

ICANN73 | Semaine de préparation – 10e anniversaire du Programme des nouveaux gTLD : une conversation avec les opérateurs
Mercredi 23 février 2022 – 14h30 à 16h00 AST

SUE SCHULER :

Nous pouvons commencer l'enregistrement.

Nous avons la section des questions et des commentaires. Je vais modérer le chat.

Je vous donne la parole, Martin.

MARTIN SUTTON :

Merci Sue, merci à tous de vous joindre à nous pour cette séance de pré-réunion de l'ICANN73. Nous en sommes au 10^{ème} anniversaire des nouveaux gTLD. Et pour beaucoup d'entre nous qui participent à cela depuis une dizaine d'années, il y a des moments de défi, d'amusement et beaucoup d'autres sentiments. Je dirais qu'en même temps, il y a eu beaucoup de plaisir.

Je vous propose qu'on profite de cette occasion aujourd'hui pour discuter de ce qui arrive aux différents individus qui ont participé, comment ils y ont participé, qu'est-ce qui s'est passé, quels sont les changements qui ont eu lieu, qu'est-ce que nous avons fait. Il y a beaucoup de choses qui ont été faites pour parvenir à un succès, le succès d'un programme ambitieux qui a été important, qui a apporté beaucoup de modifications dans le domaine des nouveaux gTLD

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.

depuis 2012. Donc nous avons voulu fête cet anniversaire de 10 ans et tous ceux qui ont contribué à cet effort au niveau de l'ICANN et au-delà et qui ont permis à cela d'arriver.

Nous voudrions qu'on parle de cette décennie, qu'on voit un peu ce que cela a signifié pour beaucoup d'entre nous. Donc nous allons parler de vos souvenirs, de vos expériences, des défis que vous avez dû affronter, des bons moments, des amitiés aussi que vous avez faites en cours de route. Toute cela sera passionnant, je pense. N'hésitez pas à envoyer des messages dans le chat, à participer, à laisser votre empreinte numérique à cet événement de cet anniversaire de ces 10 années.

Maintenant, je vais directement donner la parole à Jeff qui est plein d'enthousiasme comme vous le savez probablement, plein d'énergie, ravi d'avoir affronté tous les défis qui ont représenté les nouveaux gTLD. Je lui donne donc la parole. Allez-y Jeff.

JEFFREY SASS :

Merci Martin et merci à tous de vous joindre à nous.

Aujourd'hui, ce sera je pense une séance atypique. Nous allons partager notre expérience. Nous avons un bon groupe de panelistes qui ont participé à ce processus depuis différents angles. Et nous allons remonter dans le passé, parler de nos expériences, de nos points de vue, partager des anecdotes, etc. Vous pouvez nous raconter les témoignages que vous avez à présenter ici. Nous allons essayer de voir un petit peu ce qui a marché, ce qui n'a pas marché, les innovations, les inspirations qui nous ont permis d'arriver là où nous

sommes et puis les anticipations qu'il y a pour la prochaine série. Tout le monde se demande quel est le futur du DNS. Il y a beaucoup de commentaires sur ces nouvelles technologies, sur le DNS et l'impact que ces technologies vont avoir sur le DNS.

Grâce à l'ICANN, le DNS a gagné. Nous avons dépensé au moins 185 000 \$ et cela nous donne la possibilité de participer à cette introduction historique du lancement de nouveaux domaines. Nous allons parler des consommateurs, des titulaires de nom de domaine et de ceux qui permettent aux opérateurs de registre et aux bureaux d'enregistrement de fonctionner.

Donc nous allons vous donner la parole pour que vous nous disiez quel est votre rôle, quel a été votre rôle ces dernières années. Nous allons commencer par Lorna, Stacey, Matt, Adrian, ensuite Ray prendra la parole. Lorna.

LORNA GRADDEN :

Bonjour. Je suis la cofondatrice de Com Laude group. En 2012, nous avons fondé cette équipe qui a permis de soumettre 120 applications dans ce processus pour nos clients. Donc je suis heureuse maintenant de pouvoir prendre la parole. Nous travaillons au quotidien avec vous tous.

JEFFREY SASS :

Stacey.

STACEY KING : Je suis ici depuis une douzaine d'années. J'ai travaillé au début avec Richemont, UK. J'ai travaillé dans une compagnie avec un groupe d'IP numériques avec différents TLD. Nous avons mis en place différentes applications. J'ai travaillé avec Amazon, j'ai participé au registre d'Amazon pendant huit ans et maintenant, j'appartiens à un groupe qui s'appelle Alexa.

Voilà, je crois que j'en ai terminé.

JEFFREY SASS : Très bien.

Matt, allez-y.

MATT SERLIN : D'abord, mes souvenirs, je dirais que j'ai la mémoire un petit peu brumeuse si je dois remonter dans le temps. Depuis une vingtaine d'années, je travaille dans l'espace des noms de domaine, j'ai présenté différentes candidatures il y a 10 ans pour des clients avec succès. Il y a eu un grand nombre de marques et différentes candidatures qui ont été présentées. Tout cela a été un peu le travail que nous avons fait. Mais je dirais que depuis 2008, les gens voulaient savoir ce qu'étaient les gTLD, donc nous avons présenté des candidatures avec une centaine d'entreprises environ.

JEFFREY SASS : Adrian.

ADRIAN KINDERIS :

Bonjour, bonsoir à tous. Je suis Adrian Kinderis.

Si je dois remonter dans le temps, je dirais que j'ai été le PDG d'un registre. Nous fournissions des services de registre, un soutien technique aux différents TLD. On présentait aussi les candidatures. On a aussi travaillé avec plusieurs noms de domaine. J'ai encore aujourd'hui un TLD qui s'appelle .shabaka, qui a été le premier TLD qui a été délégué à l'époque comme nom de domaine internationalisé avec une écriture autre qu'ASCII, puis aussi .film. Je vous en parler un petit peu plus tard.

Merci.

JEFFREY SASS :

Ray, allez-y.

RAY KING :

Je suis rentré dans le processus de l'ICANN en 2000 avec SnapNames et ce, de 2007 jusqu'à 2011. J'ai continué à travailler. J'étais toujours connecté avec l'ICANN, avec les wiki, j'en ai créé un moi-même. J'aime beaucoup les wiki. J'ai travaillé avec le wiki de l'ICANN. En 2012, en mars au Costa Rica je crois, je voulais me présenter candidat pour un nouveau TLD et Tim Switzer m'a demandé pour quel nom de domaine j'allais me présenter et j'ai dit : « .wiki, bien sûr. » Il travaillait à l'époque et je lui ai demandé : « Est-ce que vous pensez qu'on va pouvoir lancer une application ? » Et trois semaines et quelque plus tard, je crois que c'était le 12 avril, c'était un peu vague, mais on m'a dit : « Si vous voulez le faire, allez-y » et cela a donné .wiki. Et quelques

semaines avant la date butoir, on avait présenté tout le travail qui était nécessaire et on a pu se porter candidat. On pouvait se porter candidat pour un peu plus, donc on a fini par se présenter 10 jours avant et c'est comme cela que j'ai commencé à participer.

Je continue à gérer des domaines de premier niveau, donc .wiki, .gay. Et on a aussi commencé à lancer un bureau d'enregistrement qui s'appelait Porkbun avec des domaines de premier niveau et ce type de choses. C'est ce que je fais actuellement.

JEFFREY SASS :

Merci beaucoup.

J'étais le cofondateur CMO du domaine .club. J'ai commencé à travailler avec Colin dans ce domaine en 2012. Ensuite, j'ai travaillé avec la compagnie au cours de ces différentes étapes, nous avons présenté les séries qui avaient des problèmes de contentieux. Il y a aussi un représentant de GoDaddy qui est ici présent, c'est intéressant, on lui donnera la parole.

