



العناوين الالكترونية و تنازعها مع العلامات التجارية

بلعزام مبروك: أستاذ محاضر ب
كلية الحقوق والعلوم السياسية
جامعة محمد لين دباغين سطيف 2

الملخص

العنوان الالكتروني يسمح بالتعريف بمستعملي الشبكة العنكبوتية وتمييزهم عن غيرهم ، فدوره تعريفي يشبه الدور الذي تلعبه العلامات التجارية في التجارة التقليدية ، وقد دفع هذا الدور الذي أصبحت تلعبه العناوين الالكترونية مالكي العلامات التجارية في التجارة التقليدية إلى تسجيل عناوينهم الالكترونية بأسماء العلامات للاستفادة من جاذبيتها و شهرتها و هو ما ولد نوعا من القرابة بين العناوين الالكترونية و العلامات التجارية ، لكن هذه القرابة ما لبثت أن تحولت إلى عداوة بفعل استغلال البعض لسمعة و جاذبية بعض العلامات و الاعتداء على ملكية أصحابها الشرعيين عبر تقليدها و تسجيلها كعناوين إلكترونية .

أدى انتشار القرصنة الالكترونية للعلامات التجارية و تعدد و تطور أشكالها بمنظمة الايكان إلى التدخل لوضع قواعد إجرائية لتبسيط إجراءات التقاضي من أجل الإسراع في حل المنازعات التي تنشأ عن تسجيل العناوين الالكترونية .

الكلمات المفتاحية: العناوين الالكترونية، العلامات التجارية، القرصنة الالكترونية، منظمة الايكان، القواعد الموحدة. UDRP.

Abstract

The domain name allows the identification of Web users and distinguishes them from others, Its role is similar to the role played by Trademarks in traditional commerce. But force this new role of domain names of trademark owners in the traditional business to register trademarks Domain names to take advantage of its attractiveness and reputation, and what it is born of some kind of kinship between Trademarks and domain names, But this kinship was quickly turned into hostility by exploiting some of the reputation and lure of certain signs and aggression on the property of their rightful owners through its counterfeiting and registration Domain names.

Faced with the spread and multiplicity of forms of electronic piracy of trademarks, ICANN has intervened to establish procedural rules to simplify litigation procedures to speed up the resolution of disputes arising from the registration of Domain Names.

Key words :Domain Names ; Trademarks ; electronic piracy; ICANN; UDRP

مقدمة

الانترنت عبارة عن مجموعة من الحسابات الآلية الموصلة في ما بينها بواسطة مجموعة من شبكات الاتصال عن بعد ، أو هي شبكة ناقلة بين مجموع الحسابات الآلية الموصلة بالشبكة ، ولإمكانية تبادل البيانات المخزنة على تلك الحسابات الآلية الموصلة بالشبكة بطريقة منظمة و غيرمتشابهة ، كان لا بد من اعتماد لغة معيارية رقمية هي اليوم البروتوكول النمطي TCP/IP transmission control Protocol ، ولكي يتمكن بروتوكول النقل من نقل البيانات عبر شبكة الانترنت من دون أي خطأ أو تشويش أو تشابك، كان لكل حاسب آلي موصول بالشبكة Server.Pc رقمه الخاص به و الذي يختلف عن غيره من الحاسبات الآلية الموصولة بالشبكة.

مع اختراع الويب صار لكل موقع ويب على هذه الشبكة عنوانه الرقمي الفريد الذي يسمى بروتوكول الانترنت IP address ، العنوان الرقمي هذا يشبه إلى حد ما بأرقام الهواتف العادية، ولكن يتألف من 32 بت Bit مقسمة إلى أربعة مجموعات من الأرقام المعتمدة من الصفر حتى 255 و المفصولة بواسطة ثلاث نقط dots كل مجموعة هي عبارة عن 8 بت bit أو 1 بيت (BYTE). وهكذا بإمكان

مستخدم شبكة الانترنت الولوج إلى هذا الموقع عبر كتابة هذا العنوان الرقمي في نافذة البرنامج المستعرض، عندما يتم الاتصال بهذا الموقع مباشرة .
ولكن هذا النظام واجهته مجموعة من الصعوبات منها اعتماده على الأرقام وما ينجر عنها من صعوبة حفظها و تذكرها، وكذا إمكانية الخطأ، كما أنها لا تحمل أي معنى ولا تدل على محتوى الموقع المعنون بها ، و لا على ماهيته وطبيعته.

ومن هنا جاءت أهمية نشوء آلية جديدة لعنونة المواقع عبر الانترنت فكان نظام عنونة المواقع و الذي أنشئ من قبل لجنة الأرقام عبر شبكة الانترنت IANA و الذي أبقى على العناوين الرقمية ، و لكنه ربطها بعناوين ذات معنى و دلالة مقابلة و لها دور تعريفي يشبه الدور الذي تلعبه العلامات التجارية في التجارة التقليدية بل دفع هذا الدور الذي أصبحت تلعبه العناوين الالكترونية مالكي العلامات التجارية إلى تسجيل عناوينهم بأسماء العلامات للاستفادة من جاذبيتها و شهرتها و هو ما ولد نوعا من القرابة بين العناوين الالكترونية و العلامات التجارية ، و لكن هذه القرابة ما لبث أن تحولت إلى عداوة بفعل استغلال البعض لسمعة و جاذبية بعض العلامات و الاعتداء على ملكية أصحابها الشرعيين عبر تقليدها و تسجيلها كعناوين الكترونية و هو ما ولد تنازعا بين العلامات التجارية و العناوين الالكترونية و هو ما يطرح إشكالية كيفية تعامل مختلف أطراف التجارة الالكترونية مع هذا التنازع ، لاسيما و أن اللجوء إلى طرق فض النزاعات الكلاسيكية تبدا و غير فعالة بالنظر لخصوصية المجال الذي يتم فيه هذا التنازع ألا وهو الانترنت ؟

من اجل الإجابة على هذه الإشكالية نتطرق في المبحث الأول إلى مفهوم العنوان الالكتروني من خلال تحديد مفهومه و أهميته و كذا أنواعه و طرق تسجيله ، و كذا طبيعته القانونية ، في حين نتناول في المبحث الثاني التنازع بين العناوين الالكترونية و العلامات التجارية فتتطرق إلى أسباب هذا التنازع و مظاهر و كيفية حله.

المبحث الأول: مفهوم العنوان الالكتروني

نظرا لحدثة موضوع العنوان الالكتروني وسرعة انتشاره بفعل الاستعمال المتزايد لشبكة الانترنت على مستوى مختلف مجالات الحياة، فإنه أصبح محل اهتمام كبير من طرف مختلف التشريعات العالمية وكذا الفقه والقضاء، لذا وجب التعرض إلى مختلف الجوانب القانونية التي يثيرها هذا الموضوع في محاولة لتحديد النظام القانوني للعنوان الالكتروني وكذا حصر مفهومه القانوني وذلك من خلال التطرق

إلى وضع تعريف محدد للعنوان الالكتروني وكذا بيان أهميته ، ومن ثم حصر أنواع العناوين الالكترونية الموجودة على شبكة الانترنت وبيان كيفية تسجيل كل واحد منها وفي الأخير تحديد الطبيعة القانونية للعنوان الالكتروني ومكانته كفكرة قانونية بين مختلف الأفكار القانونية الموجودة مرارا التقليدية منها أو الحديثة .

المطلب الأول: تعريف العنوان الالكتروني وأهميته

نظرا لحدثة موضوع العناوين الالكترونية، فقد اختلفت التشريعات والفقهاء والقضاء في إعطاء تعريف محدد له، و أيا كان تعريف العنوان الالكتروني، فقد احتل مكانة كبيرة بين عناصر الملكية الصناعية وأدى دورها على شبكة الانترنت فقام بدور وسيلة الإعلان عن المنتجات والخدمات، كما قام بدور المميز للمؤسسات التجارية على الشبكة.

الفرع الأول: تعريف العنوان الالكتروني

أولاً: تعريف المنظمات المتخصصة: تعرف المنظمة العالمية للملكية الفكرية العناوين الالكترونية بأنها: "عناوين الكترونية مبسطة تسهل الاستخدام البشري للانترنت وتحديد المواقع بصورة سهلة"¹.

