

aux candidats : à quoi ressemble le succès ?

ICANN70 | Forum virtuel de la communauté - Séance de l'équipe de direction d'At-Large 3 : Soutien aux candidats : à quoi ressemble le succès ?
Mercredi 24 mars 2021 – 10h30 à 12h00 EST

YEŞİM NAZLAR :

Bonjour et bienvenue à la séance d'At-Large de politiques sur le soutien des candidats. Je suis Yeşim Nazlar et je m'occuperai de la participation à distance pendant cette séance. Veuillez noter que cette séance sera enregistrée et qu'elle est régie par les normes de conduite requises par l'ICANN.

Pendant cette séance, les questions ou les commentaires seront lus uniquement s'ils sont soumis dans la fenêtre Questions et réponses. Je les lirai pendant la période que le président ou le modérateur de la séance m'indiquera.

Le service d'interprétation simultanée pour cette séance inclut le français, l'espagnol et l'anglais. Cliquez sur l'icône d'interprétation sur Zoom et sélectionnez la langue de votre choix.

Si vous souhaitez prendre la parole, levez la main sur Zoom. Lorsque vous serez appelé par votre nom, notre équipe technique vous permettra d'activer votre micro.

Avant de parler, assurez-vous d'avoir bien choisi la langue dans laquelle vous allez parler dans le menu d'interprétation. Dites votre

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.

aux candidats : à quoi ressemble le succès ?

nom et la langue dans laquelle vous parlerez si ce n'est pas l'anglais. Au moment de parler, assurez-vous de mettre sur muet tous les autres dispositifs et les notifications. Parlez clairement et à un rythme raisonnable pour permettre une interprétation exacte de vos propos.

Je vais maintenant donner la parole à Jonathan Zuck. Jonathan, vous avez la parole.

JONATHAN ZUCK :

Merci Yeşim.

Je suis vice-président du groupe de politiques pour l'ALAC et l'At-Large.

Nous sommes ici aujourd'hui pour parler du programme de soutien aux candidats. Et pour ceux qui ne savent pas de quoi il s'agit, il s'agit d'un programme qui a été mis en place pour assister et aider les candidats des régions du monde entier pour participer à la troisième série des chaînes de gTLD. Donc ici, je voulais vous expliquer un petit peu ce qui se passe, quelle est la situation actuelle. Mais je dois dire que j'ai une vision un peu personnelle des choses.

Je me souviens parfaitement, lorsque j'ai travaillé avec National Geographic, je parlais avec un photographe et je pensais qu'il était nécessaire de décrire le processus par lequel chaque photographe faisait son travail. Nous étions sur un bateau, il y avait des pingouins. Bien sûr, le photographe m'a arrêté et m'a dit : « Ce n'est pas nécessaire. » Donc pour un moi, un des défis que j'avais comme

aux candidats : à quoi ressemble le succès ?

photographe, c'était d'expliquer mon travail, de le justifier, et c'est un petit peu le défi que nous avons ici aujourd'hui. On est tellement centrés sur le processus, qui a critiqué, qui a raison, un petit peu l'ensemble du travail que nous faisons. Donc j'espère que dans cette séance, nous allons pouvoir avancer un petit peu dans cette approche et essayer de voir un petit peu ce qui pourrait être accompli pour ce nouveau programme de soutien aux candidats. En tenant compte de tout cela, je vais vous parler du soutien aux candidats et de ce qui devrait être le succès futur.

Je vais commencer par un petit calendrier de ce qui a eu lieu auparavant pour vous montrer un petit peu l'histoire. En 2012, voilà la situation telle qu'elle était au niveau des opérateurs de registre qui existaient dans le monde entier. Ensuite, il y a eu une résolution du Conseil d'Administration, qui a décidé qu'il fallait mettre en place une approche durable pour fournir un soutien aux candidats et tenant compte d'une assistance pour se présenter et opérer de nouveaux gTLD. C'était le soutien du candidat.

Ce soutien du candidat a été formé et le seul soutien qui était disponible à l'origine était un soutien pour la candidature avec une fondation qui a été créée. L'objectif était d'offrir une réduction sur la candidature. Ce n'était pas vraiment un soutien et il y avait une différence entre ceux qui avaient besoin d'un soutien et ceux qui fournissaient une assistance bénévole.

Et les objectifs ici étaient les communautés indigènes, les communautés linguistiques, les régions mal desservies. Il y en avait

aux candidats : à quoi ressemble le succès ?

trois principalement pour ce type de soutien aux candidats : donc les pays en voie de développement, les régions qui étaient placées dans des endroits qui étaient mal desservis, et finalement les îles de l'océan qui étaient de nouveau mal desservies.

Et un processus d'évaluation a été mis en place pour pouvoir se présenter, se porter candidat pour obtenir ces fonds. Et si on ne parvenait pas à être accepté dans ce processus, on n'avait pas droit à ce soutien. C'était très difficile de participer à ce programme par conséquent.

À l'époque, l'ALAC a donné son avis sur le programme, l'ALAC a dit qu'il n'y avait pas assez de soutien opérationnel pour les nouveaux candidats, que la cible était beaucoup trop large pour pouvoir satisfaire aux exigences. Le GAC a fait les mêmes commentaires à l'époque.

Par conséquent, si on regarde la série de 2012, voilà à quoi ressemblait la carte mondiale. Et si on regarde après cette série de 2012, on voit que beaucoup d'opérateurs de registre dans le monde entier ont commencé à travailler. Donc vous voyez qu'il y a différents objectifs, le fait d'avoir davantage de concurrence, le choix du consommateur. L'objectif a été atteint. Mais si on regarde les régions qui étaient ciblées par ce programme de soutien aux candidats, on se rend compte que les résultats ne sont pas satisfaisants. Ces régions ciblées par le programme n'ont pas obtenu les résultats attendus.

aux candidats : à quoi ressemble le succès ?

J'appartenais au CCTRT, l'équipe de révision sur la concurrence, le choix et la confiance des consommateurs, et on a aussi testé le programme de soutien aux candidats et on a considéré le programme comme un échec, principalement parce qu'il y avait une série d'objectifs qui étaient de faciliter le travail du candidat, donc il fallait faire cela et cela n'avait pas été fait et il n'y avait pas suffisamment d'opérateurs de registre dans certaines régions. On a fait des analyses et on a constaté qu'il y avait des systèmes d'aide opérationnelle qui étaient nécessaires pour présenter ces candidats. On a constaté que tout cela n'était pas suffisamment indiqué, on n'avait pas des buts clairement indiqués, que cela manquait aussi dans ce programme.

Par conséquent, voilà de nouveau le monde tel qu'il est aujourd'hui en ce qui concerne les candidatures. Et maintenant, on essaie, on souhaiterait corriger tout cela. Donc je vous ai donné un petit aperçu de ce que le programme a été à travers les années avec les recommandations du groupe de travail sur les procédures ultérieures qui proposait d'augmenter la proposition d'aide pour les autres coûts de la candidature, étendre cela à toutes les régions, retirer les exigences qui n'étaient pas nécessaires. Il y a encore un soutien. Le soutien concerne par exemple les frais légaux, les frais juridiques et autres. Et les détails attendent encore la mise en œuvre.

En même temps, le groupe de travail a dit que les objectifs de haut niveau et les besoins d'éligibilité pour le programme de soutien aux candidats restent appropriés et que par conséquent, il fallait que l'équipe de mise en œuvre améliore tout cela. Et ce que nous essayons

aux candidats : à quoi ressemble le succès ?

de faire dans cette conversation, c'est de voir un petit peu comment nous devons avancer.

Certains des indicateurs que nous proposons sont par exemple le nombre d'événements de sensibilisation et de communication, de suivi qui ont été faits, le niveau de sensibilisation concernant le programme de nouveaux gTLD et autres, l'assistance bénévole, le nombre de candidats qui ont été approuvés, le nombre de titulaires de nom de domaine dans les TLD régionaux, le nombre de nouveaux gTLD régionaux, ce type de choses, donc les gTLD qui ont été lancés. Ces différents indicateurs que nous proposons ici sont des indicateurs qui n'ont pas d'objectifs associés.