Avant de passer aux questions, je crois qu'il y en a beaucoup, je vais jouer un petit peu à un jeu si vous voulez. On va jouer avec les mots, on va parler de ce voyage de 10 ans. Je vais demander à chacun d'entre vous de nous citer une série de choses qui vous viennent à l'esprit lorsqu'on nomme certaines choses. Par exemple, Lorna : candidature.

LORNA GRADDEN : Je dirais que cela veut dire qu'il est 2 h du matin et que j'attends le test.

JEFFREY SASS : Ray : enchères.

RAY KING : Peter Cramton et obtenir un PhD en théorie des jeux.

JEFFREY SASS : Matt : collisions.

MATT SERLIN : Ouh ! Peur, peur de l'inconnu.

ADRIAN KINDERIS : C'était la peur de la COVID qui s'est étendue dans tout notre pays.

MATT SERLIN : Oui.

JEFFREY SASS : Les collisions étaient quelque chose qu'il a fallu affronter.

Adrian : tirage au sort.

ADRIAN KINDERIS : Je me souviens quand mes enfants étaient petits, on jouait à la loterie, on mettait un numéro dans un grand tonneau qu'on faisait tourner et c'est comme ça qu'on gagnait. C'est une association qui m'est venue à l'ICANN.

Puis, je pense que l'ICANN n'a pas pu déléguer les noms en ordre. Comme ils ne pouvaient pas le faire, il a fallu qu'ils fassent quelque chose qui n'était pas vraiment une loterie. C'était une loterie numérique. On a fait ce système de loterie pour voir comment cela pouvait fonctionner.

JEFFREY SASS : Loterie.

ADRIAN KINDERIS : Oui, on s'est bien amusés.

JEFFREY SASS : Stacey, j'ai une question pour vous : jour de révélation.

ADRIAN KINDERIS : Le jour de révélation, c'est un mélange de bonheur et de chaos. J'étais dans le public à Londres et les gens s'attendaient à beaucoup de choses, mais il y avait encore plus que ce qu'ils attendaient. Et la dernière chose que je dirais, c'est Donuts. Le jour de révélation pour Donuts a été fantastique.

JEFFREY SASS : Oui, Donuts, on en reparlera, j'en suis sûr. On reviendra à cette candidature. C'est une autre histoire.

Je voulais garder le tir à l'arc numérique pour moi. C'était une manière de garder sa place, chacun essayait de voir comment on pouvait se rapprocher de cela. Et à .club, nous avons dépensé beaucoup d'argent, presque autant que pour la candidature pour ce tir à l'arc numérique qui allait nous permettre d'être en première place. Nous avons décidé de rentrer dans le business. Nous sommes allés à la réunion de Prague avec d'autres clients et nous avons dépensé 20 000 \$ pour utiliser notre système de tir à l'arc numérique. Donc cela a été une époque très intéressante pour nous tous.

ADRIAN KINDERIS : Oui, c'était toujours la même technologie. Je me rappelle d'avoir un membre du conseil d'administration qui devait approuver ce jeu et je lui avais montré quelque chose. C'était une nouvelle technologie, c'était un nouveau processus qu'on allait utiliser. Peut-être qu'on a été responsables de cela en fait.

JEFFREY SASS : Je vous enverrai la facture alors, pas de problème.

ADRIAN KINDERIS : Oui, merci d'avance.

RAY KING : Je crois que dans tous les services, et je me suis rendu compte que les plans commerciaux ont parfois très bien réussi, mais parfois, on était un petit peu craintifs par rapport à l'éventuelle réussite qu'on allait connaître.

ADRIAN KINDERIS : Jeff, on ne vous entend plus.

JEFFREY SASS : Oui, c'était vraiment un moment intéressant, une période très intéressante. On reviendra là-dessus, le jour où on a connu les dossiers obtenus.

Mais vraiment, quel était l'élan pour faire un dossier de candidature ? Et qu'est-ce que cela a représenté pour votre entreprise lorsque vous avez demandé un ou plusieurs gTLD ? Je ne sais pas si vous êtes prête à répondre, Lorna ?

LORNA GRADDEN : Oui, plusieurs réponses à cela.

Il y avait .com qui existait beaucoup et à un moment, on voulait s'éloigner un petit peu de cela et on voulait penser à l'avenir et le créer. Peut-être que cela allait prendre 10 ans pour retrouver cela, mais on ne savait pas à l'époque qu'il allait falloir attendre plus de 10 ans pour pouvoir demander de nouveaux gTLD. Mais vraiment, on a l'impression de faire un pas vers l'avenir.

JEFFREY SASS : Oui, Stacey.

STACEY KING : J'ai travaillé pour des enseignes et des marques et c'était la marque de fabrique qu'on devait protéger, l'enseigne. Et on pouvait utiliser sa marque d'une manière tout à fait unique. Je crois que la plupart des enseignes ne savent pas exactement comment gérer cela. Cela prend du temps. Ce n'est pas seulement acheter un nom de domaine, cela va beaucoup plus loin que cela. Il faut protéger la marque.

Et je crois également qu'on s'était dit qu'on pouvait faire quelque chose de très différent. Ce n'était pas seulement des noms de domaine, c'était de créer de nouveaux espaces pour le marché, pour vendre nos produits. C'était un point de vue marketing.

JEFFREY SASS : Oui et l'ICANN avait cette intention; c'était pour lancer des innovations, des opportunités qui n'existaient pas encore. Et on parlera des ccTLD un petit peu plus tard et comment on a atteint cette initiative.

Matt, qu'est-ce que vous en pensez ?

MATT SERLIN : Je dirais qu'avec Elisa Cooper qui travaille avec moi, on était assez agnostiques par rapport à cela. Est-ce qu'une entreprise devait demander un nouveau gTLD ou pas? On a eu des centaines de conversations à ce sujet et je pouvais avoir un argument fort, oui, il

faut un nouveau gTLD, et d'un autre côté, je pouvais avoir des arguments contraires, non, on n'a pas besoin d'un nouveau gTLD. On donnait beaucoup d'informations, les coûts, mais en fin de compte, c'était une décision qui devait être prise en tant qu'entreprise, en tant que titulaire de la marque.

Avec votre Conseil d'Administration, c'est un engagement à long terme, ne l'oubliez pas. Donc on a dû éduquer les clients et les informer avec des très longues discussions, avec de nombreux arguments pour et contre.

JEFFREY SASS :

Je crois que c'était intéressant de voir comment .brand prenait des décisions. Ce sera intéressant de voir la situation actuelle, comment cela va être géré maintenant lors de la prochaine série. Je crois qu'il y aura de nombreuses marques comme Twitter par exemple qui n'étaient pas présentes il y a 10 ans et qui pourraient être très intéressées maintenant.

Adrian, comment vous avez choisi ces différents noms en tant que registre ? Il y a des noms de domaine internationalisés IDN comme vous l'avez dit et il y a .film également.

ADRIAN KINDERIS :

On a passé beaucoup de temps au Moyen-Orient avec des ccTLD, des codes des pays. On gérait la logistique pour ces ccTLD. On connaissait la culture. Et il y avait des manifestations en Arabie Saoudite. Je me rappelle d'un panneau géant en arabe et il y avait le problème des

codes ASCII qui se posait. Vous savez qu'on lit l'arabe non pas de gauche à droite, mais de droite à gauche.

Donc j'ai vu cela et cela m'a donné une idée : d'avoir des TLD qui ne soient plus seulement dans les codes ASCII mais qui soient avec d'autres scripts, comme l'arabe. On a essayé de réfléchir à des noms qui se prêtaient bien à cela, aux nuances. Cela a ouvert une boîte de Pandore un petit peu.

