

GUIDE
PRATIQUE

afnic

Internet
made in France

- Migrer son site internet vers une adresse en .fr

● Sommaire

Introduction	03
Choisir de communiquer avec une adresse internet en .fr	04
Comment enregistrer un nom de domaine en .fr ?	05
Migrer son site internet en .fr : mode d'emploi	06
Les 6 étapes	07
2 À 3 MOIS AVANT 07	PROCÉDER AUX VÉRIFICATIONS TECHNIQUES..... 10
CONFIGURER LE NOUVEAU NOM DE DOMAINE 07	SUIVRE LES PERFORMANCES 11
CARTOGRAPHIER LES URL 07	RÉCUPÉRER L'AUTORITÉ 11
ÉTABLIR LE PLAN DE REDIRECTION 08	

● Introduction

Une adresse internet, ou nom de domaine, constitue le pilier d'une présence en ligne maîtrisée et indépendante.

Le choix du nom de domaine revêt une importance capitale pour l'identification, la mémorisation et le référencement naturel, tout comme son extension (.fr, .paris, .net, etc.), qui permet de communiquer d'autres informations essentielles à vos visiteurs : localisation, langue, culture, secteur d'activité, savoir-faire.

Votre nom de domaine doit être choisi en fonction de vos objectifs commerciaux et de votre public cible.

Vous êtes basé en France ? Vous souhaitez afficher votre savoir-faire français ?
Votre site est en français ? La majorité de vos clients sont en France ?

Alors votre adresse internet principale se doit d'être en .fr. Si ce n'est pas le cas, découvrez les bonnes pratiques et étapes clés pour migrer avec succès votre site web.



Zoom sur...

LA STRUCTURE D'UN NOM DE DOMAINE

Une adresse internet se compose d'un préfixe « www » (World Wide Web) et d'un nom de domaine.

Ce nom de domaine est lui-même composé d'une chaîne de caractères et d'une extension.

www.

préfixe

réussir-en

● nom de domaine

.fr
extension

● Choisir de communiquer avec une adresse internet en .fr

Communiquée à l'oral, imprimée sur une carte de visite ou une publicité et même jusque dans les résultats d'un moteur de recherche, **l'adresse de votre site web, notamment par son extension, fournit déjà des informations précieuses sur votre activité**, sur ce que vous proposez. Selon son choix, elle peut susciter l'intérêt ou ébranler la confiance de vos visiteurs.

Contrairement à des extensions génériques comme le .com ou le .net, le .fr souligne l'origine géographique et la langue employée. À sa lecture, l'internaute sait qu'il trouvera du contenu, un produit ou un service dans le cas d'un site marchand, répondant à ses besoins et qui respecte les réglementations qui protègent les consommateurs en France. **Une adresse en .fr peut favoriser et cultive donc une certaine proximité avec votre cible.** Ce positionnement clair et cohérent est également un gage de confiance pour communiquer, vendre et fidéliser en ligne : **90% des Français font confiance aux adresses internet en .fr¹.**

Opter pour le .fr, c'est aussi valoriser un certain savoir-faire « à la française » reconnu à l'international : qualité, créativité, innovation, transparence. Le .fr est l'extension de référence pour toute organisation se revendiquant comme française. C'est un levier d'attraction et d'acquisition agissant tant localement qu'en dehors des frontières.

Côté référencement, les moteurs de recherche développent des algorithmes qui calculent, entre autres, la confiance que les utilisateurs peuvent avoir en certains sites web. **Ce facteur est donc indispensable pour gagner des clics et remonter dans les résultats des moteurs de recherche.**

Pour un site web dont le contenu est en français, une adresse en .fr est un atout majeur pour viser une audience qui réside au sein de l'Hexagone. Cela est lié à la cohérence entre un site en .fr et le fait qu'un utilisateur soit géolocalisé en France ...



L'avis de l'expert
QUENTIN FILY, CONSULTANT SEO (HYFFEN)

Choisir un .fr, c'est un signal de cohérence fort pour les moteurs de recherche. Un site en .fr a souvent un léger avantage de visibilité sur les requêtes localisées en France, car il renforce la pertinence géographique et la confiance accordée par les utilisateurs. Le .fr favorise ainsi la visibilité locale et la crédibilité du site avec une meilleure adéquation entre l'intention de recherche et la zone ciblée, surtout si vous avez une stratégie internationale avec une extension de domaine par pays



Le .fr favorise la visibilité locale et la crédibilité

L'AFNIC S'ENGAGE

Le .fr est un bien commun, géré depuis plus de 25 ans par l'Afnic, une association à but non lucratif désignée par l'État. Et parce que les bénéfices d'un bien commun doivent revenir à la collectivité, l'Afnic s'engage à reverser chaque année 11 % du chiffre d'affaires du .fr à des projets et des dispositifs contribuant à réduire la fracture numérique via [sa Fondation](#).

