Les avantages du «.com»

Tahar Tabka, directeur de l'entreprise de développement de sites Web NSS, a bien voulu nous donner son avis sur la question. Son penchant pour le «.com» est clair et il le justifie par de nombreuses raisons. Voici son point de vue :

" Lorsqu'en 1997, nous nous sommes lancés dans l'aventure de l'Internet en Tunisie, notre stratégie était ambitieuse et cohérente : faire nos preuves en termes de conception et développement de sites web pour les entreprises tunisiennes, puis dans une deuxième étape conquérir des marchés à l'étranger.

La première démarche, celle de choisir un nom de domaine pour notre société, a conduit à un débat philosophique entre collaborateurs, aussi inattendu que passionné. En effet, quelle extension adopter : .com.tn ou .com ? L'adepte du suffixe tn (car il n'y en avait qu'un seul) a argumenté sur la valorisation du pays, la jungle du .com, la crédibilité du .tn et sur la sécurité de pouvoir choisir un nom de domaine correspondant à la raison sociale de l'entreprise. Ce héros malheureux des combats inégaux s'est fait traiter pêle-mêle de rétrograde, d'obscurantiste, de laissé pour compte de la nouvelle économie, et j'en passe.

Les partisans du .com ont défendu leurs idées sous plusieurs angles et avec des tons différents :

Humoristique : pourquoi taper trois symboles supplémentaires, alors que sur la toile, on ne rame pas, on surfe.

Solennel : accorder une fin de recevoir définitive à l'idée scandaleuse selon laquelle on est moins patriote si on choisit d'être en " .com ". Sinon comment expliquer qu'un certain nombre de sites officiels soient hébergés en dehors du territoire national?

Malin : l'appartenance nationale peut se prévaloir de plusieurs manières. Exemples: réserver un nom de domaine - tunisie.com ou encore inscrire Tunisie dans le titre du site, le résumé du contenu du site,...

Conciliant : il est vrai que pour certaines entreprises telles que les banques, compagnies d'assurances, hôtels... l'extension .com.tn peut être adoptée car leur champ d'action est physiquement en Tunisie.

Réaliste : la crédibilité d'un site commercial provient de la qualité technique de son contenu, du prix des produits proposés, des délais de livraison, de la nécessité d'avoir un paiement sécurisé et la présence d'un tiers certificateur mondialement reconnu.

Sociologique : les internautes tapent intuitivement un nom de domaine .com (ni .net ou .org, pas même .fr , .uk ou .qc). Qui ne s'est jamais trompé en pianotant le nom de Nomade, Wanadoo ou Infoseek ?

Technique : les moteurs de recherche sont généralement indexés sur le suffixe .com.

Idéaliste : il est plus stimulant et enrichissant (dans tous les sens du terme) pour une entreprise de faire ses preuves dans la jungle et la concurrence du .com, plutôt que d'être cocoonée même sur le web.

Publicitaire : le .com est magique. C'est l'adresse Internet reconnue dans le monde des affaires. D'après des études sérieuses, le volume des affaires d'une entreprise augmente notablement grâce simplement à une adresse en .com.

Pratique : le but d'Internet est de provoquer la rencontre avec les autres. Pour cela, il faut leur faciliter la tâche, plutôt que de les obliger à vous chercher, ce qu'ils ne feront d'ailleurs pas.

Pragmatique : le .com est la garantie de l'universalité, il est de ce fait " a-national ". Par conséquent, c'est une opportunité suprême pour les économies émergentes qui n'ont pas beaucoup de moyens de diffusion, de pouvoir proposer à des clients potentiels leurs compétences, services et produits sans préjugés, humainement inévitables, sur la taille de la société et sa nationalité.

Handicap des prix !

Mais, depuis trois ans, et encore davantage aujourd'hui, l'argument massue qui clôt définitivement le débat et oriente irrévocablement le choix, c'est le prix de l'hébergement. (…)il apparait que le coût de l'hébergement annuel d'un site en Tunisie correspond à 8 à 10 ans de celui de l'hébergement à l'étranger. De plus, les services proposés n'ont d'équivalent que le nom. J'en citerai simplement trois : la mise à jour des pages web, les statistiques de fréquentation du site et le nombre des e-mails. Pour une certaine catégorie de nos clients, le coût et les modalités des mises à jour constituent la deuxième grande entrave à l'hébergement des sites en Tunisie. L'idéal serait de pouvoir louer un appartement dont on pourrait changer à volonté l'aménagement, sans demander à chaque fois l'avis de la régie qui, de plus, ne nous propose actuellement que des villas trop grandes. En d'autres termes 10 Mo pour une taille minimum d'hébergement, c'est trois fois trop pour les sites tunisiens. Par ailleurs, plus le temps passe avant une baisse notable des prix, plus les expatriés hébergés en .com auront des hésitations à revenir au .tn, surtout s'ils commencent à avoir un trafic encourageant, un début de notoriété et des échanges commerciaux. "