Donc nous, ce que nous voudrions faire ici, c'est de lancer cette conversation, d'essayer de voir si nous pouvons mettre en place un débat pour définir des objectifs pour ce programme de soutien aux candidats dans les prochaines séries puisque dans les prochaines séries, nous voulons exprimer ces objectifs et nous espérons que cela nous permettra de financer ce programme de manière appropriée de façon à ce que la nouvelle équipe de révision du CCT puisse avoir de meilleurs résultats.

Je vous présente ici les intervenants d'aujourd'hui : Christa Taylor, Dave Kissoondoyal, Andrew Mack et Edmon Chung, qui vont prendre la parole. Nous allons tout de suite donner la parole à Hadia qui va modérer cette séance. Hadia, vous avez la parole.

aux candidats : à quoi ressemble le succès ?

HADIA ELMINIAMI :

Merci Jonathan.

Comme vous l'avez dit, ce programme de soutien aux candidats pendant la première série a été considéré comme un échec. Cependant, je dirai à nouveau, quel était l'échec ? Quand vous parlez d'échec, de quoi vous parlez ? Est-ce que c'était parce qu'on n'avait pas de candidatures qui avaient été réussies ? Est-ce que c'est cela, l'échec ?

Je pense que la première chose à laquelle nous devons réfléchir, c'est de quoi nous parlons quand nous parlons d'un échec ou d'une réussite de ce programme de soutien aux candidats. Une fois que nous aurons défini tout cela, nous devrions, comme Jonathan vient de le dire, essayer de fixer des cibles, des indicateurs qui nous aideraient dans notre travail. Et ces indicateurs nous permettraient de savoir si on est sur le bon chemin, si on fait les choses correctement plutôt que d'être surpris par la suite par un échec.

Donc je pense que ce sont les deux choses sur lesquelles nous devrions nous focaliser. D'un côté, quel serait le succès de ce programme ? Est-ce qu'il s'agit de candidatures réussies ? Qu'est-ce que cela nous permettra dans ce sens ? Puis de savoir quels sont nos cibles, nos objectifs et les indicateurs de ce sens, puis quelles sont les choses qui nous permettent de mesurer tout cela.

Dans la prochaine partie de notre séance d'aujourd'hui, notre première intervenante sera Becky Burr. C'est une membre du Conseil d'Administration. Ensuite, nous donnerons la parole à Edmon Chung,

aux candidats : à quoi ressemble le succès ?

ensuite à Dave Kissoondoyal qui est membre de l'ALAC et d'AFRALO. Et ensuite, nous donnerons la parole à Andrew Mack qui est membre du Global Consulting et Christa Taylor qui est fondatrice et PDG d'une organisation.

Par conséquent, sans perdre plus de temps, je donne la parole à notre première intervenante. Et nous leur posons la première question. La question est la suivante : quels devraient être les objectifs de notre programme ? On va peut-être commencer avec Becky. Becky, est-ce que vous voulez intervenir ?

BECKY BURR :

Merci.

Bienvenue à tous et merci Hadia et Jonathan de m'avoir invitée à participer à cette réunion.

Le programme de soutien aux candidats et les caractéristiques de la proposition des procédures ultérieures de nouveaux gTLD sont très intéressantes puisque le groupe de travail des procédures ultérieures a dit que l'objectif est de soutenir l'expansion de l'espace des noms de domaine, y compris et en particulier la concurrence et l'innovation dans des domaines où les charges financières qui y sont associées pourraient constituer des entraves. Donc on a tous été témoins lors de la série de [2017] des milliers de nouveaux gTLD être mis en ligne et on veut s'assurer que cet espace soit disponible pour l'expansion, l'innovation et la concurrence à un niveau international et non pas simplement dans des zones où par exemple on a déjà énormément

aux candidats : à quoi ressemble le succès ?

d'opérateurs de registre et de registres qui sont situés. Donc soutenir les noms de domaine de premier niveau IDN, c'est aussi un objectif. Donc il faut s'assurer qu'on a des outils à disposition de tous.

INTERPRÈTE : Nous nous excusons, il y a une interférence sur la ligne.

HADIA ELMINIAWI : Alors, à quoi ressemble la réussite de ce programme ? Est-ce que c'est le nombre de candidatures réussies ? Est-ce que c'est la seule mesure qu'on pourrait utiliser pour mesurer la réussite du programme ?

BECKY BURR : Non, je ne pense pas. Malheureusement, nous n'avons pas d'idées claires par rapport au fait de savoir pourquoi il n'y a pas eu plus de candidatures lors de la dernière série. Est-ce que cela a été dû au fait que l'aide était limitée à certains types de candidats ? Est-ce qu'il y avait besoin de plus d'assistance pro bono ? Ou est-ce qu'il s'agissait de voir la viabilité financière d'un gTLD sujet aux frais de transaction de l'ICANN ? Voilà autant de questions qui restent entières ; on n'y a pas apporté de réponse encore.

Donc je pense qu'il est important, comme Jonathan l'a dit et comme le PDP SubPro l'a dit, on a besoin de mesures, d'indicateurs. Et on a besoin de définir la réussite de manière plus large et non pas simplement en fonction du nombre de candidatures réussies.

aux candidats : à quoi ressemble le succès ?

J'ai aimé cette idée de mesures que Jonathan vient de présenter. Je pense que la plupart de ces mesures, de ces indicateurs sont importants et cela va nous aider à voir si on est efficaces pour fournir un soutien au-delà de simples fonds pour ceux qui ont une idée assez claire par rapport à ce qu'ils veulent amener sur le marché ou à la communauté de manière non commerciale et ils ont besoin pour ce faire d'une petite aide, d'un petit coup de pouce.

HADIA ELMINIAWI :

Merci.

Comme Jonathan nous l'a montré dans sa présentation, le programme des nouveaux gTLD a réussi à ouvrir de nouvelles opportunités. Et l'innovation, l'internationalisation en sont des exemples. Ma question est la suivante : est-ce que ces opportunités étaient vraiment inclusives ? Et est-ce que les candidats n'avaient pas suffisamment de moyens financiers ou d'autres moyens leur manquaient et n'ont donc pas eu l'opportunité nécessaire pour être là ? Voilà, il s'agit en fait d'avoir un autre point de vue sur la question parce que ce processus doit être un processus inclusif. Quelle est votre opinion à cet égard ?

BECKY BURR :

Écoutez, je pense que le problème, c'est que nous n'avons pas de données de la série de 2012 pour répondre à bon nombre de questions que vous venez de poser. Donc je pense qu'il faut imaginer – en tout cas, c'est ce que je m'efforce de faire – qu'il y a eu des gens qui avaient

aux candidats : à quoi ressemble le succès ?

de bonnes idées lors de la série de 2012, qui n'ont pas eu le sentiment qu'ils ont eu à disposition toute la vaste palette de ressources pour amener de nouveaux gTLD sur le marché.

Et pour répondre à votre question, il ne s'agit pas simplement d'un coût financier, du coût de la candidature, mais je parle plus là d'expertise de pouvoir monter le dossiers de candidature, tout ce qui concerne la protection de droits de propriété intellectuelle et tout ce que cela implique pour se lancer sur le marché et amener ses compétences techniques, ses compétences commerciales sur le marché.

Pour ma part, je pense qu'il y a eu des gens qui avaient de bonnes idées mais pour une raison ou pour une autre, ils n'ont pas eu le sentiment qu'ils avaient suffisamment de soutien vis-à-vis de ces très bonnes idées.

HADIA ELMINIAWI :

Et à votre avis, est-ce que la sensibilisation et la communication ont été suffisantes à ce niveau-là ? Et est-ce que vous pensez que cela a été suffisant ?