11%

du chiffre d'affaires du .fr dédié à des projets réduisant la fracture numérique.

... Le .fr étant entièrement géré en France, **toutes les données associées aux noms de domaine sont hébergées localement et respectent le RGPD** (Règlement Général sur la Protection des Données).

Par ailleurs, en cas d'abus ou de litige sur votre nom de domaine en .fr, vous êtes encadré par la législation française et accompagné par l'Afnic, qui met à votre disposition plusieurs outils et procédures permettant d'identifier les titulaires, de signaler des abus ou de résoudre un différend. **Cet accompagnement inclut également un support client dédié, disponible 24h/24 et 7j/7**, pour répondre à vos questions et vous assister en cas de besoin.

Comment enregistrer un nom de domaine en .fr ?

Le .fr est ouvert aux personnes morales et physiques résidant au sein de l'Union européenne. Après vérification de la disponibilité de votre nom via [une recherche Whois](#), vous êtes invité à choisir le bureau d'enregistrement auprès duquel enregistrer votre nom de domaine.



Une adresse internet en .fr coûte en moyenne une dizaine d'euros par an selon le prestataire et les services sélectionnés, c'est 30 à 40 % moins cher qu'une adresse en .com



Un nom de domaine en .fr peut être enregistré pour une période de 1 à 10 ans, renouvelable. Il suffit de renseigner vos nom et prénom ou raison sociale, vos adresses postale et électronique ainsi qu'un numéro de téléphone. Votre nom de domaine est prêt à l'emploi dans les minutes qui suivent !

● Migrer son site internet en .fr : mode d'emploi

Si changer de nom de domaine pour un .fr peut s'avérer le meilleur choix pour votre communication, l'opération demeure délicate et nécessite quelques points d'attention pour ne pas être pénalisé dans les moteurs de recherche. En effet, une migration peut modifier pendant un temps court la visibilité acquise par le positionnement de certains mots-clés (les expressions recherchées par les internautes pour vous trouver) sur les moteurs de recherche. Cette période de ressac, accompagnée d'une baisse du trafic sur votre site web allant jusqu'à 30 %, dure en moyenne entre 1 à 3 mois.

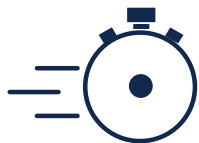
Alors, concrètement comment fait-on ? Quels sont les risques et comment s'en prémunir ? Quels paramètres prendre en compte pour faire de cette migration un succès ?

Si la volumétrie de pages à gérer est assez faible (en dessous de 1 000 URL), vous pouvez effectuer cette migration seul si vous avez des notions techniques, sinon nous vous conseillons d'être accompagné par un expert SEO (Search Engine Optimization, optimisation pour les moteurs de recherche, en français). Ce guide pratique constitue un repère méthodologique pour vous assurer que vous-même, ou votre prestataire, **respectez bien les cinq étapes fondamentales.**

Suivez le guide...



Les 6 étapes



EN AMONT

(2 à 3 mois avant)

Avant de lancer la migration, il est essentiel d'auditer le site existant pour identifier les pages les plus performantes en trafic naturel et les requêtes associées. Ce travail de cartographie des mots-clés et d'analyse des clics dans la Search Console permet de préserver les pages stratégiques et

d'optimiser les futures URL en .fr. Profitez de cette étape pour revoir vos balises SEO (titles, H1, métadescriptions) et le balisage sémantique de vos contenus (H2, H3...). Cela facilitera l'indexation du nouveau site et préservera la cohérence des signaux envoyés aux moteurs de recherche.



ÉTAPE 1

Configurer le nouveau nom de domaine

Une fois votre nouveau nom de domaine en .fr enregistré, il convient de le configurer pour qu'il devienne l'adresse internet principale de votre site web. Cela consiste à modifier les enregistrements DNS de ce nom de domaine pour qu'ils pointent vers le serveur qui héberge votre site. Vous pouvez vous renseigner

auprès de votre hébergeur et de votre bureau d'enregistrement (s'ils sont différents) afin de déterminer la marche à suivre. Dans la plupart des cas, ces modifications peuvent être faites par vous-même sur l'interface du bureau d'enregistrement de votre nouveau nom de domaine.



