

# NOMS DE DOMAINE



Les abus dans le nommage

## NDDCamp alsace 20-21 mars 2025

Noms de domaine & marques :  
tables rondes d'experts  
PROGRAMME pages 4 à 8

NUMERO 3 - MARS 2025



### Nouveau Round ICANN

#### Reverse Domain Name

**Hijacking:** Comparative Analysis...

**Petit vadémécum** pour engager une procédure UDRP assurément vouée à l'échec

**Nouvelles extensions** : le prochain round à l'épreuve du droit

**3 questions à Pierre Bonis**, directeur général de l'Afnic

#### Fake Shops et Intelligence

**Artificielle** : Un défi croissant...

**L'avenir du SEO en 2025** : entre innovation, éthique et intentions de recherche

**Les cinq meilleures pratiques** pour gérer votre portefeuille de noms de domaines

**ICANN 82 et le lancement de .BRAND** : une révolution pour les entreprises

**2026** année pivot de l'internet ?

**LWS Opens Its API**: Manage Your Domains and Emails with Ease!

**DMARC** : L'authentification des e-mails renforcée en 2025

**Noms de domaine** : pourquoi sécuriser votre compte et quelles sont les bonnes pratiques ?

»»» SUR VOTRE AGENDA EN 2025

# NDDCAMP PARIS

9E EDITION 2025

Noms de domaine & marques  
Experts & Tables Rondes  
SEO, Juridique, Branding, Snap,  
Acquisition, Applications, Web3

2025

12

SEPT



9H À 19H • INSTITUT F2I

10 CR LOUIS LUMIÈRE, 94300 VINCENNES, FRANCE  
MÉTRO : BÉRAULT (LIGNE 1) / RER : VINCENNES (LIGNE A)



## CONTACT

**Benjamin Louis**  
Tél. 06 12 45 66 48

[info@nddcamp.fr](mailto:info@nddcamp.fr)  
<https://nddcamp.fr>

NDDCamp Paris

# A PROPOS



Depuis 2015, NDDCamp Paris rassemble chaque année les professionnels du nommage, noms de domaines et marques, autour de tables rondes et d'ateliers.

L'objectif de cette journée - gratuite mais sur invitation, est de diffuser dans notre milieu professionnel les dernières avancées technologiques et juridiques, mais aussi les bonnes pratiques et de débattre des thèmes d'actualité du secteur.

Depuis 2021, une deuxième conférence annuelle se tient à Strasbourg (NDDCamp Alsace) et la question du nommage est désormais étendue au Web3, où le cybersquatting et les atteintes aux droits de propriété intellectuelle concernent de plus en plus d'entreprises et nécessite une évolution de la loi.

La 4e édition strasbourgeoise est organisée en partenariat avec le CIC EST, que nous remercions vivement d'accueillir à nouveau cet événement.

## Les organisateurs

NDDCamp est une initiative menée par quatre professionnels des noms de domaine, Marc-Olivier Bernard, David Chelly, Philippe Franck et Benjamin Louis. Elle bénéficie du soutien de l'AFNIC, France Num, de Sedo et d'autres organismes de référence du secteur.

## Un format original

NDDCamp est un moment de networking et d'échange de savoir. L'événement est organisé en tables rondes d'experts, sans présentations promotionnelles ni sponsorisées.

En raison de la diversité des publics, des thèmes distincts sont abordés simultanément dans deux salles.

En parallèle, chacun peut visiter les stands des exposants et les espaces de restauration, dans une atmosphère conviviale et d'échange. Les participants pourront de plus y assister à des démos, présentations d'outils, tests de versions beta, etc.

L'événement est disponible en replay sur Youtube. Il bénéficie d'une large diffusion sur les réseaux sociaux, forums, médias en ligne spécialisés, blogueurs et prescripteurs.

## CONTACT

**Benjamin Louis**

Tél. 06 12 45 66 48

Email : [info@nddcamp.fr](mailto:info@nddcamp.fr)

Web : <https://nddcamp.fr>

# PROGRAMME



## NDDCAMP ALSACE

4E EDITION • 2025

20-22 MARS 2025 • SIEGE DE LA BANQUE CIC EST

31 RUE JEAN WENGER - VALENTIN, 67000 STRASBOURG (TRAM : RIVES DE L'AAR)



# NDDCamp Alsace, 4e édition

# 20 mars 2025



One World, One Internet

**SALLE**



## 13h30 - 17h30 : **Acceptation Universelle (UA)** des noms de domaine et adresses email

*atelier animé par Benoit Ampeau, directeur partenariats et innovation de l'Afnic*

La Conférence sur l'Acceptation Universelle explore comment garantir que tous les noms de domaine et adresses email fonctionnent dans toutes les applications, indépendamment de leur script ou longueur. Cette initiative technique favorise l'inclusion numérique, le multilinguisme et l'accès pour des milliards d'utilisateurs dans le monde entier, soutenant les efforts de l'ICANN et de l'UNESCO vers un internet véritablement mondial pour tous.

## **Universal Acceptance (UA) of Domain Names and Email Addresses**

Universal Acceptance Conference explores how to ensure all domain names and email addresses work in all applications regardless of script or length. This technical initiative promotes digital inclusion, multilingualism, and access for billions of users worldwide, supporting ICANN and UNESCO's efforts toward a truly global internet for everyone.



# NDDCamp Alsace, 4e édition

# 21 mars 2025

## HALL D'ACCUEIL

- 9h00 – 9h45 : Accueil des participants & petit déjeuner networking
- 12h30 – 14h30 : Pause déjeuner
- 17h – 19h : Cocktail de clôture

## AMPHI

### 9h45 – 10h00 Introduction

Mots d'accueil pour démarrer cette journée, de **Dominique Bellemare**, Directeur général de la Banque CIC Est, des organisateurs et de **Nico Caballero**, Chair GAC ICANN

### 10h – 11h15 : New ICANN Round

- The ongoing process and lessons from the last round :
  - Budget and how to proceed for a .brand extension project
  - New users: ngTLD, brand extensions, geographical extensions, mixed extensions with Web3?
- New potential markets for registries, registrars, law firms and other domain services providers
- Competing applications, conflicts with Web3.



#### *Intervenants :*

Arnaud Franquinet

Cédric Michel-Flandin

Chris Mondini

David Taylor

Glen de Saint Géry

**Monte Cahn (animateur)**

Nicolas Caballero

Patrick Hauss

CEO Gandi

Responsable business development AFNIC

Managing Director for Europe VP

Stakeholder Engagement ICANN

Hogan Lovells

IP and DN Specialist

CEO .Hiphop

Chair GAC ICANN

Head of Corporate Development and  
Strategic Alliances EMEA CSC

# NDDCamp Alsace, 4e édition

# 21 mars 2025

## AMPHI

### 11h15 – 12h30 : Créer son identité, par le marché primaire ou secondaire des marques et des NDD ?

- Marques : nommage sur mesure, rachat de marques existantes, vierges ou précédemment utilisées
- Des premier et second marchés des NDDs interdépendants
- Nouvelles extensions : l'adhésion des utilisateurs en question (étude club .marque)
- Intégration en cours avec le Web3 ?
- Domaines expirés : objets de convoitise et de contrôle par Google, les registres (Canada, Estonie) et les registrars



#### Intervenants :

Benjamin Louis

**Eric Lantonnet (modérateur)**

Laurence Martel

Marion Carrier

Matthieu Aubert

Mickaël Vigreux

Registre .alsace

CEO DGS Monaco

Directrice Naming France Nomen

Cheffe de produit marketing Afnic

Advisory & Strategy Director SafeBrands

Responsable commercial Afnic

### 14h30 – 15h45 : Les abus dans le nommage (NDD, marque, Web3, cybersécurité)

- Efficacité des dispositifs et évolution de la jurisprudence
- Solutions de surveillance et monitoring
- Cas pratiques et retours d'expérience
- Les enjeux de cybersécurité associés (Abus DNS)
- Thin/thick Whois, NIS2, enjeux de l'implémentation de DNSSEC, SPF, DKIM and DMARC



#### Intervenants :

Benoît Ampeau

Fabrice Bircker

Jean-Christophe Vignes

Jean-François Poussard

Marc-Emmanuel Mellet

**Nathalie Dreyfus (modératrice)**

Sébastien Martin

Directeur partenariats et innovation Afnic

Head of Plasseraud IP Internet & Data

CEO IP Metro

Fondateur Associé chez Solidnames

Responsable pôle NDD et Internet Juriste  
Novagraaf France

Fondatrice Dreyfus & associés

CEO RAID Square & LSW3

# NDDCamp Alsace, 4e édition

# 21 mars 2025

## AMPHI

### 15h45 – 17h00 : Les acteurs du Web à l'épreuve de l'IA

- Comment le SEO peut-il se réinventer face à l'IA prédominante chez Google ?
- L'IA au service de la création de noms de domaine et noms de marques
- Nouvelles opportunités de monétisation pour les domainers : PBN, vente de liens
- Le développement à la portée de tous ?

*Intervenants :*

**Alexandre Nappey (modérateur)**

Dan Bernier

Frederic Guillemaut

Kevin Jourdan

Sébastien Almiron

SCAN Avocats

Inéolab

DG SafeBrands

CEO Dotmarket

DG Netim



Translated

## SALLE

### 11h15 – 12h30 : NIS2: Impact on Domain Name Registries and Registrars

What does NIS2 imply and how to prepare for it ?



