

L'Économie selon l'ICANN : un certain regard...

COMMENTAIRES SUR LE "ICANN'S ECONOMIC REPORT"
A PROPOS DES NOUVELLES EXTENSIONS DE NOMS DE DOMAINE GÉNÉRIQUES "gTLDs"

L'étude de Dennis Carlton

Le rapport économique de Dennis Carlton concernant le mécanisme d'introduction des nouvelles extensions de noms de domaine génériques (gTLDs) présenté par l'ICANN le 5 juin dernier (<http://www.icann.org/en/topics/new-gtlds/carlton-re-proposed-mechanism-05jun09-en.pdf>) n'apporte pas de réponses claires sur la question de savoir si les nouveaux noms de domaine génériques vont apporter ou non d'avantage de bien-être pour les consommateurs et d'avantage de revenus pour les entreprises et pour les institutions en charge de ces nouvelles extensions (publiques ou semi-publiques comme l'ICANN ou / et les registres).

Ce rapport ne contient aucune démonstration économétrique, mathématique ou empirique que l'on pourrait attendre d'une telle étude. La plupart des résultats et des recommandations sont fondés sur ceux d'autres études de l'auteur (pas uniquement) et pas dans le secteur des noms de domaine (sauf erreur de notre part). D'ailleurs dès le 7 juin, Domain Name Wire (<http://domainnamewire.com/2009/06/07/dennis-carlton-agrees-with-dennis-carlton-about-new-domain-names/>) ne titrait-il pas "*Dennis Carlton Agrees with Dennis Carlton About New Domain Names*" ?

Cette étude, totalement américano-centrée, ne tient aucun compte des spécificités du marché européen. Evidemment, il n'est non plus fait aucune mention des autres marchés comme l'Asie, l'Amérique latine, l'Océanie ou l'Afrique.

Cette étude est fondée sur la théorie économique néo-libérale et se veut une analyse coût-bénéfice. Toutefois, aucune démonstration de cette analyse coût-bénéfice n'est présentée, ce qui d'habitude est pourtant le cas.

Les hypothèses de base de ces modèles économiques sont la concurrence parfaite et un marché « libre » (pas d'entrave au marché, etc.) avec des acteurs majoritairement privés, comme c'est le cas aux Etats-Unis. Or, ces hypothèses ne sont applicables en particulier dans les pays émergents ou dans les pays à économie majoritairement publique (Chine par exemple).

Le marché des noms de domaine (gTLDs market)

Tous les résultats de l'étude du professeur Carlton sont fondés sur les hypothèses de concurrence parfaite et de marché sans entrave, ce qui n'est le cas ni pour le marché des noms de domaine générique (gTLDs) [.com, .net, .org, etc.] ni pour celui des extensions de pays (ccTLDs) [.fr, .co.uk,

.de, etc.]. Ceux-ci sont au mieux des oligopoles avec un seul registre par extension qui définit à la fois le prix et les règles d'entrée.

Le marché des noms de domaine génériques n'est donc pas un marché libre. Il s'agit plutôt d'un oligopole complexe avec un registre par extension ayant un contrat avec l'ICANN (.net, .com, etc.), et une multitude de bureaux d'enregistrement dépendant du registre et / ou de l'ICANN. **Les prix sur ce marché ne sont pas non plus libres**, car le prix de « production » de départ est fixé par le registre et / ou l'ICANN sans que l'offre et la demande du marché n'y jouent un quelconque rôle.

Il est toutefois vrai que les nouvelles extensions génériques devraient apporter d'avantage de concurrence, notamment dans les régions du monde où les extensions pays restent chères. Mais comme aucun détail n'est pour l'instant connu (prix d'une extension générique, nombre de registres, etc.), il semble pour le moins hasardeux de conclure que le bien-être économique des consommateurs sera accru.

Pour conclure sur ce sujet, nous sommes d'accord avec l'hypothèse de l'auteur concernant **les barrières à l'entrée: elles sont néfastes à la concurrence, mais encore faut-il que le marché soit concurrentiel** (ce qui n'est pas le cas et ne sera pas le cas).

Les entreprises

L'hypothèse générale de Dennis Carlton est que les entreprises, et en particulier les détenteurs des droits de marque, bénéficient déjà d'une très bonne protection avec le système actuel par rapport aux noms de domaine (UDRP, etc.). **Il est explicitement dit dans le rapport que toute protection supplémentaire pour les détenteurs de marques est en fait une barrière supplémentaire à l'entrée sur le marché des noms de domaine.** Par conséquent toute réglementation supplémentaire provoquerait une baisse du « bien-être » du consommateur, et il s'agit donc, selon les résultats de cette étude, de mesures à éviter!

Cette étude ne tient pas compte des coûts supplémentaires des entreprises obligées d'enregistrer à titre défensif de nouveaux noms de domaine génériques, ni d'ailleurs les coûts en cas de litige (UDRP ou autre procédure). Or, ces coûts sont évidemment répercutés sur les consommateurs. **Au contraire de la démonstration de l'auteur, on peut donc imaginer que des restrictions (réglementations, etc.) puissent diminuer les coûts des entreprises et bénéficier au final au consommateur.**

Relevons enfin qu'aucune démonstration économétrique (ou même empirique) n'est réalisée. Au final, **il est pour le moins léger d'affirmer que les détenteurs de marque ne doivent bénéficier d'aucune protection supplémentaire** (la contrefaçon, le cybersquatting, etc.).

Le consommateur

En théorie, le consommateur devrait, en termes économiques à tout le moins, bénéficier de d'avantage de concurrence et de l'ouverture de nouveaux noms de domaine génériques.

Toutefois, comme pour les entreprises, aucune démonstration économétrique, voire empirique, ne vient étayer les conclusions de l'auteur. Or, comme il a été déjà dit, le marché des noms de domaine génériques ne bénéficie pas d'un environnement concurrentiel (avec un registre qui fixe le prix) et n'en bénéficiera pas non plus à l'avenir avec le même schéma d'un registre par nouvelle extension. C'est au

contraire le cas typique d'un **monopole, nuisible à la fois pour les entreprises (qui achètent ces noms) et pour les consommateurs sur lesquels les prix plus élevés sont répercutés.**

Par ailleurs, les consommateurs devront payer d'avantage pour la politique défensive et de litige des entreprises (coûts supplémentaires répercutés sur les consommateurs).

Conclusion

Au final, compte tenu de la structure oligopolistique, voire monopolistique des nouvelles extensions génériques (telle qu'elle nous est présentée actuellement par l'ICANN), les consommateurs et les entreprises ne vont pas accroître leur richesse ou leur bien-être.

Les seuls à bénéficier de ces avantages de marché seront les nouveaux registres et les registrars qui seront, comme c'est le cas actuellement, en position de déterminer les prix du marché.

Hugues Chevalier

IP Twins

20 juillet 2009