

La valeur d'un NDD est-elle décomposable mathématiquement

Sommaire

1	Recherche des paramètres du nom de domaine	106
1.1	Les prestations commerciales	107
1.2	Tableau synthèse des paramètres potentiellement influents	112
2	Catégorisation des paramètres influents	114
2.1	Listing des paramètres et affectation d'indicateurs	115
2.2	Remarque sur les paramètres	123
2.3	Variables retenues	123
3	Création d'une méthode d'évaluation des noms de domaine . .	124
4	Acquisition de valeurs de comparaison	125
4.1	Noms de domaine sémantiques	125
4.2	Noms de domaine techniques	127
4.3	La problématique de l'acquisition des sources	128
5	Conclusion et réflexion	128

1 Recherche des paramètres du nom de domaine

Nous avons vu au cours du précédent chapitre qu'un nom de domaine peut être valorisé telle une marque, d'après trois approches, toutes issues de la seule norme existante, l'ISO 10 668 :

- L'approche par les revenus nous apparaît comme étant difficilement exploitable ;
- L'approche par les coûts nous apparaît comme étant celle assurant la valorisation des dépenses effectuées, sous couvert qu'elles concernent bien l'actif en question ;
- L'approche par les marchés nous apparaît comme étant la seule permettant de réaliser une plus-value sur les dépenses occasionnées.

Alors que nous avons pu étudier la première et deuxième approche, la troisième n'a pas fait l'objet d'une réflexion étendue, tant les paramètres pouvant expliquer la tendance et la raison de la dynamique d'un marché sont nombreux. Ce chapitre se propose ainsi de déterminer la faisabilité de définir ces paramètres.

Afin de définir les paramètres pouvant potentiellement influencer sur la valeur d'un nom de domaine, nous faisons le choix de réaliser un état de l'art sur ce sujet spécifique, via la lecture multicanale de l'existant. Les numéros entre parenthèses indiquent le nombre de variables.

- Les prestations commerciales (7) ;
- La littérature spécialisée (3) ;
- Les brevets (6) ;
- La littérature scientifique (12).

Nous procédons de la manière suivante : nous réalisons une lecture de chaque source et recensons les différentes paramètres évoqués qui potentiellement influent sur la valeur des noms de domaine. Ce recensement sera ainsi compilé dans un tableau comparatif que nous verrons à la fin de cet état de l'art.

1.1 Les prestations commerciales

Rappel : nous avons pu voir en introduction de notre travail de recherche que différentes solutions commerciales proposent la valorisation de noms de domaine à titre onéreux ou gratuit. Cependant, elles offrent des résultats variés pour le même nom de domaine et ce, dans des amplitudes de vente importantes. L'exemple ci-dessous le montre, avec 5 sociétés proposant un tel service : Estibot ¹, Freevaluator ², GoDaddy ³, Domainindex ⁴ et Siteprice ⁵.

	Estibot	Freevaluator	GoDaddy	Domainindex	Siteprice
Site 1	13 000 \$	1 291 \$	11 916 \$	2 800 \$	6 054 \$
Site 2	1 800 \$	2 354 \$	2 534 \$	0 \$	2 991 \$
Site 3	870 \$	193 \$	2 148 \$	0 \$	590 \$
Site 4	6 200 \$	344 602 \$	3 232 \$	20 100 \$	5 608 \$
Site 5	6 800 \$	22 820 \$	5 685 \$	2 050 \$	5 491 \$

Tableau V.1 – Évaluations réalisées le 22 novembre 2018 (1€ = 1,14 \$)

Contact pris, les cinq entreprises commercialisant ces prestations n'ont pas souhaité communiquer les détails sur l'algorithme automatisant le calcul. Les autres concurrents non plus. Il a ainsi fallu procéder à l'achat de prestations de valorisation afin d'analyser les tendances de calcul par *reverse engineering*. Dans un deuxième temps, l'analyse des brevets et du site Internet des sociétés a permis de dégager les paramètres s'affichant comme influents ⁶.

