

# POLITIQUE DE GOUVERNANCE POUR LE PORTEFEUILLE DE NOMS DE DOMAINE

*Guide des bonnes pratiques CSC*

[cscdbs.com/fr](https://cscdbs.com/fr)

i

INTRODUCTION



1

FIXER LES OBJECTIFS DE VOTRE POLITIQUE



2

ENCADRER LES DÉMARCHES COURANTES



3

DÉFINIR ET OPTIMISER VOTRE STRATÉGIE DE NOMS DE DOMAINE



4

ATTRIBUER CLAIREMENT LES RÔLES ET LES RESPONSABILITÉS



5

DÉTERMINER VOTRE BUDGET



6

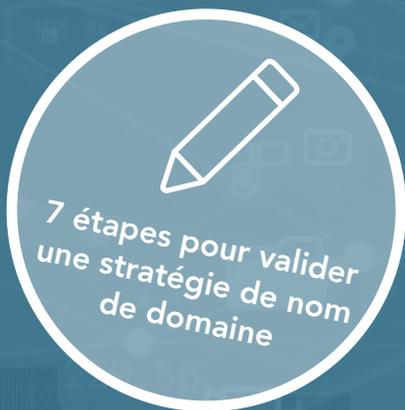
CRÉER DES NORMES



7

ÉTABLIR LE PROCESSUS DE REPORTING ET DE RÉVISION





## INTRODUCTION

Seule une minorité d'entreprises ont formulé par écrit une politique de gouvernance pour leur portefeuille de noms de domaine. Au sein de ces entreprises, les collaborateurs, dirigeants et sous-traitants connaissent le « Qui, Quand, Quoi, Comment » de la gestion des noms de domaine. Ces entreprises sont donc plus à même de sécuriser, de promouvoir et de protéger leurs marques en ligne de façon contrôlée et disciplinée. Grâce à la procédure en sept points élaborée par CSC, vous pouvez rejoindre les rangs de ces entreprises qui maîtrisent totalement leurs noms de domaine.

**Pourquoi élaborer une politique de gouvernance pour votre portefeuille de noms de domaine ?**

Une telle politique désigne les personnes habilitées et leur donne les moyens de prendre les meilleures décisions pour l'entreprise. Vous pouvez alors exploiter toutes les possibilités de l'univers numérique, comme les nouvelles marques ou les nouvelles extensions Internet (nouveaux TLD), tout en réduisant vos frais de gestion et en atténuant les risques de fraude et de cybercriminalité.

1

FIXER LES OBJECTIFS DE VOTRE POLITIQUE



2

ENCADRER LES DÉMARCHES COURANTES



3

DÉFINIR ET OPTIMISER VOTRE STRATÉGIE DE NOMS DE DOMAINE



4

ATTRIBUER CLAIREMENT LES RÔLES ET LES RESPONSABILITÉS



5

DÉTERMINER VOTRE BUDGET



6

CRÉER DES NORMES



7

ÉTABLIR LE PROCESSUS DE REPORTING ET DE RÉVISION



1

## FIXER LES OBJECTIFS DE VOTRE POLITIQUE

La personne chargée de superviser la politique doit fixer des objectifs précis et mesurables, en partenariat avec les trois services les plus concernés : marketing, juridique et informatique. Il s'agira par exemple de « réduire le coût et la charge des démarches de récupération des noms de domaine » ou encore de « permettre à l'ensemble des unités commerciales d'accéder en ligne aux domaines et aux données qui les intéressent ». La politique de gouvernance pour le portefeuille des noms de domaine sera d'autant plus utile et pertinente qu'elle reflétera mieux les attentes de toutes les parties prenantes et les points sur lesquels celles-ci s'accordent.

2

ENCADRER LES DÉMARCHES COURANTES

3

DÉFINIR ET OPTIMISER VOTRE STRATÉGIE DE NOMS DE DOMAINE

4

ATTRIBUER CLAIREMENT LES RÔLES ET LES RESPONSABILITÉS

5

DÉTERMINER VOTRE BUDGET

6

CRÉER DES NORMES

7

ÉTABLIR LE PROCESSUS DE REPORTING ET DE RÉVISION



7

ÉTABLIR LE PROCESSUS DE REPORTING ET DE RÉVISION

6

CRÉER DES NORMES

5

DÉTERMINER VOTRE BUDGET

4

ATTRIBUER CLAIREMENT LES RÔLES ET LES RESPONSABILITÉS

3

DÉFINIR ET OPTIMISER VOTRE STRATÉGIE DE NOMS DE DOMAINE

2

## ENCADRER LES DÉMARCHES COURANTES

Se pencher sur le détail des tâches courantes est le moyen le plus sûr de réaliser des économies et de limiter les risques. Nous recommandons par exemple d'imposer l'enregistrement stratégique des noms de domaine simultanément à tout dépôt public de marque ou de nom, ou toute déclaration d'intention en ce sens. Vous éviterez ainsi que les opportunistes qui surveillent l'espace de noms de domaine enregistrent, en vue d'en tirer un avantage financier, des noms de domaine qui font l'objet de recherches ou de mise à l'essai.

