www.ct.corsica

L'assemblée de Corse s'est prononcée en faveur de l'exploitation du domaine « .corsica ». L'obtention de celui-ci est subordonnée à l'International corporation for assigned names and numbers » (ICANN). Ce qui suppose une procédure longue et complexe. Pour la bonne cause virtuelle de l'île

La Corse a l'intention de prendre de l'envergure en ligne. Et si la volonté se concrétise, certaines adresses Internet pourront bien se terminer par un « corsica » au lieu d'un « com », d'un « fr » ou encore d'un « org ». L'évolution est encouragée par une logique globale incarnée par « l'International corporation for assigned names and numbers » (ICANN), chargée de la gestion des noms de domaine sur internet. Depuis 2007, l'organisme basé à San Francisco prépare l'ouverture de nouvelles extensions pour les collectivités, telles que les régions et les villes. C'est chose faite, mais pendant un laps de temps bref, d'octobre à décembre 2011. Et il convient de saisir la balle au bond. Car en tout état de cause, il n'y aura pas de seconde chance avant 2014. Or une extension personnalisée constitue un solide atout de positionnement de l'avis de Paul Giacobbi. Le président du conseil exécutif est formel. Le « corsica » est « un vecteur d'image ».

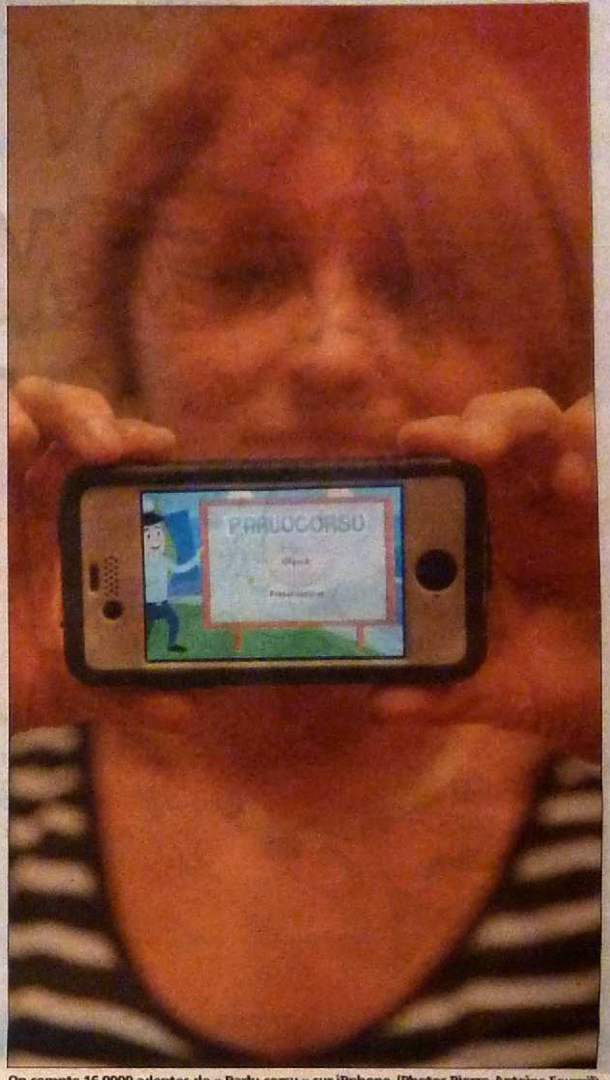
Une procédure complexe

Il aura l'avantage « d'assurer une forte visibilité de la Corse au niveau de l'Internet mondial. Le terme 'Corsica' est connu dans l'île comme à l'extérieur. En anglais, Corse se dit Corsica ». Le rayonnement à l'échelle mondiale est assuré. Cette exposition accrue sur la Toile se fera « au bénéfice de l'ensemble de la société insulaire ». Des conséquences positives sont à attendre. Car le « corsica » est le signe d'un marketing clair et d'une relation forte avec le territoire. L'identité insulaire a valeur de compétitivité, pour tous les acteurs locaux. « Grâce à ce nom de domaine, la Collectivité territoriale de Corse (CTC) offre à l'ensemble des structures économiques, sociales et culturelles le moyen de s'identifier sur Internet autour d'une dénomination commune », commente le président. Aux dires des experts, passage au « corsica » favorisera l'émergence « de nouveaux portails, d'une dynamique de marques et des démarches de sponsoring innovantes auprès des entreprises partenaires. »

Pour l'institution territoriale la démarche participe, en outre, à la constitution d'un « patrimoine immatériel relevant du domaine public sur Internet ». Le modèle est également conforme aux intérêts des internautes. Il ouvre la voie à une information plus directe et plus fiable. Mais avant de tirer un profit collectif du « corsica », la Collectivité devra se porter candidate auprès de l'Icann. La procédure est à la fois longue et complexe. Dans les prochaines semaines, « il convient de mener à bien trois opérations », commente le président de l'exécutif. La première consiste à choisir un opérateur technique du nom de domaine, « sans lequel le dossier de candidature n'est pas recevable ». L'opérateur apporte de la crédibilité et possède une force créatrice, car « les politiques d'exploitation du '. corsica' devront être traduites en termes techniques dans les infrastructures que l'opérateur mettra en place », précise-t-on. En outre, le projet élaboré doit correspondre « aux contraintes fonctionnelles et techniques imposées par le cahier des charges de l'ICANN et qui relèvent du domaine d'expertise de l'opérateur ».