*Participants :*

Arnaud Franquinet

Pierre Bonis

CEO Gandi

Directeur général Afnic

### 14h30 – 15h45 : Second marché, nouvelles plateformes de vente, de monétisation et de namecatching

Domaining in 2025 : best ways and tools to select, snap, purchase, monetize and sell domain names



*Participants :*

**Helmuts Meskonis (modérateur)**

Joe Alagna

Monte Cahn

Richard Lau

Domain Summit & DNForum.com

CSO IT.com

CEO .hiphop

Founder DomainEasy & Logo.com

### 15h45–17h00 : Quelle gouvernance pour l'ICANN demain ?

*Organisé par :* Nico Chagny & Sébastien Bachollet



Nicolas Chagny

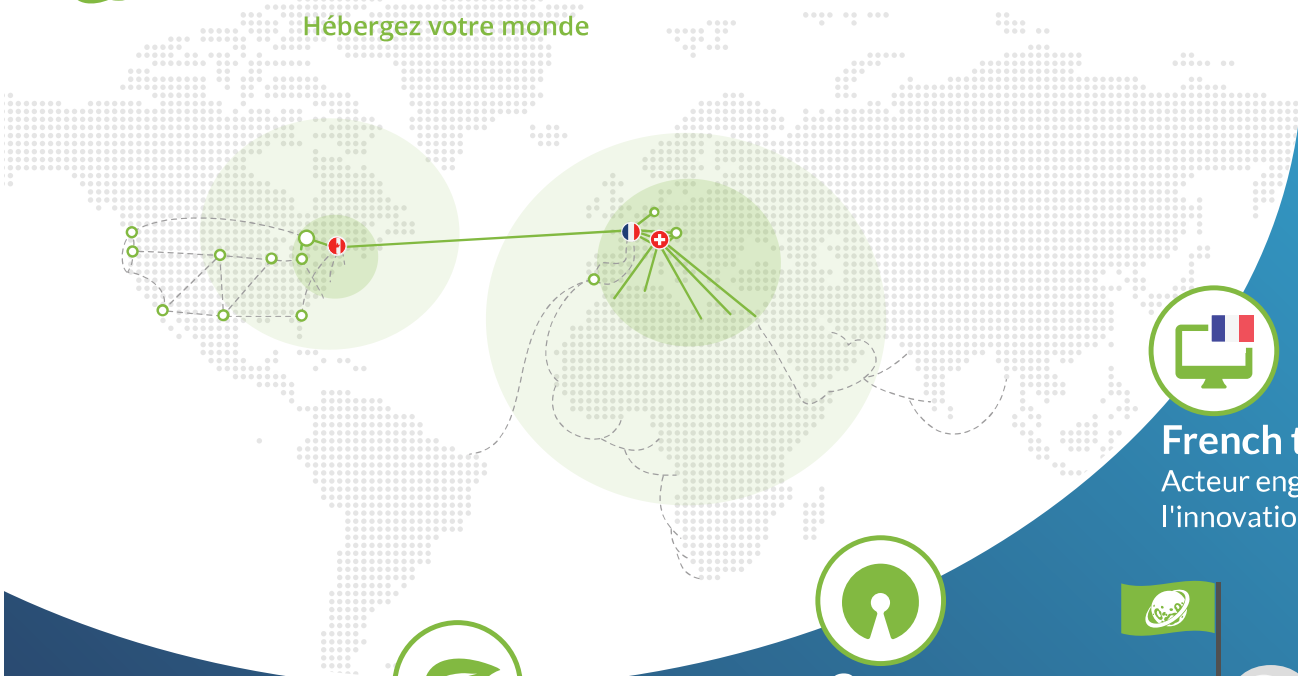
Sébastien Bachollet

Nico Caballero

Président ISOC France

Président d'EURALO - ICANN

Chair GAC ICANN



**French tech**  
Acteur engagé pour l'innovation française.



**Open source**  
Supporteur des technologies libres.



**Eco-responsabilité**  
Actions durables pour l'environnement.



[www.planethoster.com](http://www.planethoster.com)

- Câbles actuels
- - - Câbles projetés
- Zone optimale (faible latence)
- Zone moyenne (latence moyenne)

registre du .alsace  
co-organisateur du NDDcamp  
ancien membre du board Afnic  
actif à l'ICANN depuis +12 ans

.alsace registry  
co-organiser of the NDDcamp  
former member of the Afnic board  
active at ICANN for more than 12 years

**Sparkling**  
.domains

Prochain round ICANN !

Sparkling vous accompagne :

- dossier de candidature
- stratégie de nommage
- management de l'extension

Benjamin LOUIS  
[benjamin@sparkling.alsace](mailto:benjamin@sparkling.alsace)  
06 12 45 66 48

Next ICANN round!  
Sparkling supports you:

- application file
- naming strategy
- TLD management

## L'ACTU EN CHIFFRES

### 5

C'est le nombre de demandes ASP à l'état « engagées » (mi-février 2025), c'est-à-dire ayant transmis à l'ICANN les informations sur l'organisation. 0 sont en cours d'examen, et aucune évaluation n'a été terminée. L'ASP est un programme de soutien aux candidats à une extension lors du prochain round. Soutien dans la construction de la candidature et aide financière par une remise de 75% à 85% sur les 227 000 \$ de frais ICANN.

*This is the number of ASP applications at the 'committed' stage (mid-February 2025), i.e. having sent ICANN information on the organization. 0 are currently being examined, and no evaluation has been completed. The ASP is a support programme for applicants for a Top Level Domain in the next round. Support in building the application and financial assistance through a rebate of 75% to 85% of the \$227,000 ICANN fees.*

### 12/2025

C'est au plus tard en décembre 2025 que le guide de candidature définitif (AGB) pour le prochain round sera publié. La session de dépôt des candidatures est toujours prévue pour Avril 2025.

*The definitive application guidebook (AGB) for the next round will be published in December 2025 at the latest. The application session is still scheduled for April 2025*

### 1,2 million

C'est le nombre de nouveaux enregistrements de domaine en .cn au second semestre 2024. Ce qui porte le registre Chinois à plus de 20 millions de domaines en .cn. Données registre CNNIC.

*This is the number of new .cn domain registrations in the second half of 2024. This brings the Chinese registry to more than 20 million .cn domains. CNNIC registry data.*

### 1er

Du 8 au 13 mars, s'est déroulé le Community Forum de l'ICANN à Seattle. 82ème meeting de l'ICANN et 1er meeting pour Kurtis Lindqvist en qualité de CEO ICANN. Il succède à Sally Costerton qui a assuré l'intérim après la « démission » de Göran Marby en décembre 2022. Avis personnel : Sally a été plus qu'une intérimaire traitant les affaires courantes, elle a arbitré sur des sujets en souffrance, notamment le prochain round ICANN.

*From 8 to 13 March, the ICANN Community Forum took place in Seattle. This was ICANN's 82nd meeting and Kurtis Lindqvist's first meeting as ICANN CEO. He succeeds Sally Costerton, who took over as interim CEO following Göran Marby's 'resignation' in December 2022. Personal opinion: Sally has been more than just a caretaker handling day-to-day business; she has arbitrated on outstanding issues, in particular the next ICANN round.*

### 19

C'est le nombre (à fin janvier 2025) d'Opérateurs Techniques de Registre (OTR) ayant commencé à fournir des informations à l'ICANN sur leur candidature au programme RSP (Registry Service Provider : accréditation des OTR en vue du prochain round d'extensions). 16 autres sont à l'étape suivante. Pour rappel, le coût d'accréditation est de 92 000 \$ (dégressif par paliers si plus de 50 puis 60 dossiers). C'est très élevé notamment pour des OTR déjà connus de l'ICANN qui exploitent des gTLDs depuis 10 ans.

*This is the number (at the end of January 2025) of Backend registries that have started to provide information to ICANN on their application for the RSP program (Registry Service Provider: accreditation of Backend registry for the next round of extensions). 16 others are at the next stage. As a reminder, the cost of accreditation is \$92,000 (decreasing in stages if more than 50 then 60 applications). This is very high, particularly for OTRs already known to ICANN who have been operating gTLDs for 10 years.*

104 100

C'est le nombre d'abonnés au compte X de l'ICANN... qui ont eu la surprise de voir le 12 février 2025 des posts surprenants vantant une crypto monnaie nouvellement créée. L'ICANN a confirmé que son compte X a été victime de phishing. Les posts malveillants ont depuis été supprimés. La dernière attaque subie par l'ICANN était une DDOS sur son site web en septembre 2024. Le site icann.org avait été à nouveau accessible moins de 24h après.

*That's the number of followers to ICANN's X account... who were surprised to see surprising posts on 12 February 2025 praising a newly created crypto currency. ICANN has confirmed that its X account was the victim of phishing. The malicious posts have since been deleted. The last attack suffered by ICANN was a DDOS on its website in September 2024. The icann.org website was accessible again less than 24 hours later.*

8 mai 2025

C'est la date du Universal Acceptance Day (UA Day) cette année. La « scène » principale se déroulera à Hanoï à l'occasion du Contracted Parties Summit, réunion bien connue des registres et registrars qui s'est déroulée à Paris en 2024. Des manifestations UA Day se dérouleront dès mars partout dans le monde. Le NDDcamp s'y associe cette année en organisant une réunion de sensibilisation avec l'Afnic au siège de la banque CIC Est le jeudi 20 mars, veille du NDDcamp.

*This is the date of Universal Acceptance Day (UA Day) this year. The main 'stage' will take place in Hanoi during the Contracted Parties Summit, a well-known meeting of registries and registrars which took place in Paris in 2024. UA Day events will be held from March onwards all over the world. The NDDcamp is joining in this year by organizing an awareness-raising meeting with Afnic at the CIC Est Bank headquarters on Thursday 20 March, the day before the NDDcamp.*



**L'opérateur technique français de référence en Europe  
pour accompagner le lancement  
et la gestion de votre extension internet.**

**Un levier de croissance et de visibilité  
pour les entreprises, les marques  
et les collectivités territoriales.**

## 3 QUESTIONS À PIERRE BONIS, DIRECTEUR GÉNÉRAL DE L'AFNIC

**L'ICANN lance un nouveau round d'attribution d'extensions de domaine personnalisées, près de 15 ans après le précédent round de 2012. Un grand changement dans le paysage des noms de domaine ?**

**Pierre Bonis :** Dans le paysage de l'internet mondial ! Ce round d'attribution d'extensions de domaine de l'ICANN est une véritable opportunité pour les entreprises et les collectivités territoriales. En 2012, près de 2 000 candidatures avaient été déposées dans le monde et plus de 1 200 nouvelles extensions avaient été créées. En 2026, un dispositif similaire va permettre à de nouvelles entités d'acquérir leur propre extension de premier niveau (TLD), comme un .marque ou un .région. Pour elles, c'est un changement de paradigme en termes de visibilité, de sécurité et de stratégie de marque, car elles pourront créer des espaces en ligne sécurisés, entièrement personnalisés, leur permettant de renforcer leur identité numérique, leur notoriété et la confiance des utilisateurs.