1

FIXER LES OBJECTIFS DE VOTRE POLITIQUE

i

INTRODUCTION

7

ÉTABLIR LE PROCESSUS DE REPORTING ET DE RÉVISION



6

CRÉER DES NORMES



5

DÉTERMINER VOTRE BUDGET



4

ATTRIBUER CLAIREMENT LES RÔLES ET LES RESPONSABILITÉS



3

## DÉFINIR ET OPTIMISER VOTRE STRATÉGIE DE NOMS DE DOMAINE

Que voulez-vous faire dans l'univers numérique : protéger votre marque ? la promouvoir ? vous lancer dans l'e-commerce ? sécuriser votre activité ? diffuser des informations ? ou toutes ces raisons à la fois ? Si vous identifiez clairement vos intentions, vous pourrez mettre au point une stratégie optimale pour votre entreprise.

Par exemple, si vous visez en priorité la promotion et la rentabilité de votre marque, il est important de savoir quelles recherches les internautes privilégient pour la trouver. Vous devez mettre en relation votre stratégie de noms de domaine et votre programme d'optimisation du référencement (SEO). Aujourd'hui, décider quelles extensions Internet de marque ou génériques (gTLD), quels TLD de code pays ou quels nouveaux gTLD enregistrer ou surveiller s'inscrit inévitablement dans toute stratégie de noms de domaine.

**CSC recommande à chaque entreprise de prendre les mesures suivantes pour optimiser sa stratégie de noms de domaine :**

- évaluer et rationaliser les mécanismes de protection DNS et SSL de son portefeuille de noms de domaine afin d'atténuer les risques pesant sur la sécurité et d'optimiser la résolution des adresses de sites web ;
- vérifier que sa propriété intellectuelle numérique est gérée de façon centralisée, qu'elle renvoie vers des contenus pertinents et que son impact est mesuré. Cette procédure doit englober la totalité des actifs en ligne : noms de domaine, noms d'utilisateurs sur les réseaux sociaux et adresses électroniques, mais aussi applications mobiles et QR codes ;
- abandonner les noms de domaine sans valeur particulière et envisager de se débarrasser des noms de domaine génériques non stratégiques qui n'ont pas de valeur ;
- identifier et enregistrer les noms de domaine disponibles et les noms d'utilisateurs sur les réseaux sociaux ayant un fort impact/haut risque potentiel (y compris les nouveaux gTLD), c'est-à-dire les éléments susceptibles d'attirer beaucoup de trafic ou de faire l'objet d'abus ;
- procéder à un audit de l'espace de noms de domaine possibles et mettre en place un système de veille afin de détecter les abus les plus préjudiciables sur tous les canaux : applications mobiles, réseaux sociaux, moteurs de recherche, noms de domaine, sociétés affiliées et e-mail ;
- faire valoir les droits attachés à ses marques par ordre de priorité grâce à des mécanismes tels que les mises en demeure, la résolution des litiges UDRP et les procédures liées à la DMCA, puis mesurer l'impact de ses actions.

i

INTRODUCTION



1

FIXER LES OBJECTIFS DE VOTRE POLITIQUE



2

ENCADRER LES DÉMARCHES COURANTES



7

ÉTABLIR LE PROCESSUS DE REPORTING ET DE RÉVISION



6

CRÉER DES NORMES



5

DÉTERMINER VOTRE BUDGET



4

## ATTRIBUER CLAIREMENT LES RÔLES ET LES RESPONSABILITÉS

Qui mettra en œuvre la politique ? Il est important d'intégrer à votre document un organigramme qui désigne un responsable ainsi qu'une série de rôles clairement identifiés, concernant par exemple l'administration et la sécurité. Cet organigramme pourra, si nécessaire, intégrer des prestataires externes.

