

---

HYDERABAD — Session du GAC sur la révision du TMCH  
Dimanche 6 novembre 2016 – 9h à 9h30 IST  
ICANN57 | Hyderabad, Inde

TOM DALE: Je vous demande de prendre place, s’il vous plaît. Nous allons commencer sous peu. Merci beaucoup.

HENRI KASSEN : Bonjour à tous, chers collègues.

Mon président avait l’habitude de dire qu’il aimait bien sortir de son bureau et aller sur place, rencontrer les gens, parce qu’il travaillait mieux comme ça. Et donc ce matin, on m’a dit que notre président aurait un peu de retard, il n’est jamais en retard. En tant que vice-président, je vais commencer cette séance en attendant l’arrivée de mon président - à moins que vous sentiez que je n’ai pas l’autorité pour présider cette réunion.

Je vous souhaite donc la bienvenue à cette séance où nous allons parler du centre d’échange d’informations sur les marques.

---

*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.*

---

Bienvenue dans cette salle du GAC. Comme je vous l'ai dit, je suis Henri Kassen, je suis vice-président et je vais présider cette séance.

Nous avons le personnel de soutien, le secrétariat, des membres du centre d'échange d'informations sur les marques, monsieur Mark Carvell va parler de ce sujet. Je vais donc lui passer la parole car ensuite, nous aurons une présentation de Digital India.

Merci beaucoup, Mark, vous avez la parole.

MARK CARVELL : Merci beaucoup. Bonjour à tous. Merci d'être venus à l'heure pour cette séance courte d'une trentaine de minutes. On voit que le président vient d'arriver.

Si vous voulez dire quelque chose ?

THOMAS SCHNEIDER : Bonjour.

MARK CARVELL : C'était concis comme salutations. Très bien. Nous avons peu de temps.

---

Donc comme je vous le disais, c'est le point de l'ordre du jour 11 concernant le centre d'échange d'informations sur les marques. Nous avons reçu un document du secrétariat, l'ACIG, pour nous donner un peu de contexte par rapport à cette question. Nous avons également ajouté mon email du mois d'août au sujet de la version préliminaire d'un rapport fait sur la révision du [TMCH].

Il y a eu une consultation publique sur cette version préliminaire du rapport qui a continué jusqu'au mois de septembre, jusqu'au 3 septembre. J'espère que vous avez eu l'occasion de lire ce rapport préliminaire. Si vous n'êtes familiers du domaine de la protection des droits, l'objectif majeur est d'atténuer les risques de litiges ou d'abus dans les DNS en ce qui concerne les marques déposées ou les titulaires de droits en matière de marques.

J'ai travaillé dans le groupe du GAC qui s'est penché sur cette question, avec la communauté de parties prenantes qui a écrit le guide de candidature il y a quatre ou cinq ans. Ça a été une période très intense. Il y a eu une domaine de travail très intéressant concernant la protection des marques. Cette question avait été traitée dans une réunion intersession que le GAC avait eue avec le conseil d'administration à Bruxelles, pour essayer de résoudre beaucoup des questions que le GAC soulevait à ce sujet à l'époque.

---

Nous avons eu une réunion avec le conseil d'administration à Bruxelles, à l'époque, pour traiter cette question. Cela vous donne un peu, si vous êtes nouveau, cela vous donne un peu de contexte. À savoir qu'il s'agit d'un domaine clef de travail pour le GAC et cette révision est le résultat ou la suite, quelque part, du travail que le GAC avait demandé que l'on fasse après le lancement ou la délégation des noms de domaine dans la série actuelle.

Cette version préliminaire du rapport est un peu le résultat de la participation du GAC dans le domaine de la protection des droits.

Pour illustrer un peu comment nous avons procédé dans ce domaine, nous avons travaillé avec le bureau chargé de la protection intellectuelle du Royaume-Uni pour passer en revue un peu les lignes générales, l'orientation, les méthodes de travail de ce centre d'informations sur les marques.

