

Comités de concertation utilisateurs et bureaux d'enregistrement



Compte-rendu du 15 octobre 2024

SOMMAIRE

1.	PRESENTS	3
2.	ORDRE DU JOUR	5
3.	ACCUEIL ET POINT D'ACTUALITES	6
4.	SUJET SOUMIS A LA CONCERTATION : DYNAMIQUE DE RENOUVELLEMENT ET PLAN D'ACTION	9
	4.1 PRESENTATION PAR L'AFNIC	9
	4.2 RESTITUTION DES COMITES UTILISATEURS ET BUREAUX D'ENREGISTREMENT	21
5.	DOCUMENT D'INTEGRATION DES NOUVEAUX MEMBRES	26
6.	POLITIQUE DE REGISTRE ET ABUS	27
	6.1 BILAN 1 AN DE MEDIATION	27
	6.2 ANTICIPATION DES FUTURES EVOLUTIONS DE POLITIQUES DE REGISTRE AU REGARD DES EVOLUTIONS REGLEMENTAIRES	31
7.	PRIORITES DE L'ANNEE A VENIR EN TERMES OPERATIONNELS	35
8.	DISCUSSION AUTOUR DES SUJETS REMONTES PAR LES MEMBRES	37
	8.1 FOCUS SUR LA PROCEDURE DE JUSTIFICATION DE L'AFNIC	37
	8.2 NIS 2	43
9.	CALENDRIER ET FEUILLE DE ROUTE DES PROCHAINS CCUBE.....	44

1. Présents

Utilisateurs

20 personnes représentant 20 membres du collège.

- BACHOLLET Sébastien représentant également ISOC France
- BAH Sory
- BATREAU Philippe
- BEYSSAC Pierre
- BIRCKER Fabrice représentant Plasseraud IP
- BOUTIGNON Antoine
- BRAHIMI Fadhila
- CHELLY David
- DITENGOU ROCKAYA Nielle
- FAUSTA Betty
- JOLY-BACHOLLET Anne-Marie
- MELLET Marc-Emmanuel représentant Novagraaf
- NGUYEN François
- PAWLAK Nicolas
- PERPERE PAUL représentant l'INPI
- PORTENEUVE Elisabeth
- PRET Charline représentant Novagraaf
- PRUNIERES Lucie représentant Made in IP
- TAYER David-Irving
- VASTEL Thomas

Bureaux d'enregistrement

18 personnes représentant 17 membres du collège.

- ALMIRON Sébastien représentant NETIM
- CANER Emma représentant OVH Cloud
- CHIAROLINI Gianni représentant IP Twins
- DESSENS Emilie représentant DOMAINOO
- DULAC Bernard représentant DATAXY
- ENGRAND Sophie représentant NORDNET
- FRANCK Philippe représentant DOMAINIUM
- FRANQUINET Arnaud représentant GANDI
- GEOFFROY Pierre représentant ONE2NET
- HAUSS Patrick représentant CSC
- JEAN-GILLES Sophie représentant ORANGE
- KARA Soraya représentant GANDI
- KORN Jennifer représentant ORDIPAT
- LANTONNET Éric représentant DIGITAL GROUP SERVICES
- MANCEC Gaël représentant CABINET GERMAIN MAUREAU
- POUSSARD Jean-François représentant SOLIDNAMES
- SEUFER Luc représentant EuroDNS
- WITTERSHEIM Arnaud représentant NAMESHIELD

Membre Fondateur

- SACCAVINI Luc représentant Inria

Afnic

- APFELBAUM Gabrielle, Directrice de la Communication

- BONIS Pierre, Directeur général
- CANAC Sophie, Responsable gouvernance associative
- GEORGELIN Marianne, Directrice Juridique, Politiques de Registre & Affaires publiques
- HURÉ Camille, Responsable marketing
- MASSÉ Régis, Directeur Systèmes d'Information
- PASSEREAU Mégane, Assistante à la Direction générale
- SENTILLINGAM Kaviya, Chargée de communication
- TURBAT Emilie, Directrice marketing et commercial
- VELLA Pascal, Responsable communication numérique

2. Ordre du jour

- Bienvenue et points d'actualité
- Sujets soumis à la concertation :

Dynamique de renouvellement et plan d'action

Comités de concertation séparés

- Restitution des comités séparés et réponses de l'Afnic
- Document d'intégration des nouveaux membres
- Politiques de registre et abus :

Bilan 1 an de médiation

Anticipation des futures évolutions de politiques de registre au regard des évolutions réglementaires

Point d'étape GTT Abus

- Priorités de l'année à venir en termes opérationnels

- Discussion autour des sujets remontés par les membres
- Calendrier et feuille de route des prochains CCUBE

3. Accueil et point d'actualités

Pierre Bonis, Directeur général de l'Afnic souhaite la bienvenue aux participants.

Le sujet principal de ce jour sera la dynamique de renouvellement et son plan d'action. La réunion se poursuivra ensuite en comité séparé, dont les débats seront restitués. Une information présentera l'intégration de nouveaux membres dans l'association. Un document dressera le bilan à un an de la médiation. Un point évoquera les dernières évolutions législatives et leurs impacts sur les politiques de registre. Un plan d'étape du groupe de travail sur la thématique des abus sera détaillé. Il sera abordé les priorités de l'année à venir et une discussion s'engagera autour de sujets remontés par les membres. À l'avenir, dans les prochaines réunions, ces remontées seront anticipées dans l'ordre du jour afin d'être plus longuement discutées. Un calendrier et une feuille de route des prochains CCUBE termineront cette journée. Un Networking est prévu à la suite de celle-ci, puis une assemblée générale où les statuts de l'Afnic seront discutés. Cette journée se terminera par un cocktail où des membres du collège international ont été invités.

Points d'actualité

Pierre Bonis rappelle que, depuis la fin septembre, de nombreux événements associatifs ouverts aux membres ont eu lieu avec succès :

- Une première Journée portes ouvertes s'est déroulée à Saint-Quentin-en-Yvelines. Les journées des rencontres juridiques ont eu lieu le même jour.
- Le Forum sur Gouvernance d'Internet (FGI) France a été un succès, notamment avec l'organisation d'ateliers.
- La Journée du Conseil scientifique de l'Afnic (JCSA) avait pour thème : « *Repousser les limites d'Internet* ». Une recension des débats sera présentée prochainement. La journée s'est clôturée par le dîner annuel de l'Afnic.
- Une deuxième journée portes ouvertes de l'Afnic s'est déroulée en étant plus orientée vers le SI et l'aspect technique.

Les points d'actualité :

- L'Afnic a été auditionné par la Commission supérieure du Service public des Postes et des Télécommunications (CSSPPT), organisme parlementaire bicaméral (sept sénateurs et sept députés). Les principes énoncés serviront au débat parlementaire. Le rapport de cette commission est en ligne. Il a été question, notamment, de NIS 2. En effet, les articles 21 et 23 de NIS 2 feront de l'Afnic une entité essentielle. Le grand enjeu sera ce passage en entité essentielle décidé par la Commission européenne. Par ailleurs, un groupe de travail a émis des suggestions, sachant que l'activité a été plus européenne que française, puisque le Parlement n'a pas pu siéger pendant des mois.
- L'Afnic ambitionne de développer ses partenariats R&D (10 % du chiffre d'affaires du .fr est investi dans la R&D). En plus du renforcement des équipes, des partenariats d'ampleur ont été signés avec IRT SystemX. S'agissant de ce projet, l'Afnic travaille à égalité avec Total et Airbus. Par ailleurs, l'Afnic financera une chaire de recherche à IMT Atlantique (Institut Mines-Telecom à Rennes) sur un nouveau protocole.

- La Fondation Afnic pour la solidarité numérique a choisi les projets qu'elle subventionnera. La Fondation de France est en train de vérifier l'éligibilité des bénéficiaires. En décembre, les lauréats seront annoncés. L'Afnic dépense plus d'un million d'euros par an pour soutenir ces projets.
- Des discussions sont en cours pour que l'Afnic puisse devienne opérateur des extensions de Guyane et de Martinique. Ces discussions se déroulent avec l'opérateur privé en charge de ces extensions sous le regard bienveillant des collectivités locales concernées. Cette opération se fait de gré à gré. Ensuite les noms de domaine concernés seront aux mêmes tarifs que ceux du .fr ou des autres extensions ultramarines. Il s'agit d'une phase technique et juridique. L'Afnic envisage aussi de travailler sur l'animation de l'Internet locale. Il sera porté une attention particulière au réseau de distribution. L'Afnic travaillera avec ses partenaires locaux, guyanais et martiniquais.

