

تحليل أولي خاص بدينيس كارلتون بخصوص تأثير gTLD الجديدة على مصلحة العميل

مارس 2009

1. مقدمة

أ. المؤهلات

1. أنا كارترين دوساك ميلر أستاذ الاقتصاد بجامعة شيكاغو بوث كلية إدارة الأعمال. حصلت على درجة البكالوريوس في الرياضيات التطبيقية والاقتصاد من جامعة هارفارد، ودرجة الماجستير في بحوث العمليات والدكتوراه في الاقتصاد من معهد ماساشوسيتس للتكنولوجيا. لقد عملت في هيئة تدريس مدرسة الحقوق وقسم الاقتصاد بجامعة شيكاغو وأيضاً قسم الاقتصاد بمعهد ماساشوسيتس للتكنولوجيا.
2. لقد تخصصت في اقتصاديات التنظيم الصناعي، وهو دراسة الأسواق والتي تتضمن دراسة مكافحة الاحتكار والقضايا التنظيمية. ولقد شاركت في تأليف كتاب المنظمة الصناعية الحديثة، وهو مؤلف قيم في مجال التنظيم الصناعي، كما أنني نشرت العديد من المقالات في المجالات والكتب الأكاديمية. علاوة على ذلك، فإنني مساعد محرر لدى مجلة القانون والاقتصاد، وهي مجلة رائدة متخصصة في نشر البحوث والتحليل الاقتصادي للتنظيم الصناعي والشؤون القانونية، وأعمل أو قد عملت محرراً للعديد من المجالات العلمية.
3. بالإضافة إلى الخبرة الأكاديمية، فإنني أعمل مديراً عاماً لدى Compass Lexecon، وهي شركة استشارية متخصصة في تطبيق الاقتصاد على القضايا القانونية والتنظيمية. واعتباراً من أكتوبر 2006 وحتى يناير 2008، عملت كنائب مساعد المدعي العام للتحليل الاقتصادي، قسم مكافحة الاحتكار، وزارة العدل الأمريكية، أعلى منصب بقسم مكافحة الاحتكار يشغله خبير اقتصادي. وعملت أيضاً مفوض لجنة تحديث مكافحة الاحتكار، التي أنشأها الكونجرس في عام 2002 لتقييم قوانين مكافحة الاحتكار بالولايات المتحدة. وقد قدمت شهادة الخبراء أمام العديد من محاكم الولايات المتحدة والمحاكم الفيدرالية والكونجرس الأمريكي ومجموعة متنوعة من الدول والوكالات التنظيمية الفيدرالية والمحاكم الأجنبية، وعملت مستشاراً لدى وزارة العدل ولجنة التجارة الفيدرالية وغيرها من الأجهزة الحكومية. سيرتي الذاتية مرفقة في الملحق 1 بهذا التقرير.

4. لقد طلبت مني ICANN تحليلات من وجهة نظر اقتصادية حول التقديم المتوقع لأسماء النطاقات العامة بالمستوى الأعلى (gTLD)، وتحديد وتناول الامتيازات والتكلفة المرتبطة بمقترح ICANN. فقامت بتقييم العديد من المشكلات التي طرحت من قِبل قسم مكافحة الاحتكار بوزارة العدل الأمريكية (DOJ)، ووكالة الاتصالات والمعلومات الوطنية (NTIA) بوزارة التجارة الأمريكية، والتعليقات الواردة من الأطراف الثالثة والمقدمة إلى ICANN استجابةً إلى مقترحاتها.¹ وأشار أيضاً إلى الحاجة إلى المزيد من الدراسات لإضافة معلومات حول تناول القضايا ذات الصلة.

ب. نظرة عامة وملخص

5. وفي النهاية أشير إلى أن إطار عمل ICANN المقترح لتقديم TLD الجديدة قد يكون لتعزيز مصلحة العميل وذلك بتسهيل الدخول وإيجاد نوع من المنافسة لسلاسل gTLDs الجديدة مثل *.com*، و *.net*، و *.org*. وكما هو الحال بالنسبة للإجراءات المعنية بالتخلص من القيود المفتعلة على الدخول، فإن التأثير المحتمل لمقترح ICANN هو زيادة المخرجات وتقليل التكلفة وزيادة الابتكار. تعتمد هذه النهاية إلى مفاهيم أساسية وهي أن المنافسة تكون لمصلحة العميل، وتقييد الدخول يحد من المنافسة.

6. لقد عبرت DOJ و NTIA وغيرهما من الجهات عن قلقها بشأن تقديم gTLDs الجديدة وبأنها قد تؤثر سلباً على مصلحة العميل وذلك بإيجاد نوع من الارتباك بين العملاء وفرض تكلفة على أصحاب العلامات التجارية بفرض إجراءات تسجيل دفاعية غير فعالة لأسماء النطاقات بالنسبة إلى sgTLD الجديدة. في الوقت الذي يعمل في الدخول لمصلحة العميل، لا بد من الاهتمام بأمر حقوق الملكية وذلك لحماية استثمارات المؤسسات في فرض سمعة طيبة وعلامة تجارية جيدة. إن لم تتم حماية حقوق الملكية، قد تظهر محاولات للنيل من السمعة عن طريق محاولة تقليد العلامات التجارية أو استخدام علامات مشابهة بغرض تضليل العميل.

7. هذا الاحتمال، علاوة على الإضرار بمصلحة العميل الذي قد ينتج عنه، تم التعامل معه في قانون العلامات التجارية الحالي وفي التحليلات الاقتصادية للملكية الفكرية. ولكن فيما يخص تقديم gTLDs الجديدة والتي قد تزيد من مشكلات الملكية الفكرية، يمكن تناولها من خلال الآليات القانونية الحالية وإجراءات ICANN المناسبة

¹. راجع الرسائل من ديورا جازا إلى ميرديث باكر بتاريخ 3 ديسمبر 2008 (رسالة DOJ) ومن ميرديث باكر إلى بيتر دينجيت ثراش بتاريخ 18 ديسمبر 2008 ("رسالة NTIA"). تطلب رسالة NTIA أيضاً معلومات حول تأثير gTLD الجديدة على استقرار وأمن نظام نطاق الأسماء، والتي لم يتم تناولها في هذا التقرير.
(http://www.ntia.doc.gov/reportsarchive_2007_2008.html)

8. وتقترح DOJ و NTIA أيضاً أن الإجراء المتخذ بشأن مقترح ICANN لا بد من تأجيله حتى تنهي ICANN الدراسة الاقتصادية المعتمدة في 2006 للتحديد ما إن كان سوق تسجيل النطاقات سوقاً اقتصادياً واحداً أو أن تعمل كل TLD كسوق منفصل. في الوقت الذي يستحق فيه هذا التساؤل المثير التحليل، إلا أن تقييم تأثير مقترح gTLD لـ ICANN على مصلحة العميل لا يعتمد على الإجابة على هذا السؤال. حتى وإن كانت gTLDs الجديدة لا تتنافس مع *.com*. وغيرها من TLDs الأساسية للمسجلين الحاليين، إلا أنه من المحتمل أن يدرك العميل الامتيازات الكبيرة لـ gTLDs الجديدة نتيجة لزيادة المنافسة لمسجلين جدد وزيادة الابتكار الذي قد تشهده عملية الدخول.