ثانياً : تعريف الفقه والقضاء: اختلفت آراء الفقه وأحكام القضاء في تعريف العنوان الالكتروني، باختلاف الزاوية التي ينظر إليها الفقيه أو حكم القضاء عند تعريفه للعنوان الالكتروني فاستندت بعض التعريفات إلى الطبيعة الفنية لهذا العنوان، واعتمدت أخرى على الوظيفة التي يؤديها²

أ- **تعريفه استناداً إلى الطبيعة الفنية للعنوان الالكتروني:** فوصف بأنه "مجرد تحويل أو نقل مجموعة من الأرقام في صورة حروف تشكل مصطلحا تتماشى مع اسم المشروع أو المنظمة"³ أو هو عبارة عن "ترجمة لأرقام تتم عن طريق حروف معينة تسمح بدوران المعلومات عبر شبكة الانترنت"⁴ كما عرف بأنه "يمثل ترجمة لأرقام تتم عن طريق حروف معينة تسمح بدوران المعلومات عبر شبكة الانترنت"⁵، في الواقع أن هذه التعريفات تركز بصفة أساسية على التكوين الفني للعنوان الالكتروني، فهو من الناحية الفنية عبارة عن حروف تشير إلى موقع معين يقصد لاستخدام الانترنت"⁶.

ب- **التعريفات التي تسند إلى وظيفة العنوان الالكتروني:** استند جانب من الفقه وأحكام القضاء في تعريفه للعنوان الالكتروني إلى الوظيفة التي يؤديها هذا العنوان فقالوا بأنه "هو الإشارة التي تسمح بتحديد فضاء افتراضي، أين يمكن لشخص طبيعي أو معنوي

عرض على شبكة الانترنت بشكل تبرعي أو معاوضة الخدمات ذات طبيعة مختلفة⁷، كما قالوا بأنه ليس سوى وسيلة تمكن مستخدمي الانترنت من الوصول إلى المواقع في الشبكة، فهو مجرد عنوان للهيئات و المنظمات و المشروعات والأشخاص يمكن الوصول لها عن طريق Adresse sur internet⁸، و في هذا المعنى ذهبت محكمة استئناف باريس في حكم لها صادر في 28 جانفي 2000، إلى التأكيد أن العنوان الالكتروني أصبح وسيلة الاتصال بالشركات و المنظمات الدولية و الهيئات المختلفة على شبكة الانترنت ثم أشارت إلى أن العنوان الالكتروني هو عبارة عن مجرد عنوان افتراضي Simple adresse virtuelle يحدد مواقع المشروعات على الانترنت.⁹

ثالثا: التعريف التشريعي للعنوان الالكتروني: بعد استقراء بعض القوانين المتعلقة بهذا الموضوع تبين لنا أن أغلبها لم يتضمن تعريفا للعنوان الالكتروني مثل قانون دبي و قانون المعاملات الالكتروني الأردني، إلا أن المشرع المصري خالف كليهما و اعتبر أن العنوان الالكتروني عبارة عن "عنوان منفرد يسمح بتحديد الموقع على شبكة الانترنت"¹⁰.

الفرع الثاني: أهمية العنوان الالكتروني

يمثل العنوان الالكتروني أهمية كبيرة للأفراد و المؤسسات، فنظام العنوان الالكتروني يهدف في الحقيقة إلى تحقيق أكثر من هدف، فإلى جانب الأهمية الفنية له يمثل أهمية اقتصادية و تجارية كبيرة.

أولا : الأهمية الفنية: سهل استخدام العنوان الالكتروني من الناحية الفنية أو التكنولوجية التعامل على شبكة الانترنت من جانب الأشخاص و المؤسسات، فقد جاء العنوان الالكتروني نتيجة التطور الذي طرأ على العنوان الرقمي القديم الذي كان يأخذ صورة ال IP. فقد كان هذا الأخير يتكون من مجموعة من الأرقام الكثيرة التي يصعب تخزينها أو حفظها في الذاكرة، ولهذا جاء نظام العنوان الالكتروني Nom de domaine، يسمح باتصال سهل و بسيط بالشبكة وذلك باستخدام مجموعة من الحروف يتم ترجمتها تلقائيا إلى أرقام¹¹ عند وصولها إلى الخادم أو Server، فيتعرف عن الموقع المطلوب.

ويترتب على ذلك انه بمجرد كتابة المستهلك بعض الحروف التي تشتق من اسم الشركة أو من علامتها التجارية، يصل إلى موقعها مباشرة، وهكذا بالإمكان

الوصول إلى موقع شركة Microsoft بكتابة العنوان الالكتروني الآتي microsoft.com¹².

ولقد أدرك القضاء الأمريكي هذه الأهمية حين قررت إحدى محاكمه بان "نطاق الاسم أكثر من مجرد عنوان عبر الانترنت، فهو أيضا يبين هوية موقع الانترنت كي يسمح للوصول إليه، تماما مثل الشخص الذي يشير إلى فرد معين أو بشكل أكثر دقة إلى مدى صحة علامة تجارية لمؤسسة أو شركة، فاسم شركة يشير إلى هوية شركة معينة"¹³.

ثانيا: الأهمية الاقتصادية

تتجلى هذه الأهمية الاقتصادية للعنوان الالكتروني في ثلاثة وجوه:

الوجه الأول: يتمثل في اعتبار العنوان الالكتروني وسيلة فعالة للإعلان عن المشروعات و الشركات، فقد أصبح العنوان الالكتروني وسيلة مهمة من الوسائل التي تتخذها المشروعات لانتشارها وتعريف نفسها للجمهور وتعرض من خلالها منتجاتها وخدماتها، فقد استفادت المؤسسات التجارية كثيرا من الانترنت ومن انتشاره العالمي، فقد أصبح من الممكن أن يزور الموقع مستهلكون من كل دول العالم ليتعرفوا على نشاط المشروع وما يقدمه من منتجات وخدمات فالانترنت لا يعرف الحدود الجغرافية للدول.¹⁴

الوجه الثاني: يتمثل في أن دور العنوان الالكتروني في تجاوز الدور الإعلاني عن المؤسسات ليقوم بدور كبير في تعريف المنتجات و الخدمات التي تقدمها هذه المؤسسات، ففي معظم الحالات تهدف المؤسسات من إنشاء مواقع لها إلى عرض منتجاتها وخدماتها عبر عنوانها الالكتروني بحيث يمكن للمستهلكين أن يبتاعوا هذه المنتجات مباشرة¹⁵ ويتشابه العنوان الالكتروني وفقا لهذه الوظيفة بالمكان الذي يمارس فيه التاجر أعماله التجارية أو المكان المخصص لاستغلال تجارة أو صناعة معينة¹⁶.

الوجه الثالث: ويتمثل في قيام العنوان الالكتروني بدور المميز للمؤسسات التجارية تطبيقا لقاعدة الأسبقية في التسجيل Premier servi، premier arrive التي تحكم تسجيل هذه العناوين الالكترونية، والتي تقضي بأنه لا يجوز لأكثر من مؤسسة أن يكون لها نفس العنوان الالكتروني، ومن ثم يكون لكل مؤسسة عنوان الكتروني واحد يميزها عن غيرها من المؤسسات.

وبفضل هذه القاعدة يتميز كل مشروع بان له موطننا أو عنوانا خاصا به يميزه عن غيره من المؤسسات الأخرى، وبمعنى أوضح يقوم العنوان الالكتروني من خلال هذا الدور بتحديد هوية المؤسسات التجارية على شبكة الانترنت¹⁷.

المطلب الثاني: أنواع العناوين الالكترونية وتسجيلها

بعد أن تطرقنا إلى تعريف العنوان الالكتروني وتحديد أهميته نتناول في هذا المطلب أنواع العناوين الالكترونية، ثم نبين كيفية تسجيله.

الفرع الأول: أنواع العناوين الالكترونية

إن نظام عناوين مواقع الانترنت DNS يتيح لمستخدمي شبكة الانترنت الوصول إلى المواقع المطلوبة من خلال العناوين المختصرة و التي تقسم إلى عناوين رئيسية عليا تشير إلى النشاط أو النطاق الجغرافي وعناوين مواقع فرعية تشير إلى أسماء الأشخاص أو المشاريع أو نشاطاتهم أو اختصارات لهذه الأسماء من الحروف والأرقام.

