
ICANN80 | Forum de politiques – Séance de collaboration de l’At-Large au plan de sensibilisation et de participation au programme des nouveaux gTLD

Mardi 11 juin 2024 – 10h45 à 12h15 KGL

YESIM SAGLAM:

Bonjour et bienvenue à la séance de collaboration de l’At-Large au plan de sensibilisation et de participation au programme des nouveaux gTLD. Je suis responsable de la participation à distance pour cette séance. Veuillez noter que cette séance est enregistrée et qu’elle est régie par les normes de comportement attendues de l’ICANN.

Pendant cette session, les questions et commentaires dans le chat ne seront lus à haute voix que s’ils sont soumis dans la fenêtre questions et réponses.

Si vous souhaitez prendre la parole, veuillez la main sur Zoom et lorsque l’on vous donnera la parole, veuillez activer votre micro. Les participants sur place utiliseront un micro physique pour prendre la parole.

L’interprétation pour la séance est proposée en anglais, français et espagnol. Veuillez indiquer votre nom pour l’enregistrement et la langue dans laquelle vous parlerez si ce n’est pas l’anglais. Veuillez parler à un débit raisonnable et sur ce, je donne la parole à Jonathan Zuck, président de l’ALAC.

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.

JONATHAN ZUCK:

Bienvenue à cette séance sur la façon dont la communauté At-Large va collaborer au programme des nouveaux gTLD pour sensibiliser et participer au programme des nouveaux gTLD en amont de cette nouvelle série.

Cette communauté a la possibilité d’atteindre les ALS dans la communauté pour savoir qui sont les candidats potentiels qui pourraient bénéficier la création d’un domaine de premier niveau dans sa région.

Voilà, c’est en partie ce que nous allons faire. Donc nous allons voir le plan de communication pour cette communication sur les nouveaux gTLD qui commencent par le programme de soutien aux candidats.

Je vais donner la parole à Bob qui va nous faire une présentation.

BOB OCHIENG :

Merci beaucoup. Je suis le directeur principal du programme des nouveaux gTLD. Et je vais donc partager avec vous ce que nous planifions.

Il s’agit de vous parler de la collaboration avec ce groupe de l’At-Large. C’est un effort très collaboration, surtout au sein de l’organisation. Nous avons un département de communication, nous avons donc l’équipe chargée de la relation avec les parties prenantes. Et donc nous travaillons à ce plan de sensibilisation. Je suis ici avec Sally, qui est vice-présidente de la communication.

Diapositive suivante.

Dans ce rapport final des procédures ultérieures des nouveaux gTLD, il s’agit de créer une sensibilisation après des candidats afin qu’ils reçoivent les messages nécessaires en temps utile pour qu’ils puissent participer. Et donc cela se rapporte à la recommandation 13.2.

Il faut, du point de vue du renforcement des capacités et de la sensibilisation, faire en sorte dans la mesure du possible et dans la mesure où nos ressources nous le permettent, donc il s’agit de réaliser de l’inclusivité au maximum.

Donc nous étudions différents types de partenariats et nous allons vous montrer l’ébauche de ce que nous avons préparé. Nous rechercherons vos contributions. Nous allons consolider tous les retours que nous, nous allons regrouper tous les retours que nous avons eus, y compris le GAC. Et donc Sally nous proposera les différentes diapositives pour nous parler de son point de vue.

SALLY NEWELL-COHEN : Merci, Bob. Diapositive suivante.

Ce que nous avons élaboré du point de vue de la communication et de la sensibilisation, c’est une campagne qui comprend plusieurs étapes. L’ouverture va commencer en avril 2026.

Donc ce que nous avons commencé, en mars 2023, c’est la première phase de notre campagne, c’est-à-dire la sensibilisation précoce qui se concentre sur l’acceptation universelle, sur les IDN. Et, dans le cadre de

cette campagne, il y a eu une combinaison de notre travail, notamment l’équipe communication, l’équipe GSE, qui ont été impliquées.

L’intention a été de mener ces campagnes dans les pays où nous savions qu’il y avait un intérêt non seulement pour la prochaine série, mais aussi pour le programme de soutien aux candidats.

Nous avons commencé par Trinidad et Tobago, ensuite l’Afrique du Sud, les Emirats Arabes Unis, le Brésil, l’Inde. Il y a eu une campagne approfondie en Inde, en Chine aussi. Et nous finalisons le Maroc, l’Égypte, le Mexique et la Thaïlande.

Ce sont les pays ciblés pour cette phase de la campagne. Cela ne veut pas dire que les prochaines étapes comprendront exactement ce même ensemble de pays.

Ensuite, il y a la sensibilisation au, niveau de la communauté. Ça, ce sont les campagnes sur le terrain. Donc notre équipe GSE aura l’occasion d’établir un partenariat avec l’ALAC aussi, nous pourrons donc nous concentrer sur le soutien aux candidats.

Ici, on se concentre surtout sur la communauté et sur les participants issus du secteur.

Troisième étape, la participation stratégique. Ici interviennent les relations médias, les relations publiques côte à côte avec la participation sur le terrain.

Il s’agit de créer de la sensibilisation au-delà de la communauté elle-même. C’est ici que l’on peut aborder la question des critères, ce qu’il faut pour pouvoir postuler.

Et c’est là que nous passons à la quatrième étape, la préparation à déposer son dossier, ce qu’il faut pour soumettre son dossier pour la prochaine série.

Et ensuite la phase finale, qui est l’évaluation de la campagne de communication et de sensibilisation, avons-nous atteint les objectifs. Il s’agit de la première phase, il y aura davantage de séries et nous continuerons d’améliorer notre démarche.

Prochaine diapositive.

Ce qui est essentiel pour cette sensibilisation et cette participation, c’est d’établir un partenariat avec la communauté. Autrement dit, il faut procéder de façon plus robuste que dans la série 2012. Jonathan l’a dit, s’il y a cette collaboration, la démarche aura un impact plus fort.

Il faut cibler les personnes qui souhaitent être candidats, qui ne savent pas ce que signifie que d’avoir un gTLD et il faut qu’ils puissent être en mesure de postuler.

Diapositive suivante.

L’une des choses sur lesquelles nous allons nous concentrer et qui seront utiles pour At-Large principalement, ce sont les documents que nous allons créer et utiliser pour ICANN Org, mais pour vous aussi. Il y aura un site web du programme, nous le mettrons à jour régulièrement, il

y aura des études de cas sur les différentes facettes. Et donc les traductions seront disponibles dans toutes les langues de l’ICANN. L’organisation apportera un soutien pendant le processus de candidature et il y aura ce soutien pour les candidatures pour les nouveaux gTLD.