BECKY BURR :

Écoutez, je dois vous avouer que je ne suis pas très au courant des efforts de sensibilisation. Je vois que sur le chat, il y a des échanges à ce sujet. J'aurais tendance à dire que les efforts de sensibilisation pourraient être accrus. Bien entendu, la sensibilisation par rapport à

aux candidats : à quoi ressemble le succès ?

l'ICANN en soi a augmenté et toutes les activités autour des RALO et autres ont également beaucoup augmenté depuis 2012. Maintenant, c'est différent par rapport au passé. Mais en fin de compte, c'est difficile d'imaginer qu'on pourrait mieux faire en termes de sensibilisation.

HADIA ELMINIAMI :

Merci Becky.

Dernière chose. Vous avez vu les mesures que vient de présenter Jonathan. Et pour avancer, je pense qu'on a besoin d'objectifs. N'est-ce pas ? On a besoin de savoir qu'on est sur la bonne voie. On ne veut pas se retrouver dans une situation où on ne pourrait pas se mesurer. On a besoin de trouver la voie du succès et cette voie doit être semée de jalons pour être sûrs qu'on atteigne chacun de ces jalons et qu'on va dans la bonne direction. Tout cela pour dire, à quoi ressemblent ces jalons pour vous ?

BECKY BURR :

Je pense que le premier jalon consiste à créer un groupe qui va se réunir pour élaborer un plan de communication, un plan de communication qui devrait prendre dûment en considération les régions et les différents types de lieux, de forums, d'espaces d'où vous voulez que ces messages soient envoyés, ensuite de réunir toutes les informations par rapport à cela.

aux candidats : à quoi ressemble le succès ?

Donc je pense que ce plan de communication lui-même devrait contenir des objectifs et ensuite, on devrait travailler sur l'ouverture de la fenêtre de candidatures pour savoir à qui vous allez vous adresser, avec quelle fréquence, en quelles capacités et travailler autour de ce plan de communication. Et je pense qu'il est important de souligner que, bien entendu, l'ICANN a une infrastructure autour de la communication qui est bien plus étoffée qu'en 2012. L'ICANN a une expertise à ce niveau-là bien plus étoffée qu'en 2012 et cela peut nous aider.

HADIA ELMINIAWI :

Oui. Göran qui dit sur le chat que la prochaine série pourrait être une opportunité pour les jeunes et les gens qui ne parlent pas anglais.

BECKY BURR :

Oui. Je pense que Göran a tout à fait raison. L'un des objectifs les plus importants pour la communauté par rapport à ce programme de soutien aux candidats, c'est précisément l'acceptation universelle, la capacité d'avoir des IDN pour les communautés culturelles du monde entier. Donc je ne saurais pas vous dire de quelles mesures il s'agit précisément mais en tout cas, ce qui me vient à l'esprit, ce sont les IDN et les communautés culturelles de par le monde. Cela devrait être notre principale source d'attention.

HADIA ELMINIAWI :

Merci beaucoup Becky.

aux candidats : à quoi ressemble le succès ?

Je vais maintenant de tourner vers Edmon. Est-ce qu'Edmon est avec nous ? Vous êtes là ?

EDMON CHUNG : Oui, je suis là. Est-ce que vous m'entendez bien ?

HADIA ELMINIAMI : Oui, tout à fait, merci.

Vous avez été l'un des... En tout ca, .kids a été l'un des candidats qui a réussi. Donc j'aimerais vous poser la question suivante : qu'avez-vous pensé du processus de candidature en lui-même ? Qu'avez-vous considéré comme étant les points forts, les points faibles, les difficultés ? Et qu'est-ce qu'on pourrait faire pour améliorer les choses d'après vous ?

EDMON CHUNG : Merci Hadia et merci de m'avoir invité à ce panel. Et je vais partager avec grand plaisir mon expérience avec vous en essayant d'encourager les candidats à présenter leur candidature pour la prochaine série.

Je pense que l'un des principaux défis que Jonathan a peut-être omis de mentionner, c'est que nous avons soutenu la candidature de .kids pendant tout le processus, on continue de le faire et on attend que l'ICANN accède à un contrat d'accord depuis quelques mois maintenant. Mais ce qui m'a semblé intéressant lorsque j'ai aidé à

aux candidats : à quoi ressemble le succès ?

examiner cette candidature, c'est qu'il y a une composante où le candidat doit être suffisamment désespéré ou suffisamment pauvre pour mériter un soutien. Et d'un autre côté, il faut avoir suffisamment de ressources pour pouvoir gérer un TLD.

Je comprends bien la raison d'être de cela et je comprends bien aussi qu'il est très important qu'il y ait des ressources pour gérer et faire fonctionner un TLD. Toutefois, cette formule implique qu'en fin de compte, il va falloir avoir une compréhension très approfondie ou une relation très développée avec ce candidat.

Et si vous regardez les trois candidatures qui ont requis un soutien aux candidats, vous verrez qu'il s'agit de participants de longue date à l'ICANN et vous devez certainement avoir des informations plus précises en votre possession. Et cela, c'est un problème récurrent parce que ce processus a été conçu tellement bien qu'on voulait s'assurer de l'aspect sécurité, stabilité, de tous ces éléments, mais on a perdu de vue la partie la plus importante, à savoir introduire de nouveaux acteurs et les aider à entrer dans cet espace.

Donc je sais que Jonathan a dit qu'il ne faut pas trop regarder vers le passé. Si vous le permettez, je donnerais une dernière indication par rapport au passé et ensuite, je me tournerai vers l'avenir.

Jonathan a dit que le Conseil d'Administration a élaboré une résolution et que le programme de soutien conjoint des candidats a élaboré autre chose. En fait, le groupe de travail sur le soutien aux candidats conjoint était un effort conjoint de la GNSO et de l'ALAC. La

aux candidats : à quoi ressemble le succès ?

GNSO a pris un certain temps, s'est retiré. Et d'ailleurs j'étais au conseil à l'époque. La GNSO a dit : « Non, on ne veut plus entendre parler de ce programme de soutien aux candidats. »

Et je me souviens qu'Avri était à la tête de ces efforts et elle a dit : « Est-ce qu'on veut vraiment se retirer ? » Et moi, je siégeais là au conseil lors d'une réunion ouverte et j'ai dit : « Vous savez, simplement parce que la GNSO ne veut pas poursuivre, l'ALAC pourrait prendre la balle au vent et poursuivre ces efforts. » Cela a été mon expérience. Et c'est ce qu'a fait l'ALAC, elle a pris la balle au vent et elle a poursuivi ces efforts. Et ensuite, le GAC s'est impliqué, puis le Conseil d'Administration et enfin, le programme de soutien aux candidats a été mis en place.

Donc maintenant, si je me tourne vers l'avenir, je pense que l'ALAC a réellement un rôle important à jouer pour continuer à avancer. Et l'une des choses qui est très importante d'après moi, c'est que maintenant, avec les politiques du SubPro en place, la partie mise en œuvre, c'est celle qui implique les détails qui sont réellement importants. Et d'ailleurs, je salue certaines directives directrices très claires pour soutenir les nouveaux candidats parce que je pense qu'il doit y avoir des dispositions par rapport au soutien d'opérations en cours afin que l'on puisse attirer de nouveaux acteurs par l'intermédiaire de ce programme, que ce soit pour être à la disposition de nationalités différentes comme Göran l'a dit, comme pour attirer de nouveaux venus qui souhaitent consacrer des efforts pour gérer un TLD. Pendant la dernière série, on a eu un mécanisme d'évaluation

aux candidats : à quoi ressemble le succès ?

mais avec quelque chose qui était mutuellement exclusif. On a considéré tout cela.

Et la dernière chose qui me paraît importante ici à dire, c'est qu'il y a eu ce que l'on a appelé à l'époque le panel de révision du soutien à la candidature qui visait à évaluer si le candidat recevait un soutien ou pas. Et je pense qu'ici, ce système doit être conservé. Il est très important parce que si on compare cela au panel d'évaluation de la communauté qui évalue si un candidat représentait une communauté ou pas, ce type de chose inclut les membres de la communauté. Si on compare cela au CEP qui n'inclut pas les membres de la communauté de l'ICANN, le SARP permet au panel de mieux comprendre ce qui était derrière toutes ces directives et les politiques de l'ICANN. L'unité économique était très professionnelle, mais ils n'avaient pas ce sentiment de la part de la communauté. Ils ne pouvaient pas interagir non plus avec les candidats. Et cela était un problème.

