

KOBE – Session pour les présentations de NextGen (1 sur 2)

Mardi 12 mars 2019 – 11h00 à 13h15 JST

ICANN64 | Kobe, Japon

DEBORAH ESCALERA : Bonjour à tous. Si vous êtes là pour les présentations NextGen, on va commencer d'ici trois minutes. Excusez-nous de ce retard.

Merci beaucoup. Je m'appelle Déborah Escaleda. Je suis directrice du programme de NextGen pour le département du soutien public. On va commencer nos présentations maintenant, et notre premier présentateur est Han Bo. Veuillez-vous présenter, Han Bo, s'il vous plait.

HAN BO : Bonjour ; je m'appelle Bo Han, je viens de la Chine. C'est la première fois que je participe à une réunion ICANN et je suis très heureux de vous faire ma présentation aujourd'hui.

Aujourd'hui ma présentation a à voir avec la lutte contre les infox en Chine.

Alors, lorsqu'on parle de contenu des médias chinois, on a tendance à penser que c'est un mystère et que c'est un environnement clos. Or on a fait des changements et l'université de Shanghai a également pris part à cela est fait des

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.

comparaisons avec les plateformes. Nous avons essayé d'adapter le modèle multipartite en Chine, et voici donc ma présentation.

D'abord, je vais vous parler des problèmes et des raisons à ces problèmes. Ensuite, de ce que l'on a fait jusqu'à présent. Troisième partie, ce que nous avons changé et, quatrième partie, que nous réserve l'avenir.

Alors premièrement problèmes et raisons dans l'expansion des infos en Chine. Donc il s'agit de ce genre de situation où vous lisez des nouvelles, des infos en ligne. Et c'est la première erreur que vous pouvez commettre. Ça, c'est très populaire dans les chats chinois sur Facebook, et vous voyez ce genre de choses tout le temps. Mais en fait, qu'ils essaient de faire, c'est de vous convaincre d'acheter des choses.

Ensuite deuxièmement, par rapport à la spéculation. Ici, il s'agit de choses qui vont disparaître, et ça va au-delà des faits, mais ils essaient d'attirer votre attention. Ça a à voir avec la spéculation.

Troisièmement, la stigmatisation ; alors, je ne sais pas comment le dire. On a une organisation qui s'appelle application de la loi. C'est les gens qui sont chargés de faire régner l'ordre dans les supermarchés. Et ils ont des conflits avec ce genre de gens. Ce genre de gens ont leurs vieilles idées par rapport aux personnes qui accomplissent ce travail, mais en fait, parfois, leurs opinions sont erronées. Et l'utilisation de l'image, surtout pour les infos en

ligne, parce qu'on a utilisé l'image pour forcer les gens. Et lorsque- en fait, ce que je vous montre, c'est une image de l'ouragan qui a eu lieu en Chine. En fait, il s'agit d'une image prise par la NASA. Ils utilisent cette photo en disant, « Ça, c'est des images de l'ouragan en Chine ». Donc c'est un infox.

Alors pourquoi est-ce qu'on fait ça ? La première raison, c'est parce qu'on a toujours tendance à croire « voilà, je vais le faire au cas où... au cas où c'est quelque chose de vrai ou ça peut sauver une vie ». Deuxièmement, on a confiance en notre cercle d'amis ; on fait confiance aux gens qui nous entourent. C'est pourquoi lorsque mes amis essaient de m'envoyer des infos, j'essaie de les envoyer aux autres.

Ensuite, la législation, il faut qu'il y ait un suivi de la législation parce que, dans l'environnement en ligne, il y a un contrôle et une législation. Mais avec les infos en ligne, on a besoin de suivi, de législation.

Donc, qu'est-ce qu'on a essayé de faire ? On a essayé de mettre en place la plateforme de réputation des rumeurs conjointes de l'Internet en Chine. Si vous voulez, vous pouvez y jeter un petit coup d'œil en cliquant sur le lien qui figure ici à l'écran.

Donc, avec le gouvernement, les médias- comment les médias obtiennent des contenus.

Et quatrième et cinquième parties qui concernent des études de cas sur la manière dont on peut éviter la propagation des rumeurs,

Ensuite dernière partie sur les lois, législations, règles en ligne, que les gens puissent y faire référence et savoir ce qui est illicite. D’abord, il faut dire aux gens quelle est la règle à suivre. Quelle est la législation pour éduquer les gens par rapport aux infox.

À gauche, vous voyez ici que ce genre d’encadré, c’est pour faire connaître votre point de vue en ligne. Si vous voyez qu’il s’agit d’une rumeur, vous pouvez voir ce genre d’idées qui apparaissent immédiatement. Donc voilà ce qu’on a mis en place.

Et à droite, en particulier les premières lignes, et ensuite deuxième partie, le gouvernement. Comment est-ce que le gouvernement, surtout au niveau local, peut répondre à votre idée. Ça, c’est le nouvel élément sur cette plateforme.

Troisième partie. Qu’est-ce qui a changé ? En fait, nous avons essayé de changer notre modèle de gouvernance. On a modifié ce modèle descendant. C’était ce qui était de mise auparavant. Et on a essayé d’avoir une négociation pour que ça soit un modèle ascendant. Et on se concentre également sur des mécanismes à long terme et sur l’état de droit, parce que c’est très difficile, si les choses sont gérées en haut, de parvenir à la société en bas.

Alors dernière partie. Qu'allons-nous faire pour l'avenir? D'abord, apprendre des normes existantes par rapport à la déontologie professionnelle et à la recherche en termes de déontologie dans le domaine de la communication. Ça, c'est un domaine nouveau en ligne.

Et deuxièmement confirmer la gouvernance académique de communication idéale, parce que nous pensons qu'il faut donner voix au chapitre au secteur académique, non pas seulement au secteur gouvernemental, parce que nous avons un message à transmettre pour négocier avec le gouvernement.

Troisièmement, cultiver l'esprit de citoyenneté et améliorer la qualité scientifique des citoyens. Il faut dire aux gens que peut-être que certaines des informations que vous avez entendues sont erronées ou peut-être erronées, et si vous y pensez, si vous googlez cela, vous verrez qu'il s'agit d'anciennes informations, de vieilles informations qui sont présentées comme étant de toutes nouvelles informations.

Ensuite, le changement de toute la société est en cours, mais on a besoin pour ça de mettre en place un système de cogouvernance sociale. Et ici, l'aspect le plus important de ce modèle multipartite, c'est que tout le monde doit avoir une chance; tout le monde avoir une chance de participer à ce processus avec le gouvernement.

Ensuite, il faut avoir une expertise dans les différents domaines pour pouvoir déceler les talents. Donc, il faut mettre en place ces systèmes pour garantir un avenir plus radieux. Merci.

DEBORAH ESCALERA : Merci beaucoup. Est-ce qu'il y a des questions dans la salle à l'attention de Han ? Bien. Merci beaucoup. On va passer à notre présentatrice suivante. Ananya Singh de l'Inde.

ANANYA SINGH : Bonjour à tous ; je m'appelle Ananya. Je viens d'Inde. Je suis une étudiante en économie et nous sommes là avec les experts de l'Internet ici, donc que je suis heureuse d'être ici à l'ICANN aujourd'hui. Je vais vous parler de mon histoire avec l'Internet.