Diapo suivante. Je rends la parole à Bob.

BOB OCHIENG :

Dans le rapport final, le programme identifie un certain nombre d’objectifs. On pourrait dire qu’il y a trois volets. Tout d’abord la diversité, encourager la compétition, renforcer l’utilité du DNS.

Comment cela se traduit sur le terrain pour susciter l’intérêt des candidats potentiels ?

La participation soutient ces objectifs en mettant en œuvre différentes choses. Tout d’abord la participation inclusive qui doit être promue, faciliter l’engagement, faciliter la participation.

Il y a plusieurs façons de procéder. Donc comment démontrons-nous la participation à cet engagement ? Par exemple si je suis candidat et que j’exploite des plateformes techniques, ça n’est pas mon cœur de métier, comment savoir où obtenir un service back-end ? Et les candidats sont des entités indépendantes. Mais il est important de leur démontrer comment ils peuvent obtenir de l’aide.

Donc, cette participation consistera à identifier les possibilités de participation pour les personnes qui souhaitent être candidat, qu’il

s’agisse des RSP ou autres, qui sont les interlocuteurs auprès desquels on peut obtenir des informations.

Il faut comprendre comment le marché fonctionne. Et du point de vue de la participation, il y a des objectifs spécifiques que nous souhaitons réaliser pour soutenir les trois volets de ce programme : donc encourager la diversité, la concurrence et renforcer l’utilité du DNS.

Diapositive suivante.

Sally a déjà parlé de la façon dont nous abordons tout cela. Il y a deux phases pour vous. Vous savez que le programme sera ouvert au deuxième trimestre, avril 2026.

Il y aura un programme de soutien aux candidats, un programme d’évaluation et notre participation va tendre à soulever les thématiques spécifiques.

Donc à partir du mois de mai il y aura des campagnes sur le terrain et quand nous ferons notre transition vers octobre, il faudra donc élargir notre démarche.

Le programme vise à une participation précoce de 6 mois, mais il faudra déjà être actifs 18 mois avant. Il faut qu’il y ait suffisamment de temps pour quiconque souhaite prendre la décision de se préparer, il faut qu’ils puissent le faire de façon efficace.

Diapositive suivante.

Ici, ce n’est peut-être pas très clair, mais nous comprenons que les calendriers sont importants, nous savons que pour l’ASP, ce

programme de soutien aux candidats est ouvert au quatrième trimestre de cette année. Il se déroule sur 12 mois, et pendant cette période les candidatures seront reçues, évaluées et donc il y aura le programme pour les fournisseurs de service.

Ces jalons nous informent sur les sujets sur lesquels nous allons nous concentrer. L’objectif principal est d’avoir une participation totale vers la fin de l’ouverture de la série, c’est-à-dire deuxième trimestre 2026.

Ici on voit les domaines, les pays sur lesquels nous nous concentrons, les régions sur lesquelles nous sommes concentrées. Il y a l’Afrique, il y a aussi les différentes régions et pays, il y a donc un réseau mondial de collègues GSE qui nous informent sur les régions prioritaires.

Il faut donc pouvoir fournir les informations pertinentes quand elles sont utiles.

Qui doivent être nos interlocuteurs ? À qui souhaitons-nous parler ? C’est le sujet de notre conversation depuis plusieurs mois. Tout d’abord, il faut que cela soit abordé de façon très régionale. Vous avez donc les bureaux d’enregistrement, la société civile, les entrepreneurs, ce sont tous les publics. Et il faut qu’en 2026 cela aboutisse au dépôt de dossiers.

Mais les bureaux d’enregistrement vont être différents. Il faut que dans chaque région savoir qui sont vos bureaux d’enregistrement et quelles sont les informations qu’il leur faudra.

Les entrepreneurs, qui sont-ils ? Nous consolidons ces informations et cela sera publié afin que vous puissiez savoir qui sont nos interlocuteurs.

L’une des responsabilités de ce programme est de fournir un rapport trimestriel qui montre à qui nous parlons et, ainsi, vous pourrez voir où sont les lacunes. Vous pourrez être informés régulièrement pour savoir dans quelle mesure l’organisation s’implique et ce qui limite les progrès.

Ce sera un exercice très proactif.

Diapositive suivante.

Je sais que Sally souhaite souligner le message.

SALLY NEWELL-COHEN:

Il s’agit de créer ce message ciblé et personnalisé qui puisse avoir de la continuité. L’un des messages principaux qui sera communiqué, c’est expliquer pourquoi c’est important pour un candidat potentiel.

Nous allons nous concentrer sur l’importance d’avoir de nouveaux gTLD. Nous allons promouvoir l’inclusivité numérique et la préservation de la diversité culturelle.

Ce sera donc une sensibilisation pour montrer comment exploiter une marque TLD et donc il faut montrer comment on peut défendre sa marque et renforcer cette sécurité, protéger les droits de propriété intellectuelle.

Il s’agit vraiment de communiquer pourquoi c’est important et comment vous pourrez bénéficier de cela. Donc, évidemment, il faudra nuancer en fonction de l’auditoire, du public, et c’est là que nous pourrions travailler en partenariat avec l’ALAC pour pouvoir personnaliser le message.

Diapositive suivante.

Donc, si vous vous rappelez, nous avons parlé de différentes phases de la campagne, et la phase 5 c’était l’analyse de l’efficacité de la campagne.

Nous allons créer des indicateurs clefs de performance pour la communication. Je ne vais parler que de l’aspect communication et Bob parlera de l’engagement. Nous allons voir ces instruments de mesure, avons-nous été capables d’atteindre un public ciblé avec ces campagnes, quelle est la couverture médiatique que nous obtenons, quelle est la part que nous obtenons sur les réseaux sociaux, quelle est la distribution géographique également ?

Pour nous, il est également important de voir à quel point nous pouvons nous exprimer en dehors de la communauté pour présenter et faire des présentations ciblées sur ces thématiques. Donc à combien d’événements et manifestations nous sommes allés, avons-nous pu nous exprimer, communiquer, partager ces points.

Et, enfin, nous allons voir des campagnes avec des indicateurs de performance qui vont nous permettre de mesurer les succès, de voir les résultats que l’on a obtenus. Est-ce qu’on a obtenu plus de clics, est-ce

qu’on a cliqué sur les sites web, y a-t-il eu des demandes d’information au sujet des enregistrements des noms de domaine, par exemple ? Ça nous montrera à quel point nos campagnes sont couronnées de succès ou non.

