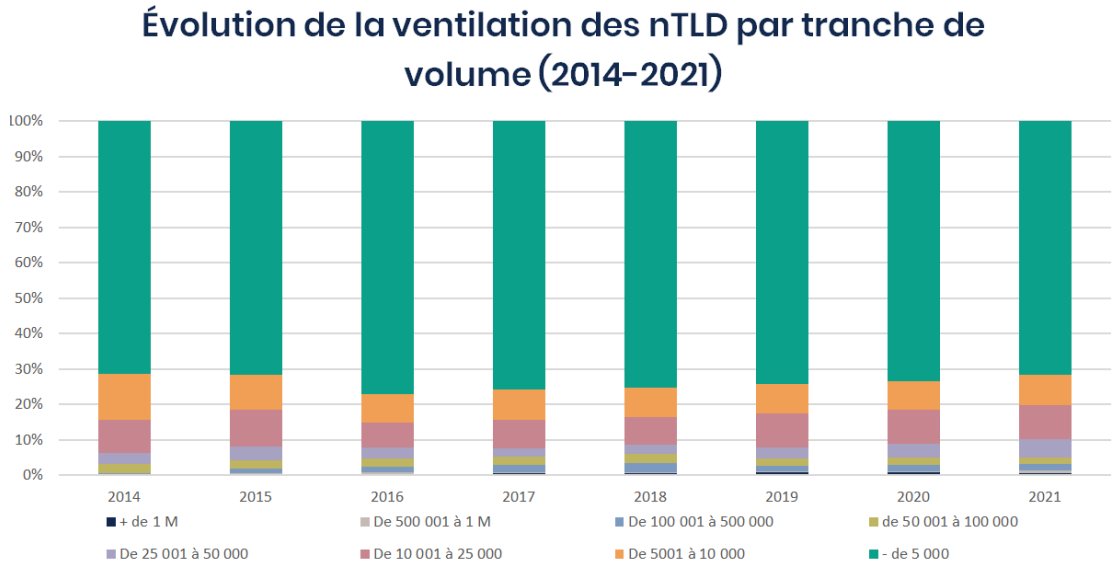


Ces deux schémas suffisent pour expliciter la variété des modèles économiques et des stratégies de chaque segment. Les .MARQUE répondent à des besoins internes, tandis que les Communautaires et les Géographiques ciblent des clients répondant à des critères d'appartenance ou de localisation. Les Génériques 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'ayant pas sensiblement varié depuis 2014.



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	%	2020
1 million ou plus	-	-	7	-	-	**7**	**1 %**	1 %
500 001 à 1 million	-	-	7	-	-	**7**	**1 %**	0 %
100 001 à 500 000	-	1	22	-	-	**23**	**2 %**	2 %
50 001 à 100 000	-	1	19	1	-	**21**	**2 %**	2 %
25 001 à 50 000	1	5	52	-	-	**58**	**5 %**	4 %
10 001 à 25 000	-	16	98	-	-	**114**	**10 %**	10 %
5 001 à 10 000	-	14	81	1	2	**98**	**8 %**	8 %
5 000 ou moins	11	25	240	-	553	**829**	**72 %**	74 %
TOTAL	**12**	**62**	**526**	**2**	**555**	**1 157**		
% - de 10 000 noms	**92 %**	**63 %**	**61 %**	**0 %**	**100 %**	**80 %**		
% - Rappel 2020	*92 %*	*60 %*	*64 %*	*0 %*	*100 %*	*82 %*		

Ventilation des nTLD par nature et par tranches de volume au 31/12/21

En excluant les .MARQUE qui suivent des logiques et des objectifs très différents, on obtient 276 TLD de moins de 5 000 noms (soit 46 % des TLD hors .MARQUE contre 50 % en 2018) et 372 TLD de moins de 10 000 noms (62 % 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 », près de 60 % des nTLD hors .MARQUE restent financièrement fragiles. C'est ce qui explique le mouvement de concentration, qui a été notamment marqué fin 2020 et début 2021 avec les rachats successifs d'Afilias par Donuts et de Donuts par Ethos Capital.

Il y a d'un côté les petits registres qui 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 clés du succès dans ce segment très fragmenté semble être soit de détenir quelques gros nTLD, soit d'en détenir beaucoup de petits.

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 $ 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.

6.5. Évolution des taux de maintenance par segments

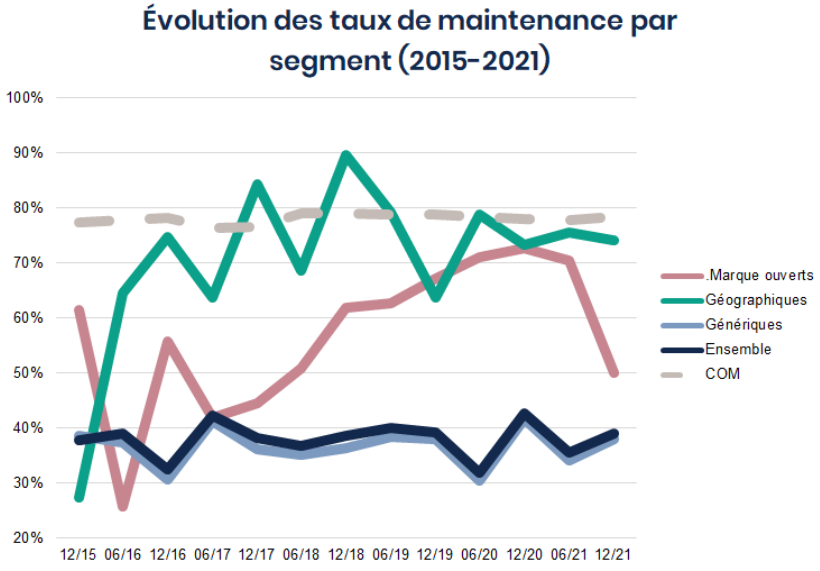
Les taux de maintenance sont un élément clé pour analyser le succès d'un TLD et ses chances de pérennité, et ceci d'autant plus qu'un nombre croissant de nTLD repose sur ce paramètre plus que sur ses créations pour assurer sa survie.

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

Le taux des .MARQUE ouverts est en forte dégradation en 2021 (de plus de 70 % à 50 %).

Les Géographiques ont vu leur taux de maintenance se stabiliser en 2021, proche des 75 %.

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



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

Les différents segments de nTLD présentent donc des dynamiques fortement contrastées. À la dynamique peut-être « excessive » des Génériques et des .MARQUE ouverts répond une certaine atonie des créations dans les autres segments combinée avec des taux de maintenance en général plus élevés.

6.6. 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 2021 l'étude réalisée en 2019 et 2020 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 trois ans d'activité au 31/12/21 (lancés avant le 31/12/18 et existant encore au 31/12/21) 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 2021 afin de permettre des comparaisons dans le temps.

6.6.1. 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 aux registres de se comparer par rapport aux TLD de même nature, tout en situant leur catégorie de nTLD par rapport à l'ensemble. Ainsi, 77 % des Géographiques (41/53) ont un Taux de maintenance supérieur ou égal à 76 %, contre 60 % des Génériques (270/450) (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	%	% 2020
86 % et plus	1	26	64	1	**92**	**18 %**	16 %
76 % à 85 %	5	15	206	-	**226**	**44 %**	31 %
66 % à 75 %	1	7	98	-	**106**	**21 %**	33 %
51 % à 65 %	-	4	52	-	**56**	**11 %**	11 %
50 % et moins	-	1	30	1	**32**	**6 %**	9 %
	7	**53**	**450**	**2**	**512**		

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'amélioration 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 : 62 % des nTLD se situaient entre 76 % et 100 % en 2021, contre 47 % en 2020 et 43 % en 2019. Ceci provient peut-être d'une réduction du recours à des campagnes promotionnelles en 2020, qui se traduirait en 2021 par une amélioration de la proportion de noms maintenus.

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.

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 enregistre la plus forte progression en 2021.

Entre 66 % et 75 %, les extensions ont du mal à stabiliser leur base de titulaires mais cette étape est souvent transitoire vers la catégorie du dessus (ce qui s'est produit en 2021, le poids de cette catégorie passant de 33% à 21%).

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) est une illustration de ce cas de figure). Cette catégorie est restée stable en 2021.

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 s'est effritée en 2021, sans doute pour les motifs exprimés ci-dessus (moindre recours aux campagnes promotionnelles).

Nos Penny nTLD se trouvent parmi les 32 extensions de cette dernière catégorie.

6.6.2. 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	% COMM	% Géo	% GEN	% M-O	Total	%	% 2020
51 % et plus	-	4	38	1	**43**	**8 %**	11 %
36 % à 50 %	-	3	116	-	**119**	**23 %**	22 %
26 % à 35 %	-	2	148	1	**151**	**29 %**	25 %
16 % à 25 %	2	18	90	-	**110**	**21 %**	24 %
15 % et moins	5	26	58	-	**89**	**17 %**	18 %
TOTAL	**7**	**53**	**450**	**2**	**512**		

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.

À l'inverse, 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 43 extensions ayant un taux de création supérieur à 51 %.

6.6.3.Identification des Penny nTLD de 2021

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	%
86 % et plus	**56**	26	5	3	2	**92**	**16 %**
76 % à 85 %	24	65	**89**	43	5	**226**	**44 %**
66 % à 75 %	5	11	40	**44**	6	**106**	**21 %**
51 % à 65 %	3	6	15	**26**	6	**56**	**11 %**
50 % et moins	1	2	2	3	**24**	**32**	**6 %**
TOTAL	**89**	**110**	**151**	**119**	**43**	**512**	
%	**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 %. Seule 1 extension répond à cette double exigence (contre 3 en 2020 et 7 en 2019).