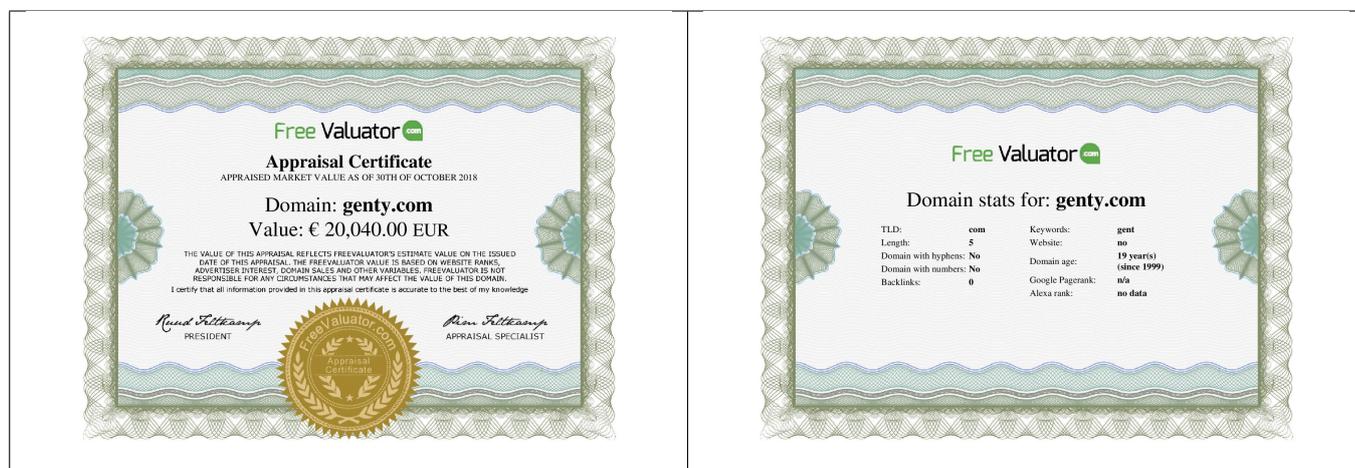


Tableau V.2 – Valorisation de GENTY.COM par Freevaluator, réalisée le 30 octobre 2018

On peut ainsi remarquer sur l'illustration ci-dessus l'affichage des paramètres annoncés comme influents.

1. <https://www.estibot.com>
2. <https://www.freevaluator.com/>
3. <https://fr.godaddy.com/domain-value-appraisal>
4. <https://domainindex.com/>
5. <https://www.siteprice.org/>

6. La nuance de l'affichage est primordiale : ce n'est pas parce qu'un paramètre est affiché qu'il est intégré à l'algorithme. Les échanges avec les acteurs de cette activité confirment ces dires : peu d'échanges existent entreprises et chacun opère avec une peur de la copie industrielle.

Sept prestations commerciales ont pu être étudiées :

1. Estibot : <https://www.estibot.com/>
2. Freeevaluator : <https://www.freeevaluator.com/>
3. Domain Appraisal : <http://www.domainappraisal.org/>
4. Domainindex : <https://domainindex.com/>
5. Domraider : <https://www.domraider.com/>
6. Siteprice : <https://www.siteprice.org/>
7. GoDaddy : <https://fr.godaddy.com/domain-value-appraisal>

1.1.1 Intégration dans le tableau comparatif

Le recensement des paramètres des prestations commerciales (PC) sera intégré au sein du tableau comparatif via l'entête suivante :

PC						
1	2	3	4	5	6	7

1.1.2 La littérature spécialisée

Proposée à destination des investisseurs de noms de domaine, la littérature spécialisée offre un type de source intéressant.