**Comment l'Afnic prévoit-elle de les accompagner dans l'obtention de leur propre extension internet ?**

**Pierre Bonis :** L'Afnic regroupe ses savoir-faire d'Opérateur Technique de Registre sous la marque Afnic Registry Services. Elle est issue du travail que nous faisons depuis 2012 ! Et regroupe une gamme complète de services pour accompagner les marques et les collectivités territoriales dans le processus complexe d'obtention d'une extension de domaine, et ce à chacune des étapes : de l'analyse préliminaire des besoins à la rédaction et la soumission de la candidature, et jusqu'à la gestion technique et administrative de l'extension une fois attribuée. L'Afnic est un opérateur technique



de registre de premier plan en Europe, qui accompagne près d'une quinzaine de nouvelles extensions internet génériques telles que le .leclerc pour les marques ou les .bzh et .alsace pour les territoires.

**Quelles sont les attentes et défis que vous anticipez pour ce round de 2026 ?**

**Pierre Bonis :** Nous anticipons une forte demande de la part des entreprises et des collectivités territoriales françaises, supérieure en volume à celle de 2012, et avec une bien meilleure préparation et des attentes plus précises. Les candidats arriveront plus informés sur les avantages d'avoir leur propre extension de domaine, avec des projets plus aboutis. Côté ICANN, le principal défi sera d'assurer un traitement juste et transparent de toutes les candidatures, tout en garantissant une évaluation rapide et efficace des aspects techniques, juridiques et opérationnels. L'objectif étant de tirer parti des enseignements de 2012 pour que ce nouveau round de 2026 soit toujours plus fluide, rapide, équitable et inclusif. ■

# DMARC : L'AUTHENTIFICATION DES E-MAILS RENFORCÉE EN 2025

*Le courrier électronique est un outil essentiel de communication, mais il est vulnérable aux tentatives d'usurpation d'identité et de phishing. Pour contrer ces menaces, des protocoles d'authentification tels que SPF, DKIM et DMARC ont été développés.*

## JEAN-FRANÇOIS POUSSARD

Président, Fondateur Associé de Solidnames  
[jf.poussard@solidnames.fr](mailto:jf.poussard@solidnames.fr)

En 2025, leur adoption connaît une croissance significative, renforçant ainsi la sécurité des échanges numériques.

### Comprendre SPF, DKIM et DMARC

Le Sender Policy Framework (SPF) permet aux propriétaires de domaines de spécifier quels serveurs sont autorisés à envoyer des e-mails en leur nom. Cette mesure prévient l'usurpation d'identité en vérifiant la source des messages.

**DomainKeys Identified Mail (DKIM)** ajoute une signature numérique aux e-mails sortants. Cette signature assure au destinataire que le message n'a pas été altéré et qu'il provient bien du nom de domaine indiqué.

**Domain-based Message Authentication, Reporting & Conformance (DMARC)** combine SPF et DKIM pour offrir une protection accrue. Il permet aux propriétaires de noms de domaine de définir des politiques sur le traitement des e-mails non authentifiés et fournit des rapports sur les tentatives d'usurpation.

### L'essor de DMARC en 2025

En 2025, l'adoption de DMARC est en forte progression. Selon une étude de l'Afnic, 16,6 % des noms de domaine en .fr ont implémenté DMARC en 2024, soit une augmentation notable par rapport à l'année précédente. Cette tendance s'explique par une prise de conscience accrue des enjeux de sécurité et par des réglementations plus strictes.

La version 4.0 du standard PCI DSS exige notamment la mise en place de DMARC d'ici le 31 mars 2025. Cette obligation concerne toutes les organisations traitant des données de cartes bancaires et vise à réduire les incidents de phishing, qui représentent 39 % des attaques en 2024.

Le non-respect de cette exigence peut entraîner des amendes allant jusqu'à 100 000 dollars, une augmentation des fraudes par e-mail et des problèmes de délivrabilité.



### Introduction à BIMi

Le Brand Indicators for Message Identification (BIMI) est une initiative complémentaire à DMARC. BIMi permet aux entreprises d'afficher leur logo officiel à côté de leurs e-mails authentifiés dans la boîte de réception des destinataires. Cette visibilité renforce la confiance des utilisateurs et améliore la reconnaissance de la marque.

Pour implémenter BIMi, une entreprise doit d'abord adopter SPF, DKIM et DMARC avec une politique de rejet stricte. Ensuite, elle doit publier un enregistrement DNS spécifique contenant l'URL de son logo au format SVG. Bien que l'adoption de BIMi soit encore en phase initiale, son potentiel pour améliorer l'engagement des utilisateurs et la sécurité des e-mails est prometteur.

L'année 2025 marque un tournant dans la sécurisation des communications par e-mail. L'adoption croissante de DMARC, soutenue par des obligations réglementaires, témoigne d'un engagement renforcé envers la protection des données et la lutte contre le phishing.

Il est essentiel pour les organisations de se conformer à ces standards pour éviter les sanctions et protéger leur réputation.

Le site web de Solidnames.fr permet de vérifier gratuitement si votre nom de domaine est protégé contre l'usurpation d'identité.

## REVERSE DOMAIN NAME HIJACKING: COMPARATIVE ANALYSIS OF VIKING EXCHANGE & MARKETING INC. V. VOLODIMIR CHMIL / PAYSINE LTD AND WIPO CASE D2024-0151, MERMET SAS V. DIDIER MERMET

*Reverse Domain Name Hijacking (RDNH) is a critical issue in domain name disputes, where a complainant attempts to seize a domain name from its legitimate holder by misusing the Uniform Domain Name Dispute Resolution Policy (UDRP) or similar mechanisms. This practice is considered an abuse of process and can lead to reputational and legal consequences for the complainant.*

### NATHALIE DREYFUS

Founder and Managing partner, Dreyfus & associates, Paris / Trademark Attorney, Wipo Panelist, Expert before the French Supreme Court - Trademarks  
[contact@dreyfus.fr](mailto:contact@dreyfus.fr)

Reverse Domain Name Hijacking (RDNH) is a critical issue in domain name disputes, where a complainant attempts to seize a domain name from its legitimate holder by misusing the Uniform Domain Name Dispute Resolution Policy (UDRP) or similar mechanisms. This practice is considered an abuse of process and can lead to reputational and legal consequences for the complainant.

Two recent decisions shed light on how different panels assess claims of RDNH:

- Viking Exchange & Marketing Inc. v. Volodimir Chmil / Paysine Ltd (FA2409002114188, October 4, 2024)
- Mermet S.A.S. v. Didier Mermet (WIPO Case No. D2024-0151)

While both cases involved allegations of cybersquatting, they reached different conclusions on the issue of RDNH, highlighting the importance of good faith, prior rights, and procedural integrity in domain name disputes.

### Case analysis: Comparing Viking Exchange & Marketing Inc. and Mermet S.A.S. Decisions

In Viking Exchange & Marketing Inc. v. Volodimir Chmil / Paysine Ltd, the



complainant, Viking Exchange & Marketing Inc., sought the transfer of the domain name <voyeur-house.tv>, arguing that it was identical or confusingly similar to its registered VOYEURHOUSE trademark. The respondent, Volodimir Chmil / Paysine Ltd, contested the claim, asserting that the domain name had been registered in 2015, long before the complainant obtained any trademark rights. The panel ultimately ruled that the complainant lacked prior rights over the term at the time of registration. Furthermore, the respondent provided evidence of legitimate use, demonstrating that the domain had been actively used for adult entertainment services since 2016. Due to these findings, the panel determined that

the complainant had acted in bad faith, knowingly pursuing a case with no merit, leading to a finding of RDNH.

On the other hand, in *Mermet S.A.S. v. Didier Mermet*, the complainant, Mermet S.A.S., a French textile company, challenged the registration of <mermet.com>, a domain owned by an individual named Didier Mermet. Unlike the previous case, the respondent justified his registration by asserting that the domain name corresponded to his surname and was being used for genealogical purposes. While the complainant contended that the domain had been passively held and was being offered for sale at an excessive price, the panel found no evidence of bad faith registration. Despite the complainant losing the case, the panel declined

to find RDNH, reasoning that Mermet S.A.S. had acted on a sincere belief that it had a legitimate claim.

### The future of RDNH in domain name disputes

The contrasting rulings in these two decisions illustrate the fine line between abusive domain name disputes and genuine grievances.

While Viking Exchange demonstrates a clear case of RDNH, *Mermet S.A.S.* highlights that a complainant's sincere belief can protect against an RDNH finding. However, the fact that the Complainant "sincerely believes that the Respondent is attempting to profit from the registration of the disputed domain name" is contrary to the UDRP rules and established case law should not be a basis for refusing to find an RDNH. ■



### Dreyfus & associés

La protection et la défense des droits de propriété intellectuelle à l'ère du numérique constituent des défis complexes qui ne cessent d'évoluer, nécessitant une expertise juridique spécialisée et réactive. Chez Dreyfus, notre expérience prolongée nous a enseigné que ces enjeux nécessitent une fusion unique de sagacité commerciale et de compréhension profonde des implications globales, bien au-delà des simples procédures légales et techniques.

Les actifs tels que les marques, les brevets, les dessins & modèles, et les noms de domaine sont des atouts précieux pour toute entreprise. Ils méritent une protection rigoureuse et une défense acharnée par des experts de premier plan. Notre équipe, armée d'une expertise pointue et d'une vision stratégique, s'engage à offrir une sécurité juridique maximale pour garantir que vos actifs numériques soient toujours un pas en avant dans cette ère numérique en perpétuelle évolution.