BOB OCHIENG :

Pour ma perspective, diapo suivante. Tout d’abord, ce sont des points de données très importants. Il y aura d’autres séries de gTLD par la suite, donc c’est important d’avoir des retours et de voir à quel point on a réussi dans notre engagement, dans nos efforts d’engagement. Par exemple, le nombre de dossiers de demandes reçus pour des ASP.

Là on parle du nombre de dossiers reçus, on ne va pas contrôler exactement combien de candidatures seront certifiées et obtenues, mais nous voulons voir le nombre de dossiers de demandes, ça va être important.

Ça nous donne beaucoup de points de données qui seront utiles maintenant et pour l’avenir. Ça va nous permettre d’informer comment nous pouvons nous engager mieux à l’avenir.

Donc on ne contrôle pas tout, on ne contrôle pas toujours l’accès au dossier de candidature, mais ce que nous voulons définir ce sont des points de données et des données, donc le nombre de dossiers reçus.

Ce que l’on peut contrôler, c’est l’engagement, pour les RSP, les ASP, pour notre audience ciblée, on a des rapports trimestriels que vous lisez déjà, je pense, on va avoir des rapports consolidés que nous allons

effectuer pour dire : oui, nous avons fait cet engagement et grâce à cela nous avons obtenu des résultats.

La diversité des candidats est très importante. Ce n’est pas nous qui nous occupons de cela, mais il y a la question de la distribution géographique qui se pose par exemple, du type de TLD également. Et on peut changer les choses pour les prochaines séries.

Nous avons le nombre de prestataires de service pro bono, services de soutien offert pro bono, combien ont proposé leurs services, quelle est leur diversité, de quelles régions ces prestataires de service proviennent.

Ça, ce sont des indicateurs de performance que l’on ne contrôle pas tous, mais qui vont nous donner un retour sur la qualité de notre campagne de communication pour la prochaine série.

Voilà ce que nous voulions vous présenter comme plan d’action. Nous sommes prêts à répondre à vos questions.

JONATHAN ZUCK:

Y a-t-il des questions en ligne ?

YESIM SAGLAM:

Oui, nous avons une question en ligne de CTU, Rodney Taylor : est-ce que vous avez prévu de faire des initiatives régionales pour des groupes ou des pays plutôt que des personnes, par exemple aller dans des organisations régionales comme la CTU, des entités régionales, communiquer avec elles ?

SALLY NEWELL-COHEN : Oui, nous allons avoir une perspective régionale également. Et les organisations que vous avez citées, oui, ça fait partie de notre stratégie. L’équipe GSE finalise actuellement une liste de cibles basée sur des pays et régions, sur les publics également. Nous allons développer cette liste d’organisations que nous cherchons à atteindre. Très bonne question et c’est important.

JONATHAN ZUCK: Bukola ?

BUKOLA ORONTI: Merci, ma question est en rapport avec ce qui a été dit en dernier par Bob. Le succès des dossiers de demandes et plutôt que de s’intéresser à recevoir des dossiers. Je pense qu’il faut avoir des objectifs à ce niveau. Parce que votre indicateur de performance si ce n’est que sur le nombre de dossiers envoyés, c’est facile d’envoyer un dossier. Mais c’est le succès qui compte, le succès de ces dossiers. Même si nous savons que nous n’avons pas contrôle du succès de ces dossiers, je crois qu’on peut envoyer des milliers d’applications, mais ça ne va pas être un indicateur de succès. C’est mon opinion, il faudrait peut-être revoir cela. On a besoin d’indicateurs solides qui vont connaître le succès. Merci.

BOB OCHIENG :

Je vais essayer de clarifier cela, de le noter. Nous essayons de voir à quel point notre campagne de sensibilisation connaît le succès. Une fois qu’un dossier est reçu, vous avez un nombre de candidatures reçues, l’évaluation est faite par la suite. On sait combien de dossiers sont retenus. Et vous pouvez interpréter cela différemment.

Pour nous, l’engagement, on ne contrôle peut-être pas exactement le nombre de dossiers réussis, il faut qu’il y ait le processus d’évaluation, par la suite on saura le nombre de dossiers retenus. Ça va représenter quelque chose. Si on reçoit 1000 dossiers et que seuls 200 connaissent le succès, on n’a pas bien fait notre travail.

Ce que je veux dire c’est qu’on ne peut pas contrôler et garantir la réussite d’un dossier de candidature. On étudie la situation depuis 2012, la série de 2012, notamment pour l’étude qui a été faite au niveau des ccT, et la série de 2012 par rapport aux dossiers plus ou moins complets qui étaient envoyés, on a appris dans cette étude que lorsqu’on a diffusé les informations sur les frais de dossiers, et bien après on s’est rendu compte qu’il y avait d’autres frais, commerciaux et opérationnels, donc il faut véritablement que l’on donne des informations plus claires et précises pour cette nouvelle série. Et ça dans toutes les langues de l’ICANN. Il faut que ce soit aussi complet que possible.

Ce n’est pas seulement les frais de dossier, c’est comment lancer ce type d’initiatives, une fois qu’on a un nom de domaine, quels sont les frais à prendre en ligne de compte. Il faut mieux informer de cela. Il faut que les personnes soient au courant s’ils veulent connaître le succès.

JONATHAN ZUCK:

Cheryl ?

CHERYL LANGDON-ORR :

Oui, je vais me limiter au programme de soutien aux candidats. Merci de votre présentation et des process d’indicateurs de performance. Et, Sally, ce que vous venez de dire pour le GSE qui se prépare. Mais, ça commence à la fin de cette année, pendant 12 mois, ce programme de soutien aux candidats. Donc nous avons une opportunité, je crois, dans cette salle, sur le terrain, avec toutes les personnes que nous avons et qui travaillent au GSE, ils vont jouer un grand rôle dans le succès de ces dossiers de candidature.

Et on parle là tout particulièrement des pays moins desservis et des régions moins favorisées. On doit se concentrer là-dessus. Donc on doit cibler tous les secteurs du DNS, de quoi faire une analyse des lacunes. Donc il faut voir comment les personnes peuvent être utiles et utilisées. Et, après avoir fait cette analyse des lacunes. Mais quand allons-nous obtenir ces informations ? On est au mois de juin déjà. Et en septembre, pour seulement 12 mois pour ce programme de soutien aux candidats qui va commencer.