On relève encore un phénomène visuel intéressant, déjà constaté en 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 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.

En 2021, les taux de création plus élevés ont fait « bouger les lignes » avec un décalage des valeurs maximales des lignes 66% à 75% (89) et 76% à 85% (44) qui ne se trouvent plus dans la « diagonale ». On peut pronostiquer qu'en 2022 la tendance structurelle pour les nTLD concernés sera au retour à un taux de création plus en lien avec leur taux de maintenance, et à une dégradation de celui-ci à la suite de l'appréciation du nombre de suppressions.

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	%	% 2020
86 % et plus	**531**	166	35	383	2	**1 117**	**4 %**	**8 %**
76 % à 85 %	164	636	**1 342**	535	210	**2 887**	**11 %**	**7 %**
66 % à 75 %	198	124	707	**1 249**	342	**2 620**	**10 %**	**10 %**
51 % à 65 %	32	52	1 125	**1 282**	782	**3 273**	**12 %**	**10 %**
50 % et moins	1	2	67	77	**16 206**	**16 353**	**62 %**	**65 %**
TOTAL	**926**	**980**	**3 276**	**3 526**	**17 542**	**26250**		
%	**4 %**	**4 %**	**12 %**	**13 %**	**67 %**			
% 2020	**3 %**	**4 %**	**13 %**	**14 %**	**66 %**			

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 26 millions pour un total général des nTLD de 29 millions. La différence s'explique par les nTLD non retenus car étant des .MARQUE et/ou n'ayant pas encore trois ans d'activité.

On retrouve assez logiquement la « diagonale » décrite ci-dessus, un peu biaisée en 2021. Le volume de noms des extensions en situation critique au point de vue stratégique ne représente que 1 000 noms de domaine. Quant aux deux catégories mentionnées ci-dessus comme étant susceptibles de connaître un « ajustement » en 2021, elles concernent environ 2,6 millions de noms soit 10 % du total.

Sans surprise, la catégorie des Penny TLD est celle qui contient le plus de noms : 16 millions en 2021 contre 15 millions en 2020, soit 62 % des noms déposés dans les nTLD sélectionnés (60% en 2020), et 55 % de l'ensemble des noms déposés dans des nTLD.

Ceci implique que 27 % environ (55 % x 50 % de taux de maintenance) (contre 25% en 2020) des noms déposés dans les nTLD sont appelés à disparaître en 2022, sans même prendre en compte ceux des extensions ayant connu de fortes créations et risquant donc de connaître de fortes suppressions dans les mois à venir.

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 – 24 en 2021 contre 21 en 2020 et 20 en 2019. Mais ce ne sont pas 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

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 2021, seuls 3 nTLD se sont qualifiés parmi les « penny-nTLD » pendant trois ans de suite : .ONLINE, .PRESS et .STORE. 15 autres se sont qualifiés deux ans sur les trois de notre étude : .CASA, .CLUB, .HOST, .KIM, .LINK, .SHOP, .SITE, .SPACE, .TOKYO, .TOP, .UNO, .WEBSITE, .WEDDING, .WORK, .XYZ. Le .ICU n'est apparu dans l'étude qu'en 2021.

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 2021 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.

6.7. 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.

6.7.1. 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 bénéfices 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 « Géo »** 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.

	Niveaux de tarifs envisagés			
Espérance de volume	**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.

6.7.2. 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 convoyer 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.

6.7.3. 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.

6.7.4.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.

6.7.5. 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.

6.7.6.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.

6.7.7. 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 profitabilité 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 « 1er 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.

6.8. 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 31/12/20 et/ou au 31/12/21.

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 56 % des noms déposés dans les 1 157 nTLD au 31/12/21, et 70 % des noms créés dans ces mêmes nTLD au cours de l'année écoulée (contre 71% en 2020).

Les stocks des deux catégories, panel et hors panel, ont connu des évolutions distinctes en 2021. Tandis que les « leaders » perdaient 28 % (notamment à cause des .TOP et .SITE), les autres nTLD gagnaient 26 % en stock. Le contraste est moins marqué pour les créations, avec respectivement -13 % et -7 %.

Le facteur expliquant ces deux comportements est le taux de Maintenance, qui passe de 40 % à 22 % pour les leaders et de 53 % à 78 % pour les autres. À l'inverse, les leaders bénéficient d'un excellent taux de création (70 %) tandis que les autres sont à 38 %, pour un taux de création de 56 % 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 », de l'autre des nTLD moins dynamiques mais suivant bien l'évolution « normale » d'extensions comptant plusieurs années d'existence et voyant leur taux de maintenance s'apprécier et leur taux de création décliner lentement.

	Stocks (milliers)			Créations (milliers)			%Créas	%Maintenance	
	2020	2021	Var.	2020	2021	Var.	2021	2020	2021
.XYZ	3 481	4 286	23%	2 624	3 231	23%	75%	29 %	30%
.ONLINE	1 895	2 110	11%	1 300	1 334	3%	63%	41 %	41%
.TOP	2 166	1 661	- 23%	1 240	1 212	- 2%	73%	25 %	21%
.SITE	1 755	1 253	- 29%	1 152	867	- 25%	69%	30 %	22%
.APP	1 000	1 217	22%	253	214	- 15%	18%	100 %	100%
.SHOP	821	1 107	35%	563	723	28%	65%	37 %	47%
.CLUB	1 250	1 070	- 14%	688	668	- 3%	62%	36 %	32%
.VIP	1 061	848	- 20%	417	300	- 28%	35%	45 %	52%
.STORE	530	756	43%	362	528	46%	70%	48 %	43%
.ICU	4 904	610	- 88%	2 695	457	- 83%	75%	45 %	3%
.LIVE	453	610	35%	291	370	27%	61%	22 %	53%
.BUZZ	576	561	- 3%	325	466	43%	83%	58 %	17%
.WORK	709	526	- 26%	443	282	- 36%	54%	39 %	34%
.BAR	116	502	332%	95	491	417%	98%	17 %	9%
.WANG	1 374	55	- 99%	382	11	- 97%	21%	95 %	3%
Total Top 500K	22 091	15 955	- 28%	12 830	11 154	- 13%	70%	40 %	22%
Autres	10 133	12 724	26%	5 193	4 849	- 7%	38%	53 %	78%
Ens. nTLD	32 224	28 679	- 11%	18 023	16 003	- 11%	56%	46 %	39%
% Top 500 K / ens. nTLD	69%	56%		71%	70%				

Performances des principaux nTLD (2020 – 2021)

Source : Rapports ICANN.

Panel composé de nTLD ayant détenu plus de 500 000 noms en portefeuille au 31/12/21 et/ou au 31/12/20.

Les 15 « Leaders » ne constituent pas un tout homogène. Comme le montre le tableau, les moyennes restent trompeuses : ainsi du .XYZ qui gagne 23 % en stock et en créations, ou du .SITE qui perd 29 % en stock et 25 % 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 clés d'appréciation aux différents acteurs.

- 4 (2 en 2020) sont supérieurs à la moyenne des nTLD en taux de Création (moyenne = 56 %) comme en taux de Maintenance (moyenne = 39 %). Ce sont les « stars ».
- 2 (6 en 2020) souffrent sur les créations tout en bénéficiant de taux de renouvellement plus élevés que la moyenne.
- 7 (8 en 2020) ont des taux de création supérieurs à la moyenne et des taux de maintenance inférieurs à la moyenne.
- 2 (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	*"Vaches à lait"* .APP .VIP	*"Stars"* .LIVE .ONLINE .SHOP .STORE
Tx de Maintenance < moyenne nTLD	*« Poids morts »* .WANG .WORK	*"Dilemmes"* .BAR .BUZZ .CLUB .ICU .SITE .TOP .XYZ

Matrice « B. C. G. » d'évaluation des penny-TLD (2021)

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. Les 4 « Stars » étaient ceux qui présentaient les meilleurs atouts en 2021. À l'inverse, le .XYZ qui est l'un des principaux moteurs de la croissance ces derniers mois 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.

6.9. 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 1er 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 11 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 31/12/21. Certaines transactions ayant pu avoir été rendues publiques depuis le 1er janvier 2022 n'ont pas été intégrées si leur entrée en vigueur était postérieure à cette date.

2021	COMM	GEN	GEO	CORP -O	CORP	Total	%
Ethos Capital (Afilias + Donuts)	5	280	5	-	114	**404**	35%
GoDaddy Registry	1	50	5	1	141	**198**	17%
Verisign	-	13	-	-	107	**120**	10%
CentralNic	1	63	5	-	29	**98**	8%
Nominet	1	26	6	-	54	**87**	8%
GMO Registry	-	1	6	-	41	**48**	4%
Google	-	27	-	-	19	**46**	4%
UNR Corp.	-	26	-	-	1	**27**	2%
ZDNS	-	15	-	-	6	**21**	2%
CORE	-	5	7	-	7	**19**	2%
Afnic	-	-	4	1	7	**12**	1%
Autres	4	20	24	-	29	**77**	7%
Total général	**12**	**526**	**62**	**2**	**555**	**1 157**	

Nombre de nTLD gérés par les principaux OTR au 31/12/21

Avec 404 nTLD en gestion, le groupe formé par les rachats successifs d'Afilias par Donuts et de Donuts par Ethos Capital contrôle 35 % des nTLD existant au 31/12/21, dont 53 % des Génériques et 21 % des .MARQUE (CORP). 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.

Le 2ème, GoDaddy Registry (qui a racheté Neustar Registry) gère 198 nTLD soit 17 %, étant leader sur les .MARQUE avec 25 % des extensions de ce segment.

Les parts de marché des suivants déclinent rapidement, le total des 11 leaders représentant 93 % des nTLD.