### Surveillance

Par l'intermédiaire de sa plateforme Dreyfus IPweb®, Dreyfus utilise des technologies de pointe pour détecter et contrer efficacement toute atteinte à vos droits de propriété intellectuelle, comprenant des surveillances marques, noms de domaine, dénominations sociale et douanières.

### Noms de domaine - Protection des marques en ligne

- Stratégies de conformité
- Surveillance via la plateforme Dreyfus IPweb®
- Usurpation d'identité, cybersquatting, phishing, contrefaçon et concurrence déloyale
- Lettres de mise en demeure, avis de suppression et de blocage
- Gestion et audits des portefeuilles de noms de domaine
- Arbitrage et litiges relatifs aux noms de domaine (UDRP, DRP et autres procédures ADR)
- Nouveaux gTLD : stratégie et études de faisabilité
- Disponibilité des noms de domaine, recherches DNS, alertes de titulaire, recherches inversées IP/DNS
- Récupération et rachat de noms de domaine
- Inscriptions, renouvellements, paramètres DNS

### Marques - Dessins & modèles

- Recherches d'antériorités
- Dépôt et renouvellement de marques et dessins & modèles
- Gestion de portefeuille de marques et dessins & modèles
- Contrats : licences, copropriété, transactions et accords de coexistence
- Litiges de contrefaçon, cybersquatting, concurrence déloyale
- Procédures d'opposition, nullité, déchéance
- Mesures anti-piratage et anti-contrefaçon
- Surveillance et saisies douanières
- Visibilité complète du portefeuille 24h/24, 7j/7 sur Dreyfus IPweb®



[contact@dreyfus.fr](mailto:contact@dreyfus.fr)



(+33) 1 44 70 07 04

### AWARDS

WORLDWIDE  
IP STARS  
from Managing IP



## LES CINQ MEILLEURES PRATIQUES POUR GÉRER VOTRE PORTEFEUILLE DE NOMS DE DOMAINES

*Beaucoup d'entreprises possèdent de nombreux noms de domaine, mais la gestion d'un portefeuille contenant ce type de propriété intellectuelle peut se révéler délicate, car les organisations concernées doivent trouver un équilibre entre les coûts et les menaces potentielles. Quels cadres les entreprises doivent-elles utiliser pour déterminer quels noms de domaine acheter et conserver ? Quel est le bon moment pour agir ? Combien de noms de domaine une entreprise doit-elle posséder ?*



Pour répondre à ces questions, Quinn Taggart, coach produit chez CSC Digital Brand Services, présente les cinq meilleures pratiques à adopter lors de la révision de votre inventaire de noms de domaine.

### **1. Considérez vos noms de domaine comme des actifs, et non comme de simples coûts.**

Certaines entreprises peuvent tomber dans le piège de considérer le coût de leurs noms de domaine plutôt que la valeur ajoutée de ces derniers en tant qu'actifs d'image de marque. Cependant, un manque d'investissement dans la sécurité et la gestion des noms de domaine peut conduire à des cyberattaques entraînant une perte de réputation et des arrêts d'exploitation, dans la mesure où des fonctions essentielles de l'entreprise, telles que le courrier électronique, sont liées à des noms de domaine et pourraient être compromises.

### **2. Tout se joue au moment opportun, et peut-être même plus tôt que prévu.**

Certaines entreprises sont parfois tentées d'enregistrer un nom de domaine tardivement, alors qu'elles attendent la fin d'une procédure, telle que l'homologation d'une marque. Un partenaire tel que CSC peut vous indiquer à quel moment il convient d'enregistrer vos noms de domaine. Il est également recommandé de prendre une décision anticipée concernant le renouvellement ou l'abandon d'un nom de domaine. En général, CSC renouvelle automatiquement les noms de domaine pour le compte de ses clients, à moins que ces derniers ne demandent à renoncer à l'enregistrement, soit à son abandon.

### **3. Obtenez le soutien des principales parties prenantes.**

Quel lien y a-t-il entre les équipes marketing, juridiques, informatiques et celles chargées de la sécurité ? Elles ne sont que quelques exemples d'équipes chargées de conseiller les entreprises lors de l'examen de leur inventaire de noms de domaine. Les noms de domaine sont des actifs pouvant être abordés sous plusieurs angles, et tous doivent être pris en compte pour apprécier leur valeur et le risque qu'ils représentent pour l'entreprise.

### **4. Suivez en permanence l'évolution du secteur.**

Si des événements comme les fusions et acquisitions ou les lancements de marques sont tout à fait prévisibles et faciles à programmer, d'autres situations peuvent déstabiliser une entreprise. Les changements de politique gouvernementale, les innovations technologiques, les événements liés au secteur ou même des faits à répercussion globale, tels qu'un accident majeur ou une vidéo virale sur les médias sociaux, peuvent entraîner une vague d'enregistrements de noms de domaine. Certains de ces enregistrements peuvent porter atteinte à une marque existante ou entraîner une confusion sur le marché.

La seule façon d'anticiper les effets négatifs est de disposer de rapports fiables qui veillent à l'intégrité de votre propriété intellectuelle. C'est pourquoi un partenaire solide, tel qu'un bureau d'enregistrement spécialisé dans la gestion d'entreprise, est essentiel pour assurer une veille efficace, 24 heures sur 24 et 7 jours sur 7, afin de détecter tout impact sur le

portefeuille de noms de domaine d'une entreprise.

### 5. Il n'y a pas un « nombre idéal » de noms de domaine pour un inventaire donné.

La réponse à ces questions repose sur une analyse approfondie, en vous posant des questions telles que :

- Combien d'argent et d'efforts suis-je prêt à fournir pour détenir cette propriété intellectuelle ?
- Comment mesurer le retour sur investissement potentiel ?
- Quel niveau de risque suis-je prêt à prendre lorsqu'il s'agit de protéger mes marques en ligne ?

Un prestataire de services spécialisé peut vous aider en vous fournissant des informations précieuses, comme ce que font les concurrents, ce que tentent de faire les acteurs malveillants et où vous devez enregistrer des noms de domaine, tels que des noms de domaine de premier niveau spécifiques à un pays, qui sont pertinents pour votre activité.



Demandez à un fournisseur spécialisé dans la gestion d'entreprise de vous conseiller et apprenez comment suivre au mieux les effets potentiels sur vos noms de domaine : <https://www.cscdbs.com/en/contact-us/>

Digital Brand Services

-  Domain management and security
-  Brand protection
-  Fraud protection

SCAN THE QR CODE TO LEARN MORE



# 2026 ANNÉE PIVOT DE L'INTERNET ?

*Ou comment l'ouverture des nouveaux tlds pourrait changer l'identité digitale.*

*Après dix ans d'attente, le retour des candidatures pour de nouvelles extensions de domaine marque un tournant majeur pour l'écosystème numérique. Entre les marques en quête de territoires propriétaires et les acteurs du Web 3.0 cherchant légitimité, cette nouvelle vague de TLDs redéfinira notre identité digitale et les standards de présence en ligne.*

## FREDERIC GUILLEMAUT

Directeur Brandshelter France

[Frederic.guillemaut@brandshelter.com](mailto:Frederic.guillemaut@brandshelter.com)

Le lancement des nouvelles extensions internet c'est tout un parcours. Il date du milieu des années 1990, soit avant la naissance de l'ICANN, l'organisme régulateur de l'internet, créé en 1998.

Alors que de nombreux projets ont éclos sans véritable mode d'emploi, en 2008, l'ICANN décide qu'il faut cadrer les demandes et les projets, pour que l'on puisse créer sans porter atteinte, utiliser des infrastructures standardisées (l'avènement d'EPP) et permettre une certaine transparence.

Il faudra 4 ans pour finaliser un guide du candidat qui servira de base à tous les projets du premier tour officiel, en 2012. Avec 1930 candidatures déposées lors d'une fenêtre de quelques semaines, c'est un premier succès conséquent. L'ICANN referme la fenêtre et demande une refonte de son guide du candidat. Il faut finalement plus de 10 ans pour clore ces travaux et annoncer qu'à mi-2026 on pourra à nouveau candidater.

Cette nouvelle fenêtre fera le bonheur spécifique de deux types de candidats : Les titulaires de marque et les porteurs de projets Web 3.0.

Pour ces derniers, après des années à pousser la décentralisation et les racines alternatives, le business model initial arrive à ses limites et il faut désormais accrocher le grand public, qui paraît plus attaché que jamais à une autorité 'officielle' qui a le mérite de faire un minimum de police chez les acteurs du web et de garantir un niveau de sécurité pour l'utilisateur. La nouvelle fenêtre de tir permettra d'officialiser des tlds innovants, qui ont pris le temps de se construire à l'ombre avant de se projeter dans la lumière (.nft ou .tribe sont finalement similaires à .art et .club dans l'esprit).



La deuxième catégorie de candidats, elle, pourra se baser sur de retour d'expérience : les centaines de marques qui se sont lancées en 2012 et ont pavé le chemin pour les porteurs de nouvelles idées. L'évolution de l'usage digital en 20 ans chamboulera aussi les habitudes et le contour des dossiers. Dans un monde où la marque est un repère, elle sera amenée à être un repaire fédérateur de tous les modes de connexion de l'internaute. App, blockchain, Assistant vocal, SEO ou moteur de recherche les candidats de 2026 devront canaliser leurs flux de visiteurs pour les optimiser et quoi de mieux qu'un territoire numérique dédié pour cela. Il faudra imposer leurs standards, renforcer leur crédibilité pour prendre une longueur d'avance, tout en s'appuyant sur des solutions éprouvées.

Le groupe Team Internet propose des solutions adaptées à tous les projets par le biais de sa structure dédiée aux grands comptes, Brandshelter. En s'appuyant sur un backend leader sur le marché des nouveaux tlds et gestionnaire de plusieurs codes pays, elle permet aux porteurs d'idées de les réaliser et de se concentrer sur le développement de l'utilisation de leur extension. ■

# BrandShelter

En 2026, une nouvelle ère s'ouvre pour les .marques -  
Préparez votre candidature dès maintenant !

