

Nom de domaine : l'actif que trop d'entreprises négligent

Qui contrôle votre domaine contrôle votre site ET vos emails. Propriété, renouvellement, protection : le b.a.-ba d'un actif critique.

8 min de lecture · Niveau Essentiel · cyberionis.fr/ressources/nom-de-domaine

Votre nom de domaine (entreprise.fr) est la clé de voûte de votre présence numérique : le site y répond, les emails y circulent, la confiance des clients s'y attache. Perdu, expiré ou détenu par la mauvaise personne, tout s'arrête d'un coup — et les histoires d'entreprises paralysées par un domaine expiré ou retenu en otage par un ex-prestataire sont d'une banalité affligeante. Dix vérifications d'une heure éliminent le risque.

1. La question qui fâche : à qui appartient VOTRE domaine ?

- Vérifier le titulaire réel (whois, ou l'interface du registrar) : ce doit être l'entreprise — pas l'agence web, pas « l'informaticien de l'époque », pas l'email personnel d'un ancien salarié
- Vérifier l'accès : qui détient le compte chez le registrar (bureau d'enregistrement) ? Avec quel email de récupération ?
- Si le titulaire n'est pas l'entreprise : régulariser MAINTENANT, tant que les relations sont bonnes — le transfert de titulaire est simple à l'amiable, cauchemardesque en conflit
- Centraliser : un seul registrar sérieux pour tous vos domaines, un compte au nom de l'entreprise, accessible à deux personnes

ATTENTION

Scénario vécu en PME : le site et les emails tombent un lundi. Diagnostic : le domaine, enregistré dix ans plus tôt par une agence disparue depuis, a expiré — personne ne recevait les rappels. Racheté dans l'intervalle par un spéculateur, il a fallu des semaines et un budget conséquent pour le récupérer. Emails perdus, clients dans le vide, référencement abîmé : tout ça pour un renouvellement à 12 €.

2. Sécuriser le compte et le renouvellement

- MFA sur le compte registrar — qui contrôle ce compte contrôle site et emails, c'est un compte de niveau bancaire
- Renouvellement automatique activé, moyen de paiement à jour, et renouvellement multi-années pour les domaines critiques
- Emails de contact du domaine pointant vers une adresse pérenne de l'entreprise (pas celle d'une personne)
- Verrou de transfert activé (protection contre les transferts frauduleux)
- Attention aux faux avis de renouvellement : des courriers et emails frauduleux imitent les registrars pour facturer des « renouvellements » bidons — on ne paie que son vrai registrar

3. Se protéger des voisins gênants

- Enregistrer les variantes évidentes : .fr ET .com au minimum, éventuellement les fautes de frappe courantes — quelques dizaines d'euros par an d'assurance
- Surveiller les dépôts proches de votre nom (cybersquatting, typosquatting) utilisés pour le phishing contre vos clients
- En cas de squat avéré : procédures extrajudiciaires efficaces (Syreli pour le .fr, UDRP pour les génériques) avant d'envisager le tribunal
- Le dépôt de marque renforce considérablement votre position dans ces procédures — à considérer si le nom compte

4. La zone DNS : le tableau de bord invisible

La zone DNS du domaine dirige tout : où répond le site, où arrivent les emails, et les protections anti-usurpation (SPF, DKIM, DMARC — voir notre guide). Ses accès méritent la même rigueur que le registrar : qui peut la modifier, chez qui elle est hébergée, et une copie de sa configuration archivée quelque part — le jour où l'on change de prestataire, cette documentation vaut de l'or.

L'essentiel à retenir

- 01 Vérifier que l'entreprise est titulaire de son domaine
- 02 Sécuriser le compte registrar : MFA, contacts pérennes, deux accès
- 03 Activer renouvellement automatique et verrou de transfert
- 04 Enregistrer les variantes évidentes (.fr, .com)
- 05 Archiver la configuration DNS et documenter qui gère quoi
- 06 Se méfier des faux avis de renouvellement

Questions fréquentes

Notre agence gère le domaine « pour nous simplifier la vie ». C'est un problème ?

La gestion déléguée est normale ; la propriété déléguée, non. La règle saine : titulaire = votre entreprise, compte registrar accessible à l'entreprise, et l'agence dispose d'un accès technique délégué. Si aujourd'hui tout est au nom de l'agence, demandez le transfert de titulaire — une agence sérieuse l'accepte sans discuter ; celle qui rechigne confirme l'urgence.

Un concurrent a pris le .com de notre nom. Que faire ?

S'il l'exploite légitimement (même nom, autre activité), les recours sont limités — d'où l'intérêt d'enregistrer tôt. S'il y a mauvaise foi manifeste (parasitisme, revente, confusion entretenue), les procédures UDRP/Syreli tranchent en quelques mois, surtout marque à l'appui. Dans tous les cas : consolidez votre .fr et votre visibilité — Google sait faire la différence.

Combien de domaines une PME doit-elle posséder ?

Le principal en .fr et .com, plus les variantes qui protègent (faute de frappe fréquente, nom commercial secondaire) : typiquement 2 à 6 domaines, quelques dizaines d'euros par an. Au-delà, l'accumulation de domaines « au cas où » coûte sans protéger — mieux vaut la surveillance des dépôts tiers.

Pour aller plus loin

AFNIC — bien gérer son nom de domaine .fr — www.afnic.fr

AFNIC — Syreli, résolution des litiges .fr — www.syreli.fr

Un projet cloud ou d'infrastructure ?

Choix, migration, sécurisation, supervision : Cyberionis conçoit des infrastructures sobres et qui durent.
contact@cyberionis.fr · 06 64 90 07 74 · cyberionis.fr