On peut voir grâce à ce tableau que certains OTR se sont plutôt spécialisés sur les Génériques (Google, UNR…) 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 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.

2021 – en milliers	COMM	GEN	GEO	CORP -O	CORP	Total	%
CentralNic	0	12 507	61	-	8	**12 576**	44%
Ethos Capital (Afilias + Donuts)	11	5 415	28	-	11	**5 466**	19%
GoDaddy Registry	5	2 391	82	7	4	**2 485**	9%
Google	-	1 987	-	-	0	**1 988**	7%
ZDNS	-	1 916	-	-	0	**1 916**	7%
Nominet	1	1 690	75	-	2	**1 767**	6%
GMO Registry	-	1 107	318	-	1	**1 425**	5%
UNR Corp.	-	389	-	-	0	**389**	1%
Afnic	-	-	37	64	3	**104**	0%
CORE	-	17	67	-	0	**85**	0%
Verisign	-	11	-	-	2	**13**	0%
Autres	28	139	293	-	2	**462**	2%
Total général	**45**	**27 568**	**961**	**71**	**34**	**28 679**	

Volumes de noms de domaine dans les nTLD gérés par les principaux OTR au 31/12/21

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 44 % de parts de marché (45 % des noms déposés dans les Génériques) alors qu'il ne gérait que 8 % 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 1er 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.

7. La répartition des noms de domaine dans le monde à fin 2021

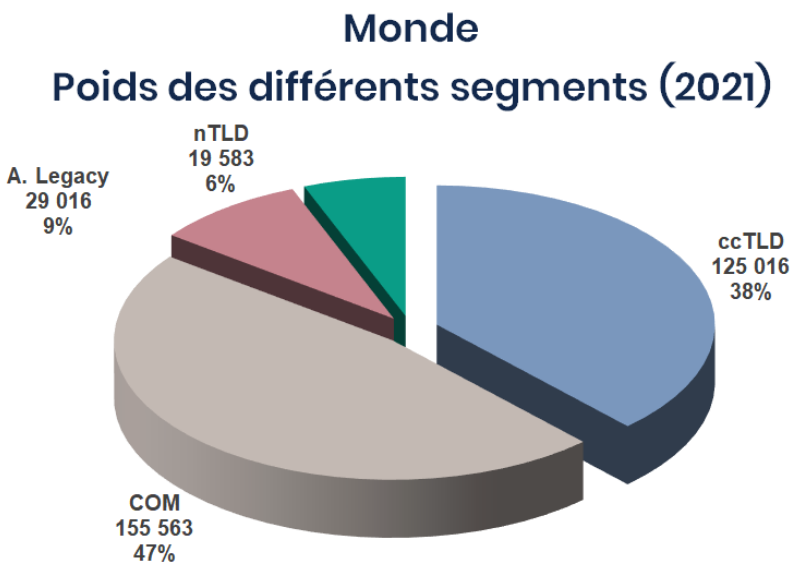
L'analyse de l'évolution des grands segments du marché des noms de domaine, Legacy TLD, ccTLD, nTLD, peut être complétée par l'étude de la répartition des stocks de ces mêmes segments dans les grandes régions du monde[2].

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.

7.1. Panorama d'ensemble

En 2021, le .COM était toujours le leader du marché avec 47 % de parts de marché (+ 2 points), suivi par les ccTLD (hors Penny) avec 38 % (- 1 point). Les deux autres segments, les Autres Legacy et les nTLD, représentaient respectivement 9 % et 6 % des noms déposés dans le monde (contre 9% et 7% en 2020).

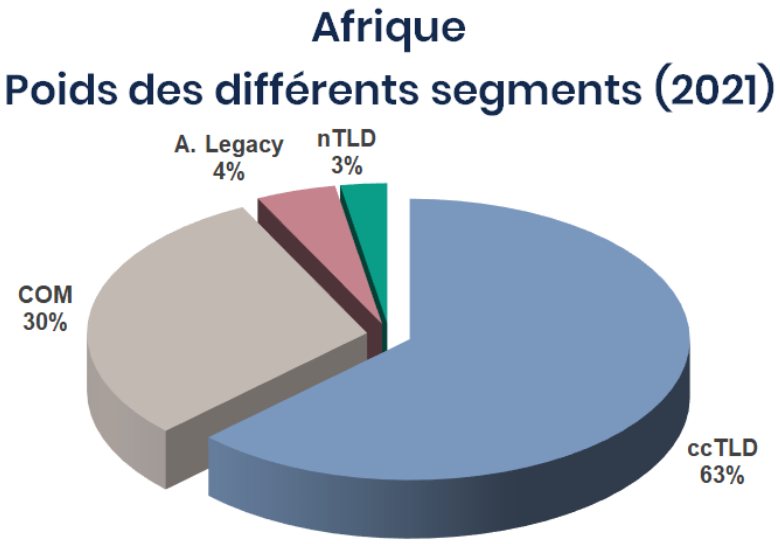


[2] Pour les COM, Legacy et nTLD la répartition des noms par régions des titulaires a été estimée grâce aux données fournies par ZookNic.

Comme nous allons le voir, ces données globales cachent des disparités régionales significatives, qui n'ont pas sensiblement évolué par rapport à 2020 car ce sont des caractéristiques structurantes du marché dans chaque région.

7.2. Poids des segments en Afrique

En Afrique, ce sont les ccTLD locaux qui sont leaders, avec 63 % de parts de marché (contre 60% en 2020 et 53 % en 2019), tandis que le .COM ne vient qu'en seconde place avec ses 30 % (contre 32% en 2020 et 38 % en 2019). Les Autres Legacy représentent 4 % (contre 5 % en 2020 et 6 % en 2019) et les nTLD restent marginaux avec leurs 3 % (3 % en 2019 et 2020).



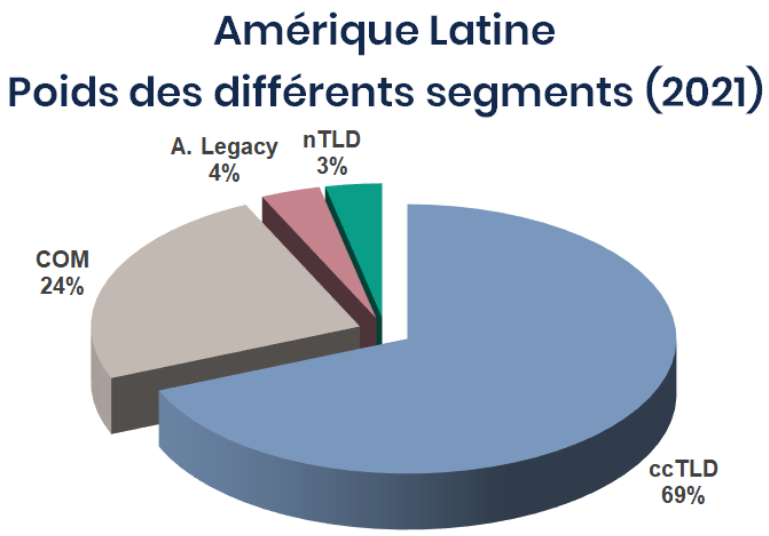
La mise en perspective des dynamiques locales, grâce à l'étude des tendances, montre qu'en Afrique les ccTLD ont le vent en poupe tandis que le .COM perd régulièrement du terrain (8 points en 3 ans). Ce résultat procède presque certainement d'un effort des registres africains pour se rendre plus attractifs face au .COM, même si certains, compte-tenu de leurs faibles volumes, ont encore du mal à aligner leurs tarifs sur ceux du .COM.

7.3. Poids des segments en Amérique latine

La physionomie du marché en Amérique latine a beaucoup varié en 2021 du fait d'une « purge » affectant des portefeuilles de nTLD appartenant à des titulaires situés au Panama (-2,4 millions de noms). Cette évolution brutale a significativement modifié les parts de marché des différents segments.

Ainsi, les ccTLD sont passés à 69 % (contre 60 % en 2020 et 56 % en 2019). Le .COM progresse légèrement (24 % contre 22 %) tandis que les Autres Legacy baissent modestement (4 % contre 5 % en 2020). Les plus impactés sont bien sûr les nTLD qui passent de 17 % à 3 %, leur niveau de 2019.

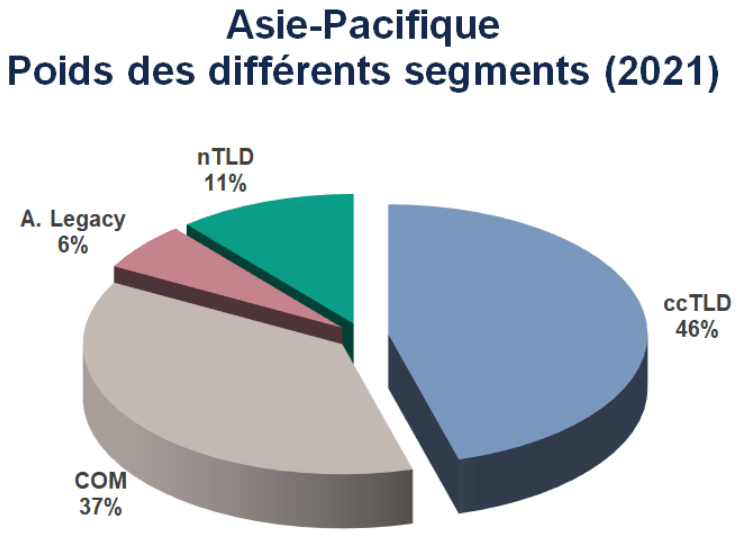
Rappelons toutefois que la répartition géographique « officielle » des noms est sujette à différents biais, notamment l'existence au Panama de registrars importants proposant des services de « proxy ». La part modeste des « Autres Legacy » (4 %), proche de celle qu'ils ont en Afrique, montre que les registres et registrars introduisant un biais sont fortement positionnés sur les nTLD, ce que la variation de 2021 a mis en évidence.