أولا : عناوين مواقع الانترنت العليا العامة

Generic top level domain name (GTLD)

وهي العناوين العامة التي تشير إلى أنشطة دولية عامة لا تختص بها دولة معينة وإنما تشير إلى طبيعة النشاط في جميع دول العالم.¹⁸

وبدأ تطبيق عناوين المواقع الرئيسية في يناير 1985، عندما بدأ باستخدام هذا النظام بناء على التوصيات و الاقتراحات المقدمة من RFC¹⁹ وهي gov، net، com، mil، org، وما نلاحظ أن العناوين الرئيسية org، net، com، هي عناوين رئيسية مفتوحة للاستخدام من قبل جميع الأشخاص و الشركات رغم اختلاف طبيعة النشاط²⁰ ومن ثم فانه في سنة 1998، تم إضافة العنوان الرقمي (int) بناء على طلب من حلف شمال الأطلسي NATO.

وفي عام 1998 تم إنشاء منظمة تحديد الأسماء والأرقام عبر الانترنت (الايكان) internet corporation for assigned names numbers (ICANN) والتي أوكل لها مهمة تنظيم وإدارة العناوين الالكترونية، والتي بعد مراجعة العديد من الاقتراحات المقدمة من المنظمات و المؤسسات المتعلقة بالانترنت قررت في نوفمبر 2000 إضافة سبعة عناوين رئيسية عليا²¹ هي pro، num، museum، info، coop، biz، aero.

ثم أكملت منظمة الايكان مناقشاتها لطرح مزيد من عناوين المواقع الرئيسية و التي أصبحت سارية في التطبيق اعتبارا من يونيو 2005 ، وهي 'travel، tel، mobi، jobs، cat'.

وتجدر الإشارة إلى عناوين أخرى للمواقع الرئيسية المحفوظة Reserved Top level domain names ، و التي تستخدم لغايات التجريب و الاختبار لنظام عناوين المواقع DNS دون أن تتعارض مع النظام القائم و العناوين الرئيسية الموضوعه وبالتالي فهذه العناوين تستخدم لتجربة معادلات ولغات التشفير التي يستخدمها نظام DNS ، كما أن منظمة الايكان IANA ، تحتفظ بعدد من المواقع لغايات التجريب أيضا بحيث لا يمكن تسجيلها.

ثانيا : العناوين الالكترونية الوطنية (الخاصة برموز الدول) Conntroy code top level domain names (cctlds)

وهي العناوين التي تستخدم في نطاق دولة معينة أو منظمة إقليمية وبدل على النشاطات التي يقوم بها الأفراد أو الشركات أو الهيئات داخل الدولة أو الإقليم ويعبر عنها برمز خاص يشير إلى اسم الدولة مثلا²²:

US: بالنسبة للولايات المتحدة الأمريكية ، fr: بالنسبة إلى فرنسا ، jp: بالنسبة إلى اليابان ، eg: بالنسبة إلى مصر ، dz: بالنسبة إلى الجزائر.

و المعيار المتبع في تحديد رموز الدول هو التقسيم الذي اعتمده الأمم المتحدة ويوجد حاليا 244 عنوان موقع عام وطني مكون من رموز الدول.

الفرع الثاني: تسجيل العنوان الالكتروني

نتناول كيفية تسجيل العناوين الالكترونية العليا العامة ثم العناوين الالكترونية الوطنية.

أولا: تسجيل العناوين الالكترونية العليا العامة : تكتسب ملكية العناوين الالكترونية من خلال تسجيلها لدى المؤسسات المختصة بمنح هذه العناوين على شبكة الانترنت ، وهي عملية منفصلة عن امتلاك العلامة التجارية من خلال الاستعمال أو التسجيل²³.

تشرف منظمة الايكان ICCAN ، والمنظمات الفرعية التابعة لها على إجراءات تسجيل عناوين الالكترونية الرئيسية، ومن ثمة تسجيل العناوين الالكترونية الثانوية لهم بحيث يحتوي الاسم الثانوي على أسماء الأشخاص أو شركات أو اختصارات لهم

تحت العنوان الرئيسي الذي يمثل النشاط الرئيسي الذي يقومون به و الايكان هنا لا تقوم بالتسجيل، بل تحول اختصاصاتها بالتسجيل إلى مجموعة من الشركات و الدوائر المعتمدة لديها وتشرف على عمليات التسجيل التي تتم من خلالها، وهذه الشركات التي يتقدم الأفراد و الشركات بطلبات تسجيل العناوين الالكترونية لديها، بناء على الترخيص الممنوح لها من قبل الايكان²⁴.

وفيما يخص إجراءات تسجيل العناوين الالكترونية تحت النطاقات العامة العليا، فهي تتم بواسطة قيام الشخص أو الشركة الراغبة في تسجيل العنوان الالكتروني بالدخول إلى موقع الشركة المصريح لها بالتسجيل من قبل الايكان بحيث يقوم بالتأكد من توفر عنوان الموقع الذي يرغب تسجيله من خلال خدمة البحث في قواعد البيانات التي يوفرها الموقع (Whois)، ويتأكد من أن العنوان الالكتروني لم يتم تسجيله، ثم يقوم بفتح حساب لدى الشركة مقدمة خدمة التسجيل يتضمن ملء معلومات شخصية عنه، كالاسم و العنوان ورقم الهاتف و البريد الالكتروني واختيار اسم المستخدم خاص به Login user، وبعدها يقوم بتعبئة طلب التسجيل ويدخل بعض المسائل التقنية كاسم الخادم الرئيسي و الثانوي، وعنوان بروتوكول الانترنت، ويتم تحديد وسيلة الدفع التي تكون عادة بطاقة ائتمان، و الموافقة النهائية على بنود الاتفاقية من طالب التسجيل و الشركة²⁵.

ولتفادي النزاعات القانونية العديدة التي نشأت عند إقرار العناوين الرئيسية لأول مرة و التي نتج عنها قيام العديد من الأشخاص و الشركات بتسجيل عناوين الكترونية تعود لعلامات تجارية معروفة، وما يترتب عليه من نزاعات قانونية حول ملكية هذه العناوين بين أصحاب العلامات التجارية المعتدى عليها وبين مسجلي العناوين الالكترونية فان المنظمات المسؤولة عن تسجيل العناوين الالكترونية حاولت تجنب مثل هذه الإشكاليات مسبقا عندما طرحت العناوين الجديدة الرئيسية للتسجيل ومن ذلك العناوين الالكترونية الرئيسية²⁶. فشركة new level و المسؤولة عن تسجيل عناوين المواقع تحت العنوان الرئيسي (biz) أعطت معاملة تفضيلية لأصحاب العلامات التجارية عند تسجيل العناوين الالكترونية الجديدة، وذلك بمنع تسجيل أي عناوين الكترونية تدل على أسماء شخصية أو تستخدم لأهداف غير تجارية.

كما أن أصحاب العلامات التجارية المسجلة بإمكانهم الاعتراض على طلب تسجيل أي عنوان الكتروني يتطابق مع علامتهم، وتقوم الشركة بإعلام صاحب العلامة، و الذي له حق الاعتراض على تسجيل العنوان الالكتروني خلال 30 يوما²⁷.

ثانيا : تسجيل العناوين الالكترونية الوطنية

الهيئة المسؤولة عن تسجيل هذا النوع من المواقع ،هي منظمة TANA، وهي إحدى المنظمات التابعة لمنظمة الايكان ICCAN، بحيث تكون المسؤول عن سياسات تسجيل هذا النوع من العناوين الالكترونية وتفوض هذه المنظمة اختصاصاتها في التسجيل داخل الدولة لجهات وطنية تتولى عملية تسجيل المواقع في كل بلد، والدولة هنا تختار الجهة الداخلية التي ترغب بتحويلها سلطة تسجيل العناوين الالكترونية ويتم إبلاغ منظمة الايكان بذلك، ومن هنا تختلف دوائر تسجيل هذه العناوين من دولة لأخرى، وقد تسند بعض الدول هذه السلطة إلى جهات حكومية، وبعض الدول تسندها إلى منظمات غير ربحية أو جامعية وغيرها، وبالتالي قد تختلف الشروط و المعايير التي توضع لتسجيل العناوين الالكترونية في النطاق الداخلي لكل دولة من الدول الأخرى، كاشتراط البعض شرط في شخص طالب التسجيل كنطاق التسجيل الكندي، أو أن تكون عملية التسجيل مفتوحة لجميع الجنسيات²⁸.