Je dirais qu'il y a un thème général. On a pensé que c'était très cool en fait, que c'était une très belle initiative. C'est ce que j'ai fait durant la carrière professionnelle, m'approprier ces points et inspirer également les personnes à déposer des dossiers de demande, même si cela ne va pas forcément réussir – peut-être qu'on ne va pas être admis. Mais .film n'a pas fonctionné. C'est parfois difficile de déposer ces dossiers qui n'ont pas toujours les mêmes voix qui sont utilisées pour tenter d'être acceptés.

J'aurais dû avoir .kinderis. Cela aurait été bien pour mes enfants. Mais je vous donne mes idées, peut-être que vous allez pouvoir déposer des dossiers de demande pour la prochaine série.

JEFFREY SASS :

Il va y avoir beaucoup de contentieux avec certaines extensions, je crois. Cela va être complexe.

L'élan que vous avez expliqué a été intéressant. Pour .club, c'était vraiment d'avoir une partie de l'internet, d'être propriétaire d'une partie de l'infrastructure de l'internet. Et c'est du durable. Si on gère

bien la situation, c'est pratiquement une licence à perpétuité. C'est ce type de droit qui a été obtenu.

Ray.

RAY KING : Je rebondis sur ce qu'a dit Adrian, je crois que .king aurait été extraordinaire. C'est un peu une plaisanterie, mais pas tant que cela, parce que mon nom de famille est très populaire et il a une signification, « roi ». C'est une liste secrète de TLD que j'ai et maintenant, je vous ai donné mon secret. Je vais déposer peut-être un dossier de demande pour la prochaine série. J'espère qu'on ne va pas se voler nos idées.

STACEY KING : Encore une point qui peut prêter à un contentieux. Vous l'avez mis dans le chat, attention.

RAY KING : J'ai passé ces cinq dernières années à travailler à ces espaces wiki et j'adore la technologie wiki collaborative, cette culture wiki. Cela m'a permis de créer beaucoup de wikis sur différents sujets, des amis, on joue ensemble au tennis, tous ces espaces, toutes ces idées où on peut ouvrir des noms avec .wiki.

Je pense que c'était une excellente idée parce qu'on a tous des passions qu'on veut partager. Si on veut aller sur l'internet et voir les gens qui partagent les passions communes qui existent entre

internautes, je crois que c'est une très belle idée. C'est pour cela que j'ai travaillé au wiki de l'ICANN pendant si longtemps. C'est vraiment un projet pour moi. Je crois qu'on est passé de un à 10 TLD. Si wiki fonctionne, pourquoi pas d'autres ? On aime beaucoup les arts, donc on en a demandé certains qui étaient artistiques, dans le domaine artistique en tout cas. Cela n'a pas toujours fonctionné, mais on a été très heureux de déposer ces dossiers.

JEFFREY SASS : Il y a des rumeurs, mais il n'y a pas de rapport entre Stacey et Ray, n'est-ce pas ?

RAY KING : Non, je n'en suis pas au courant en tout cas. Peut-être qu'il faut regarder l'arbre généalogique.

JEFFREY SASS : Je voulais préciser cela.

C'est intéressant, Ray, vous avez mentionné la passion. Je crois que la passion, c'est ce qu'il y a derrière .club. Lorsqu'on a déposé notre dossier de demande, on voulait représenter là aussi des communautés, une passion. C'était cela, notre élan, prendre ce mot et en faire une marque mondiale. On aurait dû déposer plus de dossiers de demande comme vous l'avez fait, mais lorsque j'y réfléchis, on s'est concentrés sur une extension, comme d'avoir un seul enfant et de bien s'en occuper.

RAY KING : J'aimerais rebondir là-dessus. Vous avez parlé de camaraderie. J'ai beaucoup ressenti cela dans le processus de demande des dossiers de demande. C'était très ouvert en fait. Il y a des gens qui nous indiquaient : « Je vais demander .club. » C'est ce que vous nous aviez dit en tout cas. C'est extraordinaire ce qu'on partageait, c'était une belle stratégie. C'était parce qu'on était des passionnés. .club était sur notre liste et on a pensé à .team, à .group. On ne voulait pas chevaucher et empiéter sur ce que vous faisiez, donc on a demandé .group et vraiment, c'était très ouvert comme marché à l'époque. C'était très cool en fait. C'était une petite industrie, des sous-groupes où on opérait sur différents TLD mais on opérait sur des pistes parallèles. On est tous dans le même secteur industriel, mais on a limité les contentieux entre nous de cette manière, en travaillant comme cela.

Lorna, allez-y.

LORNA GRADDEN : C'était extraordinaire, le jour de révélation. Si on avait travaillé en silo, on n'aurait pas su du tout ce qui allait se passer. On a travaillé pendant deux, trois ans sur ces dossiers de demande et le jour où on a su ce qui avait été accepté, c'était exceptionnel.

STACEY KING : Oui, il y avait beaucoup de camaraderie, c'est vrai. Par exemple .club, vous nous avez dit vraiment ce que vous aviez demandé et c'est un

moment tout à fait unique, je crois. C'est la télé-réalité un petit peu où on découvrirait tout cela un petit peu ensemble. C'était un petit peu avant les ventes aux enchères, avant beaucoup d'autres procédés. Donc ce sera très intéressant de voir à quel point ce sera différent lors de la prochaine série.

JEFFREY SASS :

Oui, ce sera très intéressant en effet.

Vous nous avez parlé de cette notion de camaraderie et de l'aspect unique de l'espace des noms de domaine. Nous sommes chacun des représentants et des opérateurs de registre et d'un côté, nous sommes en concurrence les uns contre les autres pour les extensions, mais au même moment, on n'est pas en concurrence parce que les titulaires de nom de domaine ne vont pas choisir .club par rapport à .wiki, ils sont attachés d'une manière émotionnelle à des extensions, à des noms. Cela doit représenter leurs idées et leurs concepts.

Et ce que l'on veut, nous, en fin de compte, c'est d'avoir des titulaires de noms de domaine qui soient satisfaits, qui soient contents et enthousiastes par rapport aux noms de domaine qu'ils choisissent, qu'ils vont promouvoir. C'est tout à fait unique dans ce secteur.

ADRIAN KINDERIS :

Jeff, ici, je voudrais rajouter quelque chose. Il y a une série de points.

Premièrement, c'est un processus compétitif, en tout cas pour moi comme fournisseur de services de registre. Je pense que c'est important de le dire. Et il y a une nature compétitive ici. Au niveau de

l'aspect technique pour les candidats, c'était le début des fournisseurs de services de registre, c'était le tout début. Et je dirais que presque tous les TLD avaient cette technologie qu'ils offraient, donc il y avait ici une question de concurrence qui entrainait en jeu.

Ce qui est intéressant ici, c'est qu'on avait cette camaraderie entre nous, il y avait des gens qui travaillaient dans le monde entier et nous avions ces séances de nouveaux gTLD, on attendait les informations qui allaient sortir, tout le monde prenait des notes, on échangeait ces notes. Je pense que d'une certaine manière, on était en concurrence, mais en même temps, lorsqu'il y avait le processus d'enchères par exemple, on entrainait en concurrence pour pouvoir être choisi.

On a parlé de ce tir à l'arc numérique, etc., mais je dirais qu'en même temps, il y avait toute une communication qui a commencé à se développer au sein de la communauté de l'ICANN qui nous a été très utile, qui nous a permis de traverser tout ce processus, cette époque, parce que c'était difficile, il y avait beaucoup de difficultés. Il fallait simplifier les choses d'une certaine façon. Je dirais que la communauté de l'ICANN nous a permis de le faire et cette camaraderie est toujours là et permet souvent de résoudre des problèmes.

