

18 février 2016

# PRÉSENTATION DU LIVRE BLANC "GANDI (RE)FAIT LE .POINT"

Le Tank

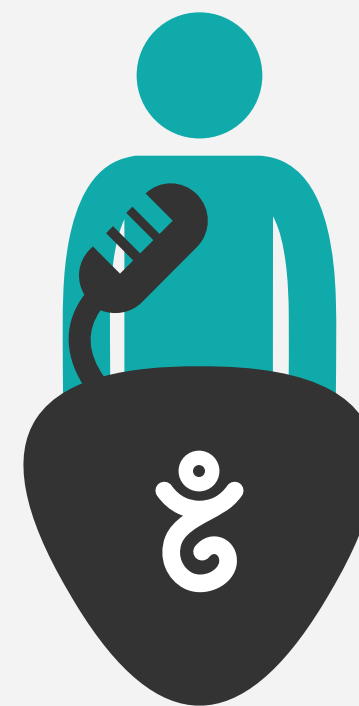
08:30 – 10:30



# Sur scène



**Chloé RAMA**  
Juriste Gandi.net



**Charles-Edouard PEZE**  
Juriste Gandi.net



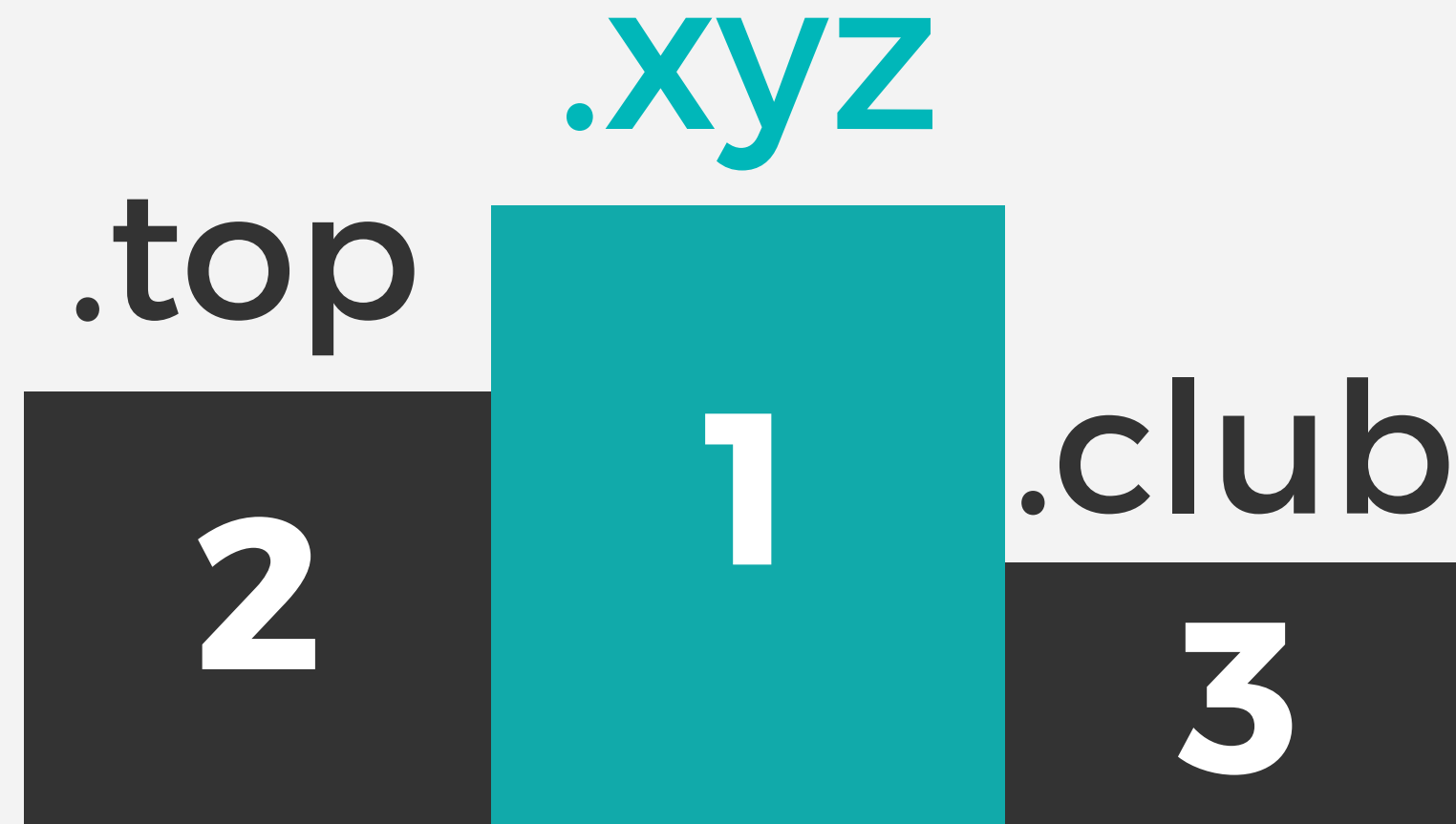
Première partie

# POINT SUR LE LIVRE BLANC

# 2015, la Chine sur le podium des nouvelles extensions



# Les extensions les plus performantes de l'année

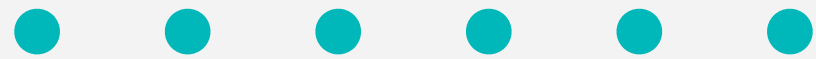


# Les candidatures retirées

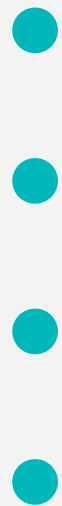


