
MARRAKECH – Industrie du DNS au Moyen Orient
Mardi 8 mars 2016 – 16h30 à 18h00 WET
ICANN55 | Marrakech, Maroc

HOMME NON IDENTIFIÉ : Nous allons maintenant travailler à la séance DNS dans le Moyen-Orient de 16h30 à 18h.

Mesdames et messieurs, nous allons bientôt commencer notre séance. Veuillez, s'il vous plaît, prendre du thé ou du café avant que nous commencions notre séance. Merci.

BAHER ESMAT : Très bien. Bon après-midi à toutes et à tous. Bienvenue à cette séance sur l'industrie du DNS mis à jour pour le Moyen-Orient. Je m'appelle Baher Esmat, je travaille pour l'ICANN. Je suis membre du personnel et je fais partie de l'Équipe de l'Engagement des Parties Prenantes.

Avant de démarrer, nous avons des services d'interprétation, j'aimerais vous le rappeler, en langue arabe et française, ainsi que l'anglais, bien entendu. Donc vous pouvez utiliser les services d'interprétation et écouter la langue de votre choix, en français ou arabe.

Remarque : Le présent document est le résultat de la transcription d'un fichier audio à un fichier de texte. Dans son ensemble, la transcription est fidèle au fichier audio. Toutefois, dans certains cas il est possible qu'elle soit incomplète ou qu'il y ait des inexactitudes dues à la qualité du fichier audio, parfois inaudible ; il faut noter également que des corrections grammaticales y ont été incorporées pour améliorer la qualité du texte ainsi que pour faciliter sa compréhension. Cette transcription doit être considérée comme un supplément du fichier mais pas comme registre faisant autorité.

Aujourd’hui, on va entendre parler de la situation sur le terrain des membres de la communauté qui sont sur le terrain, qui travaillent avec nous, qui collaborent. Ils font de véritables efforts sur place pour développer l’industrie des noms de domaine, ce secteur industriel.

Nous avons plusieurs intervenants aujourd’hui. Nous allons limiter les présentations à la première partie de la séance et avoir des questions/réponses pour la deuxième partie. Je vais vous présenter très rapidement nos intervenants. Nous allons avoir, à ma gauche, Hadia El Miniawi qui est Directrice du Centre d’Entreprenariat pour le DNS au Caire, en Égypte. Elle va nous parler de cette nouvelle initiative récemment lancée, l’année dernière.

Tom Barrett est PDG de EnCirca, qui est un bureau d’enregistrement accrédité par l’ICANN et Tom travaille avec notre groupe depuis de nombreuses années. Il a travaillé dans de nombreuses activités, il a développé et conçu la piste commerciale pour le centre du DNS.

Troisièmement, nous allons entendre EURid et Emily Taylor. Ils sont ensemble, ils vont partager leur temps de parole. Il s’agit de consultants qui ont effectué une étude de marché au Moyen-Orient. Ils vont partager avec nous les résultats de cette analyse que vous pouvez également trouver sur le site web de l’ICANN.

Nous avons donc des experts qui sont situés dans la région. Ils vont partager avec nous leurs expériences. Nous avons Mohammad Zeidan. Il est responsable de .shabaka, c'est un nouveau gTLD. C'est un nom de domaine internationalisé IDN.

Nous avons également Hamza Aboufeth du Maroc, le président de Genious qui est aussi un bureau d'enregistrement accrédité de l'ICANN.

Sans plus attendre, je vais donner la parole à Hadia pour nous parler du Centre d'Entrepreneuriat du DNS.

N'oubliez pas de vous identifier en donnant votre nom avant de faire une intervention, de poser une question. Milena nous aide. Également, il y a des personnes qui nous suivent sur Internet. Si vous voulez prendre la parole, indiquez-le-nous. Vous avez aussi l'interprétation en français et en arabe.

HADIA EL MINIAWI :

Bon après-midi. Je m'appelle Hadia El Miniawi. Je suis Directrice pour le Centre d'Entrepreneuriat DNS. Nous allons vous présenter cela sur les transparents. Je vais vous parler un peu du Centre d'Entrepreneuriat. Nous allons parler de la vision et la mission du Centre. Ensuite, je vous parlerai du travail actuel que nous faisons. Nous allons également avoir la possibilité de répondre à vos questions.

Donc, pour revenir un peu en arrière. C'est le résultat d'un partenariat entre l'ICANN et la NTRA d'Égypte, l'Autorité Régulatrice pour les Télécommunications au niveau national. Il y a un programme de formations, avec des mentors. Ce Centre, cet incubateur, en est à ses premières étapes. Nous avons une petite équipe et l'équipe, c'est moi.

La vision, maintenant. Devenir un centre et un incubateur de la prochaine génération du DNS, des entrepreneurs dans le cadre des noms de domaine. Nous voulons donner beaucoup de mentorat et d'expertise.

Notre mission est de développer deux objectifs stratégiques. Le premier est de développer un écosystème solide en Afrique et au Moyen-Orient. Le second est d'être également un endroit où l'on peut retrouver tout le secteur industriel dans la région.

Ensuite, notre ambition est de développer un réseau de parties prenantes, de preneurs de décisions, d'experts. Nous voulons plus de revendeurs, plus de bureaux d'enregistrement accrédités. Nous voulons absolument qu'il y ait des bureaux d'enregistrement internationaux. Nous voulons bâtir notre secteur industriel. Nous voulons qu'il y ait de fortes activités de réseautage entre les parties prenantes. Nous voulons partager les succès. Nous voulons développer les points d'intérêts que nous partageons, les différentes politiques. Nous avons

commencé cela dès notre première réunion hier. Également, nous voulons encourager des jeunes pousses, des startups. C'est extrêmement important pour nous. Nous voulons qu'il y ait de nouveaux acteurs à ce niveau et qu'il n'y ait pas de situation de monopole qui se dégage.

Un objectif extrêmement important, ce sont les partenariats. Nous voulons avoir des partenariats avec des leaders du secteur et nous voulons bâtir le DNS, l'Industrie du Nom de Domaine, dans la région. Nous voulons qu'il y ait un fort engagement. Lorsque nous parlons de renforcer les capacités, nous avons à l'esprit de bâtir un réseau de preneurs de décisions qui contribue aux politiques de l'ICANN.

Donc, le travail effectué actuellement. J'aimerais souligner certains des facteurs qui ont été mentionnés dans l'étude qui a été menée: les politiques, beaucoup de registres ont des politiques et des procédures en place qui sont extrêmement complexes pour les bureaux d'enregistrement et pour l'accréditation, l'homologation des bureaux d'enregistrement. Cela peut coûter très cher. Ça peut être plus de 150 \$ pour les tarifs d'inscription. Nous avons également des personnes qui sont un peu préoccupées de rentrer sur le marché. Il y a des problèmes de faisabilité, de possibilité technique. Il y a beaucoup de bureaux d'enregistrement dans la région qui ont du mal à développer des modèles commerciaux viables. Pas assez

de ventes, ventes faibles, pas de revenu. Les bureaux d'enregistrement n'ont pas très envie d'entrer sur le marché.

Donc, nous essayons de bâtir l'Industrie du DNS dans la région. Nous travaillons avec des bureaux d'enregistrement, des registres, avec des entreprises intéressées par le secteur des noms de domaine. Ce que nous faisons pour les registres, c'est renforcer les capacités et l'expertise. On parle de tous les aspects opérationnels. On parle des politiques, du marketing, des questions techniques qui se posent. Et, il est extrêmement important également pour les registres de s'engager avec les bureaux d'enregistrement, d'avoir un dialogue avec les entreprises. Tout cela, ce sont des aspects sur lesquels nous travaillons.

On s'attend à connaître une forte croissance dans le secteur DNS. À la suite d'une libéralisation des politiques et d'une meilleure infrastructure, nous pourrions avoir des bureaux d'enregistrement internationaux qui pourraient être intéressés à nous rejoindre. Pour avoir un impact positif sur le marché, en limitant le marché, en faisant baisser les prix, en ayant un meilleur service de qualité : c'est ce que nous espérons qui va se dérouler sur le terrain.

Les bureaux d'enregistrement. On a parlé des bureaux d'enregistrement dans la région. Dans certains pays, il n'y en a

pas du tout. Il y a donc des inscriptions qui doivent se faire directement, puisqu'il y a un manque du bureau d'enregistrement. Il y en a certains qui sont homologués. Il y en a 24, je crois, dans la région. Il y en a huit en Turquie, cinq en Afrique du Sud, quatre aux Émirats arabes Unis, un à Tunis, un au Maroc, au Ghana, Cameroun, Pakistan, Jordanie.

Donc, on travaille avec les bureaux d'enregistrement pour avoir des capacités renforcées et nous voulons les aider à développer leurs modèles commerciaux, parce que beaucoup ont – comme je l'ai dit – des problèmes, des modèles qui ne fonctionnent pas.

Diapositive suivante. Une nouvelle fois, nous nous attendons à avoir un marché plus concurrentiel, plus robuste et solide, pour le DNS, pour avoir des meilleurs services, des tarifs plus bas. Cela va permettre de renforcer la confiance des utilisateurs qui ont plutôt tendance à sortir de la région pour s'enregistrer.

Donc, il y a néanmoins beaucoup d'entreprises qui s'intéressent à notre secteur industriel. Nous devons renforcer l'expertise de ces entreprises. Nous avons des dossiers de demandes qui, éventuellement, arrivent pour de nouveaux gTLD. Donc, nous informons beaucoup ces entreprises de ce qui est possible de faire pour avoir un gTLD, par exemple.

Ce que nous essayons de faire, c'est d'avoir un impact sur le marché, d'avoir de nouveaux acteurs, de ne pas avoir de

monopole, d'avoir plus de personnes qui s'engagent dans le développement des politiques à l'ICANN.