STACEY KING :

Il y a aussi une question de changement de culture. On avait à une époque cette attente, mais on travaille ensemble. Ensuite, on allait dîner ensemble et ensuite, le jour de la révélation arrivait et certains

choisissaient de travailler dans l'environnement de l'ICANN et d'autres ne savaient pas comment réagir face à ce changement de culture.

Quelques années après ce jour de révélation, on a mis l'accent sur ces différences de culture qui existaient.

JEFFREY SASS :

Ce jour de la révélation, c'était intéressant. Il y avait beaucoup d'attitudes différentes, je me souviens, certaines extensions pour lesquelles certaines compagnies s'étaient portées candidats. Je me souviens de notre point de vue, c'était important de savoir, nous avions d'autres candidats avec qui nous étions en concurrence. Mais une fois que cela a été publié et qu'on connaissait les candidatures des personnes, on savait parce qu'en tant que candidat pour un seul TLD, on avait dépensé beaucoup de temps et d'argent pour ces candidatures et des fois, on regardait les candidatures comme celle de Donuts pour .club et ensuite, .club n'est jamais apparu. Donc ils ont fait un copier-coller sur 300 candidatures, on se demandait combien d'argent ils avaient dépensé pour faire ce travail.

Quels autres souvenirs avez-vous concernant ce jour des révélations ?

MATT SERLIN :

Je dirais que les souvenirs de j'ai, c'est Donuts qui présentait 300 candidatures. Ensuite, on a vu aussi d'autres joueurs importants comme Google et Amazon qui sont devenus de plus en plus grands. On a vu un grand nombre de candidatures qui étaient présentées.

Quand on parle de la culture de l'ICANN, je dirais qu'ICANN comme industrie a vraiment augmenté sa stature. Quand on avait ces grandes compagnies technologiques qui se présentaient pour des termes génériques aussi, je pense que pour moi, le plus grand moment de surprise avait été de voir cela.

ADRIAN KINDERIS :

Je suis tout à fait d'accord avec cela. Pour revenir à ces souvenirs, après la journée de révélation, je me souviens d'avoir vu tous ces nouveaux visages, tous ces nouveaux participants, et je me rendais compte que l'ICANN devenait importante. Une partie du problème aussi, c'est qui savait comment se porter candidat. Il y avait toute une campagne pour chercher des candidatures et je pense qu'on a eu de la chance d'une certaine manière parce qu'on arrivait à faire de manière plus ou moins économique ce que nous devons faire. C'est une composante importante qui a permis à l'ICANN de grandir, de se développer. Ils ont dû écouter les personnes comme moi et travailler avec nous.

JEFFREY SASS :

Avant de continuer, je vais demander à tout le monde de donner son nom avant de prendre la parole et de parler à une vitesse raisonnable. Merci.

STACEY KING :

Je pense que c'est intéressant parce qu'à l'extérieur de l'ICANN, j'étais à l'époque au conseil de l'association de commerce international, je

me souviens que j'avais fait beaucoup de présentations sur les gTLD à l'époque, sur ce qu'ils étaient, ce qu'on allait faire dans cet espace, est-ce que c'était important, pourquoi, si on se portait candidat comment le faire. Et à la fin, la dernière année avant la candidature, j'ai commencé à faire des présentations qui étaient assez brèves qui montraient les différentes étapes pour présenter sa candidature. J'ai expliqué le processus des TLD, les résultats. Je recommandais de consacrer le travail d'une personne pour faire cela. Je dirais qu'à l'extérieur de l'ICANN, on ne le voit pas parce que c'est un monde assez fermé, c'est un monde pour les connaisseurs.

RAY KING :

Nous étions entraînés par le nombre de candidatures qu'il allait y avoir. Il y en avait toujours beaucoup plus que ce que nous pensions. Google et Amazon qui ont commencé à participer à ce processus ont été impressionnants. On jouait au même niveau. On avait toutes ces différentes catégories, les professions, les sports, les marques, les plateformes, etc. C'était vraiment étonnant, un moment vraiment très étonnant et très amusant aussi.

ADRIAN KINDERIS :

Je vois encore des TLD qui surgissent. Je me demande des fois si c'est une nouvelle candidature. Je suis souvent surpris par les choses qui apparaissent ici dans mon bureau. On avait une certaine compréhension concernant les différents niveaux à l'exception de Donuts. On avait une centaine de candidatures, nous étions des petits participants ici. On faisait notre propre soutien technique pour les

candidatures. Lorsque les grands entraient en jeu, cela changeait tout. Encore aujourd'hui, je me demande ce qui aurait pu se passer et si tout cela aurait eu autant de succès si ces grands joueurs n'avaient pas été là.

JEFFREY SASS :

Je pense que la question liée aux candidatures de Donuts, on a entendu parler de Google et on a Donuts aussi qui est important, mais Stacey, ces plaintes que vous avez mentionnées lorsqu'on a essayé de lancer ces TLD, ici, on a entendu des histoires concernant les défis qu'on a tous affrontés à un moment donné ou à un autre. Par exemple le jour des révélations, connaître finalement les résultats une fois qu'on était passé par toutes ces étapes.

ADRIAN KINDERIS :

Je viens de voir une note de Jothan Frakes et je pense que c'est très bon. Puisque nous parlons du jour de la révélation, je dirais que lorsqu'on voyait les résultats, on disait : « Pourquoi est-ce que tout est aussi compliqué ? » Je dirais qu'il y a eu beaucoup de travail fait par beaucoup de gens pour en arriver là.

Je pense que beaucoup de nouveaux arrivant, lorsqu'ils participaient aux premières réunions de l'ICANN, se demandaient ce qui se passait. À l'époque, il y avait beaucoup d'engagement, beaucoup de travail pour comprendre le système interne de l'internet. Donc je crois que lorsque nous avons un petit peu de nostalgie, nous devons comprendre que beaucoup de travail a été fait pour parvenir à ce jour de la révélation par l'ICANN, par la communauté. Je pense que la

plupart d'entre nous, ceux qui participent à cette réunion aujourd'hui, étaient responsables de tout cela, participaient au conseil de la GNSO, participaient au guide de candidature. Beaucoup de journées de travail, beaucoup de gens ont fait beaucoup de travail. Je pense que c'est important de le dire. Présenter une candidature, c'était compliqué et beaucoup de gens ont fait beaucoup de travail pour simplifier les choses.

RAY KING :

Je voulais dire que nous avons été souvent très frustrés pendant ce processus. On était en colère contre l'ICANN. Il faut reconnaître que la communauté essayait de résoudre certaines choses, le personnel de l'ICANN aussi a fait du très bon travail qui nous a menés au processus tel qu'il l'est aujourd'hui, qui nous a permis de parvenir à la situation actuelle.

JEFFREY SASS :

Vous avez tout à fait raison. Ce qu'Adrian et Ray viennent de dire, c'est tout à fait vrai. Les choses ont bien fonctionné et nous en sommes là 10 ans plus tard après des millions et des millions de demandes de candidature alors que beaucoup de personnes ont acquis des noms de domaine, etc.

STACEY KING :

Vous voulez prendre la parole ? Je pense qu'on a voulu prendre la parole avant moi.

LORNA GRADDEN :

Je voulais parler un petit peu de ce qu'Adrian vient de dire.

Les nouveaux arrivants dans ce monde étaient un petit peu perdus au début, mais je pense qu'il faut se souvenir qu'il y avait aussi un petit peu de découragement. On disait aux gens : « C'est comme cela qu'il faut faire les choses, c'est comme cela qu'on a toujours fait les choses. » Donc cela rendait les choses un petit peu difficiles peut-être.