- 1337 candidatures en lice

# Les premiers rachats



.reise

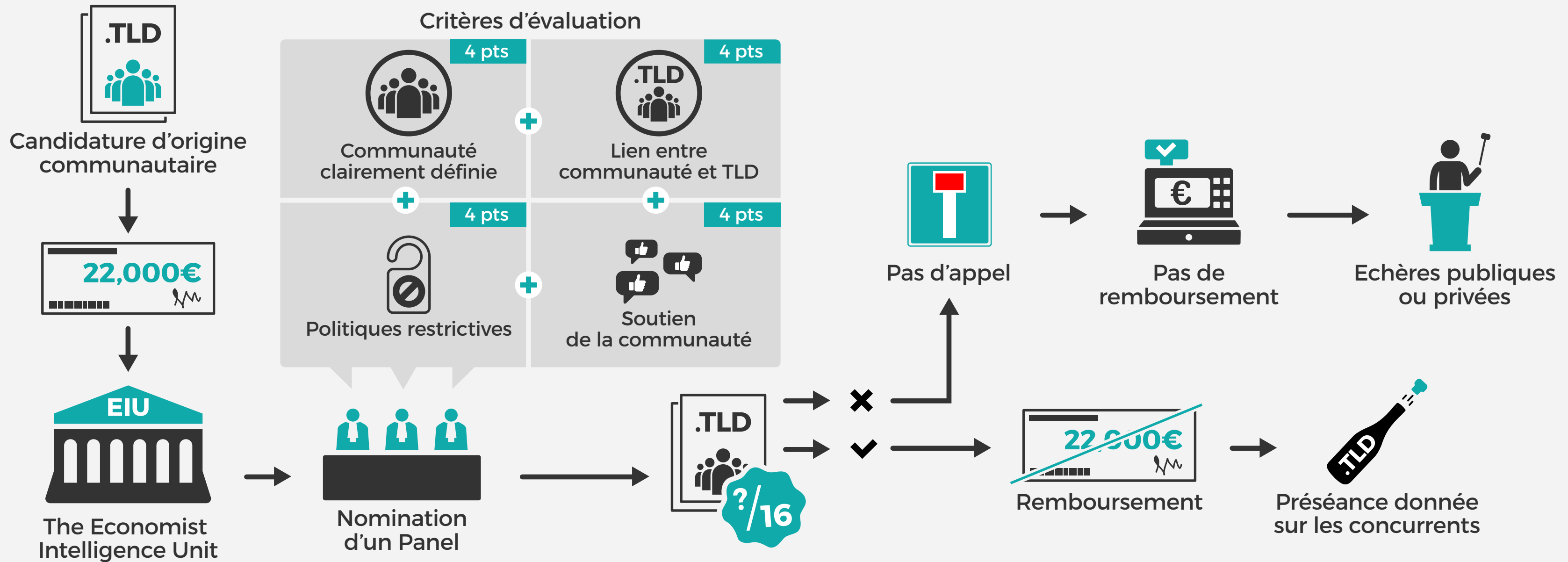


.hiv



.boston

# Des obstacles encore présents





# Des obstacles encore présents



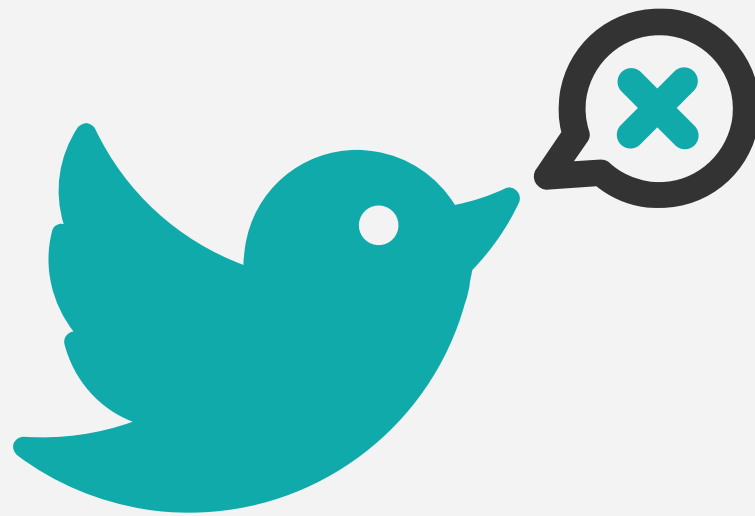
Governmental Advisory  
Committee



Names collisions

# Nouvelles extensions et protection des consommateurs: qu'en est-il de la concurrence?

## .sucks



## .feedback



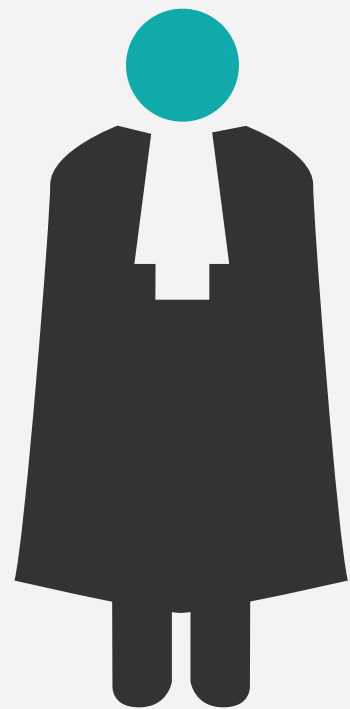
URDP-proof



Réconcilier la  
liberté d'expression  
et la PI