Saisissez cette opportunité unique pour réinventer votre territoire numérique. Avec un .marque, créez votre espace exclusif et sécurisé sur Internet.

Démarquez-vous de vos concurrents et définissez de nouveaux standards numériques pour votre marque - avec un partenaire auquel les marques font confiance depuis le premier round de 2012, et qui possède son propre backend.



Soyez prêt avant tout le monde !

Contactez **Frederic Guillemaut** dès aujourd'hui et donnez à votre marque la visibilité qu'elle mérite.

Visitez



Connected by  
 team internet.

**LWS.FR**

Ligne Web Services

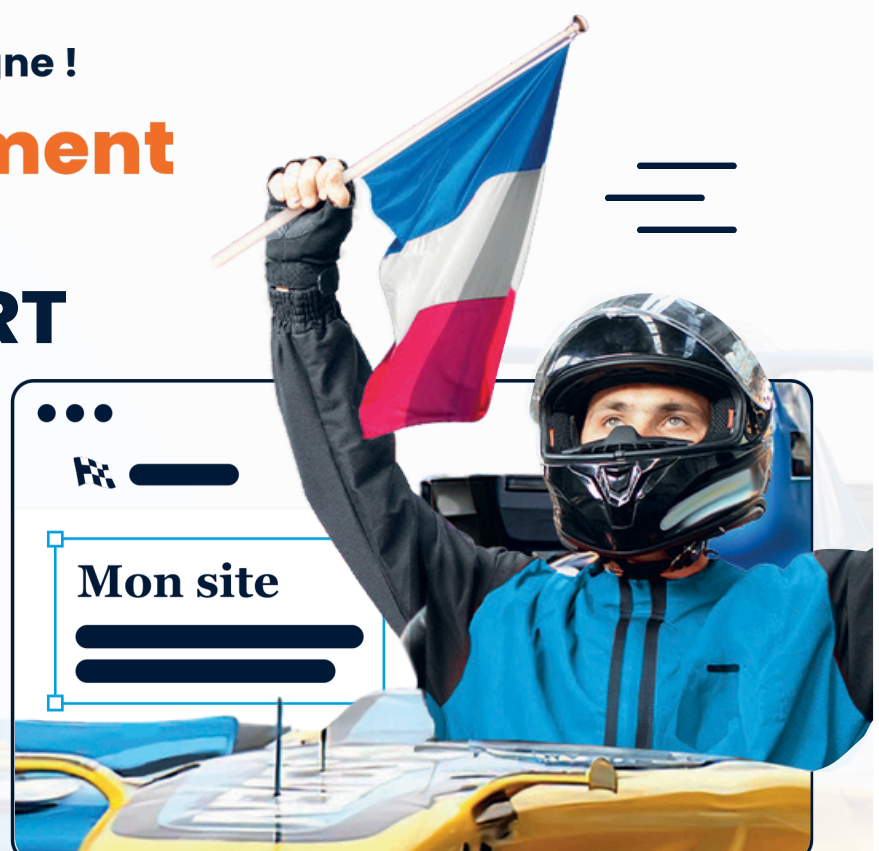
Boostez votre présence en ligne !

**Offre Hébergement Web + Nom de domaine OFFERT**

.fr .com .site .store .be...

- ✓ Créateur de site facile
- ✓ Mails pro & Certificat SSL

Dès ~~2,99~~ **1,49** <sup>-50%</sup> €/mois



# LWS OPENS ITS API: MANAGE YOUR DOMAINS AND EMAILS WITH EASE!

**Great news for web professionals and digital enthusiasts!** Starting **March 21, 2025**, LWS is launching its brand-new API in beta, providing a simple and efficient solution to register, manage, and administer your domain names and emails independently.

## 🔧 An API Designed for Everyone

Whether you're a developer, web agency, entrepreneur, or just an individual user, this API allows you to fully manage your domain names with just a few API calls. No need to go through the client interface anymore—everything can be automated and integrated into your own tools or platforms.

With this API, you can:

- ✅ Register a domain name in seconds
- ✅ Fully manage DNS settings (modifications, additions, deletions)
- ✅ Easily configure and administer your associated email addresses
- ✅ Automate the renewal and management of your services
- ✅ Track the status of your domain names in real time

The goal? To save you time and offer more **flexibility** in managing your digital projects.

## 🏆 LWS: Always the Best Prices on Your Domains!

LWS is all about offering domain names at the best prices. We take pride in providing unbeatable offers, accessible to everyone. Starting at just €0.99/year (excl. VAT), you can secure your domain and enjoy numerous benefits with no hidden fees!

## Every domain registered with LWS includes:

- 🔥 2GB of free web hosting to host a website or landing page
- 🔧 SiteBuilder Pro included for easy web page creation
- ✉️ 2 free professional email addresses for efficient communication

🔒 Free WHOIS protection to secure your personal information

💡 An intuitive interface to easily manage your domain and services

Our goal is simple: to provide a complete and accessible solution, ideal for both web professionals and individuals looking to establish their online presence.

## 🎯 Why Use the LWS API?

Today, automation is a key asset for saving time and optimizing online business operations. This API is designed for businesses looking to integrate domain management into their systems, as well as SaaS platforms, digital agencies, and developers who want to simplify service management.

Possible use cases:

- ✅ A hosting provider or web service reseller who wants to offer domains under their own brand
- ✅ An agency managing dozens of domains for clients, looking to automate routine operations
- ✅ A startup that wants to register and configure domain names for its users directly from its interface

## 📅 Official Launch & Beta Testing

We are unveiling this **API exclusively at NDD Camp Strasbourg**. Starting March 21, 2025, the first users will be able to test it, provide feedback, and help improve it before its official rollout.

Want to learn more and be among the first to try our API?

🔗 All details at [www.lws.fr](http://www.lws.fr)

🔗 Direct access to API documentation at [api.lws.fr](http://api.lws.fr)

**Join us at NDD Camp Strasbourg to discuss and explore all its features!** 🚀



# THE POWER OF DATA IN THE DOMAIN INDUSTRY

## THE ART OF SEEING THE FULL PICTURE

*Registrars and registries often rely on their own data to make business decisions. While this data is valuable, it only provides a limited view of the market. The domain industry is global, and trends, competitor activity, and market shifts happen far beyond what individual companies can track internally. Without access to the full picture, businesses risk making decisions in isolation, missing key opportunities, and reacting too late to changes.*

### VLADYSLAVA NAZARENKO

#### DomainCrawler

“The biggest challenge for many registrars and registries is that they see only what happens within their own system. Without external data, they are operating in a bubble, unable to track market trends or competitor strategies at scale,” says Anna Dobrovolska.

While internal sales data might show certain patterns, it does not reveal how competitors are performing, which sectors are driving domain demand, or where new business opportunities are emerging. This lack of visibility makes it difficult to adapt to market shifts in real time or make proactive strategic moves.

Access to high-quality external data changes this. By zooming out and analyzing domain registrations, renewals, and transfers across different regions and registrars, businesses can identify trends early, track competitors effectively, and discover new markets. Having the right data at the right time is also critical when launching new TLDs. A strong go-to-market strategy is essential before investing, allowing businesses to be fully prepared, with insights and plans already in action. Understanding global demand, identifying early adopters, and tracking competitive movements in advance help maximize success.



New solutions in domain intelligence, such as the TLD scanner brought by DomainCrawler, now provide access to real-time insights that go beyond a company’s own dataset. By analyzing global activity, businesses can make better-informed decisions, anticipate trends, and act ahead of the market.

“In a fast-moving industry, knowledge is power. The ability to see beyond your own database, understand where the industry is heading, and act on insights before others do, that’s what defines long-term success,” adds Dobrovolska.

For registrars and registries, access to external data is no longer optional. It is becoming an essential part of long-term strategy, helping businesses stay competitive in an industry where change happens fast. Those who integrate broader intelligence weather with API integration, special reports and using the platform, partnering with DomainCrawler for their decision-making gain a significant advantage in understanding market dynamics and planning for sustainable growth.

DomainCrawler provides the highest quality data that your business growth can rely on. [domaincrawler.com](https://domaincrawler.com) ■

# ICANN 82 ET LE LANCEMENT DE .BRAND : UNE RÉVOLUTION POUR LES ENTREPRISES

L'ICANN 82 s'est tenu à Seattle, réunissant les principaux acteurs du secteur pour discuter des sujets clés de l'industrie des noms de domaine. Parmi les thèmes les plus attendus figurait le lancement prochain des extensions .BRAND (prononcez "point brand"), qui offre aux entreprises une opportunité exceptionnelle d'acquérir leur propre extension de domaine.

## ARNAUD FRANQUINET

CEO | Gandi | Gandi Corporate Services

Le calendrier a été confirmé, à savoir dans les grandes lignes :

- . mi-2025 à mi-2026 : période de dépôt des candidatures pour les projets .BRAND
- . suivra une phase d'évaluation : l'ICANN examinera les candidatures et vérifiera leur conformité
- . début 2027 : ouverture officielle attendue des domaines .BRAND.

C'est l'occasion de rappeler l'avantage pour une entreprise de disposer d'un tel TLD.

Concrètement, cela permet de passer d'une adresse email du type :

à  
prenom.nom@entreprise.COM  
à  
prenom@nom.ENTREPRISE.

Mais les bénéfices vont bien au-delà de la simple structure des emails :

### 1. Renforcer l'identité et le contrôle de sa marque

Détenir son propre TLD .BRAND permet aux entreprises de contrôler pleinement leur espace numérique, contrairement aux extensions génériques. Cela facilite la gestion des sous-domaines et des délégations (pour les filiales, franchises, ou lignes de produits) tout en conservant une vue d'ensemble sur l'écosystème numérique. Résultat : une présence en ligne claire et cohérente qui

renforce la notoriété de la marque. C'est un véritable atout stratégique dans la transformation digitale.