STACEY KING :

Oui, j'allais dire quelque chose de semblable. Pour quelqu'un qui a participé à ce processus, on travaillait avec des compagnies qui ne connaissaient pas cet espace. Lorsque l'ICANN décidait d'ouvrir cela non seulement aux personnes qui étaient dans cet espace mais à tout le monde, tout le monde pouvait se porter candidat et je ne sais pas si la communauté était prête pour s'ouvrir à cela. Il y avait différentes manières de faire des affaires et on est passé de ce processus basé sur le multipartisme à une véritable industrie. Je dirais que ce groupe d'une certaine manière a réglementé ce secteur industriel.

Pour les compagnies dont l'objectif premier n'était pas de vendre des noms de domaine, ce processus était très compliqué. Je me souviens de commentaires concernant les TLD qui étaient lancés, pourquoi on le faisait, pourquoi on voulait faire quelque chose de différent. Tout ce que les bureaux d'enregistrement présentaient de différent était rejeté.

Je dirais que ce n'est pas seulement du protectionnisme, il y avait aussi une question de qu'est-ce qu'on peut faire, qu'est-ce qu'on ne peut pas faire. Il y avait beaucoup de doutes liés à cela. Il y avait

beaucoup de questions aussi de nouveaux arrivants et des personnes qui étaient dans la communauté depuis longtemps.

ADRIAN KINDERIS :

Oui, je suis d'accord avec ce que vous avez dit. Moi aussi, j'ai un petit peu levé les yeux au ciel en me disant : « Qu'est-ce que c'est que cela ? » C'est naturel, je faisais cela depuis pas mal de temps déjà.

Il y avait différentes manières de voir les choses et d'envisager l'ICANN. Nos registres doivent pouvoir avoir leurs propres TLD, leur propre espace. Ils n'ont pas à s'ouvrir à d'autres bureaux d'enregistrement. Cela a été un contentieux, une pierre d'achoppement pendant longtemps.

Je voulais utiliser mes propres bureaux d'enregistrement. C'était compliqué, on n'était pas tous sur la même longueur d'onde. Je crois qu'il y a eu beaucoup de difficultés au niveau des règles par rapport aux bureaux d'enregistrement, par rapport aux nouvelles idées.

Mais je crois que oui, on aurait pu mieux faire les choses, mais les portes se sont ouvertes très largement et vraiment, il n'y avait pas le choix, il fallait travailler différemment. Je crois qu'on y est arrivé avec les TLD et on a été en mesure de gérer la situation.

MATT SERLIN :

On a passé des années à débattre de ces points, qu'est-ce qu'on doit mettre dans le dossier de demande, on a parlé des détails, comment les gouvernements doivent gérer les TLD, qu'est-ce qui doit être permis ou pas. On s'est posé des questions sur les TLD fermés. Il y a eu

beaucoup de réactions de la part de la communauté parce qu'il y a eu beaucoup de nouveaux arrivants en effet. Il y avait un petit peu de protectionnisme. On refusait un petit peu les grands changements. La communauté a dû réévaluer tout cela.

Cela a été un processus intéressant. Si vous êtes une nouvelle entité qui arrive dans la communauté, vous dites : « J'ai fait un dossier de demande, il y avait des règles et maintenant, vous me dites que les règles ont changé ? »

ADRIAN KINDERIS :

On mesure le succès des TLD sur leur volume, leur nombre de noms de domaine. On fait comme cela aujourd'hui. Avec .film, je pense que cela a été très réussi. On a 5 000 TLD et je crois qu'il y a différentes manières de définir le succès. Il y a différents modèles qui existent et l'innovation est toujours présente.

JEFFREY SASS :

C'est intéressant ce que vous avez dit Adrian, comment mesurer le succès. Il y a différents modèles pour cela. Mais une partie de la pression qui existe pour utiliser un certain nombre de noms de domaine pour leur gestion, c'est qu'en même temps, on a lancé beaucoup de noms. Je crois que tous les mercredis, il y avait deux ou trois nouvelles extensions qui arrivaient. Les extensions devaient réfléchir comment intéresser les bureaux d'enregistrement et il fallait des chiffres. On a tous été un petit peu forcé d'essayer d'atteindre des chiffres élevés, des bons résultats alors qu'il y avait constamment une

introduction de nouvelles extensions. Cela vous paraît clair ? Vous êtes d'accord ? Matt, allez-y.

MATT SERLIN :

La définition du succès, c'est intéressant ce que vous dites. Je crois que dès le début, lorsque nous avons 23 gTLD, pour mesurer le succès, tout le monde regardait le volume qu'on avait. Mais une fois que cette nouvelle série a été parrainée, .job, .asia, on a reconnu à ce moment-là qu'il y a d'autres mesures de succès, pas seulement la taille de la zone. Avec les nouveaux gTLD, c'est devenu très clair. Il y avait beaucoup d'autres façons de définir un TLD qui a connu le succès, son utilisation par exemple. Avec .photography, si vous avez un certain pourcentage de photographes qui l'utilisent, c'est un bon signe. Donc cela a été une évolution de notre secteur, de l'ICANN et c'est très différent de la situation d'il y a 20 ans,

JEFFREY SASS :

Oui, .photography est un bon exemple. Vous me rappelez cela. On disait : « Il faut que ce soit très court. Plus c'est court, mieux c'est. » Et il y a eu .photography qui est arrivé qui est relativement long. On s'est dit que personne n'allait vouloir l'utiliser parce qu'il y avait des extensions .photo. Et pourtant, les photographes professionnels ont beaucoup apprécié .photography et l'ont utilisé parce que c'était intéressant pour eux parce qu'ils s'appelaient joesmith.photography.com et cela faisait sens, cela fonctionnait pour eux.

Adrian.

ADRIAN KINDERIS : Stacey était avant moi, je crois.

JEFFREY SASS : Merci Adrian, on va donner la parole à Stacey alors.

STACEY KING : Peut-être que c'est un point qui prête à la controverse, c'est très personnel et je ne parle pas de mes employeurs passés, mais je crois qu'un des problèmes lorsque l'on voit l'utilisation alternative de TLD, c'est qu'il y a un système qui est structuré autour de la manière dont cela fonctionnait avant les TLD. On avait simplement Network Solutions à une époque et il n'y avait pas de concurrence.

Lorsqu'on a avancé et qu'on a eu tous ces nouveaux TLD et que les registres sont obligés d'utiliser des bureaux d'enregistrement pour utiliser tout cela, les bureaux d'enregistrement veulent avoir des ventes, donc du volume, et il y a une question de coûts qui se pose. Là, ça limite les choses quand même. Certains TLD qui essaient de travailler très différemment n'ont pas de bureaux d'enregistrement qui ont signé avec eux, parce que vous avez toujours la question du volume de ventes existe. C'est comme cela que fonctionnent les contrats, c'est comme cela que le marché fonctionne, je crois.

ADRIAN KINDERIS : Merci Stacey. J'allais dire cela, c'est tout à fait clair. Nous avons toujours des bureaux d'enregistrement qui veulent avoir des frais

minimaux, une tarification minimale. C'est la question qui se pose pour .film, ils disent parfois qu'ils n'ont pas assez de volume pour .film. Cela va être un taux de vente en gros et cela va être beaucoup plus de .com.

J'ai parlé avec eux. Ils n'ont pas tout considéré. Il y a des registres qui sont soutenus actuellement et il faut voir qui on veut soutenir. C'est vrai qu'ils utilisent beaucoup le volume comme indicateur ; c'est un peu un héritage du passé.

Les bureaux d'enregistrement, c'est important d'en parler un petit peu parce que potentiellement à l'horizon, si on planifie les dépôts de dossiers de demande pour obtenir des TLD, il y a la question de la distribution qui se pose et la distribution est très différente parce qu'il y a beaucoup de consolidation dans le marché et cela va être différent encore dans quelques années. Ce qu'il faut retenir, c'est la vente des noms de domaine et il faut y réfléchir de très près.