Donc je pense qu'en créant ce processus de mise en œuvre, on doit considérer le panel qui est créé pour valider ces candidatures. Et il nous faut aussi introduire un élément dans lequel la communauté de l'ICANN puisse intervenir parce qu'on a une évaluation de la priorité communautaire qui est une erreur à mon avis, parce que si l'on regarde dans le passé le processus utilisé, on constate qu'avec ce panel de soutien à la candidature et de révision de la candidature, on peut faire une évaluation et savoir comment ce processus d'élaboration de politiques a fonctionné. L'évaluation prioritaire de la communauté n'était pas utile dans ce sens.

aux candidats : à quoi ressemble le succès ?

HADIA ELMINIAWI :

Merci Edmon.

Je voudrais maintenant donner la parole à Jonathan Zuck. Jonathan, allez-y.

JONATHAN ZUCK :

Merci Hadia.

Je voulais juste ajouter quelque chose. Je pense que ce sont des informations de grande importance. Mais à propos du programme de soutien aux candidats, j'ai travaillé dessus depuis huit ans. Vous avez présenté les mêmes informations au groupe sur les procédures ultérieures. Ici, de nouveau, on parle de la façon dont on pourrait reconcevoir ce programme, mais on n'a toujours pas d'objectifs pour le programme. Et je pense qu'il faudrait savoir si ce succès serait une candidature réussie avec une chaîne allouée – ce serait un programme – et si les indicateurs sont seulement davantage de personnes qui connaissent le programme de nouveaux gTLD ou le programme de gTLD, davantage de personnes qui se portent candidats ; c'est une autre conception.

Donc je crains ici qu'on soit en train de commencer déjà à se plonger dans la façon dont on pourrait reconcevoir ce programme en laissant de côté la partie de l'évaluation concernant la conception du programme et le financement qui pourrait être nécessaire pour mettre en œuvre tout cela. Je pense qu'il faudrait plutôt essayer de

aux candidats : à quoi ressemble le succès ?

commencer cette conversation ; ensuite, on regardera les erreurs concernant la conception.

HADIA ELMINIAWI :

Oui, je suis tout à fait d'accord avec vous. L'important ici quand on réfléchit à tout cela, le premier point serait, au lieu de dire : « Cela, c'est une erreur, cela, c'est un succès », je pense que notre objectif est très important. Donc nous devons établir ces objectifs pour nous pour mieux savoir si nous sommes sur la bonne voie.

Par exemple, Edmon, si vous dites que l'objectif est la sensibilisation, comment est-ce qu'on dit « OK, on a bien fait cela. OK, on va faire davantage dans ce domaine. » si par exemple vous choisissez la diversité ou les indicateurs comme objectifs ? Comment est-ce qu'on évalue cela ? Comment est-ce que l'on dit : « Oui, OK, on en a fait suffisamment dans ce sens » ou bien : « non, nous devons en faire davantage dans ce sens » ? Donc il nous faut définir ces objectifs. Ensuite, la deuxième chose que nous devons faire, c'est essayer de voir comment nous pouvons évaluer ces objectifs et la façon dont ils ont été atteints.

Edmon, allez-y.

EDMON CHUNG :

Ce sont des très bonnes questions, mais des questions très difficiles aussi. Je dirais que même si vous demandez à une multinationale quel type de publicité ils veulent faire, elle aura du mal à vous répondre.

aux candidats : à quoi ressemble le succès ?

C'est difficile de mesurer aussi le travail qu'on fait dans ce domaine parce que, que l'on mette en place le programme et que l'on décide ensuite si le programme a été un succès ou un échec, cela va dépendre du nombre de candidatures qui sont arrivées et du nombre de résultats que nous avons eus suite à ces candidatures.

Donc je pense qu'il y a deux points ici importants. Le premier, ce serait la sensibilisation réelle qui est faite parce qu'on n'a pas eu vraiment le temps d'évaluer tout cela puisque ce processus de candidature était déjà en marche. Le programme de soutien aux candidats a été mis en place et ensuite, au moment où il a été mis en place, il y a eu seulement quelques mois pour faire de la sensibilisation. Je dirais que le temps consacré est important, mais on doit surtout se focaliser... Parce que je suis d'accord avec Jonathan : il nous faut regarder vers le futur. Mais des fois, il faut regarder aussi en arrière pour mieux comprendre le futur qui nous attend.

Et je pense également que les IDN sont très importants. Différents IDN et les domaines de premier niveau avec des IDN vont être nécessaires. On va avoir besoin de ce type de soutien pour ces IDN. Mais je pense aussi qu'il ne s'agit pas vraiment autant d'une question de régions, mais de candidats qui aient de bonnes idées, qui aient envie de participer. Parce qu'à mon avis, c'est sur ce point-là qu'on doit se focaliser. Les régions faiblement desservies, d'accord, mais les personnes qui ont de bonnes idées, qui peuvent offrir une bonne gestion des TLD, offrir ses ressources aux TLD, c'est cela qui est important.

aux candidats : à quoi ressemble le succès ?

Finalement, je dirais qu'une partie des mesures doivent être faites. Comme je l'ai déjà dit, finalement, nous ne savons pas jamais très bien si une campagne de publicité a eu de bons résultats, si les clients ont été convaincus par cette campagne. Mais je dirais que la meilleure manière d'évaluer le résultat d'une série de nouveaux gTLD, c'est de voir le nombre de candidats qui ont réussi à entrer. À ce moment-là, on pourra juger la conception. Il faut voir aussi si ces candidats avaient envie de se lancer et de se porter candidats.

HADIA ELMINIAWI :

Peut-être que le nombre de candidatures reçues et le nombre de candidatures réussies, c'est une bonne manière d'évaluer tout cela. Mais je pense que ce n'est peut-être suffisant pour savoir si le programme a été une réussite ou pas. C'est juste une opinion.

Maintenant, je vais donner la parole à Dave qui a une présentation à nous faire. Et à nouveau, je dirais que nous voulons non seulement définir les objectifs et les indicateurs, mais aussi savoir que ces indicateurs et ces cibles vont nous aider à savoir si nous avançons dans la bonne direction. Nous ne voulons pas finalement à la fin dire : « Cela n'a pas marché. » Non, on ne veut pas avoir ce type de mauvaise surprise. On a besoin d'indicateurs et c'est un des principaux objectifs de notre réunion aujourd'hui, définir le succès et définir nos indicateurs. Dave, allez-y. Dave, on ne vous entend pas.

DAVE KISSOONDOYAL :

Excusez-moi, j'étais en muet.

aux candidats : à quoi ressemble le succès ?

Hadia, merci beaucoup de m'avoir donné la parole. Je dirais que la première série de nouveaux gTLD de 2012 a essayé d'aborder l'impact concernant le prix de la candidature. L'objectif était d'aider les candidats à se présenter pour ces nouveaux gTLD et cet objectif reste le même aujourd'hui et il est un des plus importants pour nous tous. Bien sûr, il y a d'autres objectifs, comme par exemple d'augmenter le nombre de candidatures, augmenter le nombre de TLD, mais nous avons besoin de trouver des indicateurs comme cela a déjà été dit par les intervenants précédents. Et cela a été indiqué aussi dans le rapport des procédures ultérieures.

S'il vous plaît, passons à la prochaine diapositive. Je ne vais pas vous commenter cette diapositive parce que Jonathan en a déjà parlé, donc je vais passer à la diapositive suivante s'il vous plaît.

HADIA ELMINIAMI :

Dave, excusez-moi de vous interrompre, plutôt que d'avoir une présentation formelle comme cela où vous nous présenteriez toutes les diapositives, est-ce qu'on pourrait plutôt avoir un échange interactif ?

DAVE KISSOONDOYAL :

Attendez, je vais essayer de répondre aux questions que vous avez posées précédemment.