Nous avons parlé avec des entreprises au Royaume-Uni. Nous avons eu une séance de travail avec ces entreprises pour voir un peu quel était le sentiment des titulaires de marques déposées. Nous avons pu comprendre quelles étaient les difficultés auxquelles elles étaient confrontées, quels étaient les abus, le manque d'application de la loi lorsqu'il s'agissait de réclamation concernant les droits des marques, et le souhait d'avoir, donc,

---

une liste de marques protégées, une base de données avec toutes les marques protégées, qui était une des propositions à l'époque où l'on a créé ou envisagé cette protection des droits qui n'était pas encore adoptée. Ces entreprises du Royaume-Uni disaient que ce serait intéressant de créer un tel mécanisme pour éviter tout abus au niveau des marques.

Un certain nombre de questions ont été soulevées par ces entreprises et il y a eu également des consultations avec les bureaux de protection des droits au Royaume-Uni.

Voilà un peu ce que nous avons fait. J'espère que d'autres collègues auront des démarches similaires en ce qui concerne la protection des marques. Voilà en ce qui me concerne. Je suis heureux d'avoir ici l'un des auteurs du rapport de cette révision, Greg Rafert, qui est ici, à ma gauche. Il va faire une présentation sur cette révision, il va nous expliquer, très brièvement, les éléments clés du centre d'échange d'informations sur les marques et les mécanismes de fonctionnement de ce centre qui est opérationnel à l'heure actuelle.

Nous avons Eleeza Agopian aussi, à ma gauche. Eleeza va nous en parler, mais du côté de l'ICANN.

Je vais donc donner la parole à Greg pour qu'il commence sa présentation.

GREG RAFERT :

Bonjour. C'est un plaisir d'être avec vous ici. Je vais essayer d'être bref et je vous encourage, si vous êtes intéressés, à lire le rapport. Nous avons reçu un certain nombre de commentaires déjà, de la part de la communauté, et bien sûr on sera reçu de recevoir vos commentaires si vous en avez.

Diapo suivante, s'il vous plaît.

Je m'appelle Greg, je suis économiste et vice-président d'un cabinet de consultants, aux États-Unis. J'ai travaillé avec Katja Seim qui est un professeur important à l'école de Wharton. Elle a fait beaucoup de recherches dans le domaine du règlement des litiges et j'ai aussi fait des études de droit.

L'ICANN nous a commandé l'élaboration d'une révision du TMCH basée sur la recommandation du GAC pour qu'une revue exhaustive du travail de ce centre soit mise en place.

L'idée n'était pas d'aboutir à des recommandations de politiques, mais plutôt d'examiner le travail et de voir quelles en étaient les forces et les faiblesses.

Il y a beaucoup d'aspects associés à ce centre, notre révision s'est focalisée sur trois composantes principales, à savoir la période d'enregistrement prioritaire, les critères et le service de réclamations.

---

En ce qui concerne la période d'enregistrement prioritaire, la *sunrise period*, cette période est de 30 jours et ensuite s'ouvre une période de disponibilité générale des gTLDs. Seulement les marques vérifiées par le centre sont éligibles pour bénéficier de cette période d'enregistrement prioritaire. Nous voulions savoir par rapport à cette période, dans quelle mesure les titulaires de marque valorisaient ce service et s'en servaient.

En ce qui concerne le service de réclamations, c'est une période 90 jours qui fait suite à la suite d'enregistrement prioritaire et c'est là où l'on identifie des activités qui peuvent aller à l'encontre des marques. Je suis, par exemple, un titulaire, et je vais dans un bureau d'enregistrement essayer d'enregistrer un nom de domaine qui existe déjà dans le centre d'échange des informations sur les marques. À ce moment-là, je vais recevoir une notification. Le deuxième aspect, c'est que si j'enregistre ce nom de domaine, le titulaire de marque dont la marque figure dans le centre recevra, à son tour, une notification. Nous voulions donc voir dans quelle mesure cette période de réclamations devait être étendue, si nécessaire. Nous voulions également savoir si les notifications envoyées aux individus avaient un effet dissuasif.

Nous avons également examiné les critères utilisés pour voir si ces critères devaient être étendus ou pas.

---

Puisqu'on est un peu des geeks des données, nous avons voulu nous baser sur les données obtenues pour évaluer. C'est pour cela que nous nous sommes basées sur les données que nous avons collectées, ainsi que sur les différentes données provenant d'autres groupes de parties prenantes.