2. خلفية عن مقترح ICANN

أ. اقتصاديات نظام أسماء النطاق

9. بالرغم من تقديم العديد من gTLDs الجديدة في السنوات الأخيرة، إلا أن أنشطة الإنترنت اليوم ما زالت يتحكم بها عدد صغير من السجلات. على سبيل المثال، يملك TLD لـ *.com* اليوم أكثر من 80 مليون اسم نطاق مسجل، في الوقت الذي يكون فيه لكل من *.net* و *.org*. بالكاد 12 مليون و 7 مليون أسماء نطاقات فعالة.² في الوقت الذي تم فيه تقديم gTLDs جديدة في السنوات الأخيرة، إلا أنها حققت نجاحاً محدوداً فقط في جذب المسجلين في عالم الإنترنت. على سبيل المثال، تم تقديم كل من *.info* و *.biz*. في عام 2001، وهذا جذب حوالي 5 مليون و 2 مليون اسم نطاق على التوالي.³

² التقارير الشهرية لمشغل سجلات ICANN أكتوبر 2008
(<http://www.icann.org/en/tlds/monthly-reports/>)

³ [.ld](#)

10. كل الاتفاقيات المبرمة بين ICANN ومشغلي سجلات gTLDs غير المدعومة لها أسقف

للأسعار وقيود على احتمالات زيادة الأسعار في المستقبل.⁴ يشغل المسجلون بموجب عقود مع السجلات ويفرضون أسعاراً على المسجلين لا تسيطر عليها ICANN. يستطيع المسجلون الاتصال بسجلات متعددة وتقديم العديد من الخدمات الإضافية إلى المسجلين مثل استضافة وتصميم المواقع الإلكترونية.

11. المسجلون المشتركون في أحد أسماء نطاقات الإنترنت تفرض عليهم تكلفة عند تحويل السجلات

لكون TLDs أحد مكونات اسم النطاق والذي لا يمكن نقله بين المسجلات. أي أنه إن كان المسجل الذي يشغل الموقع الإلكتروني *cars.com* يريد التحول إلى سجل *.net*، فلا بد له أن يستخدم *cars.net* (إن كان متاحاً) أو أي اسم نطاق *.net*. آخر. تكلفة التحويل التي يواجهها المسجلون قد تشجع السجلات والمسجلين على انتهاز الفرص ورفع الأسعار. ولكن وجود المنافسة لجذب مسجلين جدد، علاوة على التأثير السلبي على سمعة السجل والمسجلين قد تحد من إمكانية خوض هذا التصرف.

12. الزيادة في عدد gTLDs يزيد عدد البدائل المتاحة أمام العملاء، وهذا بدوره يؤدي إلى وجود

احتمال زيادة المنافسة، وخفض الأسعار، وزيادة المخرجات. أن توافر gTLDs الجديدة قد يؤدي أيضاً إلى زيادة فرص السجلات لتوفير خدمات مبتكرة أو نماذج عمل وأجواء توفر فرصاً تصب في مصلحة المستهلك.

ب. إجراءات ICANN المحتملة لتطبيق LDSGT الجديدة

13. اقترحت ICANN إطار عمل لاعتماد GTLDS الجديدة. يفصل دليل مقدم الطلبات الذي أعدته

ICANN المراحل المختلفة لإجراءات التقييم والمتطلبات اللازمة للحصول على الموافقة.⁵ ستقوم ICANN بتقييم

كل من الإمكانيات التقنية والمالية لمقدم الطلب، وتأثير gTLD المقترحة على إرباك المستهلك، وتأثير gTLD

المقترحة على استقرار الإنترنت.⁶

⁴ انظر المثال في القسم 7.3 الخاص باتفاقية السجل *.com*. المبرمة بين ICANN وVerisign، بتاريخ 1 مارس 2006. gTLDs غير المدعومة (.pro, .org, .net., .name, .info, .biz, .com) لها سقف أسعار؛ وجميع gTLDs المدعومة (aero, .travel, .tel, .museum, .mobi, .jobs, .coop, .cat, .asia)، تكون في أغلب الحالات أصغر من gTLD المدعومة، وليس لديها أسقف للأسعار. تحددت تلك الأسقف في العقود المبرمة بين ICANN ومشغلي السجلات، مثل Verisign (والتي تشغل سجلات .com و.net). تعمل ICANN بموجب مذكرة تفاهم مع وزارة التجارة الأمريكية.

⁵ انظر ICANN، برنامج gTLD الجديدة: المسودة الثانية لدليل مقدم الطلب، 18 فبراير 2009 ("مسودة الدليل")، انظر <http://icann.org/en/topics/new-gtld-program.htm>.

⁶ مسودة الدليل، صفحة 2-2.

14. إن نجاح أكثر من مقدم طلب لـ gTLDs متشابهة في عملية التقييم من قبل ICANN، سيتم إدخال تلك الطلبات في عملية "التنافس على السلسلة"، والتي تحدد فيها ICANN مقدم الطلب الذي يتم الموافقة عليه. ستقوم ICANN أولاً بتشجيع الأطراف المهمة بالتفاوض على حل فيما بينها. وإن لم يتمكن مقدمو الطلبات من التفاوض والوصول إلى حل، يدخلون في مرحلة تقييم تنافسية ثانية. فإن تبقى أكثر من مقدم طلب بعد هذه المرحلة، ستطبق NNICA آلية للمفاضلة كالمزاد مثلاً.⁷ أنا أدرك أن هدف ICANN هو إعداد إجراءات لتقديم الطلبات تتماشى مع اهتمامات المستهلكين وأن الإجراءات المقترحة يمكن تعديلها حسب التعليقات التي ترد قبل وبعد تطبيق تلك القواعد.⁸

15. أية اعتراضات على الطلبات المقدمة يمكن تسجيلها من قبل أطراف متعددة ومنها سجلات TLD الحالية، ومقدمي طلبات آخرين، وأصحاب حقوق الملكية الفكرية (مثل العلامات التجارية) وغيرهم.⁹ يمكن تقديم الاعتراضات على أسس محدودة ومنها الخلط بين السلاسل، والحقوق القانونية (مثل انتهاك حقوق العلامات التجارية)، والأمور الأخلاقية والعامّة، واعتراضات المجتمع.