Actualités à venir :

- Le 5 décembre 2024 à Quimper aura lieu la journée BZH.
- La préparation en webinaire de l'ICANN d'Istanbul aura lieu la semaine prochaine.

4. Sujet soumis à la concertation :

Dynamique de renouvellement et plan d'action

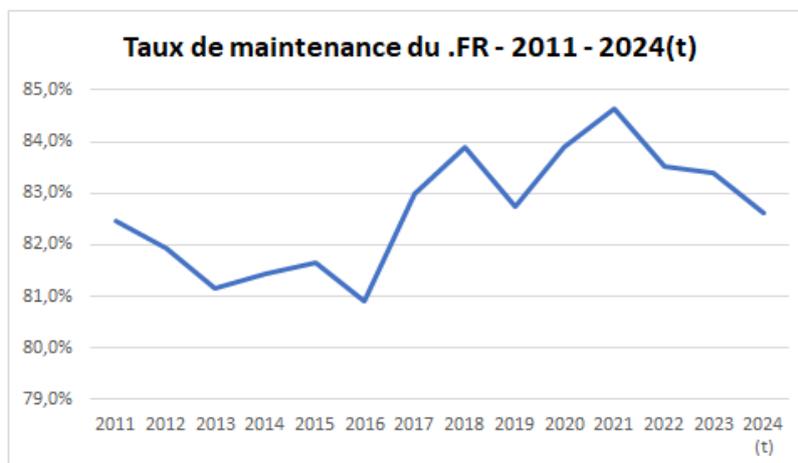
4.1 Présentation par l'Afnic

Pierre Bonis souligne que ce rapport est le fruit de discussions avec les administrateurs pour travailler les données de l'Afnic afin de mieux connaître les dynamiques du marché. Si l'association sait analyser le marché, elle n'en connaît pas l'évolution. À la fin de cette présentation, elle identifiera d'éventuelles actions à mener pour ouvrir des pistes.

Emilie Turbat présente les résultats de l'étude :

Le Taux de maintenance, un indicateur essentiel du développement du .fr

- Le taux de maintenance du .FR est supérieur à 82%. Avec un stock de près de 4,2M noms de domaine, les renouvellements sont la composante majeure du chiffre d'affaires
- Dans une période de ralentissement de la croissance connu par tous les registres, le taux de maintenance revêt une importance accrue.
- Or il s'est dégradé pour le .FR depuis 2022. De plus, il est inférieur à celui de certains de ses homologues européens comme le .DE (Allemagne) ou le .NL (Pays-Bas)



Ce que nous avons confirmé

Une corrélation inverse entre Taux de maintenance et Taux de création

- L'étude statistique des profils des nTLDs (transposable aux ccTLDs dont nous avons les chiffres) montre l'existence d'une corrélation inverse entre Taux de maintenance et Taux de création
- A de forts Taux de création correspondent de faibles Taux de maintenance et inversement
- Une « diagonale » apparaît, associant un niveau « théorique » de Taux de maintenance pour un niveau donné de Taux de création
- Ainsi le .FR, qui a un Taux de création de 19-20%, est cohérent avec la répartition statistique observée en affichant un Taux de maintenance de 82-83% (case cerclée de rouge). Il se situe à un niveau inférieur à celui d'autres ccTLDs, mais il est en revanche plus dynamique en termes de créations

Tx M / Tx Cr.	15 % et -	16-25 %	26-35 %	36-50 %	51 % et +	Total	%	% 2022
86 % et plus	70	6	3	2	10	91	17 %	21 %
76 % à 85 %	40	80	26	5	4	155	29 %	34 %
66 % à 75 %	3	48	81	28	16	176	33 %	29 %
51 % à 65 %	1	7	20	23	17	68	13 %	10 %
50 % et moins	1	5	2	5	37	50	9 %	7 %
TOTAL	115	146	132	63	84	540		
%	21 %	27 %	24 %	12 %	16 %			
% 2022	19 %	26 %	32 %	14 %	8 %			

Tableau 1 – Ventilation des nTLDs par Taux de création et taux de maintenance en 2023
Source : Observatoire Afnic du marché mondial des noms de domaine en 2023

Une corrélation positive entre ancienneté et taux de maintenance

- Le taux de maintenance augmente avec l'ancienneté des noms.
- La première année de renouvellement, il se situe aux alentours de 65-70%. Puis il croît progressivement et atteint 90% la 5^e année. Il se maintient ensuite à ce niveau, avec une érosion naturelle incompressible d'environ 10%.
- L'un des facteurs d'explication des taux de maintenance plus élevés chez des homologues européens du .FR tient vraisemblablement à ce phénomène d'ancienneté. Ayant été plus ouverts plus tôt que le .FR, des TLDs comme le .DE ou le .NL possèdent une plus forte proportion de noms « anciens » renouvelés à plus de 90%.

Pour répondre à un **membre BE, Émilie Turbat** indique que les Allemands (.de) ont un taux de maintenance supérieur à 90 %. Plus un parc de domaine est ancien, plus le taux de maintenance sera fort. Par exemple, c'est le cas pour le parc du .de installé depuis longtemps.

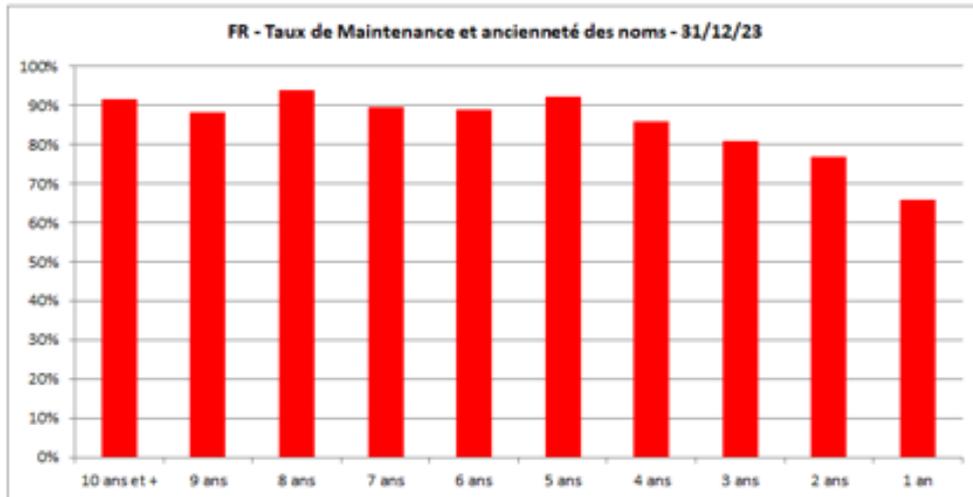


Figure 8 : Taux de maintenance des .FR en fonction de leur ancienneté en 2023

Impact positif des opérations commerciales proposées par l'Afnic

- Les opérations commerciales portant sur des usages des noms de domaine contribuent positivement au taux de maintenance : taux de 87% sur les noms déposés dans le cadre d'opérations commerciales, versus un taux de maintenance de 83% environ

Renouvellement des noms enregistrés en 2022 (TOTAL .FR)

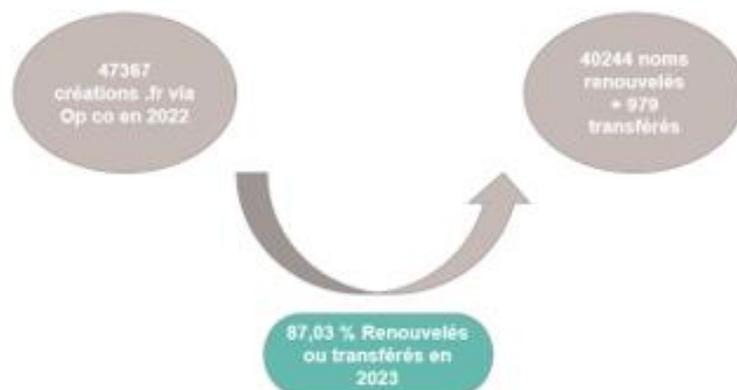


Figure 14 – Renouvellement des noms en .FR enregistrés en 2022 dans le cadre d'Opérations commerciales avec les bureaux d'enregistrement
 Source : Chiffres Afnic du bilan pour le Conseil d'administration de l'Afnic de janvier 2024.