### 2. Sécurité renforcée & protection de sa marque

Posséder un .BRAND réduit considérablement les risques de phishing, d'usurpation et de fraude, en empêchant les tiers malveillants d'enregistrer des noms de domaine trompeurs. Les clients peuvent ainsi avoir la certitude qu'un site se terminant par .BRAND est officiel, vérifié et sécurisé.

Un atout de taille pour les secteurs sensibles comme la banque, la santé, les produits de luxe ou la tech, où la confiance et la protection des données sont essentielles.

### 3. Simplifier la sécurité et la gestion

Avec une approche de sécurité centralisée, les entreprises peuvent appliquer des protocoles stricts sur tous les sous-domaines liés à leur .BRAND.

Cela autorise des réactions rapides : en cas de menace, le titulaire du domaine -l'entreprise- peut agir immédiatement pour limiter les risques.

C'est aussi l'occasion de passer un message clair :

“Si ce n'est pas .BRAND, ce n'est pas nous”

renforçant ainsi la confiance des utilisateurs et éliminant toute ambiguïté.

### Il s'agit donc d'un Investissement stratégique.

Si les avantages sont nombreux, l'investissement nécessaire est conséquent :

. coût de mise en place : entre 250 000 € et 300 000 €

. frais annuels de gestion : entre 30 000 € et 50 000 €

C'est pourquoi les équipes de Gandi Corporate Services accompagnent les entreprises dans deux domaines clés :

. sur la candidature ICANN & le dépôt du dossier : rédaction des documents, argumentaires stratégiques et gestion des éventuelles objections concurrentielles.

. sur le choix du registre technique : sélection d'une infrastructure robuste et sécurisée pour la gestion et la résolution des noms de domaine. Il ne faut surtout pas sous-estimer l'importance de ce choix qui conditionne la réussite du projet.

### Saisissez l'opportunité

La période d'ouverture des candidatures (mi-2025 à mi-2026) marque une véritable révolution dans la gestion des marques en ligne. Les entreprises qui agiront rapidement bénéficieront d'un avantage concurrentiel, renforceront leur sécurité et instaureront une confiance accrue auprès de leurs clients.

Prêts à sécuriser votre .BRAND ? ■

Michael Laurence, Emilie Ogez, Federico Lomartire de Gandi Corporate Services sont à votre service [corporatecontact@gandi.net](mailto:corporatecontact@gandi.net)



## L'AVENIR DU SEO EN 2025 : ENTRE INNOVATION, ÉTHIQUE ET INTENTIONS DE RECHERCHE

*Alors que l'intelligence artificielle bouleverse les usages, Google reste le leader incontesté de la recherche en ligne. Avec plus de 88 % des parts de marché en France en 2024, la fin annoncée du SEO semble être une prophétie qui ne se réalise jamais. Loin de se détourner de Google, les internautes ont montré qu'ils n'accordaient pas une confiance aveugle aux IA génératives. Leur priorité reste d'obtenir des réponses claires et fiables à leurs questions. Tant que Google remplit ce rôle, il conservera son monopole.*

### DAN BERNIER

Consultant SXO Senior et fondateur d'ineolab

#### Google face à SearchGPT : une avance stratégique

L'émergence d'outils comme SearchGPT soulève une question essentielle : comment ces modèles peuvent-ils devenir rentables ? Google, avec son modèle publicitaire éprouvé, a déjà une longueur d'avance. OpenAI devra trouver une solution viable s'il veut s'imposer durablement. En parallèle, Google a stratégiquement déplacé la bataille du Search

vers ses outils du quotidien (Google Suite, Android, etc.), plutôt que sur la simple recherche textuelle.

Avec cette approche, il maintient un écosystème fermé et ultra-performant, rendant la concurrence difficile.

#### Vers une personnalisation accrue des SERP

Le SEO traditionnel, fondé sur des techniques automatisées, vit ses dernières heures. Google affine toujours plus ses résultats, rendant les SERP personnalisées et adaptées à chaque

utilisateur. Cela oblige les experts du Search à revoir leur approche et à se concentrer sur l'intention réelle des internautes plutôt que sur des méthodes de classement figées. L'enjeu est d'offrir un contenu pertinent et contextuel, et non plus d'optimiser mécaniquement des pages selon des critères fixes.

### **SEO éthique et transparence : des valeurs encore à construire**

Si le concept de "Green Hat SEO" – un référencement éthique et responsable – était annoncé comme une tendance forte, force est de constater qu'il peine à s'imposer. En revanche, les techniques Black Hat, elles, se généralisent, y compris dans les grandes entreprises et lors d'événements majeurs. Pourtant, il reste de la place pour une approche basée sur la transparence et la confiance. Les professionnels du SEO ont aujourd'hui l'opportunité de démontrer qu'une stratégie saine et durable peut aussi être efficace.

### **2025 : une année décisive pour les acteurs du Search Marketing**

L'avenir du SEO ne dépend pas uniquement des évolutions technologiques, mais aussi de celles et ceux qui le façonnent. Il est essentiel que les experts du Search prennent la parole, partagent leurs expériences et s'investissent dans la communauté. Que ce soit via LinkedIn, lors de conférences ou par l'organisation d'événements, l'objectif est de ne pas laisser le contrôle aux figures historiques du web. L'innovation et l'indépendance seront les clés pour réussir dans un paysage en constante mutation.

2025 sera une année charnière : le SEO ne disparaît pas, il se transforme. Reste à savoir qui saura s'adapter et en tirer parti. ■



# **PETIT VADÉMÉCUM POUR ENGAGER UNE PROCÉDURE UDRP ASSURÉMENT VOUÉE À L'ÉCHEC**

## **FABRICE BIRCKER**

**Conseil en Propriété Industrielle,  
Responsable Plasseraud IP Internet & Data  
Expert auprès de l'OMPI en matière de noms  
de domaine**

Avec un taux de succès dépassant les 90 %, l'UDRP peut apparaître, côté requérant, comme une procédure gagnée d'avance, si ce n'est à moindre effort.

En réalité, deux facteurs expliquent largement cette statistique. D'une part, la majorité des procédures sont initiées par des juristes spécialisés, et donc à même de savoir quand agir à bon escient (pour autant que leurs clients suivent leurs recommandations). D'autre part, l'OMPI, principal centre de résolution des

litiges, s'est investie dans un effort continu visant à rendre la jurisprudence homogène et prévisible. En témoignent les guides à destination des parties et l'organisation régulières de rencontres entre ses experts statuant sur les procédures.

Pourtant, au vu de la jurisprudence, force est de constater que certains requérants semblent plus faire reposer le succès escompté sur la confiance dans les statistiques que sur un dossier juridiquement construit.

Voici quelques écueils parmi les plus fréquents, reposant sur des situations identifiables en amont de l'introduction de la procédure, qui à défaut d'être anticipés, conduisent inévitablement au rejet de la plainte.

### **1. Introduire une UDRP alors que le litige ne relève pas d'un cas de cybersquatting**

Les Principes directeurs ont été spécifiquement conçus pour connaître des cas de cybersquatting, c'est-à-dire des situations d'enregistrement et d'exploitation abusifs d'un nom de domaine au regard d'un droit de marque.

En conséquence, tous les contentieux impliquant des noms de domaine n'ont pas nécessairement vocation à relever de l'UDRP.

Ainsi, lorsqu'un différend s'inscrit dans un cadre plus vaste qu'un conflit entre une marque et un nom de domaine, l'UDRP se soldera très vraisemblablement par une décision de rejet de la plainte où la commission administrative invitera les parties à s'adresser au juge judiciaire. Tel est notamment le cas de contentieux noués à la suite de relations contractuelles (1) ou se caractérisant par des intrications de droits de nature diverse et à l'opposabilité incertaine (2).

### **2. Agir sur la base de droits postérieurs au nom de domaine litigieux**

Pour prospérer, une plainte fondée sur les Principes directeurs nécessite notamment de démontrer que le nom de domaine litigieux a été enregistré de mauvaise foi, c'est-à-dire en connaissance de la marque du requérant ou sans possibilité légitime de l'ignorer.

Par nature, cette condition implique la détention de droits antérieurs au nom de domaine litigieux et opposables. En effet, il est difficile de connaître quelque chose qui n'existe pas.

En outre, une action fondée sur une marque expirée et non utilisée sera vouée à l'échec. Rappelons que les commissions administratives peuvent vérifier dans les bases de données officielles qu'une marque est en vigueur et qu'elles seront d'autant plus enclines à le faire lorsque le requérant ne produit qu'un certificat d'enregistrement ancien et que la marque n'apparaît plus utilisée en pratique (3).

Par ailleurs, si de manière exceptionnelle des décisions ont pu prononcer le transfert de noms de domaine antérieurs à l'enregistrement de la marque invoquée, il n'en demeure que dans chacune des espèces, le requérant est parvenu à démontrer la connaissance de l'usage de sa marque par le titulaire du nom de domaine. Tel a, par exemple, pu être le cas lorsque le nom de domaine litigieux a été enregistré immédiatement après l'annonce médiatisée du lancement d'un produit ou d'un service dont le nom n'était alors pas encore protégé par une marque, ou bien parce que la marque était déjà utilisée de fait au moment de l'enregistrement du nom de domaine (4).

Enfin, aussi fondamentale que puisse paraître l'exigence d'antériorité des droits invoqués, son non-respect constitue à notre connaissance l'une des principales causes de rejet des plaintes. Ces décisions de rejet présentent également l'intérêt de souligner que la jurisprudence se montre souvent sévère vis-à-vis de ces requérants téméraires ou malavisés ; les commissions administratives estimant généralement que leur action est abusive, en particulier lorsqu'ils sont représentés par un professionnel (5).

### **3. Agir contre un nom de domaine différent de la marque invoquée**

L'UDRP a pour objet un nom de domaine et non le site Internet vers lequel il renvoie (même si son contenu importe pour apprécier l'intérêt légitime et la mauvaise foi du défendeur).

