

Rubrique : Avocats et communication

Votre nom de domaine : un outil de votre communication de votre cabinet

Paru sur Les Cahiers pratiques de la Lettre des juristes d'affaires
28 septembre 2012

<http://e-magazine.lamy.fr/actualites/detail/58491/votre-nom-de-domaine-un-outil-de-communication-de-votre-cabinet.html>

**Brigitte Van Dorselaere et Jean Tiberghien
Image Juridique**

Le nom de domaine du site de votre cabinet constitue aussi, en soi, un outil de votre communication. Son choix va devoir obéir à des règles à la fois, déontologiques, techniques et de bon sens, pour assurer son efficacité au niveau de votre image. Dix principaux conseils sont à suivre.

1. Ne pas utiliser de noms de domaine génériques

L'article 10 du Règlement Intérieur National sur les règles de la publicité personnelle des avocats a été modifié pour éviter les abus constatés. Le CNB a, en effet, réglementé les noms de domaine des avocats, notamment en interdisant l'utilisation de ceux " *évoquant de façon générique le titre d'avocat ou un titre pouvant prêter à confusion, un domaine du droit ou une activité relevant de celles de l'avocat* ". Ainsi, les cabinets d'avocats ne peuvent utiliser des noms génériques, y compris le mot « avocat » ou un secteur de droit spécifique. Il s'agit de lutter contre les noms de domaine du type : " *divorcefacile.com* " ou encore " *avocatpascher.com* ".

2. Y prévoir le nom de l'avocat ou du cabinet

Ainsi, pour ne pas s'approprier de noms de domaine génériques, le nom de domaine doit obligatoirement comprendre le nom de l'avocat, ou bien celui du cabinet d'avocats, qui sera éventuellement suivi ou précédé du mot « avocat ». En revanche, il n'est pas possible de prévoir le mot " avocat " à titre exclusif comme nom de domaine d'un cabinet d'avocat (RIN, art. 10.6, al. 2 du).

3. Anticiper les risques de fautes d'orthographe

Il convient d'éviter de choisir des noms de domaine trop compliqués à orthographier pour limiter les risques de faute d'orthographe. Il serait dommage que, pour cette simple raison, l'internaute ne vous trouve pas sur le Net...

4. Eviter les initiales

Pour cette même raison, il est déconseillé d'intégrer des initiales à votre nom de domaine. Pour vous, elles sont parlantes, pas pour le prospect ou le client... qui risque de ne pas vous trouver. Sur le Net, plus que jamais, les recherches doivent être simples et rapides.

5. Ne pas utiliser certains caractères

Votre nom de domaine ne doit pas inclure des caractères spéciaux ou accentués, de même que le caractère '_', etc. En tout état de cause, ces caractères ne seront pas admis au moment de la création du nom de domaine.

S'il est possible d'utiliser le caractère « - », il est vivement recommandé de faire au plus simple pour qu'on soit sûr de vous retrouver sur la toile. Plus les noms de domaine sont longs, moins ils sont efficaces.

6. Opter pour un nom de domaine simple, dont on se souvient facilement

Aussi, est-il essentiel que le nom de domaine retenu se mémorise facilement. La question étant, bien sûr, moins essentielle si le cabinet a pris soin de bien travailler, en amont, son référencement. Ce qui est tout à fait déterminant au démarrage du projet web.

7. Bien choisir l'extension de son nom de domaine

Une fois le nom de domaine choisi, encore faut-il opter pour son extension (par ex., .com, .fr, .eu, etc.). L'extension retenue n'est pas neutre quant à l'image du cabinet : le « .fr » donnera une image plus franco-française au cabinet alors que le « .com » fera plus international.

En revanche, les conditions de réservation ne sont pas les mêmes. Pour le « .fr », la procédure est plus lourde malgré un allègement ces dernières années. Aussi, convient-il de vérifier les conditions particulières auprès de l'AFNIC (<http://www.afnic.fr>) et pour les 'domaines sectoriels' : <http://www.afnic.fr/fr/produits-et-services/le-fr/les-domaines-sectoriels-en-fr-9.html>) car les règles évoluent au fil du temps. Ainsi, il y a encore cinq ans, il fallait absolument produire un extrait Kbis de la société, ce qui n'est plus imposé à ce jour. Ce laxisme a été introduit, sans doute sous la pression des anglo-saxons et d'un libéralisme exacerbé. Les recommandations du CNB sont bien d'ailleurs l'expression de la difficulté à exercer un contrôle sur la toile.

D'autres extensions existent et sont liées à des domaines spécifiques, notamment : le « .eu » qui marque l'appartenance européenne, le « .org » qui est réservé aux ONG ou associations à but non lucratif (utilisables pour des actions associatives, philanthropiques, pro bono, à but non commercial, organisées par le cabinet), le « .net » qui est, quant à lui, dédié aux sites techniques (dans le domaine des réseaux), le « .info » attaché aux sites d'information.

8. Effectuer une recherche d'antériorité

Une fois le nom de domaine et l'extension choisis, il convient de procéder au dépôt du nom de domaine. Cette démarche peut s'effectuer en ligne sur différents sites. Il s'agit alors tout d'abord de vérifier la disponibilité du nom de domaine sous l'extension retenue.

Si le nom de domaine est libre, le cabinet prendra aussi éventuellement un contrat d'hébergement lié au nom de domaine et pourra ouvrir plusieurs adresses mail liées à ce nom de domaine. Pour des raisons de coût, de délai et de simplicité, il est conseillé d'effectuer votre demande de réservation de nom de domaine et d'hébergement chez le même prestataire. Ainsi la réservation se fera, le plus souvent, chez l'hébergeur de votre site web.

9. Réserver plusieurs extensions

Au moment de cette réservation, il est recommandé de réserver son nom de domaine sous plusieurs extensions si cela est possible. Ce dépôt large permettra d'empêcher un tiers de réserver ultérieurement le même nom de domaine avec d'autres extensions. Car il ne faut pas l'oublier, en matière de noms de domaine, c'est la règle « *Premier arrivé, premier servi* » qui joue. Le cabinet restera ainsi maître de son nom de domaine sous toutes ses formes, ce qui est important.

10. Effectuer des redirections de noms de domaine vers d'autres...

Enfin, il est aussi prudent de réserver les noms de domaine homonymes, dans les diverses extensions possibles. Par exemple, non pas seulement 'margin-associes.fr', mais aussi 'martin-associes.com', 'martin-associes.eu', 'martin-associes.info' etc.

Dans ce cas, un seul hébergement internet (mail et web) est nécessaire et l'administrateur réseau fera pointer les autres domaines vers celui qui est associé à l'hébergement.

Cette précaution permet aussi d'éviter que les noms de domaine homonymes ne soient réservés par des tiers. Elle n'est pas onéreuse et ne s'apparente pas à une obstruction, si le domaine est bien spécifique.

Ce conseil éclaire à nouveau sur la motivation essentielle du CNB quand il interdit le choix de noms "génériques" à titre de nom de domaine : l'idée est bien ici d'éviter les « obstructions » ou les « accaparements » abusifs, par exemple qu'une seule personne ne bloque le nom de domaine « avocat.com ».

L'Internet français (www.afnic.fr), à ses débuts, avait défini des règles précises (par ex., fournir un Kbis au nom de la société), qui auraient évité bien des abus, mais qui ont été considérablement allégées, sous la pression d'un Internet dominé par le libéralisme anglo-saxon et à ce jour quasiment non régulé.