Ce que nous avons précisé

Une faible élasticité -prix

- Les données analysées mettent en évidence l'existence d'une corrélation faiblement positive entre niveaux de prix et taux de maintenance parmi les ccTLDs européens

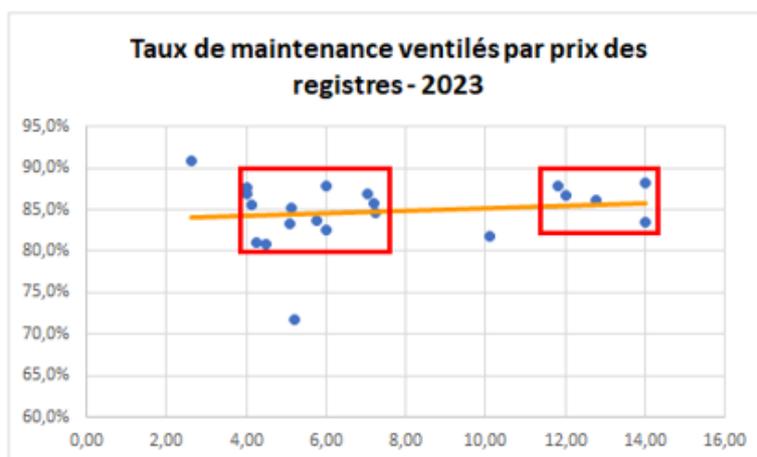


Fig. 4 – Taux de maintenance de certains ccTLDs du CENTR ventilés par niveaux de prix (registres)
Source : données CENTR

La corrélation est faiblement positive entre niveaux de prix et taux de maintenance parmi les ccTLDs européens. En réponse à un **membre BE** qui estime qu'il n'est pas tenu compte du prix réel de l'acheteur final, **Pierre Bonis** confirme la difficulté de cet exercice. Des positionnements tarifaires d'une extension peuvent être masqués, pour autant les hypothèses de l'Afnic se vérifient.

Rôle-clef des bureaux d'enregistrement

- Les bureaux d'enregistrement interrogés ne considèrent pas encore suffisamment le taux de maintenance comme un indicateur de pilotage majeur de leur activité :
 - La priorité est mise sur l'acquisition de nouveaux clients
 - Les acteurs considèrent qu'après 3 ans les noms de domaine sont « captifs » et renouvelés dans leur grande majorité

- Les outils manquent souvent pour suivre facilement ce taux de maintenance
- Pourtant il y a un réel gain à s'intéresser à ce taux :
 - Situation actuelle :

Stock début d'année	Echéance	Taux de maintenance
100	1	68%
68	2	78%
53	3	83%
44	-	-

- Impact potentiel d'actions ciblant le taux de maintenance

Rétention de +25% du portefeuille déposé en année 0 (11/44)

Stock début d'année	Echéance	Taux de maintenance
100	1	78%
78	2	83%
65	3	85%
55	-	-

- La mise en place systématique de dispositifs de renouvellement par défaut peut concourir à de meilleurs taux de maintenance, ainsi que des opérations commerciales sur des ventes en multi-années.

Corrélation entre taux de maintenance et natures des titulaires

- En étudiant les Taux de maintenance par nature de titulaires (personnes physiques vs personnes morales), on découvre que les titulaires déclarés comme personnes physiques affichent des taux de maintenance significativement plus faibles que les personnes morales
- Cette différence est surtout sensible dans les 2 premières années, puis tend à disparaître

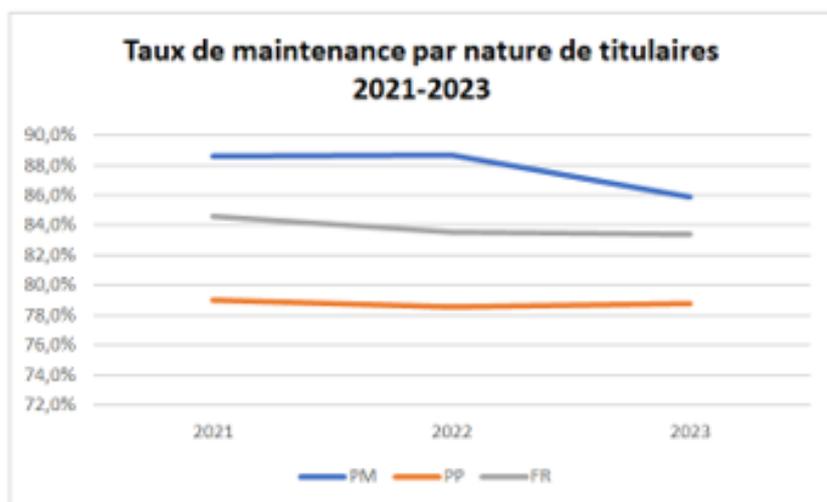


Figure 10 – Taux de maintenance par nature de titulaires 2021 - 2023

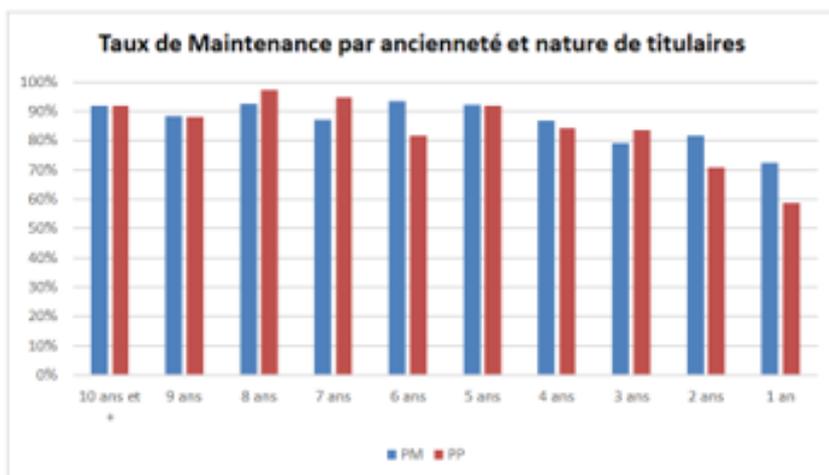


Figure 11 – Taux de maintenance par ancienneté des noms et par nature de titulaires (2023)

Un **membre BE** veut connaître le pourcentage des titulaires particuliers dans le .fr. **Émilie Turbat** annonce 40 % de titulaires en personnes physiques et 60 % en personnes morales. Les modèles économiques les plus fragiles appartiennent à la catégorie des personnes physiques, notamment pour le gérant d'une petite entreprise, surtout durant les premières années d'existence.

Pierre Bonis sait que les SEO ont intérêt à garder un nom de domaine quand il est valorisé en termes de trafic.

Le type d'utilisation, un facteur-clef

- Au moins deux tiers des .FR déposés au 1er semestre 2023 et abandonnés au 1er semestre 2024 n'étaient pas réellement utilisés : 60% étaient inactifs et 4% redirigés
- Un nom vraiment utilisé sera renouvelé dans la plupart des cas
- Le segment d'activité des Bureaux d'enregistrement impacte les types d'utilisation et leurs taux de maintenance

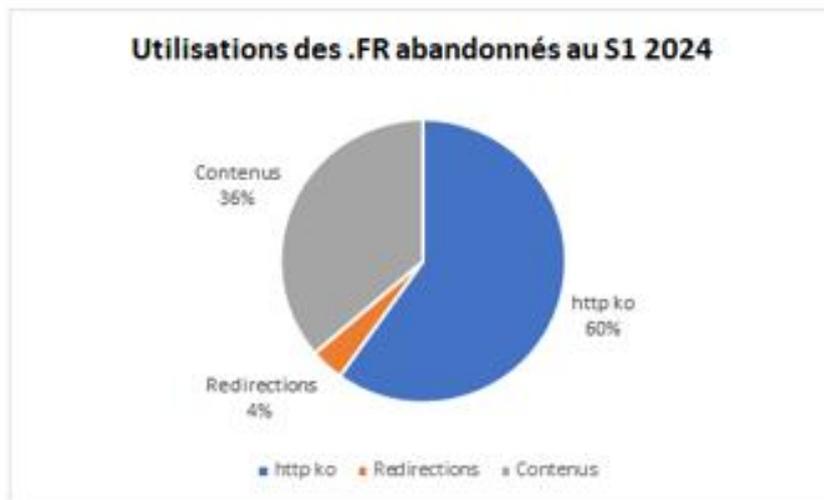


Figure 12 – Usages des .FR arrivant à leur 1^{er} anniversaire et abandonnés au 1^{er} semestre 2024



Figure 13 – Usages des .FR arrivant à leur 1^{er} anniversaire et abandonnés au 1^{er} semestre 2024
Distinguo entre Hosters et Wholesalers parmi les 15 premiers bureaux d'enregistrement en stock de .FR

Émilie Turbat rappelle les différentes catégories : les hébergeurs, les grossistes (ils revendent en gros des noms de domaine à un réseau de revendeurs), les domaineurs, les *drop catcheurs*,

les SEO, les bureaux d'enregistrement grand compte protection de la propriété industrielle et enfin des bureaux d'enregistrement *corporate* (il s'agit de grands groupes qui enregistrent pour leur filiale).