Au-delà des anomalies liées aux nTLD, les chiffres laissent à penser qu'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.

7.4. Poids des segments en Asie-Pacifique

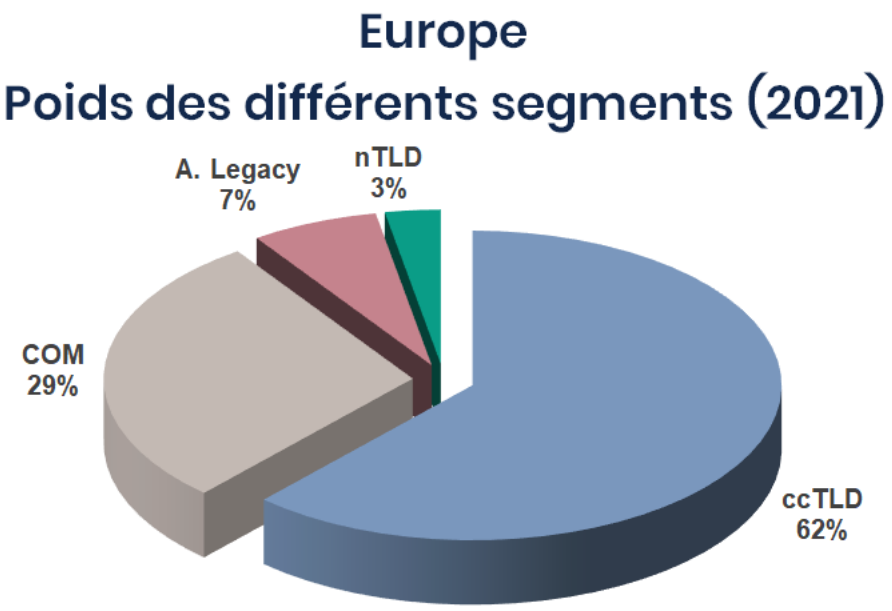
La situation en Asie-Pacifique est à peu de choses près identique à celle de l'Afrique et de l'Amérique latine : ccTLD leaders, mais de manière moins prononcée (46 % de parts de marché contre 51 % en 2020), suivis par le .COM (37 % en 2021 contre 30 % en 2020 et 27 % en 2019), des Autres Legacy (6 % contre 5 % en 2020) et des nTLD (11 % contre 14 % en 2020 et 16 % en 2019).



Comme nous l'avons vu ci-dessus, la baisse brutale des .CN et des .TW, mais aussi des nTLD, a significativement modifié les parts de marché locales en renforçant celles du .COM et marginalement, des Autres Legacy.

7.5. Poids des segments en Europe

C'est en Europe que la part des ccTLD a historiquement été la plus importante, avec 62 % (stable par rapport à 2019 et 2020). Le .COM est lui aussi très stable à 29 % (contre 29 % en 2020 et 27 % en 2019), de même que les Autres Legacy et les nTLD avec respectivement 7 % et 3 %.

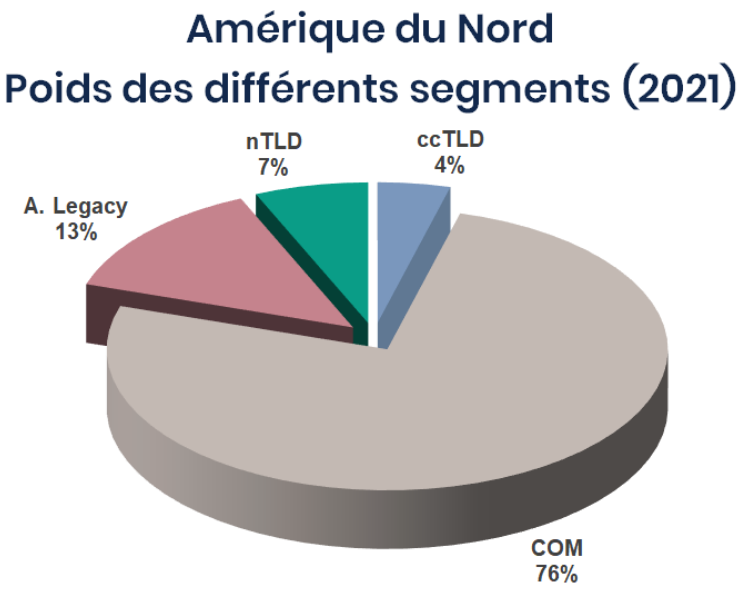


La physionomie du marché européen montre une nette préférence des utilisateurs de cette région pour leurs ccTLD locaux, le .COM représentant un peu moins du tiers des noms déposés. Mais les Autres Legacy et les nTLD restent marginaux – 10 % à eux deux – et ne paraissent pas près de percer.

Ce constat reflète aussi la puissance des réseaux de distribution et leurs propres prismes culturels (car ils mettent 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).

7.6. 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 (76 % en 2020 et 2021 contre 75 % en 2019) les autres segments dans la région Amérique du nord, laquelle pèse 36 % du marché mondial (contre 37 % pour l'Europe, 21 % pour l'Asie-Pacifique, 5 % pour l'Amérique latine et les Caraïbes, et 1 % pour l'Afrique).



Si la préférence nationale va aux ccTLD dans quatre des régions ICANN, ceux-ci sont tout-à-fait marginaux en Amérique du Nord (et surtout aux États-Unis). Le .COM détient les trois quarts du marché et les Autres Legacy affichent une part de marché de 13 % (contre 14 % en 2020) nettement supérieure à leur poids au niveau mondial. Les nTLD enfin sont à 7 % (contre 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 considérées en ordres de grandeur seulement. Les parts de marché des grands registrars américains

augmentant (cf. ci-dessous), le biais risque de s'accroître en proportion dans les années à venir.

7.7. 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 Legacy	nTLD	Total	Total 2020	Var. 2021
Afrique	2 888	1 376	214	124	**4 602**	*4 167*	9 %
Amérique Lat. et Car.	11 504	4 063	601	569	**16 737**	*17 154*	- 2 %
Asie-Pacifique	30 926	25 234	4 066	7 557	**67 783**	*79 622*	- 17 %
Europe	74 710	34 603	8 088	3 520	**120 921**	*118 089*	2 %
Amérique du Nord	4 988	90 287	16 047	7 813	**119 135**	*114 430*	4 %
TOTAL	**125 016**	**155 563**	**29 016**	**19 583**	**329 178**	*333 461*	- 1 %
TOTAL 2020	*130 378*	*149 797*	*29 093*	*24 193*	*333 461*		
Var. 2021	- 4 %	4 %	0 %	- 19 %	- 1 %		

Répartition (en milliers) des noms de domaine des différents segments de TLD par région ICANN (2021)

(*) 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 Legacy	nTLD	Total
Afrique	63 %	30 %	5 %	3 %	**100 %**
Amérique Latine et Caraïbes	69 %	24 %	4 %	3 %	**100 %**
Asie-Pacifique	46 %	37 %	6 %	11 %	**100 %**
Europe	62 %	29 %	7 %	3 %	**100 %**
Amérique du Nord	4 %	76 %	13 %	7 %	**100 %**
TOTAL	**38 %**	**47 %**	**9 %**	**6 %**	
TOTAL 2020	*39 %*	*45 %*	*9 %*	*7 %*	
Var. (en points)	*- 1*	*+ 2*	*0*	*- 1*	

Poids de chaque segment dans le total régional (2021)

	ccTLD	COM	Autres Legacy	nTLD	Total 2021	Total 2020	V. (pts)
Afrique	2 %	1 %	1 %	1 %	**1 %**	*1 %*	*0*
Amérique Lat. et Car.	9 %	3 %	2 %	3 %	**5 %**	*5 %*	*0*
Asie-Pacifique	25 %	16 %	14 %	39 %	**21 %**	*24 %*	*- 3*
Europe	60 %	22 %	28 %	18 %	**37 %**	*35 %*	*2*
Amérique du Nord	4 %	58 %	55 %	40 %	**36 %**	*34 %*	*2*
TOTAL	**100 %**	**100 %**	**100 %**	**100 %**			

Poids des régions dans le total de chaque segment (2021)

7.8. Topologie des registrars ICANN

Nous nous sommes penchés dans la présente rubrique sur les registrars ICANN, afin de répondre à une question née des tableaux ci-dessus : dans quelle mesure la répartition géographique des noms est-elle liée à la topologie du réseau de distribution, c'est-à-dire à l'implantation géographique des registrars eux-mêmes ?

Intuitivement, les deux phénomènes forment un cercle vertueux ou vicieux : une forte demande suscite l'émergence de registrars importants, et la présence de registrars importants permet en retour de proposer des offres à des prix avantageux susceptibles d'intéresser un plus grand nombre de clients. Ces dynamiques existent au niveau des pays et des régions ICANN.

Les registrars ICANN sont connus par les *Transaction Reports*, et leurs pays par la page *ad'hoc* du site de l'ICANN. Mais un retraitement est nécessaire pour les consolider (tous Legacy et nTLD confondus) en « Groupes » ou « holdings » pertinents. Il faut en effet tenir compte du grand nombre de registrars détenus par quelques Groupes, notamment ceux qui se sont spécialisés dans le « snapping » ou le « catching » de noms de domaine (la multiplication de registrars étant un facteur d'optimisation de leurs chances de récupérer les noms convoités).

Le tableau ci-dessous présente ces agrégats par régions ICANN, avec le volume de noms de domaine en gestion combinant les Legacy et les nTLD. Nous étudions plus loin chaque segment.