# Les nouvelles extensions au service des consommateurs

.law

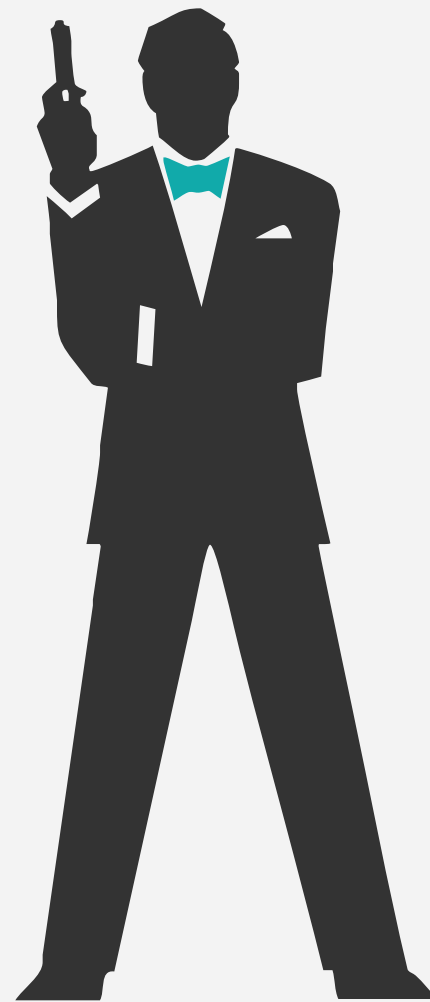


.bank



# Les nouvelles extensions au service des marques

Un usage encore limité pour les marques

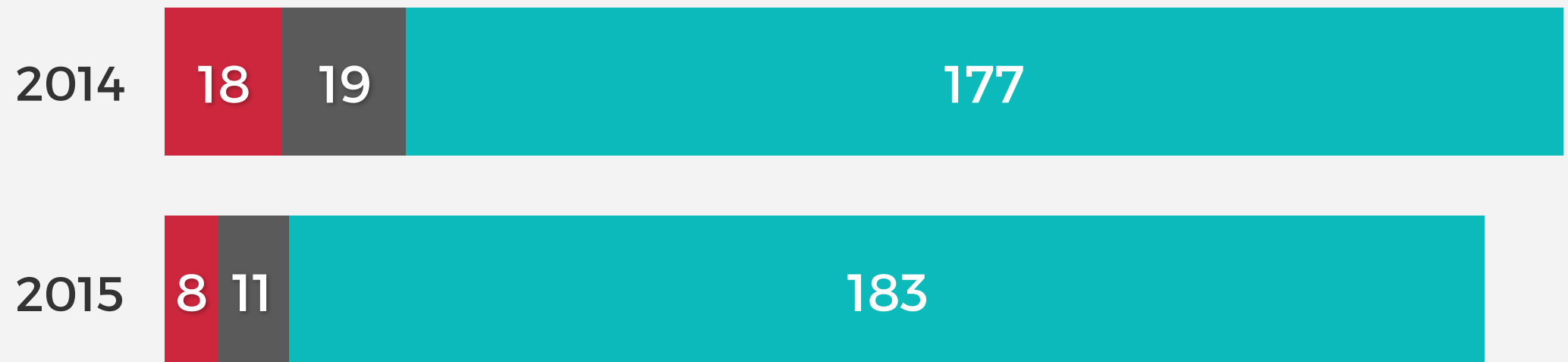
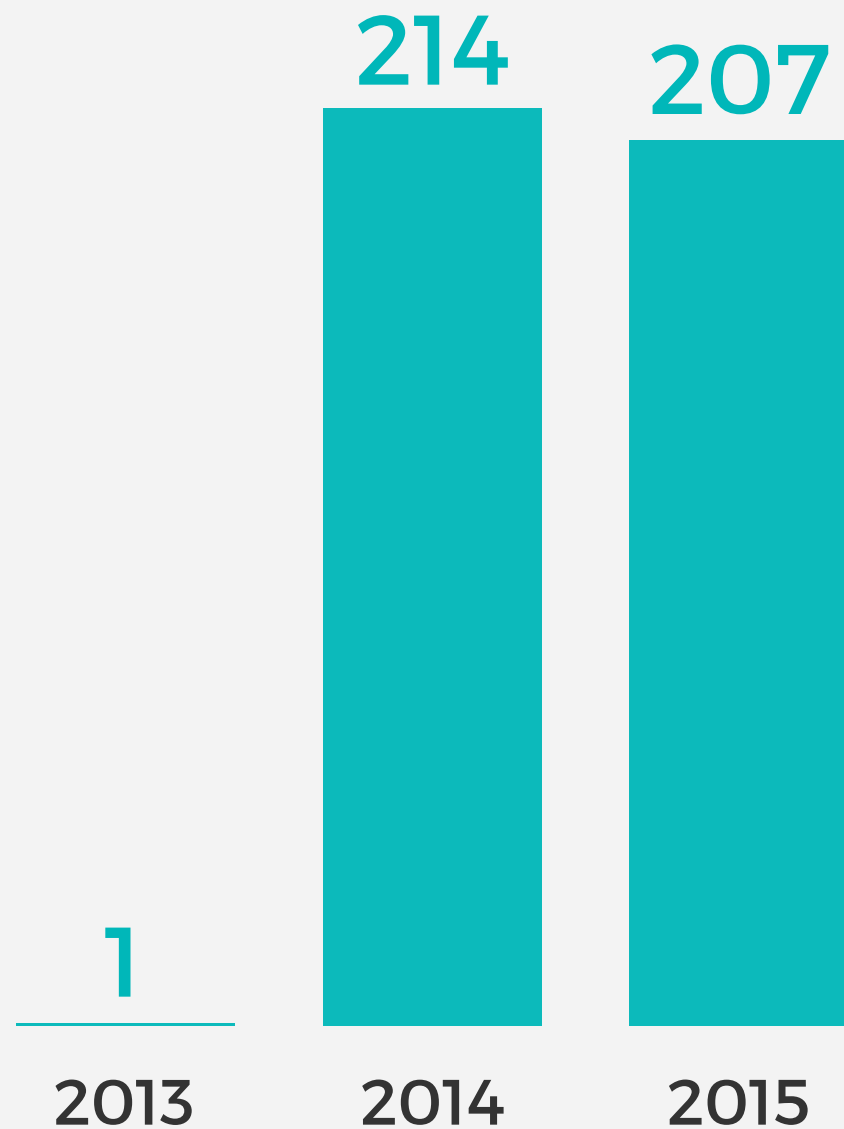


# Gestion des différends : volume et efficacité

URS rendues par le NAF

Issues des procédures URS rendues par le NAF

■ Rejetée ■ Retirée ■ Suspension



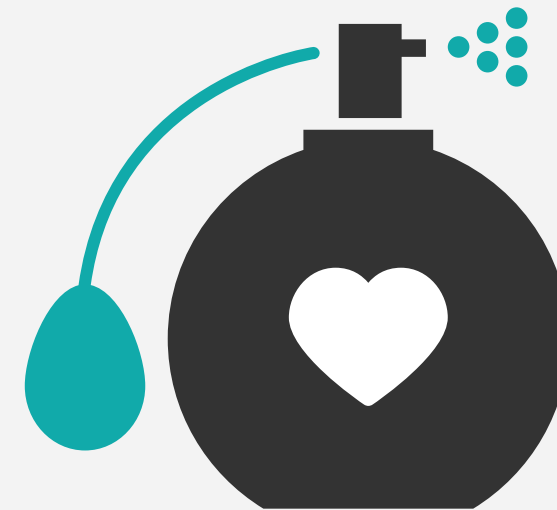
# L'URS: une procédure rapide et concluante