Frais de dossier et de gestion

La seconde étape coïncide avec la constitution du dossier, « une phase qui nécessitera une assistance à la maîtrise d'ouvrage ».



On compte 16 0000 adeptes de « Parlu corsu » sur iPphone. (Photos Pierre-Antoine Fournil)

Le dernier point à régler est d'ordre financier. Tout est question de prix et pour avoir son domaine, il faut mener une stratégie coûteuse. Il y a d'abord la facture de l'ICANN à régler. Elle se décompose en frais de dossier - 137 000 euros - et en frais annuels de gestion du nom de domaine - 19 000 euros par an. À celle-ci se rajoute le coût de l'opérateur technique puis celui de l'assistance à la maîtrise d'ouvrage.

Le scénario envisagé afin de « permettre deux années d'exploitation pleine du domaine, ce qui amène à la fin 2014, équivaut à un montant de 434 000 euros », annoncent les experts territoriaux. L'Europe, au titre du Fond européen de développement régional (Feder) viendra soulager la collectivité territoriale, pour moitié. À cette somme viendront se rajouter « les recettes versées à la CTC par l'opérateur technique sur la base de la vente des noms de domaines ». L'apport est tributaire de l'évolution du projet. Plus le nombre de noms de domaine vendus est élevé, plus on gagne. À titre d'exemple, la vente de 1 000 noms rapporte 25 000 euros. Par ailleurs, un coup de pouce de l'État est envisageable, au titre du Contrat de projet État-Région.

Ainsi se construit l'économie Corse dans le monde du virtuel.

Véronique EMMANUELLI
vemmanuelli@corsematin.com

L'Adec, partie prenante des avancées numériques de l'île.

25 euros pour un domaine

● Des territoires ont précédé la Corse. Ainsi, la Catalogne a ouvert sont extension, « cat », il y a cinq ans. Aujourd'hui sont nom de domaine vaut 25 euros. Les Dom Tom possèdent aussi leur extension, « gp » pour la Guadeloupe, « gf » pour la Guyane, « mq » pour la Martinique et « re » pour la Réunion.

Villes et régions travaillent aujourd'hui à son obtention. La Bretagne, Paris accomplissent les formalités de rigueur afin de bénéficier d'un « bzh » et d'un « paris ». A l'avenir les sites du Pays Basque pourraient être identifiables grâce à « eus ». Pour l'Ecosse et pour la Galice, ce sera « scot » et « gal ».

● Des changements d'adresse se profilent pour les sites Internet. Ainsi, univ-corse. fr pourrait se transformer en univ.corsica. Il en ira de même pour visit-corsica.com ; pour aircorsica.com en passe de devenir visit.corsica et air.corsica.

Les adresses mails connaîtront des modifications du même ordre. Pour écrire à Dominique Bucchini et à Paul Giacobbi, par exemple, il faudra taper : dominique.bucchini@ct.corsica et paul.giacobbi@ct.corsica.

A l'avenir des services labellisés pourront voir le jour s'agissant par exemple des hôtels, des artisans. Le processus se traduira sur le net par un référencement de type hotels.corsica ou artisans.corsica. Il pourrait conforter le bilinguisme.

● La Corse possède déjà ses domaines, corse.fr; corse.eu; et corsica.eu. En règle générale, le nom de domaine est scindé en trois parties : le préfixe www, le radical puis le suffixe ou extension, c'est-à-dire .com, .net, .fr. La démarche remonte à 2005.

● L'avenir sera numérique à bien des égards. La CTC l'a réaffirmé en organisant, avec l'association CRéATIF à Ajaccio du 19 au 21 septembre les premières assises de la médiation numérique au service des territoires et de leurs habitants. Durant ces trois journées la réflexion des différents acteurs culturels, sociaux et politiques a porté sur des thèmes aussi variés que la solidarité numérique, l'animation de projets coopératifs , l'émergence de centres de ressources au profit du développement social des quartiers, ou encore la mise en place d'atelier de formation aux outils du Web 2. L'équité numérique est un travail de concertation. Au sens large. Car les assisses ajacciennes ont également mobilisé la délégation aux usages de l'internet, le comité interministériel de la Ville, le ministère de la culture et de la communication, le ministère de la Jeunesse au travers des Points Cyb et la caisse des dépôts et Consignations.

Les réseaux belges, québécois et suisses, ainsi que les acteurs européens étaient au rendez-vous.

« Parlu corsu »

16 000 personnes apprennent des rudiments de corse sur leur téléphone mobile. Car la stratégie numérique de la Collectivité territoriale de Corse a aussi pour support l'iPhone et « Parlu corsu ». L'application, gratuite, disponible sur l'app store depuis juillet 2010, - et en version 2 depuis juin 2011 - fait désormais l'objet de 1 000 téléchargements quotidiens, en moyenne. Le principe retenu par son concepteur - DuoApps, une jeune entreprise installée au sein du Campusplex à Ajaccio - est celui d'échanges brefs et de situations ordinaires de la vie courante. La conversation se déroule au restaurant, au parc, à la maison ou dans la rue. Elle place face à face Battistu et Livia. Les deux protagonistes ont vocation à stimuler à la fois performance et curiosité linguistique selon des méthodes plus classique. La CTC aimerait bien favoriser le passage de l'Applisphère à la salle de classe où sont dispensés les cours dont elle assure le financement.