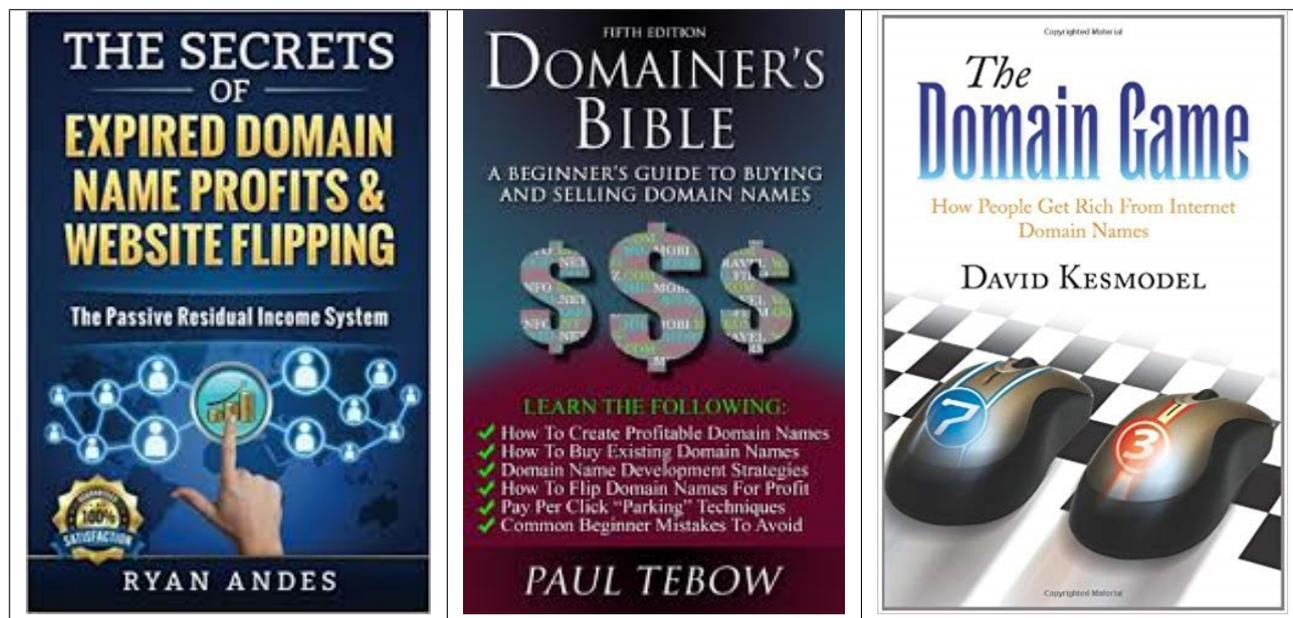


Tableau V.3 – Les trois ouvrages étudiés

En effet, les auteurs se fondent sur des ressentis de vendeurs de noms de domaine afin de communiquer sur les paramètres influant sur la valeur. Il sera ainsi pertinent de vérifier si ces ressentis sont des réalités.

Trois ouvrages de littérature spécialisée ont été étudiés :

1. **THE SECRETS OF EXPIRED DOMAIN NAME PROFITS WEBSITE FLIPPING**[27]
2. **DOMAINER'S BIBLE - A BEGINNER'S GUIDE TO BUYING AND SELLING DOMAIN NAMES**[181]
3. **The Domain Game : How People Get Rich From Internet Domain Names**[109]

1.1.3 Intégration dans le tableau comparatif

Le recensement des paramètres de la littérature spécialisée (LS) sera intégré au sein du tableau comparatif via l'entête suivante :

LS		
1	2	3

1.1.4 Les brevets

Une analyse des brevets a été effectuée tout au long de ce projet de recherche, via une veille constante. Matheo Patent ⁷ a été utilisé afin de déterminer l'étendue de la propriété intellectuelle autour de la valorisation des noms de domaine.

GoDaddy, leader mondial de l'enregistrement de noms de domaine occupe une place importante sur la question de la valorisation, avec cinq brevets sur les six étudiés. Paul Nicks ⁸ et ses équipes de GoDaddy ont ainsi démontré que la longueur et la valeur du mot-clé associé ont un poids important dans la valorisation du nom de domaine concerné.

Simon Johnson ⁹ a mis en avant les ventes similaires ainsi que les fonctionnalités techniques du nom de domaine, en plus des valeurs sémantiques.