Pour vous donner un peu une idée des données sur lesquelles nous basons, l'une des composantes clés sur lesquelles nous basons, c'étaient les données venant du centre d'échange d'informations sur les marques lui-même. Après, des informations nous ont été fournies par Deloitte, pour savoir qui étaient les titulaires de marques, quelles étaient les industries concernées, etc. Cela nous a aidés à naviguer un peu dans le processus des TMCH.

Nous avons aussi utilisé les données gérées par IBM, ce qui nous a permis de savoir quand les bureaux d'enregistrement interrogeaient ce centre d'échange d'informations sur les marques pour savoir si un titulaire possédait déjà cette marque. Cela nous a permis de savoir combien d'interrogations étaient adressées à ce centre.

Ensuite, il y avait un éventail de données qui sont venues par exemple des centres de règlements de litiges UDRP et URS. On a vu qu'il y a eu à peu près 17 500 litiges pendant la période



---

analysée. Ce qui nous intéressait, c'était qui et quand un domaine était enregistré.

Puis il y a un éventail d'entretiens et d'enquêtes mis en place. Nous avons essayé de parler avec la communauté pour voir un peu quel était leur sentiment, ainsi qu'avec des membres des bureaux d'enregistrement, des titulaires de marques, des registres, etc. C'est-à-dire toutes les personnes qui sont potentiellement être intéressées par cette question.

Diapo suivante, s'il vous plaît. Merci.

Je vais vous donner un aperçu très général des résultats et je vais commencer par la période d'enregistrement prioritaire.

Environ 20% de titulaires de marques éligibles à l'utilisation de cette période ont fait cet enregistrement et 7% des enregistrements étaient des enregistrements prioritaires. Parmi ceux qui utilisent la période d'enregistrement, 93% ont réussi. Les titulaires de marques qui ont déjà leur marque dans le cent d'échange d'informations sur les marques ont tendance à utiliser ce service d'enregistrement prioritaire. Nous avons donc mené des enquêtes et des entretiens pour savoir si ces chiffres étaient significatifs ou pas.

Pour ce qui est du service de réclamations de marques, j'aimerais être prudent par rapport à ce résultat parce qu'il

---

repose sur les données que nous fournis IBM. Si on fait l'hypothèse qu'à chaque fois qu'un bureau d'enregistrement interroge le centre, le centre doit envoyer une notification, on présume que tout cela est fait en toute bonne foi. Mais il paraît que 94% des enregistrements qui déclenchent une notification sont abandonnées. C'est un pourcentage assez important et c'est pour ça qu'il faut être prudent.

Les titulaires, parfois, interrogent le centre pour des questions qui n'ont pas trait à l'enregistrement d'un nom de domaine donc on croit que ces chiffres peuvent être un peu gonflés, peuvent être un peu exagérés. Ensuite, on ne sait pas ce que veut dire « abandonné » ici, donc ce sont des hypothèses et si c'était le cas, pour les tentatives d'enregistrement qui n'ont pas déclenché de notification, il y a un chiffre de 94% d'abandon, donc ça n'aurait pas d'effet d'augmentation de services de réclamations à ce moment- là.

Nous ne voyons pas autant de marques qui correspondent à des marques déjà dans le centre d'échange d'informations sur les marques et je pense que l'augmentation de la période de réclamation des marques n'aurait pas un effet très important sur le fonctionnement du centre. Ensuite, je vous encourage à lire le rapport dans le détail.

---

En ce qui concerne les critères de correspondance, nous n'avons pas trouvé beaucoup d'enregistrements qui se faisaient à partir de correspondances inexactes. Après, pour les correspondances inexactes, les erreurs les plus fréquentes qu'on a constatées concernaient surtout le pluriel.

Notre objectif est d'avoir une version finale du rapport au premier trimestre 2017. Nous avons reçu beaucoup de commentaires de la communauté et nous en recevons encore. Nous essayons d'en tenir compte pour la version finale.

Il y a deux domaines sur lesquels nous voulons avancer. Le premier domaine consiste à nous mettre en relation avec les bureaux d'enregistrement pour avoir une meilleure idée du pourcentage d'abandons. Ensuite, nous voulons analyser un peu plus en détails le service d'enregistrement prioritaire pour savoir s'il faut ajuster l'ajuster ainsi que la période de disponibilité générale. Voilà un peu ce que nous voulons faire au fur et à mesure que nous continuons de collecter les données.