En conséquence, quand bien même un nom de domaine dirigerait vers un site qui porterait manifestement atteinte à la marque du requérant, s'il ne lui est pas identique ou similaire la plainte sera rejetée.

Ainsi, le fait que les noms de domaine <epta-agencies.com> ou <bf-bank.com> dirigeaient vers des sites susceptibles de prêter à confusion avec, respectivement, la marque

EUIPO détenue par l'Office de l'Union Européenne pour la Propriété Intellectuelle et la marque BFORBANK de la banque éponyme, n'a pu empêcher des décisions de rejet tant les différences entre les signes étaient importantes (6) (7).

Enfin, s'il peut être tentant de glisser un nom de domaine différent de la marque invoquée parmi plusieurs autres identiques ou similaires à cette dernière, en escomptant une comparaison globale ou plus souple de la part des commissions administrative, la jurisprudence montre que cette stratégie ne fonctionne pas (8).

#### 4. Ne pas démontrer ses allégations

Sauf pour ce qui concerne l'impossible démonstration de l'absence de droits ou d'intérêt légitime du défendeur, il incombe au requérant de démontrer ses droits et ses prétentions.

Autrement dit, une plainte ne peut reposer sur des affirmations non étayées par des pièces. Ainsi, se prévaloir d'une marque d'usage sans avancer la moindre preuve d'exploitation (9), arguer de la notoriété de ses droits en ne produisant aucun document (10) et plus généralement communiquer un dossier vide, conduira inéluctablement au rejet de la plainte.

De surcroit, une décision de rejet rendue en de telles circonstances risque de s'avérer peu amène pour le requérant et pire encore pour son représentant. En outre, il n'est pas rare qu'en pareil cas soit reconnu un abus de procédure.

L'on sentira tout l'agacement de la commission administrative dans ces quelques lignes issues d'une récente décision (11) : "The Panel finds that the Complaint in this case should never have been made

in the form in which it was filed. The Complainant, represented by counsel, makes repeated key assertions regarding the alleged wellknown status and globally present nature of its trademark, of which it asserts the Respondent must have been "well aware", without providing a scintilla of supporting evidence beyond the existence of the mark itself. (...) The Complainant placed nothing before the Panel from which any reasonable inference could be drawn that the Respondent had any prior knowledge of and was targeting the Complainant or its mark by way of the disputed domain name, and the Complainant's counsel would or ought to have been aware of this".

Bien entendu, la jurisprudence est émaillée de nombreuses autres causes de rejet de plaintes souvent apparemment évitables et fréquemment liées à un comportement abusif du requérant. Par exemple, lorsqu'il :

- produit des résultats de recherches sciemment tronqués (12),
- introduit une nouvelle procédure UDRP en guise d'appel contre une décision perdue sans avancer le moindre élément nouveau,
- ou encore, instrumentalise l'UDRP comme un moyen de pression sur le défendeur après avoir tenté en vain d'acquérir son nom de domaine antérieur (13).

Ces décisions conduisent à garder à l'esprit qu'introduire une UDRP, c'est engager une procédure contentieuse. Rigueur juridique et argumentaire étayé doivent être de mise.

À défaut, l'illusion d'un succès facile risque de laisser place au goût amer d'une décision de rejet, voire de reconnaissance de procédure abusive, laquelle n'est jamais du meilleur effet, notamment pour l'image du requérant et de son représentant. ■

1 <https://www.wipo.int/amc/en/domains/decisions/pdf/2024/d2024-4520.pdf>  
2 <https://www.wipo.int/amc/en/domains/decisions/pdf/2023/d2023-2644.pdf>  
3 <https://www.wipo.int/amc/en/domains/decisions/pdf/2022/d2022-3447.pdf>  
4 <https://www.wipo.int/amc/en/domains/decisions/text/2021/d2021-4080.html>  
5 <https://www.wipo.int/amc/en/domains/decisions/pdf/2024/d2024-4345.pdf> ou <https://www.wipo.int/amc/en/domains/decisions/pdf/2024/d2024-0911.pdf>  
6 <https://udrp.adr.eu/decisions/detail?id=675aaf89c468fe92c8069491>  
7 <https://udrp.adr.eu/decisions/detail?id=6422f93d62e78e336f07c86f>  
8 <https://udrp.adr.eu/decisions/detail?id=660d58056e764f75cd01f1b7> ou <https://www.wipo.int/amc/en/domains/decisions/text/2018/d2018-0104.html>  
9 <https://www.adrforum.com/DomainDecisions/2120196.htm>  
10 <https://www.adrforum.com/DomainDecisions/2127058.htm>  
11 <https://www.wipo.int/amc/en/domains/decisions/pdf/2024/d2024-4861.pdf>  
12 <https://www.wipo.int/amc/en/domains/decisions/pdf/2024/d2024-4624.pdf>  
13 <https://www.wipo.int/amc/en/domains/decisions/pdf/2024/d2024-3177.pdf>

# NOMS DE DOMAINE : POURQUOI SÉCURISER VOTRE COMPTE ET QUELLES SONT LES BONNES PRATIQUES ?

*La sécurité des comptes clients est un défi majeur dans le secteur des noms de domaine. Un accès mal protégé peut exposer les titulaires à des tentatives de vol de domaine ou d'usurpation d'identité. Alors, comment éviter le pire ? Voici quelques bonnes pratiques pour réduire ces risques.*

## SÉBASTIEN ALMIRON

Directeur Commercial  
& Marketing, Netim  
[sales@netim.com](mailto:sales@netim.com)



### Pourquoi sécuriser son compte ?

Vous permettant de gérer vos noms de domaine, votre compte client chez votre Registrar peut présenter de potentielles failles de sécurité.

Imaginez les dégâts que pourrait causer une personne malveillante qui aurait accès à la gestion administrative et technique de vos domaines : modification de vos données, transfert ou vol de portefeuille, création d'un sous-domaine, d'une adresse ou d'une redirection e-mail, voire le détournement de votre nom de domaine vers une copie frauduleuse de votre site. Autant de manœuvres destinées à orchestrer une campagne de phishing plus ou moins discrète...

La première étape pour se protéger, c'est de comprendre les risques. Pour les réduire au maximum, il s'agira ensuite de déployer diverses mesures de protection. En renforçant votre sécurité, vous protégez également vos clients des risques liés au phishing !

### Authentification renforcée : un rempart indispensable

Le premier élément à protéger et qui est encore trop souvent négligé, est l'accès au compte client lui-même. En complément d'un mot de passe complexe et mis à jour régulièrement, voici deux solutions pour renforcer sa sécurité :

- **L'authentification à double facteur (2FA)**, qui ajoute une étape de vérification supplémentaire lors de la connexion grâce à un code temporaire généré sur votre application d'authentification.
- **Les clés d'accès (passkeys)**, une solution technologique très sécurisée, qui remplace les mots de passe traditionnels par une clé chiffrée et privée, stockée sur votre appareil et protégée par des moyens biométriques.

Chez Netim, nous allons plus loin en vous proposant de rendre obligatoire l'utilisation d'une clé d'accès (passkey) pour vous connecter, renforçant ainsi considérablement la sécurité de votre compte et réduisant le risque d'intrusion.

### Phishing : repérer et éviter les tentatives de fraude

Le phishing est l'une des menaces les plus courantes pour les titulaires de noms de

domaine. Des cybercriminels envoient des e-mails frauduleux imitant ceux des Registrars afin de récupérer vos identifiants et s'emparer de votre compte.

Pour s'en prémunir, quelques réflexes simples peuvent faire toute la différence :

- ✓ **Vérifiez toujours l'expéditeur** avant de cliquer sur un lien ou une pièce-jointe.
- ✓ **Ne renseignez jamais vos données personnelles** sur un site dont l'adresse n'est pas habituelle.
- ✓ **Méfiez-vous des e-mails alarmants**, qui incitent à agir immédiatement et vérifiez leur authenticité depuis votre espace client, via l'URL de votre Registrar.

### Passez au risque 0 grâce à un outil anti-phishing simple

*Premier Registrar à proposer une solution simple mais efficace contre le phishing, Netim innove avec **son code anti-phishing** !*

Cette fonctionnalité exclusive permet à chaque client de définir un code de protection unique (un mot ou une phrase), qui sera présent dans tous les e-mails officiels envoyés par Netim.

Ainsi, si vous recevez un e-mail de renouvellement qui ne contient pas votre code, vous saurez qu'il s'agit d'une tentative de fraude.

La meilleure défense, c'est l'anticipation. Alors n'attendez plus pour sécuriser votre compte et adoptez les bons réflexes dès maintenant. ■



Registrar accrédité ICANN proposant plus de 1 200 extensions génériques (gTLDs) et géographiques (ccTLDs)



Noms de domaine



Systèmes de blocage



Programme revendeur



Avantage fidélité



Solutions e-mail



Certificats SSL



<https://www.netim.com>



## FAKE SHOPS ET INTELLIGENCE ARTIFICIELLE : UN DÉFI CROISSANT POUR LE COMMERCE EN LIGNE ET LES TITULAIRES DE DROIT

*Avec l'essor du commerce en ligne, les consommateurs ont accès à une multitude de produits, mais cette opportunité s'accompagne d'un risque croissant : les fake shops. Ces faux sites de vente en ligne imitent les boutiques légitimes pour tromper les acheteurs et obtenir leurs informations personnelles ou bancaires. L'intelligence artificielle (IA) facilite désormais la création et la promotion de ces plateformes frauduleuses.*

### MARC-EMMANUEL MELLET

Responsable du pôle Noms de domaine et Internet et Juriste en Marques, Dessins et Modèles chez NOVAGRAAF FRANCE

#### 1. Qu'est-ce qu'un Fake Shop ?

Un fake shop est un site frauduleux qui imite une boutique en ligne authentique. Les victimes reçoivent souvent des contrefaçons ou ne reçoivent rien du tout.