Six brevets ont pu être étudiés :

1. **US2010/0058210 A1 : ONLINE INVESTING[102]**
2. **US8447702B2 : DOMAIN APPRAISAL ALGORITHM[136]**
3. **US8909558B1 APPRAISINGADOMAIN NAME USING KEYWORD MONETARY VALUE DATA[138]**
4. **US2011/0208720A1 : APPRAISING DOMAIN NAMES USING COMPARATIVE DATA[134]**
5. **US2016/0196346A1 : NOTIFYING REGISTRANTS OF DOMAIN NAME VALUATION[107]**
6. **US2016/0196300A1 : NOTIFYING USERS OF AVAILABLE SEARCHED DOMAN NAMES[106]**

1.1.5 Intégration dans le tableau comparatif

Le recensement des paramètres des brevets (B) sera intégré au sein du tableau comparatif via l'entête suivante :

B					
1	2	3	4	5	6

7. <https://www.matheo-software.com/matheo-patent/>

8. Paul Nicks est le Vice-Président de GoDaddy, en charge du second marché.

9. Simon Johnson est un citoyen australien qui a créé ISP.COM.AU, l'un des premiers fournisseurs d'accès à Internet australien.

1.1.6 La littérature scientifique

La valorisation des noms de domaine a fait l'objet de peu d'écrits scientifiques.

Néanmoins, on pourra citer des travaux de recherche dans les disciplines de sciences de la gestion ainsi que deux chercheurs importants dans ce contexte :

- Thies Lindenthal¹⁰, *university lecturer* à l'Université de Cambridge (Royaume-Uni) et ancien post doctorant au MIT (Etats-Unis) a défini l'indice IDNX ;
- Radka MacGregor Pelikánová¹¹, *adjunct lecturer* à l'Université Anglo-Américain à Prague (République Tchèque) et juriste, s'est intéressé à l'économie des noms de domaine¹² et a publié *Domain Names, their nature, functions, significance and value*.

Douze ouvrages de littérature scientifique ont été étudiés :

1. Empirical evidence or the role of the domain name itself in website performance[81]
2. Valuable words : The price dynamics of internet domain names[118]
3. Hybrid CBR-ANN Approach to the Appraisal of Internet Domain Names[62]
4. What are Domain Names ?[148]
5. General domain name appraisal model[179]
6. Noms de domaine et marques d'entreprise : De la disruption des politiques de nommage à celle des usages[75]
7. Current academic and managerial views on the valuation of internet domain names[149]
8. Preisbildung im Handel mit Internet-Domainnamen[170]
9. Domain name valuation model based on semantic theory and content analysis[85]
10. Identifying and Managing Domain Value Drivers[166]
11. Prediction of Domain Values : High throughput screening of domain names using Support Vector Machines[41]

10. <https://www.landecon.cam.ac.uk/directory/dr-thies-lindenthal>

11. <https://www.aauni.edu/radka-macgregor-pelikanova/directory/104/>

12. http://www.rmgp.cz/?page_id=27

12. Domain Name Valuation : Internet Traffic Monetization and IT Portfolio Bundling[188]

1.1.7 Intégration dans le tableau comparatif

Le recensement des paramètres de la littérature scientifique (LS) sera intégré au sein du tableau comparatif via l'entête suivante :

LS											
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12

1.2 Tableau synthèse des paramètres potentiellement influents

Le listing des variables a été effectué en recensant ces dernières au sein des sources précédemment citées. Ainsi, nous retrouvons les entêtes que nous avons définies en haut de ce tableau.

A gauche, en colonne et colorés en jaune, le recensement de tous les paramètres est présents.

Pour chaque source, les paramètres potentiellement influents sont listés par un '1', coloré en vert. A la fin de chaque ligne, la somme du nombre de citations différentes est présente.

Pour exemple, on peut lire que seule une prestation commerciale 'PC' liste le paramètre 'MOZ equity', alors que le mot clé est un paramètre dans 20 sources et la longueur dans 21 sources.

Il s'agit ici d'un tableau que nous avons développé afin d'intégrer tous les paramètres possibles. Il y a 43 paramètres différents et 28 sources.

Est-ce que ces paramètres sont toujours d'actualité depuis la date de parution des sources ? Sont-ils obtenables aisément ? C'est ce que nous nous proposons de voir via l'analyse critique des paramètres.

2 Catégorisation des paramètres influents

Nous avons réalisé un état de l'art et énuméré les différents paramètres présentés comme influents sur la valeurs des noms de domaine. Cependant, il convient de s'assurer que ces paramètres sont toujours d'actualité et qu'ils sont récupérables aisément.