Total des gTLD	Groupes (*)	Nb ND gérés (**)	% Groupes	% ND gérés	Var stock 20/21
Afrique	9	167	2 %	0 %	+ 112 %
Amérique Latine et C.	15	1 351	4 %	1 %	+ 10 %
Asie-Pacifique	159	40 355	37 %	18 %	- 12 %
Europe	132	27 879	31 %	13 %	+ 6 %
Amérique du Nord	109	149 571	26 %	68 %	+ 5 %
TOTAL	**424**	**219 323**			**+ 2%**

Répartition des registrars ICANN par régions ICANN au 31/12/21

(*) Regroupements de registrars appartenant au même groupe, selon les rattachements déduits des informations disponibles.
(**) Volume de noms (en milliers) hors ccTLD gérés par les registrars concernés. Pour des raisons inconnues, 4 millions de noms sont « non affectés » à un registrar particulier et n'entrent pas dans ce décompte.

Les groupes de registrars se répartissent surtout entre l'Asie-Pacifique (37 % contre 36 % en 2020), l'Europe (31 %, stable) et l'Amérique du Nord (26 % contre 27 % en 2020). Hormis en Asie-Pacifique, les proportions sont restées quasi-identiques par rapport à 2019.

Bien que relativement moins nombreux, les registrars nord-américains pèsent 68 % des noms gérés (66 % en 2020), contre 18 % pour l'Asie-Pacifique (21 % en 2020) et 13 % pour l'Europe (12 % en 2020). L'Amérique latine et Caraïbes et l'Afrique ont un poids marginal tant en nombre de Groupes que de volumes de noms. La cause de ce déséquilibre tient à la taille des acteurs. En effet, comme le montre le tableau suivant, 15 (13 en 2020) des 30 Groupes gérant 1 million de noms ou plus sont situés en Amérique du nord, 7 en Asie-Pacifique (9 en 2020) et 8 en Europe (stable).

Volumes	AF	ALAC	AP	EU	NA	Total	% 2021	% 2015	Var. pts
1 million ou plus	-	-	7	8	15	**30**	**7 %**	**6 %**	**+ 1**
500 001 à 1 million	-	-	7	8	5	**20**	**5 %**	**4 %**	**+ 1**
100 001 à 500 000	1	5	33	27	11	**77**	**18 %**	**18 %**	**0**
50 001 à 100 000	-	1	6	13	8	**28**	**7 %**	**10 %**	**- 3**
25 001 à 50 000	-	1	10	20	13	**44**	**10 %**	**10 %**	**0**
10 001 à 25 000	-	2	20	12	9	**43**	**10 %**	**14 %**	**- 4**
5 001 à 10 000	3	-	22	13	11	**49**	**12 %**	**11 %**	**+ 1**
5 000 ou moins	5	6	54	31	37	**133**	**31 %**	**27 %**	**+ 4**
TOTAL	**9**	**15**	**159**	**132**	**109**	**424**			
%	**2%**	**4%**	**38%**	**31%**	**26%**				

Répartition des Groupes de registrars ICANN par régions ICANN et par volumes au 31/12/21

Ne sont pris en compte que les Groupes ayant au moins 1 nom en stock au 31/12/21

Les acteurs les plus significatifs du marché sont concentrés en Amérique du Nord, tandis que l'Asie-Pacifique et l'Europe accueillent des groupes de tailles plus modestes. Ainsi, si l'on considère les Groupes gérant 100 000 noms de domaine ou plus, la part de l'Amérique du Nord, qui est de 50 % des « Plus de 1 million », passe à seulement 24 % contre respectivement 23/37 % pour l'Asie Pacifique et 27/34 % pour l'Europe. Le développement du .COM n'a fait que renforcer cette tendance en 2021.

La liste des 10 Groupes leaders (Legacy et nTLD confondus) apporte un éclairage complémentaire à ce sujet :

Nom du Groupe	Région ICANN	Pays	Nb NDD (*)		Var.	Rang	Rang
			2021	2020	21/20	2020	2021
GoDaddy.com	AN	USA	**70,7**	69,0	+ 2,4%	1	**1**
eNom	AN	USA	**14,9**	15,6	- 4,7%	2	**2**
NameCheap	AN	USA	**13,5**	11,7	+ 15,5%	4	**3 (+1)**
Network Solutions	AN	USA	**9,6**	10,3	- 6,8%	5	**4 (+1)**
Alibaba Cloud Computing	AP	Chine	**9,4**	12,4	- 24,3%	3	**5 (-2)**
Google	AN	USA	**7,1**	5,7	+ 25,1%	6	**6**
NameBright	AN	USA	**5,8**	5,4	+ 8,0%	8	**7 (+1)**
Public Domain Registry	AP	Inde	**5,4**	5,5	- 3,2%	7	**8 (-1)**
GMO Brights Consulting	AP	Japon	**5,0**	4,8	+ 4,4%	10	**9 (+1)**
1&1 IONOS	EU	Allemagne	**4,7**	4,9	- 4,1%	9	**10 (-1)**
Autres registrars gérant + de 1M de noms	-	-	**36,4**	34,9	+ 20,4%	-	-
Autres registrars gérant - de 1M de noms	-	-	**41,3**	35,5	- 8.1%	-	-
TOTAL 10 « LEADERS »			**182,3**	**145,3**	**+ 0,5%**		
TOTAL GENERAL			**223,6**	**215,7**	**+ 1,7%**		
% 10 LEADERS			**82%**	**67%**			

Performances 2021 des 10 premiers groupes de registrars mondiaux

(*) Nombre de noms gérés en millions

Sur les 10 premiers groupes de registrars mondiaux, 6 sont Américains, 1 Chinois, 1 Indien, 1 Allemand et 1 Japonais. Le classement interne au TOP 10 a évolué mais pas sa composition.

Le grand leader est GoDaddy avec ses 71 millions de noms en gestion, représentant à lui seul 32 % des Legacy et nTLD confondus. Le second, eNom, est à 15 millions de noms, et seuls les 3 premiers ont plus de 10 millions de noms en stock contre 5 en 2020.

En termes de classement, le Chinois Alibaba a perdu deux places avec -24% en stock (effet du Covid sur les domainers chinois), l'Indien Public Domain Registry une place et l'Allemand 1&1 Ionos de même. De fortes progressions en stock peuvent être notées chez Google (+25 %) et Namecheap (+16 %) ainsi qu'au global chez les autres registrars gérant plus d'un million de noms mais ne faisant pas partie du TOP 10 (+20 %).

Ces chiffres peuvent être nuancés : par exemple, nous avons déjà indiqué que tous les clients de GoDaddy ne sont pas en Amérique du Nord. Le jeu des revendeurs mériterait d'être étudié de manière plus approfondie, mais les données manquent pour cela. Toutefois notre intuition actuelle, qui reste à confirmer, est que les revendeurs, étant des acteurs locaux de

tailles petite et moyenne, ont globalement tendance à rechercher un registrar proche d'eux par la langue, la culture, le régime juridique et… le fuseau horaire.

Un autre biais déjà mentionné est que certains registrars « domicilient » par défaut tous leurs clients dans un pays donné, pour éviter les soucis liés au RGPD.

Ainsi, nos chiffres ne peuvent être considérés qu'en ordres de grandeur et non en valeur absolue, la part réelle de titulaires situés dans d'autres pays que le registrar restant à évaluer. La part de l'Amérique du Nord devrait être minorée au profit des autres régions. Mais la clé de répartition poserait aussi problème en risquant de créer d'autres biais encore moins maîtrisés que les biais actuels.

Répartition des noms par origine géographique des titulaires et position géographique des registrars ICANN

Le tableau ci-dessous montre le différentiel entre la répartition des Legacy et nTLD par région des titulaires et par région des groupes de registrars. Lorsque ce différentiel est négatif comme en Afrique, en Amérique latine et en Europe, cela signifie que les noms sont enregistrés par des titulaires locaux via des groupes de registrars installés dans d'autres régions ICANN. Cela peut être le cas lorsqu'ils passent par des filiales locales consolidées dans le groupe avec le pays de celui-ci, mais aussi quand ils ont recours à des revendeurs travaillant avec lesdits groupes, lorsqu'il ne s'agit pas d'un service de « proxy » ou du système de « domiciliation automatique » en Amérique du Nord pratiqué certains grands registrars.

	Titulaires	Registrars	Delta Reg - Tit
Afrique	1%	0%	- 1
Amérique Latine et C.	3%	1%	- 2
Asie-Pacifique	18%	18%	0
Europe	23%	13%	- 10
Amérique du Nord	55%	68%	+ 13

Poids des régions ICANN dans le stock de noms déposés dans les COM, Autres Legacy et nTLD, en fonction du pays des titulaires et du pays des groupes de registrars

Le tableau démontre sans ambiguïté que la région Amérique du Nord draine les noms de domaine déposés dans les autres régions du monde, et particulièrement l'Europe. L'Asie-Pacifique est à l'équilibre, ce qui pourrait indiquer que les utilisateurs de cette région ont tendance à privilégier des registrars locaux et/ou que les grands registrars américains couvrent encore mal cette région. En Afrique comme en Amérique latine et Caraïbes, le différentiel est également au profit de l'Amérique du Nord.

La situation des régions « déficitaires » appelle un autre commentaire. Elle peut aussi être due à la faiblesse relative des extensions génériques par rapport aux extensions locales

dans ces régions. Ce contexte de marché ne favorise pas le développement de registrars nombreux et puissants comme en Amérique du Nord, ce qui conduit à un déséquilibre structurel. Le déficit constaté proviendrait alors de causes profondes liées aux différences entre les approches régionales en termes de nommage internet, qui seraient déterminantes pour la topologie des réseaux de commercialisation des noms de domaine.