Nous avons des ateliers qui vont se dérouler dans le Centre. Certains se sont déjà déroulés. Le premier était en avril 2015. On a traité des thèmes généraux du développement des politiques à l'ICANN, beaucoup d'aperçus sur les opérations des DNS, considérations commerciales. Ça s'est passé avec Thomas Barret, qui a été un intervenant lors de ces ateliers, Blacknight Solutions était présent également.

Le deuxième atelier était les meilleures pratiques pour les registres. C'était en avril 2015 pour les politiques et procédures, pour les registres et bureaux d'enregistrement, des activités de communication pour le marketing, la responsabilité sociale des registres. Giovanni Seppia, EURid et Emily Taylor ont été présents. Nous avons également eu un atelier de formation de formateurs en juin 2015. Il y a eu neuf formateurs certifiés qui ont travaillé. L'atelier suivant était sur les opérations du DNS et du DNSsec. En janvier 2016, nous avons eu un atelier juridique qui a parlé de la résolution des conflits, des litiges.

Nous avons eu également des analyses forces et faiblesses, soit des ateliers qui se sont tenus à Tunis, Doha, Muscat et aux Émirats arabes Unis à Dubaï. Nous avons eu quelques recommandations et les registres sont toujours à mettre en

œuvre ces recommandations. Après la phase de mise en œuvre, nous recevrons un retour sur le succès de ces ateliers. Voici quelques images de ces ateliers.

Donc, le travail que nous allons effectuer à l'avenir est que nous allons continuer à bâtir de plus fortes capacités et une grande expertise dans la région. Nous allons continuer à faire prendre conscience des aspects spécifiques du secteur industriel des noms de domaine. Je sais que j'ai dépassé le temps imparti. Donc, informer au sujet des IDN, les noms de domaine internationalisés. Nous recherchons toujours des partenariats, c'est essentiel pour nous. Nous voulons également fournir des services de consultants. Voilà, merci beaucoup de votre attention.

BAHER ESMAT : Merci beaucoup, Hadia. Nous allons maintenant passer à la prochaine présentation et les questions seront posées à la suite des présentations. Je donne donc la parole à Tom Barrett.

TOM BARRETT : Merci de cette présentation.

Je ne vais pas parler véritablement de la piste commerciale, mais j'en ai déjà parlé un peu à Dublin et à Singapour lors de notre premier atelier qui a duré cinq jours au Caire. Ce que nous

avons essayé de faire est de couvrir tout ce dont une entreprise a besoin dans son plan commercial, la recherche, le marketing, la technologie. Ça a couvert également les politiques, les problèmes juridiques et ainsi de suite.

Donc, cinq jours. Nous avons eu 25 ou 30 personnes, une douzaine de pays. Je crois que ce qu'on a appris de ce premier atelier, c'est que cinq jours, en fait, ce n'est pas beaucoup pour couvrir tant de contenu. Il y a des personnes qui, principalement, étaient des employés des registres des noms de pays, des cc, qui s'intéressaient donc aux ccTLD. Donc, c'est un autre profil. Ce n'était pas véritablement des entrepreneurs de startups.

Nous avons décidé de prendre un peu la route et de développer un cours, un atelier de deux jours, qui pourrait se déplacer sur l'aspect marketing et sur les enseignes. Donc, nous avons fait des ateliers à Doha, à Tunis en octobre, et nous sommes allés à Dubaï et Muscat.

Je crois que ces ateliers de deux jours, on peut voir à quoi ils ressemblent. Voilà les acronymes, SWOT c'est un acronyme que je vais vous expliquer dans quelques instants. On prend une organisation, un ccTLD, par exemple, et on voit les capacités de cet organisme, où est-ce qu'ils sont forts ou faibles, les points qu'on peut renforcer, quel est le marché du DNS pour eux, en Égypte, au Qatar, en Tunisie et quelles sont les opportunités qui

existent pour s'améliorer, les faiblesses potentielles. On voit s'ils sont bien situés au niveau concurrentiel.

Donc, le premier jour, c'est se concentrer sur les marchés nationaux, les faire travailler en petits groupes et faire du remue-méninge pour qu'ils analysent les capacités de leur organisme. Ensuite, ils se retrouvent ensemble, ils présentent ce qu'ils ont développé. On continue dans ces activités de remue-méninges. Ils mettent en priorité ce qu'ils ont trouvé à la suite de leurs exercices. À la fin de la journée, vous avez une analyse forces et faiblesses SWOT. Donc, les menaces qui peuvent exister pour leur entreprise, les forces, les faiblesses, les opportunités à dégager.

Comment utiliser leurs points forts, comment limiter leurs faiblesses, quelles sont leurs capacités et opportunités d'amélioration qui existent dans leur organisation, organisme ou entreprise : voilà ce qu'ils font. Ce que veut dire SWOT, c'est forces et faiblesses au niveau interne, les opportunités au niveau externe et les menaces au niveau externe également. Voilà à quoi ressemble cet acronyme, SWOT. Par exemple, au niveau technologique, est-ce qu'ils sont au niveau technologique par rapport à leurs concurrents ? Est-ce qu'ils ont l'expertise nécessaire pour être concurrentiels ? Donc, ils font des exercices, ils identifient leurs forces, leurs points faibles pour leur ccTLD. Ils regardent des facteurs externes. Ensuite, les possibilités de

revenu accrues, les menaces des concurrents. C'est ce qu'on appelle une analyse SWOT.

Le deuxième jour, on retourne cela et on appelle cette analyse TOWS, ce qui revient au même point, mais on les met par deux et on leur dit : basé sur les forces que vous avez identifiées hier, quelles sont les opportunités que vous devriez choisir. Vous avez peut-être identifié une opportunité précise pour l'avenir, mais laquelle allez-vous choisir, développer ? Sur quoi allez-vous capitaliser ?

Ici, vous voyez un exemple de l'analyse SWOT pour la première journée. C'est ce que nous avons fait pour Muscat, pour .om, pour le registre de code pays. Nous avons vu les différents points que nous avons identifiés dans chaque case. Nous avons identifié les quatre points qui étaient les menaces et les quatre opportunités, les trois forces et les quatre faiblesses.

Voilà, ici, vous avez un exemple de ce que nous avons faire le premier jour. C'était utile et ça portait spécifiquement sur leur marché national. On ne veut pas aller au Canada et travailler d'une façon et travailler dans un autre pays d'une même façon. Il faut aborder le marché, voir comment ils travaillent avec leurs revendeurs, avec les locaux, avec les politiques locales et leur proposer quelque chose de bien spécifique pour leur marché.

Première journée. Deuxième journée. On travaille sur les résultats du premier jour. On va dire : « vous avez identifié toutes ces menaces, voyons les opportunités à suivre. » Donc, on fait le mapping de ces opportunités. Ensuite, on voit comment éviter ou minimiser les menaces qu'on trouve sur le marché. Par exemple, si on a une nouvelle entrée sur le marché, qui va concurrencer avec vous ? Quelles sont les menaces que vous pouvez minimiser ? C'est la même chose pour réduire les faiblesses et pour développer des opportunités.

Prochaine diapo. Donc, un exemple du résultat de la deuxième journée de travail : nous avons fait ces analyses SWOT, nous avons fait une analyse un peu plus approfondie avec trois cases sur trois cases. Nous avons les opportunités et les menaces en haut. À gauche, nous avons les menaces et les faiblesses internes. En haut, il y a les opportunités et menaces externes. Donc, on a ensuite quelles sont les opportunités pour lesquelles on peut faire quelque chose. Est-ce qu'on peut faire quelque chose avec l'opportunité #1 ? La même chose pour les forces internes #1. Donc, on a une espèce de stratégie à la fin, avec ce tableau, qui va répondre au marché national et à l'organisation nationale sur laquelle on travaille.

Sur cette diapo, vous voyez un exemple d'analyse TOWS. On avait une image d'une page avec une stratégie. Ici, on a, par exemple, le registre de ccTLD .om et on a ce qu'il peut faire pour

améliorer les opérations de son registre. En haut à gauche, on a les forces et les menaces. Que faire pour minimiser cela ? On doit commencer à travailler sur le marché local et sur la marque locale. Un autre exemple : on s'est focalisé sur le fait qu'ils pensaient qu'ils avaient besoin d'une sécurité élevée dans leurs registres, que cela justifiait les prix élevés qu'ils payaient pour .om.

Vous voyez un exemple de ce que le groupe a créé après la deuxième journée de travail. On leur a demandé quelle était la feuille de route pour les années à venir, comment mettre en place cette stratégie et l'élaborer d'abord et la mettre en place pour le nouveau développement du secteur dans leur pays.

Ici, vous voyez comment ce type d'atelier peut fonctionner. Les participants étaient satisfaits du fait qu'ils emportaient une méthode utile pour leur organisation. Certaines observations ont été utiles et nous ont permis de faire cette liste. Par exemple, les besoins de registres ccTLD, pour participer à leur travail, les agences gouvernementales qui ont besoin de davantage de mentalité pour le profit commercial. Donc, on doit aider ces registres de manière proactive à faire du marketing, des campagnes de promotion et pour travailler avec eux pour qu'ils puissent concurrencer avec des registres commerciaux.

Ensuite, les canaux de distribution. Un de ces ateliers a travaillé sur cette question. Donc, ils avaient des problèmes, parce qu'ils ne rencontraient jamais leur bureau d'enregistrement, ils devaient avoir une autre mentalité de travail.

On a aussi pensé qu'il n'y avait pas assez de données. On a besoin d'avoir une perspective dans les affaires sur la façon dont notre produit peut être considéré sur le marché, comment est-ce que notre ccTLD fonctionne par rapport à .com ou d'autres TLD. En général, il y a un manque de données disponibles et ces titulaires de registres se sont rendus compte qu'ils devaient avancer davantage, promouvoir leur business.