J'étais donc très jeune. J'étais à l'école et je dépensais un dollar pour acheter un certain nombre de montants de données pour pouvoir être sur mon téléphone. Alors, j'avais besoin de plus d'espace. J'avais besoin de plus de 2500 par jour pour pouvoir survivre. Donc j'en avais besoin pour ma vie journalière. Donc quand j'étais donc en huitième, nous nous avions des comptes. Vous souvenez ? C'était comme ça. Donc en fait, beaucoup de millénia indiens n'avaient pas ouvert leurs premiers comptes Facebook avec leur nom, leur vrai nom. Et j'utilisais des noms empruntés tels que des noms de personnes populaires, de

célébrités, etc. parce qu'ils ne voulaient pas révéler leur propre identité. Ils avaient un certain besoin de confidentialité.

Chez nous, il y a un nombre, une identification. C'est un numéro qui existe en Inde et qui correspond avec votre nom, avec votre compte bancaire. En Inde, c'est un numéro qui est donc relié à votre banque. Ce numéro correspond à toutes vos informations. Donc, encore une fois, ça ouvre un débat énorme en Inde au niveau de la confidentialité et de la vie privée. Donc, Aadhaar, c'est un mot en hindou qui veut dire fondement, et c'est un numéro d'identification qui comprend 12 chiffres. Nous avons eu beaucoup de soutien de la Banque mondiale et, en fait, Paul Romer, qui est le chef économiste de la Banque mondiale, a décrit notre programme comme un des programmes le plus sophistiqués au monde. Alors encore une fois, tout est relié ; tout ce que vous utilisez en Inde, que ce soit votre téléphone, votre carte SIM, tout ce que vous achetez, tout correspond aux données que vous avez sur votre ce qu'on appelle Aadhaar.

Donc voilà. Voilà. La carte Aadhar ressemble à ça, ce que vous voyez à l'écran. Encore une fois, vous voyez la carte à l'écran. Voilà, je vais vous donner un petit peu l'historique. Cela a commencé en 1999. Vous savez, il y avait une guerre entre le Pakistan et l'Inde à l'époque, donc le gouvernement de l'Inde avait mis en place un comité de révision pour suggérer que les villages qui étaient en frontière devraient avoir des cartes

d'identité pour être identifiés puisqu'ils vivaient à la frontière. Ensuite, nous avons eu trois ou quatre comités qui eux aussi ont suggéré la même chose. Donc ils ont décidé de commencer un programme d'identification unique et c'est là que Aadhaar a été conçu.

Maintenant depuis que nous avons ce programme, nous savons qu'il y a beaucoup d'avantages vis-à-vis de cette carte Aadhaar, mais je veux vous parler des deux meilleurs avantages d'Aadhaar, du moins c'est ce que le gouvernement pense.

Alors le gouvernement dit que, pour le gouvernement, c'est une bonne chose parce que les gens ne peuvent pas tromper le gouvernement sur le chômage, sur les allocations, etc., etc. En fait, nous avons les passeports, des identifications pour passer la frontière, etc., donc on n'avait vraiment pas besoin d'une autre sorte de carte d'identité si vous voulez. Alors, il y a des mythes que je voudrais raconter là-dessus. D'ailleurs, le gouvernement dit que les données Aadhaar sont sécurisées et sûres, et qu'il n'y a aucune fuite de données. Donc il y a eu un rapport qui a été fait en 2003 qui disait qu'il y avait un vendeur anonyme sur WhatsApp qui disait qu'il avait eu accès à la base de données d'Aadhaar en moins de 10 minutes pour moins de 10 USD ; et il a dit aussi que pour 300 roupies de plus, donc cinq dollars, on pouvait acheter un logiciel qui pourrait vous permettre d'obtenir toutes les informations Aadhaar : le nom, l'adresse, le courriel, le numéro

de compte bancaire, etc. Donc Aadhaar ne me semble pas être un système très sûr.

Le deuxième mythe. Alors, le gouvernement a cité ces informations devant la Cour suprême qu'on a d'ailleurs. Le gouvernement a dit que la Banque mondiale avait publié un rapport qui disait que 11 milliards de dollars pouvaient être économisés grâce à l'Aadhaar. Mais en fait nous avons quelques journaux et des journalistes qui sont allés à la Banque mondiale et qui ont posé des questions, et la Banque mondiale elle-même a admis que ce n'était pas la vérité. En fait, c'était juste une hypothèse qu'elle avait émis, et que les informations que la Banque mondiale avait reçues étaient incomplètes. Donc, bien sûr, donc là, vous pouvez vous rendre compte que ces 11 milliards de dollars n'étaient pas le chiffre correct.

En tant qu'économiste, je peux vous dire que donc on parle de l'argent qui est économisé, mais aussi de l'argent qui a été transféré. Quand on économise 11 milliards de dollars, ça ne veut pas dire que l'argent a été distribué à quelqu'un d'autre. Donc voilà. C'était des données potentielles ; ce n'était pas des faits actuels. C'était le potentiel de pouvoir transférer 11 milliards de dollars, mais ça ne s'est pas passé comme ça. Donc en fait on n'a pas économisé 11 milliards de dollars.

Et une autre des chambres du Parlement en Inde a reçu donc les

informations suivantes. Ils utilisaient les données de la crise mondiale pour le pétrole. Donc, encore une fois, ces économies qui auraient été faites grâce à l'Aadhaar n'existaient pas. En plus ces économies étaient plus en rapport avec la crise mondiale du pétrole.

La Cour suprême a fait donc appel sur la conflictualité de l'Aadhaar. Et lorsque vous reliez Aadhaar avec les numéros permanents, vous êtes en lien avec ce qu'on appelle le [DBTL]. Vous êtes complètement relié à votre compte bancaire. Ça veut dire qu'on peut obtenir des informations bancaires et cela est ouvert à tout le monde. Tout le monde peut trouver vos données. Tout le monde peut faire ce qu'ils veulent avec votre compte bancaire. Et Aadhaar, cela veut dire que vous avez des risques vis-à-vis de votre identité.

Les gens n'aiment pas que leur identité soit publiée en Inde. À cause d'Aadhaar, il y a des gens qui ne peuvent pas faire telle ou telle chose.

Donc il y a une objection fondamentale. Pourquoi avons-nous besoin d'un système où toutes les données sont consolidées ; toutes nos données sont consolidées : nos adresses, nos dates de naissance, nos numéros de téléphone, nos informations bancaires se trouvent donc à un certain endroit. Alors, bien sûr, comme ça, ma compagnie de téléphone a des informations sur

moi, ma banque a des informations sur moi. Toutes les organisations ont des informations sur moi. Et il n'y a aucun problème.

Donc si un journal ou, disons, un utilisateur anonyme pirate le système indien, pouvez-vous imaginer les données, les bases de données entières de la population de l'Inde pourraient être divulguées.

Et j'ai ajouté cette diapositive. Nous avons parlé beaucoup du RGPD dernièrement et je pense que ç'a été vraiment un sujet très chaud à l'ICANN. Et donc la différence entre le RGPD et notre Aadhaar, c'est que par rapport au gouvernement de l'Europe, il pense qu'il règlemente l'utilisation des données, mais dans le cas de l'Aadhaar, c'est le gouvernement indien qui essaie de contrôler les données des personnes. Avec le RGPD, vous avez au moins une option. Vous devez signer un accord. Dans le cas de l'Aadhaar, c'est obligatoire. Il n'y a pas de mécanisme qui nous permet de choisir.