JEFFREY SASS :

Oui, tout à fait Adrian. Je crois que pour les prochaines séries, il faudra savoir à l'avance comment vous allez mesurer le succès, quels seront vos indicateurs, qu'est-ce que vous voulez atteindre, quels sont vos objectifs, uniquement un nombre de ventes ou autre chose.

On a parlé des bureaux d'enregistrement. En tant que registres, vous avez pensé également parfois à proposer des services de bureaux d'enregistrement ?

RAY KING :

Je crois que ça a été un petit peu plus simple que cela. Lorsque vous vendez un nom de domaine, il y a un registre et un bureau d'enregistrement. Mais maintenant, si vous avez un petit TLD de niche comme .wiki, .inc, .design, en effet, c'est difficile d'attirer l'attention des bureaux d'enregistrement. Ils vont peut-être pouvoir vendre 50 noms.

On peut leur proposer de faire de la conception graphique, on peut partager des choses avec eux, mais cela prête à la confusion pour les consommateurs. Avec Andrew, nous sommes allés dans beaucoup de conférences commerciales et de foires. Lorsqu'on leur explique le concept des nouveaux gTLD, ils se disent : « Ah ! Il faut l'acheter auprès d'un bureau d'enregistrement. » C'est une autre entreprise. C'est compliqué. Il y a beaucoup d'entreprises et il y a des intermédiaires avec ces bureaux d'enregistrement.

Je crois qu'il doit y avoir un concept « nouveaux gTLD », vous appuyez sur un bouton et vous pouvez l'avoir très rapidement. Je crois que ce serait un concept intéressant. On a compris plus tard qu'il y a la question des emails et des postes et que cela représentait beaucoup de travail de jouer le rôle de bureaux d'enregistrement. On utilise Porkbun pour les bureaux d'enregistrement pour atteindre le marché, pour avoir des processus simplifiés. C'est un petit peu comme une foire commerciale où vous avez 50 % de rabais si vous faites ceci ou cela. Donc vous proposez des choses. Mais essayer manuellement de tout gérer, c'est très compliqué. Passer d'être un registre à un bureau d'enregistrement, c'est compliqué, ce n'est pas très facile.

JEFFREY SASS : Cela vous donne aussi la possibilité d’avoir une relation directe avec les utilisateurs finaux, un système de distribution qui rend les choses plus difficiles en tant qu’opérateurs de registre. On n’a pas accès directement aux titulaires de noms de domaine ; c’est un autre problème. Je pense que dans le secteur, on a affronté ce problème.

Quand vous regardez le secteur de la musique par exemple, les choses ont changé, les éditeurs de disque n’ont plus une connexion directe avec les utilisateurs finaux comme ils avaient auparavant. Ces distributeurs n’ont plus de contact direct avec les personnes qui consomment la musique. C’est la même chose ici pour les registres.

RAY KING : Lorsque vous gérez un TLD de niche, vous allez devoir souvent savoir qui utilise le TLD d’une manière fantastique par exemple. C’est étrange parce que le secteur était divisé, il y avait les opérateurs de registre et les bureaux d’enregistrement. Maintenant, c’est un petit peu regroupé et les bureaux d’enregistrement jouent un rôle très important. Des fois, c’est plus difficile je dirais quand on est plus petit et qu’on veut agir rapidement. Des fois, on a deux compagnies qui travaillent ensemble et au niveau économique, ce n’est pas vraiment rentable.

Je voudrais revenir un petit peu en arrière à propos de .photography. Moi, j’étais un des deux candidats. J’adore la photo, c’est pour cela que je m’étais présenté ici comme candidat pour ce nom de domaine. C’était long. Et lorsqu’il y a eu la première enchère, on a perdu face à

Donuts. C'était un peu douloureux parce que je pensais que c'était un point important pour le programme des TLD puisqu'il y avait la preuve du fonctionnement de programme de nouveaux gTLD, comment il devrait fonctionner pour un secteur avec des petits professionnels, des photographes, un secteur que j'adore comme je l'ai déjà dit. Excusez-moi, je me perds un petit peu.

La question du prix aussi est importante. Là aussi, dans le passé, les choses coûtaient plus ou moins le même prix, 10 \$. Et maintenant, dans ce nouveau système, on a des noms qui sont très chers et d'autres qui sont très bons marchés. On ne sait pas très bien quelle est la définition du succès ici.

Je pense que cela change les choses. Je dirais qu'une des principales difficultés que nous avons rencontrées au niveau du lancement, c'est d'essayer de trouver comment agir et comment peut fonctionner la mentalité d'un opérateur de registre.

STACEY KING :

Le système des bureaux d'enregistrement tel qu'il est actuellement est fantastique pour la plupart des TLD. Il fonctionne bien, mais lorsqu'on rentre dans le programme des TLD avec la partie des TLD innovateurs, comment utiliser ces systèmes de manière différente, parce qu'en maintenant ce système, on garde le même modèle, la même manière de travailler.

Je regardais les TLD de cette manière et je pensais qu'il y avait de très bonnes idées. On sert des noms de domaine à des personnes de façon à ce qu'ils puissent utiliser cela d'une manière ou d'une autre. Et deux

ans plus tard, les prix ont augmenté parce que par exemple certaines personnes voulaient utiliser leur nom de domaine pour leur mariage de façon à archiver tout cela. Donc les opérateurs de registre ont dit : « Nous n'allons pas enregistrer ce type de noms. » Ce commerce, pour une série de raisons, on n'a pas pu aller au-delà de l'aspect bureaucratique. Je dirais qu'il y a différents TLD qui ont essayé de faire les choses différemment et qui ont rencontré des problèmes.

MATT SERLIN :

Oui Stacey, c'est très intéressant ce que vous venez de dire. Je dirais qu'on peut passer 90 minutes à parler du prix, du marketing utilisé, il y a beaucoup de choses qui doivent être considérées dans le domaine de ces TLD. On continue à lancer de nouveaux gTLD de cette série-là.

Je voudrais revenir un petit peu en arrière sur ce qui a été dit. Je voudrais vous raconter une anecdote à propos de .photography. Le seul gTLD que j'ai eu, c'était mattserlin.photography, avant d'arrêter de travailler dans ce secteur. J'avais participé aussi, j'avais fait une demande pour .photography.

JEFFREY SASS :

Bien.

À propos de cette notion d'innovation introduite par Stacey, quelles étaient les innovations qui à l'époque vous pensiez étaient positives, des bonnes innovations dans ce secteur ? Allez-y.

RAY KING : Le tir à l'arc numérique.

ADRIAN KINDERIS : En ce qui concerne l'innovation, une chose dont on a parlé était l'interaction des IDN qui pouvait avoir lieu. C'était un moment important pour la participation mondiale à l'internet pour toutes les langues et tous les alphabets. C'était important pour l'introduction des nouveaux gTLD.

Pour les Australiens parlant anglais, c'est quelque chose qui a été présenté. Il s'agissait d'un principe concernant les opérations qui a été accepté. Et je pense que l'ICANN a fait beaucoup de travail pour faire prendre conscience de l'importance de l'acceptation universelle. C'est quelque chose qui était important.

Lorsqu'on parle d'innovation, je ne veux pas aller trop loin, mais je pense qu'il faut penser à la partie la plus innovante du programme de nouveaux gTLD, qui était la possibilité d'enregistrer des TLD dans les alphabets différents qui ne soient pas ASCII, donc la capacité de le faire. J'ai eu le premier .shabaka qui était en arabe pour lequel on a utilisé l'alphabet arabe. On n'a pas eu le succès qu'on pensait avoir, mais cela a permis de lancer ce système. On a beaucoup parlé de cela dans la presse lorsque la première délégation a été faite dans la zone racine. De toute façon, on n'a pas eu les résultats que l'on pensait avoir à cette époque avec ce .shabaka. On se demandait si on se serait sentis plus à l'aise si on avait utilisé les caractères ASCII. Je peux vous dire que ce projet pour nous n'a pas été une réussite.