ÉTAPE 2

Cartographier les URL

La cartographie des URL permet de lister l'ensemble des pages de votre site. L'objectif est de créer la liste la plus exhaustive possible, car l'URL est le dénominateur commun pour le SEO. C'est sur l'URL, et donc sur les éléments qui la composent (nom de domaine ou répertoires de votre site),

que repose votre visibilité SEO. Un moteur de recherche comme Google va naviguer sur vos pages et utiliser les URL qu'il rencontre pour leur attribuer une puissance en SEO, et donc des mots-clés sur lesquels ces URL se positionnent.

Une fois la cartographie réalisée, vous pourrez envisager **un plan de redirection**.



Établir le plan de redirection

Le plan de redirection est un fichier regroupant des règles techniques à intégrer dans votre outil de gestion de contenus (CMS) ou via votre hébergement.

Il renvoie les internautes vers la bonne URL lorsqu'ils accèdent à vos pages. Une fois la liste complète des URL du site établie grâce à la cartographie

des URL, on peut construire un plan de redirection. Celui-ci doit prendre en compte tous les changements que vous allez apporter à vos URL. Dans le cas d'un changement d'extension, il conviendra de faire correspondre chaque URL comprenant votre ancienne extension vers l'URL correspondante en .fr ...



Zoom sur... LE CODE DE STATUT HTTP

Les redirections que vous allez réaliser s'accompagnent d'un chiffre, dit « code de statut HTTP ».

Un code de statut HTTP est généré par le serveur qui héberge un site lorsqu'il répond à une requête envoyée par un internaute :

Code	Signification	Impact SEO
Code 200	Renvoie la page demandée sans soucis. C'est une page qui fonctionne parfaitement	✓ Idéal
Code 300	Renvoie la page demandée après une ou plusieurs étapes supplémentaires. Ce sont des redirections. C'est un mal nécessaire dans le cadre d'un changement des URL	≈ Représente un certain risque
Code 400 500 / 0	Ne renvoie pas la page du tout.	⚠ Gros risque

Le code de statut HTTP 301 est celui des redirections permanentes. C'est celui qui vous concerne lors du passage au .fr.



Exemple de redirection 301

Redirect 301 /mon-url-1 <https://www.domain.fr/>

... Pour réaliser ce plan de redirection, il vous faudra placer en face de chaque ancienne URL sa nouvelle version. Ce fichier vous sera utile par la suite pour tester vos redirections dans le cadre de la vérification technique.

Il est possible de faire une redirection de domaine, ce qui signifie qu'au lieu de faire plusieurs redirections individuelles pour chaque page de votre site (par exemple : `domaine.com/url-1` vers `domaine.fr/url-1`

puis `domaine.com/url-2` vers `domaine.fr/url-2`), vous pouvez simplement rediriger le domaine entier (par exemple, `domaine.com` vers `domaine.fr`).

Cette méthode de redirection est plus rapide, mais il est important de tester toutes vos pages pour vous assurer que tout fonctionne correctement. Il est donc recommandé de réaliser un plan de redirection complet.

Exemple de plan de redirection

Ancienne URL	Statut code HTTP attendu	Nouvelle URL
<code>monsite.com/accueil</code>	301	<code>monsite.fr/accueil</code>
<code>monsite.com/contact</code>	301	<code>monsite.fr/contact</code>
<code>monsite.com/devis</code>	301	<code>monsite.fr/devis</code>
<code>monsite.com/blog</code>	301	<code>monsite.fr/blog</code>
<code>monsite.com/login</code>	301	<code>monsite.fr/login</code>
<code>monsite.com/image.png</code>	301	<code>monsite.fr/image.png</code>



La manière dont vous structurez vos URL est une décision importante qui doit être définitive, dans la mesure du possible. En effet, toute modification d'URL a un impact sur votre référencement.



Maxime Bonnefond

Responsable technique SEO & GEO à l'Agence WAM





ÉTAPE 4

Procéder aux vérifications techniques

Une fois votre fichier de redirection en poche, vous pouvez vérifier que votre « nouveau » site fonctionne correctement. L'idée est de vérifier, dans un environnement protégé, que vos anciennes URL seront bien redirigées vers les nouvelles (par exemple : `domaine.com/mon-url-1` vers `domaine.fr/mon-url-1` dans notre cas précis). Cette étape de vérification technique permet de lever les derniers freins que vous pourriez rencontrer avant de vous lancer dans le changement officiel de votre extension de domaine en .fr.