Donc voilà les objections que j'ai vis-à-vis de l'Aadhaar. Cela représente des éléments antisociaux et cela affecte la confidentialité. De plus, nous avons une technologie qui est un peu prématurée en Inde. On pourrait faire sans Aadhaar et on pourrait investir dans quelque chose qui serait beaucoup plus utile.

DEBORAH ESCALERA : Merci beaucoup. J’aimerais faire rappeler à nos intervenants qu’il y a les interprètes qui sont là-haut. Donc, souvenez-vous. Lorsque vous faites vos présentations, parlez lentement, distinctement. Donc, parlez lentement, mais vous n’avez que 10 minutes. Donc ne vous inquiétez pas, on vous fera un petit signe pour vous dire lorsqu’il ne restera plus que deux minutes. Très bien, merci.

Y a-t-il des questions à l’attention d’Ananya, que ce soit dans la salle ou de la part des autres NextGen ? Bien. Alors nous passons à la présentation suivante. Wenkai Jin de la Chine, oui. Allez-y.

WENKAI JIN : Bonjour à tous. Je m’appelle Wenkai Jin, je viens de Chine, de l’université de Tsinghua à Pékin.

J’aimerais vous parler de la communication des réseaux sociaux en Chine sur l’ICANN. D’abord, on sait que dans la pratique de la gouvernance de l’Internet mondial, l’ICANN a, à la fois, la responsabilité en termes de gouvernance et de plaidoyer. Donc son rôle de gouvernance est reflété dans la formulation politique spécifique et son rôle de plaidoyer est reflété dans la communication des réseaux sociaux.

On me rappelle qu’il faut parler lentement.

Les positions de l'ICANN comme modèle de gouvernance ascendante. Donc, comment passer des informations de manière ascendante, comment est-ce que les communautés de base peuvent comprendre la politique et développer le rôle de la communauté de l'Internet.

Prenons d'abord le compte officiel de Pékin WeChat de l'ICANN et celui de la communauté chinoise ICANN WeChat comme projet de recherche.

Il s'agit des réseaux sociaux les plus courants WeChat. On sait qu'on n'a pas accès à Twitter ni Facebook en Chine. Donc ce sont les réseaux sociaux les plus utilisés. Avec les opérateurs de l'ICANN Beijing, nous avons fait avec WeChat plusieurs entretiens. On sait qu'à l'ère de l'Internet, le pouvoir des réseaux sociaux dans notre communauté ne peut pas être remis en cause. Mais en Chine, il y a deux principaux problèmes.

D'abord, on sait que les principaux comptes des réseaux sociaux de l'ICANN, comme je l'ai dit, ne sont pas accessibles en Chine. Deuxièmement, la grande quantité d'informations sur les comptes officiels de l'ICANN est surtout en anglais, et la version chinoise a certains problèmes, en termes de délais, actualisation et est limitée en termes d'information et d'information précise. Donc, pour faciliter l'accès et la lecture de ce contenu de la part de la communauté chinoise, le centre pour la participation de

l'ICANN Beijing a relié WeChat pour établir un compte officiel ICANN Beijing.

Donc par rapport aux autres comptes de réseaux sociaux de par le monde, les opérations des réseaux sociaux en Chine se caractérisent par les réseaux sociaux chinois. Donc on a pris en compte le nombre de personnes inscrites, avec quelques fluctuations. Également le niveau de fonctionnalité entre les contenus postés par le compte officiel ICANN Beijing et son autopositionnement qui est élevé. Donc on peut dire que c'est une bonne communication.

Toutefois, la possibilité pour ce compte officiel pour se faire l'écho des opinions publiques est encore limitée. Donc il faut faire participer le public en dehors de la communauté, au-delà de la communauté, avec des articles qui portent sur les TLD par exemple, qui ont une certaine influence, mais n'ont pas encore donné lieu à une communication systématique.

Or, tout ce qui concerne les TLD est très important. Et ce sont des informations qu'il est difficile de développer.

Ensuite, il y a des problèmes connexes liés à la sécurité sur Internet et d'autres avancées techniques.

Donc le compte officiel concerne des petits groupes spécialisés très limités, également des personnes qui ne travaillent pas dans

le domaine des réseaux sociaux. Donc ce n'est réellement pas facile que ce contenu soit répondu.

Ensuite, en termes de communication, l'utilisation interactive des réseaux sociaux manque d'efficacité. Or, c'est très important. On sait que les réseaux sociaux ont besoin d'une utilisation interactive efficace. Donc sur ces comptes officiels, il y a très peu de commentaires. Il faut progresser à ce niveau-là. La communauté ICANN Chine, c'est le principal espace pour la discussion sur le contenu, et il y a une forte interaction. Mais ça, ça lieu à l'intérieur de la communauté.

On sait que le WeChat groupe est limité uniquement aux membres de ce WeChat groupe. Donc on a parlé des contenus spéciaux pour les informations qui reflètent le public, en réaction à deux problèmes liés à la gouvernance de l'Internet. Et dans ce WeChat groupe, on a discuté de ces questions en relation avec l'espace des noms de domaine.

Donc on sait que le centre de participation ICANN Beijing peut trouver des nouveautés et peut ouvrir des espaces sur des contenus qui intéressent notre communauté, les opérateurs en Chine. Donc on sait qu'on doit suivre l'évolution des réseaux sociaux.

Nous avons d'ores et déjà eu des réunions, et on voit qu'avant ces réunions, on projette des vidéos sur les enfants, leur toute

première interaction avec les ordinateurs, quelle est leur réaction, et les belles choses qu'ils disent à propos. Et c'est quelque chose de très important pour nous et qui il faut qu'on partage sur les réseaux sociaux. Donc il est important de filmer ce genre de vidéo, les projeter sur nos comptes des réseaux sociaux en version chinoise, et travailler sur ce côté de la communication.

Donc le problème, ça n'est pas qu'on n'a pas de contenu ; on en a. Le problème, c'est de l'utiliser à bon escient.

Donc il faut accorder une attention particulière à cela parce qu'on sait que les réseaux sociaux, ça s'adresse surtout aux jeunes. Donc la réaction des enfants, l'interaction des enfants vis-à-vis des réseaux sociaux, c'est quelque chose de très intéressant.

De plus, les réseaux sociaux en Chine doivent également se positionner en termes de fonctionnalité, non seulement pour partager des informations, mais également pour combiner cet environnement gouvernemental et le conflit entre la gouvernance de l'Internet et la position du gouvernement et trouver des points de convergence dans ce processus de communication. Il faut également améliorer la composition de la communauté ICANN Chine, tout en attirant plus de gens pour surmonter ce réel problème.

Voilà, j'en ai fini avec ma présentation. Merci beaucoup.

DEBORA ESCALERA : Merci beaucoup. Très intéressant. Y a-t-il des questions dans la salle à propos de cette présentation ? Très bien à votre tour.

[INTERVENANT NON IDENTIFIÉ] : J’ai plus de détails sur ce rapport, parce que nous avons fait notre recherche ensemble. Et nous avons aussi fait des recherches sur le contenu sur les comptes officiels. Et nous avons lu les révisions qu’ont faites nos membres parce qu’ils ont bien étudié les procédures. Nous allons donc publier plus informations dans l’avenir, et j’espère que vous allez suivre ces documents que nous publierons.

DEBORA ESCALERA : Je vais passer la parole à mon collègue qui va présenter la prochaine personne.