Cette relation est d'ailleurs bijective. S'adaptant aux conditions locales du marché, le réseau de distribution conditionne en retour le développement des TLD, de la même manière que la culture des utilisateurs en matière de nommage, plutôt favorable aux gTLD ou ccTLD, influe sur la physionomie du réseau de distribution.

Performances des registrars par régions

Nous avons calculé les taux de création et taux de maintenance des groupes de registrars agrégés par régions ICANN, afin de mettre en évidence d'éventuelles disparités dans les dynamiques régionales (ceci sous réserve des biais mentionnés plus haut).

	Taux de création			Taux de Maintenance		
	nTLD	Legacy	Ensemble	nTLD	Legacy	Ensemble
Afrique	25%	88%	**86%**	21%	31%	**29%**
Amérique Latine et C.	74%	35%	**40%**	29%	71%	**66%**
Asie-Pacifique	66%	36%	**42%**	19%	66%	**51%**
Europe	45%	21%	**25%**	61%	83%	**80%**
Amérique du Nord	53%	22%	**25%**	56%	81%	**79%**
Monde	**56%**	**25%**	**29%**	**39%**	**79%**	**73%**

Performances des groupes de registrars par région ICANN d'appartenance

L'Amérique du Nord et l'Europe ont des taux de création relativement faibles par rapport aux autres régions – tous les deux 25 % au global, avec des dynamiques plus prononcées sur les nTLD que sur les Legacy, ce qui n'a rien d'étonnant vu l'ancienneté et le volume de noms existants dans ces derniers TLD. Ces taux de création s'accompagnent de taux de maintenance nettement plus élevés que ceux des autres régions : 79 % pour l'Europe, 80 % pour l'Amérique du Nord (les taux de maintenance des nTLD étant plus faibles que ceux des Legacy mais malgré tout sensiblement plus élevés que ceux des autres régions).

La situation est inverse dans les régions Amérique latine et Caraïbes et Asie-Pacifique, avec des taux de création très forts au global (40 % et 42 %) et des taux de maintenance relativement faibles (66 % et 51 %). L'Afrique présente une « anomalie » en 2021 liée à l'implantation aux Seychelles d'un registrar probablement axé « domaining » qui biaise les résultats (taux de création de 88 % pour les Legacy).

Nous avons ici une illustration de l'intérêt des taux de création et de maintenance comme indicateurs-clefs pour évaluer le niveau de développement d'un marché, d'une région, d'un TLD ou d'un registrar.

En Europe comme en Amérique du Nord, le marché des noms de domaine est plus « mûr » que dans les autres régions : les taux de croissance y sont plus modérés, conditionnés par des taux de création plus faibles compensés par des taux de maintenance plus élevés. En Asie-Pacifique et en Amérique latine et Caraïbes, les taux de croissance sont plus élevés mais aussi plus fragiles, les taux de création élevés induisant souvent des taux de maintenance plus faibles (suppressions massives consécutives à des vagues de créations massives). Très présent en Asie-Pacifique et notamment en Chine, le domaining vient accentuer cette tendance.

Un clivage existe donc entre des régions riches, ayant commencé à développer leur présence sur internet depuis plusieurs décennies, et des régions en cours de rattrapage.

Part des nTLD en stocks et en créations par régions des registrars ICANN

Le tableau ci-dessous s'intéresse à la part des nTLD dans les stocks et les créations (dans les extensions génériques) par régions ICANN.

	PdM stocks			PdM créations		
	2020	2021	Var. (pts)	2020	2021	Var. (pts)
Afrique	20%	3%	- 17	20%	1%	- 19
Amérique Latine et C.	12%	12%	-	22%	22%	-
Asie-Pacifique	32%	20%	- 12	42%	32%	- 10
Europe	14%	15%	+ 1	30%	27%	- 3
Amérique du Nord	9%	10%	+ 1	20%	22%	+ 2
Monde	**15%**	**13%**	**- 2**	**28%**	**25%**	**- 3**

Part des nTLD dans les stocks et dans les créations des groupes de registrars, par régions ICANN d'appartenance

Nous constatons qu'en 2021 la part des nTLD s'est réduite en stocks (-2 points à 13 %) comme en créations (-3 points à 25 %).

Si nous mettons de côté l'Afrique (le registrar des Seychelles se focalisant sur les Legacy « écrase » les nTLD dans cette région), nous voyons que l'Asie-Pacifique reste la région où l'appétence pour les nTLD est la plus forte, bien que cette appétence ait beaucoup régressé en 2021 (-12 points en stocks, -10 points en créations).

Vient ensuite l'Europe où les nTLD ont représenté 15 % du stock et 27 % des créations en 2021, puis l'Amérique latine et Caraïbes (12 %, 22 %) et l'Amérique du nord (10 %, 22 %).

La dynamique du segment des nTLD transparait dans le différentiel entre la part en créations et en stocks : tant que cette part est supérieure dans les créations, le segment est en développement. Si la configuration s'inverse, on pourra craindre une contraction des créations source d'asphyxie pour les nTLD.

S'il n'y avait que les créations, la part de marché des nTLD en stock se développerait à grande vitesse. Mais le taux de maintenance assez faible du segment, 39 % contre 79 % pour les Legacy, explique la difficulté des nTLD à s'imposer en termes de parts de marché.

Arbitrages entre Legacy et nTLD : les stratégies des registrars ICANN

Le tableau ci-dessous montre, par régions, combien de registrars commercialisent en 2021 les Legacy et les nTLD, les Legacy seulement, les nTLD seulement.

	Legacy + nTLD	Legacys	nTLD	Total
Afrique	7	2	-	9
Amérique Latine et C.	8	7	-	15
Asie-Pacifique	101	40	18	159
Europe	97	30	5	132
Amérique du Nord	59	48	2	109
Monde	**272**	**127**	**25**	**424**
%	**64%**	**30%**	**6%**	

Ventilation des registrars ICANN par régions et segments de gTLD commercialisés

Le premier constat qui saute aux yeux est que la grande majorité des groupes de registrars (64 %) se sont positionnés aussi bien sur les Legacy que sur les nTLD. Un tiers environ restent fidèles aux Legacy exclusivement ; une faible minorité (6 %) se concentre sur les nTLD.

Cette configuration peut expliquer en partie les difficultés rencontrées par de nombreux nTLD pour toucher leurs cibles. Ils sont en réalité en concurrence avec les Legacy dès l'étape des registrars, points de passage obligés pour la commercialisation.

C'est en Asie-Pacifique que l'on rencontre la plus forte proportion de registrars spécialisés dans les nTLD (11 %) et l'on peut intuitivement penser que ces registrars sont aussi ceux qui participent de l'activité de domaining si prisée dans cette région.

Le choix des registrars s'explique de deux manières complémentaires. Tout d'abord, les Legacy existaient bien avant les nTLD. De nombreux registrars se sont construits autour des Legacy et ne proposent les nTLD que comme une option supplémentaire. Ensuite, les Legacy, et surtout le .COM, présentent un profil de risque plus acceptable par les registrars que les nTLD : ils sont mieux connus des utilisateurs, et leur volatilité est moindre.

Le fait que 6 % seulement des registrars croient assez aux nTLD pour élaborer des offres exclusivement dédiées à ces extensions met en lumière l'échec relatif du programme ICANN qui visait à développer la concurrence et à ouvrir de nouveaux marchés. En réalité, ces marchés existent bien, mais ils dépendent trop pour se développer de registrars qui ne ressentent aucun intérêt stratégique à s'engager à leurs côtés et préfèrent limiter leurs risques en continuant à alimenter la dynamique du .COM.

L'augmentation programmée des tarifs du .COM pourrait à terme faire évoluer cet état de choses. Mais le différentiel est tel entre les 8,39$ du .COM et les prix devant être pratiqués par de nombreux registres de nTLD pour équilibrer leurs comptes, que cette évolution sera probablement très lente. À court terme, l'appréciation des tarifs du .COM profitera aux ccTLD beaucoup plus qu'aux nTLD.

7.9. Enseignements

Parmi les enseignements apportés par cette étude 2021 sur les dynamiques régionales tous TLD confondus, nous retenons 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 a le plus souffert en 2021 (-17 %), impactée par les pertes des .CN et .TW, comme par les purges des grands nTLD spéculatifs ayant été plébiscités par les domainers asiatiques avant la crise du Covid.

- L'Europe (+2 %) et l'Amérique du Nord portée par le .COM (+4 %) retrouvent une croissance positive.

- L'Amérique latine et Caraïbes est en léger déclin (-2 %), mais ceci est dû à la suppression de nombreux noms par un ou des titulaires situés au Panama (probablement des domainers positionnés sur les nTLD). Cette évolution négative ne reflète donc pas la dynamique réelle, positive, de la région.

- 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 des facettes complexes. D'un côté, il affiche une santé florissante et continue de drainer l'essentiel de la demande au détriment de ses « concurrents » génériques relégués dans son ombre. De l'autre, il peine à s'imposer face aux ccTLD, soit que les préférences locales favorisent ceux-ci, soit que le réseau de distribution pauvre en grands registrars ne lui permette pas d'acquérir une puissance de marché suffisante pour « inonder » certains pays. Le .COM dépend donc beaucoup du marché nord-américain, qui est lui-même en voie d'atteindre sa maturité et reste soumis à la conjoncture économique américaine. Trop d'analystes, depuis vingt ans, ont vainement prédit la « saturation » du .COM pour que l'on puisse s'aventurer à le qualifier de « colosse aux pieds d'argile », mais il est possible que sa situation soit moins brillante, stratégiquement parlant, qu'elle ne parait l'être. Les augmentations de tarif initiées en 2021 vont en outre contribuer à faire bouger les lignes, même si ce processus risque d'être lent.