ج. ملخص المشكلات حول مقترح ICANN بتوسيع GTLDS.

16. لقد عبرت DOJ و NTIA وبعض الأطراف الخاصة عن قلقهم بأن تقديم gTLDs الجديدة قد يضر المستهلك أو أصحاب العلامات التجارية. وفي عرض موجز، تلك التعليقات تعكس وجهة النظر بأن تقديم gTLDs الجديدة سيضر المسجلين (المستهلكين) وذلك بإحداث نوع من الإرباك نتيجة لفرض تكلفة كبيرة على المسجلين بسبب إجبارهم على اتباع إجراءات تسجيل دفاعية مع gTLDs الجديدة لحماية علاماتهم التجارية وأسماء النطاقات الحالية. التعليقات المقدمة من وزارة العدل والعديد من الأطراف الأخرى تظن أن تقديم gTLD الجديدة من غير المحتمل أن تؤدي إلى زيادة المنافسة التي قد ينتج عنها خفض الأسعار أو تحسين الخدمة المقدمة إلى المسجلين.

⁷ . تفتقر المسودة الثانية لدليل مقدم الطلب أن تستخدم ICANN آلية المفاضلة بأعلى مزاد مع الاحتفاظ بمفهوم عدم السعي وراء الربح تفتقر وزارة العدل أن تستخدم ICANN المزادات بحيث يتم اختيار المزايد على أساس تقديم أقل الأسعار. ولا يعني اقتراح وزارة العدل أن يكون تقييم مقدمي العروض الأقل أسعاراً تقديمهم خدمات بجودة أقل، وأن من يقدم الأسعار الأعلى تكون خدماته بجودة أعلى. مسودة الدليل، صفحة 4-13 إلى 4-14.

⁸ . انظر الرسالة من رئيس ICANN ورئيس مجلس الإدارة المرفقة بمسودة الدليل.

⁹ . الطرف المعارض على أحد طلبات التقديم قد تفرض عليه رسم منازعات، والمتوقع أن يكون ما بين \$1000 إلى \$5000. وفي هذا الوقت، يحق لمقدم الطلب الرد خلال 30 يوماً (مع دفع نفس المبلغ). ثم يقدم كلا الطرفين دفعة مقدمة لتغطية نفقات إجراءات حل المنازعات، بحيث يستعيد الطرف الذي يحكم له المبلغ المدفوع (مسودة الدليل، صفحة 1-24 إلى 1-25).

17. على سبيل المثال، أشارت رابطة المعلنين الوطنيين أن gTLDs الجديدة ستؤدي إلى رفع تكلفة إدارة العلامات التجارية وإتاحة الفرص للآخرين من ممارسي أنشطة الانتهاك والخداع وغيرها من الأنشطة غير الأخلاقية. وبالتالي يكون أصحاب العلامات التجارية والمستهلكين في النهاية هم الخاسرون.¹⁰ وبالمثل، توصلت غرفة التجارة الأمريكية إلى أن "برنامج gTLD المقترح [...] سيفرض وضعاً لاستثمار ملايين الدولارات في إجراءات وتشريعات تسجيل نطاقات دفاعية [...]"¹¹
18. توصلت وزارة العدل إلى أن "الحاجة إلى العديد من المسجلين لشراء النطاقات في العديد أو أغلب gTLDs يسمح لكل مشغل سجل gTLD بفرض تكلفة على المسجلين المشتركين للنطاقات بسبب وجود gTLD ببساطة. [...] في ضوء تلك النتائج، نحن نرى أن تقديم gTLDs الجديدة بموجب RFP قد يفرض تكلفة إضافية عالية على تسجيل النطاقات بالنسبة للعديد من المستهلكين، وأن يكون لمشغلي سجلات gTLD الجديدة السيطرة على المسجلين داخل السوق".¹²
19. أيضاً، عبر كل من NITA و DOJ عن قلقهم بشأن عملية تقديم الطلبات والتقييم التي تتبعها ICANN. وبسبب هذا القلق بأن يكون لـ gTLDs الجديدة السيطرة على المسجلين بالسوق، أوصت DOJ و NTIA أن تتبع ICANN أسلوب تقديم العروض التنافسية في تعيين TLDS الجديدة، بأن يقدم مقدمو الطلبات عروضهم التي تحدد الحد الأقصى للأسعار واحتمالات زيادة الأسعار.¹³ وأوصت DOJ و NITA أيضاً بأن في الحالات التي لا يكون فيها أسلوب المناقصات فعالاً، تطبق ICANN البنود مباشرة ضمن اتفاقياتها مع السجلات الجديدة، مثل بنود قيود الأسعار أو متطلبات العقود طويلة الأمد مع المستخدمين، وذلك لمنع فرض السيطرة على السوق. وأخيراً، تقترح وزارة العدل أن تطلب ICANN مناقصات تنافسية دورية لتجديد اتفاقيات السجلات.¹⁴

¹⁰ رسالة ANA، صفحة 1 (<http://forum.icann.org/lists/gtld-guide/mail2.html>) "الخداع" هو "إجراء يستخدم على الكمبيوتر في محاولة للحصول على معلومات شخصية حساسة عن طريق إرسال المستخدمين إلى مواقع إلكترونية مزيفة لكنها تبدو قانونية". (المصدر: <http://onlinebusiness.about.com/od/onlinebusinessglossary/g/> htm phishing تم الوصول إليه في 17 فبراير، 2008)

¹¹ رسالة غرفة التجارة الأمريكية، صفحة 1. (<http://forum.icann.org/lists/gtld-guide/index.html>)

¹² رسالة وزارة العدل، صفحة 3

¹³ رسالة وزارة العدل، صفحة 7 ورسالة NITA صفحة 2

¹⁴ رسالة وزارة العدل، صفحة 7 ورسالة NITA صفحة 2

3. قد يستفيد المستهلكون من تقديم GTLDS الجديدة.