MEGHAN HEALY : Nouvel intervenant Elliott John Mann d’Australie, qui va nous parler maintenant.

ELLIOT MANN : Oui bonjour à tous. Je m’appelle Elliot Mann. Je suis étudiant en faculté de droit à Swinburne, Melbourne, en Australie. J’étudie les sciences l’informatique. Je vais parler de la protection des

données personnelles en Indonésie. Je sais qu'il y a beaucoup de personnes qui parlent du RGPD et l'EPDP. Beaucoup de focalisation en ce moment sur l'Europe et, à mon avis, c'est très intéressant de voir qu'il y a une carence, plutôt il y a beaucoup de focalisation sur le RGPD, mais pas forcément- le sujet n'est pas partagé à travers le monde.

Donc dans ce sens, je vais vous donner une idée, un aperçu de ce qui pourrait se passer à l'avenir. Donc je veux parler de trois choses.

Première chose. Pourquoi est-ce que la protection des données personnelles est un problème en Indonésie ? Quelles sont les lois et les réglementations qui sont en cours en Indonésie en ce moment ? Et que va-t-il se passer à ce sujet dans l'avenir ?

Tout d'abord, je vais parler de la protection des données en Indonésie et, en général, en Asie du Sud-Est.

Alors l'Indonésie est dans la région de l'Asie du Sud-Est. Indonésie représente l'économie de l'Internet qui croît le plus rapidement. Voilà le rapport à l'écran. Le rapport de Google. Et vous avez des chiffres sur l'écran ; vous voyez, la croissance en Indonésie est importante.

An niveau de l'économie de l'Internet, l'année dernière, c'était la même chose. Nous étions- il y avait seulement presque plus de la

moitié des Indonésiens qui avaient un compte bancaire. Donc juste plus de 50 % des Indonésiens qui avaient un compte bancaire. Donc il y a encore des soucis sur ce sujet surtout depuis la crise qui a eu lieu en 2017.

Beaucoup de personnes utilisent autre chose. Alors des applications mobiles. Par exemple, on voit que les applications telles que OVO, qui est une plateforme financière, qui est utilisée par Grab. C'est une compagnie, une entreprise qui est basée à Singapour. Il y a aussi une application qui s'appelle GoPay, un conglomérat d'ailleurs qui est basé en Indonésie. Cette application fonctionne comme un portefeuille numérique, si vous voulez. C'est de l'e-money, de l'argent numérique. Et puis donc ces applications ne fonctionnent pas au sein des systèmes de protection des données. Ce sont donc des portefeuilles numériques.

Donc en Indonésie, il y a donc un besoin d'un système de protection des données assez robuste pour protéger justement ces applications. Dans la région elle-même, il y a un gros taux de concurrents. Tous ces pays ont introduit des lois ou des réglementations sur la protection de données. Comme j'ai parlé de la Thaïlande qui a commencé, qui a mis en place cette réglementation en fait la semaine dernière.

Voilà, ce sont des États du sud-est de l'Asie qui ont mis en place

leurs propres réglementations. Beaucoup de plateformes e-commerce mettent en place des protections des données et suivent donc les réglementations locales. Ces compagnies ne vont pas faire des affaires avec des pays dans lesquels ces protections des données ne sont pas légitimes.

Donc en fait c'est assez simple en 2019. Il n'y a pas une réglementation unique pour cela, sur la protection de données.

Nous avons des réglementations sur- certaines réglementations qui réglementent un peu l'Internet et les transactions de l'Internet surtout dans les cas de diffamation, etc. cette loi vraiment n'a rien à voir- enfin bon. Elle supervise un petit peu. Elle vous dit bon, on vous suggère de protéger les données. Mais ce n'est pas une loi qui vraiment s'applique à la protection des données. C'est une réglementation, pas forcément une loi.

Donc c'est représenté comment? Il y a trois formes de réglementation. Tout d'abord, nous avons des réglementations gouvernementales. Nous avons la réglementation numéro 82. Voilà. Comme vous voyez sur l'écran. Voilà. Il s'agit des données électroniques. Tout ce qui se passe en Indonésie. Vous devez avoir des centres de récupération des données et toutes celles-ci sont basées en Indonésie. Il ne s'agit pas forcément des données, mais des transactions financières.

Ensuite, nous avons la réglementation numéro 20 qui vient du

Ministère de communication et de la réglementation informatique. Et il s'agit de protection des données personnelles qui sont contenues dans les systèmes électroniques. Et si vous posez la question à un avocat en Indonésie, c'est qu'il va vous dire ce qui correspond à peu près à ce qu'on pourrait dire être une loi pour la protection des données.

Nous avons une définition du contrôle de données parce que, en 2016, il n'y avait pas le RGPD. Donc, il y avait des contrôleurs de données. Mais maintenant, nous voyons un climat qui va peut-être nous amener une réglementation, mais qui ne fonctionne pas vraiment. Si vous mettez en place un système, il faut que le ministère certifie. Donc ce n'est pas quelque chose qui est formel si vous voulez.

Je n'ai pas pu parler en fait en Indonésie. J'ai essayé de trouver quelqu'un qui pouvait exactement m'expliquer comment le processus fonctionnait. Il y a beaucoup beaucoup d'étapes à suivre, mais elles sont vraiment très générales. Donc nous en sommes encore à une étape où la réglementation doit être mise en œuvre. Il n'y a pas de loi spécifique sur les protections des données. En Indonésie par exemple les données personnelles qui sont liées à l'emploi, aux affaires, etc. ne sont pas forcément toujours incluses. Voilà donc l'état. Voilà où nous en sommes au niveau de la législation en Indonésie, ce qui veut dire qu'il n'y a pas de législation ; il y a certaines réglementations. Mais voilà.

Pour moi, c'est ce qui doit changer. Mais voilà où nous en sommes en ce moment.

Donc en général, nous préférons avoir une législation et pas une réglementation. Voilà. Dans notre région, c'est quelque chose que les gens recherchent. Il y a des exemples ; en Australie par exemple, ils ont donc un département spécifique pour la protection des données. Il y a des bureaux, donc, à Singapour, malgré qu'à Singapour, il n'y a pas encore de législation sur ce sujet. Mais je pense que c'est en cours. Il faudrait qu'il y ait donc une unité au niveau du gouvernement qui pourrait se préoccuper de ce genre de protection.

Et quand il s'agit de l'exécution de ses réglementations, ce n'est pas encore comme en Australie. De plus, nous avons quand même des débats. Ça, c'est très important. C'est comme ce que nous discutons ici avec le modèle multipartite. Ce sont des questions de toute façon qui sont discutées à travers le monde. Nous voyons maintenant qu'il y a quand même la discussion au niveau du ministère, des ministères, en Indonésie.

Vous savez, au Parlement indonésien, il y a des discussions sur le sujet. Pour obtenir des lois, il faut qu'il y ait plus de soutien. Voilà, c'est mon point le plus important.

On en arrive à la concurrence internationale. En Indonésie, il est très difficile de trouver une loi. Le fait d'avoir une loi sur la vie

privée, cela permettrait aux entreprises de vouloir faire des affaires avec l'Indonésie en pensant qu'il y a une certaine loi qui est en place. Cela permettrait à l'Indonésie de s'ouvrir à des marchés.