وهنا نلاحظ أن الجهة المختصة بتسجيل العناوين الالكترونية الفرعية هي شركة l'association française pour le nommage internet en Afnic (coopération) عن طريق طلب يقدم إلى احد الموردين المعتمدين الذين يطلق عليهم Fournisseur d'accès internet.²⁹ (FAI) وهم موردون اعتمدتهم هذه الشركة وحددت قائمة بأسمائهم في الموقع الخاص بها وأسندت إليهم مهمة تلقي طلبات التسجيل وفحصها والتأكد من أن العنوان المطلوب تسجيله يطابق القواعد الخاصة بالتسجيل، ويترتب عن ذلك أن تسجيل العناوين الوطنية الفرنسية تمر بشكل إجباري عن طريق وسيط وهو أحد الموردين³⁰.

أما في الجزائر فإن الهيئة المختصة لمنح اسم الموقع على شكل "DZ" هو مركز البحث في الإعلام العلمي والتقني، وذلك منذ جوان سنة 1999 حيث قام هذا المركز بإنشاء مصلحة تابعة له مسؤولة عن استقبال كافة الطلبات المتعلقة بتسجيل العنوان الإلكتروني "DZ" فهي منظمة من قبل المصلحة المكلفة بتسجيل العناوين الإلكترونية السابقة لمركز البحث في الإعلام العلمي والتقني.³¹

وهناك نوعان من أسماء المواقع التي تسجل على شكل "DZ" فالنوع الأول يكون اسم الموقع مباشرة على شكل "DZ" أي لا يكون مرتبطاً بأسماء مواقع محلية دنيا مثلاً "ENTV.DZ"، أما النوع الثاني وهو اسم موقع يكون على شكل "DZ" بالإضافة إلى أسماء مواقع محلية دنيا مثل ما هو معمول به في منح أسماء المواقع في فرنسا على شكل "FR" وهذه الأسماء هي "COM.DZ" بالنسبة للشركات ذات الطابع التجاري أو "ORG.DZ" بالنسبة للمنظمات الحكومية "NET.DZ" بالنسبة لمنظمة الانترنت. "ART.DZ" بالنسبة للثقافة والفن.

المطلب الثالث: الطبيعة القانونية للعنوان الإلكتروني

لعل المميزات الخاصة للعناوين الإلكترونية، وظروف نشأتها والنظام القانوني لتسجيلها وضوابط هذا التسجيل، و تعدد الهيئات المشرفة على التسجيل، أثارت العديد من النقاشات حول الطبيعة القانونية للعنوان الإلكتروني، فذهبت آراء إلى اعتباره موطناً افتراضياً في حين شبهته أخرى برقم الدخول إلى آل Minitel بفرنسا في حين رأت أخرى أنه فكرة متميزة لا يمكن مشابهتها بأي نظام قانوني قائم، وحاولت بعض الآراء تقريبه من عناصر الملكية الصناعية، وعلى كل يمكن أن نجمع هذه الآراء في اتجاهين أي: اتجاه أول يلتقي حول فكرة عدم انتماء العنوان الإلكتروني إلى عناصر الملكية الصناعية واتجاه ثانٍ يعتبر العنوان الإلكتروني من عناصر الملكية الصناعية.

الفرع الأول: العنوان الإلكتروني لا ينتمي إلى عناصر الملكية الصناعية

وينقسم هذا الاتجاه إلى ثلاثة آراء يذهب الرأي الأول إلى اعتبار العنوان الإلكتروني موطناً افتراضياً فيما يميل الرأي الثاني إلى تشبيهه بنظام الدخول إلى خدمة Minitel في حين يرى أنصار الرأي الثالث أن العنوان الإلكتروني يخضع لنظام قانوني مستقل.

أولاً : العنوان الإلكتروني موطن افتراضي domicile virtuel:

وصفت بعض أحكام القضاء الفرنسي العنوان الإلكتروني بأنه موطن افتراضي للأشخاص على شبكة الانترنت، فالشخص عندما يقوم بتسجيل عنوان إلكتروني باسمه على شبكة الانترنت يكون قد اختار مقراً قانونياً ترتبط به مصالحه ويباشر من خلاله نشاطاً يتمثل في نشر بياناته الخاصة وأسراره الشخصية

وهواياته وغيرها من الأعمال، فإذا اعتدى شخص على هذا المواطن يحق لصاحبه أن يجبر غيره على احترام الحياة الخاصة له³².

وانتقد هذا الرأي بشدة لأن الاعتراف به يؤدي إلى ضرورة الحصول على إذن خاص بزيارة الموقع والإطلاع عليه، وهو الأمر الذي لا يتفق مع طبيعة العناوين الإلكترونية والأحكام التي يعمل بها³³.

ثانيا : العنوان الإلكتروني ورقم الدخول لخدمة ال Minitel

اتجه جانب من الفقه إلى تشبيه العنوان الإلكتروني برقم الدخول code d'accès في خدمة الminitel، هذا التشبيه يؤدي من وجهة نظرهم إلى تطبيق نفس الأحكام المطبقة على رقم الدخول على العنوان الإلكتروني³⁴. وفي حكم صادر لها عام 1991، حددت محكمة استئناف باريس الطبيعة القانونية لرقم الدخول في خدمة الMinitel على أنه مجرد وسيلة فنية لاستغلال الأنشطة التجارية ولا ينتمي إلى عناصر الملكية الفكرية ومن ثم لا يخضع للنظام القانوني الذي تخضع له هذه العناصر³⁵.

ثالثا : العنوان الإلكتروني فكرة قانونية مستقلة

وهذا الاتجاه يضيفي الخصوصية القانونية لفكرة العناوين الإلكترونية بحيث لا يمكن تطبيق الأنظمة القانونية القائمة عليها، نظرا لما تمتاز به من مميزات منفردة عن غيرها من الأفكار القانونية السائدة³⁶. ويمكن أن يستمد النظام القانوني المطبق على مجموعة مصادر مثل مشارطات التسجيل الخاصة به، و وثائق الهيئات المختصة بتسجيله والعادات وأحكام القضاء وحكم الواقع³⁷.

الفرع الثاني : العنوان الإلكتروني ينتمي إلى عناصر الملكية الفكرية

وينادي أصحاب هذا الاتجاه باعتبار العنوان الإلكتروني عنصرا من عناصر الملكية الصناعية يخضع للحماية القانونية المنصوص عليها دوليا ووطنيا لعناصر الملكية الصناعية وذلك للتشابه بين العنوان الإلكتروني وعناصر الملكية الصناعية من حيث الوظيفة وهي تميز المؤسسات والمنتجات، وكذلك من حيث طبقة الحق الذي يحميه وهو حق استعمال واستغلال العنوان الإلكتروني دون منازعة من احد وكذلك حق التصرف فيه مثله مثل عناصر الملكية الصناعية الأخرى. وكذلك من حيث المدة الزمنية الممنوحة لممارسة الحق إذ تشترط تشريعات التسجيل تجديد تسجيل العنوان الإلكتروني سنويا³⁸.

ويرى رأي آخر أن العنوان الإلكتروني يخضع للنظام القانوني الذي يحكم العلامات التجارية، وبالتالي فهو يخضع لأحكام التنظيم القانوني لحقوق الملكية الفكرية.³⁹ ويذهب رأي آخر إلى التقريب بين العنوان الإلكتروني والاسم والعنوان التجاري والذي يتخذه التاجر أو شركة ليميز متجره⁴⁰، في حين يعتبر اتجاه آخر العنوان الإلكتروني عنصراً جديداً من عناصر الملكية الصناعية ونظاماً قانونياً خاصاً تحت اسم الملكية الصناعية.