20. التعليقات الواردة من NTIA و DOJ تركز بشكل مناسب على تأثير gTLDs الجديدة على مصلحة المستهلك، ولكنني أرى أنها وصلت إلى نتيجة خاطئة.¹⁵ هذا القسم يوضح أن بالنظر إلى أحد جوانب المشكلات المعنية بإرباك المستهلكين والتي سيتم تناولها في القسم التالي، فمن المحتمل أن تفيد خطة ICANN لتقديم gTLDs جديدة للمستهلكين وذلك بتسهيل الدخول والذي من شأنه زيادة سيطرة السوق الخاص بـ .com وغيره من TLDS الرئيسية وزيادة الابتكار. ونتيجة لذلك، قد يتفق مقترح DOJ و NTIA لتأخير أو حتى إلغاء تطبيق gTLDs الجديدة مع مصلحة المستهلك. وانتهى إلى أن تلك القيود على المخرجات ضرورية وأن المشكلات التي تفرض تلك القيود يمكن تناولها بشكل أفضل، أوضحه فيما يلي.

أ. السياسات التي تحكم الدخول تساعد في تناول مشكلات السيطرة على السوق المرتبطة بـ .COM وغيرها من TLDS الرئيسية

21. لقد عبرت وزارة العدل عن قلقها بأن تفرض .com و gTLDs أخرى سيطرتها على السوق.¹⁶ ولكن مقترح ICANN بتوسيع عدد TLDS المتاحة قد يحد من هذا القلق. وحسبما تشير توجيهات الاندماج الأفقي، من المحتمل أن يؤدي الدخول إلى رد فعل عكسي للتأثيرات التنافسية موضع الاهتمام.¹⁷ وبشكل أعم، ينظر إلى الدخول على أنه يلعب دوراً محورياً في الإبقاء على الأسواق التنافسية.¹⁸ لذا، في الوقت الذي تفرض .com وغيرها من TLDS السيطرة على السوق حالياً، إلا إن توسيع عدد TLDS قد يساعد في التغلب على هذا الأمر في المستقبل.

22. ترى وزارة العدل أن "...إيجاد gTLDs إضافية من غير المحتمل أن يقيد ممارسة السيطرة بالسوق من قبل TLDS الحالية..."¹⁹ ولكن يبدو أن وزارة العدل تركز على تأثير TLDS الجديدة على المسجلين الحاليين، وليس على تأثيرهم على المنافسة على المسجلين الجدد. تتوقع وزارة العدل مثلاً أن "التأثير الشبكي الذي يجعل تسجيل .com قيماً جداً بالنسبة إلى المستهلكين يصعب على TLDS الجديدة التغلب عليه".²⁰ ولكن أي

¹⁵ رسالة وزارة العدل، صفحة 2، "...الأسلوب العام الذي تتبعه ICANN مع gTLDs الجديدة لا بد من مراجعته لإعطاء مزيد من الاهتمام بمصلحة المستهلك. لا بد أن تهتم ICANN أكثر بالأضرار المحتملة التي قد تصيب المستهلك مقابل الفوائد المحتملة..."

¹⁶ رسالة وزارة العدل، صفحة 3

¹⁷ توجيهات الاندماج الأفقي لوزارة العدل الأمريكية وهيئة التجارة الفدرالية، صفحة 25

¹⁸ انظر المنظمة الصناعية الحديثة، كارلتون، النسخة الرابعة، الصفحات 77-82.

¹⁹ رسالة وزارة العدل، صفحة 1

²⁰ رسالة وزارة العدل، صفحة 2

23. كل من النظرية الاقتصادية والدليل التجريبي يشيران إلى أن التخلص من عوائق الدخول قد يصب في مصلحة المستهلك، بما في ذلك تقليل الأسعار، وتوسيع المخرجات، وزيادة الابتكار. الفائدة المباشرة للدخول هي زيادة مجموعة البدائل المتاحة للمستهلك لزيادة مرونة الطلب الذي تواجهه المؤسسات والذي يحثهم على خفض أسعارهم. وتزيد مصلحة المستهلك لأن خفض الأسعار يزيد من المخرجات. الدليل التجريبي لأثر إدخال gTLDs الجديدة، مثل *.info* و *.biz*، على المخرجات والأسعار قد يساهم في استيعابنا لأثر الدخول على مصلحة المستهلك. البيانات اللازمة لإجراء هذه الدراسة لن تقوم بها ICANN.

24. تقترح وزارة العدل أن gTLDs الجديدة لن توجد منافسة قوية بالنسبة إلى *.com* وغيرها من TLDs الحالية، أو الحد من انتشار *.com*. وحقيقة أن المسجلين الحاليين يواجهون تكلفة كبيرة للتحويل إلى TLD جديدة. حتى إن كان الوضع كذلك، هذا المنطق لا يمتد إلى وجود منافسة بين *.com* و gTLDs الجديدة لجذب مسجلين جدد. إن زيادة عدد البدائل المتاحة للمسجلين الجدد يشجع على أن تقوم سجلات gTLDs الجديدة والحالية بخفض أسعارها وتحسين جودة خدماتها. لاحظ أن هذه الميزة موجودة حتى إن استمر تنظيم أسعار *.com* من خلال أسقف الأسعار وذلك لأن المنافسة من شأنها حث سجلات TLDs المنظمة على خفض أسعارها تحت هذه الأسقف. والأكثر من ذلك، حتى إن لم يكن لدخول gTLDs الجديدة أثره على الأسعار التي تفرضها *.com* وغيرها من gTLDs الجديدة، قد يصب هذا الدخول في مصلحة المستهلك. إن حقيقة أن المسجل يختار gTLD جديدة بدلاً من الحالية يشير إلى أنه من الأفضل نتيجة للتوسع في عدد البدائل المتاحة. أي أن توسيع عدد البدائل المحتملة قد يزيد لوحده مصلحة المستهلك.