On voit qu'il y a beaucoup d'opportunités pour fournir ces données aux titulaires de registres pour qu'ils puissent travailler avec les marques de leur pays et au niveau du commerce, dans le domaine des banques, de la médecine. C'est pour qu'Internet soit plus actif dans ce domaine.

On a vu aussi des opportunités dans le domaine des ccTLD. Cela a permis à de nouveaux domaines de premier niveau de s'introduire sur le marché et commencer à diffuser leur marque sur ce marché. Ce sont des opportunités, nous devons les aider grâce à cet atelier de SWOT. C'est possible.

Merci beaucoup.

BAHER ESMAT : Merci, Tom. Maintenant, nous allons donner la parole à Giovanni Seppia et Emily Taylor.

GIOVANNI SEPPIA : Merci de m’avoir donné la possibilité de vous présenter les résultats finaux du DNS pour le Moyen-Orient. Comme cela vient d’être dit, c’est une étude qui a été faite par différentes parties, par différents acteurs. EURid, le registre de premier niveau, en partenariat avec le Lab d’Information d’Oxford et Emily Taylor, la Recherche Internet et AGIP, et Abu-Ghazaleh Propriété Intellectuelle, nous avons travaillé en commun. Je dois d’abord dire que c’était une expérience très, très intéressante. Nous avons commencé cette étude en juin 2015 et nous avons élaboré un premier rapport à la fin du mois d’octobre. Puis, nous avons fait deux cycles suivants pour cette étude. Les résultats actuels sont que nous pensons que, si on veut montrer que l’environnement sont différents dans les différents pays dans lesquels nous avons fait nos recherches, cela est faisable.

Nous avons eu un partenariat très intéressant, une bonne réponse et des amitiés que nous avons reçus des données des registres et bureaux d’enregistrement locaux. Grâce à eux, nous avons pu faire ce travail. Sans eux, cela aurait été impossible. Ça a été vraiment une aide importante, une contribution que nous

avons reçue tout au long de notre étude de tous les registres et tous les bureaux d'enregistrement. Ils ont vraiment contribué à cette étude.

Ensuite, je voudrais aussi vous dire que nous avons eu beaucoup de contact au cours de notre participation à l'atelier que nous avons organisé au Caire l'année dernière. Nous avons présenté les meilleures pratiques. Nous avons aussi appris des participants, parce qu'ils ont parlé de leurs besoins, ce qui est une composante importante de notre travail. Donc, nous les remercions pour cette occasion.

Maintenant, je vais donner la parole à Emily Taylor, qui va nous présenter la première diapo.

EMILY TAYLOR :

Merci beaucoup, Giovanni. Nous n'avons pas beaucoup de temps. Je voudrais vous parler pendant 90 minutes sur l'étude de la recherche que nous avons faite, mais je ne vais pas le faire, parce que nous n'avons pas de temps. Je vais parler de trois points importants au niveau de notre recherche.

Il est clair que l'on ne peut pas avoir un marché de noms de domaine plein d'énergie, si on doit lutter contre les problèmes de connectivité et d'accès. Une des choses que nous avons faites, dès le début, a été d'analyser, au niveau de la région, de chercher

les indicateurs de base pour comprendre le temps que les gens passaient en ligne, le pourcentage de gens qui avaient une bonne connexion pour naviguer sur Internet.

Le taux de pénétration de l'Internet est assez élevé dans une région qui est très diverse. Nous avons constaté, cependant, que 30 % des utilisateurs passaient trois heures ou moins en ligne par jour. Je pense que c'est un facteur important dont on doit tenir compte. Cela suggère que beaucoup de gens ne sont pas capables d'utiliser Internet sur leur lieu de travail, par exemple, parce que, sinon, ils passeraient plus de temps en ligne.

Nous avons constaté qu'il y avait une gamme importante de gens, mais, en général, on avait ce type de moyenne.

Maintenant, voyons notre analyse. Cette analyse montre un peu les remarques de Hadia et de Tom. C'est une base pour ces remarques. Je dirais qu'un point anecdotique, ce que les gens disaient à propos de la région, nous avons échangé avec nos partenaires et collègues les données sur la région depuis longtemps. Donc, les bureaux d'enregistrement, le secteur de l'industrie dans la région est plutôt faible. Cela est apparu dans les données. On a regardé les sites internet les plus populaires dans chaque pays de la région et on a constaté que moins de 5 % sont hébergés au niveau local ou dans les pays de la région.

Si l'on regarde les sites les plus populaires de la région, avant d'entrer dans le système des noms de domaine, on a constaté que l'anglais dominait comme langue des sites les plus populaires de la région. Je vais revenir là-dessus. Il y a une proportion très élevée, qui est au-dessus de la norme globale de 55 %. De nouveau, l'anglais est surreprésenté au niveau international comme langue des contenus. Pour la région, nous avons constaté que c'était encore plus élevé, ce qui nous a vraiment surpris.

Nous avons fait un sondage auprès des utilisateurs, parce que nous voulions savoir si les utilisateurs de la région faisaient les mêmes choses ou les choses que l'on attendait que les utilisateurs des autres pays. La réponse est que oui. Par exemple, on a vu que beaucoup d'utilisateurs avaient téléchargés des contenus sur des médias sociaux, des photos et des vidéos, ce type de choses. Il est intéressant de voir aussi que si l'on parle du marché des noms de domaine, 31 % des utilisateurs de nos sondages avaient téléchargés des contenus sur des sites Internet qui avaient un nom de domaine, bien sûr.

On peut voir que les utilisateurs dans la région passent d'une langue à l'autre avec beaucoup de souplesse en fonction du contenu. La langue anglais et la langue française sont les langues clés, bien sûr, pour la plupart de la population de la région. Mais, les utilisateurs faisaient preuve d'une préférence. Ils préféraient

utiliser leur langue locale, que ce soit l'arabe, le farsi, l'urdu lorsqu'ils interagissaient avec leurs amis ou organisations gouvernementales et dans les médias sociaux, pour faire des achats. Sinon, ils étaient assez flexibles. Ils pouvaient utiliser l'anglais aussi. Mais, les sites internet, les médias sociaux, lorsque les gens entrent en contact avec le secteur commercial ou le gouvernement, la langue locale était préférée.

Donc, en général, il y a actuellement un peu moins de 2,9 millions de noms de domaine associés avec notre région, ce qui nous donne 1,5 million d'enregistrements de ccTLD, environ un million d'enregistrement de gTLD qui sont hébergés dans la région et approximativement un minimum de 0,4 million de noms de domaine de gTLD hébergés à l'extérieur de la région. C'est seulement 1 % de l'ensemble des noms de domaine enregistrés au niveau mondial. Cependant, cela est peut-être associé avec un chiffre plutôt bas, parce qu'on voit, en général, des chiffres de croissance très élevés d'une année à l'autre. Par conséquent, on pense que c'est un bon signe.

Lorsqu'on regarde les noms de domaine internationalisés, ce qui intéresse surtout l'EURid, nous avons étudié avec VeriSign et l'UNESCO l'adoption des IDN, l'IDN dans la région a une place spéciale, puisqu'il y a le script arabe. On a seulement 21 000 IDN dans la région associée avec le ccTLD Turc, .tr, qui utilise le script latin.

Si on regarde les potentiels pour ce marché, les utilisateurs nous disent qu'ils ont plutôt tendance à faire une navigation directe, c'est-à-dire à écrire le nom de domaine directement sur la barre de navigation lorsqu'ils naviguent. Presque tous les utilisateurs qui ont participé au sondage regardent les noms de domaine avant de cliquer sur les résultats. Donc, les noms de domaine ont une place importante à jouer. Maintenant, je vais donner la parole à mon collègue Giovanni qui va continuer.

GIOVANNI SEPPIA :

Merci, Emily. Les autres choses dont je vais vous parler vont porter sur les registres et les bureaux d'enregistrement dans la région. Nous avons fait des recherches et on a constaté que la pénétration des noms de domaine est assez basse. En ce qui concerne les registres, la plupart des ccTLD ont une politique très stricte et une politique qui pourrait être modifiée pour qu'on soit plus accessibles aux bureaux d'enregistrement internationaux.

Il y a un autre élément qui est crucial dans la vie de tous les registres, quel que soit l'endroit où il se trouve, et c'est le processus de délégation et de transfert au niveau de la gestion du registre. C'est un processus qui, en général, a un impact important sur la pénétration du nom de domaine d'un TLD local dans un pays, parce que le transfert d'un registre, d'un TLD du

registre, a lieu avec une série de problèmes qui vont avoir un impact sur ce que les ccTLD enregistrés peuvent avoir. Donc, c'est assez long parfois pour que les choses recommencent à fonctionner.

Ensuite, il y a aussi, et c'est quelque chose que nous recommandons toujours à notre Centre d'Entrepreneuriat et à notre atelier. Nous avons organisé cet atelier au Caire, par exemple, et nous avons recommandé à ces registres de participer davantage au niveau international, notamment de participer à l'organisation de code pays, parce qu'il y a une brèche au niveau des meilleures pratiques qui peut permettre d'améliorer les politiques, les stratégies de marketing, les politiques des bureaux d'enregistrement.

Il y a une tâche importante ici à réaliser que je voudrais souligner. Nous ne voulons pas critiquer, nous voulons seulement présenter des faits et des données de la région. Si l'on regarde la région, ce qui me paraît important, lorsque j'ai commencé à travailler dans ce secteur en 1999, si je regarde les registres qui existaient à cette époque-là et si je compare à la situation d'aujourd'hui, je constate qu'il y a des similarités.

J'ai commencé à travailler au registre .it. Ce registre avait une politique très stricte à l'époque. Nous avons eu trois procès devant la Cour Européenne de Justice. Après, on a commencé à

changer la politique, parce que jusqu'à l'année 2000, le registre italien était autorisé seulement pour les résidents italiens. Seulement eux pouvaient enregistrer des noms de domaine de .it. C'est quelque chose qui allait à l'encontre des lois européennes. Donc, avant que le registre comprenne cela, il a fallu qu'il y ait trois lettres envoyées à la Cour Européenne de Registre de la part de bureaux d'enregistrement, de registres et de titulaires de registres. Après cela, ils ont compris qu'il fallait avancer, modifier leur politique et se moderniser.