Vous avez fait beaucoup de travail, beaucoup de soutiens, notamment pour l’Afrique, il y a déjà un manuel qui existe et qui est solide. Je crois qu’on devrait encore plus se préparer.

J’apprécie beaucoup tout ce que vous avez dit, mais j’ai peur que ça n’arrive en retard, tout cela.

SALLY NEWELL-COHEN : Je vais essayer de répondre à cela. Merci, Cheryl. Je crois que vous avez raison. L'équipe est en train de finaliser la liste des cibles moins desservies et des pays. Et vous allez avoir cela bientôt. Je ne sais pas vous donner une date exacte, mais je crois qu'on va avoir dans les deux ou trois semaines. Et ce sera partagé.

Et je suis d'accord avec vous, c'est une opportunité, cela, pour nous que de collaborer sur ces lacunes, sur ce qui manque. Et vous vous rappelez, lors de l'appel IRT on a parlé de cela.

Mais At-Large est un peu différent. Nous voulons avoir un rapport très fort avec ce groupe, mais ça va être très important de travailler avec toutes les personnes sur le terrain, avec les RALO, toutes les ALS. Bob, vous voulez rajouter quelque chose ?

JONATHAN ZUCK: Remmy ?

REMMY NWEKE: Merci, Jonathan. Merci à Bob et Sally pour leur présentation concernant l'engagement et la sensibilisation.

Pour moi, je vais faire un commentaire et poser une question. À l'ALAC, beaucoup des RALO ont tout un travail fait au niveau de la sensibilisation et de l'engagement, et ils gèrent donc tous ces points. Donc, dans le plan, nous devons les engager, nous devons descendre, à la base, pour communiquer avec ces personnes, et qu'elles soient

sensibilisées, conscientisées par des bulletins d’information, des communications et qu’ils puissent parler au niveau des RALO et de leur communauté. Donc si ce n’est pas encore dans le plan, ça doit être intégré à cela, je pense.

Serez-vous en mesure de faire cela ? Est-ce que ça va être intégré. Tout particulièrement en Afrique, nous avons besoin de plus communiquer avec nos communautés de RALO et donc à la base.

BOB OCHIENG :

Remmy, je vous réponds. On a en effet besoin de plus de communications au sein de la communauté de l’ICANN et nous sommes toujours disponibles. Nous avons un plan qui inclut de travailler avec les RALO, mais je vous invite également à communiquer lors de vos appels mensuels ou hebdomadaires, parler du programme, parler avec les experts, parler de tous ces plans et donner des mises à jour durant les réunions des RALO. Il faut que cela soit communiqué. Nous serons très heureux de vous proposer des contenus pour vos lettres d’information. Sally pense également que c’est important, je crois. Il faut que ce soit vraiment une collaboration très large et que ça aille aussi vite. C’est une invitation que je lance.

JONATHAN ZUCK:

Très bien. Nous allons avoir les dernières questions.

PAULO MILLIET ROQUE : Merci. Je suis président de l’association des logiciels du Brésil, une association avec 600 entreprises de logiciels au Brésil. L’année dernière nous avons fait 20 milliards de CA, nous avons de grosses et petites entreprises. Ma question est : il y a 12 ans, c’était 185 000 dollars les frais de dossier de candidature, combien ça va être pour cette nouvelle série ? Combien pour les frais à engager ? Et il va y avoir des rabais parfois consentis, donc combien y a-t-il pour ces rabais entre, peut-être 50 ou 80 % ? Est-ce que vous avez 5, 10 milliards ou plus ? Combien de candidats vont pouvoir bénéficier de ces rabais ?

BOB OCHIENG : Merci pour votre question. Nous serons très contents d’avoir des dossiers de demande du Brésil.

En ce qui concerne les frais, hier il y a eu une première présentation sur les frais et ce sera entre 200 et 290 000 dollars de frais par dossier, c’est une présentation de l’IRT qui va se poursuivre demain.

Et, comme vous l’avez dit, le soutien pour les candidats, c’est entre 70 à 85 % de discount. Donc vous pouvez obtenir plus de détails à ce sujet, c’est encore quelque chose sur lequel on travaille.

On a à peu près entre 10 et 16 millions de dollars pour assurer du soutien et des rabais.

JONATHAN ZUCK: Justine ?

JUSTINE CHEW:

Merci. Merci à Sally et Bob. J’ai quelques questions. Pourriez-vous tout d’abord élaborer un petit peu sur pourquoi ces 10 pays mentionnés au début de la présentation ont été choisis, quels sont les facteurs de ces choix ? Est-ce que ces facteurs vont avoir un impact sur la prochaine phase du plan de communication ? Vous allez faire encore plus de sensibilisation ? C’est facteurs sont-ils pertinent ? Ceux qui vont ont permis de choisir ces pays ?

Vous avez mentionné également que vous espériez avoir les RALO qui travaillent étroitement avec le GSE pour la communication, mais est-ce qu’on va pouvoir commenter sur les plans GSE ? Ou bien c’est simplement mettre en œuvre les plans ?

SALLY NEWELL-COHEN :

Merci, Justine. Ce sont de très bonnes questions. Comment les pays sont choisis ? C’est une combinaison du qualitatif et du quantitatif.

Nous regardons le PIB, nous commençons par une liste de 45 pays nous avons utilisé le PIB, la pénétration de l’internet, les infrastructures technologiques, le taux d’alphabétisation et le type de contenu déjà disponible. C’est ainsi que nous avons commencé. Ça, c’était pour le quantitatif.

Pour le qualitatif, il s’est agi de savoir si c’était réaliste, est-ce qu’il y a un potentiel dans ce pays. Donc s’il y a une opportunité. C’est important à déterminer cela. Donc il a été déterminé qu’il y a de la pertinence pour la phase suivante dans certains pays où ils y a eu des campagnes. La

réponse n’a pas été suffisamment forte, il n’y a pas eu un intérêt suffisamment fort, alors nous avons examiné le bienfondé de continuer.

Donc la liste que je vous ai donnée ne sera pas forcément la liste que nous allons utiliser pour la prochaine série ; elle sera similaire, mais il y a aura des nuances.

En ce qui concerne le travail effectué par GSE, je suis sûr que Bob va vouloir ajouter des commentaires, il y a donc une matrice qui est créée et nous souhaitons vos retours, sur les régions, sur les pays, sur le type d’auditoire. Nous ne procéderons pas à un commentaire public, ça prendrait trop de temps, ça n’est pas réaliste, mais nous souhaitons partager ces informations avec ce groupe. Et il y a ces éléments que nous vous soumettrons pour vos retours.