25. التخلص من قيود الدخول قد يعزز أيضاً الابتكار. ففي غياب المنافسة من قبل gTLDs الجديدة، السجلات والمسجلين الذين يخدمون *.com* وغيرها من TLDs الجديدة غير مشجعون على اتباع تقنيات جديدة أو استخدام خدمات محسنة قد تساعد في جذب مستهلكين جدد. ولكن، غياب القيود على gTLDs الجديدة، سيثجع

26. قد يتم تسهيل مجموعة متنوعة من الابتكارات من خلال توسيع عدد gTLDs. على سبيل

المثال:

- gTLD المخصصة لصناعة الخدمات المالية قد تحتاج من المسجلين توفير معاملات آمنة. الترخيص الذي يقدمه اسم gTLD بالتالي يمثل معلومات قيمة للمستهلكين ممن يسعون إلى معاملات مالية آمنة عبر الإنترنت.
- قد توفر gTLD أسماء نطاقات دولية بحيث يمكن تمثيل العنوان الإلكتروني (مثل <http://www.google.com>) بلغة المنطقة، وهذا يسهل تقديم المسجلين لخدمات بلغات عدة.
- يتوقع أن تركز gTLDs الجديدة على جهود خدمة الأسواق التي لها الأولوية، مثل العملاء والموردون في مؤسسة ما، في الوقت الذي يركز فيه آخرون على خدمة مجموعة من المسجلين في منطقة جغرافية معينة.²²

27. وهذا يقترح أن يمكن لمس العديد من امتيازات gTLDs الجديدة حتى وإن لم تنافس gTLD

الجديدة مع TLDs الحالية. على سبيل المثال، توسيع عدد gTLDs الذي فرض زيادة الابتكار أو زاد عدد التسجيل واستخدام الإنترنت سيؤدي إلى تحسين مصلحة المستهلك حتى في ظروف عمل gTLDs الجديدة في أسواق تحاول مكافحة الاحتمار بخلاف *.com*. وبالطبع، يمكت تقليل إرباك المستخدم إلى الحد الأدنى وذلك من خلال الاحتفاظ بـ gTLD واحدة (*.com*)، ولكن من غير المحتمل أن يكون هذا في مصلحة المستهلك.

28. أعربت وزارة العدل عن قلقها بأن "بعض gTLD الجديدة التي تضمنتها العروض RFP قد

يكون لها سيطرة بالسوق..."²³ ولكن، حتى إن كان ذلك صحيحاً، هذه الحقيقة وحدها لا تمثل أساساً لتقييد الدخول.

حتى إن أثبتت gTLD الجديدة بعض السيطرة بالسوق، إلا أن السماح لها بالدخول من شأنه تحسين مصلحة المستهلك، مثل الدخول الذي ينتج عنه وجود ظروف احتكار ثنائي تمنع الاحتكار المنفرد وهذا في مصلحة المستهلك

²¹ انظر كارلتون وبيبرلوف، المؤسسة الصناعية الحديثة، النسخة الرابعة، صفحة 564

²² رسالة Connecting.NYC Inc. إلى ICANN (<http://forum.icann.org/lists/gtld-guide/index.html>).

²³ رسالة وزارة العدل، صفحة 1

B. قد تفيد gTLD الجديدة المستهلكين حتى إن كانت لا تتنافس مباشرة مع .com.

29. قد تحسن gTLDs الجديدة أيضاً مصلحة المستهلك من خلال توفير المعلومات إلى مستخدمي

الإنترنت مما يسهل عملية تصفح الإنترنت، حتى إن كانت gTLDs الجديدة مقيدة مع .com. (وبالتالي العمل ضمن سوق منفصل ضد الاحتكار). هذا بسبب احتمال أن تكون gTLDs الجديدة مخصصة لخدمة احتياجات المستهلك التي لا تستوفيها .com. على سبيل المثال، لكون أسماء النطاقات تتضمن معلومات قيمة للمستهلكين، قد تسهل بعض gTLDs الجديدة تصفح المستهلكين للإنترنت والبحث بسرعة أكبر وذلك بتوجيههم إلى المواقع التي تتضمن المحتويات التي يريدونها. على سبيل المثال، TLDs الخاصة بشركة معينة (مثل GeneralMotors) قد تسهل إمكانية حصول عملاء General Motors على معلومات حول المنتج بالإضافة إلى التفاعل بين الموردين والموزعين مع General Motors. وبالمثل، TLDs العامة الجديدة، مثل السيارات، قد تسهل تمكن العملاء من الحصول على معلومات عامة عن السيارات وأيضاً إمكانية الوصول إلى المواقع الإلكترونية لمصنعي السيارات والموردين ومستهلكي السيارات الآخرين الذين يستخدمون gTLD في استضافة مواقعهم الإلكترونية.

4. المشكلات المطروحة حول GTLDS الجديدة لا تدعم تقييد الدخول.

30. كما سبق الإشارة إليه، ارتأت وزارة العدل أن أصحاب العلامات التجارية سيديركون الحاجة إلى تسجيل أسماء النطاقات مع سجلات gTLD الجديدة فقط لأسباب دفاعية، وذلك لتفادي التكلفة المرتبطة بالاستخدام غير المصرح به للاسم التجاري للمسجل.²⁴ أي أن وزارة العدل وغيرها ارتأوا أنه يلزم تقييد الدخول لأن هذا النوع من المنافسة قد يزيد التكلفة المرتبطة بحماية العلامات التجارية. هذا القسم يوضح أنه طالما كانت التكلفة المرتبطة بحماية العلامات التجارية واقعية، لا بد أن تتوفر آليات أخرى لتناول تلك المشكلات وأن هذه البدائل تبقى على ميزات زيادة المنافسة الناتجة عن الدخول.

أ. البعد الاقتصادي لحماية العلامات التجارية لا يبرر تقييد دخول GTLDS الجديدة.

31. تساعد أسماء النطاقات في خفض تكلفة البحث عن المعلومات المتاحة على الإنترنت، ويختار المسجلون أسماء النطاقات التي من شأنها جذب المستهلكين إلى مواقعهم. لذا قد يقلق المسجلون بأن وجود مواقع بأسماء مشابهة قد يحدث نوعاً من الارتباك، ويرفع تكلفة البحث التي يواجهها المستهلكون، ويؤثر سلباً على إمكانية المسجل في جذب عدد أكبر من المستهلكين.

32. إن الوظيفة الاقتصادية لأسماء النطاقات مرتبطة بالوظيفة الاقتصادية للعلامات التجارية، ومن شأنها أيضاً حماية الملكية الفكرية لأصحاب العلامات التجارية من خلال منع الارتباك الذي قد ينشأ عن محاولات النيل من سمعة أصحاب العلامات التجارية. وبالمثل، يهتم المسجلون كثيراً بحماية أسماء نطاقاتهم من التقليد أو محاولات الآخرين استغلال الاسم التجاري المحمي أو أي اسم مشابه لعلامة تجارية محمية.