Nous avons une série d'indicateurs pour nous aider à mesurer la réussite du programme. Toutefois, si nous avons un programme mais

aux candidats : à quoi ressemble le succès ?

que nous n'avons pas des candidats qui aient le sentiment d'avoir réellement réussi, alors cela n'a aucun sens.

Dans le cas du dernier programme où nous avons réussi à garantir 14 candidats, seuls trois ont réussi et aucun n'a obtenu de soutien. Donc c'est important d'avoir des indicateurs si on obtient un financement supplémentaire de la part de l'ICANN.

Donc dans le cadre de ce programme, nous devons avoir un soutien pour 25 candidats par exemple – je vous le donne comme exemple. Et par rapport aux indicateurs, je vous le disais, sur ces 25 candidats, notre taux de réussite doit être de 60, 70 ou 80 %. Donc ces indicateurs doivent être clairement définis, fixés. Et ensuite, nous avons vu qu'il n'y a pas eu de nouvelles lignes directrices politiques. Et nous avons travaillé sur ce programme de soutien mais il n'y a pas eu de nouvelles mises à jour, à l'exception du rapport des politiques ultérieures par rapport au programme de soutien aux candidats. Mais il n'y a pas eu réellement de lignes directrices politiques qui pourraient s'appliquer spécifiquement à ce programme de soutien aux candidats.

Ensuite...

HADIA ELMINIAWI :

Excusez-moi Dave, je vous interromps de nouveau. L'un des objectifs que vous avez évoqué pour mesurer la réussite du programme, c'est le nombre de candidatures reçues. Donc vous dites que pour que ce programme soit réussi, on a besoin de recevoir au moins 25 candidatures. C'est l'exemple que vous avez donné, n'est-ce pas ?

aux candidats : à quoi ressemble le succès ?

Alors, cela est un indicateur pour le programme lui-même. Mais maintenant, je vous pose la question et je ne vais pas remettre cela en question, mais je vais plutôt vous poser la question : comment pouvons-nous être sûrs que cela va nous amener aux résultats recherchés ? En d'autres termes, quelles sont nos références ou les étapes qu'il faudrait franchir pour s'assurer qu'on va dans la bonne direction et qu'on va pouvoir atteindre cet objectif des 25 candidatures ? Parce qu'on ne voudrait pas à la fin du programme dire : « Non, malheureusement, on n'a reçu que tant de candidatures. » Comment s'assurer qu'on est sur la bonne voie ?

DAVE KISSOONDOYAL :

La communication est très importante. On a besoin d'avoir une stratégie de communication très claire. Pour ce faire, on a besoin de faire du travail de sensibilisation. Et on a besoin également de couvrir les zones, les communautés faiblement desservies. Donc tout cela doit être très bien ciblé pour garantir la réussite du programme.

On doit également clairement définir la chose suivante. Voilà, on a tel objectif. L'objectif, c'est d'avoir 15 candidats. Alors comment allons-nous atteindre cet objectif ? On a besoin de définir des indicateurs : communication, sensibilisation. Donc j'insiste, on a besoin d'un programme avec une communication très bien défini.

HADIA ELMINIAMI :

Alors, je pourrais vous dire ici que le nombre de candidatures en lui-même n'est peut-être pas un objectif suffisant, parce que les objectifs

aux candidats : à quoi ressemble le succès ?

du programme de soutien aux candidats, c'est par exemple d'augmenter la représentativité et la diversité dans les régions. Donc que se passe-t-il si ces 25 candidatures n'incluent pas l'aspect diversité ? À ce moment-là, l'objectif du programme n'est pas atteint.

Un autre objectif du programme, c'est d'accroître la concurrence et le choix sur le marché des noms de domaine. Donc là encore, vous pouvez avoir ces 25 candidatures, mais vous ne renforcez pas pour autant la concurrence et le choix sur le marché des noms de domaine.

Le programme, dans cette définition pour mesurer la réussite d'un programme, il faut vraiment y réfléchir et à deux fois parce qu'il faut s'assurer qu'on va dans le bon sens, dans la bonne direction, qu'on est efficace. Et pour ce faire, il faut, j'insiste, définir ces jalons, ces étapes à franchir.

DAVE KISSOONDOYAL :

Oui, tout à fait.

Par exemple, on a comme objectif d'avoir sur les 25 candidatures 50 % pour les zones faiblement représentées. On a besoin d'avoir des IDN, on a besoin d'avoir une diversité au niveau linguistique. Donc tout cela doit être clairement défini par rapport aux 25 candidatures parce qu'on ne veut pas que ce qui s'est passé pour la première série avec des candidats essentiellement venus d'Europe et des États-Unis se reproduise.

aux candidats : à quoi ressemble le succès ?

Donc pour que ce programme soit couronné de succès, on a besoin d'avoir des mesures claires et il faut définir clairement ces mesures, ces indicateurs, comme Jonathan l'a dit en introduction. Tous ces indicateurs, tous ces objectifs doivent être clairement définis, ainsi que la manière dont on va atteindre ces objectifs.

HADIA ELMINIAMI :

Merci Dave.

Je vais maintenant me tourner vers Andrew. Alors Andrew, même question que je vous pose : à quoi ressemble la réussite de ce programme ? Et ensuite, quels sont les indicateurs que nous devons fixer pour nous assurer qu'on est sur la bonne voie ? Et comment mesurer ces indicateurs ?

ANDREW MACK :

Ça y est. Vous m'entendez ? Merci Hadia.

J'ai essayé d'aborder cette question depuis différents points de vue. Et cela a été un effort en groupe vraiment louable, mais on a commencé avec un désir de faire plus et de faire mieux. Excellent point de départ, mais peut-être qu'on a essayé de couvrir trop de choses. Donc peut-être que ce que Jonathan essaie de faire maintenant, c'est très important ; on essaie d'aller étape par étape.

Alors, Becky, certaines des choses que tu as dites, on le sait, oui, on a élaboré un projet du CCTRT. Et je recommande à ceux que cela intéresse de l'examiner parce qu'on a commencé avec des gens du

aux candidats : à quoi ressemble le succès ?

monde entier qui n'ont pas présenté de candidature ainsi qu'avec des gens qui ont présenté des candidatures ; on les a réunis.

On me demande de parler plus doucement.

On a beaucoup parlé ici de communautés, de visibilité du programme, et c'est tout à fait vrai. On a découvert qu'il y a d'autres questions plus importantes par rapport à la communication, avec qui et dans quelle langue.

Mais une partie des difficultés, c'est que lorsqu'on a commencé à parler de ce programme, c'était peut-être de manière trop large, trop générale. Donc on a essayé de présenter l'ICANN comme communauté avec les nouveaux gTLD, le processus. Donc effectivement, je suis d'accord, on avait besoin de ressources pour soutenir les candidats pendant le processus et après, parce qu'il ne suffit pas simplement qu'ils franchissent le premier pas ; il faut les accompagner ensuite.

À mes yeux, peu importe combien on a de candidatures. Et nous, en tant que communauté, on devrait aspirer à avoir de plus en plus de représentation et une meilleure représentation. Mais peu importe, si les choses qui sont promues ne sont pas viables, alors à mes yeux, on passe à côté d'une opportunité en tant que communauté. Parce qu'il y a peut-être des gens qui nous connaissent moins bien mais qui mettent à disposition leurs efforts, leurs attentes. Et si on n'est pas là pour les soutenir pour venir nous rejoindre et ensuite les accompagner, alors je pense qu'on ne reste qu'à mi-chemin.

aux candidats : à quoi ressemble le succès ?

Donc la première chose que je dirais, c'est que le volume, c'est important, mais il faut créer une communauté qui soit viable à moyen terme et à long terme. Parce que je ne pense pas que d'obtenir plus de gens qui remplissent un formulaire, c'est suffisant pour mesurer la réussite d'un programme ; non, ce n'est pas suffisant. Il faut absolument aller plus loin. Cela serait mon objectif ultime : créer des opportunités au niveau de la communauté et au niveau des pays du Sud plus larges.