3

DÉFINIR ET OPTIMISER VOTRE STRATÉGIE DE NOMS  
DE DOMAINE

2

ENCADRER LES DÉMARCHES COURANTES



1

FIXER LES OBJECTIFS DE VOTRE POLITIQUE



i

INTRODUCTION



7

ÉTABLIR LE PROCESSUS DE REPORTING ET DE RÉVISION

6

CRÉER DES NORMES

5

## DÉTERMINER VOTRE BUDGET

Plusieurs pans de votre politique de noms de domaine, tels que les enregistrements actifs et défensifs, les mécanismes de blocage, la surveillance, les services DNS utilisés, les certificats numériques à installer, les mesures de sécurité (comme le Registry Lock – verrou au niveau du registre – et le protocole DNSSEC d’extensions de sécurité du DNS), ainsi que l’application même de la politique, auront un coût important. Vous devez donc décider dans quelle mesure le budget peut être alimenté par différents services et à quel moment un financement complémentaire devra être trouvé. Dans ce dernier cas, une politique de gouvernance efficace pour votre portefeuille de noms de domaine pourra être un argument de poids.

4

ATTRIBUER CLAIREMENT LES RÔLES ET LES RESPONSABILITÉS

3

DÉFINIR ET OPTIMISER VOTRE STRATÉGIE DE NOMS DE DOMAINE

2

ENCADRER LES DÉMARCHES COURANTES

1

FIXER LES OBJECTIFS DE VOTRE POLITIQUE

i

INTRODUCTION



## 6

## CRÉER DES NORMES

L'instauration de normes garantit la viabilité et l'évolutivité de la politique de gouvernance pour le portefeuille de noms de domaine. Commencez par définir des modèles WHOIS pour tous les noms de domaine détenus par votre entreprise et ses différentes unités commerciales. De cette façon, au moment de la quitter, aucun individu ne pourra détourner ni exercer de chantage sur les noms de domaine de l'entreprise. En créant une adresse e-mail générique destinée à recevoir les demandes ou les avis envoyés par votre registrar, par les opérateurs de registre, par les organismes chargés d'administrer les procédures UDRP ou par vos autres prestataires, vous pouvez créer une chaîne de communication plus fiable et assurer une meilleure prise en charge de vos actifs numériques à l'échelle de l'entreprise. En outre, la mise en place d'une gestion centralisée de vos noms de domaine, de vos services DNS et de vos certificats numériques vous aidera à traiter de manière cohérente et sécurisée les questions relatives aux noms de domaine.

Assurez-vous de disposer de normes de sécurité adaptées, notamment en appliquant les protocoles SPF (Sender Policy Framework), DKIM (Domain Keys Identified Mail) et DNSSEC (Domain Name System Security Extension), et en utilisant les enregistrements CAA (Certificate Authority Authorization). Pour vos noms de domaine critiques, envisagez d'utiliser des couches de sécurité supplémentaires comme le dispositif MultiLock de CSC, la validation d'IP et la limitation de comptes supplémentaires.

5

**DÉTERMINER VOTRE BUDGET**

4

**ATTRIBUER CLAIREMENT LES RÔLES ET LES RESPONSABILITÉS**

3

**DÉFINIR ET OPTIMISER VOTRE STRATÉGIE DE NOMS DE DOMAINE**

2

**ENCADRER LES DÉMARCHES COURANTES**

1

**FIXER LES OBJECTIFS DE VOTRE POLITIQUE**

i

**INTRODUCTION**

7

## ÉTABLIR LE PROCESSUS DE REPORTING ET DE RÉVISION

En indiquant clairement le type et la fréquence des rapports à produire (et en identifiant les personnes chargées de ce reporting), vous pouvez garantir une communication efficace entre les différents acteurs de la politique de gouvernance.

Vous pourrez par exemple établir un état trimestriel du portefeuille faisant le point sur les expirations prochaines.

Enfin, planifier des révisions périodiques de votre politique de gouvernance pour votre portefeuille de noms de domaine vous permettra de rester à jour. Ces révisions créent un espace d'échange important entre les parties prenantes pour déterminer si la politique fonctionne comme prévu, si elle est suffisante et si elle doit être complétée par de nouvelles mesures.

6

CRÉER DES NORMES



5

DÉTERMINER VOTRE BUDGET



4

ATTRIBUER CLAIREMENT LES RÔLES ET LES RESPONSABILITÉS



3

DÉFINIR ET OPTIMISER VOTRE STRATÉGIE DE NOMS DE DOMAINE



2

ENCADRER LES DÉMARCHES COURANTES



1

FIXER LES OBJECTIFS DE VOTRE POLITIQUE



i

INTRODUCTION





 [cscdbs.com/fr](https://cscdbs.com/fr)

 [@cscdbs](https://twitter.com/cscdbs)

 [CSC Digital Brand Services](#)

Copyright ©2021 Corporation Service Company. All Rights Reserved.

CSC is a service company and does not provide legal or financial advice. The materials here are presented for information purposes only. Consult with your legal or financial advisor to determine how this information applies to you.