33. عند تحليل الوظيفة الاقتصادية للعلامات التجارية، أوضح ويليام لاندس وريتشارد بوسنر أن:

...العلامة التجارية هي كلمة أو رمز أو أي إشارة تستخدم في تمييز سلعة أو خدمة تقوم بإنتاجها إحدى المؤسسات لتمييزها عن سلع أو خدمات تنتجها مؤسسات أخرى. ولتنفيذ وظيفة التسمية هذه، لا بد من عدم تكرار الاسم التجاري أو العلامة التجارية. للسماح لمصنع آخر ينتج القهوة بدون كافيين ببيع قهوته باسم "سانكا" من شأنه نفي ميزة الاسم... إن لم يمنع القانون ذلك، فمحاولة الاستيلاء قد تدمر رأس مال المعلومات الذي تتضمنه العلامة التجارية، وقد ينتج عن ذلك التراجع عن تطوير علامات تجارية قيمة في المقام الأول.²⁵

²⁴ رسالة وزارة العدل، صفحة 5

²⁵ ويليام لاندس وريتشارد بوسنر، The Economic Structure of Intellectual Property Law, Belknap Press of Harvard University Press (2003)، الصفحات 166-168.

34. المصطلحات "العامة" لا يمكن أن تكون علامات تجارية.²⁶ كما سبق وأن عرف لاندس

ويوسنر، "الاسم أو المصطلح العام هو اسم ليس لسلعة معينة ولكنه للمنتج بأكمله: والمثال هنا "طيارة" وكمبيوتر.²⁷ إن عدم وجود حماية قانونية للأسماء العامة يتسق مع مفاهيم الكفاءة الاقتصادية لأن منح علامات تجارية لهذه المصطلحات إلى إحدى المؤسسات قد يرفع تكلفة البحث التي سيواجهها المستهلكون وتمنع المنافسة من قبل المؤسسات الأخرى. إن منح حماية قانونية للمصطلحات العامة لا يخدم أيضاً الغرض من تشجيع المؤسسات على الحماية للاستثمار في تأسيس سمعة جيدة ورأس مال معلومات للمصطلح. وكما أوضح لاندس ويوسنر:

...إن منحت مؤسسة ما حق حصري لاستخدام كلمة أو كلمات هذا ينطبق على المنتج بأكمله، بخلاف الاسم المنفرد للمنتج، وهنا ستظهر المنافسة مع مؤسسات أخرى تنتج نفس المنتج. لذا، لن يتمكن مصنع معين لأجهزة الكمبيوتر الشخصية من استخدام المصطلحات "كمبيوتر شخصي" أو "PC" في حملاته الإعلانية أو ملصقاته لأن مؤسسة أخرى لها حقوق حصرية لهذه المصطلحات، لذا يمكنه وصف منتج "كآلة قادرة على معالجة الكلمات وإجراء العمليات الحسابية السريعة وغيرها من العمليات التي تتم على البيانات، باستخدام وحدة معالجة مركزية" وغيرها... ولأنه يصعب تذكر العبارات الطويلة عن القصيرة، بالوصف الطويل قد يؤدي إلى استفادة أقل من المعلومات حول منتج المؤسسة بدلاً من كلمة واحدة أو عبارة قصيرة، لذا سترتفع تكلفة البحث.²⁸

35. يمكن أن تعتمد أسماء نطاقات الإنترنت على العلامات التجارية (مثل

com.GeneralMotors) أو مصطلحات عامة (com.cars)، وسيسمح لـ gTLD الجديدة بموجب مقترح ICANN أن تتضمن علامات تجارية (com.GeneralMotors) ومصطلحات عامة (.cars). التقييم الاقتصادي لمقترح ICANN يبرز قضايا تخص gTLD التي تستخدم المصطلحات العامة والعلامات التجارية تعكس الاهتمام بحماية الملكية الفكرية لأصحاب العلامات التجارية وتشجع على الاستخدام غير المقيد للمصطلحات العامة.

36. تمتد حماية الملكية الفكرية إلى أسماء النطاقات بحيث، على سبيل المثال، فقط General

Motors هي القادرة على استخدام أو منع الآخرين من استخدام أسماء مثل *GeneralMotors.com* وبالمثل،

تسجيل *GeneralMotors*. على شكل gTLD.²⁹ أقر الكونجرس قانون حماية المستهلك من الاحتلال

²⁶ لاندس ويوسنر، الفصل 7، صفحة 190، هناك استثناءات لهذا التعميم. على سبيل المثال، قد يكون المصطلح عاماً فيما يتصل ببعض السلع (ولا يكون محمياً) ولكن يمكن منحه علامة تجارية لاستخدامه فيما يتعلف بسلع أخرى. على سبيل المثال، كلمة "apple" هي كلمة عامة كفاكية، ولكنها علامة تجارية حينما تتعلق بأجهزة الكمبيوتر.

²⁷ لاندس ويوسنر، الصفحات 190-91.

²⁸ لاندس ويوسنر، صفحة 175.

²⁹ قانون حماية المستهلك من الاحتلال الإلكتروني، نوفمبر 1999.

37. العديد من التعليقات حول مقترح ICANN تركز على أن، أصحاب العلامات التجارية مازالوا يبذلون الجهد لمتابعة الاستخدام غير المصرح به لعلاماتهم ولتأكيد حقوق ملكيتهم. يهتم الكثير من أصحاب العلامات التجارية بأن تقديم gTLDs جديدة سيفرض تكلفة إضافية متعلقة بمتابعة والتشجيع على استخدام العلامات التجارية.³¹ وفي نفس الوقت، من المهم الانتباه إلى أن المسجلين ممن يستخدمون المصطلحات العامة في أسماء النطاقات لهم أيضاً مصالح خاصة في تقييد المنافسة وذلك بالحد من استخدام تلك المصطلحات بشكل كبير في أسماء النطاقات وgTLDs، بالرغم من وجود امتيازات محتملة محدودة فيما يتعلق بخفض تكلفة المتابعة في هذه الحالات من تحديد استخدام المصطلحات العامة.

38. حقاً، قد تكون هناك ميزة محتملة كبيرة لتقديم gTLDs الجديدة وهي تسهيل التوسع في استخدام المصطلحات العامة في أسماء النطاقات. وكما سبق مناقشته، إن استخدام تلك المصطلحات قد يزيد من مصلحة المستهلك من خلال خفض تكلفة البحث التي يواجهها مستخدمو الإنترنت. على سبيل المثال، استخدام cars. على شكل gTLD من المحتمل أن يسهل تمكن مستخدمي الإنترنت من التعرف على المعلومات الخاصة بالسيارات وقد يساعد المسجلين في جذب زائري الإنترنت.