Pierre Bonis répond à une question, sur le fait qu'il existe d'autres usages à analyser, qu'il est possible de disposer de ces données en les complétant indirectement, par exemple, par des usages sans présence en ligne.

Ce que nous avons infirmé

Le domaintasting, une pratique marginale

- Nous avons formulé une hypothèse concernant le domaintasting (pratique consistant à abandonner un nom dans les 5 jours de sa création pour être remboursé, dans certaines limites de volumes)
- Les chiffres disponibles montrent que cette pratique, sans doute du fait des limites fixées par l'Afnic, n'impacte que très marginalement le taux de maintenance

Année	2020	2021	2022	2023	2024 (S1)
Nb de .FR	2 570	2 637	8 905	8 960	5 210

Tableau 8 – Nombre de .FR abandonnés dans les 5 jours suivant leur création 2020 – 2024 (S1)

Pierre Bonis note un doublement ces dernières années, puis une descente en 2024. Malgré des petits chiffres, il a fallu rappeler à l'ordre ceux qui abusaient du *domain tasting*.

La lutte contre les abus, un impact marginal sur le taux de maintenance

- Nous avons également formulé une hypothèse concernant un potentiel impact négatif et significatif de l'intensification de la lutte contre les abus sur le taux de maintenance
- Les données montrent que les noms supprimés à l'initiative de l'Afnic (qui ne concernent pas tous des abus) ne représentent que 1% des suppressions nettes, le

graphique faisant apparaître un pic exceptionnel suite à un événement ponctuel en juin 2024

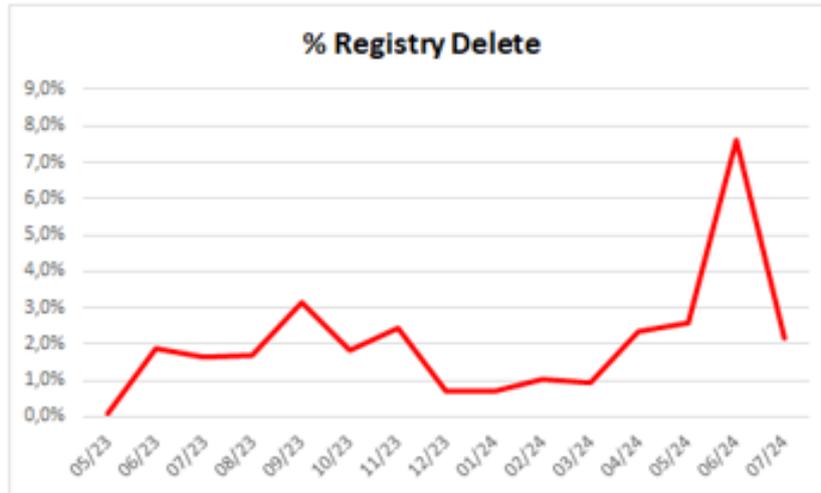


Figure 15 – Part des suppressions menées à l’initiative de l’Afnic dans les suppressions totales

Émilie Turbat rappelle la lutte menée contre les abus. Une zone propre entraîne la suppression de noms de domaine sans impacter significativement le taux de maintenance du .fr.

En réponse à un **membre BE**, **Émilie Turbat** précise que le taux d’abus du .de est équivalent à celui du .fr et en dessous du .uk, du .eu et du .com

Émilie Turbat rappelle, en réponse à une question d’un **membre Utilisateur**, que ce pic de suppression de juin est dû au nettoyage et précise que ce pic est lié à des domaines orphelins. Les délais de suppression sont longs afin que le titulaire puisse éventuellement récupérer ce nom de domaine.

Principaux enseignements

- Le Taux de maintenance est aujourd’hui un indicateur assez peu utilisé par les acteurs du marché

- Pour autant, ce qu'il sert à mesurer représente en général l'essentiel des revenus des registres comme des bureaux d'enregistrement pour leur activité noms de domaine
- Des corrélations existent entre le taux de maintenance et le taux de création, mais aussi avec l'ancienneté des noms, la nature des titulaires, les modèles économiques des bureaux d'enregistrement, et la qualité des noms (au sens utilisation, usages)
- Il sera à terme possible d'élaborer un modèle prédictif indiquant pour un portefeuille donné quels noms ont le plus de chance d'être renouvelés ou abandonnés, pour aider les bureaux d'enregistrement à mener des actions en conséquence

Plan d'actions pour 2025

- **Sensibiliser les bureaux d'enregistrement au taux de maintenance**, et leur **fournir des outils** (service de data visualisation) et un accompagnement pour le suivre aisément ;
- **Inciter les bureaux d'enregistrement à mettre en place des systèmes de renouvellement par défaut**, et/ou des opérations commerciales encourageant des renouvellements au cours des trois années suivant la création ;
- Au-delà, **initier la discussion avec les bureaux d'enregistrement dans un groupe de travail dédié** pour identifier et tester des actions favorables à un renouvellement pendant les trois premières années d'enregistrement ;
- Continuer à **mener des actions promotionnelles** stimulant les usages « réels » des noms déposés ;
- **Engager un pilotage actif** de ce taux de maintenance dans la durée, en lien étroit avec nos bureaux d'enregistrement, en poursuivant la présente **démarche d'étude**

des dynamiques de renouvellement du .fr, notamment sur le lien entre usages et taux de maintenance.

Un **membre BE** précise que les utilisateurs CPI traitant des noms de domaine pour des tiers sont aussi à cibler puisqu'ils entretiennent une relation directe avec le client.

Émilie Turbat répond à l'idée énoncée par un **membre Utilisateur** que la segmentation des titulaires est en effet un chantier intéressant.

Un **membre Utilisateur** aimerait qu'il soit demandé aux titulaires quel est leur usage (personnel ou professionnel), cette indication des usages permettrait de connaître ceux qu'ils représentent.

Pierre Bonis répond que les données de .fr sont déclaratives et parcellaires, mais une campagne de *web crawling* pourrait être utile.

Un **membre BE** indique que deux catégories existent, les utilisateurs qui enregistrent pour leur compte et ceux qui enregistrent pour des tiers (revendeurs).

Pierre Bonis rappelle que le business est vertical et que le registre ne récolte pas ces données. Quant au .com avec un registre mince, il possède encore moins de données sociales des titulaires.

Un **membre BE** explique que l'exploitation de l'usage indique en général les caractéristiques de l'utilisateur.

Pierre Bonis pense que seul le *web crawling* indiquera l'usage d'un nom de domaine, il rappelle qu'il est toujours possible de chercher des données indirectes, mais que la collecte des données n'est pas dans le business model du .fr.

4.2 Restitution des comités utilisateurs et bureaux d'enregistrement

Bureaux d'enregistrement

Les présidents du comité proposent une liste de questions ressortant des discussions entre les bureaux d'enregistrement.

- Quelle est la data choisie pour connaître le taux de maintenance des BE ?
- Serait-il possible de comparer les taux de maintenance entre BE ?
- Quel est le pourcentage du budget alloué à la promotion ?
- Est-il possible de connaître le nombre de renouvellements des bureaux d'enregistrement ?
- Ne faudrait-il pas maximiser le renouvellement du .fr ?
- Plus de transparence ne serait-elle pas utile concernant les appels d'offres ?
- Un retour d'expérience sur les bénéficiaires de promotion sera-t-il constitué ?
- Des systèmes de conventions différents ont-ils été mis en place pour d'autres ccTLDs ?
- Un groupe de retour d'expérience ne serait-il pas plus utile ?
- Celui-ci ne pourrait-il indiquer les bonnes pratiques selon les retours et la typologie de clients de chaque BE ?

Utilisateurs

Les présidents du comité rapportent le point de vue des utilisateurs

- Deux observations initiales : Il faut encourager le développement du .fr vers un usage familial en orientant le plan marketing vers ce public, dit non économique. Il

faut l'orienter également vers les entreprises qui disposent d'un nom de domaine autre que le .fr ou qui n'ont qu'un profil de réseau social. Il y a d'ailleurs une orientation délibérée des GAMA vers les réseaux sociaux, ce qui mène à une perte de contrôle de son identité numérique (pas de nom de domaine).