Voilà ce que je voulais vous présenter, je vais m'arrêter là et voir s'il y a des questions de votre part.

---

MARK CARVELL : Merci, Greg. Votre résumé était excellent et vous avez analysé toutes les questions apparues pendant la période de consultation qui a pris fin en septembre. Merci bien.

Nous apprécions aussi que vous nous ayez indiqué les démarches à suivre. Pourriez-vous indiquer comment ce rapport est lié au groupe de travail du PDP sur les mécanismes de protection des droits qui s'occupe de tous ces mécanismes et non pas seulement du centre d'échanges d'informations sur les marques ? Aussi quel est le rapport avec la révision de la confiance et le choix du consommateur ? Merci.

GREG RAFERT : Je ferai de mon mieux pour vous expliquer parce que je n'appartiens à l'organisation de l'ICANN.

Pour ce qui est de la première partie, d'après ce que je comprends, je vais travailler avec les responsables de la question pour leur donner les informations nécessaires.

Pour ce qui est de l'équipe de révision, je ne suis pas sûr du rapport avec le travail de ce groupe. Je sais qu'une partie du travail est liée à tout cela, mais peut-être Eleeza pourra identifier ce point.

---

ELEEZA AGOPIAN : Eleeza Agopian de l'ICANN. Pour ce qui est de l'équipe de révision CCT, il y a une sous-équipe dédiée aux mesures de protection et à la confiance du consommateur.

Je ne sais pas quel est le détail du travail, mais c'est une contribution pour votre tâche.

MARK CRAVELL : Merci, Eleeza.

Il nous reste encore cinq minutes pour présenter nos commentaires.

Cette thématique est complexe, mais l'objectif est de protéger l'intérêt des sociétés qui possèdent des marques commerciales.

Je vais commencer par une question et je passerai la parole à mes collègues.

À un moment donné de mes consultations avec les sociétés du Royaume-Uni, on a vu que les réclamations restaient sans réponse. Ce que l'on dit, c'est que c'est une marque commerciale enregistrée au centre d'échange d'informations sur les marques, on signale tout ça, mais il n'y a pas de mesures exigeant le respect effectif.

Vous considérez que le centre d'échange d'informations sur les marques a besoin de cela ?

---

GREG RAFERT :                    Merci, Mark. Bonne question. On a vu cela dans les commentaires des titulaires des marques commerciales.

Une partie des données de l'analyse du rapport ont trait à cette question. Nous avons vu le taux de conflits par rapport aux notifications sur les réclamations des marques commerciales et nous voyons que le taux de résolution de litiges est vraiment faible.

Je crois que cela suggère qu'il ne serait peut-être pas nécessaire d'avoir ce mécanisme que j'ai déjà mentionné et on a un effet combiné avec un petit nombre de conflits, alors cette mesure n'est peut-être pas nécessaire.

MARK CARVELL :                Très bien, mais ceci dépend de la collecte de données, mais on reconnaît cet effet dissuasif qui a un impact.

Très bien. On va passer la parole aux participants. Au fond de la salle.

JAIFA MEZHER :                Bonjour. Je m'appelle Jaifa, de Colombie et j'ai une question. Quels sont les mécanismes de règlement de litiges les plus utilisés ?

---

GREG RAFERT : C'est une bonne question. Je n'ai pas les chiffres exacts mais pour ce qui est l'UDRP contre l'URS, le deuxième mécanisme est utilisé davantage. Bien sûr il y a des composantes associées. Je crois que cette information est contenue dans le rapport et, en tout cas, je peux vous la faire parvenir.

MARK CARVELL : Je voudrais ajouter qu'il y a une PDP de la GNSO sur les mécanismes de protection des droits. Le groupe de travail est chargé de la question. Ce groupe a déjà une charte et il s'occupe de toutes les questions relatives à des mécanismes de protection des droits. Le mécanisme uniforme de suspension rapide, l'IRS, et la politique uniforme de règlement de litiges.

GREG RAFERT : Oui, j'ai le rapport ici et si nous regardons l'UDRP et l'URS, nous voyons qu'il y a plus d'activité dans l'UDRP selon les données de 2014-2015. Il y a 17 000 conflits en UDRP, et à peine 500 pour l'URS.

