Les domaines accentués en .FR (IDN) ont-ils un intérêt pour le SEO ?

Retour au sommaire de la lettre

Domaine :	Recherche	**Référencement**
Niveau :	**Pour tous**	Avancé

Depuis le 3 mai 2012, il est possible d'obtenir des noms de domaine accentués en .FR (IDN). Mais cette option a-t-elle un réel intérêt pour le référencement de votre site web ? Faut-il retenir ces noms de domaines pour son SEO ou pour toute autre raison, comme la protection de sa marque ? Explications d'Alexandre Villeneuve, ancien président de l'association SEO Camp, qui est intervenu à ce sujet auprès de l'Afnic...

Auparavant limité au 28 lettres de l'alphabet occidental standard, aux chiffres et au tiret "-", les noms de domaines en .fr sont aujourd'hui ouvert au format IDN (*Internationalized Domain Name*) : https://www.afnic.fr/fr/produits-et-services/les-idns.html.

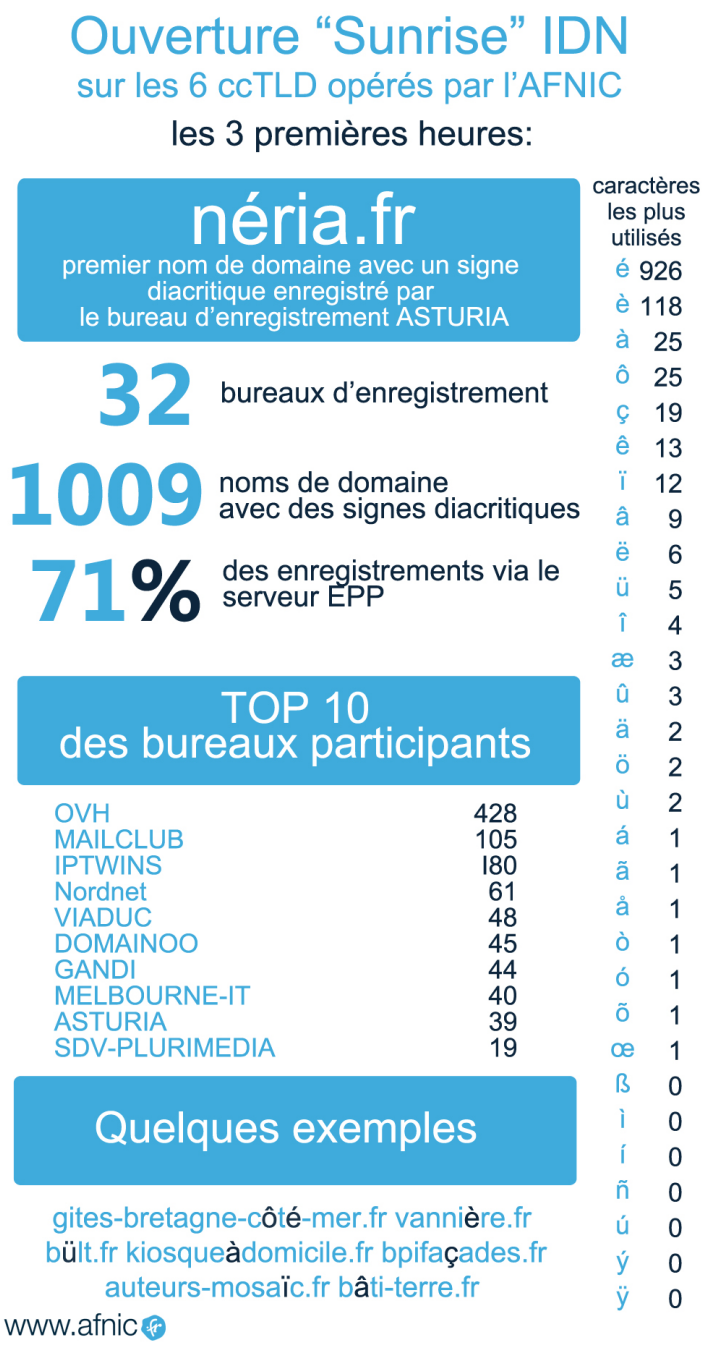
Ce format comprends en théorie tous les caractères des différents alphabets mondiaux (arabes, chinois, japonais, russes...). Mais pour l'AFNIC (l'organisation chargée de la gestion des extensions .fr) l'IDN se limite à 30 caractères utilisés en français (é, è, à, ô, ç, œ...) ou dans certaines langues européennes (ì, í, ñ, ý, ß...). La communauté japonaise en France ne peut donc pas espérer un □□ .fr (eq. japon.fr).