Exemples français :

blablacar.**ski**



fragonard.**love**



# Vers une propagation de la procédure URS aux extensions historiques



# Le second round : une nécessaire amélioration des mécanismes de protection des droits



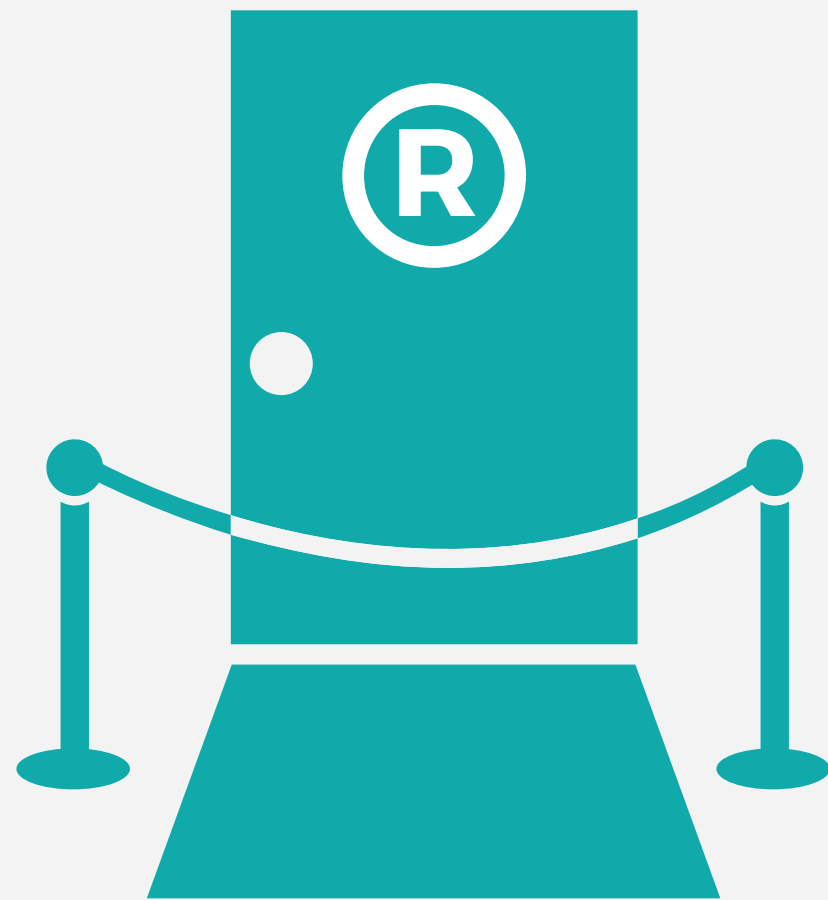
Plus de visibilité sur les périodes Sunrise



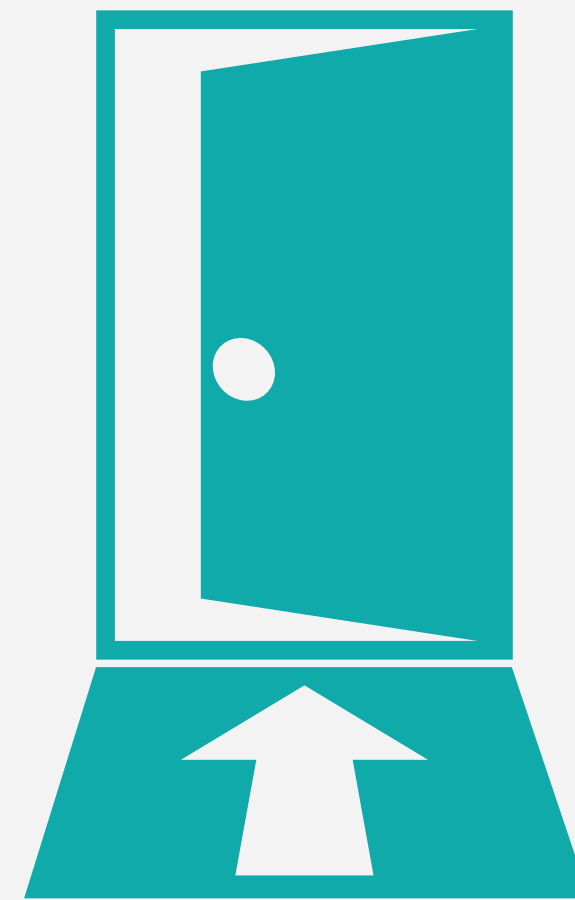
? sur la community priority évaluation



# Le second round : une dichotomie à prévoir?



+



# Quid des fonds récoltés par l'ICANN?



Deuxième partie

# PROTECTION DE LA MARQUE : ADAPTER SA STRATÉGIE NOMS DE DOMAINE À SON MARCHÉ

.software

.toys

.pizza

.lighting  
.science  
.guitars

.protection

.lawyer

.loans

.party

.party  
.motorcycles  
.actor  
.graphics

.healthcare

.glass

.news

.recipes

.pharmacy

.menu

.horse

.homes

.theatre

.immo

.accountant

.kitchen

.insurance

.photo



# I. MARQUE ET NOM DE DOMAINE : DES ENREGISTREMENTS SIMILAIRES

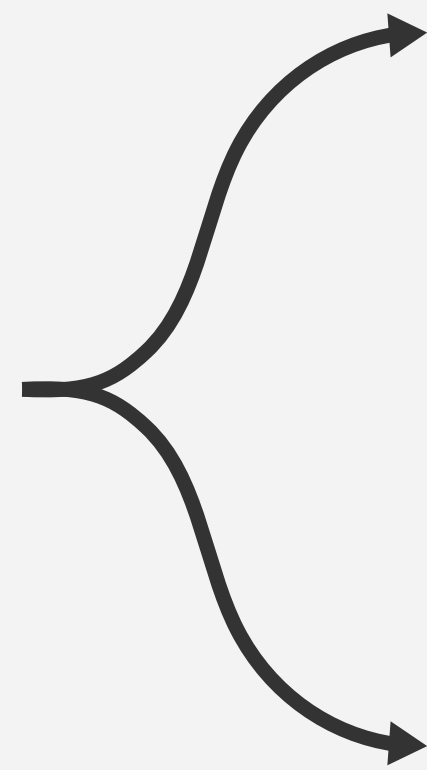


**DEUX PROCESSUS DISTINCTS, DES  
ÉTAPES COMMUNES ET DES  
SIMILITUDES**

# Différences entre une Marque et un Nom de domaine

|                             | Marque  | Nom de domaine                     |
|-----------------------------|---|------------------------------------|
| Obtention                   | Auprès d'une administration nationale (INPI), régionale (OHMI) ou internationale (OMPI) | Auprès d'un Registrar, comme Gandi |
| Durée de la procédure       | ~ 5 - 6 mois  | 3 minutes                          |
| Durée de vie                | 10 ans  | 1 à 10 ans                         |
| Distinctivité               | Oui   | Non                                |
| Conformité à l'ordre public | Oui   | Non                                |
| Portée géographique         | Territoire(s) d'enregistrement  | Mondiale                           |
| Règlement des litiges       | Administrative (opposition) et judiciaire   | Centres d'arbitrage (OMPI...)      |