المبحث الثاني: اعتداء العنوان الإلكتروني على العلامة التجارية

مع تزايد الأهمية التجارية و المالية للعناوين الإلكترونية، أدركت الشركات ضرورة حجز موقعها على شبكة الانترنت للاستفادة من المزايا الكبيرة التي تقدمها وبالتالي تسجيل علاماتها التجارية كالعناوين المواقع الإلكترونية تعبر عنها و هو ما أدى في المقابل إلى قيام مسجلي عناوين المواقع الإلكترونية بالاعتداء على حقوق أصحاب العلامات التجارية بتسجيل العناوين الإلكترونية بشكل مطابق أو مشابه للعلامات التجارية بقصد إعادة بيعها لأصحاب الشرعيين و هو ما أدى إلى نشوء السطو الإلكتروني او القرصنة الإلكترونية cypress-quattting و تعددت و تطورت أشكالها و هو ما استدعى تدخلاً تشريعياً من بعض الدول و وضع نظام قانوني يوضح الحدود الفاصلة بين حقوق مسجلي العناوين الإلكترونية و حقوق أصحاب العلامات التجارية و هو ما نتاوله على النحو التالي :

المطلب الأول: أسباب اعتداء العنوان الإلكتروني على العلامات التجارية

المطلب الثاني: مظاهر اعتداء العنوان الإلكتروني على العلامة التجارية

المطلب الثالث: وسائل تسوية المنازعات بين العنوان الإلكتروني و العلامة التجارية

المطلب الأول: أسباب اعتداء العنوان الإلكتروني على العلامات التجارية

تتنوع أسباب اعتداء العنوان الإلكتروني على العلامة عبر شبكة الانترنت ، فمنها ما يعود إلى القواعد و المبادئ التي تحكم تسجيل العناوين الإلكترونية ومنها مبدأ الأسبقية في تسجيل (الفرع الأول) و مبدأ التخصيص (الفرع الثاني) و منها ما يرجع إلى نظام العناوين الإلكترونية و تقسيماته على الشبكة (الفرع ثالث) أو طبيعة نظام العلامات التجارية و خاصة ما يتعلق بشهرتها (الفرع الرابع)

الفرع الأول : مبدأ الأسبقية في تسجيل : وهو المبدأ الذي يقوم عليه تسجيل العناوين الإلكترونية بحيث يسمح تسجيل أي عنوان إلكتروني ما لم يسبق تسجيله قبل

ذلك، فبناء على أول طلب يتم تسجيل هذا العنوان دون مراعاة حقوق الأطراف الأخرى الذي قد يتضمن هذا العنوان اعتداء على علاماتهم التجارية و بالتالي يفاجأ أصحاب العلامات التجارية عند رغبتهم بتسجيل هذه العلامات كعنوان الالكتروني سبق تسجيلها من قبل الغير بما يتضمنه ذلك من اعتداء على مصالحهم التجارية وبهذا يكون هذا المبدأ قد شجع استخدامه كوسيلة لكسب غير مشروع على حساب أصحاب العلامات التجارية.⁴¹

الفرع الثاني : صعوبة تطبيق مبدأ التخصص في العلامات : يقصد مبدأ التخصص أن القانون يحمي العلامات التجارية بالنسبة للمنتجات و الخدمات المحددة في طلب تسجيل العلامة.⁴² و يترتب على ذلك انه لا يجوز للغير استخدام العلامة المملوكة لشخص آخر و لكن لتمييز منتجات مماثلة أو مشابهة لتلك المنتجات التي تميزها العلامة الأولى.

كما انه يجوز أن يستخدم شخص نفس العلامة التي يستخدمها شخص آخر و لكن لتمييز منتجات او خدمات غير مماثلة أو مشابهة لتلك التي تميزها العلامة الأولى.⁴³

إلا أن تطبيق هذا المبدأ على الانترنت يطرح صعوبات ، حيث أن المؤسسات تفضل دائماً أن يكون لها عنوان الكتروني يتماشى مع علاماتها ، لكن من الناحية الفنية لا يمكن منح العنوان الالكتروني سوى مرة واحدة لمن يقدم طلب تسجيله حتى و لو يكن صاحب حق مشروع على هذا العنوان ومن هنا أصبحت هناك صعوبة حقيقية في تطبيق مبدأ التخصص على شبكة الانترنت.⁴⁴

الفرع الثالث : نظام العناوين العامة العليا gTLDs

حيث ان النظام الحالي في تقسيم العناوين العامة العليا إلى فئات محددة Biz و .info و .com ، من العوامل التي تساعد بصورة كبيرة على السطو الالكتروني فالعنوان الرئيسي العام .com و بعده .net هي أكثر العناوين العامة العليا انتشار ، بحيث تسعى الشركات نظراً للطبيعة التجارية لإعمالها الى تسجيل عناوينها تحت العنوان الرئيسي .com.⁴⁵

وبما ان الأسبقية في تسجيل و عدم التطابق في العناوين تقتضي تسجيل العنوان الالكتروني مرة واحدة ، فان كان اسم الشركة Apple و قامت بتسجيل عنوانها الالكتروني Apple.com ، وبالتالي فان جميع الشركات الأخرى التي تستخدم كلمة Apple لن تتمكن من تسجيل هذا العنوان.⁴⁶

الفرع الرابع : شهرة العلامات التجارية

إن القيمة المالية العالية للعلامات التجارية و انتشارها الواسع بين جمهور المستهلكين أدى إلى ازدياد أهميتها عبرا لانتترنت ، و بالتالي قيام الأشخاص بتسجيل هذه العناوين الالكترونية التي تحمل علامات تجارية مشهورة بهدف جبر أصحابها على دفع الأموال الطائلة لاستردها نظرا لقيمتها العالية .

المطلب الثاني : مظاهر اعتداء العنوان الالكتروني على العلامة التجارية

تتعدد صور التنازع بين العلامات التجارية و العناوين الالكترونية بتسجيل عناوين الكترونية مطابقة لعلامات تجارية قائمة(فرع الأول) أو عناوين الالكترونية متشابهة لهذه العلامات في ذات العنوان العام الرئيسي او العناوين العامة المسجلة سواء لأجل الاستخدام التجاري (الفرع الثاني) أو لاستخدام غير تجاري (الفرع الثالث) و قد يكون الاعتداء عكسيا أي أن يكون العنوان الالكتروني سابقا على تسجيل العلامة (الفرع الرابع) كما قد يكون الاعتداء في شكل تسجيل للعلامات التجارية كعناوين الكترونية عند انتهاء تسجيلها أو عدم تجديده (الفرع الخامس) .

الفرع الأول : تسجيل عنوان الكتروني متطابق مع علامة تجارية

و هو ما يعرف بالقرصنة الالكترونية او السطو الالكتروني ، حيث يقوم شخص أو مؤسسة لا يملك أي حق على العلامة تجارية بتسجيل هذه العلامة في صورة عنوان الكتروني على شبكة الانترنت و ذلك بقصد الإضرار بمالك هذه العلامة او بقصد إعادة بيع العنوان الالكتروني إلى هذا المالك مرة أخرى بثمن مغالى فيه .

فعدم وضوح القواعد القانونية التي لم تتناول مواضيع العناوين الالكترونية باعتبارها مفهوم جديدا على الواقع القانوني و قصور القواعد القانونية التي تحمي العلامات التجارية التي تتطلب شروطا صعبة لإضفاء الحماية على هذه العلامات .

و في حال الاعتداء عليها من قبل العناوين الالكترونية و أنظمة تسجيل التي لم تراع حقوق الأطراف الأخرى عند تسجيل العناوين كلها من العوامل التي ساعدت على انتشار هذه الاعتداءات التي ترتب عليها منذ البداية قيام أصحاب العلامات التجارية بدفع المبالغ المالية لسجلي العناوين للحصول على العناوين الالكترونية التي تخصهم و ذلك تجنباً للخوض في منازعات قضائية غير مضمونة ، و مرتفعة التكاليف ، تأخذ وقتا طويلا في إجراءاتها و هو ما حمل المشرعين الوطنيين و المنظمات الدولية إلى التنبه لهذا الأمر ، كما فعل المشرع الأمريكي بإصدار قانون حماية المستهلك من السطو

الالكتروني سنة 1999 (ACPA) و قيام منظمة الايكان بإصدار السياسة الموحدة لحل منازعات عناوين المواقع و كذا جهود منظمة الويبو في هذا الشأن ، مما قلل كثير من الاعتداءات التي وجدت نصوصا قانونية تحظرها و تعطي الحماية لأصحاب العلامات التجارية المعتدى عليها .⁴⁷

الفرع الثاني : تسجيل عنوان إلكتروني مشابه مع علامة تجارية

و في هذه الحالة يقوم مسجل العنوان الالكتروني بتسجيل عنوانه بصورة مشابهة (و ليس مطابقة) للعلامة التجارية ، بحيث يدخل بعض التعديلات الطفيفة على احد على احد حروف أو أرقام العلامة التجارية أو إضافة بعض العبارات و يسجل بعد ذلك كعنوان الكتروني لكي يستفيد من التشابه الحاصل بين العنوان الالكتروني والعلامة التجارية لجذب المستهلكين بالاستفادة من شهرة العلامة و من القضايا المعروضة على القضاء الأمريكي بهذا الخصوص قضية Microsoft V Mikerowsoft .com حيث قام طالب كندي اسمه MikeRowe باستغلال تشابه اسمه مع العلامة المشهورة في تسجيل العنوان الالكتروني www.Mikrowsoft.com⁴⁸