- Les Français pourraient-ils s'inspirer des opérations des géoTLD allemands ?
- Il n'y a pas de solution simple aujourd'hui, ce qui pousse les utilisateurs vers des solutions de type gmail. Une solution simple pour la messagerie d'un nom de domaine serait-elle envisageable ? Ce serait à mettre en œuvre pour améliorer la promotion du .fr.
- Les points de vue convergent vers un renouvellement par défaut qui serait une amélioration pour le client et sa sécurité. L'engagement pluriannuel doit aussi être encouragé, pour cela on peut imaginer une année offerte pour 3 ou 5 ans d'engagement initial.
- Pourquoi se contenter que d'un Groupe de Travail (GT) BE ? Pourquoi pas un GT utilisateurs ? Ou un GT commun concernant le taux de maintenance ?
- Le taux de maintenance dépend plus d'une situation économique que du marketing et pour les utilisateurs, d'où l'intérêt d'avoir des offres multi-années mises en avant.
- Importance de la promotion du .fr, notamment sur l'aspect social et environnemental : si l'adhésion est forte, ça renforce la longévité.

Discussions complémentaires

Pierre Bonis pense que la création d'un groupe de travail (GT)n'est pas une urgence. Un **membre BE** estime qu'un groupe de partage d'expérience serait plus utile. Les BE s'informeront entre eux. Par ailleurs, le taux de renouvellement bas ne concerne-t-il que quelques BE ? Ne faudrait-il pas s'adresser qu'à ceux-là pour travailler avec eux ?

Pierre Bonis explique que les données n'indiquent pas les BE qui ne suivent pas le taux de renouvellement. En revanche, des données fournies par FR Perf donneront ces informations sur le .fr. Quant au GT retour d'expérience, il faudrait s'assurer que tous les bureaux veuillent partager leurs informations. FR Perf ne donne que les données du bureau concerné, pas celles des bureaux voisins. Il ignore jusqu'à quel point, les BE peuvent se *benchmarker* entre eux. **Régis Massé** indique, par exemple, l'existence de l'onglet sur FR Perf qui permet de se comparer en nombre de création avec la moyenne publique.

Pierre Bonis rappelle que l'autorenew est une solution pour les utilisateurs et les bureaux d'enregistrement. Reste à savoir quels sont les éléments bloquants à lever pour améliorer le taux de maintenance et sécuriser les titulaires. **Émilie Turbat** précise ne pas avoir sous la main le nombre de titulaires faisant de l'autorenew.

Pierre Bonis indique que s'agissant des opérations commerciales, à condition de converger entre le BE et l'Afnic, tout le monde peut participer. Un **membre BE** précise qu'il est surtout reproché de ne pas connaître l'existence des opérations commerciales. **Émilie Turbat** indique, selon l'engagement État-Afnic que les opérations commerciales représentent 2 % du chiffre d'affaires du .fr, alloué à des remises tarifaires. Pour 2024, toutes les opérations commerciales sont signées. Pour 2025, une campagne d'anticipation de signatures lancera la dynamique.

Un **membre BE** souhaite que le niveau d'information concernant les opérations commerciales soit le même pour tous pour que chaque BE puisse faire sa demande d'y participer dans l'équité. **Pierre Bonis** s'interroge sur les membres non informés. Certes, la communication est à perfectionner, mais l'envoi d'un formulaire à chacun des membres serait infernal à traiter. Un **membre BE** aimerait qu'un espace central regroupant les opérations commerciales soit partagé par tous. **Pierre Bonis et Emilie Turbat** sont favorable à un rendez-vous annuel de l'état des lieux des opération commerciales durant lequel sera dresser un bilan qualitatif annuel de ce qui marche ou ne marche pas. **Pierre Bonis** précise que si, cette année, le budget est

dépensé, des opérations commerciales performantes pourront encore être financées en 2024.

Un **membre BE** veut savoir si une opération commerciale permettant une troisième année gratuite sera réalisable. **Pierre Bonis** indique que les opérations commerciales ne se réalisent que selon les conditions exigées par l'Afnic. Ce n'est pas un droit octroyé à tous les BE. Chacun fournira un effort de son côté. **Émilie Turbat** explique que les noms de domaine promotionnés devront être suivis. Une lettre précisera les engagements de chacune des parties. **Pierre Bonis** se dit particulièrement favorable aux opérations commerciales qui s'articulent en multi-années. Les BE en profitent avec succès toujours en échange de contreparties, sachant que toutes les idées d'opérations commerciales proposées sont négociables. **Émilie Turbat** rappelle que depuis des années, ces opérations commerciales de promotion tarifaire concernant le renouvellement sont ouverts à tous pour se conclure par un engagement réciproque.

Un **membre utilisateur** pense que la convergence autorenew et multi-années ne doivent pas être automatiques et obligatoires, mais proposées comme étant une suggestion de sécurité.

Pierre Bonis évoque des plans marketing avec pour cibles prioritaires les TPE, les PME et les jeunes. Des éléments de langage différents cibleront d'autres acteurs.

Un **membre utilisateur** explique qu'en Allemagne, une dynamique régionale est lancée avec les géoTLD. **Pierre Bonis** souhaite également organiser des discussions dans l'association autour des géoTLD, comme pour le transfert de mails, car ce dernier s'avère technique.

Pour répondre à un **membre BE** voulant savoir si des phénomènes de nettoyages de BE se produisent encore, **Émilie Turbat** indique que les BE avec des taux de renouvellement anormaux sont surveillés de près. En tout cas, le monitoring n'a plus fait remonter d'alerte.

Pierre Bonis explique que des BE à la suite d'une faillite disparaissent et les noms de domaine restent orphelins. Il est difficile d'anticiper ce phénomène, notamment dans le monde du domaining.

Un **membre utilisateur** pense que les emails mériteraient une réflexion collective approfondie. Y a-t-il une aide pour les noms de domaine et pour les utilisateurs de la communauté française ? **Pierre Bonis** répond que l'Afnic n'est pas un éditeur de logiciel. Un **membre BE** constate que Microsoft propose des messageries sécurisées avec de nombreuses options, tandis qu'en France, ce type de propositions a été abandonné. Un **membre utilisateur** s'interroge sur cette logique d'abandonner des données aux grands. Pourquoi ne pas utiliser des projets open source ou des consortiums ? Un **membre BE** remarque que Thierry Breton, récemment remercié, travaillait sur ce type d'offre. Un **membre utilisateur** demande si l'Afnic peut soutenir un Gmail français. **Pierre Bonis** répond que ce point sera à creuser entre utilisateurs, mais qu'il reste à la marge des activités de l'association. Un mail a une valeur. Le tout gratuit n'est pas toujours la solution.

5. Document d'intégration des nouveaux membres

Sophie Canac estime qu'un document regroupant des informations éparpillées est utile à l'accueil des nouveaux membres. Il comprend :

- des coordonnées et un texte de bienvenue ;
- les membres du conseil d'administration qui sont des interlocuteurs importants ;
- une page de ressources se concentrant sur l'espace membre ;
- les fonctions des différents comités et des GTT sont rappelées ;
- les avantages sont décrits comme les événements organisés, la visibilité en ligne sur le site de l'Afnic avec une URL à mettre en lien ;
- les remises tarifaires annoncées au début de l'année ;
- les articles des blogs de l'Afnic ;
- la liste des membres du CODIR à rencontrer lors de manifestations ;
- le glossaire des acronymes de l'Afnic.

Le projet de livret d'accueil était fourni en document de travail.

Pierre Bonis explique que ce document doit rester simple, car il est volumineux.

Un **membre utilisateur** aimerait aussi l'édition d'une version anglaise. L'Afnic confirme que c'est bien prévu.

6. Politique de registre et abus

6.1 Bilan 1 an de médiation

Présentation par l'Afnic

La médiation Afnic est un nouveau mode amiable de résolution de différends entre un particulier ou une personne morale et un titulaire de nom de domaine (enregistré sous les extensions .fr, .re, .pm, .yt, .tf ou .wf)

Cette procédure rapide, gratuite et confidentielle, permet aux parties de décider du contenu de leur négociation. Elle se caractérise par sa souplesse.