Ces paramètres, au nombre de 43, ont été analysés un par un afin de les présenter (*Description*), de rappeler le nombre d'occurrence où ils ont été recensés dans les sources étudiées (*Nombre d'occurrences*), et de définir si une source permettrait de les obtenir (*Source*).

Dans un deuxième temps, la récupérabilité de la source a été quantifiée par un indice de récupérabilité (*Récupérabilité*), ayant comme valeurs possibles 0, 1, 2 ou 3. 0 correspondant à l'incapacité de récupérer la variable et 3 à une variable aisément obtainable.

Rappel :

Une vente présente un nom de domaine, un montant et une année. Les indices de récupérabilité correspondants à ces paramètres ont ainsi de 3, puisqu'ils sont fournis.

Enfin, chaque paramètre a été défini selon sa nature (*Echelle*) :

Variables discrètes Ces dernières sont limitées. Exemples :

- L'âge d'une personne ;
- La taille d'une personne ;
- La longueur d'un nom de domaine (de 1 à 63 caractères ¹³).

Variables continues Ces dernières sont illimitées, il s'agit bien souvent d'un ratio ou de la précision d'une mesure. Exemples :

- Une température ¹⁴ ;
- Une vitesse ;
- Capacité de mémorisation (rapport du nombre de voyelles / nombre de consonnes) ;
- Valeur quelconque.

Les paramètres recensés dans le tableau précédent sont catégorisés dans un regroupement que nous nous proposons de mettre en place :

- Construction du nom de domaine ;
- Sémantique ;
- Liens avec la marque ;
- Technicité ;
- Viralité.

13. Un domaine d'un niveau quelconque ne peut contenir que 63 caractères au maximum.

14. Contrairement à la mesure de la taille d'un homme où l'on arrondit au centimètre, une température peut être au dixième de degré près, au centième, au millième, etc.

2.1 Listing des paramètres et affectation d'indicateurs

2.1.1 Construction du nom de domaine

Date de la vente

- *Description* : Date de la vente depuis le jour 0 correspondant à l'enregistrement du premier nom de domaine, [SYMBOLICS.COM](#)¹⁵
- *Nombre d'occurrences* : 1
- *Source* : Variable issue de la vente
- *Récupérabilité* : 3
- *Echelle* : Variable discrète allant de 0 à (nombre de jours écoulés depuis SC¹⁶)

Age

- *Description* : Age du nom de domaine
- *Nombre d'occurrences* : 9
- *Source* : Obtenable par programmation et via un service d'historisation des données WHOIS de type DomainTools
- *Récupérabilité* : 0 (DomainTools n'est pas exhaustif¹⁷)
- *Echelle* : Variable discrète allant de 0 à SC

CDS (Common Domain Sales)

- *Description* : Recherche de l'existence de la vente du même nom de domaine¹⁸
- *Nombre d'occurrences* : 7
- *Source* : Obtenable par programmation
- *Récupérabilité* : 2
- *Echelle* : Variable discrète pouvant aller de 0 à (Nombre de ventes)

TLD

- *Description* : Extension du nom de domaine concerné
- *Nombre d'occurrences* : 22
- *Source* : Variable issue de la vente
- *Récupérabilité* : 3
- *Echelle* : Variable discrète pouvant aller de 1 à (nombre de TLD)^{19 20}

Longueur

- *Description* : Longueur du nom de domaine concerné, sans son extension²¹
- *Nombre d'occurrences* : 21
- *Source* : Obtenable par programmation
- *Récupérabilité* : 2
- *Echelle* : Variable discrète pouvant aller de 1 à 63.

Présence de tirets

- *Description* : Présence de tirets au sein du nom de domaine
- *Nombre d'occurrences* : 11
- *Source* : Obtenable par programmation
- *Récupérabilité* : 2

15. 15 septembre 1985

16. [SYMBOLICS.COM](#)

17. DomainTools a historisé 1 milliard de noms de domaine mais reste non exhaustif.

18. Un nom de domaine peut être revendu plusieurs fois. Dans la base de données [DNPRIC.ES](#), le maximum est de 7 ventes pour un même nom de domaine.