MARK CARVELL : Allez-y, Kavouss, s'il vous plaît.

---

IRAN : Bonjour. Merci, Tom, des documents que vous nous avez présentés. Merci, Mark, pour ces informations que vous nous avez données.

Je vois indiqué que cette information sera incorporée au processus du PDP et je vois qu'il y a une étude entre les dix PDP, à savoir le RPM. Alors comment ceci sera incorporé? J'ai participé au groupe correspondant et le président, ou l'un des co-présidents, a présenté des documents textuels, mot-à-mot.

Aussi, on demande des commentaires, et bien, en premier lieu, il faudrait donner des informations supplémentaires, et deuxièmement, répondre à ces commentaires. Normalement, il y en a parce que le groupe est très actif.

J'ai oublié de mentionner que vous avez donné pas mal de statistiques. Il y a des informations formelles qui les justifient. 94%, 3%, etc. C'est-à-dire qu'on pourrait peut-être le consulter au niveau du PDP. Qui va défendre ces apports? Qui va participer? Et le GAC a besoin de participer activement à ce PDP.

Merci.

MARK CARVELL : Merci, l'Iran. Moi, je me porte candidat pour faire partie du groupe de travail, je le ferai dès que possible.



---

GREG RAFERT : Pour ce qui est des statistiques que nous avons utilisées dans cette présentation, elles sont issues du rapport. Si vous voulez des informations supplémentaires, et bien ce niveau de détails, vous pourrez le trouver dans le rapport, si vous le souhaitez.

MARK CARVELL : Merci, Greg. Je crois que quelqu'un demandait la parole. Allez-y, s'il vous plaît.

PALESTINE: [Eng Alan Salahaden, représentant de la Palestine.]

Il y a tellement de marques commerciales reconnues à l'échelle mondiale. Nous travaillons ici pour protéger ces marques commerciales ou bien pour protéger seulement les principales marques commerciales ? Si l'on suppose qu'il y a des sociétés qui ont un nom prestigieux et qui n'ont pas réservé ce nom, ou bien n'ont pas acheté ce nom, cela veut dire que cette société va pouvoir maintenir son nom. D'autre part, certains pays peuvent utiliser de grands noms dans différents secteurs, comme dans les pays, par exemple, comment pourrait-on aborder ce problème ?

---

GREG RAFERT : Je vais répondre. Ceci n'a pas été abordé dans cette révision en particulier. Nous avons décidé de ne pas faire de commentaires sur les marques commerciales qui sont permises ou pas dans le centre d'échange d'informations sur les marques. C'est une question intéressante que la communauté voudra sans doute débattre.

MARK CARVELL : Merci, Greg. Je vais demander aux collègues de l'Inde de me donner deux minutes de plus. Les États-Unis et puis l'OMPI. Et je m'excuse pour ceux qui ont demandé la parole.

ÉTATS-UNIS : Merci pour la présentation. Nous savons qu'il y a des données à analyser encore. On a vu les tarifs des enregistrements, de la période pré-enregistrement, on a vu les prix. Sont-ils des facteurs dissuasifs ?

GREG RAFERT : Bonne question. On n'a pas pu le faire dans cette version préliminaire, mais sur la base des commentaires reçus, c'est ce que l'on va faire et nous allons inclure la raison pour laquelle certaines marques commerciales de ne pas participer à la période d'enregistrement prioritaire.



---

Nous allons clôturer cette séance. Il y a beaucoup de questions très intéressantes qui sont apparues, comme par exemple les mécanismes de protection de droits et la portée correspondante. Sans doute les collègues vont y réfléchir.

Ils vont repenser la séance d'aujourd'hui et, sans doute, nous allons continuer nos interactions au sein du GAC sur cette révision et sur les mécanismes de protection des droits.

Merci, Greg. Merci, Eleeza, pour votre participation. Je crois qu'on a beaucoup de travail à faire.

Merci à ceux qui ont posé des questions aussi.

Je passe la parole à Thomas.

THOMAS SCHNEIDER : Merci, Mark, d'avoir dirigé la séance.

**[FIN DE LA TRANSCRIPTION]**