BOB OCHIENG :

Cette liste adresse les priorités, mais ce ne sont pas les seuls éléments sur lesquels nous nous basons pour nos rapports. Donc entre janvier et au jour d’aujourd’hui, nous avons pu démontrer le travail réalisé, les réunions, ce qui est organisé par les collègues GSE sur le terrain, avec qui ils ont échangé.

Donc ces pays seront des pays de concentration prioritaire au fur et à mesure des évaluations. Nous pourrons démontrer avec qui nous échangeons et nous nous impliquons.

SALLY NEWELL-COHEN : Nous travaillons avec un sous-groupe de l’IRT pour examiner ces plans et nous souhaitons recueillir leurs retours.

JUSTINE CHEW: C’est utile parce que je fais partie de l’équipe IRT. Merci pour ces réponses. Vous savez qu’At-Large souhaite aider, faire en sorte que l’ASP soit réussi pour la prochaine série. Donc vous avez parlé tout à l’heure parlé des plans GSE, nous allons aider à combler les lacunes, c’est certain. Merci beaucoup.

JONATHAN ZUCK: Oui, le plus vite sera le mieux. Nous avons quelqu’un en ligne ?

YESIM SAGLAM: Nous avons quelqu’un qui nous pose une question, Fatimata : y a-t-il un plan pour soutenir un pilote dans un pays en développement pour faire une démonstration de gTLD, pour mettre en lumière les gTLD ? Il pourrait s’agir des organisations de la société civile, des décideurs politiques, etc. ? Merci.

SALLY NEWELL-COHEN : Pourriez-vous répéter le début ? Il y a une référence à un pilote, je ne suis pas certaine de quoi il s’agit.

YESIM SAGLAM: La question est : y a-t-il un plan de soutenir un pilote dans un pays en développement pour mettre en lumière les nouveaux gTLD, cela

pourrait être fait en collaboration avec les décideurs politiques, le secteur privé, le secteur universitaire, la société civile, etc. ?

BOB OCHIENG :

Oui, alors il faudrait comprendre ce que cela signifie plus précisément. Ce que nous avons mis en place est une liste d’études de cas pour démontrer comment les TLD ont été utilisés, qu’il s’agisse de marques, de différents aspects.

Donc il s’agit de donner des idées, comment les parties prenantes peuvent procéder d’eux-mêmes en puisant dans nos idées. En ce qui concerne une liste plus détaillée, il y a la répartition géographique, donc nous avons reçu des retours, comment les cartographies sont utilisées.

Donc nous avons souhaité montrer comment les noms peuvent être utilisés de façon novatrice. Et il faudrait peut-être répondre à cette question hors ligne.

JONATHAN ZUCK:

Aziz ?

AZIZ HILALI :

Je vais parler en français. Merci, Sally et Bob, pour tous les efforts que vous faites et la présentation. Je vais un peu dans le même sens que les questions de mes prédécesseurs.

On connaît tous les résultats du premier round des nouveaux gTLD, il y a eu très peu d’applications en Afrique, en Amérique latine et même une partie de l’Asie. Je ne doute pas des efforts que vous faites, Bob, l’a dit. Quel est le plus cette fois, que vous avez décidé, pour avoir des applicants pour les nouveaux gTLD et particulièrement pour le projet ASP ;

Pour vous donner un exemple, il y a deux mois on a fait un forum sur le DNS pour le Moyen-Orient et on a essayé de demander, il y avait beaucoup de registrars et c’est eux qui doivent être le plus de ces programmes, très peu étaient au courant de ça. Et comme Fatimata vient de le dire, comment inciter nos gouvernements dans ces pays à être plus sensibilisés dans ce genre de nouveaux gTLD, puisque normalement ils ne réagissent – et je connais l’exemple du Maroc, d’où je viens - que lorsque le Maroc a été touché que par un ccTLD du Sahara. Donc comment inciter les gouvernements, les maires de ville pour les noms de ville, les noms un peu sacrés dans chaque pays, les religions, tout ce qui peut être sensible dans un pays ou une région, est-ce que vous n’avez pas pensé par exemple à une initiative, par exemple faire une enquête d’avance, comme on est en train de faire pour l’UA où il y a des fonds pour sensibiliser les gens sur l’UA, est-ce qu’il y a un moyen d’aller avant que le lancement des appels pour les applications, que les gens soient motivés ? Parce que les gouvernements, les organisations et les organisations ministérielles et la société civile pourquoi pas.

Je rappelle juste que pour l’Afrique, si ne me trompe pas, il n’y avait que 7 applicant, y en aura-t-il plus cette fois ? J’aimerais votre vision là-dessus. Merci.

SALLY NEWELL-COHEN : Merci pour ces questions. Elles font partie de tout ce que nous envisageons. Pour les gouvernements, nous avons commencé à établir à quoi ressemblera cette campagne parce que le message aux gouvernements c’est la sensibilisation et la valeur ajoutée. Cela fait partie de ce que nous faisons. Il y a une liste d’interlocuteurs ciblés. Il y aura des thématiques qui seront abordées dans chacun de ces domaines.

Et je crois que vous avez tout à fait raison, c’est là qu’il y a l’engagement des différents acteurs. Le GAC aussi doit s’impliquer. Comment avoir les bons interlocuteurs dans les ministères et les gouvernements ; c’est de cela dont nous parlons. Quelles sont ces listes de pays et raison, il faut être stratégique, procéder de façon chirurgicale, aller dans les endroits où il y a le plus d’opportunité.

Vous avez demandé si nous allons continuer ces efforts en Afrique, oui, nous avons déjà mené beaucoup d’actions en Afrique, en particulier récemment en raison de la coalition pour l’Afrique numérique, et c’est là que notre élan est le plus grand. Et nous allons commencer à créer cela dans d’autres régions. Cela ne veut pas dire que nous aurons une autre coalition pour les autres, mais je crois que je réponds à votre question.

Cela sera ciblé sur ces gouvernements et ces ministères. Bob, vous voulez ajouter quelque chose ?

BOB OCHIENG :

Oui, Aziz, j’étais à Rabah pour cette rencontre sur le DNS. Et, parfois, l’auditoire ne correspond pas à ce que vous attendiez. Il y a du travail à faire. Il faut démontrer qu’il y a un marché dans certaines régions. Il y a 5 ans ou 6 ans, si vous parliez à un entrepreneur que vous lui parliez de DNS ou de noms de domaine, vous n’aviez pas de documentation, on ne savait pas quelle était la taille du marché.