Donc encore une fois, il y a des réglementations et ça correspond à ce dont on parlait tout à l'heure. Il y a donc des réglementations qui viennent du Ministère de la communication, qui avaient été faites en 2018. Ça avait été fait en conjonction avec le Ministère sur les droits de l'homme. Bon. Ça a été un petit peu un écho de ce qui s'était passé au niveau de l'Asie du Sud-Est. Ça devait être mis en œuvre à la fin de 2018, mais cela ne s'est pas produit. Beaucoup d'entreprises privées ont observé les lois et ont dit voilà il y a beaucoup de choses qui doivent être modifiées. Donc ils sont revenus sur le projet. On refait le travail.

Donc il y a des projets en cours encore une fois. Ils ont utilisé des textes qui ressemblent beaucoup à ce qu'on trouve dans le RGPD. Cependant, ces réglementations devraient être mises en œuvre très bientôt. C'est une question politique et internationale. Une fois que les élections auront lieu, ils doivent- chaque fois c'est pareil, ils doivent former une coalition, faire un ordre du jour. Et puis on espère que d'ici la fin de l'année, après tout ça, l'Indonésie aura une loi sur la protection des données. Merci.

MEGHAN HEALY : Merci Elliott. Y a-t-il une question pour Elliott sur le panel ou dans la salle ? [Next] présentation, c'est Desh Deepak Dwivedi qui nous vient de Chine.

DESH DWIVEDI : Bonjour. Je suis Desh Deepak Dwivedi. Je viens d'Inde, mais comme je suis en Chine maintenant, je travaille en Chine, donc je représente la Chine.

Donc voilà. Donc oui, ma présentation aujourd'hui va présenter le travail que je fais en ce moment. Je suis un petit peu entrepreneur en ce moment. J'ai commencé ce travail il y a peu de temps. Il y a huit ans- huit mois, pardon.

Nous avons une compagnie maintenant qui est fondée par un programme privé. Je suis allé en Chine d'ailleurs à cause de cela. Je vais vous expliquer pourquoi cela est lié à l'ICANN avec l'accès, l'ouverture, etc., etc.

J'ai commencé quand j'avais 17 ans. Quand je suis arrivé à l'université à 18 ans, j'ai commencé à travailler avec les communautés défavorisées en Inde. Et nous avons établi pour les magasins dans lesquels vous pouvez aller vendre des choses. Ça marchait très bien. On gagnait un peu d'argent. Ils gagnaient des commissions. Moi, je gagnais déjà 2000 USD par mois.

Ensuite, nous avons vu qu'il y a un potentiel avec l'Internet. Par

exemple, nous avons vu l'exemple de Alibaba, qui travaillait en Chine et l'entreprise est en pleine croissance. Donc nous nous sommes dit qu'on va faire la même chose. On va créer le premier marché pour l'Inde. On a fait ça. Et puis ça a commencé en deux ans et c'est devenu vraiment un des marchés les plus importants en Inde pour les produits qui étaient vendus aux personnes avec des handicaps. Donc encore une fois, c'est une histoire différente. Mais c'est là que je me suis rendu compte du pouvoir, de la puissance d'Internet. Je me suis rendu compte que là, vraiment, ça pouvait transformer des sociétés.

Donc il y a un an que j'ai commencé cette aventure exactement, cette expérience. Avant la venue de l'Internet, surtout en Inde, on n'avait que trois choix de carrière. On était docteur, ingénieur ou on travaillait en administration, parce qu'on ne connaissait pas d'autres opportunités. On ne savait même pas que ça existait. On ne connaissait que ces trois carrières. Et d'un seul coup, Google est arrivé. Ça nous a ouvert de nouvelles avenues. On s'est rendu compte qu'il y avait beaucoup de choses qui se passaient dans le pays, qu'on pouvait changer beaucoup de choses, qu'on pouvait modifier telle ou telle politique. Mes parents, vous savez, ne savait même pas qu'il y avait des politiques étaient discutées au Parlement parce qu'on n'avait même pas de télévision à la maison. On n'avait pas d'information. Maintenant vous savez, c'est très facile. Donc on doit s'assurer d'utiliser le potentiel de

l'Internet.

J'ai cherché des termes sur Google. Vous savez, quand on cherche un terme sur Google et qu'on reçoit des centaines et des centaines d'informations, on ne sait pas exactement quelle information peut être pertinente. Essayez de chercher ce qu'on appelle [inaudible] *fellowship* par exemple et allez voir si vous allez trouver quelque chose.

Donc voilà. C'est le problème avec lequel on a commencé. On savait que Google était là ; l'information était ouverte. Mais personne ne savait ce qui était pertinent pour l'un pour l'autre. Moi je ne savais même pas si j'étais la bonne personne [pour tout] commencer cette opportunité. Quand je parle d'opportunités, je pensais à ce système de boursiers, de bourse, de travail, de ce qu'on fait à l'ICANN, toutes ces choses. Et à un certain moment, vous savez qu'il y a 10 000 opportunités qui sont ouvertes sur l'Internet chaque seconde. On peut construire des connexions sur l'Internet ; on peut parler à d'autres personnes. On peut faire des connexions. Vous savez.

Donc on a développé une plateforme. Et il y avait un problème. On a développé une plateforme qui s'appelle Precisely. Alors vous savez, avant, on cherchait dans le magasin des applications. Maintenant vous pouvez trouver ça seulement sur le magasin Android.

Donc c'est une plateforme qui aide les étudiants, maintenant. Alors bon, ça les aide par rapport à leurs capacités et leurs habilités. On leur explique l'Internet est ouvert et on leur explique comment l'Internet peut être mieux accessible. Notre produit est offert en 15 langues. Vous voyez certaines de ces langues sur l'écran. Et beaucoup de ces langues, ce sont des langues, des langages, des langues qui sont dans notre pays en Inde. Ce sont les langages de régions en Inde qui ne sont pas faciles à atteindre ; ce sont des langages qui sont parlés par très peu de personnes mêmes par peu de personnes. Il n'est pas facile pour eux de trouver des mots comme nous nous le faisons sur Google.

Par exemple, site ICANN n'est pas trouvable par tout le monde, parce que, par exemple, en bangladais, on ne peut pas aller faire la recherche du site Web de l'ICANN. Donc on voulait s'assurer d'offrir ces langages et d'augmenter- et on va encore d'ailleurs en rajouter. Il fallait qu'il y ait un point de départ pour tout le monde. Vous pouvez donc sélectionner ce qui vous intéresse. Et puis- et quelles sont vos capacités, vos habilités.

Et ensuite, vous avez quelqu'un qui vous aide à interagir avec l'application selon votre intérêt. Et ensuite, vous arrivez aux opportunités. Les opportunités qui s'offrent à vous, bien sûr c'est des choses que vous ne trouveriez jamais sur Google ou sur d'autres sites Web. Nous avons des partenariats avec des entreprises ; nous avons donc des opportunités exclusives sur

notre site Web. Vous pouvez donc trouver ces opportunités seulement sur notre plateforme. Vous n'avez pas besoin de les rechercher. Vous ouvrez l'application, vous tapez et vos opportunités arrivent comme ça automatiquement. Vous devriez utiliser cela, je vous assure que ça fonctionne.

Donc il y a une petite page des détails avec toutes les opportunités de manière à ne pas avoir à se rendre sur le site Web et donc de ne pas vous compliquer la tâche. Donc on vous donne des petites informations sur les applications sur le site Web. Vous pouvez mettre en place des rappels. Il y a un certain nombre de fonctionnalités lorsque vous avez ouvert l'application. Donc il y a des mises à jour toutes les semaines qui vous sont envoyées de manière à ce que vous soyez à jour sur les nouveautés.