19. Il existe 1256 gTLD et 252 ccTLD au 6 décembre 2018)

20. Alors que l'ICANN a ouvert l'enregistrement de nouvelles extensions, la délégation de ces dernières est évolutive. Il ne s'agit donc pas d'un nombre fixe.

21. Ex : [BUSINESS.COM](#) : 7 caractères. [VOYAGER.FR](#) : 6 caractères. [TAG.DE](#) : 3 caractères.

— *Echelle* : Variable discrète pouvant aller de 0 à 61 ²².

Présence de chiffres

— *Description* : Existence de chiffres dans le niveau du nom de domaine concerné

— *Nombre d'occurrences* : 11

— *Source* : Obtenable par programmation

— *Récupérabilité* : 2

— *Echelle* : Variable discrète pouvant aller de 1 à 63

IDN

— *Description* : Existence d'un nom de domaine internationalisé ²³

— *Nombre d'occurrences* : 2

— *Source* : Obtenable par programmation

— *Récupérabilité* : 2

— *Echelle* : Variable dichotomique

Mémorisation

— *Description* : Capacité de mémorisation du niveau du nom de domaine selon le ratio Voyelles/Consonnes

— *Nombre d'occurrences* : 10

— *Source* : Obtenable par programmation

— *Récupérabilité* : 2

— *Echelle* : Variable continue

2.1.2 Sémantique

Langue

— *Description* : Savoir si le nom de domaine correspond à un mot ou une suite de mots dans un dictionnaire donné

— *Nombre d'occurrences* : 7

— *Source* : Obtenable par la scission de la suite de caractère concernée selon la fréquence d'apparition dans un corpus différent

— *Récupérabilité* : 1

— *Echelle* : Variable dichotomique

Harmonie

— *Description* : Savoir si la langue du nom de domaine est en harmonie avec celle du TLD ²⁴

— *Nombre d'occurrences* : 1

— *Source* : Obtenable par le croisement de la base des langues concernées aux codes ISO 3766-2

— *Récupérabilité* : 1

— *Echelle* : Variable dichotomique

Mot clé

— *Description* : Savoir si le nom de domaine correspond à un ensemble de mots clé ²⁵

— *Nombre d'occurrences* : 20

— *Source* : Obtenable par programmation

— *Récupérabilité* : 1

22. Un tiret ne peut être en début ou en fin de nom de domaine, ce qui exclut deux possibilités sur les soixante trois caractères qui est la longueur maximum du nom de domaine.

23. Nom de domaine comportant d'autres signes que les 26 lettres de l'alphabet latin, tiret et chiffres arabes

24. Exemples : [MALIN.FR](#) (Oui), [BOAT.UK](#) (Oui), [MEDECIN.DE](#) (Non)

25. Ex : [VOITUREPASCHERE.FR](#), [ZEITAG.DE](#), [PRICELESS.UK](#),...

— *Echelle* : Variable dichotomique

EMD (Exact Match Domain)

— *Description* : Nom de domaine ne comportant qu'un seul mot clé²⁶

— *Nombre d'occurrences* : 4

— *Source* : Obtenable par programmation

— *Récupérabilité* : 2

— *Echelle* : Variable dichotomique

Type de mot clé

— *Description* : Champ lexical du nom de domaine si ce dernier correspond à un EMD²⁷.

— *Nombre d'occurrences* : 11

— *Source* : Néant : ne fait pas l'objet d'un consensus²⁸

— *Récupérabilité* : 0

— *Echelle* : N/A

Acronyme

— *Description* : Nombre d'acronymes possibles pour un nom de domaine donné

— *Nombre d'occurrences* : 2

— *Source* : Néant

— *Récupérabilité* : 0²⁹

— *Echelle* : N/A

'Type in'

— *Description* : Capacité de mémoriser et orthographier correctement le nom de domaine³⁰

— *Nombre d'occurrences* : 4

— *Source* : Néant

— *Récupérabilité* : 0³¹

— *Echelle* : N/A

2.1.3 Liens avec la marque

Risque de marque

— *Description* : Risque de marque vis à vis du nom de domaine concerné

— *Nombre d'occurrences* : 5

— *Source* : Obtenable par le croisement de la base marque et nécessite d'être réalisé au moment de la vente du nom de domaine.