Et au cours des dernières années, l’ICANN a commandé deux études, l’étude de marché du DNS, nous en saurons plus demain, officiellement, et ce travail de recherche est important pour démontrer aux parties prenantes, y compris aux gouvernements, quelle est la valeur de cet élément particulier de l’économie numérique, son potentiel, et comment les choses se déroulent ailleurs. Sans preuve empirique, il est très difficile de convaincre que c’est quelque chose qui a de la valeur ajoutée pour vous.

Donc ces études sont utiles, en particulier pour la région Afrique. Il y a une étude de suivi, et donc on peut, avec autorité, parler de ce type de marché. Ainsi si quelqu’un prend une décision, c’est une décision éclairée, sur la base d’information. Donc on peut montrer les investissements effectués par l’ICANN.

Mais, comme l’a dit Sally, nous travaillons avec nos VP régionaux qui comprennent très bien les régions qui les concernent.

Merci.

SALLY NEWELL-COHEN: Donc il faut ajouter qu’entre la série 2012 et aujourd’hui nous avons davantage d’informations qu’auparavant. Il n’y avait pas de GSE.

Nous souhaiterions voir les gouvernements, le secteur universitaire, s’impliquer aussi. Mais je voulais dire que nous avons plus de choses aujourd’hui.

JABHERA MATOGORO: Suite à cette discussion, du point de vue de l’AFRALO, nous apprécions ce qui est dit, mais suite à cette conversation nous voyons qu’une attention spécifique est requise pour la région Afrique.

Nous pouvons nous inspirer peut-être de l’expérience qui existe déjà. Nous comprenons que certains gouvernements africains ont pris l’initiative de subventionner la connectivité, par exemple en utilisant le financement universel.

J’ai échangé avec Fatimata sur le fait que je peux envisager une façon spécifique de traiter ces candidatures. Donc 125 000 dollars, ce n’est pas quelque chose qui est inenvisageable pour l’Afrique. Il faut que l’ICANN prenne des mesures audacieuses pour qu’il y ait davantage de participation en Afrique et dans certains pays en développement. C’est mon observation personnelle et c’est aussi pour rebondir sur le commentaire qui a été fait.

La deuxième observation porte sur le fait qu’en 2012, il y avait un guide de candidature qui faisait environ 300 pages. Donc Bob a parlé du fait qu’il y aurait peut-être un nombre de pages différent ? C’est quelque

chose qui va être modifié ? Je pense qu’il faut faciliter les choses pour que notre procédure de candidature soit inclusive.

JONATHAN ZUCK:

Je crois que cette facilitation va entrer dans le cadre du soutien pro bono que nous essayons d’organiser. Même lors de la dernière série, c’est quelque chose que nous avons essayé d’organiser. Dans les pays en développement aussi, il y a eu une forte utilisation de ces consultants. Donc ce programme pro bono vise cela, établir cette passerelle entre les exigences légales et la facilitation de la procédure de candidature pour les nouveaux candidats.

TIJANI BEN JEMAA:

Vous savez que ce programme de soutien aux candidats va s’ouvrir dans quelques mois et il faut que cette campagne, pour qu’elle réussisse, puisse être promue afin que les gens puissent se préparer, qu’ils connaissent toutes les informations nécessaires.

Le problème est que la campagne ne peut pas commencer sans les éléments utiles. Il faut connaître quels sont les frais de dépôt de dossier, quels sont les fonds disponibles pour le programme de soutien aux candidats. Si on leur dit qu’il y a 1 million, et bien s’il n’y a pas suffisamment de fonds, ils ne vont pas perdre de temps à soumettre un dossier. Il faut avoir les éléments essentiels dans cette campagne et il faut que cela se passe rapidement. Nous sommes déjà en retard pour ce programme de soutien aux candidats.

En ce qui concerne la phase sur le terrain de la campagne, vous avez raison, les ALS et les membres individuels de l’At-Large sont très bien placés pour aider à mener cette campagne de communication.

Ma suggestion est que cette collaboration avec les ALS et les membres individuels doit se faire dans un processus clair, dans un cadre de travail clair. Je ne pense pas que quiconque puisse dire : ha voilà, je vais faire une campagne ici et je n’ai pas l’information, mais je vais faire quand même. Les choses doivent être définies dès le début pour les ALS et les membres individuels afin que le processus soit clair. Merci beaucoup.

JONATHAN ZUCK:

Merci, Tijani. D’excellentes informations. J’aimerais changer un peu de conversation. Nous n’allons pas critiquer le programme de sensibilisation de l’ICANN, mais nous allons faire une séance de réflexion sur comment on peut co-exister avec ce programme ? On peut donner, je crois, des exemples précis et ça peut être utile pour apporter des petites améliorations plutôt que d’avoir une conversation abstraite. On va essayer d’avoir du concret, du pragmatique. Parce que nous tous, on a tous une idée sur les communautés que nous devons atteindre et comment les atteindre.

Parlons de cela. Je vais rouvrir les questions et la liste de questions à poser : comment et avec qui devons-nous communiquer ? Et de quoi avons-nous besoin ? Il y va y avoir des documents, on en a entendu parler, il y a des études de cas. Que devons-nous faire pour prioriser nos demandes auprès de l’ICANN ?

Amrita ?

AMRITA CHOUDHURY :

Merci, Jonathan. Je crois que c’est ce qui nous intéresse en effet.

J’ai quelques questions également. On a besoin de clarté sur certains points. Quand vous parlez de campagnes à différents niveaux, vous avez des informations initiales, détaillées pour les différents publics.

Une question que j’aurais, vous avez fait des recherches pour le programme de soutien aux candidats, vous allez avoir un auditoire ciblé, la société civile, des entités avec lesquelles on n’a pas communiqué, mais ça va être quel type d’entités, à quel niveau financier placez-vous la barre ? Comment vous allez gérer le système à l’avenir ?

Donnez-nous une idée de cela, un petit peu. Quel type d’entités allez-vous approcher ?

Et je crois que nous allons devoir communiquer avec nos ALS, on doit réfléchir plus à cela, et les ALS de différente taille.

JONATHAN ZUCK :

Une question à la fois, peut-être.

AMRITA CHOUDHURY :

Non, ce que je voulais dire, c’est qu’on a besoin de plus d’informations au départ pour informer nos ALS et nous informer également. Vous allez

tenir la main, en quelque sorte de ces entités, donc on doit en savoir plus.

JONATHAN ZUCK:

Pastor Peters ?