Alors, ces opportunités, comment est-ce que nous les exploitons ? Je ne suis pas expert. Je ne viens pas de la technique. Donc je ne peux pas vous donner davantage d'informations là-dessus du point de vue technique, mais ce que je peux vous dire c'est que nous utilisons le traitement des langues naturelles pour en fait extraire des informations importantes sur les opportunités. Et nous avons une équipe de plusieurs personnes qui sont à New Delhi, en Inde, et qui s'occupent de ces opportunités actuellement.

Donc toutes ses opportunités sont préparées par cette équipe de

manière à ce que vous puissiez y avoir accès facilement. Ah, il faut que je ralentisse ; excusez-moi. Pardon.

Nous utilisons aussi un modèle de filtres de collaboration qui peut être adapté. Je sais que pour beaucoup, vous connaissez YouTube ou d'autres modèles de collaboration pour la musique. Donc c'est la même chose. Mais nous avons un autre algorithme qui nous permet de faire la même chose, mais qui est en petit peu différent, qui nous permet d'arriver à ces opportunités.

Et dans ces petites communautés, par exemple, si vous êtes une petite communauté au Pakistan ou en Inde, ou dans un autre pays, et que vous n'avez pas accès à toutes les informations, il y a une certaine démographie que vous représentez. Et donc nous prenons ceci en compte. Ces communautés donc sont ciblées de manière très précise dans notre application. Nous utilisons ces micros faits, ces micros étiquettes, pour vraiment pouvoir faire correspondre les choses. Et ça fonctionne très bien.

En termes de la taille de notre marché en Inde, c'est 45 millions d'étudiants dans les écoles et 28,5 millions dans les universités ; et la plupart d'entre eux connaissent déjà bien l'Internet. Donc c'est plus facile. Donc c'est une bonne stratégie de marché. Voilà. Je passe là-dessus.

Alors est-ce que l'on gagne de l'argent ? Eh bien oui, la réponse est oui. Nous gagnons de l'argent, mais l'idée c'est vraiment

d'être quelqu'un qui guide, qui oriente les gens. Nous avons des partenariats avec ces agences qui communiquent avec nous. Nous sommes les intermédiaires et nous nous assurons que les personnes qui vous guident, qui vous aident à écrire votre plan pour par exemple vous porter candidat à Cambridge sont vraiment des personnes qualifiées.

Alors ce n'est pas quelque chose que vous arrivez à obtenir à chaque fois. Mais dans certaines opportunités, vous avez ces possibilités d'être guidé. Nous allons par la suite avoir des petits jeux qui seront intégrés à l'application, alors si l'ICANN veut faire un partenariat avec nous, nous avons des partenaires internationaux ; nous avons des listes de sponsors sur la base de qualification, etc.

Et voilà certains de concurrents. Nous nous différencions d'eux parce que nous n'avons pas de site Web. Nous laissons simplement l'utilisateur trouver le contenu par lui-même.

Donc maintenant nous avons actuellement 23 000 téléchargements. Je sais que ce n'est pas énorme, mais nous essayons d'améliorer ce chiffre. Cela ne fait que quatre mois que nous sommes là. Donc ce n'est pas beaucoup. Nous avons 7000 utilisateurs actifs au jour le jour et plus de 3000 opportunités actives. Et nous avons le meilleur temps de durée en fait sur notre application par rapport à nos concurrents.

Voilà l'équipe. Donc je suis dans le développement de l'affaire, de l'entreprise et. Nous avons des experts en technologie, également, qui font partie de notre équipe. Les partenariats donc. Nous venons d'ajouter un nouveau partenariat hier, d'ailleurs. Il y a une initiative en Inde, au Bangladesh et dans d'autres pays.

Et donc qui c'est notre partenaire ? Future Corps. Et autres partenariats avec l'Europe, avec 700 000,00 EUR, donc, qui seront utilisés pour cette initiative. Voilà. Merci beaucoup.

MEGHAN HEALY :

Merci Desh. Y a-t-il des questions ? Nous avons le temps pour les questions, donc n'hésitez pas si vous avez une question dans la salle.

[INTERVENANT NON IDENTIFIÉ] : Moi, j'ai toujours une question. Ma question est la suivante. Est-ce que cette application est uniquement sur les informations en ligne ? Est-ce que vous avez des activités hors ligne, qui pourraient être combinées avec vos activités en ligne ?

DESH DWIVEDI :

Oui, alors pour ceci, il y a un mois, nous avons mis en place un partenariat. Je ne sais pas si vous connaissez Up Network, mais

c'est une organisation qui utilise des points physiques de convergence pour organiser des réunions. Donc on est en partenariat maintenant avec eux pour l'Asie. Nous avons également des partenariats au Brésil et dans d'autres pays ; dans 12 autres pays actuellement. Donc ce n'est pas tout de suite, mais nous allons commencer au bout de trois mois à organiser des manifestations en ligne pour que les gens puissent se retrouver s'ils ont le même état d'esprit, pour qu'ils puissent un petit peu nous expliquer comment ça se passe. Je ne sais pas si, par exemple, il y a davantage de personnes qui vont à l'ICANN et qui souhaiteraient par exemple se retrouver à l'ICANN, ou qui se souhaite pardon se retrouver après l'ICANN. Donc des choses de ce type. Oui, c'est en cours de mise en place.

MEGHAN HEALY : D'autres questions ?

INTERVENANT NON IDENTIFIÉ : Nous avons des sites Web pour les opportunités. Nous avons des bureaux-opportunités. C'est un petit peu le même concept SAUF que c'est sur un site Web et c'est gratuit. Là, c'est une application. Et il faut payer. Ah, ce n'est pas payant, pardon, mais il faut quand même payer pour le contenu de qualité, non ? Non. Alors qu'est-ce qui différencie votre application de ces sites Web ?

DESH DWIVEDI :

Alors je vais monter une diapositive là-dessus. Donc certes, il y a les centres d'opportunités. Il y a des centaines de sites Web de ce type. Mais aucun de ces sites Web n'utilise l'intelligence artificielle. Je peux vous le dire, j'en suis certain à 110 % que ces sites Web sont basés sur le contenu, sur ce qui est disponible sur l'Internet. C'est tout. Donc vous pouvez voir le contenu qui existe sur ce type de site Web et le contenu qui existait sur le site Web du partenaire. En fait, c'est exactement la même chose ; il n'y a pas d'organisation des informations, pas de structure.

Par ailleurs, on ne sait pas exactement qui vous êtes. C'est simplement certifié, lancé, mais entièrement financé. Je sais qu'on cherche souvent ça. Mais actuellement, nous utilisons plus de 100 microétiquettes et c'est ce qui vraiment nous différencie. Donc il n'y a pas nécessairement des vidéos, etc. des activités que vous faites sur l'application, mais les opportunités que vous obtenez sur l'application, en général, sont en lien avec ce que vous faites actuellement ou ce que vous souhaitez. Mais il faut du temps.

Je ne sais pas si vous connaissez le concept de l'intelligence artificielle et de l'apprentissage automatique. Il faut du temps. Il faut que, petit à petit, vous vous habituiez à utiliser l'application et la machine apprendra à vous connaître, apprendra à identifier

vos besoins.