À nouveau, je dirais que la situation des registres que nous avons et que nous voyons dans la région propose un grand nombre d'opportunités au développement et peut encore se rapprocher de l'environnement international des registres à travers ce développement.

En termes de bureaux d'enregistrement et de marché dans ce sens, ce que nous avons constaté est que ce marché, dans la plupart des pays dans lesquels nous avons faits cette recherche, est assez faible. La raison pour laquelle la situation est celle-ci est que la plupart des TLD locaux sont enregistrés auprès de bureaux d'enregistrement locaux. Il n'y a pas beaucoup de concurrence au niveau des bureaux d'enregistrement internationaux. Ce sont ceux qui vont contribuer à la communauté des bureaux d'enregistrement locaux pour faire

des changements, introduire de nouvelles promotions, se rapprocher de leur clientèle et faciliter les choses.

Autre chose qui a été soulignée par Tom et Hadia, c'est que ce manque de dialogue qui existe entre le directeur de registre et les bureaux d'enregistrement, on a constaté que si l'on travaille quelque part auprès de vendeurs, de registres et de bureaux d'enregistrement, la communication entre ces secteurs est essentielle. Les registres sont les canaux des ventes. Ils doivent être bien informés si vous voulez qu'ils fassent la promotion de vos produits.

En termes de marché de titulaires de registres, nous avons constaté que, dans beaucoup de pays, le business des médias sociaux et des noms de domaine sont entrés en concurrence à cause de différents facteurs que nous avons analysés dans notre étude. Dans beaucoup de pays, il y a aussi des titulaires de noms de domaine qui se plaignent des fournisseurs locaux, du manque d'interaction avec eux. Très souvent, ils achètent seulement un nom de domaine et pas un service, mais c'est souvent parce que ces services n'ont pas été offerts lorsqu'ils ont acheté le nom de domaine.

Maintenant, beaucoup de titulaires de noms de domaine auprès desquels nous avons fait une recherche n'étaient pas capables de nommer le bureau d'enregistrement auprès duquel ils avaient

acheté ce nom de domaine. Donc, c'est un problème, parce qu'au niveau de la communauté locale, il est important qu'ils sachent, qu'ils connaissent les bonnes promotions au niveau du marketing. Finalement, ces titulaires de noms de domaine ne les connaissent pas.

Nous avons conclu, après notre étude, nous avons fait quelques recommandations, comme ce que nous avons fait pendant l'atelier au Caire et concernant la participation dans la région de manière à vous proposer cela et à fournir aussi une contribution. Nous pouvons le faire quand vous le voulez, si ça vous intéresse. Cette contribution peut vous être offerte.

Les recommandations, il peut y avoir davantage de diversité dans les modèles commerciaux et dans la structure des registres. Beaucoup d'opérateurs locaux ont besoin d'une stratégie plus claire avec des objectifs mesurables. Dans beaucoup de cas, la libéralisation de politiques peut être un bon moteur pour la croissance, mais cela ne doit pas s'arrêter là. Il faut qu'il y ait aussi une stratégie. Il faut qu'il y ait d'autres étapes après cette déréglementation pour permettre aux registres de continuer à s'accroître.

Les relations au niveau du bureau d'enregistrement sont très importantes. Avec les bureaux d'enregistrement internationaux, la participation des organisations ccTLD au niveau régional est

très importante, parce que ça peut amener une croissance, cela peut stimuler les bureaux d'enregistrement locaux à mieux travailler.

Puis, c'est essentiel pour les opérateurs de registres. Nous recommandons fortement une participation au travail des organisations des ccTLD ou au Centre de DNS, comme celui qui vient d'être créé au Caire, sur lequel Hadia nous a fait une présentation. C'est seulement en échangeant les meilleures pratiques et en apprenant de l'expérience des autres que nous pouvons voir un développement qui va s'accélérer, avec davantage de participation à des groupes internationaux. C'est comme cela que les choses iront le plus rapidement possible.

Je remercie ICANN de nous avoir donné l'occasion de faire cette recherche. Ça a été une expérience très intéressante. Nous avons beaucoup appris. Comme je l'ai dit, nous aimons écouter les expériences des gens. Nous avons été très intéressés par ce que les parties prenantes, les bureaux d'enregistrement, les registres nous ont dit. Nous serons ravis de continuer à travailler dans ce domaine.

BAHER ESMAT : Merci beaucoup, Giovanni. Nous avons Mohammad Zeidan de .shabaka.

MOHAMMAD ZEIDAN : Bon après-midi, même bonsoir, puisqu'il est tard. Je vais vous faire une présentation sur .shabaka, qui est, en fait, le nouveau domaine internationalisé, le dernier. Il a été créé pour avoir une expérience en langue arabe en ligne. Donc, si vous ne parlez pas arabe, ça veut dire .web en anglais.

Lorsqu'on a commencé à travailler à .shabaka, avant le lancement, et je l'ai dit plusieurs fois, mais nous avons travaillé avec MENA dans la région et nous nous sommes rendus compte que la région n'était pas assez desservie. Il n'y avait pas beaucoup d'entreprises qui travaillaient à ce niveau. L'arabe est toujours la cinquième langue du monde. Donc, nous avons pris en compte la communauté en ligne et nous avons pris les IDN et nous avons essayé de passer au niveau suivant et supérieur.

Donc, avant le lancement, avant la disponibilité générale, nous avons vu qu'il y avait quelques points à régler. Les différents problèmes qui se posaient, je le résumerais comme suit : il y avait un manque de prise de conscience du programme gTLD. Les gens, dans la région, pas seulement les utilisateurs finaux, mais également les professionnels, ne connaissaient pas assez le programme.

Deuxièmement, nous n'avions pas assez de bureaux d'enregistrement gTLD. Même si on parle de ceux au niveau

mondial, il n’y avait pas une forte participation dans la région et sur notre marché.

Troisièmement, il y avait un manque de compréhension pour vendre, comme l’a dit MENA, un problème de tarification, de management et également, bien connaître les comportements des personnes demandant des noms de domaine. Il y avait donc une mauvaise compréhension d’à peu près tout. Personne ne savait vraiment comment procéder et travailler efficacement.

Il y avait un manque également d’études pour MENA pour notre secteur industriel. C’était vraiment un problème qui est maintenant réglé après cette étude de cas dont nous avons vu et entendu le rapport. Cela nous a permis d’économiser beaucoup d’efforts. À une époque, on ne savait pas vraiment comment avancer et comment résoudre les problèmes.

Au lancement, on a fait une promotion de .shabaka. On a commencé à faire du marketing, du produit. On devait vraiment trouver des raccourcis, travailler de manière un peu différente. Je sais que Hadia a mentionné le nombre dans la région de bureaux d’enregistrement accrédités. Il y a Genius et il y en a une autre au Koweït. C’est à peu près tout. Il y en a trois qui sont vraiment dominants. Le problème avec les gTLD, c’est que nous devons travailler avec ces bureaux d’enregistrement mondiaux.

On devait très souvent faire appel à des bureaux d'enregistrement mondiaux qui manquaient d'interface. On ne pouvait pas vraiment travailler avec eux. On voulait avoir une expérience en langue arabe et tout était en anglais. Si vous voulez inscrire un nom de domaine, c'est très difficile, si vous le faisiez en langue arabe : tout devait être fait en anglais.

Ensuite, nous avons soutenu les bureaux d'enregistrement clés, nous avons tenté de construire une interface pour la langue arabe. Nous avons bâti des pages pour pouvoir atterrir directement en langue arabe et travailler à partir de celle-ci. Donc, il y avait un problème de prise de conscience. Nous devons donc faire de la sensibilisation. Nous devons investir en promotion, en relation publique, en communication. Une nouvelle fois, cela représentait un investissement consistant pour nous. Il n'y a pas eu beaucoup de retour sur notre investissement. Lorsque l'on parle des relations publiques, des publicités, on en a fait en ligne. On n'en a pas fait à la télévision. On en a fait beaucoup au niveau de la présence sur les médias sociaux, couverture des relations publiques, parrainage de manifestation. On a même travaillé avec des ambassadeurs. On a travaillé avec des prestataires importants. Je parle des entreprises Internet qui ont un poids certain. On a essayé de les convaincre d'inscrire des noms de domaine, de promouvoir ceux-ci et d'en inscrire plus.

Ce sont les activités que nous avons effectuées. Pour chacune d'entre elles, nous avons eu parfois des difficultés et nous avons dû régler tous ces problèmes. Le chemin n'a pas été facile. Je ne veux pas du tout être négatif, mais je dois dire que nous avons connu des difficultés et je crois qu'après moi, il y aura une personne encore plus négative. C'est ce que me dit mon voisin.

On s'est rendu compte que c'était plus compliqué que ce que l'on pensait au départ. Il y avait encore plus de problèmes qui devaient être réglés, qui devaient attirer notre attention, que l'on devait gérer. L'acceptation universelle était le problème. À ce moment-là, la plupart des applications ne fonctionnaient pas. Si on utilisait des adresses courriel avec Shabaka, ce n'était pas reconnu ni accepté. Universellement, il y avait des problèmes avec les URL et l'Unicode. Donc, pas mal de problèmes.

On s'est rendu compte que la translitération pourrait être un problème. Vous savez qu'on utilise beaucoup de caractères latins, anglais, pour représenter les mots en langue arabe. On voyait des numéros qui arrivaient, des 3, 5, 6, 8, 9. Il y a des centaines de noms de domaine qui ne fonctionnent pas qui utilisent ces combinaisons avec des chiffres. Ce n'était pas satisfaisant. Donc, on ne connaissait pas bien les implications de la translitération. On aurait pu arriver, à ce moment-là, à une conclusion tout à fait négative. Que devons-nous faire ? Devons-nous continuer sur cette voie ? Qu'en est-il de la translitération ?