³⁰ . وبموجب هذه الإجراءات، يرفع المعارض دعوى مع مزود خدمات حل المنازعات المعتمد من ICANN والذي يتبع سياسات ICANN وإجراءاتها المخصصة للتعامل مع الشكاوى.

³¹ . انظر مثال التعليقات المقدمة من Microsoft وelecomUS T إلى ICANN، في 15 ديسمبر 2008 (<http://forum.icann.org/lists/gtld-guide/>)

ب. الحاجة إلى إثبات الميزات التنافسية قبل التصريح بالدخول قد يضر بمصلحة المستهلك

39. الأطراف التي علقت على مقترح ICANN، ومنها DOJ و NITA، تقترح أنه بسبب وجود تكلفة محتملة على أصحاب العلامات التجارية وغيرهم والتي تفرضها gTLDs الجديدة، لا بد من إثبات الميزات التنافسية لـ gTLDs الجديدة قبل أن تصرح ICANN باستخدامها.³² على سبيل المثال، تفيد NITA أن "من غير الواضح أن التساؤل ما إن كان تم دراسة وتحديد الامتيازات المحتملة التي سيحص عليها المستهلك تفوق التكلفة المحتملة".³³ هذا التوجه يتسق مع النظرة الواسعة التي سبق توضيحها، بأن الدخول يفيد المستهلكين بواسطة زيادة المخرجات وخفض الأسعار.
40. إن تقييد إمكانية ICANN لتوسيع عدد gTLDs يكون فعالاً اقتصادياً فقط إن كانت التكلفة الناتجة عن gTLDs الجديدة، بما في ذلك زيادة الارتباك لدى المستهلك والتكلفة الأعلى لمتابعة العلامات التجارية وفرضها، تتعدى الامتيازات المحتملة للمستهلك من gTLDs الجديدة، والتي تتضمن خفض أسعار أسماء النطاقات وزيادة المخرجات وزيادة الابتكار. وما سبق الإشارة إليه، الكثير من امتيازات gTLDs الجديدة والنطاقات المبنية عليها يمكن لمسها حتى إن لم تكن gTLDs الجديدة تتنافس مع TLDs الحالية.
41. مطالبة الداخلين بتبرير الدخول على أساس التكلفة/الفائدة، من المحتمل أن يؤدي إلى الإضرار الكبير بالمستخدم لأن الميزة التنافسية لأساليب الشركات أو التقنيات الجديدة التي تم تسهيلها بالدخول قد يصعب التنبؤ بها سلفاً. الكتابات الاقتصادية تشير إلى أن الابتكارات هي مصدر أساسي لنمو الناتج المحلي ومصلحة المستهلك بمرور الوقت. روبرت سولو، الذي منح جائزة نوبل في الاقتصاد عام 1987 مقابل أعماله في مصادر النمو الاقتصادي، أشار في محاضراته في جائزة نوبل إلى أن "معدل النمو .. يعتمد بالكامل على نسبة العمليات التقنية".³⁴ واتباع هذا التقليد، وصف جين جروسمان والهانان هيلبمانفي كتابهما المعروف *Innovation and Growth in the Global Economy*، الابتكارات على أنها "محرك النمو طويل الأمد".³⁵

³² انظر رسالة وزارة العدل صفحة 2، ورسالة NITA صفحة 1 والتعليقات المقدمة من T&AT إلى ICANN في 15 ديسمبر 2008 (<http://forum.icann.org/lists/gtld-guide/>).

³³ رسالة NTIA، صفحة 1.

³⁴ روبرت سولو، محاضرة جائزة نوبل، 8 ديسمبر 1987.

³⁵ جين جروسمان والهانان هيلبمان، 1993، *Innovation and Growth in the Global Economy*، صفحة 18.

42. ركزت الكتابات الاقتصادية أيضاً على أن الابتكارات والمنتجات الجديدة تزيد من مصلحة المستهلك، في الوقت الذي تستطيع فيه السياسات التنظيمية التي تحد أو تؤخر دخول أو انتشار الابتكارات الإضرار بهذه المصلحة. وكجزء من دراسته البحثية حول مكاسب مصلحة المستهلك الناتجة عن السلع الجديدة، وجد جيرى هاوسمان أن "تقديم خدمات الهاتف النقال صبت في مصلحة المستهلك والتي تتعدى الآن 25 مليار دولار في السنة" وتكلفة مصلحة المستهلك من التأخير التنظيمي لتقديم الخدمة كانت قري 100 مليار دولار.³⁶ في إصدارهما "The Economics of New Goods"، قيم بريسناهان وروبرت جوردون الكتابات الاقتصادية ووصلا إلى أنه "من الواضح أن السلع الجديدة هي في قلب التقدي الاقتصادي".³⁷ وفي البحث المقدم عام 2002 حول كاسب مصلحة المستهلك من تقديم سيارات الميني فان، أشار أميل بيترين أن "طرأت تطورات كبيرة على مستوى معيشة المستهلك نتيجة للمنافسة بين المؤسسات على الأرباح من خلال البحث عن سلع جديدة تمنحهم السيطرة على السوق".³⁸

43. تقييد الدخول قد يعزز مصلحة المستهلك في ظروف محدودة غير واضحة هنا. إن فرض تلك القيود قد يفيد المشاركين الحاليين بالسوق عن طريق الحد من المنافسة من المؤسسات التي تقدم خدمات ابتكارية ونماذج عمل جديدة. الإجراءات التي تحمي أي سيطرة على السوق قد تفرضها *.com* أو *gTLDs* أخرى من غير المحتمل أن تفيد المستهلك.

44. وفي نفس الوقت، لم تقدم وزارة العدل أو غيرها أي دليل حول التكلفة المحتملة على أصحاب العلامات التجارية من الحاجة إلى التسجيل الدفاعي لأسماء النطاقات مع *gTLDs* الجديدة. العدد المتواضع نسبياً من المسجلين الذي تم تحصيله من *gTLDs* الجديدة التي قدمت في السنوات الأخيرة (بالنسبة إلى *.com*) يقترح أن الاهتمام بأمر التسجيلات الدفاعية هو أمر مبالغ فيه.

45. وكما سبق الإشارة سابقاً، حيث أن تقديم *.info* في 2001 جذب 5 مليون مسجل و *.biz* جذب 2 مليون، أقل بحوالي 80 مليون مسجل يستخدمون *.com*.³⁹ في الوقت الذي كانت فيه تسجيلات أسماء النطاقات

³⁶ جيرى هاوسمان، 1998، "New Products and Price Indices"، موقع NBER، http://www.nber.org/reporter/fall98/hausman_fall98.html

³⁷ تيموثي بريسناهان وروبرت جوردون، 1997، *The Economics of New Goods*، صفحة 1

³⁸ أميل بيترين، 2002، "Quantifying the Benefits of New Products: The Case of the Minivan"، *Journal of Political Economy*، صفحة 705.