La genèse du projet

18 mars 2022 : Signature de la Convention avec l'Etat, intégrant la proposition de l'Afnic de créer un service de médiation

18 octobre 2022 : Présentation du projet aux comités de concertation de l'Afnic

8 février - 23 mars 2023 : Lancement de la consultation publique

3 juillet 2023 : Lancement du service de médiation et réception du premier formulaire de demande

Avantages et fonctionnement du service :

- Recréer du lien entre les Parties
- Gain de temps (7 jours maxi)
- Gratuit

- Neutralité
- Souplesse dans les échanges
- Confidentialité
- Maîtrise de la solution

6 médiatrices professionnelles mobilisées sur cette première année. L'Afnic a reçu au total **108 demandes** de médiation.

Le cas de demandes inadaptées :

- ¼ des formulaires vise des demandes inadaptées
 - 3/4 des formulaires reçus visent une demande adaptée au service de médiation.
- Sur ces demandes, seule 1 demande concerne un nom de domaine en .pm ;
toutes les autres concernent l'extension .fr

Réorientation des demandes non adaptées

- Litige avec le bureau d'enregistrement sur la gestion d'un nom de domaine dont il a la charge -> Renvoi vers le bureau d'enregistrement ou les chargés de relation clientèle
- Nom de domaine enregistré sous une extension non gérée par l'Afnic -> Renvoi vers les acteurs en charge de l'extension concernée
- Données du titulaire signalées comme fantaisistes -> Renvoi vers la procédure de justification
- Litige lié à un achat en ligne (consommateur vs vendeur professionnel) -> Renvoi vers les dispositifs des protections des consommateurs

Le profil des Parties

Les demandeurs :

- Association : 6%
- Collectivité Territoriale : 5%
- Etablissement public : 5%
- Entreprise individuelle : 4%
- Personne physique : 18%
- Autre personne morale : 62%

Les titulaires :

- Concurrent du demandeur : 3%
- Prestataire d'achat pour revente de noms de domaine (domaineur) : 49%
- Autre personne morale : 24%
- Autre personne physique : 6%
- Prestataire web : 18%

Le déroulé et l'issue des médiations

42% des demandes adaptées ont abouti à l'ouverture d'une médiation (désigne le cas où le titulaire a accepté de participer à la médiation)

Durée moyenne pour que les titulaires acceptent de participer à la médiation : **2 jours ouvrés**

Ratio types d'accords obtenus : Transmission : 95% et Suppression : 5%

L'issue des médiations : Le taux de réussite des médiations ouvertes est de 58%.

La durée moyenne pour que les Parties trouvent un accord entre elle est de 4 jours ouvrés.

Sur les médiations n'ayant pas abouti à un accord entre les Parties, 18% des noms de domaine concernés ont fait l'objet d'une procédure SYRELI.

Négociations entre les Parties avec contrepartie financière : Oui à 63% et Non à 37%.

Dans le cas d'un accord de transmission avec contrepartie financière, le montant négocié entre les Parties est de : 114€ minimum et le maximum est de 1 000€.

L'avis des demandeurs sur le service

100% des répondants à l'enquête de satisfaction recommandent le service pour les raisons suivantes :

- Simplicité du déroulement de la médiation
- Efficacité du service
- Clarté des informations données par la médiatrice
- Disponibilité de la médiatrice

Le retour d'expérience des médiatrices

- Être prêt à faire un pas vers l'autre
- Être joignable et disponible pour échanger avec la médiatrice
- Être ouvert à la négociation
- Être proactif pendant la phase d'échanges : tout ne repose pas sur la médiatrice

Discussions

Marianne Georgelin précise que majoritairement, les parties veulent récupérer leur nom de domaine. 18 % de ces médiations n'aboutissent pas et se transforment en SYRELI (Système de Résolution de Litiges).

Pour répondre à un membre qui veut savoir si sans médiation, 80 % des demandes seraient partis en SYRELI, **Marianne Georgelin** répond que ce n'est pas corrélé et qu'il est impossible pour l'instant d'en tirer des conclusions.

Un membre se demande si les domaines feront encore plus de médiations. **Marianne Georgelin** répond que les transactions entre domaines existaient avant la création de la médiation et que leur évolution sera à observer.

Marianne Georgelin est convaincue que la médiation répond à un besoin.

En réponse à un membre qui souhaite savoir si la médiation est proposée avant un SYRELI.

Marianne Georgelin précise qu'effectivement, il est incité d'abord à passer par une médiation.

Un membre utilisateur veut connaître le nombre de médiatrices à plein temps. **Marianne Georgelin** répond que six médiatrices travaillent à l'Afnic, mais ne font pas que ça. L'enquête de satisfaction montre que ce service de médiation est apprécié, car il est simple et efficace, si le demandeur est disponible, joignable et prêt à faire un pas vers l'autre.

Les membres félicitent l'Afnic pour ce succès.

6.2 Anticipation des futures évolutions de politiques de registre au regard des évolutions réglementaires

La loi de programmation militaire

- LOI n°2023-703 du 1^{er} août 2023 relative à la programmation militaire pour les années 2024 à 2030 et portant diverses dispositions intéressant la défense

- En vigueur depuis le 1^{er} juin 2024
- Vise les registres et les registrars
- L'ANSSI peut demander aux registres et aux registrars de suspendre (bloquer) un nom de domaine (injonction numérique)

I - Lorsqu'il est constaté qu'une **menace susceptible de porter atteinte à la défense et à la sécurité nationale** résulte de l'exploitation d'un nom de domaine à l'insu de son titulaire qui l'a enregistré de bonne foi, l'autorité nationale de sécurité des systèmes d'information peut demander à ce titulaire de prendre les mesures adaptées pour **neutraliser cette menace** dans un délai qu'elle lui impartit et qui tient compte de la nature de ce titulaire ainsi que de ses contraintes opérationnelles.

En l'absence de neutralisation de cette menace dans le délai imparti, **l'autorité nationale de sécurité des systèmes d'information peut demander :**

(...) 2° « A l'**office d'enregistrement**, mentionné à l'article L. 45 du code des postes et des communications électroniques, ou à un **bureau d'enregistrement** établi sur le territoire français, mentionné à l'article L. 45-4 du même code, de **suspendre** le nom de domaine. »

Marianne Georgelin explique que la loi de programmation militaire donne désormais à l'ANSSI le pouvoir de demander aux registres et registrars de bloquer un nom de domaine. Ce pouvoir prend la forme d'une injonction numérique qui s'effectuera lors d'une menace susceptible de porter atteinte à la défense et à la sécurité nationale et **Régis Massé** ajoute que l'ANSSI avait déjà le pouvoir d'être proactif en réclamant plus d'informations.

Marianne Georgelin précise que ce cas sera ajouté à la charte nommage.

Pierre Bonis indique que cette nouvelle loi n'est pas anodine. Elle peut même enjoindre l'Afnic à créer un nom de domaine. De toute façon, il n'est pas attendu des milliers de requêtes de la part de l'ANSSI. Il précise que cette injonction de l'ANSSI se cumule avec celle de la

DGCCRF (Direction générale de la consommation, de la concurrence et de la répression des fraudes).

Marianne Georgelin indique que la DGCCRF fait 30 demandes d'injonction à l'Afnic par an.

Pierre Bonis ajoute que si l'Afnic prend ses responsabilités, elle laissera l'ANSSI définir la notion juridique « *d'atteinte à la défense et à la sécurité nationale* ».

NIS2

Nous attendons la **transposition** par le gouvernement français de **l'article 28** de la directive (pas de calendrier pour le moment) mais :

Nous n'identifions pas d'évolution de nos politiques de registre liée à l'Article 28 en raison des dispositifs que nous avons déjà mis en place.

6.3 Point d'étape GTT Abus

- La création d'un groupe de travail thématique sur les abus (GTT Abus) lancé en 2024
- **Tous les membres** de l'Afnic peuvent participer
- Création d'un **lieu de partage** d'articles, d'informations, d'études afin de parfaire nos pratiques et connaissances en matière d'abus
- Des **échanges couverts de confidentialité** et pour lesquels chacun des participants s'engagent à respecter :
 - Par mails à un alias dédié

- Puis en visioconférence 1 fois par mois voire 1 fois par trimestre en fonction des sujets

- **Durée du groupe** : dans un premier temps **limité pour évaluer son efficacité** avec un premier bilan à moyen terme (fin d'année 2024 / début d'année 2025)
- **Définition** des abus
- Abus et **NIS 2** - vérification des données des titulaires
- **Détection de nouveaux patterns** d'enregistrement des données titulaires : adresse email>numéro de téléphone -> identité usurpée
- Partager de manière sécurisée des informations concernant des **atteintes en cours** avec le GTT Abus
- **Veille** juridique
- Cadre légal de la liste des **termes soumis à examen préalable** et de sa possible évolution

Marianne Georgelin rappelle que tous les membres de l'Afnic peuvent participer au Groupe de travail thématique (GTT) sur les abus. La prochaine rencontre aura lieu le 10 novembre 2024 et abordera la définition des abus, la vérification des données des titulaires, la détection de nouveaux *patterns* d'enregistrement dans les données des titulaires, les vagues d'enregistrements abusifs, les échanges et les veilles juridiques.