Donc lorsqu'on parle d'innovation, les IDN, est-ce que cela a été une innovation qui a eu du succès à l'époque ? Je dirais que non étant donnée mon expérience.

JEFFREY SASS :

Vous avez raison d'en parler parce que c'est quand même une innovation.

Ray, vous avez la main levée, puis Stacey.

RAY KING :

Je pense qu'une des choses importantes, quand on lance un nouveau gTLD, on doit élaborer les règles aussi en fonction des lignes directrices. Avec .gay, nous avons fait deux choses qui ont très bien marché : on avait 20 % des revenus qui étaient destinés aux causes de LGBTQ et nous avons protégé les droits des gais. Nous avons retiré les choses qui nous paraissaient non correctes. Nous avons présenté différentes manières à la communauté de créer de manière proactive ce nouvel espace respectueux dans lequel on se sent à l'aise. On a dit aux participants que la communauté devait être respectueuse et qu'on devait respecter ces règles, qu'on ne pouvait pas les modifier. Donc c'est quelque chose qui me paraît tout à fait positif et qui pour moi a été une source d'enthousiasme.

JEFFREY SASS :

Lorna, allez-y.

LORNA GRADDEN :

Merci.

Non pas comme quelque chose d'innovant, mais je dirais qu'un nouveau groupe de TLD qui sont arrivés sur le marché en 2012 étaient les TLD des villes. Et je pense qu'ils ont eu un impact tout à fait positif pour les personnes. Par exemple .london a été quelque chose de très important, .berlin a eu beaucoup de succès aussi. Ce n'était pas vraiment innovant d'une certaine façon, mais ce n'était pas là auparavant, donc c'était quand même des innovations dont on a tiré profit.

Et d'autres utilisations importantes, c'était .brand qui a été utilisé pour les parties techniques, les réseaux internes, ce qu'on aurait pu faire aussi avec .com. Mais on a utilisé .brand pour avoir cet espace pour donner plus de sécurité. À ce moment-là, on pouvait avoir des nouveaux domaines qui ont été créés pour les différentes utilisations qui surgissaient. Il y a ici plusieurs choses qui me paraissent répondre à cet aspect innovateur.

JEFFREY SASS :

Oui, les extensions géographiques étaient importantes et leur contexte était important pour beaucoup de gens. Bravo et merci.

Stacey et ensuite, Adrian.

STACEY KING :

Contrairement à ce qu'a dit Adrian par rapport aux IDN qui étaient un échec, je pense que les IDN au contraire ont été une innovation tout à fait réussie. Très souvent, on oublie que les innovations parfois suivent

un long chemin pour parvenir à leur objectif et pour devenir une réussite. L'acceptation universelle était un gros problème avec les IDN pour être sûr qu'un TLD soit reconnu par d'autres systèmes. Les IDN nous permettent cela ; vous pouvez avoir un nom de domaine que vous allez utiliser dans une région qui reconnaît votre écriture, mais quand vous essayez de l'envoyer à un autre email, si cet autre email ne reconnaît pas votre IDN, vous allez avoir des problèmes. Vous allez avoir ce type de problème pour une adresse bancaire ou autre.

Cela nous ramène à cette utilisation innovatrice des TLD, des noms de domaine qui ont été utilisés. Lorsqu'on a commencé à utiliser ces noms de domaine IDN, cela a forcé le changement. Les .brand est un bon exemple. On avait des sites internet, des distributeurs, tout le système interne avait d'autres noms de domaine plus anciens qui étaient codés et que d'autres partenaires utilisaient. Ici, pour une compagnie, c'est très difficile et cela peut prendre cinq ou 10 années. Je pense que c'est tout à fait innovant, mais cela demande beaucoup de temps et cela va avoir un impact sur une série d'autres choses.

Un des TLD qui était important pour moi, c'était .art. Il s'agissait ici d'un nom de domaine, d'un certificat d'authenticité. Il y a aussi d'autres TLD avec des bureaux d'enregistrement qui ont bien travaillé là-dessus avec des portefeuilles chiffrés. Il ne s'agit pas seulement de marketing ici.

JEFFREY SASS :

Merci Stacey.

Adrian, allez-y.

ADRIAN KINDERIS :

Je ne sais pas si un IDN est une réussite. Je crois qu'il y a encore beaucoup de travail à faire au niveau des noms de domaine internationalisés. Ils n'ont pas les mêmes possibilités dans les marchés, ces IDN. Je crois que parfois, il y a une perception négative.

En ce qui concerne *geos*, j'ai trouvé que c'est intéressant cette introduction dans l'espace des noms, parce qu'il y avait des ccTLD qui étaient d'un côté et les gTLD qui étaient dans une autre salle d'un autre côté, et il n'y avait pas d'échange. Il y avait les noms de ville qui devaient être parrainés par les autorités locales, provinciales, étatiques parfois. Il y avait des emplacements très différents. Les gTLD qui étaient parrainés par les gouvernements, c'est là où l'ICANN a dû se poser beaucoup de questions. Mais à l'époque, c'est ainsi que cela se jouait. Il y avait de nouveaux piliers pour les gTLD et cela ne rentrait pas toujours dans le cadre des politiques de l'ICANN.

MATT SERLIN :

J'aimerais rebondir sur quelque chose que Stacey a dit sur .brand.

Il y a de cela 10 ans, on avait ces conversations qui étaient de passer de .com à .home.tld.brand ou quoi que ce soit. Les directeurs informatiques observaient cela et ils avaient un peu peur. Ils allaient faire un dossier à déposer et beaucoup de marques ont eu un impact différent avec les TLD avec des campagnes de marketing, avec un événement particulier par rapport à un TLD qui représente une marque. Mais c'est sur 10, 20 ans. Donc il faut travailler de manière créative pour promouvoir tout cela. Plus spécifiquement, il y a .new ;

c'est orienté vers l'action. Cela peut un service, cela peut être un tableau, cela peut être beaucoup de choses.

JEFFREY SASS :

Je suis d'accord, .new, j'avais oublié cela. Je l'ai utilisé en fait pour une nouvelle communauté et cela a bien fonctionné. C'est intéressant d'avoir Google, Amazon, ces énormes entreprises qui ont participé à ce programme au même niveau que nous et cela nous a validés. Les gens nous posaient beaucoup de questions : « C'est quoi un nom de domaine de premier niveau ? » Il y avait Google qui faisait cela, il y avait Amazon qui était en lisse également. Donc c'est bien qu'ils aient participé et qu'ils aient été novateurs. Merci d'avoir souligné cela.

Il ne nous reste que 10 minutes environ avant la fin de cette séance. C'est la dernière chance que vous avez de partager ces anecdotes. C'est intéressant de réfléchir 10 ans plus tard à ce que vous ressentez, comment ça s'est passé ces 10 dernières années. Et si vous pouviez donner un conseil pour la prochaine série à quelqu'un qui voudrait présenter un dossier de candidature lors de la prochaine série ? Qui veut commencer ?

RAY KING :

J'aimerais poser une question, je ne sais pas si c'est possible. Vous nous parlez du moment où personne ne savait quoi que ce soit sur les nouveaux TLD. Je pense que cela a été un petit peu plus lentement. Je ne sais pas s'il y a encore beaucoup d'informations et de connaissances au sujet des gTLD.