# Démarches en interne



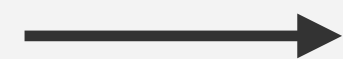
Dépôt de marques



Recherche d'antériorité



Enregistrement de noms de domaine



Recherche de disponibilité

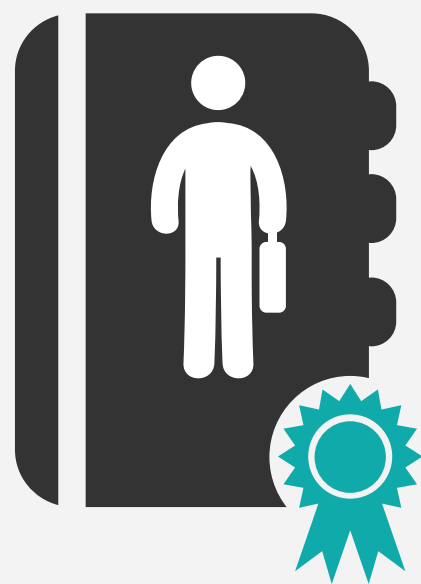


# Objectifs d'un enregistrement

- Être identifié par les consommateurs/partenaires
- Se distinguer/distinguer ses produits et services de la concurrence
- Exclusivité d'exploitation
- Exclusivité limitée à un territoire

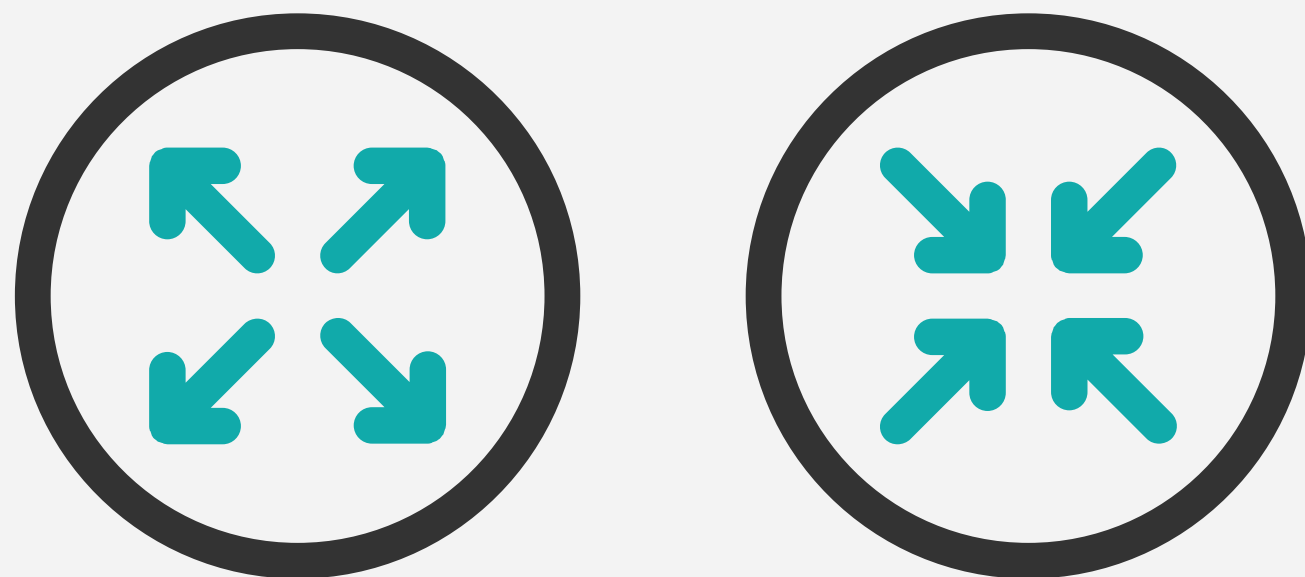
# Effets d'un enregistrement

- Exclusivité d'exploitation mais limitée à un territoire et une classe/extension
- Montée en puissance des restrictions à l'enregistrement qui font d'un TLD une base de données de "professionnels reconnus"



# Effets d'un enregistrement


- Droits antérieurs et non-éligibilité : contestation de l'enregistrement
- Non-éligibilité et sa sanction : évoque les "Conseil de l'Ordre" de professions réglementées
- Reconnaissance entre membres et par le public