Tableau des 30 nouveaux caractères disponibles sous les TLDs opérés par l'AFNIC à partir du 3 mai 2012

ß	à	á	â	ã	ä	å	æ	ç	è
é	ê	ë	ì	í	î	ï	ñ	ò	ó
ô	õ	ö	ù	ú	û	ü	ý	ÿ	œ

Source : https://www.afnic.fr/fr/produits-et-services/les-idns.html

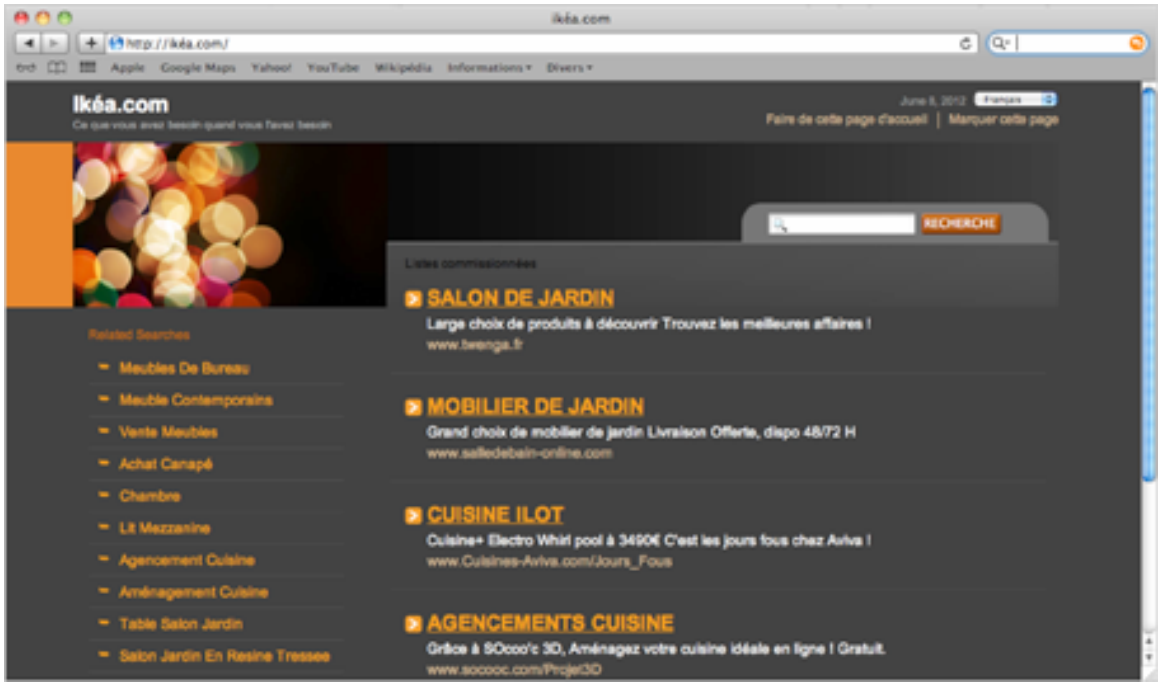
C'est le 3 mai dernier que l'AFNIC a ouvert les réservations en *sunrise grandfathering*, c'est-à-dire qu'il faut être titulaire d'un nom de domaine sans accent identique, pour pouvoir le réserver. Ikea par exemple, pourra réserver en priorité ikéa.fr. En seulement 3 heures, plus de 1 000 domaines ont ainsi été réservés. 90% des réservations concernent, assez logiquement, un nom de domaine avec accent aigu.



(infographie AFNIC http://goo.gl/bBDhU)

Un nouveau nid à cybersquatting ?

Les grincheux critiquent déjà cette ouverture, qu'ils considèrent comme inutile et créatrice de nouveaux leviers de cybersquatting. Sollicité l'année passée par l'AFNIC pour donner notre avis sur cette ouverture dans le cadre de l'association SEO Camp, nous avions déjà souligné (cf : http://www.seo-camp.org/afnic-2-2040) que les seuls sites utilisant des accents (autorisé depuis 2003 pour le .com) étaient des sites de cybersquatting (ikéa.com), au mieux des parkings (obésité.com ou encore cœur.com, d'ailleurs qui sait taper le caractère "œ" ?).