JEFFREY SASS :

Oui. J'étais à un panel en 2013, à une conférence avec Rick Schwartz et j'ai fait le commentaire suivant : l'industrie n'a pas encore pivoté. Il y avait Miley Cyrus, la chanteuse à l'époque qui parlait de *twerking* et on ne savait pas encore ce que cette danse était.

On n'a pas encore eu ce moment dans notre industrie. On a eu certains moments de révélation, on a eu Demi Lovato qui a lancé *lovato.club*. C'était un moment intéressant pour *.club* plutôt que d'utiliser *xyz* ; cela a été intéressant au niveau culturel. Mais je ne pense pas qu'il y ait eu ce grand moment de révélation où on a beaucoup appris sur les gTLD et où cela a été très connu.

ADRIAN KINDERIS :

Peut-être que je devrais poser la question à mon thérapeute plutôt qu'à vous, mais est-ce que vous êtes contents lorsque vous voyez un nouveau TLD et vous êtes à regarder un film et vous voyez *.movie* ? Moi, je prends une photo lorsque je vois un nouveau TLD. Je suis toujours enthousiaste. C'est vraiment quelque chose qui a mon attention parce que c'est ma profession. Je suis fasciné par cela. Cela me passionne vraiment. Je ne sais pas comment on peut interpréter toutes ces passions, mais véritablement, peut-être que c'est une note finale que je voulais faire.

J'ai beaucoup apprécié le processus et je crois qu'il y a d'excellentes interactions que l'on peut avoir entre nous. J'ai vraiment été très content de parler avec vous. Mon expérience serait que l'enthousiasme existe toujours, même 10 ans après. Lorsque ce n'est

pas .com, .au pour l'Australie, lorsque je vois une nouvelle extension, cela m'enthousiasme toujours et j'en prends note.

JEFFREY SASS :

Merci Adrian.

Stacey.

STACEY KING :

Est-ce que cela a été un succès ? Et quels conseils on pourrait donner ? Ce n'est pas facile pour moi de le dire, le processus n'a pas toujours été réussi. Mais lorsqu'on y réfléchit, je dirais quand même oui. C'est difficile, les changements, cela prend du temps. Cela a été un processus incroyable de changements et on va devoir continuer à y travailler. Il va y avoir de nouveaux acteurs qui vont entrer en jeu. En fin de compte, cela a été un processus qui n'a pas si mal fonctionné. Je crois que c'est un processus sur le long terme.

Pour conseiller quelqu'un, je dirais de faire un dossier de demande si vous avez une bonne raison, si vous avez un objectif pour ce TLD. Ne vous dites pas que vous allez gagner de l'argent lors d'une vente aux enchères. Je crois que cela va changer, cette perception sur les ventes aux enchères qui pourraient être très lucratives. Donc pourquoi vous voulez l'utiliser, qu'est-ce que vous allez en retirer, qu'est-ce que cela va apporter ; c'est ce qui va faire avancer notre communauté et c'est cela qui va vous faire connaître le succès. Peut-être que vous voulez un .brand, le nom de votre marque, mais réfléchissez bien à tout cela,

soyez différent, n'hésitez pas. C'est beaucoup de travail pour avancer et faire progresser un dossier, mais cela en vaut la peine.

LORNA GRADDEN :

Est-ce que c'était un succès ? Oui, malgré tout, cela a été un succès. Il y a eu beaucoup de problèmes, mais on a réussi quand même. Je crois qu'à l'avenir, les séries ne seront pas parfaites, ce ne sera jamais un processus parfait. Parfait, c'est l'ennemi du bien d'ailleurs, on le sait.

Pour rebondir sur ce qu'ont dit Adrian et Stacey, avoir une vision, oui, absolument, et avoir une bonne équipe en place, avec les parties prenantes en place, en accord avec vous. Pour .brand, parfois, il y avait simplement quelques voix qui s'exprimaient et je crois qu'il faut avoir un large groupe de personnes qui s'expriment pour avoir plus de succès et de longévité.

MATT SERLIN :

Je ne vais pas prendre trop de temps. Je crois qu'on a soulevé d'excellents points. Nous sommes six, nous sommes sur Zoom, mais il y a des centaines, voire des milliers de personnes qui ont des expériences similaires. Donc un grand salut à toutes les personnes qui sont membres de la communauté.

Oui, cela a été un succès, absolument. On n'a pas brisé l'internet, on n'a rien cassé. Il y avait des personnes qui disaient qu'il allait y avoir un problème au niveau de la racine, au niveau des fichiers de zone et de l'envergure que pouvaient prendre ces zones.

Il y avait .salon par exemple. Cela m’amuse, vous voyez, j’en souris encore. C’était un domaine un petit peu fou et j’en suis fier.

Pour la prochaine série, je dirais comme commentaire d’être flexible, soyez très flexibles. Vous avez un calendrier et cela va changer avec le temps et c’est un processus assez long. Merci.

RAY KING :

J’ai passé beaucoup de temps à New York et .nyc, je le vois partout et cela me fait très plaisir. Je crois que cela a très bien marché, c’est beaucoup utilisé. Ces noms de domaine sont en place avec les adresses protocole internet. Maintenant, on peut utiliser la partie TLD pour donner une signification à nos TLD. On a encore beaucoup à faire, mais lors de la prochaine série, je crois que ce sera encore plus efficace et cela va être encore plus intéressant. C’est vraiment quelque chose qui a beaucoup de valeur et cela ne peut que fonctionner et être un succès parce que cela apporte beaucoup de signification aux noms de domaine. Ces noms de domaine font partie de l’adresse que vous utilisez en tant que consommateurs, en tant que petites entreprises. C’est quelque chose sur lequel vous pouvez vous reposer, c’est une excellente plateforme et c’est une option qui est toujours disponible pour tous les internautes. Donc oui, c’est un succès.

Personnellement, cela a été une carrière exceptionnelle et très agréable pour moi, quelque chose de nouveau qu’on a apporté au monde. C’est une belle expérience. Mon conseil serait, comme l’a dit Stacey, d’apprécier votre TLD et ce ne sera pas comme un travail.

JEFFREY SASS :

Très bien. Merci beaucoup Ray.

Merci à toutes et à tous. Cela a été vraiment un débat extraordinaire. Et je dois dire, lorsque vous parlez à un bureau d'enregistrement qui utilise ces TLD et lorsque vous leur demandez si cela pourrait être sur le pare-chocs de leur voiture et si cela apporte beaucoup à leur entreprise, là, je crois que cela montre bien le succès de ce programme. Je crois qu'on pensait au départ lorsqu'on inscrivait un nouveau TLD qu'on allait le hurler du haut de la montagne. Mais en fait, c'est le bon domaine pour eux. Ils n'enregistrent pas un nouveau TLD, ils enregistrent un nom qui fonctionne pour eux, qui marche, qui les satisfait. On doit tous être contents.

Cela a été un excellent débat. Merci à toutes et à tous de votre attention. Merci à Adrian, à Stacey, à Matt, à Ray d'avoir passé ces 90 minutes avec nous. Beaucoup d'anecdotes, beaucoup de partage. Merci beaucoup, merci. Je redonne la parole à Martin. Merci de m'avoir donné la possibilité de m'exprimer.

MARTIN SUTTON :

Cela a été passionnant. Merci à tous. Cela a été aussi très agréable d'entendre toutes ces expériences que vous avez eues, ces conversations que nous avons auparavant pendant les réunions de l'ICANN. Donc bravo, merci à tous. Mes félicitations à tous ceux qui ont participé à cette longue trajectoire. Cela a été fantastique et j'espère que nous allons avoir encore 10 années de travail dans le monde des nouveaux gTLD. Bravo, merci à tous et merci de vous être joints à cette réunion. Bonne fin de journée. Merci.

conversation avec les opérateurs

FR

[FIN DE LA TRANSCRIPTION]