الفرع الثالث: تسجيل عنوان الكتروني بصورة مطابقة أو مشابهة لعلامة تجارية و استخدامها في غايات غير تجارية

و في هذه الحالة فان تسجيل العنوان الالكتروني يتضمن علامة تجارية بصورة متطابقة أو مشابهة، بحيث يتم استخدام هذا العنوان الالكتروني في غايات غير تجارية لنقد العلامات التجارية المشهورة ، أو غايات تحقيرية بهدف الإضرار بصورة هذه العلامة أمام المستهلكين أو من قبل احد عملاء الشركة او موظفيها السابقين او الشركات المنافسة للتعبير عن الرأي في سياسات هذه الشركة و علاماتها ، او تضمين الموقع الانتقادات من قبل العملاء ، و الوسيلة التي يتم بها الاعتداء هو إضافة عبارة بذيئة إلى العلامة التجارية و تسجيلها كعنوان الالكتروني و مثال ذلك تسجيل عنوان الكتروني بصورة مشابهة لعلامة تجارية مشهورة و تضمين الموقع المشابه لانتقادات للعلامة التجارية المشهورة مثل العنوان الالكتروني MICROSOFT التي بدل حرف O بالرقم 0.⁴⁹

الفرع الرابع : اعتداء العلامات التجارية العكسي على العناوين لالكترونية

في هذه الحالة يتم تسجيل العنوان الالكتروني قبل تسجيل العلامة التجارية ، و هنا يفاجأ أصحاب العلامة التجارية عند رغبته بتسجيل علامته التجارية ، كعنوان

الالكتروني بسبق تسجيلها من قبل طرف آخر بتاريخ يسبق تسجيله العلامة مما يثير التساؤل حول أحقية هذا العنوان الالكتروني من حيث:

- 1- حمايته مصلحة مسجل العنوان الالكتروني الذي كان الأسبق في تسجيل و تصرف بحسن نية من حيث عدم وجود علامة مسجلة بهذا العنوان بتاريخ تقديم طلبه .
- 02- ومصلحة صاحب العلامة التجارية المسجلة قانونا .

ومن هنا يثور التساؤل حول الاستعمال كسب منشئ للحق في العلامة التجارية و ليس التسجيل الذي يعتبر مقررا لهذا الحق و ليس منشأ له ، إذ قد يسبق استعمال العلامة التجارية تسجيلها من قبل العنوان الالكتروني و يأتي التسجيل هنا مقررا لهذا الحق و ليس منشأ له.⁵⁰

اتجهت أحكام القضاء الأمريكي إلى حماية العنوان الالكتروني الأسبق في التسجيل و أحقية هذا العنوان به استنادا إلى حسن نية التسجيل.⁵¹

الفرع الخامس: تسجيل العلامات التجارية كعناوين الكترونية عند انتهاء تسجيلها (العناوين الالكترونية غير المسجلة) أو عدم تجديده:

وفي هذه الحالة يقوم مسجلو العناوين الالكترونية باستغلال إنهاء تسجيل عنوان إلكتروني لعلامة تجارية و القيام بتسجيل هذا العنوان الالكتروني لمصلحتهم وفقا لقاعدة الأسبق في التسجيل، و لعل ما يساعد على انتشار هذا النوع من الاعتداءات هو انظمه التسجيل التي توفر لطالب التسجيل قاعدة بيانات كاملة عن العناوين الالكترونية المسجلة و المنتهية مدة تسجيلها ، و الملاحظ في هذا الإطار أن أحكام القضاء تعتمد على سوء نية مسجل العنوان الالكتروني فإذا ثبت ذلك يحكم بنقل العنوان الالكتروني إلى الشركة صاحب الحق فيه.⁵²

المطلب الثالث: وسائل تسوية المنازعات بين مسجلي العنوان الالكتروني و مالكي العلامات التجارية

في حال قيام اعتداء على العلامة التجارية بإحدى الطرق الالكترونية ، فان مالك العلامة يستطيع اللجوء إلى القضاء لرفع هذا الاعتداء ، عن طريق دعاوى قضائية، كدعوى تقليد أو التزوير العلامة التجارية و دعوى المنافسة غير المشروعة ، وطلب التعويض عن الأضرار و هي الدعاوى التي يعتد بها القانون و القضاء لأصحاب العلامات في الحالات العادية ، لذا اصطلحنا عليها الدعاوى القضائية العادية (الفرع الأول) كما دفعت كثرة هذه النزاعات منظمة تحديد الأسماء و الأرقام عبر الانترنت (الايكان) لحل المنازعات الناشئة عن تسجيل العناوين الالكترونية (الفرع الثاني)

الفرع الأول: الدعاوى القضائية العادية

وفقا للقواعد العادية في حماية العلامات التجارية فان المتضرر من جراء الاعتراف على علامة تجارية يمكنه أن يلجا إلى الحماية المدنية (أولا) أو الحماية الجزائية (ثانيا).

أولا: الحماية المدنية

وتتمثل في دعوى المنافسة غير المشروعة (أ) أو طلب التعويض على أساس المسؤولية التقصيرية (ب).

أ - دعوى المنافسة غير المشروعة: لا تختلف دعوى المنافسة غير المشروعة في تعريفها أو تنظيمها على شبكة الانترنت عن القواعد العامة لها ، كما تنظمها القوانين الوطنية وان اتسمت بخصوصية في بعض النواحي التطبيقية وهو نحاول التركيز فيه فيما يلي :
دعوى المنافسة غير المشروعة عبر الانترنت في حالة العادية تهدف إلى حماية العلامات غير المسجلة لغياب الحماية الجزائية ، كما يمكن أن ترفع بصورة تكميلية إلى جانب الحماية الجزائية وذلك لوضع نهاية لكافة أنواع الاعتداءات .
شروط قبول دعوى المنافسة غير المشروعة في الاعتداءات الالكترونية، وهي نفس شروط قبولها على ارض الواقع⁵³ وهي:

1- وجود منافسة بين الطرفين: المعتدي و المعتدى عليه و المعيار المعتد في ذلك هو تماثل المنتجات و الخدمات .

2- وجود خطأ : ومن أهم صورة في مجال التعاملات الالكترونية هو إحداث اللبس و التضليل لدى المستهلكين، وذلك باستخدام العلامة التجارية المملوكة للغير وفقا لإحدى الطرق الالكترونية، كما قد يتمثل الخطأ في الحط من قيمة العلامة المنافسة، و ذلك باستخدامها في مواقع مخلة للأداب.⁵

ب- دعوى المسؤولية التقصيرية

في حالة لجوء مالك العلامة التجارية إلى هذه الدعوى فعليه إثبات أركان المسؤولية التقصيرية من خطأ و ضرر وعلاقة سببية .

وقد حاول القضاء الفرنسي مساندة مالك العلامة في إثباته لعنصر الخطأ فابتدع أنواعا جديدة من الخطأ يمكن على أساسها مسائلة مسجل العنوان الالكتروني⁵⁵ ومنها :

-فكرة Dilution: وهي فكرة مستمدة من القانون الأمريكي ، ومفادها اعتبار القضاء أن تسجيل العلامة في صورة عنوان الكتروني من جانب الغير يشكل إنقاصا أو تقليلا من قيمة العلامة في نظر العملاء ، أي ضرر في صورة العلامة préjudice d'image يتمثل في ضياع ثقة الجمهور في العلامة .