Les mauvaises langues pensent même que cette ouverture a pour seul but de remplir les caisses de l'AFNIC. Rappelons tout de même que l'AFNIC est une association à but non lucratif. L'ouverture s'explique plus par une sorte d'idéal du nom de domaine devant refléter la langue, que pour de basses raisons financières, selon nous.

Nous pouvons aussi nous féliciter de la procédure Syreli (https://www.syreli.fr/) mise en place par l'AFNIC pour récupérer les domaines cybersquattés sans avoir à passer par une coûteuse et parfois longue procédure judiciaire (même si Syreli coûte tout de même 250€). Un cyberquatting tel que ikéa.fr ne pourra donc pas perdurer, contrairement, à l'actuel ikéa.com.

Le .fr avec accent a-t-il un intérêt pour le SEO ?

On sait qu'avoir un nom de domaine contenant un mot-clé bien ciblé a un intérêt non négligeable en termes de référencement naturel. C'est ainsi qu'un très "laid" poker.org (le .org est réservé en théorie aux associations) a pu se vendre à 1M$ en 2010.

Google lui-même s'est demandé comment il était possible de limiter cet impact (http://www.abondance.com/actualites/20110318-10766-google-devrait-baisser-limportance-des-mots-cles-dans-le-nom-de-domaine.html). Mais il semble que l'arrivée de l'algorithme Google Penguin (http://www.abondance.com/actualites/20120427-11366-plus-dinfos-sur-le-nouvel-algorithme-de-google-penguin.html), en pénalisant l'usage trop fréquent de liens entrants optimisés, renforce en réalité la puissance du mot-clé cible dans le nom de domaine. Car s'il est possible de détecter que les liens entrants "Poker" vers jeuenligne.com sont abusifs, ce n'est pas le cas pour les liens entrants "Poker News" vers pokernews.com.

Doit-on dès lors investir dans les beaux et nouveaux IDN accentués ? Sans doute pas, car si Google les indexe très bien, il n'y a aucune raison de penser qu'il les valorisera spécialement. On peut donc légitimement penser que obésité.com ne sortira pas forcément mieux que obesite.com pour la requête "obésité". L'intérêt SEO de ces IDN est donc très faible, voire nul...

Des problèmes avec de nombreux outils

En réalité, le référencement d'un IDN est particulièrement compliqué, du fait que de nombreux sites ne le gèrent pas. En effet, de nombreux forums, blogs, annuaires... n'autorisent tout simplement pas d'insérer un domaine avec des accents, ou s'ils l'autorisent, ils les déforment

souvent en Punycode (http://fr.wikipedia.org/wiki/Punycode), comme sur Facebook ou Twitter (*voir ci-dessous*). Si vous voulez faire fuir les cliqueurs, il n'y a pas beaucoup mieux...

Ce type de problème se retrouve dans les emails et dans de nombreuses applications. Word par exemple autorise le lien IDN, mais le clic ne fonctionne pas *(sic)*. Il faut aussi penser à sa cohérence de communication : à quoi sert un site maçon.fr, s'il n'est pas possible d'utiliser l'email contact@maçon.fr ? En effet, la plupart des formulaires de contact sur le web l'interdisent, même celui de l'AFNIC (et oui !) :

Y penser quand même pour la protection de la marque

Si les IDN en .fr et en .com n'ont aujourd'hui que peu d'intérêt, il faut tout de même penser à protéger ses marques. Pour le propriétaire du site obesite.fr, réserver obésité.fr à un sens. De même que gites-bretagne-côté-mer.fr pour le propriétaire de la version sans accent.

Il faut d'ailleurs penser aux variantes parfois nombreuses. Ainsi, ce dernier aurait dû réserver aussi gites-bretagne-coté-mer.fr, car de nombreuses personnes ne tapent pas les accents circonflexes, sans oublier, les versions sans tirets, car les internautes n'y pensent pas non plus forcément.

Cette protection est évidemment d'autant plus importante que la marque est connue et encore plus si elle est susceptible d'être la cible d'un "fishing", on pense en particulier aux banques (ex : crédit-agricole.fr).

Maintenant, il ne vous reste plus qu'à sortir vos cartes bancaires ! Merci l'AFNIC !

Par Alexandre Villeneuve, ***consultant référencement. Fondateur et ancien président de l'association SEO Camp.*** ***Auteur des blogs E-Reputation.org (http://e-reputation.org/), ReferencementBlog.net (http://referencementblog.net) et du compte Twitter @referencement***