Pierre Bonis explique de ce GT s'organise sur le long cours dans un but structurant.

7. Priorités de l'année à venir en termes opérationnels

Pierre Bonis rappelle que ces priorités ont été présentées au Conseil d'administration.

Émilie Turbat présente le plan marketing. Sa construction commence par des analyses internes et externes. Les performances des produits et les comportements des concurrents et homologues sur le marché sont analysés selon la segmentation suivante des produits et services : .fr, produits additionnels .fr et services de lutte contre les abus, solutions de registre, formations et, R&D et data. Cette matière collectée servira aux orientations de la Direction générale. Celles-ci permettront de rédiger des feuilles de route qui aideront à fabriquer le budget 2025. Un suivi des différents indicateurs est réalisé mensuellement par un comité de pilotage.

Pour 2025, sept grandes orientations en ont été déduites :

- Orientation 1 : Poursuivre la promotion du .fr pour améliorer le taux de renouvellement, gagner en parts de marché (notamment sur le .com) et en adoption par les TPE/PME.

Analyse interne et externe :

- Dans un contexte de ralentissement du marché, malgré sa hausse de prix, le .fr reste compétitif, porté par une hausse de sa part de marché en France et une progression continue de sa notoriété auprès des TPE/PME.
- Même si les TPE/PME françaises comblent leur retard de transformation numérique, il reste encore matière à les équiper en les incitant grâce au programme Réussir en .fr qui touche toujours plus largement via ses nombreux dispositifs et contenus

- Les sites builders restent porteurs, boostés par l'avènement de l'IA
- Les opérations commerciales sont devenues un pilier de l'animation de notre réseau de distribution avec une multiplication par 10 des remises tarifaires couplées à de l'usage en 5 ans

Nos leviers : Animation du réseau de distribution (opérations commerciales, dispositif Je Passe au Numérique...) et Renforcement du programme Réussir en .fr.

- Orientation 2 : Convaincre des marques et des territoires en vue de la prochaine ouverture à candidatures de l'ICANN, tout en poursuivant l'identification d'usages innovants des nouvelles extensions.
- Orientation 3 : Trouver des applications du DNS et de nos expertises métiers dans des projets innovants en partenariat.
- Orientation 4 : Valoriser et développer nos actions de lutte contre les abus en collaboration avec nos parties prenantes.
- Orientation 5 : Mettre en place un plan de développement pour augmenter les revenus de l'offre formation.
- Orientation 6 : Préciser les modalités de distribution technique, juridique et commerciale de notre SRS.
- Orientation 7 : Affirmer la dimension RSE du .fr et des produits et services de l'Afnic.

8. Discussion autour des sujets remontés par les membres

8.1 Focus sur la procédure de justification de l'Afnic

Les critères d'éligibilité du .fr

Peuvent demander l'enregistrement ou le renouvellement d'un nom de domaine, dans chacun des domaines de premier niveau, toutes personnes physiques résidant et toutes personnes morales ayant leur siège ou établissement principal :

- sur le territoire de l'un des états membres de l'union européenne ;
- sur le territoire des pays suivants : Islande, Liechtenstein, Norvège, Suisse

L'article L. 45-1 du Code des Postes et des Communications électroniques

- L'enregistrement d'un nom de domaine s'effectue sur la base des déclarations faites par le demandeur
- L'office d'enregistrement et les BE collectent les données nécessaires à l'identification des personnes physiques ou morales titulaires de noms de domaine et sont responsables du traitement de ces données au regard de la [loi n° 78-17 du 6 janvier 1978](#) relative à l'informatique, aux fichiers et aux libertés.

- La fourniture de données inexactes par le titulaire peut emporter la suppression de l'enregistrement du nom de domaine correspondant. Celle-ci ne peut intervenir qu'après que l'office d'enregistrement a mis le titulaire en mesure de régulariser la situation.

Les données collectées :

- Le nom
- Le prénom
- La dénomination sociale (si personne morale)
- Adresse postale ou du siège social
- Adresse électronique
- Téléphone

L'article 3.2 de la Charte de nommage

- L'Afnic peut procéder à des vérifications dans le cadre d'opérations de qualification de nature à s'assurer de l'éligibilité et/ ou de la joignabilité du titulaire du nom de domaine

Vérifier l'éligibilité et la joignabilité d'un titulaire

Le processus est initié

- Sur décision de l'Afnic
- Suite à une plainte motivée d'un tiers effectuée via le formulaire de vérification disponible sur le site web de l'Afnic
- Suite à une détection des données d'enregistrement dès la création du nom de domaine

Raisons de la demande

- La demande doit être accompagnée de justificatifs sur l'inexactitude des données du titulaire

- Une notification est envoyée par l’Afnic au demandeur à l’ouverture et à l’issue de la procédure

Raisons de la demande

Je signale que le titulaire n’est pas joignable :

- Les coordonnées postales et/ou le numéro de téléphone sont fantaisistes
- J’ai un retour de mail incorrect
- J’ai reçu un retour du courrier (Pli non distribuable)

Je signale que le titulaire n’est pas éligible :

- Le titulaire ne réside pas sur le territoire de l’un des Etats membre de l’Union européenne

JOINDRE LES JUSTIFICATIFS

L’Afnic lance la procédure et envoie :

- Un e-mail au titulaire du nom de domaine (FR / EN)
- Un e-mail au bureau d’enregistrement auprès duquel le nom de domaine est enregistré (FR / EN)
- Puis, à chaque étape, l’Afnic envoie une notification au titulaire et au BE (un e-mail)
 - Gel / dégel
 - Blocage / déblocage
 - Suppression ou Clôture

[English version below]

Bonjour,

Conformément aux dispositions de la Charte de nommage, l'AFNIC peut demander, de sa propre initiative ou suite au signalement d'un tiers, la communication de pièces établissant le respect par le titulaire des critères :

- d'identité,
- d'éligibilité (adresse postale sur l'un des territoires de l'Union Européenne ou de l'EEE, activité pour une société),
- de joignabilité.

Dans ce contexte nous vous informons avoir gelé le portefeuille de noms de domaine de votre client XXXX pour un délai de sept (7) jours calendaires maximum.

Durant ce délai, nous vous prions de bien vouloir nous communiquer les pièces justificatives permettant de conclure au respect par le titulaire des règles d'éligibilité et de joignabilité.

- Si votre client est une personne physique, nous vous prions de bien vouloir nous communiquer les pièces justificatives suivantes :
 - une copie de pièce nationale d'identité ou de passeport ;
 - un justificatif de domicile, de moins de trois mois, situé sur le territoire de l'un des Etats éligibles à la Charte de nommage de l'AFNIC (facture de téléphone ou d'électricité, avis d'imposition ...).
- Si votre client est une personne morale, nous vous prions de bien vouloir communiquer les pièces justificatives suivantes :
 - un extrait du registre de moins de trois mois dans lequel l'entreprise est enregistrée (ou équivalent) ;
 - une copie de pièce nationale d'identité ou de passeport du représentant légal de ladite entreprise.

Si passé ce délai de sept (7) jours maximum, aucun élément ne permet de conclure au respect par le titulaire des règles d'éligibilité et de joignabilité, son portefeuille de noms de domaine, complété le cas échéant des noms de domaine nouvellement enregistrés, sera bloqué pour une période de trente (30) jours calendaires maximum.

Vous trouverez ci-dessous la liste des noms de domaine concernés par la mesure.