— *Récupérabilité* : 0 (pas d'archivage sur les marques enregistrées au moment de la marque)

— *Echelle* : Variable discrète pouvant aller de 0 à (nombre de marques)³²

Coût de la PARL³³

— *Description* : Coût de la procédure de récupération de nom de domaine correspondant à l'extension donnée

26. Ex : BIBLIOTHEQUE.FR, ARBRE.BE, HELLO.UK,...

27. Voir précédemment.

28. Il n'existe pas de liste faisant l'objet d'un consensus sur les différents champs lexicaux français.

29. Les noms de domaine courts représentent des opportunités pour l'enregistrement d'acronymes associés. Cependant, il n'est possible de déterminer si un nom de domaine est un acronyme.

30. L'exemple concret est un nom de domaine que l'on entendra à la radio, en voiture : pourra-t-on le mémoriser et l'orthographier correctement une fois rentré chez soi ?

31. Variable difficile à exprimer, échantillon de test trop important

32. Nombre de marques au niveau mondial. Il peut y avoir plusieurs marques par pays, selon les classes de Nice concernées.

33. Procédure Alternative de résolution de litiges

- *Nombre d'occurrences* : 1
- *Source* : Obtenable par la recherche des PARL pour chaque TLD ³⁴
- *Récupérabilité* : 1
- *Echelle* : Variable discrète pouvant aller de 1 à (Prix max)

Historique PARL

- *Description* : Recherche du nom de domaine dans la liste des décisions de type PARL ³⁵
- *Nombre d'occurrences* : 1
- *Source* : WIPO
- *Récupérabilité* : 0 (Automatisation ardue en raison d'une incapacité à automatiser le processus)
- *Echelle* : Variable discrète pouvant aller de 0 à (Nombre de PARL)

2.1.4 Technicité

CPC (Coût par clic)

- *Description* : Valeur du coût par clic au moment de la vente du mot clé correspond au nom de domaine ³⁶ selon un annonceur publicitaire ³⁷.
- *Nombre d'occurrences* : 12
- *Source* : Obtenable par programmation via API et nécessite d'être réalisé au moment de la vente du nom de domaine
- *Récupérabilité* : 0 (les ventes sont toutes passées)
- *Echelle* : Variable discrète pouvant aller de 0 à (Montant maximum)

Echec au CPC

- *Description* : Valeur maximale du coût par clic alternatif correspondant au domaine du NDD concerné avec un caractère de décalage ³⁸
- *Nombre d'occurrences* : 5
- *Source* : Obtenable par programmation via API et nécessite d'être réalisé au moment de la vente du nom de domaine
- *Récupérabilité* : 0 (les ventes sont toutes passées)
- *Echelle* : Variable discrète pouvant aller de 0 à (Valeur du CPC similaire)

Quantcast

- *Description* : Indicateur fourni par Quantcast ³⁹. La société américaine Quantcast propose un classement des sites Internet selon les visites des utilisateurs d'États-Unis d'Amérique tous les mois. Cet indice inclut une estimation de ces dernières ainsi que des données que Quantcast vérifie de manière indépendante.
- *Nombre d'occurrences* : 3
- *Source* : Obtenable par programmation via API et nécessite d'être réalisée au moment de la vente du nom de domaine
- *Récupérabilité* : 0 (les ventes sont toutes passées)
- *Echelle* : Variable discrète pouvant aller de 0 à (valeur)

Alexa

34. Il existe en effet une procédure spécifique pour chaque extension de nom de domaine. Ex : UDRP pour le **.COM**, SYRELI pour le **.FR**, ADR pour le **.EU**,...

35. Correspond à la question "le nom de domaine a-t-il fait l'objet d'une procédure de récupération ?"

36. Ex : "VOITURE BLEUE" pour **VOITUREBLEUE.FR**

37. Dans les faits Google

38. Exemples : **LEBONVOIN** pour **LEBONCOIN**, **AUDADE** pour **AUBADE**, **FRANZE** pour **FRANCE**,...

39. <https://www.quantcast.com/>