 **OnGood**

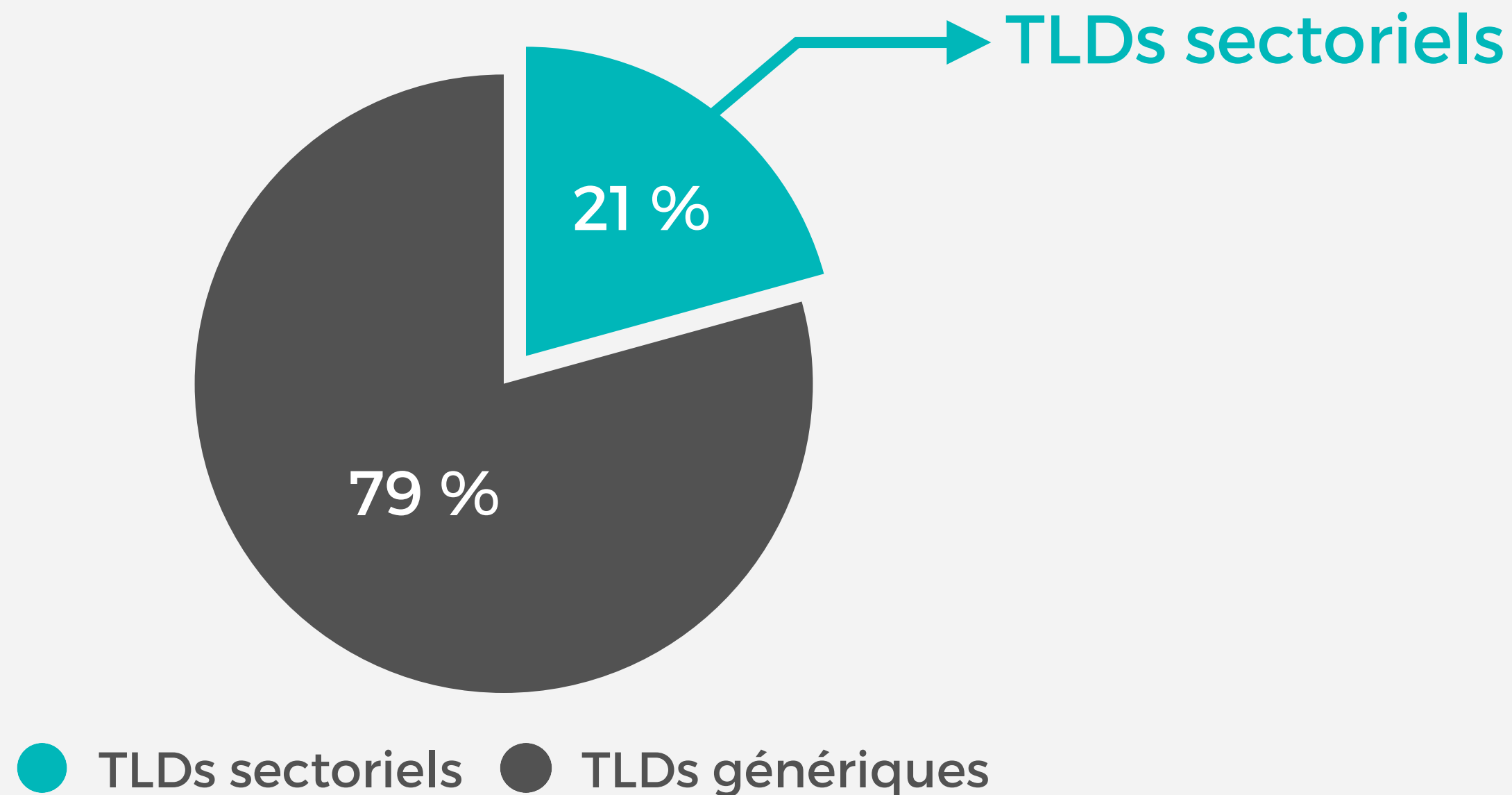
 **archi**

 **bank**



**DES LIENS DE PLUS EN PLUS ÉTROITS  
ENTRE LES DEUX DÉMARCHES**

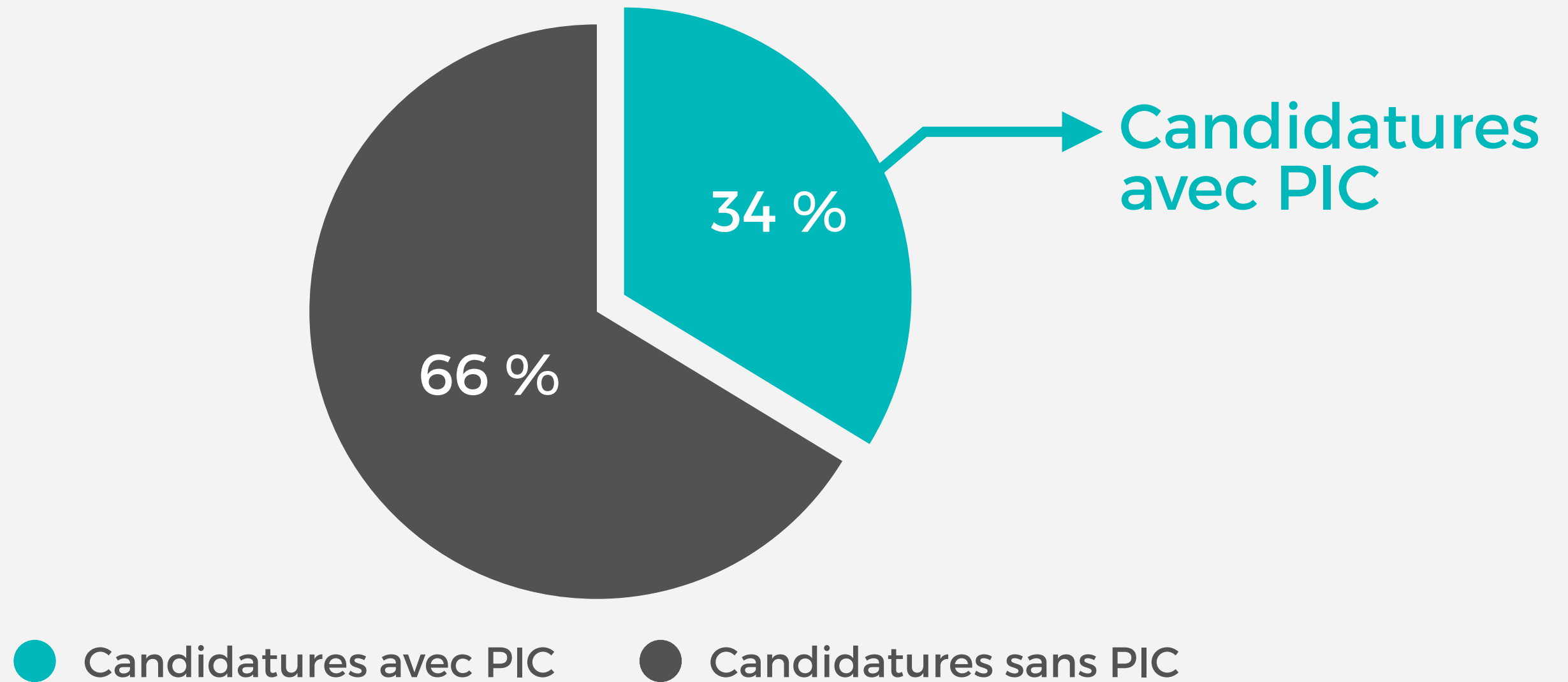
# Nouveaux gTLDs : moins « génériques », plus "sectoriels"



# Nouveaux gTLD & éligibilité

|                 | Exigences   |
|-----------------|---|
| <b>.BANK</b>    | State, regional and provincial banks that are chartered and supervised by a government regulatory authority   |
| <b>.REALTOR</b> | Only members of the NATIONAL ASSOCIATION OF REALTORS and the Canadian Real Estate Association can call themselves REALTORS. and only REALTORS are allowed to use the .REALTOR       |
| <b>.ARCHI</b>   | Réservé aux architectes et cabinets d'architectes affiliés à l'Union Internationale des Architectes   |
| <b>.LAWYER</b>  | Réservé aux avocats, sociétés d'avocats ainsi qu'aux personnes exerçant dans le domaine juridique détenant les diplômes et autorisations nécessaires pour exercer dans leur domaine |

# Public Interest Commitments (PIC)



- Les PIC, bras numérique du référentiel de la profession ou du Code de déontologie





## II. LA LISTE DES NOUVEAUX gTLD, NOUVELLE CLASSIFICATION DE NICE

# Classification de Nice

Classification de Nice : classification internationale de produits et de services aux fins de l'enregistrement des marques.

