

Identité digitale et stratégie de nommage

Recommandations au réseau des Parcs sur la réservation de noms de domaine (DNS) et de comptes sur les réseaux sociaux

Dans l'objectif d'harmoniser les pratiques de communication sur internet des parcs et de donner une lisibilité à leur action, le nommage des sites et des comptes sociaux doit se conformer à des bonnes pratiques communes.

Au vu des nombreuses combinaisons possibles et du nombre croissant d'extensions, il peut être difficile de savoir quels noms de domaine réserver. La stratégie de nommage consiste à définir le nom de domaine qui sera le support d'un site internet et à établir un périmètre de protection, incluant les différents radicaux et les extensions pertinentes. Elle doit être élaborée dans l'optique de permettre une excellente lisibilité pour les usagers et dans le respect des marques publiques.

La réservation de comptes sur les principaux réseaux sociaux par les Parcs fait partie de la stratégie de communication puisqu'elle se rapporte également à l'identité digitale du Parc.

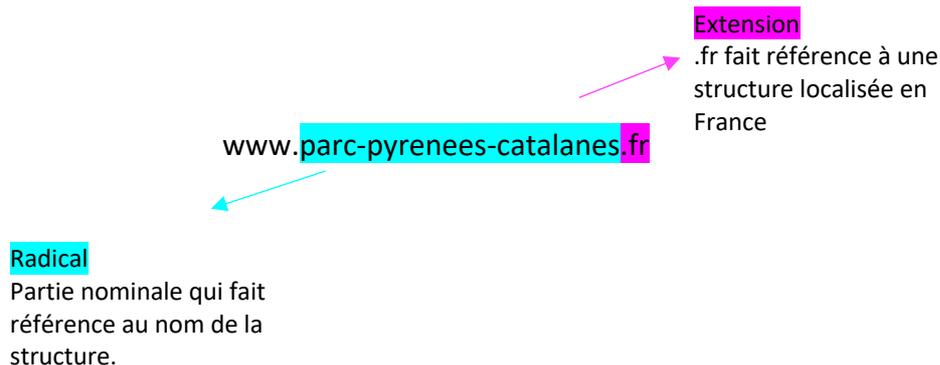
En bref : noms de domaine, de quoi parle-t-on ?

- **Qu'est-ce qu'un nom de domaine ?**

Techniquement, le nom de domaine est la traduction alphanumérique d'une adresse IP (c'est-à-dire la série de chiffres qui identifie toute machine sur internet), plus facile à mémoriser par l'internaute. Un nom de domaine est donc une traduction explicite de l'adresse IP d'un serveur. Il fait la jonction entre le serveur et un site web.

Un nom de domaine se compose d'une partie nominale (radical) et d'une extension. L'extension peut être de plusieurs natures (évolution constante des nouvelles extensions) :

- Les extensions génériques (gTLD) telles que .com, .net, .org, .info ont une fonction d'identification d'un secteur mais sont généralement ouvertes à tous ou avec des conditions d'attribution peu strictes.
- Les extensions géographiques (ccTLD) tel que le .fr ont une fonction d'identification géographique et les conditions d'accès sont liées au territoire.
- Les extensions sponsorisées (sTLD) tel que le .museum par exemple, ayant une fonction d'identification d'une activité dans un secteur particulier, indépendamment de la localisation dans le monde, pour lesquelles il faut appartenir au secteur concerné.



- **Pourquoi définir une stratégie de noms de domaine ?**

Une bonne stratégie permet de définir et de protéger son identité numérique. Le premier objectif est de se donner une vitrine sur internet : réserver un nom de domaine pour y héberger un site internet. L'objectif de protection, qui s'appuie sur le principe du « premier arrivé premier servi », permet quant à lui de se prémunir d'éventuelles réservations par des tiers de mauvaise foi, qui seraient susceptibles d'induire en erreur le public (activités de « cybersquatting »).

Elle permet également une augmentation du référencement des outils web par le jeu de redirection ou de création d'URL spécifique. Ainsi, il est possible de réserver plusieurs noms de domaine et de prévoir des redirections sur un site unique.

Il est donc possible pour une seule et même structure de déposer plusieurs DNS selon des variantes d'écriture (singulier/pluriel, avec ou sans tiret) et/ou des variantes d'extensions.

Bien choisir son nommage

- **Le cadre juridique**

Pour rappel, l'État français est titulaire des marques institutionnelles « Parc naturel régional ... » déposées pour chaque parc ainsi que de la marque « Valeurs Parc naturel régional » n° 4266096 (59 marques déposées à ce jour). Les parcs bénéficient d'un droit d'usage de ces marques selon les règles prévues dans leurs règlements d'usage.