Nous avons également vu que la demande était faible. Nous avons vu que les demandes étaient fortes au début et puis, il y en a eu de moins en moins. C'est devenu très linéaire. La croissance est devenue très, très, très faible.

On en est arrivés à la conclusion qu'il fallait beaucoup plus de formations, d'éducation et d'informations. On a appris cela après nos difficultés. Il fallait que le public soit au courant. C'est absolument essentiel. Ça peut nous permettre de résoudre les problèmes que nous rencontrons. Au quotidien, je vois certains membres du public ciblé. On a retravaillé notre plan d'accès au marché. J'ai travaillé avec des entrepreneurs. J'ai parlé avec des jeunes pousses, des startups, des entrepreneurs, des entreprises en ligne, et il y a des gens qui ne connaissent pas l'ICANN dans notre domaine. Je leur parlais de l'ICANN et ils ne savaient pas ce que nous faisons. Nous sommes un registre. « Vous vendez des noms de domaine ? » Il fallait tout leur expliquer. Il fallait recommencer à zéro. Il fallait perdre un peu de temps. Plutôt que de parler de Shabaka, il fallait leur expliquer comment ça fonctionnait.

C'est un problème de connaissance, d'informations et d'éducation. Les recommandations que j'aimerais partager avec vous tous, ce sont quatre points principaux. Les deux premiers points, c'est que nous avons véritablement besoin de mieux faire connaître notre marché et de former les personnes aux gTLD. Il

n’y a pas assez de connaissances à ce sujet. Il faut travailler étroitement avec les experts de notre secteur, avec les leaders. Je parle des véritables experts de l’industrie de l’Internet qui peuvent parler aux utilisateurs finaux. Il faut former beaucoup de personnes, il faut qu’ils nous rejoignent. Il faut qu’ils nous aident.

On l’a fait avec des ambassadeurs. Ils ont inscrit des noms de domaine. En les activant, il y avait une redirection plutôt que de faire le code 302, cela prenait plusieurs semaines. Il fallait convaincre de réactiver, d’avoir une page d’accueil, d’utiliser un microsite et ça ne fonctionnait pas. Il y avait encore des problèmes.

Voilà ce qu’il faut effectuer à ce niveau. J’aimerais également voir plus d’études de cas pour la région pour notre public. On a déjà fait de bonnes choses, puisque, comme je vous l’ai dit, nous avons connu des problèmes que nous avons réglé, mais dans les mois à venir, il devient de plus en plus important d’avoir des études de cas précises dans notre région, de voir les segments de notre clientèle que nous ciblons.

Le quatrième point important, au niveau des bureaux d’enregistrement, j’aimerais vraiment que l’on en voit qui connaissent bien la langue arabe et ses spécificités linguistiques. J’aimerais vraiment qu’on offre une variété, une gamme très large de solutions. Cela nous serait très utile. Cela nous

permettrait d’enseigner au public comment utiliser ces noms de domaine, pas seulement s’enregistrer.

Voilà ce que je voulais vous dire, je vous remercie de votre attention.

BAHER ESMAT :

Merci, Mohammad. Nous avons Hamza Aboulfeth de Genious qui veut nous dire quelques mots. Hamza, le dernier mais non le moindre.

HAMZA ABOULFETH :

Premièrement, merci beaucoup de m’avoir invité à vous dire quelques mots. Deuxièmement, je note que vous utilisez un domaine dns-ec.eg pour développer un écosystème en Afrique et au Moyen-Orient. Ça ne marche pas comme ça. Concentrez-vous sur l’Égypte et nous allons nous concentrer sur le Maroc. En Tunisie, concentrons-nous sur la Tunisie, ainsi de suite. C’est comme ça que l’on peut avancer, je crois.

Il y a les différents domaines .ma, je crois que si on est des entrepreneurs, on a besoin de votre aide, en effet, pour avoir le même modèle en Égypte et l’utiliser peut-être au Maroc. Je crois qu’on devrait déployer tout cela dans le pays tout entier. Je dirais même au niveau du continent tout entier. Voilà comment nous pourrions véritablement régler les problèmes. Il y a des

problèmes locaux qu'on va régler au niveau local, et, ensuite, on peut avoir une vision mondiale. C'était mon premier point.

Le deuxième point est d'avoir plus de bureaux d'enregistrement. J'entends cela depuis longtemps, trois ans à peu près. Il y a de cela trois ans, Addis Ababa, nous avons rencontré le PDG de l'ICANN qui venait de commencer, monsieur Chehade. Il nous a dit qu'il voulait avoir 25 bureaux d'enregistrement dans la région en trois ans. Ça ne s'est pas fait. À l'époque, je lui ai dit que les noms de domaine ne sont pas comme des médicaments. Ce n'est pas parce qu'on aura plus de bureaux d'enregistrement que nous aurons plus de clients. Ce n'est pas comme cela que ça fonctionne. Ce n'est pas parce qu'il y a des .com qu'on va trouver des clients. Le nombre de bureaux d'enregistrement n'est pas l'essentiel.

Ce qui compte, c'est le marketing, pour moi. C'est un point important.

HOMME NON IDENTIFIÉ : Je n'ai rien compris et je suis arabe également.

HAMZA ABOULFETH : Donc, les gens doivent comprendre ce que vous vendez. Il faut qu'ils sachent. Vous avez parlé de l'éducation des clients. Nous avons fait beaucoup de marketing, nous avons passé peut-être

pas autant que vous ni dépensé autant que vous, mais nous avons dépensé peut-être des centaines de milliers de dollars en marketing. Ça n'a pas fonctionné, parce que les gens ne comprennent pas ce qu'on leur vend, tout simplement.

Nous avons tout essayé. On n'a pas fait des passages à la télévision, parce que je suis sûr que ma maman qui regarde la télé ne va rien comprendre, ma grand-mère non plus. Ma mère, peut-être. Grand-mère, non. Donc, on a fait, en ligne, beaucoup de choses. Même dans les rues, on a fait du marketing. On a parlé directement aux gens. On leur a dit qu'on vend des noms de domaine. Les gens n'y comprenaient rien. Ils comprennent site web, courriels. Même ça, c'était difficile. Alors, ça ne marchait pas. C'est difficile. Donc, on a arrêté de faire du marketing. Le marketing que l'on fait aujourd'hui est de ne pas faire de marketing. Ça nous économise beaucoup d'argent en fin d'année, vous savez.

Nous sommes un bureau d'enregistrement. Qu'est-ce qu'on retire de tout cela ? J'ai la possibilité de vous parler sur les problèmes de tarification, par exemple. On dépense plus que les revendeurs. Au Maroc, les gens veulent acheter des noms de domaine, mais ils nous voient aussi comme des concurrents. Vous savez, on a beaucoup de frais déjà pour notre entreprise, pour qu'elle fonctionne. J'essaie de comprendre un peu le marché, voir qui est concurrent de qui, à qui allons-nous acheter

un nom de domaine. Il y a des gens qui sont plus compétitifs que nous qui proposent une tarification plus basse.

Alors quoi faire ? Il y a l'accréditation de l'ICANN que nous avons obtenue, il y a cinq ans, auprès d'eux. Mais, vous savez, ça ne suffit pas. On peut mettre ça sur notre site web. Nous l'avons indiqué il y a trois ans. Nous sommes toujours accrédités. Les gens ne comprennent tout simplement pas ce qu'est l'ICANN. Ils ne la connaissent pas et ne la comprennent pas. Ce n'est même pas un argument d'être un bureau d'enregistrement accrédité auprès de l'ICANN.

Il est donc impossible de faire en sorte que les personnes comprennent véritablement de quoi on parle. Nous avons beaucoup de revendeurs, des agences web, des agences de publicité. On travaille avec eux, parce qu'on n'est pas en concurrence. On réussit à leur vendre des noms de domaine. Ce n'est pas un problème.

Mais, le dernier point mais non les moindres, le soutien de l'ICANN : nous avons travaillé étroitement ces quatre dernières années avec eux. On a fait beaucoup d'efforts. Baher fait un travail remarquable avec Fadi. Pierre, également. Néanmoins, est-ce qu'ils nous aident véritablement ? Oui, ils nous aident, oui. Mais, il y a beaucoup plus de possibilités provenant de l'ICANN. On ne peut pas leur demander de faire le marketing pour nous,

mais il faut qu'ils préparent plus le marché pour nous, qu'ils fassent de l'éducation, de l'information, de la prise de conscience. Je crois que ce secteur doit être beaucoup plus intéressant.

« C'est quoi un nom de domaine ? C'est 1 \$. Combien on en a en tout ? 15 000 \$? Quels sont nos profits ? Quels sont nos revenus ? Je ne veux pas ce type d'entreprises, c'est trop limité au niveau des revenus. » Si l'on parle de centaine, de milliers, de millions de noms de domaine comme pour certains bureaux d'enregistrement, dans d'autres régions c'est comme cela, là, ça devient intéressant. Je ne veux pas seulement des IDN, mais je veux des bureaux d'enregistrement qui soient bons pour l'écosystème tout entier, parce que nous devons tous travaillé ensemble entre pairs et collègues. Nous devons voir la lumière au bout du tunnel en Afrique.

BAHER ESMAT :

Je voudrais vous remercier, Hamza. C'était intéressant ou encourageant, je ne sais pas. En tout cas, nous avons maintenant le temps d'avoir quelques commentaires et questions. Donc, nous avons quelques personnes qui veulent prendre la parole. Donnez votre nom, s'il vous plaît.

KHALED KOUBAA :

Merci beaucoup de vos présentations et de vos interventions et des expériences que nous avons pour les bureaux d'enregistrement et les registres. J'ai quelques commentaires et questions pour les intervenants.