Ensuite, qui peut être soutenus ? Qui est susceptible d'être soutenu ? Là encore, c'est difficile à définir. Et c'est difficile d'exiger cela d'une personne. C'est difficile de pouvoir gérer une communauté en ligne.

La grande question qu'on a entendue qui a été récurrente dans la recherche qu'on a faite par rapport à ce travail du CCTRT dont je vous parlais, on sait qu'il n'y a pas de modèle tout fait, que ce soit pour une communauté linguistique, commerciale, des pays du Sud, pour essayer de régler des problèmes qui se posent à une ONG, à une communauté culturelle. On sait maintenant des choses par rapport à ce qui peut garantir la réussite d'un gTLD durable. Et ce dont on s'est aperçu en parlant aux gens, c'est que si on commence avec un simple document ou un courriel, ce n'était pas suffisant. Parce qu'il faut avoir une interface avec cette communauté. Et ils n'avaient même pas les moyens suffisants pour parvenir au public.

Donc dans cette situation, je dirais que moi, je mesurerais la réussite par rapport aux gTLD qui sont élaborés et qui sont utilisés. Et je dirais que le meilleur soutien aux candidats qu'on puisse offrir, c'est de

aux candidats : à quoi ressemble le succès ?

commencer par tirer parti de ce qu'on a appris et de les aider à prendre des décisions en les aidant à créer des modèles sur la base de ce qui a déjà fonctionné. Cela ne veut pas dire qu'on va s'impliquer dans la gestion des TLD, pas du tout. C'est simplement de les aider à ce niveau-là. Première chose.

Deuxièmement, des canaux pour communiquer de manière beaucoup plus efficace. La grande difficulté, c'était communiquer, mais à qui ? Parce qu'on communiquait à tort et à travers et finalement, on communiquait avec personne. Il y avait toute une série de personnes qui étaient impliquées. On twittait, on était là et partout en même temps et en fait, nulle part.

Donc il faut travailler sur la base de ce qu'on a déjà appris. Et – et cela ne fait aucun doute – on a besoin de communautés qui soient diverses et variées au niveau linguistique. Et il faut absolument toucher les communautés. Et on a pu le faire parce que des gens qui parlaient d'autres langues que l'anglais ont pu les contacter.

Donc je recommande vivement aux participants d'analyser ce rapport. Il y a eu évidemment des difficultés par rapport au temps, on n'a pas eu suffisamment de temps. Il y a eu des difficultés par rapport au fait de savoir si le marché était prêt. Certains ont posé la question « Est-ce qu'on va semer le doute dans l'esprit des gens ? » Mais vous savez, on a appris tellement de choses que cela va nous aider à avancer. Ce serait ma première recommandation. Il faut commencer par l'objectif ultime présent à l'esprit : donner un produit viable aux gens. C'est le

aux candidats : à quoi ressemble le succès ?

plus important. Et des décisions aussi claires par rapport aux gens qu'on essaie d'aider.

HADIA ELMINIAWI :

Merci Andrew. Ce que vous dites est très important, la communication avec qui. Et à mon avis, le point important qu'il nous faut essayer d'établir ici, parce qu'on parle de l'entreprenariat dans le système de noms de domaine et il y a eu une prise de conscience et une sensibilisation concernant des TLD potentiels, c'est qu'il faut éduquer les gens et il faut les aider dans leur processus en général de mise en œuvre. Le principal problème, c'est qu'on se demandera toujours qui on doit sensibiliser, qui sont les gestionnaires de gTLD potentiels. Donc première question.

Et la deuxième question concerne la dernière série. Peut-être que nous avons de bonnes idées pour les gTLD qui ne sont pas parvenues aux gestionnaires de gTLD. Donc peut-être que c'est un autre point sur lequel nous devons nous pencher. Votre avis ? Quelle serait la réponse à cette question ?

ANDREW MACK :

D'abord, il y a très peu de gens qui se sont présentés et qui ont demandé le système de soutien aux candidats. Si on regarde le manque de réponses des pays du Sud en général, on constate qu'il y a beaucoup de choses qui n'ont pas eu lieu et dont on a besoin qu'elles aient lieu.

aux candidats : à quoi ressemble le succès ?

On a un défi ici : on ne peut pas communiquer avec tout le monde. Les utilisateurs de l'ICANN, de TLD, comment utiliser un TLD ; toucher tout ce monde, c'est très difficile. C'est un des défis. Je crois qu'on essaie de faire trop de choses, de communiquer avec trop de gens et le résultat est néfaste. En essayant de cibler des gens, des régions, des pays, des langues, cela se complique.

Mais je dirais que si on a des modèles d'affaires, dire aux gens : « Voilà ce que vous devez mettre en œuvre », cela change un peu toutes les choses, parce que si les gens font cela, ils vont obtenir des résultats probablement. Cela nous permet de passer d'une étape conceptuelle à une étape de soutien réel beaucoup plus rapide et beaucoup plus efficace.

Personnellement, je pense qu'on devrait avoir des objectifs, qu'on devrait avoir des indicateurs de performance, que tout ce que nous n'améliorons pas sont des choses qu'on laisse de côté qui sont importantes, mais en même temps, on ne peut pas contrôler tout cela.

Une des choses importantes ici, si vous êtes une communauté linguistique, on va vous dire qu'il y a une série de communautés linguistiques qui existent, on les connaît. Ces personnes peuvent nous aider à concevoir un format, un système et on peut leur proposer et leur dire : « Voilà, si vous voulez, vous n'avez pas besoin de commencer directement à créer tout cela. Cela est créé. » Donc rassurer cette communauté linguistique en lui proposant un système déjà ; cela, c'est une chose, ce sont des ressources. Il nous faut

aux candidats : à quoi ressemble le succès ?

proposer des ressources. Ces ressources vont permettre aux gens de mieux réussir.

Est-ce que vous pensez que cela est logique ?

JONATHAN ZUCK :

Merci Andrew. Je pense qu'on va demander à Christa parce que dans ce domaine, c'est une responsable. Elle peut nous donner son avis sur cette possibilité d'avoir des objectifs.

CHRISTA TAYLOR :

Je vais d'abord prendre un aspect. Si l'on parle des procédures ultérieures, des discussions qui ont eu lieu à ce propos, je voudrais mentionner ici quelques points importants.

Les discussions les plus importantes que nous avons eues portaient sur les différentes manières d'améliorer les choses et le système tel qu'il est actuellement. Et au cours de ces discussions, on pensait qu'il n'y avait pas vraiment d'option pour passer à un processus standard. Donc on a modifié cela.

Ensuite, le deuxième point important concernait le temps qui n'était pas suffisant, les délais qui étaient trop courts. Donc on a voulu augmenter et prolonger les délais, fournir des ressources pour mieux comprendre les problèmes locaux et entrer en contact avec un public potentiel. On se demandait s'il était important d'envoyer des gens pour essayer de comprendre quels étaient les problèmes au niveau local.

aux candidats : à quoi ressemble le succès ?

Ensuite, vous parlez de la façon dont on peut faciliter les choses pour les gens. Et dans le groupe des procédures ultérieures, on a proposé de travailler avec un système à guichet unique pour faciliter les choses pour les candidats, qu'ils aient un site internet sur lequel ils pourraient trouver où aller, comment faire les choses, de quelle façon, voilà. Donc essayer de regrouper tout cela.

Ensuite, quand on parle des objectifs, maintenant, je dirais que je suis d'accord avec ce qui a été dit. C'est vrai que le nombre de candidats est important, mais le type de candidats est important aussi. Dans le bénéfice de l'intérêt public, on tient compte des communautés, des différences linguistiques, des communautés qui ont des besoins sociaux, des régions mal desservies, etc. Donc on essaie d'avoir un équilibre entre tous ces aspects-là. Et peut-être qu'il y a aussi une question de qualité de la candidature versus la mission du registre.