INTERVENANT NON IDENTIFIÉ : Petite question. Vous avez dit que cette opportunité est sur des appels sur Internet ?

DESH DWIVEDI : Oui. Alors nous avons des partenariats sur notre plateforme qui ne sont pas disponibles sur l'Internet, et pour 60 %, nous utilisons notre base de données. Là, c'est basé sur des contrats, donc nous avons des contrats en ligne avec des sites Web de manière à pouvoir utiliser leurs informations sur notre site Web. Donc on voit tout le temps d'où viennent les informations. Le contenu ensuite est réorganisé, adapté par notre équipe de spécialistes, et bien sûr nous ne sommes pas en violation du contenu qu'ils publient sur l'Internet.

INTERVENANT NON IDENTIFIÉ : Alors ma question, c'est que, par exemple, je sais qu'il y a une opportunité que j'aimerais mieux connaître ou que j'aimerais que les gens connaissent, est-ce que je peux par exemple le mettre sur votre application. Par exemple, si l'ICANN souhaite promouvoir je ne sais pas le programme NextGen ou autre, est-ce qu'il est possible de le mettre sur votre application ?

DESH DWIVEDI : Oui. Excellente question. Pour l’instant ce n’est pas possible, parce que nous avons certaines options de contenu. Vous pouvez en fait nous envoyer une demande et nous allons voir si nous le publions. Donc il y a tout un processus ; cela prend un certain temps. Mais nous commençons petit à petit l’initiative de type Instagram. Donc si vous avez par exemple affiché plus de 10 opportunités par mois, là, vous allez avoir un badge spécial. Les gens pourront vous suivre et vous pourrez publier davantage d’opportunités au fur et à mesure.

INTERVENANTE NON IDENTIFIÉE : J’ai une petite question Desh, vous avez dit que l’application n’est pas payante, mais vous avez dit que vous gagnez de l’argent. Donc c’est des partenariats ? C’est ça ?

DESH DWIVEDI : Non. Oui c’est des partenariats, ce n’est pas des sponsors. Donc nous avons des listes de sponsors à qui on demande de l’argent, et en fait ça marche par carte. Donc cela dépend des catégories. Donc cela dépend un petit peu des liens qui sont cliqués, des sites Web où les gens se rendent, etc. et donc oui, nous obtenons de l’argent comme ça.

MARIKO KOBAYASHI : Mariko de NextGen au micro. J'aime beaucoup la conception de cette application. J'aimerais poser une question par rapport à votre société.

Est-ce que vous avez des partenariats avec l'université de Chine ou certaines universités en Asie-Pacifique, parce que ce serait plus intéressant pour les utilisateurs ?

DESH DWIVEDI : Avant de venir ici justement j'ai rencontré Dean [Ryan] de l'université de Pékin. Et donc, étant donné que je suis étudiant sur place, ils sont prêts à lancer un partenariat avec nous.

Donc nous faisons partie du programme sur l'intelligence artificielle qui est basé à Hong Kong. Je ne sais pas si vous connaissez ce type de programme et donc nous avons deux contacts à Hong Kong. C'est vraiment très difficile en fait de rentrer sur le marché chinois, je ne sais pas si vous le savez, mais il faut redonner 50 % des parts de la société à une société chinoise et nous n'avons pas de contacts. Donc voilà pourquoi on passe par le Hong Kong.

Il y a une compagnie en Chine qui s'appelle [Gobuy], je crois, et on peut en fait enregistrer sa société par ce biais-là en Chine. Donc il y a un lien avec le marché chinois. Donc voilà comment on va procéder, mais c'est très long. Mais certes, les partenariats

viennent de Pékin et on essaie de voir comment procéder.

INTERVENANT NON IDENTIFIÉ : J’espère que ces applications seront gratuites pour les étudiants pour toujours.

DESH DWIVEDI : Oui. J’en suis sûr ; nous allons nous assurer que ça reste toujours gratuit.

INTERVENANT NON IDENTIFIÉ : J’ai une petite question rapide. Dans l’application, il y a différentes langues. N’est-ce pas ? Donc le contenu est-il sélectionné selon ces différentes langues ? Par exemple, si je viens d’Indonésie et que je choisis ma langue, eh bien, est-ce que je vais uniquement recevoir du contenu dans cette langue ?

Et comment est-ce que vous évaluez – ça, c’est ma deuxième question - la qualité du contenu ? Donc vous avez des experts qui structurent le contenu, comment est-ce que vous procédez en termes de contenu ? Comment est-ce que tout ceci est effectué ?

DESH DWIVEDI : Oui première question par rapport à la langue, effectivement, donc lorsque vous arrivez sur l’application, la première chose, c’est le filtre. C’est ce que vous allez voir en premier. Si par

exemple vous sélectionnez la langue de votre pays, l'Indonésie, ensuite on va vous poser une question et vous demander si vous êtes en Indonésie ou si vous êtes- par exemple vous souhaitez travailler à l'international. Donc c'est la première chose qu'on vous demande lorsque vous vous inscrivez. C'est est-ce que vous êtes déjà en Indonésie ou non. Est-ce que vous cherchez du contenu à l'international ou non. Et donc le contenu sera sélectionné sur la base de ce que vous aurez choisi. Et c'est uniquement ce que vous allez recevoir. Donc certes, oui. La réponse à votre question c'est oui, selon les fonctionnalités.

Ensuite, en termes de qualité du contenu, donc nous avons des Web scrapers qui s'occupent de travailler sur le contenu. Nous avons 45 stagiaires, actuellement, qui s'occupent du contenu et qui ensuite téléchargent les informations sur une base de données. Tout est basé sur 50 mots, 50 termes. Donc si vous voyez par exemple quelque chose qui vous intéresse, vous pouvez ouvrir. Vous n'avez pas besoin de beaucoup de données sur vous-même. Donc, il ne faut pas l'oublier.

Et puis il y a également la question du 2G. On peut en fait utiliser notre application à des niveaux très bas de connectivité ; il y a toujours un impact là-dessus. Parfois, c'est un problème en Inde, vous savez. Il y a des endroits où la connectivité n'est pas bonne, mais pour notre application, ce n'est pas un problème. Tout se télécharge très bien même à des connexions qui ne sont pas

idéales.

MEGHAN HEALY : Merci.

INTERVENANT NON IDENTIFIÉ : J'ai une question, c'est peut-être une question un peu délicate et si vous ne souhaitez pas répondre, eh bien, ne répondez pas. Mais ma question, c'était de savoir si vous ne recherchez pas les sponsors, mais plutôt les partenaires. Est-ce que pour vous c'est difficile d'être en lien avec certaines sociétés ? Et qui propose les partenariats ? Est-ce que c'est votre société ou est-ce que c'est les agences ? Comment est-ce que les choses se mettent en place ? Parce qu'en fait ma question, c'est que gagne le partenaire dans ce partenariat ?

Si les personnes qui utilisent l'application uniquement- c'est quoi l'objectif en fait, pourquoi est-ce que c'est bénéfique pour eux ?