- Dans toutes les régions, et pour tous les segments, se fait en effet sentir l'impact de la « topologie » du réseau de distribution. 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 en effet 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.

- Le segment des nTLD, et surtout les « Penny TLD » aux dynamiques si spécifiques, font évoluer la situation en Asie-Pacifique. Cette région est un peu atypique car combinant la préférence des utilisateurs pour les ccTLD avec l'appétence de grands domainers pour les nTLD. Comme 2020, l'année 2021 a vu ce segment et cette région particulièrement touchés, mais ce revers est lié aux circonstances. Il n'est pas certain que la tendance de fond soit réellement remise en question.

8. Événements saillants de 2021 et du début 2022

Les mutations du marché observées depuis 2015 se sont poursuivies en 2021, 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-clés de succès) ou d'innovation (nouveaux facteurs-clés 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 qu'en faisant appel au marché.
- À titre d'exemple, on peut mentionner CentralNic dont le développement fulgurant (un chiffre d'affaires doublant pratiquement tous les ans) s'appuie sur sa présence en bourse, l'émission régulière d'obligations et un endettement représentant au global 70 % de son actif total (chiffres au 30/09/21), ce qui est encore modeste en regard de la situation de GoDaddy (dettes globales représentant 99 % de l'actif total), de Tucows (79 %). Avec ses 49 %, United Internet AG est le moins endetté des grands acteurs cotés en bourse.
- L'absence d'horizon clair sur un « deuxième round » ICANN qui interdit aux acteurs de se projeter dans un schéma où le marché serait structurellement expansionniste, ce qui contribue sans doute à augmenter l'intérêt pour le rachat d'extensions.

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 ».

8.1. Un marché des TLD toujours actif

Les « mouvements » identifiés en 2021 et au 1er trimestre 2022 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.

8.1.1. Changements de délégataires / registres

Les rachats de nTLD ont été particulièrement actifs en 2021. Nous avons vu passer ces transactions rendues publiques :

- **UNR (ex Uniregistry)** vend en avril 2021 aux enchères 23 nTLD pour un montant supérieur à 40 M$. Les nTLD concernés sont : **.AUDIO, .BLACKFRIDAY, .CHRISTMAS, .CLICK, .COUNTRY, .DIET, .FLOWERS, .GAME, .GUITARS, .HELP, .HIPHOP, .HIV, .HOSTING, .JUEGOS, .LINK, .LLP, .LOL, .MOM, .PHOTO, .PICS, .PROPERTY, .SEXY, .TATTOO**. Parmi ceux-ci 10 sont acquis par **DotXYZ** (transaction validée par l'ICANN au T1 2022) : **.AUDIO, .CHRISTMAS, .DIET, .FLOWERS, .GAME, .GUITARS, .HOSTING, .LOL, .MOM** et **.PICS.**

- **DotXYZ** acquiert aussi le **.TICKETS**

- **ShortDot** acquiert le **.SBS**. Cette société détient aussi les **.ICU, .BOND, .CYOU** et **.CFD**

- **Donuts (Ethos Capital)** acquiert les **.MARKETS, .TRADING, .FOREX, .BROKER**.

- **CentralNic** acquiert les **.CASE et .RUHR**

- **PIR** (registre du .ORG) acquiert les **.CHARITY, .FOUNDATION** et **.GIVES** auprès de **Donuts** et le **.GIVING** auprès d'un tiers.

8.1.2. Opérateurs techniques / back-ends

Les changements d'OTR (hors transactions) sont plus rares qu'en 2020 :

- **InternetNZ** annonce que le **.NZ** est à présent géré sur la plate-forme **Fury** de **CIRA**

- **CentralNic** devient OTR du **.LONDON** (OTR sortant : **Nominet**)

- **GoDaddy** récupère le contrat de back-end du **.TV (Iles Tuvalus)** jusqu'à présent géré par **Verisign,** dans des conditions financières qui déplaisaient aux autorités des Iles Tuvalus.

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 sur 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 ;

- **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.

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

es 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 2021/2022.

- **Au 1er trimestre 2022, CentralNic** émet pour 15 M€ d'obligations pour financer de futures acquisitions. Dans le courant de l'année et début 2022, il acquiert, outre les TLD déjà mentionnés, le registrar chilien **NameAction** et le moteur de recherche allemand **Fireball.**

- **GoDaddy** lève 800 M$ pour financer de futures acquisitions et rachète **MMX** (ex **Minds+Machines**) et ses 28 TLD pour 120M$, ainsi que le **.CLUB** et le **.DESIGN.** Il est le premier registrar ICANN à réaliser plus de 1 milliards de $ de chiffres d'affaires en un

trimestre : la performance a été réalisée au T4 2021. Au total, le chiffre d'affaires 2021 de **GoDaddy** s'est établi à 3,8 milliards de $ en progression de 15 % par rapport à 2020. À la fin 2021, la capitalisation boursière de la société était d'environ 14 milliards de $ contre 28 milliards de $ pour Verisign. L'entreprise réalisait 67 % de son chiffre d'affaires aux Etats-Unis. Le segment Noms de domaine représentait 46 % de ses revenus, le segment Hébergement et présence internet 36 %, le segment « Business Applications » 18 %, en progression constante depuis 2013.

- Le fonds d'investissement **Starboard** prend une participation de 6,5 % au capital de **GoDaddy** (décembre 2021).

- Le fonds d'investissement **Clearlake** acquiert pour 3 MM$ le groupe **Endurance International** (Domain.com, Hostgator, BlueHost, Constant Contact, Reseller Club, Big Rock)

- **SquareSpace** (registrar ICANN) entre en bourse à New-York (code SQSP).

- Ce qui reste d'**Afilias** après la cession des activités de registre et OTR à **Donuts** se rebaptise **Altanovo.** La structure comprend le registrar **101Domain, DeviceAtlas** (édition de logiciels pour téléphones mobiles) et **Afilias Domains N°3 Ltd** qui a porté la candidature pour le .IRISH

- Le registrar **TUCOWS** acquiert la technologie OTR **d'UNR (ex-Uniregistry).**

- **DomainTools** acquiert **Farsight Security**, spécialisée dans la collecte et le monitoring de données relatives au trafic DNS.

- **MMX** décide de se retirer de la cotation et d'abandonner le **.BUDAPEST.**

- **DAN.com** lance un réseau (**Open Domain Distribution Network**) visant à rassembler un stock potentiel de 30 millions de domaine disponibles à la vente sur le second marché. DAN.com agirait comme intégrateur de cette base sur laquelle se connecteraient des partenaires intéressés à la revente de ces noms : registars, registres, places de marché etc.

8.3. 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. Les actions de communication ou les lancements de nouvelles

solutions semblent s'être un peu ralenties en 2021, conséquence probable des perturbations induites en 2020 par les périodes de confinement.

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

8.3.1. Data, Sécurité et Monitoring

On voit de plus en plus se développer des offres situées au confluent des problématiques de **Data (et particulièrement le WHOIS), de Sécurité et de (Brand)Monitoring.**

- **SIDN** décrit une nouvelle technique d'attaque, le **« smishing »,** consistant à mener des actions de phishing par SMS

8.3.2.Innovations mises sur le marché ou en préparation

L'année 2021 a vu apparaître certaines innovations ou évolutions dans l'organisation de grands acteurs :

- **GoDaddy** lance sa division **GoDaddy Corporate Domains** à l'intention des grands comptes. Le groupe se positionne manifestement comme un acteur important du « 2e round » puisqu'il a aussi une division back-end, **GoDaddy Registry**, créée il y a quelques mois à partir de **Neustar Registry**.

- **CZ.NIC** lance une nouvelle application mobile baptisée **« MojeID Klic ».** Cette application est destinée à permettre aux utilisateurs de MojeID d'accéder aux services publics accessibles via la NIA (National Identification Authority) et remplace le « mojeID Authenticator ».

8.3.3.Infrastructures

- **Google Cloud** lance **Cloud Domains**, service de gestion centralisée des noms de domaine via **Google Cloud Platform.**

9. Conclusion et perspectives

L'année 2021 a été marquée par la sortie de la période la plus aigüe de la crise sanitaire qui avait dominé 2020. Cette « sortie », pour le marché des noms de domaine, a été perceptible à partir du milieu de l'année pour la plupart des segments : dès le 2ème trimestre pour les ccTLD, au 3ème trimestre pour les Legacy et les nTLD.

Ce « retour à la normale » est aussi visible dans les taux de croissance annuels, qui tendent à retrouver leurs niveaux de 2019. L'accélération de la transition numérique aura-t-elle un effet pérenne sur le marché ou n'aura-t-elle été qu'une brusque poussée de fièvre dictée par les circonstances ? L'impression actuelle est qu'elle reste perceptible dans les ccTLD plus que dans les Génériques, mais ce phénomène pourrait s'estomper définitivement en 2022.

La crise sanitaire a joué le rôle de « révélateur » pour certains aspects du marché. Ainsi, la descente aux Enfers des .CN et .TW trahit leur fragilité et le fait que leurs volumes étaient plus causés par des pratiques spéculatives que par des usages réels. Les ajustements de ce genre sont réguliers, touchant aussi les « penny-TLD » qu'ils soient des ccTLD ou des nTLD. Ces « purges », aussi spectaculaires qu'elles puissent être, n'affectent pas les dynamiques réelles du marché.

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 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 est emblématique du premier, 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 va donc se poursuivre, tant au niveau des TLD que des OTR et des registrars. Bien que censée promouvoir la concurrence, l'ICANN ne s'est pas opposée à la constitution du groupe Donuts/Afilias repris par Ethos Capital, alors qu'il gère ou détient à présent plus de 50 % des nTLD créés depuis 2012.