Si on avance un petit peu, notre programme vise à aider les gens. Nous devons leur fournir des ressources en temps voulu. Il y a différentes étapes. Nous devons évaluer s'ils peuvent participer, les aider à présenter leur candidature, organiser des enchères si cela est nécessaire. Et une fois qu'on a toutes ces informations, si vous regardez les indicateurs ici qu'on a, vous verrez qu'on les a élargis. On ne veut pas mesurer seulement le nombre de candidatures, mais aussi la façon dont on évalue les différents jalons. Donc peut-être que la sensibilisation, les autres indicateurs vont nous aider à mieux comprendre cela pour les séries futures.

aux candidats : à quoi ressemble le succès ?

Et nous avons besoin aussi nous-mêmes d'apprendre et de comprendre comment mieux travailler et comment mieux attirer les candidats. Un des aspects concernant les procédures ultérieures et les débats qui ont eu lieu dans ce groupe, c'est qu'on a une grande communauté au sein de l'ICANN qui est formée par l'ICANN. Essayons d'obtenir du matériel, des formations d'entraînement pour notre propre sensibilisation à travers une organisation, des ressources qui permettraient d'améliorer ces efforts de sensibilisation au niveau local.

Puis, sur une autre ligne, on dit qu'on peut faire toute cette sensibilisation dans le monde entier. C'est bien, mais est-ce que nous donnerons davantage d'aide aux personnes qui veulent créer un registre ? Est-ce que nous allons leur indiquer les risques, etc. ? Et pour un pays en voie de développement, c'est toujours beaucoup d'argent. Donc si on travaille sur tous ces modèles, sur les valeurs qui vont être des valeurs clés qui seront l'argent et les ressources qui sont nécessaires qu'il va falloir dépenser, dans quel objectif, comprendre cet objectif. Je crois que tout cela n'est pas seulement un problème de finances. Il y a aussi une question de formation, une question d'éducation. Nous devons aussi regrouper du financement. Si on a des ressources qui peuvent aider ces candidats, un soutien qui peut leur être utile, regrouper tout cela.

Et de nouveau, il y a les modèles d'affaires innovants. L'innovation, c'est bien. Cela demande beaucoup plus de ressources. Et là, je serai d'accord avec Edmon, il faut qu'il y ait davantage des ressources à ce

aux candidats : à quoi ressemble le succès ?

moment-là. C'est encore plus compliqué quand il s'agit d'innover parce que c'est difficile de rentrer dans un écosystème développé et d'essayer de convaincre les gens de vous aider avec vos nouvelles innovations. Donc c'est un petit peu cela, l'idée. De mon point de vue, je dirais que c'est un point important parce que cela demande beaucoup de temps et beaucoup d'efforts.

Et ensuite, j'ai une dernière petite remarque. J'ai une diapositive que j'avais préparée que je voudrais vous montrer pour accompagner cette dernière observation. Est-ce que vous pouvez afficher la diapositive que je vous ai fournie sur l'écran s'il vous plaît ? Parfait, merci.

Je pense que c'est un petit peu une base de conversation. Je voudrais savoir un petit peu ce que vous en pensez. Comment définissons-nous le succès ? Et quels sont nos objectifs ? Quelle est notre mission ? Qu'est-ce que nous voudrions avoir comme résultats ? Est-ce que c'est seulement le nombre de candidatures ? Peut-être qu'on oublie d'autres perspectives, qu'on les laisse de côté. Il faut qu'il y ait aussi un plan financier qui va être appliqué. Donc si on regarde les différents domaines, peut-être que l'on peut mieux cibler notre travail. On a les secteurs, ceux qui vont avoir un objectif bien spécifique avec des bénéfices qualitatifs qui vont être associés à leur TLD et à leur mission, puis nous avons les autres qui sont ceux qui sont au milieu, qui n'ont pas vraiment tout cela. Et on a les autres à droite qui représentent un volume plus important, qui représentent un risque mais qui représentent aussi un aspect innovant. Donc voilà, il faut trouver un

aux candidats : à quoi ressemble le succès ?

équilibre ici, essayer d'analyser les différents domaines dans lesquels ces candidats peuvent se trouver et comment communiquer avec ces différents groupes en fonction de ce que ces groupes peuvent être et essayer de partir de cette base.

C'est un petit peu une réflexion que je voulais faire avec vous. Donc est-ce qu'il s'agit de notre mission ? Comment parvenons-nous à un équilibre ? Parce qu'on peut faire tout cela, mais il va quand même rester une question de durabilité financière qui est importante. Est-ce que nous voulons que cela dure pendant trois ans ? Est-ce que nous voulons que cela dure plus longtemps ? Quel est notre objectif ?

Je pense qu'on n'a pas vraiment discuté de la partie financière de tout cela. Nous devons aussi donner une certaine justification financière pour que cela puisse continuer à exister. Voilà, c'était ce que je voulais faire, vous donner quelques idées de base pour la discussion.

HADIA ELMINIAWI :

Merci. Oui, effectivement, l'aspect financier, c'est toujours très important. Et lorsque vous parliez de ce critère en disant oui, il faut être pauvre mais pas trop pauvre non plus, il faut pouvoir garantir la gestion sûre, résiliente, etc. du registre, c'est intéressant. Mais si vous êtes suffisamment pauvre, alors vous pouvez présenter votre candidature. Mais si un investisseur veut se risquer, alors vous avez cette entrave puisque vous n'avez pas les moyens d'opérer un registre, donc vous cherchez des partenaires pour le faire avec vous.

aux candidats : à quoi ressemble le succès ?

Et je voulais aussi vous poser la question, parce que lors de la dernière série, il y a eu également des pro bono qui ont été offerts, donc les candidats pouvaient potentiellement obtenir de l'aide ou un soutien pendant le processus de candidature lui-même. Donc je me posais la question, je pense que cela n'a pas du tout été utilisé. Mais encore une fois, j'aimerais que vous nous en disiez plus sur ce point-là.

CHRISTA TAYLOR :

Oui. En fait, moi, j'ai mis mon nom sur cette liste et je sais qu'il y a des gens qui ont fait de la sensibilisation. Donc finalement, cela n'a pas abouti, mais j'étais tout à fait disposée à les aider sur cet aspect financier des choses. Mais je ne sais pas pourquoi cela n'a pas finalement abouti. En tout cas, de mon côté, il y avait une volonté d'aider, donc ceci n'était pas le problème.

Mais si je pense à ce qui s'est passé, je pense qu'il doit y avoir une continuité. Il ne faut pas qu'il y ait une personne qui intervienne là, une autre là-bas. Il faut qu'il y ait un processus continu qui nous aide à passer de l'étape 1 à l'étape 2, 3, 4 et s'assurer qu'il n'y a pas de trou, de vide qui ait une incidence sur la décision. Et je pense qu'il faut aussi s'assurer qu'on ait une très bonne équipe. Et je pense qu'au groupe de travail des procédures ultérieures, c'était notre souhait. Ensuite, il s'agit de voir ce qu'il en est du côté de la mise en œuvre.

HADIA ELMINIAWI :

Merci Christa.

aux candidats : à quoi ressemble le succès ?

Je vais céder la parole à Jonathan et ensuite, on a quelques questions pour un sondage. Jonathan, c'est à vous.

JONATHAN ZUCK :

Merci Hadia et merci d'avoir modéré cette conversation.

Si vous le permettez, j'aimerais poser une question à tous les panelistes, une question un peu binaire si vous voulez. Alors, si vous aviez le choix entre avoir un programme de sensibilisation très vaste, essayer de toucher autant de personnes que possible avec des indicateurs qui soient assortis à ce programme et qu'on puisse pouvoir toucher beaucoup plus de gens en dehors de l'ICANN, mais que finalement le résultat ne soit pas une candidature réussie – cela, c'est l'option A – et l'option B, on consacre tous nos efforts à un nombre limité de régions ou à des secteurs d'activités très restreints pour s'assurer de la réussite du processus de candidature, donc on n'a pas touché trop de gens, mais on a deux candidats réussis qui ont délégué des chaînes ; quelle est l'option que vous retiendrez, A ou B ?

Je vais demander d'abord à Becky et je sais que vous n'allez pas parler au nom du Conseil d'Administration, ne vous inquiétez pas. À titre personnel, quelle option retiendriez-vous pour ce programme de soutien aux candidats ?