DESH DWIVEDI : Pour répondre à cette question, c'est une des premières questions qui a été posée lors de l'entretien que j'ai eu au début du programme. En fait, on ne compte pas nécessairement sur les partenariats. Vous avez vu, on vient juste de dépasser les 24 000 téléchargements par jour, donc lorsqu'on a ce niveau bas

de téléchargement, on n'a pas des partenariats qui représentent beaucoup d'argent. Donc il faut attendre davantage de téléchargements. Donc on ne s'appuie pas sur ça, mais au début, nous avons commencé simplement avec ça parce qu'on ne voulait pas embêter nos utilisateurs avec des publicités qui interrompaient leur recherche. Donc à chaque fois qu'il y a un clic, et ça dépend du pays, par exemple en Inde, en général c'est 0,8 USD pour chaque clic, et donc, si vous avez beaucoup d'utilisateurs, eh bien cela fait déjà beaucoup d'argent, mais pour nous, pour l'instant, pas de publicité. Par contre, nous allons avoir des publicités vidéos bientôt. Cela coûte beaucoup plus cher. C'est 3,5 USD en Inde, à chaque fois que quelqu'un regarde la vidéo. Donc ça, ce sera sans doute notre source de revenus à l'avenir; c'est ce que nous considérons pour l'avenir. Ce sera peut-être même la solution à long terme, le partenariat, mais il nous faut arriver à 1 million de téléchargements d'abord.

MEGHAN HEALY : Merci. Notre présentation suivante de Nisal Dileepa Waduge. Je m'excuse, il est du Sri Lanka. Je m'excuse pour la prononciation.

NISAL DILEEPA WADUGE : Oui bonjour. Donc je suis- j'ai fait mes études à l'université de Moratuwa au Sri Lanka. J'étais présent à Taiwan, en tant que boursier, et j'étais présent en fait en tant que boursier deux fois.

Donc en ce qui concerne la gouvernance de l'Internet, je vais un peu d'expérience. Bon. Je suis désolé. J'ai fait une petite erreur sur la première diapositive. Il devrait être marqué Freedom au lieu de Free. Donc, la liberté d'expression. Et donc que le discours ou l'incitation à la haine. Alors nous allons parler donc de la liberté d'expression. Ce que l'on peut dire simplement, c'est que nous avons le droit d'exprimer toute opinion, sans censure et sans restriction. Donc non seulement en ligne, mais dans le monde réel.

Le concept de la liberté d'expression existe depuis très longtemps, avant même que le monde en ligne n'existe. Donc tout le monde a le droit d'exprimer son opinion sans donc comme je le disais censure, sans restriction. Mais le problème, c'est ça. C'est donc ces discours qui incitent à la haine.

Ils utilisent en fait, ils exploitent ces opportunités de liberté d'expression de manière erronée ; l'incitation à la haine, c'est en fait un discours qui est celui d'une personne, d'un groupe, sur la base de certains attributs. Par exemple, la race, le genre, etc. Donc il y a une lacune entre les deux, il y a en fait un écart entre les deux. On peut avoir une liberté d'expression sans en arriver à un discours de haine, une incitation à la haine.

Le problème dans mon pays, c'est que le gouvernement essaie de contrôler la limite, la frontière entre ces deux points donc au

nom de l'incitation à la haine, le gouvernement essaie de limiter nos droits à la liberté d'expression. Donc à la base, le problème c'est que cela ne devrait pas dépendre du gouvernement. Nous sommes des hommes, des femmes, des êtres humains. Nous avons des responsabilités. Mais le problème, c'est que lorsque quelqu'un se rend en ligne, même moi par exemple, la plupart d'entre nous ici, lorsque je vais en ligne, je porte un masque. Je ne suis pas nécessairement la même personne en ligne que dans la réalité.

Donc nous exprimons certaines choses. Nous avons des noms, des comptes avec des noms qui ne sont pas vraiment les nôtres. Ce sont de faux noms. Nous parfois injectons une certaine haine, une certaine colère en ligne dans la société, mais il ne revient pas au gouvernement d'établir cette frontière. Nous devons être responsables et nous comporter en ligne comme nous nous comportons dans la société.

Nous avons donc fait des recherches sur l'impact que tout cela pourrait avoir. Nous avons choisi pour cela le marché financier et nous avons calculé l'impact au Sri Lanka. Nous avons utilisé le marché des noms de domaine et nous avons publié un document d'ailleurs là-dessus. Même après avoir fait tout cela, nous nous sommes rendu compte, après chaque événement, après que quelque chose se soit passé, disons, a eu lieu, il y a toujours un impact. Il y a toujours une réduction de la surprise, si vous voulez.

Donc il y a un impact sur la communauté, sur la société en général.

Le point que je voulais souligner est celui-ci. Tout ce qui est restriction légale ou technique sur l'Internet peut être répété ; si vous trouvez une solution technique pour filtrer le discours haineux, quelqu'un trouvera un autre moyen de le faire. Donc ça devrait être nous de nous préoccuper de votre comportement ligne.

Voilà ce que disait Voltaire à ce sujet, je vais défendre la liberté d'expression jusqu'à la mort ; c'est l'attitude que nous voulons. C'est l'attitude que nous devrions avoir en ligne aussi. Il y a encore une phrase de François Marie Arouet, donc Voltaire, pensez pour vous-même et laissez les autres profiter du privilège d'en faire autant.

En tant qu'êtres humains, et dans les communautés, il devrait y avoir des privilèges et des droits et des opportunités. Dans la religion bouddhiste, c'est décrit comme cela. Cela dit que toutes les choses que l'on sent par rapport aux situations courantes-

[L'interprète s'excuse, mais l'orateur est très difficile à comprendre].

Finalement, je vais dire une chose. Le problème, c'est notre problème. Ce n'est pas l'Internet. Si vous prenez un crayon, vous

pouvez écrire avec ce crayon, bien sûr ; vous pouvez aussi frapper quelqu'un avec un crayon. Donc c'est la façon avec laquelle vous allez utiliser l'outil qui va faire du mal. Donc, encore une fois, c'est non. Ce n'est pas l'Internet. Ce n'est pas des solutions qui peuvent être trouvées dans des domaines techniques ou juridiques. Donc, comportez-vous au mieux en ligne. Faites-le comme vous le feriez dans la société. C'est une société qui n'est pas réelle, qui est virtuelle maintenant. Donc tout ce que vous dites, tout ce que vous mentionnez peut-être publié. Merci.

Voilà. C'était ma présentation. Je vous remercie.

MEGAN HEALY :

Y a-t-il une question sur cette présentation ? y a-t-il d'autres questions pour les autres, par rapport aux autres présentations ? Donc on va repasser la parole à Déborah.

DEBORAH ESCALERA :

Merci. Je remercie les gens qui sont là dans la salle. Voilà. Nous en avons terminé avec la phase numéro 1 des présentations des NextGen. Nous allons revenir à 15 h 15 après notre pause déjeuner pour la partie numéro 2 des présentations de NextGen. Nous allons continuer jusqu'à 16 h 45. Nous allons faire une pause déjeuner. Alors, les NextGen, nous allons aller à la salle qui s'appelle Diamant ; c'est en bas, je crois. Mais nous avons encore

un peu de temps puisqu'on nous attend là-bas à 13 h 30. On va se retrouver là-bas à 13 h 30, alors n'y allez pas maintenant puisque le déjeuner ne sera pas servi avant 13 h 30. Je vois là-bas à 13 h 30. Merci beaucoup.

INTERVENANT NON IDENTIFIÉ : Attendez. Oui. J'ai une autre chose à dire. Je pense que nos NextGen doivent vraiment être applaudis parce qu'ils ont fait un travail énorme. Ils ont dû dépasser la barrière de la langue et faire leur présentation en anglais. Donc merci beaucoup.

[FIN DE LA TRANSCRIPTION]