Ce phénomène de concentration procède donc probablement de deux causes préoccupantes : d'une part, le marché s'asphyxie progressivement faute de sang neuf (qui serait représenté par la création constante de nouvelles extensions). D'autre part, 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.

Verisign ne se fait pas racheter et ne rachète personne, parce que des acquisitions compromettraient son taux de marge. Mais beaucoup d'autres acteurs, alimentés – ou maintenus sous perfusion – par leurs investisseurs, doivent en permanence lutter contre des taux de rentabilité trop faibles et des taux d'endettement particulièrement élevés. Les incertitudes pesant sur le marché après la triste « euphorie » causée par la crise sanitaire restent importantes : conséquences de la crise mais aussi de la guerre en Ukraine sur l'économie mondiale ; équipement des utilisateurs peut-être proche de la saturation dans certains pays notamment ceux de l'Amérique du Nord ; absence de relais de croissance au sein même du marché ; risque latent d'une évolution tendancielle de la demande à la baisse (raréfaction des créations induite par un taux d'équipement élevé, par l'émergence d'autres systèmes de nommage ou par les aléas de la situation économique mondiale).

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. Des groupes comme Ethos Capital ou CentralNic possèdent leurs propres registrars, tout comme GoDaddy s'est elle-même dotée de l'arsenal de l'OTR en rachetant Neustar Registry. Mais chacun sait au fond qu'il risque de rester longtemps « challenger » là où il n'est pas leader. Les registrars d'Ethos et de CentralNic sont « écrasés » par GoDaddy, qui devra elle-même consacrer beaucoup de temps et d'efforts pour menacer la position dominante de ses concurrents en tant que registre et OTR. La tentation est sans doute très forte, pour ces acteurs, de chercher à marier leurs forces pour former des groupes performants sur tous les tableaux, à tous les niveaux.

Des acteurs autrefois extérieurs au marché s'y montrent de plus en plus présents. On note avec intérêt les progrès de Google Registrar ou de Wix en termes de parts de marché, ces deux sociétés se plaçant parmi les 10 plus grands registrars ICANN. Peut-être le marché des noms de domaine 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, tout comme la fusion entre GoDaddy et Ethos ou le rachat de CentralNic par l'un ou l'autre.

	2020	2021	Var %
CentralNic	1,4	2,4	+76%
GoDaddy	10,9	12,5	+14%
OVH	-	3,0	-
Tucows	0,6	0,8	+23%
United Internet A. G.	6,7	6,8	+1%
Verisign	18,0	24,7	+37%

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 tels événements se matérialisent à plus ou moins long terme, en conjonction notamment avec le 2nd round ICANN qui se fait malheureusement de plus en plus hypothétique à mesure que le temps passe. Mais ce 2nd round serait-il la panacée qui apporterait au marché le « sang neuf » évoqué ci-dessus, ou serait-il une simple bouffée d'oxygène aboutissant *in fine* à une reproduction des effets du 1er round. Des nTLD frappés d'aérophagie sans usages réels, des .MARQUE restant pour beaucoup « sur étagère », des nTLD de niche peinant à trouver leurs marché et finissant par se faire racheter par des groupes engagés dans une course à la taille critique, sans trop savoir où elle se situe ? Les 53 % de nTLD génériques aujourd'hui détenus ou gérés par Ethos Capital ne témoignent-ils pas d'un malaise dans l'organisation générale du marché des noms de domaine ?

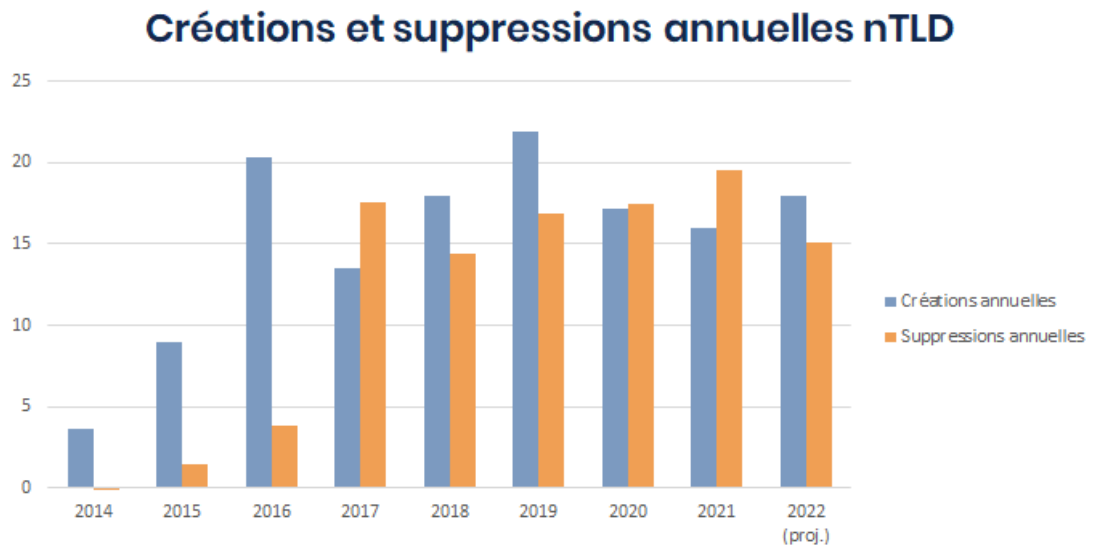
À court et moyen terme, les grandes lignes des conclusions des années précédentes restent valables. La gageure pour l'ensemble du marché des noms de domaine est toujours de sortir d'un mode « binaire » où dominent le .COM en Amérique du Nord et les ccTLD dans les autres régions. Faute de trouver des 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 2022

L'ensemble des segments du marché devraient être en croissance en 2022, sauf les Autres Legacy qui continueront sans doute leur lent déclin.

Les nTLD ont renoué avec une forte dynamique de créations depuis l'été 2021. Bien que cette dynamique soit fragile, surtout alimentée par quelques grands penny-nTLD, il est probable qu'elle va se maintenir en 2022. Ce phénomène se combinera avec une baisse des

suppressions consécutive à la baisse des créations de 2021. Le solde net sera donc positif en 2022, même s'il est encore trop tôt pour savoir s'il sera très positif ou proche de l'équilibre.

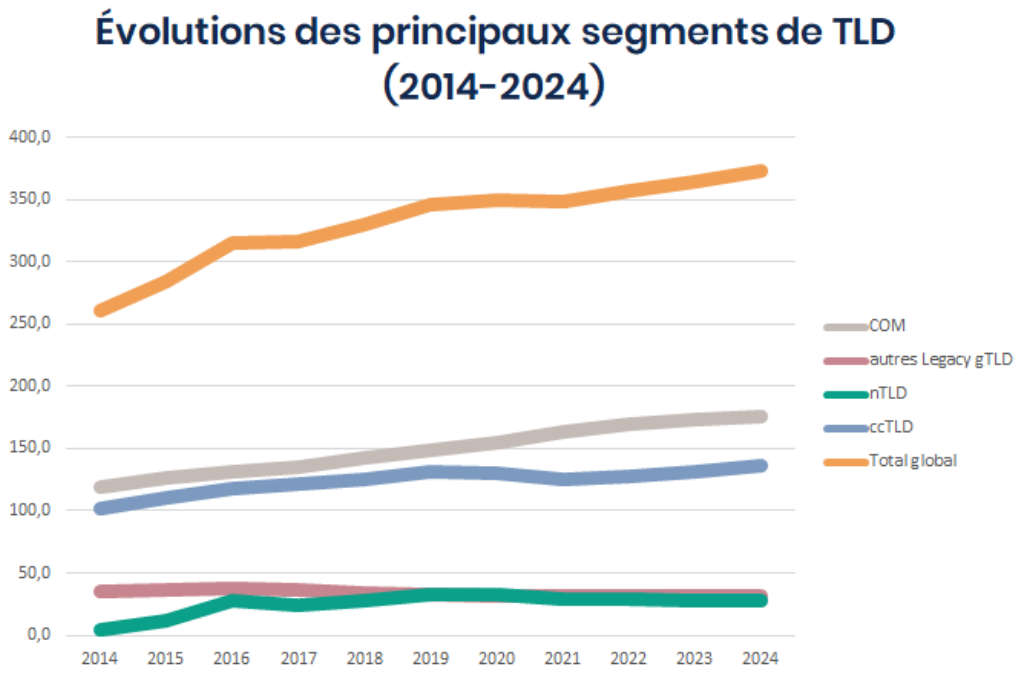


Le .COM devrait lui aussi continuer à progresser, en dépit des augmentations tarifaires qui le ralentiront progressivement et dont l'effet se fera surtout sentir au 4e trimestre (à ce moment-là, tous les noms déposés avant le 1er septembre 2021 auront dû être renouvelés dans le nouveau tarif, sauf les multi-années et hors opérations promotionnelles de Verisign). Sa croissance devrait s'établir dans la fourchette 3 – 5 %.

Les Autres Legacy devraient poursuivre leur déclin, sauf campagnes promotionnelles agressives dont on sait ce qu'elles donnent sur le moyen terme.

Les ccTLD devraient rester en croissance positive, tout en revenant à des niveaux proches de ceux de 2019. L'inconnue est ici représentée par le .CN : continuera-t-il à perdre beaucoup de 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.



Le marché dans son ensemble repartirait à la hausse en 2022 après le « temps mort » de 2020 et 2021, le .COM poursuivant sur sa lancée en ralentissant lentement, les ccTLD reprenant du terrain et les deux autres segments peinant à connaître une croissance significative.

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

Face à ces conditions de marché compliquées car peu lisibles à moyen long terme, les 2 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 impérative 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 ».