BECKY BURR :

Je pense que rien n'est plus fort que l'exemple, donc pour ma part, je retiendrais l'option B avec des candidats réussies qui apportent de

aux candidats : à quoi ressemble le succès ?

l'innovation et montrent ce que les TLD peuvent faire pour la communauté. Ce serait l'option que je retiendrais. Mais réellement, Jonathan, votre question est difficile. Pourquoi je dis cela ? Parce que cela implique qu'on sait d'où viendrait la réussite de ce programme de soutien aux candidats et cela, je n'en suis pas sûre.

JONATHAN ZUCK :

Oui, vous avez raison. Et d'ailleurs, soit dit en passant, le but n'était pas de vous poser une question facile parce qu'il faut fixer des objectifs raisonnables, que ce soit à court terme comme à long terme.

Edmon.

EDMON CHUNG :

Oui, moi aussi je retiendrais la deuxième option avec un public ciblé. Cela étant dit, il faut également aller dans le sens de la première option aussi. Mais une partie des efforts devrait être consacrée à un public ciblé. Et je l'ai dit sur le chat, je pense que cela devrait être utile pour que le programme de TLD. Même si on dit qu'on va faire de la sensibilisation pendant neuf mois ou un an, il est difficile pour une seule personne de penser à tout. Donc peut-être que les amis des ALS, le programme des jeunes, le programme NexGen ou des boursiers, pourraient être un public riche pour nous parce que comme on le sait, les processus pour accéder à ces programmes sont assez complexes aussi.

aux candidats : à quoi ressemble le succès ?

JONATHAN ZUCK :

Merci Edmon.

Dave, comment est-ce que vous pourriez répondre à la question que j'ai posée ?

DAVE KISSOONDOYAL :

Moi aussi, je retiendrais l'option 2 parce que vous pouvez avoir le meilleur programme au monde, mais si ce n'est pas un bénéfice pour la communauté, alors je me demande bien quelle en est l'utilité. Alors avec l'option 1, d'accord, vous pouvez avoir de la sensibilisation, mais cela est un objectif à long terme. Tandis qu'avec l'option 2, c'est un objectif dont vous voyez les résultats instantanément. Donc personnellement, je retiendrais l'option 2.

JONATHAN ZUCK :

Merci Dave.

Andy, on a un petit peu parlé de votre étude où vous avez fait un effort pour identifier ce qu'on appelle les cohortes de personnes qui ont été des candidats couronnés de succès pour le monde développé et cela pourrait être un mécanisme qui nous aiderait à faire un ciblage sectoriel. Alors vous, quelle option vous retiendriez ?

ANDREW MACK :

Sans aucun doute, option 2. On voit le résultat pour les utilisateurs. Et je pense qu'on devrait mettre l'accent sur la communication. D'ailleurs, dans l'option 1 que vous avez proposée, il y a une partie qui

aux candidats : à quoi ressemble le succès ?

m'intéresse. Moi, je ferais plus de communication mais d'une manière générale, je ferais de la communication plus ciblée. Je crois que d'essayer d'expliquer à tout le monde tout l'écosystème de l'ICANN, c'est trop vaste, c'est inutile. Or, si on essaie de retenir le meilleur de l'option 2, c'est de mettre en place une communication ciblée et de voir ce qu'on a. On a des gens qui ont présenté leur candidature, il y a des modèles qu'on peut utiliser et on devrait les utiliser pour appliquer l'option 2.

JONATHAN ZUCK :

Merci Andy.

Et Christa ?

CHRISTA TAYLOR :

Alors moi, je vais dire option 3. On ne veut pas être trop généraux, on ne veut pas être trop spécifiques et on veut plus de deux candidatures ; cela, c'est sûr. Donc j'invente une troisième option. Mais il faut cibler différents secteurs, toute une palette de secteurs ; cela serait utile – et voir qui a le plus de chances de participer. Donc il faut se montrer intelligents et voir ce qu'on peut faire.

JONATHAN ZUCK :

Merci beaucoup de vous être prêté à ce petit jeu.

Et Hadia, à vous pour le sondage.

aux candidats : à quoi ressemble le succès ?

HADIA ELMINIAWI :

Merci Jonathan.

Oui, effectivement, il y a un ralliement général à l'option 2, voire l'option 3 qui n'avait pas été proposée.

Nous avons quelques questions à vous poser pour ce petit sondage. La première est affichée à l'écran.

L'objectif du programme de soutien aux candidats est d'accroître la diversité et la représentation mondiale à travers les régions ; assurer que des efforts sont faits pour minimiser tout inconvénient au niveau de la compétitivité ou de la concurrence dans les pays en développement ; accroître la concurrence et le choix sur le marché des noms de domaine ; ou tout ce qui précède. Donc vous pouvez retenir l'une des options ou toutes les options, c'est la dernière option qui s'offre à vous.

YEŞİM NAZLAR :

Hadia, dites-moi lorsque vous voulez que je finisse ce sondage et que j'affiche les résultats.

HADIA ELMINIAWI :

Pouvons-nous passer à la deuxième question ?

YEŞİM NAZLAR :

Attendez, je vais interrompre ce sondage. Est-ce que vous voulez que j'affiche les résultats ?

aux candidats : à quoi ressemble le succès ?

HADIA ELMINIAWI :

Oui, s'il vous plaît.

Tout ce qui précède : 73 %, très bien.

Question suivante s'il vous plaît.

Le programme de soutien aux candidats aide les candidats de nouveaux gTLD potentiels à rechercher un soutien financier ; un soutien non financier - des services pro bono ; ou les deux ?

Pouvons-nous afficher les résultats s'il vous plaît Yeşim ? Bien, 92 % pour tout ce qui précède.

SÉBASTIEN BACHOLLET :

Pouvons-nous laisser le temps aux gens de répondre s'il vous plaît ?

HADIA ELMINIAWI :

Oui, très bien.

Question suivante s'il vous plaît.

Les candidats à ce programme doivent démontrer un bénéfice d'intérêt public ; un besoin financier ; une gestion nécessaire et des compétences ou des capacités financières ; ou tout ce qui précède.

Je vois que Sébastien répond « Aucune des options proposées » et c'est également le sentiment de Calvin.

aux candidats : à quoi ressemble le succès ?

Passons à la question suivante et si nous avons le temps, je reviendrai vers vous Sébastien.

Donc tout ce qui précède, 69 %.

Question suivante.

Les indicateurs de réussite du programme de soutien aux candidats pourraient inclure le nombre de candidatures reçues ; le nombre de candidatures qui peuvent prétendre à un soutien ; la diversité de candidats ; la diversité d'intérêt public ; tout ce qui précède.

Vous pouvez choisir une option ou plus ou toutes les options.

SÉBASTIEN BACHOLLET : Non, on ne peut pas.

HADIA ELMINIAWI : Je pensais que c'était possible. Je vous disais, j'avais l'impression que pour toutes les questions, vous pouviez choisir plusieurs options, toutes les options ou uniquement une seule option.

Bien, pouvons-nous afficher les résultats s'il vous plaît ? Donc 62 % ont répondu « Tout ce qui précède ».

Il ne nous reste plus qu'une minute pour conclure cette réunion. Jonathan, je vais vous céder la parole.

Merci à tous de cette discussion très intéressante et enrichissante.

aux candidats : à quoi ressemble le succès ?

JONATHAN ZUCK :

Oui, moi aussi, je vais me faire l'écho de ce qu'a dit Hadia pour remercier tous les membres du panel d'avoir pris le temps de participer à cette session At-Large. On est très enthousiasmés par cette thématique. Le programme de soutien aux candidats, c'est l'une des thématiques principales de notre communauté. Donc on voulait savoir quel était l'avis de la communauté At-Large pour offrir des contributions à l'équipe de mise en œuvre.

Donc merci à tous les intervenants, merci à tous les participants de votre attention, merci d'avoir également répondu à ce sondage. Je sais que c'est une longue conversation, mais on n'est qu'au début. Merci. Merci à tous. Au revoir.

[FIN DE LA TRANSCRIPTION]