Caractéristiques courantes :

- Noms de domaine imitant des marques connues ;
- Réductions et promotion sur les produits vendus ;
- Moyens de paiement limités ;
- Absence de service client ;
- CGV et mentions légales incomplètes.

#### 2. L'Évolution des Fake Shops avec l'IA

L'IA améliore ces arnaques en rendant les sites plus crédibles. Elle génère du contenu crédible et en quantité notamment grâce au scraping des images et contenus des sites légitimes.

Le ciblage des victimes est aussi optimisé via des publicités sur les réseaux sociaux et moteurs de recherche.

#### 3. L'IA comme Bouclier contre les Fake Shops

Heureusement, l'IA aide aussi à lutter contre ces fraudes. Les entreprises spécialisées en noms de domaine et marques surveillent les enregistrements de noms de domaine pour détecter tout enregistrement à risque.



L'analyse des avis permet d'identifier les commentaires générés automatiquement. La reconnaissance visuelle repère les images volées et l'usage des marques et aide à bloquer les contenus frauduleux.

#### 4. Comment Se Protéger ?

Les consommateurs doivent vérifier l'URL des sites, consulter des avis externes et s'assurer que les mentions légales sont complètes.

Les marques luttent également contre ces arnaques en surveillant les faux sites et en engageant des actions contre les fraudeurs. Elles collaborent avec les plateformes pour signaler et faire fermer les sites contrefaits, protégeant ainsi leurs clients et leur réputation.

La vigilance des consommateurs, combinée aux avancées technologiques, reste essentielle pour contrer ces menaces grandissantes. ■

# SCAN

A V O C A T S

www.scan.law

**Droit des marques,  
des dessins et modèles**

**DROIT DE L'INTERNET**

**E-réputation**

Lutte anti-contrefaçon

CONTENTIEUX  
CIVIL ET PÉNAL

**DROIT DE LA PUBLICITÉ ET  
DE LA COMMUNICATION**

Données personnelles

**DROIT D'AUTEUR**

Noms de domaine

***Lutte  
anti-piratage***

DROIT DE L'INFORMATIQUE

CONTRATS

***Créations et  
inventions  
de salariés***

## NOUVELLES EXTENSIONS : LE PROCHAIN ROUND À L'ÉPREUVE DU DROIT

*A l'origine du système DNS, les extensions génériques Top-Level Domains (gTLD), aujourd'hui appelées communément "legacy TLD" (.com, .org, .net...), étaient en nombre limité (22). En 2008, l'ICANN a annoncé un programme ambitieux de nouveaux gTLD, lancé en 2012, afin d'augmenter le nombre et notamment de permettre aux candidats de devenir leur propre registre d'extension. Ce premier round a conduit à la délégation de plus de 1200 nouvelles extensions sur près de 2000 dossiers déposés. Parmi celles-ci, les "points marque" (brand TLDs) ont suscité un intérêt particulier qui devrait à nouveau être observé prochainement. En effet, un nouveau round a été annoncé pour le second semestre 2026.*

### ALEXANDRE NAPPEY

Avocat associé et cofondateur de Scan Avocats, expert OMPI, chargé d'enseignement au CEIPI  
[alexandre.nappey@scan.law](mailto:alexandre.nappey@scan.law)

Cependant, comme en 2012, de nombreuses problématiques risquent de se présenter à nouveau, notamment en matière de financement et de ce que l'on appelle les "conflits de chaîne".

Si certaines extensions sont de véritables success stories (.bnpparibas, .leclerc, .mma...), d'autres ont finalement été abandonnées (.loreal dès la candidature, .snf après exploitation). Ceci peut s'expliquer en partie par le coût élevé et la rentabilité incertaine de ces nouvelles extensions. Déposer une candidature à une nouvelle extension et la gérer est effectivement un investissement conséquent, à savoir 185 000 \$ de frais de dossier en 2012 contre 227 000 \$ annoncés en 2026 (hors frais de conseil) auxquels s'ajoutent 25 000 \$ de redevances annuelles[1].

Afin de pallier cette première difficulté, l'ICANN a publié un guide de son programme d'aide financière en 2024, et en janvier dernier, le Conseil d'administration de l'ICANN a arrêté la liste des candidats financés dans le cadre de ce programme et a autorisé l'ouverture des négociations contractuelles[2].

Parallèlement, l'ICANN a renouvelé son programme de soutien aux candidats (ASP) amélioré d'une offre d'assistance financière et technique plus accessible. Les candidats éligibles pourront bénéficier d'une réduction

de 75 à 85 % des frais d'évaluation et d'un accompagnement pro bono. Les candidatures sont ouvertes depuis le 19 novembre 2024 jusqu'au 19 novembre 2025[3].

Concernant les conflits dit "de chaîne", qui surviennent lorsque plusieurs dossiers concurrents sont déposés pour une même extension (.app demandée par 13 candidats en 2012), l'ICANN avait mis en œuvre une procédure de résolution des conflits de chaînes en plusieurs étapes : priorité aux candidatures communautaires si elles remplissent les critères, possibilité d'accord entre candidats (ex : .swiss), et, en dernier recours, organisation d'enchères(.web)[4].

A cet égard, à la suite de plusieurs avis du Comité consultatif gouvernemental (GAC), le Conseil d'administration de l'ICANN a décidé (i) d'interdire la résolution privée, (ii) d'introduire la possibilité d'opter pour une extension alternative afin d'éviter le conflit de chaîne et (iii) de continuer de recourir à la méthode d'enchère ascendante au second prix ou enchère de Vickrey[5] utilisée en 2012.

Par ailleurs, s'agissant des conflits entre droits de propriété intellectuelle et nouvelles extensions, l'ICANN avait créé et mis en place plusieurs mécanismes spéciaux de règlement des différends, à savoir l'objection formelle, la procédure de règlement de litiges après délégation (PDDRP) permettant de sanctionner directement les registres ainsi que la Trademark Clearinghouse (TMCH). Il

s'agit d'une base de données centralisée au sein de laquelle les droits des marques sont déclarés par leurs titulaires afin (i) d'accéder aux enregistrements en Sunrise Period, (ii) d'être informés en cas d'enregistrement d'un nom de domaine identique ou similaire à leurs marques et (iii) [6] d'avertir tout déposant d'un nom de domaine correspondant à une marque déclarée.

En complément, certaines initiatives privées permettent de bloquer la réservation de noms de domaine identiques ou similaires à une marque déclarée. Parmi ces solutions, il existe le DPML (Domain Protected Marks List) et plus

récemment, Globalblock[7]. Cette dernière, en date de 2024, est ouverte aux titulaires, non seulement de droits de marques, mais aussi d'autres signes distinctifs (dénominations sociales...) et couvre plus de 500 extensions. Sur ce point, la publication du nouveau guide officiel du candidat prévue en mai 2025 est attendue afin de savoir si l'ICANN compte renouveler ces dispositifs, les perfectionner voire en ajouter de nouveaux pour rassurer les titulaires de droits [8]. ■

*Cet article a été rédigé en collaboration avec Marie HAREL et Janick MILIMO*

[1] <https://archive.icann.org/fr/topics/new-gtlds/basics-new-extensions-21jul11-fr.pdf>; FAQ sur la prochaine série | New gTLD Program

[2] L'ICANN publie le guide de candidature de son programme d'aide financière; Le programme d'aide financière de l'ICANN franchit une étape majeure

[3] Applicant Support Program | New gTLD Program

[4] New gTLD Program Draft Request for Proposals;

<https://www.icann.org/fr/announcements/details/results-available-for-27-july-2016-new-gtld-program-auction-28-7-2016-fr>

[5] L'enchérisseur le plus offrant ne paye que le montant de la seconde offre la plus haute

<https://www.icann.org/fr/blogs/details/a-path-forward-contention-set-resolution-for-the-new-gtld-program-next-round-16-09-2024-fr>

[6] Trademark Clearinghouse (TMCH) | ICANN New gTLDs

[7] <https://www.plass.com/fr/articles/globalblock-un-nouveau-dispositif-de-lutte-contre-le-cybersquatting>

[8] New gTLD Program: Next Round | New gTLD Program

### **NDDCamp - Noms de domaine magazine**

*Pour proposer un article à paraître dans ce support, merci de contacter*

**Marc-Olivier BERNARD**, Dir. de la publication

Tél. 06 20 10 00 56 • Email : [mob@boischaut.fr](mailto:mob@boischaut.fr)

Pour devenir sponsor d'un événement NDDCamp, merci de contacter

**Benjamin LOUIS**, Dir. régie publicitaire et sponsoring

Tél. 06 12 45 66 48 • Email [Benjamin@sparkling.alsace](mailto:Benjamin@sparkling.alsace)

*Diffusé pendant dans conférences NDDCamp Paris et Strasbourg*

Imprimé en Allemagne

ECOLE  
DSP

La grande

du  
ÉCOLE

DIGITAL!

DIGITAL

UX / UI

DATA

MARKETING

5 CONSEILLERS  
pour accompagner

les étudiants dans leurs recherches  
et les entreprises dans leurs besoins

www.digitalschool.paris

01.73.43.30.00

TOUS NOS  
CURSUS SONT  
EN ALTERNANCE





# Ventes aux enchères de noms de domaines et de sites Internet

en continu sur  
 INTERENCHERES **ONLINE**

*Ventes mensuelles thématiques*

**Boissons - CHR - Transport - Bâtiment - Santé - Tourisme**

**Pour inclure des noms  
de domaines ou des  
sites Internet dans nos  
prochaines ventes**

*Contacter Marc-Olivier Bernard  
06 20 10 00 56 [mob@boischaut.fr](mailto:mob@boischaut.fr)*



Siège  
92 rue d'Angiviller  
78120 Rambouillet

Salle de vente  
30 rue Delambre  
75014 Paris



# SPONSORS & PARTENAIRES

MERCI POUR LEUR CONTRIBUTION

## SPONSORS OR



Internet  
made in France



## SPONSORS ARGENT



## PARTENAIRES



One World, One Internet