Tout d'abord, pour le centre, excellente présentation, merci beaucoup, mais j'ai vu que vous aviez plus une concentration sur l'écosystème, registres, bureaux d'enregistrement et revendeurs. Je crois qu'il est clair que nous devons réfléchir de manière novatrice et que nous pensions à un nouveau modèle commercial. On pourrait travailler, par exemple, sur le second marché, sur le marché de l'occasion.

J'ai bien compris la stratégie du Moyen-Orient qui se concentre sur le monde arabe. Je crois que quelqu'un qui travaille dans le domaine de l'internet ne devrait jamais se limiter à des petits marchés. On ne peut pas se le permettre. Il y a d'autres marchés. Il n'y a pas que la région. On devrait pouvoir vendre des noms de domaine dans le monde entier. Il y a des gens qui sont aux États-Unis et qui vendent dans le monde entier. On n'est pas obligés de se concentrer uniquement sur le monde arabe, par exemple. Je crois que vous vous limitez en faisant cela.

Une question pour Emily, au sujet de l'étude de cas qui a été effectuée : j'ai vu les chiffres d'environ 2,9 millions de noms de domaine, qu'est-ce que cela représente ? Ce sont des noms de

domaine qui sont enregistrés auprès des revendeurs, qui sont associés à des entités basées en Europe ou aux États-Unis ? Je ne sais pas. Je dois dire que je suis parfois enregistré aux États-Unis, même si je vis en Tunisie. J'ai la possibilité de vendre avec une carte de crédit américaine, d'accepter des paiements et ainsi de suite. Donc, je suis incorporé aux États-Unis aussi. C'est difficile de calculer le nombre de noms de domaine. Je crois qu'il est supérieur : plus de 2,9 millions. On ne peut pas savoir si le bureau d'enregistrement a, à sa tête, une personne qui vend des sites en langue arabe.

Je crois que ICANN a fait un bon travail. L'étude de cas est excellente, je l'apprécie beaucoup. Vous avez bien expliqué les choses. Je vous conseillerais fortement de travailler directement avec le registre ccTLD, parce que c'est un acteur important qui peut prendre en compte ces recommandations et agir à ce niveau, prendre des mesures, ouvrir des portes et des possibilités à nos entreprises. On a besoin de plus d'idées innovatrices.

En Tunisie, .tn a toujours été sollicité par les clients au Tennessee, l'état des États-Unis, parce que TN veut dire Tennessee pour les Américains. Il y a des problèmes juridiques qui se posent. On ne peut pas leur vendre ce dont ils ont besoin. Nous, on fait le .tn Tunisie ccTLD. Donc, c'est une question que je pose à l'ICANN. Voilà ce que je voulais dire.

FEMME NON IDENTIFIÉE : Oui. Je voudrais parler du modèle que vous avez mentionné. J'ai parlé des registres, des bureaux d'enregistrement, des titulaires des noms de domaine, mais cela ne veut pas dire que c'est le seul modèle qui peut exister. Lorsque l'on parle de modèle commercial, on est ouverts à tous les types de modèles. Si ça fonctionne, c'est bon. Ça ne doit pas être seulement le modèle des registres et bureaux d'enregistrement. Il n'y a pas que ce modèle. C'est tout ce que je voulais dire.

EMILY TAYLOR : Merci beaucoup, Khaled pour votre question. En ce qui concerne les noms de domaine de 2,9 millions, je dirais que les premiers enregistrements de ccTLD et, dans ce cas-là, nous avons reçu les données. Nous avons confiance et ces qualités exactes. Ensuite, nous avons regardé les adresses IP de la région et nous avons aussi confiance en ces données. Ce que nous ne savons pas, et c'est la nouvelle question, et ce 0,4 million qui est hébergé à l'extérieur de la région, à quoi elle correspond. Je pense que c'est un nombre minimum, j'aimerais avoir davantage de ressources pour essayer d'identifier de manière plus exacte les domaines qui sont hébergés à l'extérieur.

Avec la croissance des services en nuage, la nature internationale du commerce, comme vous l'avez décrite, est très

attirante et simple pour les gens. C'est très facile d'acheter à l'étranger. Ce que nous essayons de voir, ce sont des preuves, des données au niveau de la région. C'est rechercher des preuves qui nous montraient qu'il y avait des scripts arabes dans les noms de domaine. On regarde les noms de domaine les plus populaires dans la région et on voit que la langue arabe représente une minorité des sites web les plus regardés.

Donc, c'est vraiment quelque chose de compliqué. Ce que je veux dire, c'est qu'il y a tout un tas de choses qu'on ne comprend pas. C'est une étude qui a essayé d'identifier qui était les clients des domaines hébergés par les nuages. Ce serait une étude tout à fait intéressante à réaliser, par exemple.

FEMME NON IDENTIFIÉE : Je voudrais ajouter quelque chose à propos de la politique que vous avez mentionné. Je suis d'accord avec vous, dans la région, nous avons besoin de travailler sur les politiques et voir comment encourager cette industrie.

BAHER ESMAT : Une des réactions concernant les ccTLD. Je suis d'accord avec vous, les ccTLD sont des instruments importants pour développer ce secteur. Il y a des efforts au niveau de la participation. Cet atelier présenté par Tom, qui va travailler avec

quatre ccTLD qui organisent et hébergent cet atelier. Nous avons essayé de mettre en œuvre une ou certaines des recommandations qui ont surgi. Un bon exemple est .tn qui ont aussi commencé à mettre en œuvre ces recommandations. Je suis tout à fait d'accord avec vous.

La prochaine question venait du monsieur là-bas.

HOMME NON IDENTIFIÉ : Bonjour à tous. [Inaudible], je viens du Maroc. J'appartiens au programme d'ICANN de NextGen. Je suis un utilisateur d'Internet, comme tout le monde. Je voudrais souligner le fait que cette étude qui a été réalisée par l'équipe qui nous a été présentée aujourd'hui montre que la région n'a pas de bureaux d'enregistrement de noms de domaine. Par exemple, j'ai fait une étude sur les bureaux d'enregistrement dans la région et j'ai constaté que dans la région de l'Afrique, on a 15 bureaux d'enregistrement. Pour l'ensemble de notre continent, nous en avons seulement 15. Si on compare avec les États-Unis, ils ont plus de 1000 bureaux d'enregistrement.

Je voudrais reprendre l'analogie qui a été faite par le PDG de Genious Communication. Il a fait une relation avec les médicaments. Je dirais que, même si cette analogie est un peu choquante, là où il y a plus de dealers, les gens connaissent plus les drogues. Nous avons besoin de davantage de bureaux

d'enregistrement ici, au Maroc. Nous devons avoir davantage d'opérateurs de télécommunications. Nous avons seulement un bureau d'enregistrement. Les gens ne connaissent pas l'industrie du nom de domaine, parce qu'il y a très peu de bureaux.

Je pense que, ici, au Maroc, nous avons beaucoup d'entrepreneurs dans le domaine des TI qui sont intéressés par la technologie d'informations, mais ils ne sont pas aussi intéressés par le business sur Internet que par sa technologie. Pourquoi ? Je reviendrais au premier point, à la recommandation faite par Hamza : il s'agit d'une question d'éducation. Le plus grand problème, dans notre région, c'est l'éducation. Nous devons mettre en place, par exemple, au niveau du DNS, le centre d'entrepreneuriat du DNS, faire un atelier, organiser des activités au niveau de cet atelier. Il faut organiser des sessions, des présentations sur l'industrie du nom de domaine dans des institutions importantes comme les universités pour présenter ce que vous faites.

En tant qu'étudiant, je serais intéressé par cette industrie du nom de domaine. Beaucoup de mes collègues, d'ingénieurs et autres du secteur, dans le domaine des technologies de la communication, ne connaissent pas cette industrie. Je pense que, ici, c'est une question d'éducation. Ces ateliers pour l'entrepreneuriat doivent être faits avec des étudiants, puisque nous sommes le futur de ce secteur. Une fois que vous aurez des

étudiants qui seront devenus des ingénieurs qui connaîtront l'industrie du nom de domaine, ils deviendront des entrepreneurs qui connaîtront le secteur des noms de domaine. Ils auront des bureaux d'enregistrement et vous aurez, à ce moment-là, la possibilité d'utiliser la langue arabe davantage.

Par exemple, au Maroc, la plupart des sites internet sont en français. Le problème est que, au Maroc, nous avons deux langues officielles : l'arabe et le berbère. Nous n'avons pratiquement pas de sites internet officiels. Nous en avons quelques-uns, mais peu. Si nous avions le plus de bureaux d'enregistrement possibles, la communauté pourrait être représentée davantage par cette industrie, connaîtrait les possibilités qui existent dans le secteur des noms de domaine en arabe, par exemple, .shabaka qui a été présenté aujourd'hui. Si la communauté connaissait ces noms de domaine, cela les encouragerait à avoir davantage de noms de domaine en arabe et en berbère. J'encourage ICANN à ajouter cette langue, d'ailleurs, dans les langues dans lesquelles vous proposez du matériel.

HOMME NON IDENTIFIÉ : Je vous défie de trouver, dans cette salle, une personne qui a essayé d'enregistrer un nom de domaine en Afrique ou au

Moyen-Orient et qui n'a pas pu le faire dans sa propre langue. Le nom de domaine est un problème qui est résolu.

HOMME NON IDENTIFIÉ : Oui, mais les gens ne savent pas que ce système de noms de domaine existe. C'est une question d'éducation.

HOMME NON IDENTIFIÉ : Oui, mais je dirais, de nouveau, un bureau d'enregistrement, qu'est-ce qu'il fait ? Il vend des noms de domaine. Cela peut être fait par des vendeurs. Les revendeurs font cela.

HOMME NON IDENTIFIÉ : Un dernier commentaire.