PASTOR PETERS OSAWARU : J’aimerais renforcer les commentaires du docteur Matogoro. Ma perspective, en tant qu’utilisateur final de l’internet, j’entends parler de ce programme, de cette campagne, d’engagements de sensibilisation au niveau des gouvernements et de l’espace public, hier, j’ai proposé ou demandé si ICANN Org a fait du lobbying, a des groupes de pression auprès des gouvernements, en Afrique particulièrement, pour utiliser les différentes structures de l’ICANN et faire un peu pression sur les gouvernements africains pour tous ces projets ? Pour faire connaître ces projets. Donc utiliser ce groupe de pression, peut-être, ce serait utile pour rappeler des avantages qui existent à utiliser ces programmes de noms de domaine de l’ICANN.

On a parlé des frais aussi, autour de 200, 290 000 dollars ? En francs du Rwanda, cela représente des milliards, donc cela va être un problème ces niveaux de frais qui sont élevés pour l’Afrique.

Et, enfin, il faut que cela redescende à la base ; on l’a vu et on l’a dit. Si vous regardez les statistiques, le niveau d’alphabétisation en Afrique n’est le même qu’aux Etats-Unis et en Europe. Donc c’est très facile pour les personnes de l’Occident, du monde Occidental, de communiquer d’obtenir des informations. Lorsque l’on est en Afrique,

les situations sont différentes, il faut prendre ça en compte. L’ICANN doit prendre plus attention à la région Afrique et aux pays en développement, si on veut que ce projet réussisse.

JONATHAN ZUCK:

Ce qu’on essaye de faire, ce n’est pas ce qu’ils doivent faire en plus, mais ce que pouvons-nous faire ? Quel type d’auditoire nous pouvons atteindre ? Que pouvons-nous faire comme travail ? Quelles activités nous pouvons effectuer dans le cadre de ce programme ? Je crois qu’on peut toujours améliorer le programme. Mais parlons de nous, que pouvons-nous faire pour sensibiliser ?

Claire ?

CLAIRE CRAIG:

J’aimerais soutenir ce qui a été dit par Amrita, et Jonathan l’a rappelé, que pouvons-nous faire nous-mêmes ? Il y a beaucoup d’organisations régionales, dans les Caraïbes par exemple, qui ne sont peut-être pas alignées à des ALS, pas alignées aux gouvernements ou aux personnes intéressées par une participation à ces nouveaux gTLD. J’aimerais suggérer donc que l’ICANN continue à collaborer avec ces organisations. L’ICANN le fait déjà avec la CTU, par exemple, il y a beaucoup d’organisations des Caraïbes avec lesquelles nous pouvons travailler pour faire de la sensibilisation et pour voir quelles personnes on peut attirer vers ces initiatives. Donc nous sommes prêts à travailler avec vous pour diffuser le message parce c’est très important pour nous

que d’avoir des applications et des dossiers de demandes, qui arrivent des Caraïbes notamment.

BOB OCHIENG :

Oui, très rapidement pour rebondir sur ce qu’on dit Doctor Matogoro et Pastor Peters, pour la prochaine série, vous vous rappelez, je travaillais comme membre du personnel GSE pour l’Afrique. Et je comprends tout à fait votre situation. J’ai travaillé pendant plusieurs années pour la région Afrique. Et il faut montrer quelle est la valeur d’un nom de domaine, ce que signifie d’opérer un nom de domaine. Oui, il y a des frais au départ, mais je crois également qu’il faut démontrer ce qu’est la valeur ajoutée et notable des noms de domaine. Il faut le présenter aux pays.

C’est tout à fait relatif, ces frais. N’oubliez pas que c’est pour cela qu’il y a le programme ASP et que nous ciblons les régions moins desservies et que nous allons mettre la priorité sur cette sensibilisation.

Et nous allons prioriser l’engagement dans ces régions et je vais travailler étroitement avec vous pour que cela se fasse, notamment avec le programme ASP.

Et que cela se fasse en Afrique et dans d’autres régions moins avancées. Donc on a besoin de vous pour ouvrir des portes aussi, dans les RALO, dans les membres du GAC également. Ils ont un accès très ouvert aux gouvernements, aux parties prenantes qui comptent.

JONATHAN ZUCK:

Merci beaucoup. L’analyse CCT, nous a montré qu’il y a des cohortes et des groupes, des ensembles d’entreprises, d’associations qui ont déposé des dossiers de noms de domaine en 2012, des types d’organisations que nous connaissons déjà.

Et on peut poser aussi la question : pourquoi vous n’avez pas posé de dossier pour un nom de domaine en 2012 ? Est-ce qu’ils étaient au courant ? Premier problème. Et quel pourrait être le problème commercial qui mène au succès. Et là, ça dépasse le problème, même dans le monde développé.

On peut trouver, peut-être, les frais d’application, mais la question est : est-ce que ça vaut la peine de dépenser ces sommes d’obtention d’un nom de domaine ?

Très souvent, de très grosses entreprises n’ont pas utilisé les noms de domaine qu’ils avaient obtenus. Donc il faut qu’il y ait des cas d’études commerciales pour savoir quel est l’intérêt d’avoir ces noms de domaine et il faut parler à beaucoup d’organisations qui ont travaillé en 2012 là-dessus.

NATALIA FILINA:

Bonjour, je suis secrétaire d’EURALO et je suis très engagée dans la sensibilisation dans notre communauté. J’aimerais vous remercier pour votre présentation et pour nous inclure dans cette piste de travail. Nous faisons beaucoup pour la concentration sur les points de l’ICANN dans notre région et il est important d’avoir un plan stratégique de sensibilisation pour l’année financière suivante, nous travaillons à cela.

Ma question : nous comprenons que nous sommes un seul canal d’information, est-ce que nous pourrions voir dans 6 mois comment toutes les communautés de l’ICANN travaillent ? Je crois que c’est très important en sensibilisation de créer une dynamique et de tirer des leçons non pas de ses erreurs, mais du travail qui a déjà été effectué. Peut-être qu’on pourrait avoir une réunion en décembre pour comprendre où on en est, ce qu’il reste à faire et où nous devrions redoubler d’effort.

JONATHAN ZUCK:

Merci. Rodney, de la CTU ?

RODNEY TAYLOR:

En ce qui concerne la stratégie, il y a plusieurs membres de la CTU, 20 États membres. Nous avons fait du travail à Trinidad et Tobago. Moi j’ai travaillé beaucoup dans les Caraïbes pour la sensibilisation. Et nous pouvons engager d’autres pays dans les Caraïbes, mais ce sont de tout petits pays. Donc ce sera plus efficace de travailler au niveau de la région des Caraïbes. Je crois qu’il y a un nombre d’ALS qui ne sont pas très actives pour le moment. Et je crois qu’il est important pour nous de bien comprendre ce que font certaines ALS.