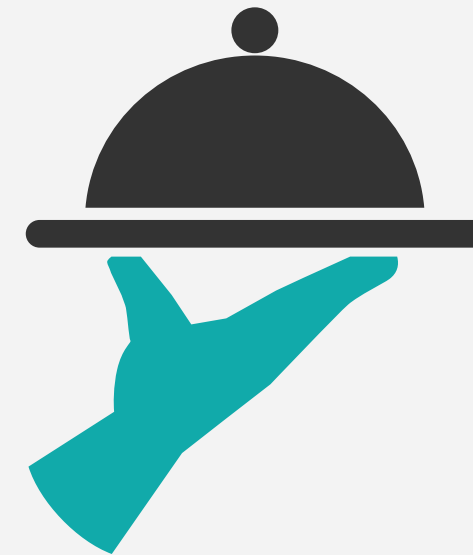
Instituée par l'Arrangement de Nice (1957).

# Classification de Nice

Divise les enregistrements de marque en 45 classes :

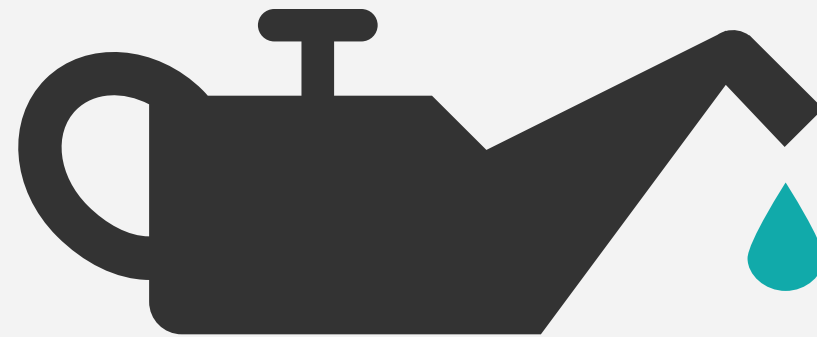


34 classes de produits



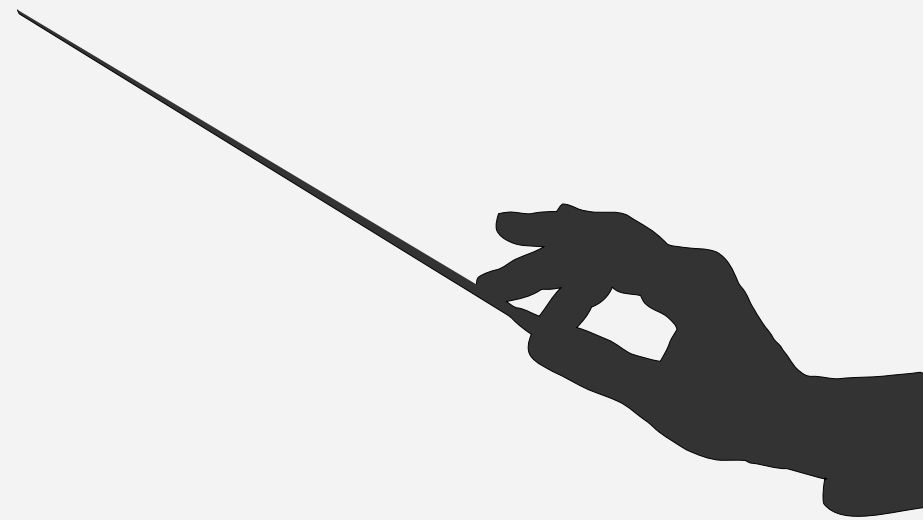
11 classes de services

# Classification de Nice

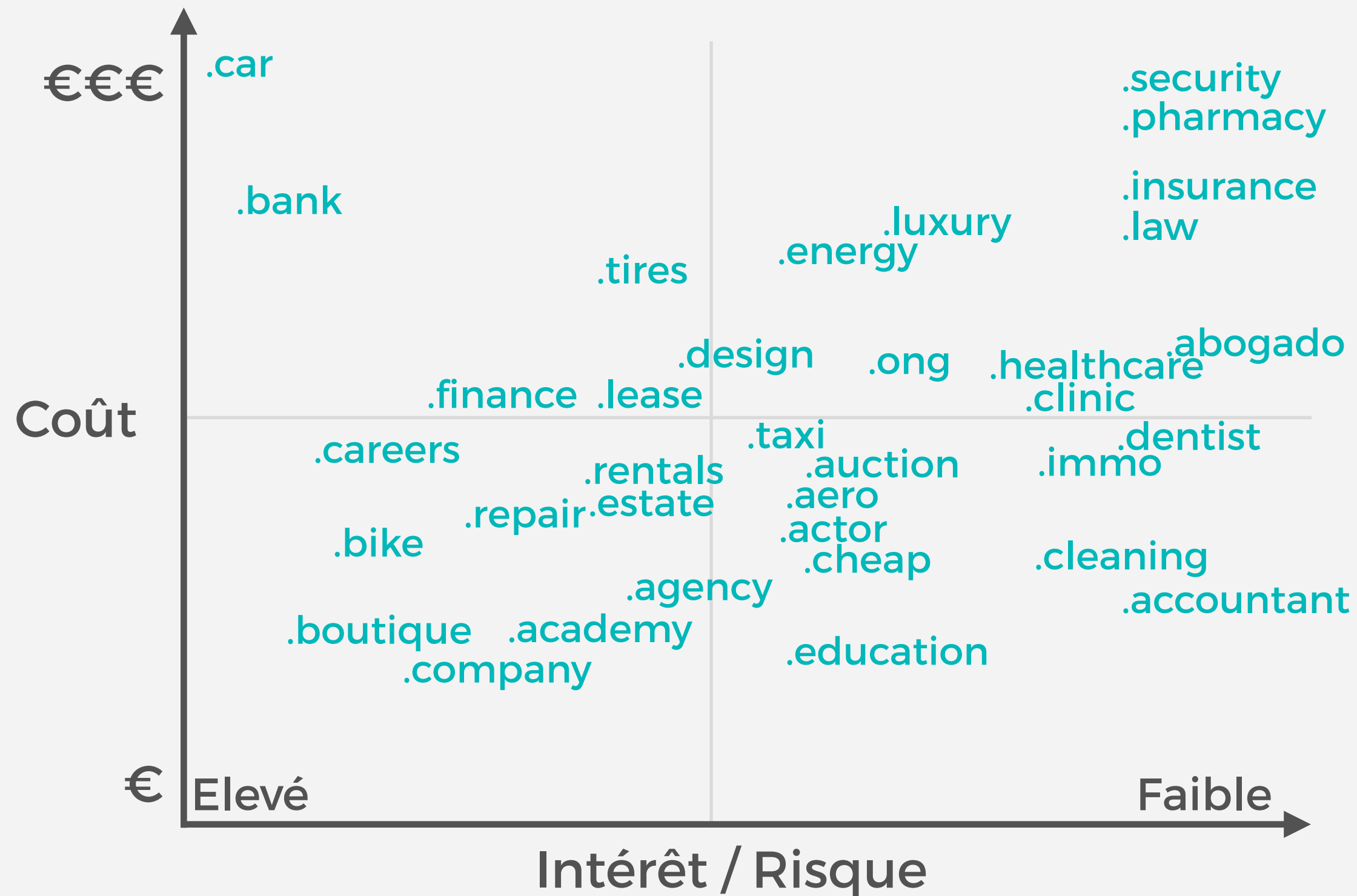