BAHER ESMAT : Est-ce que vous pourriez limiter vos interventions, vos questions à deux minutes, s'il vous plaît ? Il y a beaucoup de questions et d'interventions.

HOMME NON IDENTIFIÉ : Merci, je suis [inaudible]. Je suis du Maroc, de NextGen et je voudrais poser ma question en arabe.

Comme je l'ai déjà dit, je vais parler en arabe classique. J'ai constaté dans plusieurs interventions qu'il y avait des

instructions pour les personnes qui travaillent dans le domaine des télécommunications. Il y avait des instructions qui ont été données qui visaient à suivre ce type d'objectifs. J'ai parlé de la région de MENA. C'est une région dans laquelle il y a beaucoup de défis, plus que dans la région de l'occident. Je pense que, dans notre région, nous avons besoin de davantage d'instructions venant des compagnies de télécommunications. C'est très important pour nous. Ce qui arrive est différent et ce que vous dites est autre chose. Vous recevez les instructions, mais vous ne les mettez pas en œuvre. Alors, comment est-ce que ça se fait que cela arrive ? Il y a beaucoup de personnel qui doit s'occuper de mettre en œuvre ces instructions. C'est très bien de dire : « Allez-y, faites-le, appliquez ces instructions ». Mais, est-ce qu'il y a des punitions ou des sanctions pour éviter que, par exemple, la vie privée des gens soit mise en danger, ou ce type de chose ?

Il n'y a aucun type de sanctions ou de punitions dans ce domaine. Je vous parle de recommandations qui ont été élaborées. Toutes les études dans ce domaine impliquent ou élaborent des recommandations qui n'ont rien à voir avec les instructions. Elles ne sont pas contraignantes. Je voudrais dire que, dans certaines régions du monde, ils doivent appliquer ces recommandations.

Par exemple, dans les pays où il y a des ccTLD, on élabore des politiques et le bureau d'enregistrement ou la compagnie essaie d'adopter ce type de recommandation. Mais, nous ne pouvons obliger les recommandations à être appliquées. Ce que nous pouvons faire, c'est que ces recommandations soient contraignantes et soient appliquées. Je voudrais ajouter quelque chose. Vous avez dit que ce n'est pas une question interne dans le pays, c'est seulement un défi. Ce n'est pas dans notre intérêt d'appliquer ces recommandations et ne pas les développer ou les appliquer.

FEMME NON IDENTIFIÉE : J'ai une question très courte à propos de l'étude. Vous avez parlé du pourcentage de noms de domaine dans la région qui était enregistré par des bureaux d'enregistrement locaux.

EMILY TAYLOR : Je ne me rappelle plus trop la réponse à votre question, mais une des choses qui est importante et qu'on ne voit pas trop, c'est la différence entre les ccTLD qui ont été accrédités par ICANN et ceux qui ne le sont pas. Nous avons besoin d'avoir davantage de visibilité dans ce sens-là. La plupart des ccTLD ont des bureaux d'enregistrement accrédités au niveau local, beaucoup plus que des bureaux d'enregistrement accrédités par ICANN. Je ne sais pas trop quel est le résultat qu'on peut observer. En tout cas,

c'est intéressant de regarder la part de marché dans ce sens. Il y a des différences entre les ccTLD et les gTLD, je pense.

BAHER ESMAT : Nous avons Nadira, [inaudible], Christine et Mahmoud et ensuite [inaudible].

NADIRA ALARAJ : Je ne vais pas être très longue. Je suis Nadira Alaraj de la Palestine. Nous faisons une nouvelle étude. Nous essayons de faire cette étude et nous avons découvert qu'il y avait des faiblesses pour les bureaux d'enregistrement. C'est ce que Khaled a dit. Les gens essaient d'héberger leur site à l'extérieur de la région et nous le faisons à cause des services qui nous sont offerts à l'étranger. C'est le commentaire que je voulais faire. Je pense que vous pouvez étudier ce point-là. Ça peut être très intéressant.

HOMME NON IDENTIFIÉ : Je vais essayer d'être bref. D'abord, je voudrais vous remercier pour cette présentation. Je voudrais parler du centre de l'atelier, de celui qui a été organisé à Tunis il y a quatre mois, qui a été très important pour nous. Nous avons pu aborder des problèmes du DNS, la relation entre le bureau d'enregistrement et le ccTLD, à travers celui-ci.

Pour être bref, je voudrais vous dire que l'agence d'Internet de la Tunisie et son équipe sont prêts à participer à cette expérience de cet atelier en Tunisie. Nous serions ravis de recevoir ce programme.

HOMME NON IDENTIFIÉ : Nous allons donner la parole à [inaudible]. Puis, nous reviendrons et donnerons la parole à Mohammad.

HOMME NON IDENTIFIÉ : Nous avons une question de Brahim qui parle d'ICANN, dans le cas des registres. J'ai répondu à sa question sur le chat. ICANN rejette les assurances seulement pour les bureaux d'enregistrement.

Ensuite, il y a une autre question, qui a été prise du site de PIR qui dit qu'on a une politique d'assurances obligatoire d'un million de dollars pour .org et il dit que « même si ICANN oblige les bureaux d'enregistrement à avoir ce type d'assurances ne va pas les aider. »

BAHER ESMAT : Est-ce que quelqu'un peut répondre à cette question ? Michele.

HAMZA ABOULFETH : Je ne peux pas répondre en votre nom, donc allez-y.

MICHELE NEYLON : Merci beaucoup, Hamza. Je suis le Président du Groupe de Parties Prenantes des Registres. Donc, je vais répondre à cette question. Il aurait pu le faire aussi d'ailleurs.

ICANN a eu un dialogue, depuis longtemps, à propos de ce que l'on appelle les régions mal desservies. On ne sait pas très bien ce que signifie « mal desservie », mais, en tout cas, dans le RAA, dans le contrat d'enregistrement, ICANN a retiré le fait que les registres aient des contrats individuels qui permettent d'imposer les exigences qu'ils veulent.

C'est un cas de bureau d'enregistrement ou de gens qui veulent devenir des bureaux d'enregistrement qui dialoguent avec les registres et disent qu'ils veulent changer le contrat, qu'ils veulent changer les exigences.

Il faut savoir que certains registres de gTLD, même s'ils peuvent renoncer à l'ensemble des exigences, auront des termes de contrats très stricts. On peut demander qu'il y ait un dépôt d'argent important qui soit fait, on peut imposer d'autres types de politiques qui peuvent s'avérer un défi ou un problème pour vous. Il faut savoir que ces contrats, entre deux entités commerciales, n'ont rien à voir avec ICANN. ICANN peut vous aider, parce que, pendant les réunions d'ICANN, les registres sont là, mais ce n'est pas le rôle de notre corporation d'imposer

des obligations aux registres à l'extérieur de l'activité d'ICANN.
Cela n'est pas lié.

BAHER ESMAT : Nous allons donner la parole à Mahmoud.

HOMME NON IDENTIFIÉ : Je voudrais vous dire que, en Tunisie, nous avons travaillé avec les compagnies d'assurances et avec le commerce électronique. Cette question d'assurer les gens qui veulent faire des activités de bureau d'enregistrement, j'en ai parlé avec eux. 100 % - ou un taux élevé de compagnies – ne pourraient pas payer ce type de service. Donc, c'est aussi quelque chose qui apparaît dans notre écosystème en général. Je ne sais pas ce que vous avez vu au Maroc, mais les compagnies d'assurances en Tunisie, c'est la situation.

MAHMOUD LATTOUF : Je suis Mahmoud Lattouf. Je suis d'un bureau d'enregistrement de la région. Je suis d'accord avec ce que vous avez dit. Rien ne peut convaincre un entrepreneur d'ouvrir un business de bureau d'enregistrement. Si vous voulez qu'il y ait davantage de bureaux d'enregistrement – je ne dis pas cela parce que j'en suis un, j'ai d'autres business en plus de celui-ci – on a besoin d'une industrie de noms de domaine bien développée dans notre

région. À ce moment-là, d'autres gens vont ouvrir des bureaux d'enregistrement. Mais, le fait d'avoir un bureau d'enregistrement dans la région, sans cela, nous n'aurons pas une industrie florissante du DNS.

Les registres de ccTLD, l'industrie du nom de domaine dans la région, pourraient faire un meilleur travail, parce que maintenant tout le monde sait que les registres ccTLD ont différentes restrictions et que les gouvernements aussi doivent appliquer certaines restrictions pour les ccTLD. Il y a le Maroc, la Tunisie, les pays du Golfe ont des exigences de ce type. Il y a beaucoup d'enquêtes. C'est difficile d'ouvrir des noms de domaine ou d'en acheter dans ces pays. Les gouvernements essaient de décourager les gens de le faire. Donc, je pense que c'est important aussi et il faut en tenir compte.

EMILY TAYLOR :

Un commentaire rapide pour dire que je suis tout à fait d'accord avec ce qui a été dit. Je voudrais souligner le fait que, lorsque nous avons des ccTLD dans d'autres régions, il y a des barrières très basses et il est donc très facile de s'inscrire. Cela a un aspect très bénéfique pour l'écosystème dans son entièreté dans cette région, en particulier, parce que ces bureaux d'enregistrement ne vendent pas seulement des noms de domaine, ils apportent une valeur ajoutée. Ça ne suffirait pas de vendre des noms de

domaines. Donc, ils ont des services au niveau local qui sont plus diversifiés.

Je crois que, demain, ils pourront être accrédités, mais certains de ces bureaux d'enregistrement ne le sont pas encore. Je suis entièrement d'accord avec ce que vous venez de dire. C'est un projet très intéressant qui ouvre des portes aux ccTLD régionaux et offre de meilleures pratiques.

Donc, nous avons trouvé que c'était un public très intéressé et agréable qui voulait apprendre beaucoup et partager des solutions et des pratiques.