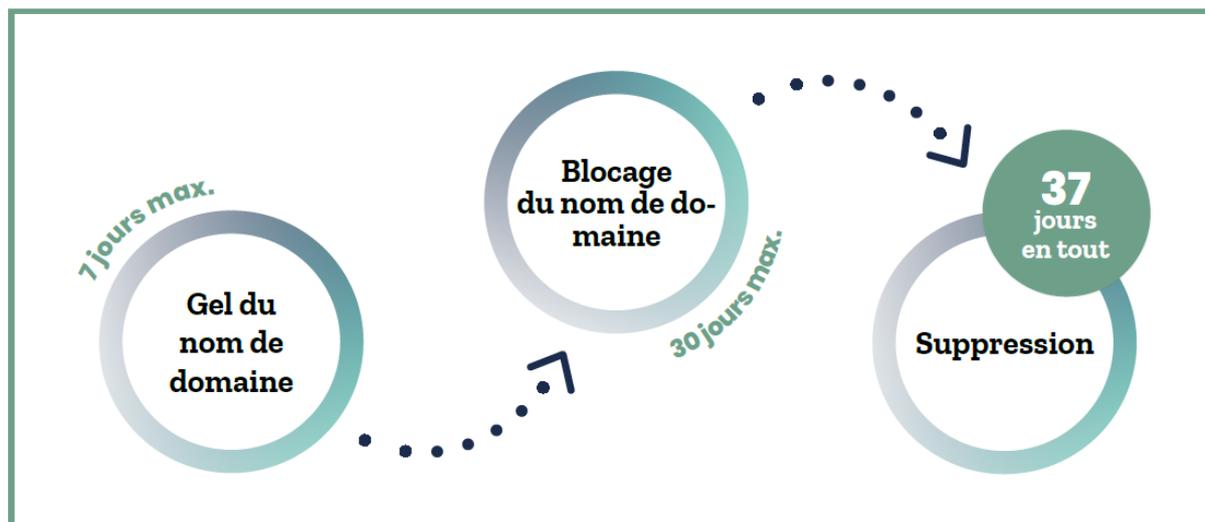
Votre chargé de clientèle se tient à votre disposition pour de plus amples renseignements.

Bien cordialement,
AFNIC

Exemples de justificatifs que le titulaire du nom de domaine doit fournir :

- Si le titulaire est une personne physique :
 - une copie de pièce nationale d'identité ou de passeport ;
 - un justificatif de domicile, de moins de trois mois, situé sur le territoire de l'un des Etats éligibles au .fr (facture de téléphone ou d'électricité, avis d'imposition etc.).
- Si le titulaire est une personne morale :
 - un extrait du registre de moins de trois mois dans lequel l'entreprise est enregistrée (ou équivalent) ;
 - une copie de pièce nationale d'identité ou de passeport du représentant légal de ladite entreprise.

Chronologie de la vérification des données titulaire



Discussions

Un **membre utilisateur** demande si l'Afnic décide de la recevabilité d'une plainte déposée par un tiers. **Marianne Georgelin** répond qu'effectivement, l'Afnic s'assurera que la plainte est motivée.

Un **membre BE** veut savoir si la cohérence entre la ville et le code postal est prise en compte. **Marianne Georgelin** précise que le titulaire justifiera son adresse par une facture récente (type EDF) et une pièce d'identité. Pour les entreprises, il sera réclamé un Kbis de moins de trois mois.

Un **membre** souhaite savoir si des titulaires peuvent avancer masqués. **Marianne Georgelin** explique que l'association ne vérifie pas les noms de domaine, mais les données des titulaires. Fréquemment, il arrive qu'une société ou une marque squattée fasse une demande de levée d'anonymat.

Pierre Bonis confirme aussi que l'Afnic lance à sa propre initiative, des procédures à l'encontre des noms de domaine qu'elle juge problématiques.

Un membre BE souhaite une ouverture de critères plus larges pour l'éligibilité des noms de domaine.

Pour répondre à un **membre BE** qui se demande si des critères plus larges en devraient pas être pris en compte pour lancer cette procédure, **Marianne Georgelin** explique que l'Afnic lance une procédure lors de cas de données fantaisistes ou incohérentes. De plus, des listes de nom de domaine sont particulièrement surveillées. Les informations sont croisées, sachant que l'impact est fort entre les citoyens et les services publics. Par exemple, le nom « Ameli » est quotidiennement surveillé.

Un membre BE demande si la légitimité d'une plainte est vérifiée avant qu'elle ne soit lancée. **Marianne Georgelin** répond que seul le signalement est vérifié.

Marianne Georgelin rappelle que derrière un titulaire peut se cacher plusieurs noms de domaine. La procédure visera à terme à la suppression du portefeuille complet. Les étapes de cette procédure pourront être discutées en GTT. En tout cas, elles répondent aux exigences de l'article 28 de NIS 2.

Pierre Bonis pense que les BE, qui sont notifiés, doivent prendre connaissance d'une telle procédure, et pour répondre aux questions, **Régis Massé** pense que l'utilisation du mail pour prévenir les BE est préférable aux autres moyens de communication, sachant que tous les BE ne possèdent pas une connexion EPP.

Pierre Bonis rappelle que la justification est lancée par l'Afnic et qu'elle a la main sur cette procédure, pas les BE. Il s'agit d'une des solutions apportées à l'article 28 de NIS 2.

Un membre BE remarque que les clients interrogent d'abord les BE. Or, ces derniers, malgré leurs engagements commerciaux, n'ont plus la main sur leur produit. **Marianne Georgelin** répond que le titulaire se doit de respecter la charte de nommage et que le BE doit le lui rappeler.

Marianne Georgelin estime que le titulaire répondra à son mail de demande de justification puisqu'il a lui-même l'obligation de veiller au bon fonctionnement de son adresse électronique. Toujours est-il que les procédures de justification ont baissé de 70 % entre juillet 2023 et juillet 2024. Elles sont moins nombreuses à être lancées.

Pierre Bonis ajoute que la communication passe par les canaux de l'Afnic et de l'Afnic OP.

Marianne Georgelin explique que cette procédure ne concurrencera pas d'autres procédures, notamment policières.

Un membre BE veut savoir si la procédure SYRELI bloquera la procédure de justification.

Marianne Georgelin indique qu'une procédure remplacera l'autre. Elles ne peuvent avoir lieu en même temps.

8.2 NIS 2

Pierre Bonis précise que pour répondre aux exigences de NIS2, la position de l'Afnic a été d'anticipé d'une part par la vérification fédérée des données et d'autre part par la mise en place des sanctions graduées. Ces deux points sont travaillés conjointement entre les BE et le registre. Il est nécessaire que le BE remonte à l'Afnic ses propres vérifications d'identité et de joignabilité.

Un membre BE en déduit qu'un mail ou un téléphone suffisent.

Pierre Bonis explique que plus de points de vérification sont adressés, plus c'est efficace, sachant qu'il s'agit d'une logique d'amélioration continue. L'Afnic sera informée que le BE a vérifié ce qui ne l'empêchera pas de faire de son côté ses propres vérifications. Peut-être que ces critères du .fr ne seront pas suffisants dans le cadre de NIS2. Toutefois, l'association

disposera de trois ans pour mettre en place NIS 2. Il ne sert à rien d'anticiper des règles pas encore demandées par le législateur.

Un membre BE s'interroge sur la vérification des numéros de téléphone portable compliquée à effectuer. **Marianne Georgelin** explique qu'à ce sujet aucune réponse donnée n'est encore précise.

Pierre Bonis reste prudent sur les exigences d'opérationnalité non encore définies, par exemple la notion de taille des bureaux d'enregistrement. L'entité essentielle se définit comme un opérateur de serveur faisant autorité. Ainsi, un hébergement d'un service DNS confère à l'opérateur l'entité essentielle, quelle que soit sa taille. L'ANSSI n'entre pas dans une logique répressive, mais d'aidant et d'accompagnant. Elle s'appuiera sur l'analyse des risques.

9. Calendrier et feuille de route des prochains CCUBE

Sophie Canac annonce que pour constituer l'ordre du jour, un canal sera ouvert pour recevoir les remontées des membres avec une date butoir (8 janvier 2025) pour le prochain comité de concertation de mars. Les autres dates de l'agenda sont les suivantes :

- **Jeudi 17 octobre 2024** : webinaire *Les tendances du marché des noms de domaine*, présenté par Loïc Damilaville.
- **Mardi 19 novembre 2024** : webinaire *RSE*, animé par Virginie Navailles.
- **Lundi 25 novembre 2024** : webinaire *Compte-rendu des instances internationales*, animé par Lucien Castex.

- **Jeudi 5 décembre 2024** : événement membres, associé aux 10 ans du .bzh, à Quimper.

Isoc France informe que du **16 au 21 avril 2025** seront organisées *les Rencontres numériques* à Varzy (Nièvre).

La date du prochain CCUBE sera à déterminer : le mardi 25 mars ou le jeudi 27 mars 2025.

Pierre Bonis remercie l'ensemble des membres présents sur place et en ligne pour leur participation.