-التعسف في حجز العنوان الالكتروني: وهو مستمد من فكرة التعسف في استعمال الحق في القانون المدني⁵⁶ ، أي هناك تعسف في حرية تسجيل العنوان الالكتروني فإذا كان هذا التسجيل من حق كل شخص تتوافر فيه الشروط التي يتطلبها التسجيل ، فإذا قام احد الأشخاص بممارسة الحرية في التسجيل معتديا بذلك على حقوق مالك العلامة ، فيجب مجازاته أساس تعسفه في هذه الحرية .⁵⁷

كما تظهر الفائدة العملية لهذه الدعوى في كونها متاحة لكل الأشخاص الذين تضرروا من الاعتداء على العلامة حتى غير المالكين لها مثل المستهلكين .⁵⁸

ثانيا : الحماية الجزائية

يعد جنحة تقليد لعلامة مسجلة كل عمل يمس بالحقوق الاستثنائية لعلامة قام به الغير خرقا لحقوق صاحب العلامة⁵⁹ ، وتعد التقليد هي الدعوى التي يملكها صاحب العلامة المسجلة من اجل المطالبة بتوقيع الجزاء الجنائي على من يعتدي على العلامة التجارية بتزويرها او تقليدها أو استعمالها بعد تزويرها.⁶⁰

و عليه يملك صاحب العلامة التجارية التي وقع عليها اعتداء بصورة الكترونية وفقا لأحدى الصور الالكترونية الحديثة من الاعتداءات التي تطرقنا إليها تحريك المتابعة الجزائية اتجاه المعتدي متى توافرت إحدى صور الاعتداء بصورة التي جرمها المشرع جزائيا و إن كانت صورة هذا الاعتداء قد تمت بصورة إلكترونية و مثال ذلك تقليد علامة تجارية في موقع إلكتروني واستخدامها بصورة تضر بحقوق صاحب العلامة .⁶¹

الفرع الثاني: القواعد الموحدة لتسوية المنازعات ما بين العناوين الالكترونية و العلامات التجارية (UDRP)

نتناول في البداية نطاق هذا الإجراء (أولا) ثم الإجراءات المتبعة في تطبيقه (ثانيا)

أولا : نطاق تطبيق القواعد الموحدة

تنص المادة 04 فقرة Q من القواعد الموحدة UDRP على ثلاث شروط يتعين على مالك العلامة التجارية المتضرر أن يثبتها حتى يستطيع إلغاء تسجيل العنوان أو نقله إليه و هذه الشروط هي:

- 1- أن العنوان الالكتروني مطابق أو مشابه بصورة تدعو للتضليل للعلامة التي يملكها المدعي.
- 2- انه ليس لدى مسجل العنوان الالكتروني أي حق أو مصلحة مشروعة في العنوان الذي سجله.
- 3- أن مسجل العنوان الالكتروني قام بهذا التسجيل و استخدام العنوان بسوء نية. و سوف نتناول هذه الشروط بالتفصيل :

أ- تماثل أو تشابه العنوان الالكتروني محل النزاع مع العلامة التجارية: بشكل يثير الخلط في أذهان الجمهور و لا يشترط أن يكون هناك تماثل تام ، و إنما يكفي أن يتوافر التشابه بينهما بشكل يثير الخلط و اللبس و هو أمر تقدره الجهة الإدارية التي تنظر النزاع بمعيار الشخص المعتاد .⁶²

ب- عدم وجود أي حق أو مصلحة مشروعة لمسجل العنوان الالكتروني : وإثبات المصلحة المشروعة لمسجل العنوان الالكتروني يكون في عدة حالات عددها الفقرة من المادة الرابعة و تنحصر هذه الحالات في :

- 1 - أن يثبت مسجل العنوان الالكتروني انه قبل معرفته بوجود نزاع يتعلق بهذا العنوان قد استخدمه بالفعل بحسن نية لعرض منتجات و خدمات من خلاله أو أجهزة لهذا الاستخدام أي أن الاستخدام يشمل العنوان الالكتروني الفعلي و المستقبلي للعنوان الالكتروني.
- 2- أن يثبت مسجل العنوان الالكتروني انه معروف جيدا بالاسم الذي تم به تسجيل العنوان الالكتروني
- 3 - أن يثبت مسجل العنوان الالكتروني انه قد استغل العنوان الالكتروني استغلالا غير تجاري لا يهدف إلى تحقيق الربح و دون أن تكون لديه النية لاختلاس العملاء من مالِك العلامة أو يسيء إلى هذه العلامة .

ج- أن يكون تسجيل و استخدام العنوان الالكتروني قد تم بسوء نية : ولعل إثبات سوء النية ، هو أهم الشروط و الذي أثار اهتمام واضعي القواعد الموحدة URDP و يجب على المدعي مالِك العلامة إثبات سوء نية المدعى و هي :

- 1 - إذا كان الهدف من تسجيل العنوان الالكتروني بيعه لمالك العلامة التجارية او احد منافسيه بثمان مبالغ فيه يتجاوز بكثير النفقات التي أنفقت لتسجيله.
- 2- عندما يتم التسجيل العنوان الالكتروني بهدف منع مالِك العلامة التجارية من تملك عنوان الكتروني يمثل علامة على شبكة الانترنت.

3- عندما يستخدم العنوان الالكتروني بهدف الإضرار بالأعمال المنافسين و تعطيل أعمال المنافسة .

4- أن يكون الهدف من تسجيل العنوان جذب عملاء مالك العلامة التجارية من مستخدمي الانترنت عن طريق إحداث التضليل و الخلط لدى هؤلاء العملاء و جعله يعتقدون بوجود علاقة تربط مسجل العنوان مع مالك العلامة و ذلك بهدف تحقيق مكاسب تجارية من وراء ذلك.

وهذه الحالات الأربع التي ذكرتها المادة 04 فقرة Q من القواعد الموحدة UDRP جاءت على سبيل المثال لا الحصر⁶³. إذ يمكن استنتاج سوء نية المسجل من العديد من المؤشرات كشهرة العلامة التجارية التي اعتدى عليها العنوان الالكتروني ، و تزويد مسجل العنوان الالكتروني بمعلومات مضللة او كاذبة عن هويته⁶⁴

ثانيا : الإجراءات المتبعة في تطبيق القواعد الموحدة لتسوية المنازعات

إلى جانب القواعد الموحدة لتسوية منازعات العناوين، هنالك قواعد إجرائية يتعين على الجهات المخولة بنظر هذه المنازعات إتباعها إضافة إلى تخويل هذه الجهات قواعد تكميلية. وتتوالى الجهات المخولة بنظر المنازعات (أ) ثم الإجراءات المتبعة أمامها (ب). أ - الجهات المخولة بنظر منازعات العناوين الالكترونية في ظل قواعد UDPR وتختص منظمة الايكان بتحديد الجهات التي يمكن رفع الشكاوى المتعلقة بالعناوين الالكترونية و الفصل في منازعاتها وفقا لشروط محددة⁶⁵ والجهات المعتمدة في الوقت الحالي من قبل الايكان للفصل في هذه المنازعات هي :

-مركز التحكيم و الوساطة للـ WIPO : ويعتبر أقدم مركز أجازته الايكان حيث صدرت هذه الإجازة في 1999/12/01 ويتمتع بثقة كبيرة بين المتقاضين في كل أنحاء العالم .

-محكمة التحكيم الوطنية : وهي محكمة أمريكية انشأت في عام 1986 ومقرها مدينة Minneapolis Saint paul و تم إجازتها من الايكان في 1999/12/23.

-محكمة الeResolution وهي محكمة أنشئت عام 1999 ومن جانب شركة كندية و مقرها مدينة Montreal و تعتبر هذه المحكمة التصوير الأول لفكرة وجود محكمة افتراضية على شبكة الانترنت cyber tribunal حيث تتم الإجراءات أمامها على شبكة الانترنت .

ال (CPR) (centre for public resources) : وهو مركز تكون عام 1999 مقره نيويورك، تمت الموافقة عليه من جانب الايكان ي 15 ماي 2000.

ب- الإجراءات المتبعة

1- التقدم بشكوى من قبل المتضرر: من تسجيل العنوان الالكتروني إلى إحدى الجهات المحددة من الايكان ويجب ان يتضمن بيانات التحقيق و الطريقة التي يتم بها الاتصال به سواء الالكتروني وعادية ، كما يورد في شكواه اذا كان يرغب في أن تتشكل لجنة النظر في شكواه من عضوا ثلاثة أعضاء .

كما يجب ان يورد المدعى في شكواه اسم المدعى عليه و تفاصيله الشخصية كما يحدد العنوان الالكتروني المعتدي، و الجهة التي قامت بتسجيله ، و كذا تحديد العلامة التجارية المعتدى عليها و المنتجات التي تعبر عليها و المنتجات التي تعبر عنها تلك العلامة و إثبات امتلاكها.⁶⁶ و يجب كذلك على المدعى ان يحدد في الشكوى الأسس التي يستند عليها في شكواه .

- كما يجب عليه دفع الرسوم القانونية خلال عشرة (10) ايام .