CHRISTINE ARIDA :

Je suis de l'Égypte. J'aimerais remercier EURid et Emily de cette analyse, parce que c'est ce dont on a besoin pour le système et l'écosystème DNS de la région, d'un point de vue universitaire et académique. Ça me paraît très intéressant. J'espère qu'on pourra avoir plus d'études de cas de ce type et l'engagement du centre, également. Ce partenariat sera extrêmement intéressant pour .africa. Il va bientôt arriver sur le marché, donc cela va être intéressant de voir cela et de suivre la situation.

Ma question est la suivante : la région a des problèmes d'accès, pour être hôte de ces sites. Les réseaux sociaux, qu'en est-il ? Parce que, c'est quelque chose qui compte beaucoup pour les

utilisateurs dans le Moyen-Orient. C'est vraiment quelque chose qui préoccupe les gens. Donc, quel est l'impact sur les noms de domaine ?

EMILY TAYLOR :

Nous avons absolument répondu à cela. Il y a d'excellentes études qui ont été faites dans la région. Cela fait partie de l'analyse que nous avons effectuée pour les utilisateurs de l'Internet. L'utilisation des réseaux sociaux, l'environnement des réseaux sociaux pour les différentes activités : comment communiquer avec vos amis ? Les réseaux sociaux sont très importants pour communiquer avec les personnes que l'on connaît plutôt que d'utiliser un site web ou des courriels, pour télécharger et charger des données. C'est autre chose. La majorité, comme vous le savez, dans la région, va aussi dans les réseaux sociaux. C'est très facile, c'est très rapide. Ça ne coûte rien. C'est pratiquement gratuit. C'est beaucoup plus facile que les noms de domaine. Donc, ils n'en enregistrent pas.

Il y a quelque chose de très frappant dans la région, vous savez. Ce sont les réseaux sociaux qui jouent un rôle extraordinaire par rapport à, vous le savez, un marché qui n'est pas encore mûr. Vous l'avez compris.

CHRISTINE ARIDA : Oui, un autre commentaire. Je suis d'accord avec Mahmoud et je veux proposer cette idée. Je crois que nous n'avons que trois sites qui existent et qui sont opérationnels. Ce que je voulais dire, c'était quelque chose de positif. Je crois que les ccTLD doivent faire plus dans la région. On a entendu que vous avez essayé de faire des choses pour le Maroc et d'autres pays, mais je crois qu'on doit vraiment améliorer la situation des ccTLD dans la région et dans le monde arabe.

HOMME NON IDENTIFIÉ : Oui, on a essayé de vraiment inscrire le .ma. Ce que j'aimerais voir dans les dix ans à venir, c'est une autre stratégie de mise en œuvre. Vous savez, comme je vous l'ai dit, on a essayé beaucoup de choses. Je crois que les résultats de la stratégie ne seront pas positifs.

Ce dont on a besoin, ce sont des actions, des mesures de prise solides, pas seulement une autre étude de cas qui va nous indiquer des choses et faire un point sur la situation. Non. Ce n'est pas ce dont on a besoin, de chiffre, de ces 99 % par ci, 1 % par là.

BAHER ESMAT : Nous avons un commentaire de Giovanni, un autre participant et deux derniers commentaires dans la salle. Ensuite, il faut que l'on s'arrête.

GIOVANNI SEPPIA : L'utilisation des médias sociaux, comme on l'a vu ces dix dernières années, notamment en Europe, c'est qu'il y a eu un pic dans leur utilisation. Donc, c'était avant l'enregistrement de noms de domaine. Il y a eu moins d'enregistrements, on a eu des pertes. Tout le monde est passé vers les réseaux sociaux, y compris les entreprises. Ce qui se passe maintenant, ces deux ou trois dernières années, est que les entreprises abandonnent les réseaux sociaux et reviennent aux noms de domaine, parce qu'ils ont fait l'expérience des réseaux sociaux et ils ont compris que c'est beaucoup plus valable d'avoir son propre nom de domaine. Cela doit être fait dans la région et pour la région.

Vous avez beaucoup de pouvoir lorsque vous avez votre propre nom de domaine.

Dernier point que j'aimerais soulever. Je crois qu'on demande à l'ICANN de faire plus. Je crois que ce que l'ICANN effectue est déjà beaucoup. C'est très important. Il faut bâtir à partir de cela et passer étape par étape, ne pas se précipiter. Ce serait une bonne recette pour l'avenir, faire connaître votre diversité, vos

limites également qui existent. Voilà ce que je voulais vous donner comme conseil. Je vous remercie.

HOMME NON IDENTIFIÉ : Nous avons maintenant, je crois, des participants à distance, du Pakistan, qui nous parlent du Centre d'Entrepreneuriat. « Il y a beaucoup de soutien technique, est-ce que cela va avoir un impact fort sur les politiques, sur les réglementations, les régulations ? Est-ce qu'il y a, pour le moment, quelque chose de prévu à ce niveau ? »

FEMME NON IDENTIFIÉE : Absolument. On peut avoir un atelier à ce sujet. On peut créer un atelier pour renforcer les capacités. Je crois qu'on a besoin de développement de politiques. On peut faire un atelier sur ceci. N'oubliez pas, néanmoins, que nous ne sommes pas les personnes qui vont fixer les politiques. Ça, c'est clair. On peut travailler avec vous, avec ces personnes, on peut les aider à trouver la possibilité de développer de nouvelles politiques.

HOMME NON IDENTIFIÉ : Sur l'Internet, il y avait également d'autres débats entre les participants. Beaucoup de choses se passent sur l'Internet en ce moment. Je ne vais pas lire tous les commentaires que nous

avons dans la salle de bavardage, ils seraient trop nombreux. Mais, il y a apparemment un grand intérêt.

HOMME NON IDENTIFIÉ : Je suis d'une Université du Pakistan. J'aimerais en savoir plus sur cette recherche que j'apprécie beaucoup. Cette étude de cas, cette analyse, ce rapport me semble tout à fait intéressant.

Il y a beaucoup de personnes qui s'inscrivent dans d'autres régions. C'est un problème. Il y a PKNIC qui ne veille pas toujours à la sécurité du DNS. C'est une autre inquiétude, la sécurité du DNS. Il y a des problèmes qui peuvent exister à ce niveau. Il faudrait étudier plus cela.

Il y a, je crois, beaucoup à faire pour notre bénéfice mutuel. Vous avez moins de visibilité, je crois. Il me semble que, dans notre région, les finances et les banques sur Internet se développent, mais pas assez. Les réseaux sociaux attirent beaucoup plus la clientèle.

Cette analyse m'intéresse beaucoup. Il y a un rapport qui existe avec les réseaux sociaux. Mon Université Nationale des Sciences et de la Technologie s'intéresse à ces analyses et à ce travail de recherche. Je crois que nous devrions communiquer et travailler ensemble, partager et collaborer. Il peut y avoir un accord mutuel.

Vous le savez, il y a eu des études de cas et commerciales qui ont été effectuées. Il y a des problèmes de définitions qui existent aussi. Il y a différentes manières de procéder au niveau commercial. Nous devons étudier cela. Nous devons réfléchir à la bonne perception de notre industrie et de la bonne manière de travailler au niveau commercial. On a besoin d'un contenu solide, par exemple. On doit améliorer également la qualité de notre contenu.

HOMME NON IDENTIFIÉ : Dernier commentaire. Ensuite, nous verrons les réactions des intervenants et nous devons conclure, car nous sommes très en retard.

HOMME NON IDENTIFIÉ : Mon commentaire contient deux points. Je suis du Maroc pour les bureaux d'enregistrement. Il est naturel qu'ils ne veuillent pas de compétition, je comprends bien, mais il ne faut pas qu'ils oublient, néanmoins, que si on en a plus, cela est bénéfique pour tout le monde. Comme l'a dit la dame, si nous avons plus de prestataires de services, nous aurons plus de concurrence, de compétition, de services à valeur ajoutée et nous aurons un développement de l'industrie du secteur des noms de domaine. C'est mon premier point.

Deuxièmement, pour réitérer mon intérêt envers le DNS dans la région, je crois que nous devons engager les étudiants, les Universités. Il faut travailler avec eux pour mieux faire connaître le DNS.

BAHER ESMAT : Merci.

HOMME NON IDENTIFIÉ : Je voudrais répondre à la première question. Je suis l'intervenant du Maroc. Vous allez sur Google. Vous tapez « dossier de demande d'accréditation d'ICANN » et, voilà. Moi, je ne veux pas que vous soyez un concurrent, mais je suis tout à fait d'accord pour vous deveniez homologué. Donc, faites-vous accréditer par l'ICANN.

EMILY TAYLOR : Oui. J'aimerais réagir par rapport au monsieur du Pakistan. Je crois, en effet, que c'est un début. Ce n'est pas le dernier mot pour le développement de l'Internet. Vous avez soulevé des points très importants sur la disponibilité des services bancaires par Internet qui jouent un rôle plus important dans certains pays en voie de développement. Il y a véritablement, encore, à mettre en œuvre des éléments pour que l'écosystème se renforce et pour que l'on puisse faire plus, par exemple, de services

bancaires via l'Internet. Vous le savez, c'est quelque chose qui sera très utile et je suis tout à fait d'accord avec vous pour travailler avec les universitaires.

FEMME NON IDENTIFIÉE : Un simple commentaire. Je suis du Centre pour l'Entrepreneuriat. Il faut travailler avec les Universités et les Instituts de formation. On n'a pas l'intention d'être les seuls centres d'entrepreneuriat dans la région. On voudrait absolument qu'il y en ait d'autres. Nous voulons construire ensemble notre secteur commercial.

BAHER ESMAT : Merci beaucoup. J'aimerais remercier nos interprètes qui sont restés 30 minutes de plus. J'aimerais donc qu'on applaudisse également nos intervenants.

[FIN DE LA TRANSCRIPTION]