Au mois d’août, nous allons avoir un forum de la gouvernance de l’internet et je crois que nous devons l’utiliser pour travailler avec la chambre du commerce des Caraïbes, c’est une excellente opportunité commerciale.

Et en ce qui concerne les études commerciales, on doit travailler aussi avec les ONG qui pourraient bénéficier d’un nom de domaine, il y a beaucoup de questions qui se posent, par exemple pour le droit des femmes et des enfants, au niveau d’ONG, c’est très complexe et il y a beaucoup d’interlocuteurs possibles.

JONATHAN ZUCK:

Merci. Amrita ?

AMRITA CHOUDHURY :

Merci. C’est très difficile parfois de nommer les organisations, ça dépend de la taille de votre pays. Il y a des coalitions très souvent avec les différents gouvernements, les associations du secteur industriel, là on peut mobiliser, on peut prévenir plus de personnes, on peut organiser des manifestations, on l’a déjà fait, parler dans des forums industriels, dans les foires commerciales, là où se retrouvent les membres des ALS.

Donc beaucoup peut être fait pour la communication, mais en matière de coalition, je crois. Parce que des voix multiples de différentes parties prenantes, ça peut être un renforcement du message.

Donc la collaboration va être essentielle, mais on va travailler différemment selon le pays également. Mais on aura besoin de plus de détails, sans aucun doute.

JONATHAN ZUCK:

Merci beaucoup. Satish ?

SATISH BABU:

Merci. Je suis de l'ALAC, Asie Pacifique. Premier commentaire, par rapport à la dernière série, c'était il y a 12 ans, ce n'est plus le même marché, le monde est différent, il y a de nouvelles entreprises qui n'existaient même pas il y a 12 ans.

Donc il faut bien comprendre le marché, très segmenté. Il y a des variantes pour les IDN, les noms de domaine internationalisé, c'est différent. Il faut connaître le marché, voir à quel point il a changé. Et cela va nous permettre de sensibiliser.

Deuxièmement, je vois un canal que nous pourrions dégager, quelle est la valeur d'un nom de domaine et d'avoir un nom de domaine. Et, dans un nouveau marché, nous avons besoin d'indicateurs de performance, et je crois qu'il faut faire des efforts là-dessus.

Nous avons également le soutien aux applications pour les nouveaux candidats qu'il faut mettre en exergue.

Donc il y a différents points et mécanismes qui doivent exister. Donc les réseaux sociaux n'étaient pas utilisés en 2012, là on doit faire beaucoup aussi avec les réseaux sociaux.

JONATHAN ZUCK:

Merci. Donc c'est un bon début de conversation. Je crois que cette conversation va se poursuivre et nous allons voir quelle sera notre stratégie, la coordination que nous allons faire avec le GSE. On va être invité, je l'espère, à différentes manifestations, au niveau des RALO et

des ALS, on va avoir du soutien avec des documents pour pouvoir exécuter. Donc la conversation va se poursuivre.

Et c’est un bon départ aujourd’hui, je crois. Et je crois que ces documents et tous ces matériels de communication vont être très utiles.

Le calendrier est très important, par contre. Il faut que ce soit moins abstrait, plus concret, avec des études de cas. Bob, vous l’avez mentionné, comment démontrer la valeur d’un gTLD à une communauté, à des personnes que nous voudrions voir déposer des dossiers de demande ?

SALLY NEWELL-COHEN : Nous sommes en train de finaliser le premier ensemble de documents que vous allez pouvoir utiliser. Les études de cas sont en développement maintenant et c’est difficile de parler de modèles commerciaux, c’est parfois très restreint et un peu confidentiel, mais nous allons, même si on est un peu en retard, d’ici la fin du mois commencer à vous envoyer des documents.

CLAIRE CRAIG: Merci beaucoup. J’aimerais dire que vous avez parlé de prise de conscience des communautés, et je crois que c’est une période essentielle. Nos communautés doivent toutes être au courant, At-Large, ALAC, on doit vraiment travailler étroitement travailler avec vous, car on doit connaître le succès lors de la prochaine série de gTLD.

Je sais que Justine l’a déjà beaucoup dit, Jonathan l’a répété, nous allons travailler au niveau des RALO pour faire le maximum.

JONATHAN ZUCK:

Oui, je crois que c’est un exercice de renforcement des capacités et sensibilisation également, donc comment nous allons former ce groupe de personnes que nous avons pour communiquer, pour faire une proposition, présenter la valeur de ces gTLD ? Je crois que tout le monde veut participer à cette initiative, à cet exercice de renforcement des capacités.

Très bien, et bien je pense que vous avez peut-être des derniers mots à nous présenter ?

BOB OCHIENG :

Oui, donc si nous revenons à ces KPI, nous pouvons être d’accord que ce n’est pas une responsabilité de l’organisation uniquement. Donc il faudra faire un rapport commun sur la qualité du travail de la communauté et de l’Org. Il faut atteindre les bons publics en temps utile afin que chacun puisse prendre une décision éclairée.

Donc c’est un partenariat dès le départ et nous faisons tout ce que nous pouvons pour proposer des documents, pour alimenter le réseau d’informations, qu’il s’agisse de l’ASP et des RSP.

S’il vous plait, diffusez la parole, intégrez cette participation dans vos plans régionaux et nous essayerons de, vraiment, vous fournir les informations nécessaires. Travaillons ensemble. Merci.

JONATHAN ZUCK:

Merci. Comme cela a été dit dans le chat, le modèle que nous recherchons tous provient du groupe de pilotage de l’acceptation universelle et cela vise à faciliter les choses plutôt que d’avoir des éléments qui nous parviennent en petites pièces au fur et à mesure, donc c’est vraiment une valeur ajoutée d’avoir ces informations regroupées.

Alors, c’est le début de ces échanges, nous continuerons ; mais nous sommes heureux que vous ayez pu participer à cette réunion pour nous livrer tous ces éléments d’information et nous avons hâte de travailler avec vous.

Il y a un très bon groupe ici, qui a beaucoup de connaissances, et nous pourrions être très utiles, surtout dans le domaine de l’ASP plutôt que dans le domaine des RSP.

Merci de nous avoir consacré ce temps.

[FIN DE LA TRANSCRIPTION]