La classe 4 comprend essentiellement les huiles et graisses industrielles, les combustibles et les matières éclairantes : compositions pour absorber la poussière, additifs non chimiques pour carburants, agglomérants de poussière, alcool à brûler, antidérapants pour courroies...

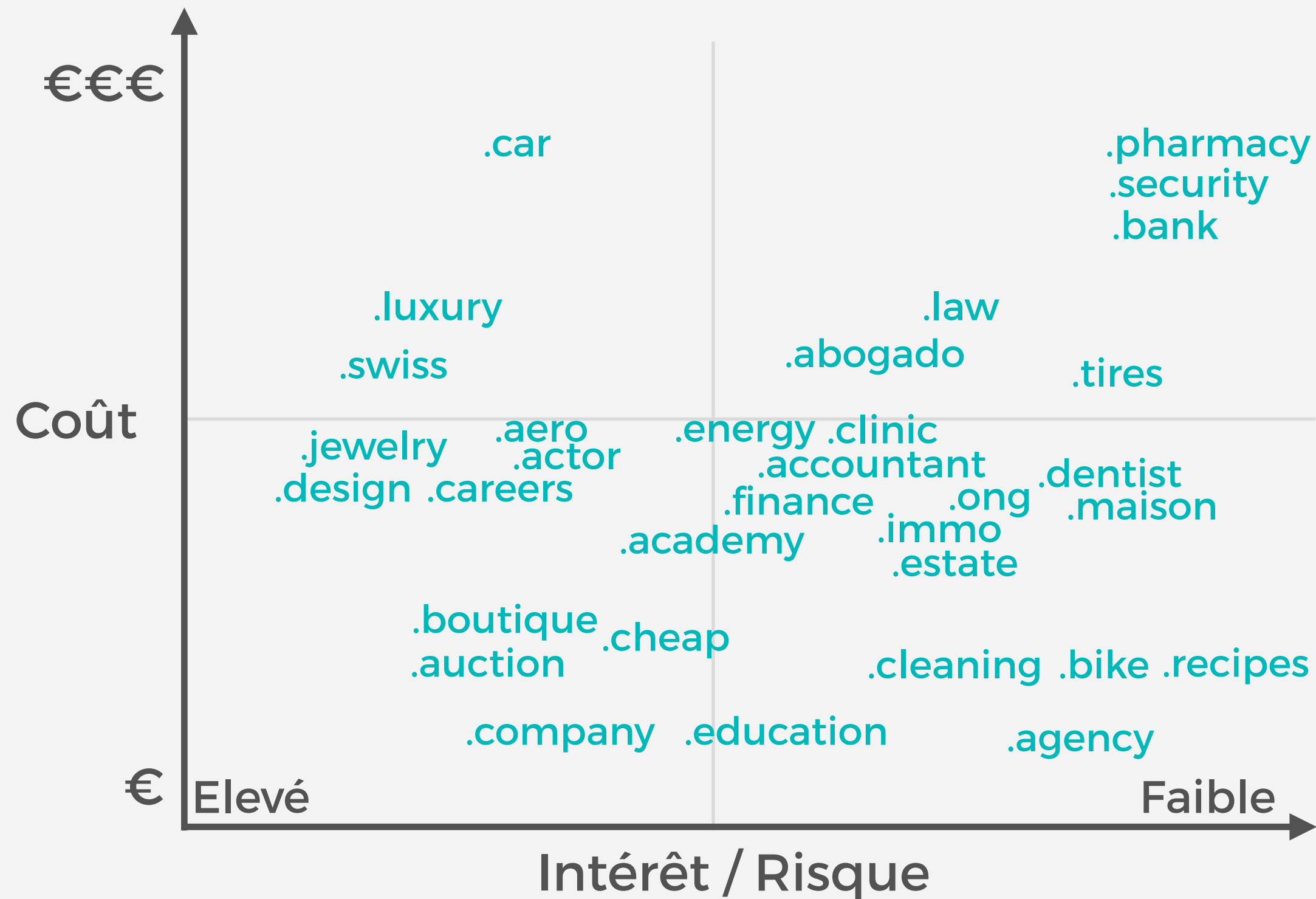
# Coordonner vos stratégies marques et noms de domaine



# Société de l'industrie automobile



# Société horlogère





 [gandi.net](https://gandi.net)