L'État et la Fédération des parcs sont respectivement titulaire et exploitant de plusieurs noms de domaines génériques en lien avec les marques « PNR », qui redirigent sur le site officiel www.parc-naturels-regionaux.fr. Les noms de domaine génériques en lien avec les marques « PNR », sans référence à une localité particulière, ont vocation à être détenus par l'État uniquement.

Les parcs sont toutefois autorisés à procéder à la réservation de noms de domaine pour leurs besoins de communication sous réserve d'intégrer dans leur radical la précision de leur localité.

- **Les recommandations du Ministère de l'écologie et de la Fédération des Parcs**

Il est recommandé que le nom de domaine principal et officiel déposé par les Parcs se compose comme l'une des variantes ci-après :

- *www.parc-naturel-nomduparc.fr. Exemple : www.parc-naturel-ardennes.fr*

- *www.parc-nomduparc.fr lorsque le nom du Parc est long. Exemple : www.parc-camargue.fr*

- *www.parc-nom-du-parc.fr avec tiret entre les termes de localisation. Exemple : www.parc-loire-anjou-touraine.fr*

Qu'en est-il des noms de domaine avec le sigle « PNR » ?

- **www.pnr-nomduparc.fr** : l'intégration du sigle PNR dans un nom de domaine n'est pas interdite mais elle est déconseillée à titre principal dans la mesure où le sigle n'est pas suffisamment explicite pour le grand public.

Afin de se constituer un périmètre défensif suffisant, les parcs peuvent envisager la réservation de plusieurs noms de domaine, par exemple :

- Avec les extensions .fr et .com
- Avec plusieurs variantes d'écriture (avec ou sans tiret)
- Avec le sigle « pnr » à la place de parc

Les noms de domaines liés à la marque commerciale

www.consommer-parc

www.valeurs-parc

Sont réservés à l'usage national et ne sont pas déclinable par parc, pour concentrer le trafic sur la base de données collectives sur le site Internet de la fédération

Et pour les réseaux sociaux

De la même manière que pour les noms de domaine, les parcs sont invités à procéder à la réservation de comptes sur les principaux réseaux sociaux.

Les parcs sont invités à solliciter auprès des différents réseaux la vérification des pages créées afin qu'ils attestent de leur caractère officiel (matérialisé par le signe ).

De manière générale, les recommandations pour le nommage sur les réseaux sociaux rejoignent celles pour les noms de domaine

Il convient de distinguer le titre d'une page, du nom d'utilisateur :

- **Titre de page**

Le nom d'une page ou d'un compte est son titre complet. Pour celui-ci il est conseillé d'utiliser le **nom officiel et complet du Parc**.

- **Nom d'utilisateur**

La mention ou nom d'utilisateur, commençant par @, est souvent un abrégé du titre de la page. Il permet de taguer et d'identifier la page dans des contenus. Utiliser la technique de mention permet notamment d'accroître l'engagement.

Par cohérence, il est conseillé d'utiliser la partie nominale du nom de domaine pour le nom d'utilisateur et d'utiliser le même nom d'utilisateur pour tous les réseaux sociaux :

- **@parc_nomparc**
- **@parc.naturel.nomparc**

Les caractères « . », « _ » sont autorisés pour séquencer le nom d'utilisateur. Comme les caractères sont souvent comptés sur les réseaux (Twitter) il est conseillé de ne pas indiquer les articles dans le nom d'utilisateur.

Exemples :

Titre compte	Nom d'utilisateur
Facebook	
Parc naturel régional des Alpilles	@parcalpilles
Parc naturel régional de la Haute Vallée de Chevreuse	@parcnaturelchevreuse
Parc naturel régional de la Narbonnaise en Méditerranée	@PNR.Narbonnaise
Twitter	
Parc naturel régional Boucles de la Seine Normande	@PnrBSN
Parc naturel régional Médoc	@Pnr_Medoc

Il est possible de modifier un titre de page ou un nom d'utilisateur en suivant les protocoles de chaque réseau social :

- **Facebook**
- Mentionner une page : <https://www.facebook.com/help/218027134882349>
- Créer son nom d'utilisateur : https://www.facebook.com/help/121237621291199?helpref=faq_content
- **Twitter**
- Modifier son nom d'utilisateur : <https://help.twitter.com/fr/managing-your-account/change-twitter-handle>
- **Instagram**
- Mentionner un utilisateur : <https://www.facebook.com/help/instagram/1422266748076581>
- **LinkedIn**
- Autoriser les mentions : <https://www.linkedin.com/help/linkedin/answer/85430>

Conseils et informations

Léa Chariol : lchariol@parcs-naturels-regionaux.fr

Olivier André : oandre@parcs-naturels-regionaux.fr