En plus de tester si vos redirections fonctionnent correctement, il faut aussi mettre à jour vos pages et votre maillage interne, c'est-à-dire les liens qui existent entre vos différentes URL. Pour aller plus vite, il est nécessaire d'utiliser un outil qui mime le comportement des robots des moteurs de recherche. Cela vous offrira une vue globale sur votre maillage interne et sur les corrections à apporter. Des outils peuvent vous aider dans vos vérifications techniques : Screaming Frog, Netpeak ou encore Oncrawl vont vous permettre de tester vos redirections avant de vous lancer.



Zoom sur...

SI VOUS TRAVAILLEZ AVEC UNE PRÉPRODUCTION

Si vous avez choisi de travailler avec un environnement de préproduction, c'est-à-dire une copie technique de votre site utilisée pour tester les évolutions avant la mise en ligne officielle, veillez à ce qu'il ne soit jamais accessible ni indexable par les moteurs de recherche.

Une préproduction indexée peut en effet créer du contenu dupliqué, de la confusion pour les moteurs de recherche et à terme, une perte de visibilité pour votre site principal.

Pour éviter cela :



Bloquez son accès via le fichier robots.txt (Disallow: /)



Sécurisez l'accès par authentification (mot de passe)



Ajoutez la balise `<metaname="robots" content="noindex, nofollow">` sur l'ensemble des pages

Vérifiez systématiquement que la préproduction reste invisible aux moteurs de recherche avant la mise en ligne de votre site en .fr.



ÉTAPE 5

Suivre les performances

Pour assurer la bonne bascule de votre site vers le .fr, il est important de monitorer les performances SEO de vos URL. Il existe des outils pour suivre les indicateurs de performance SEO de vos pages sur les moteurs de recherche, tels que la Google Search Console ou la Bing Webmaster Tools, pour les outils gratuits. Du côté des outils payants, plusieurs sont disponibles, comme Semrush ou Ahref.

Cela vous assurera que les moteurs de recherche prennent bien en compte vos redirections et vous alertera si des problématiques techniques supplémentaires surviennent. N'oubliez pas de contrôler vos outils de suivi de performance traditionnels ainsi que tout indicateur clé qui pourrait vous aider (génération de leads, formulaires de contact, etc.).



Le jour de la mise en ligne, chaque détail compte. C'est le moment où Google redécouvre le site, et l'enjeu est de lui faciliter au maximum le travail. Il faut veiller à ce que le site soit parfaitement *crawlable*, que les données de performance remontent correctement et que Googlebot ne rencontre aucun obstacle. Dans les semaines qui suivent, un suivi régulier est essentiel pour ajuster, corriger et sécuriser durablement le référencement.



Céline Barc

Consultante SEO de l'agence hyffen



ÉTAPE 6

Récupérer l'autorité



Une courbe de trafic qui baisse d'environ 30 % et ne remonte pas dans les semaines ou mois qui suivent est le signe d'une refonte au cours de laquelle le SEO n'a pas été priorisé.



Grégoire Poignand

Expert SEO & GEO de l'Agence WAM

Maintenant que votre nouveau domaine en .fr fonctionne correctement, il est temps de passer à la dernière étape: la récupération d'autorité. L'autorité d'un site se manifeste par son expertise, son ancienneté, sa fiabilité, mais aussi par les liens pertinents qu'il reçoit de la part d'autres sites d'autorité.

L'objectif est de réaliser un inventaire des liens externes qui pointent encore vers les URL de votre ancien nom de domaine. Une fois cette liste établie et un tri qualitatif réalisé (en fonction de l'intérêt que représente le domaine source, de son ancienneté ou de son autorité) vous pourrez commencer à contacter les webmasters de ces sites externes. Vous leur demanderez alors de modifier le ou les liens qui pointent vers votre ancien .com par des versions qui font état de votre domaine en .fr.

Sources

- « [site-move-with-url-changes](#) » par Google for Developers
- « [http-network-errors](#) » par Google for Developers
- « [301-redirects](#) » par Google for Developers
- [Agence WAM](#)
- [hyffen](#)

Note de document

1 · Enquête de perception du .fr menée par MV2 Group pour l'Afnic en 2025

GUIDE
PRATIQUE

afnic

Internet
made in France

À propos de l'Afnic :

L'Afnic est le registre des noms de domaine .fr (France), .re (Île de la Réunion), .yt (Mayotte), .wf (Wallis et Futuna), .tf (Terres Australes et Antarctiques), .pm (Saint-Pierre et Miquelon).

L'Afnic se positionne également comme fournisseur de solutions techniques et de services de registre. L'Afnic – Association Française pour le Nommage internet en Coopération – est composée d'acteurs publics et privés : représentants des pouvoirs publics, utilisateurs et prestataires de services internet (bureaux d'enregistrement). Elle est à but non lucratif.

www.afnic.fr

contact@afnic.fr