³⁹ التقارير الشهرية لمشغلي سجلات ICANN، أكتوبر 2008.

ج. لا توجد أي مشكلات اقتصادية أو قانونية بسبب تقديم GTLDS الجديدة.

46. حسبما ركزت تعليقات الأطراف على مقترح ICANN، المؤسسات التي اتخذت إجراءات

واضحة لمتابعة وفرض العلامات التجارية والتشريعات القانونية التي تسهل تلك الإجراءات تعزز الكفاءة الاقتصادية. والقيود على التصريح بـ gTLDs جديدة يعزز الكفاءة الاقتصادية فقط إن عملت على منع فرض المزيد من التكلفة. ولكن تطبيق gTLDs الجديدة لا يبدو أنه يسبب أيًا من تلك المشكلات.

47. وبشكل أوضح، المشكلات المتعلقة بفرض ومتابعة العلامات التجارية التي تظهر مع gTLD

الجديدة تظهر أيضاً في نظام أسماء النطاقات الحالي. على سبيل المثال، انظر محاولة GM حماية اسم نطاقها *GeneralMotors.com*. فهناك العديد من الأسماء البديلة التي تحتفظ بها، ومنها *GMcars.com*، و *Chevrolet.com*، و *Chevy.com*، وغيرها. من غير الواضح كيف سيكون تقديم gTLD جديدة - مثل، *cars*. مصممة لمواقع تخص السيارات - تزيد من الجهود والتكلفة اللازمة لمتابعة استخدام علامات GM. تثير علامات GM التجارية في gTLD لـ *cars*. نفس القلق كما هو الحال مع gTLDs الأخرى لذا يبدو أنها لا تتسبب في مشكلات جديدة تتعلق باستخدام العلامات التجارية في أسماء النطاقات.

48. العديد من الآليات القانونية الحالية مصممة لحماية استخدام العلامات التجارية في أسماء النطاقات

والحد من استخدام أسماء النطاقات التي قد تؤدي إلى إرباك العميل. إن تطوير آليات مؤسسية محسنة لفرض تلك القوانين قد ينفى الحاجة إلى تسجيلات دفاعية وتقليل المشكلات من النوع الذي طرحته DOJ و NTIA وأطراف أخرى بدون التضحية بمصلحة المستهلك بمنع الدخول الجديد والابتكارات المحتملة.

49. على سبيل المثال، تظهر الكتابات الاقتصادية إلى أن الطلبات العابثة لـ gTLDs أو المواجهات

العابثة للأسماء الجديدة يمكن تفاديها من خلال مطالبة الطرف خاسر المواجهة بأن يتحمل التكلفة القانونية المفروضة

⁴⁰. انظر التعليقات المقدمة من غرفة التجارة الأمريكية و US Telecom في 15 ديسمبر 2008،

4. تقييم مقترح ICANN لا يحتاج إلى دراسة مفصلة حول نطاق المنافسة بين TLD.

50. أوصت كل من DOJ و NTIA أن على ICANN تأجيل تقديم gTLDs الجديدة إلى أن تدرس نطاق المنافسة بين TLDs بالتوازي مع الخطوط التي اقترحتها ICANN في 2006.⁴² في هذا الوقت، اقترحت ICANN التحليل، من بين أشياء أخرى: ما إن كانت TLD تعمل كسوق اقتصادي منفصل، وتأثير تكلفة التحويل المتعلقة بالانتقال من TLD إلى آخر، وأثر هيكل TLD الحالي على الأسعار من قبل الداخلين.

51. في الوقت الذي يكون فيه مقترح ICANN بالتحليل عام 2006 له أهمية اقتصادية، إلى أن تحليل تلك الأسئلة غير ضروري بالنسبة لتقييم مقترح ICANN. وكما سبق مناقشته، القلق بشأن إرباك المستهلك والحاجة إلى تسجيلات دفاعية الذي أثارته DOJ و NTIA وغيرهما، طرح موضوعاً ما إن كانت TLDs الحالية تمثل سوقاً منفصلاً ضد الاحتكار أو ما إن كانت تعتبر جزءاً من سوق أوسع. لا تعتمد المشكلات التي طرحتها DOJ و NTIA وغيرهما بشكل أساسي على تكلفة التحويل أو أثر هيكل TLD الحالي على تسعير الداخلين. لا توضح DOJ و NTIA ضرورة وجود المعلومات من دراسة ICANN المقترحة عام 2006 لتقييم الآلية المقترحة لتقديم gTLDs الجديدة، وكما سبق أن أوضحت، لا أرى سبباً لذلك.

⁴¹. هافز وسنايدر، "Litigation and Settlement Under the English and American Rules: Theory and Evidence," 38 J. Law and Econ. 225 (1995).

⁴². انظر رسالة وزارة العمل، صفحة 6، ورسالة NTIA، صفحة 1.

5. خاتمة

52. امتيازات الدخول الحر المنظم وتقديم gTLDs الجديدة قد يفيد المستهلكين بإخضاع *.com*. وgTLDs الأخرى لمنافسة إضافية، وتوسيع الخيارات المتاحة للمستهلكين، وتسهيل الابتكار. وفي نفس الوقت، الادعاء بأن تقديم gTLD جديدة سيفرض الحاجة إلى انتشار التسجيلات الدفاعية يبدو أنه مبالغ فيه ولا يتسق مع الملاحظات المسجلة بوجود عدد محدود من تسجيلات gTLDs المقدمة في السنوات الأخيرة. إطار العمل القانوني الحالي وإجراءات NICAN توفر آليات لحماية العلامات التجارية والتعامل مع قضايا تخص إرباك المستهلك. وإذا لزم الأمر، يمكن إعداد آليات إضافية من قبل ICANN للحماية من إساءة استخدام العلامات التجارية الحالية.

53. هذه الحقائق مجتمعة تشير إلى أنه قد يتم الإضرار بمصلحة المستهلك إن تم تقييد تطبيق gTLDs أو تأخيرها من خلال مطالبة ICANN أو غيرها بتقديم مبررات جازمة للسماح بالدخول. إن وضع هذا العبء على كاهل ICANN أو أي طرف آخر لا يتفق مع التوجه العام لسياسة منع الاحتكار في مجالات عدة.