2 - تبليغ المدعى عليه بالشكوى و تكوين لجنة نظر النزاع :

بعد قيام الجهة المختصة بفحص الشكوى و التأكد من دفع الرسوم و أن قواعد URDP تطبق على النزاع تقوم جهة الفصل بإبلاغ المدعى عليه بمضمون هذه الشكوى و ذلك خلال ثلاثة (3) أيام من تاريخ دفع الرسوم من قبل المدعى.⁶⁷ و من ثم تمنح الهيئة المختصة بالفصل المدعى عليه مدة عشرين (20) يوما للرد على ما ورد بالشكوى من ادعاءات.

- تباشر الجهة في تكوين اللجنة المختصة بنظر النزاع بعد مرور 05 أيام إما بعد وصول الرد من قبل المدعى عليه او مرور 05 أيام من انتهاء المدة المحددة للمدعى للرد على الشكوى.⁶⁸

3- النظر في النزاع المعروض من قبل اللجنة

تقوم اللجنة بالفصل في النزاع المعروض عليها بفحص المستندات و الوثائق المقدمة من طرف المدعى وتستطيع الطلب من أطراف النزاع و تزويدها بأي مستندات إضافية و ضرورية للفصل في النزاع و تطبيق اللجنة على النزاع القواعد الموحدة والقواعد الإجرائية و المبادئ القانونية التي ترى إمكانية تطبيقها على النزاع.⁶⁹

ويمنع التصرف بالعنوان الالكتروني محل النزاع خلال فترة نظر الدعوى من قبل المدعى عليه ، كما يمنع عليه طلب تسجيله أمام هيئة أخرى، و إذا خالف هذا

الحظر فان الايكان تخاطب هيئة التسجيل المختصة لكي تلغي كافة الإجراءات التي تمت على العنوان الالكتروني في هذه الفترة.

وقد تنتهي إجراءات النظر في النزاع من قبل اللجنة أثناء سير الدعوى إذا توصل الأطراف إلى اتفاق بشأن العنوان الالكتروني محل النزاع أو إذا قرر احد الأطراف اللجوء إلى القضاء.⁷⁰

4- صدور قرار اللجنة المختصة بنظر النزاع

- تصدر اللجنة قرارها خلال 14 يوما من تاريخ تعيينها إلا إذا توافرت ظروف خاصة و استثنائية توجب زيادة هذه المدة ، و يجب أن يكون القرار مكتوبا و مؤرخا و مسببا و بأغلبية الأعضاء ، و يجب ان يبلغ خلال 03 أيام من صدوره إلى أطراف الدعوى و القرارات الصادرة من اللجنة تنحصر في نوعين:

1- إذا ثبتت ادعاءات المشتكي و خلصت اللجنة إلى وجود اعتداء على العلامة فتصدر قراراتها بوقف استخدام العنوان من قبل المدعى عليه و نقله إلى المدعى مالك العلامة ، و إخطار جهة التسجيل حتى تتمكن من تنفيذه و ذلك بعد مرور 10 أيام من صدور القرار .

2- رفض حجج المدعى و إثبات وجود حق أو مصلحة مشروعة للمدعى عليه أو انه لم يتم بتسجيل هذا العنوان بسوء نية و يثبت له الحق في ملكية هذا العنوان الالكتروني، و ليس للجنة الحق في الحكم بالتعويض⁷¹ ، و القرار الصادر من اللجنة في النزاع لا يعتبر ملزما للأطراف إلا بعد مرور 10 أيام.⁷²

خاتمة

أصبح العنوان الالكتروني اليوم ، ليس مجرد عنوان للأشخاص و الهيئات و المؤسسات و مختلف الكيانات في المجال الافتراضي و كمقابل لفكرة العنوان أو الموطن في المجال الحقيقي فحسب ، بل هو أكثر من ذلك بكثير، و بحكم الدور الذي أصبح يلعبه في مجال التجارة الدولية ، فهو يؤدي دور الاسم و الشعار و علامة المنتج و مختلف الإشارات الجاذبة للزبائن ، بل أصبح ينافس هذه الأنظمة القانونية في الواقع و يأخذ مكانتها شيئا فشيئا و قد ساهم في ذلك تطور الإشهار .

و بالرغم من عدم اهتمام التشريعات الوطنية بالعنوان الالكتروني كثيرا ، إلا أن هذا الأخير نال قسطا من الاهتمام من طرف الكثير من المنظمات الدولية الجهوية

و العالمية ، لاسيما منظمة تحديد الأسماء و الأرقام عبر الانترنت (الايكان) و كذا المنظمة العالمية للملكية الفكرية (الويبو).

و كان لتزايد الأهمية التجارية و المالية للعناوين الالكترونية اثر سلبي، يتمثل في أنها أصبحت مصدر اعتداء على العلامة التجارية أو ما يسمى بالقرصنة الالكترونية، و قد ساهم في ذلك قاعدة الأسبقية في التسجيل و كذا النظام الحالي لتسجيل العناوين.

و قد تمثلت مظاهر هذا الاعتداء في تسجيل عناوين إلكترونية متطابقة او مشابهة لعلامة تجارية سواء بهدف الاستفادة من شهرتها أو لأجل غايات غير تجارية كانتقاد العلامات أو احتقارها ، بل أن هذا الاعتداء أصبح اليوم عكسيا ، فنجد انه كثيرا ما يلجأ إلى تسجيل أسماء كعناوين من طرف أشخاص آخرين من غير مالكي العلامة ، و بالتالي حرمان صاحب العلامة من تسجيلها كعنوان إلكتروني ، كما قد يتخذ الاعتداء شكل تسجيل العلامات التجارية المنتهي تسجيلها أو غير المجددة كعناوين إلكترونية .

و نظرا لخصوصية العنوان الإلكتروني و بحكم ارتباطه بالتجارة الدولية خصوصا، و اقتناعا من منظمة الايكان بعدم جدوى الطرق التقليدية لتسوية النزاعات و المتمثلة في الدعاوى القضائية لحل المنازعات بين العناوين الالكترونية و العلامات وضعت قواعد موحدة لتسوية هذه المنازعات و تمتاز هذه القواعد ببساطة الإجراءات و اعتمادها على التقاضي الإلكتروني و التي أثبتت فعاليتها في الكثير من القضايا .

و عليه و أمام الفراغ التشريعي الذي يعرفه القانون الجزائري في هذا المجال ، فإننا نحث المشرع الجزائري على الإسراع لتنظيم التجارة الالكترونية و إيلاء موضوع العناوين الالكترونية أهمية بالغة ، بوضع إطار قانوني مفصل و دقيق و الاقتداء فيما يتعلق بحل المنازعات بين العناوين الالكترونية و العلامات التجارية بالقواعد الموضوعية من طرف الايكان .

الهوامش

- 1- راجع وثائق الويبو على الرابط الالكتروني: www.wipo/lp/en/development-iplaw/pub
- 2- شريف محمد غنام، حماية العلامات التجارية عبر الانترنت في علاقتها بالعنوان الالكتروني، دار الجامعة الجديدة، الإسكندرية، 2007، ص 09.
- 3- Richard Milchir (M), Marques et noms de domaine de quelques problèmes actuels, Lamy droit commercial n° 135, juillet 2000 Bulletin d'actualité, p 2 نقلا عن شريف محمد غنام، المرجع السابق ص 10.
- 4-Bayle (A-S), Le droit des marques l'épreuve d'internent « mémoire présente pour l'obtention du diplôme d'étude approfondie, propriété intellectuelle de l'université de Nantes, juin 1998, p 05.
- 5- شريف محمد غنام، المرجع السابق، ص 11.
- 6 -Maire Helois, Le nom de domaine illicite, mémoire pour le DESS, de droit du multimédia et de l'informatique, soutenu en 2003-2004, Université paris II. P 04.
- 7- Larfeu (J), protection d'une marque renommée contre le cyberpritage , expertise. Aout et Septembre 1999. pp 260.
- نقلا عن: شريف محمد غنام، المرجع السابق ص 14
- 8- شريف محمد غنام، المرجع السابق ص 14.
- 9- انظر الفصل السابع من مشروع قانون التجارة الالكتروني.
- 10- شريف محمد غنام، المرجع السابق، ص 16.
- 11- المرجع نفسه ، ص 11.
- 12 - عمر محمد بن يونس، الايكان، دار النهضة العربية، الإسكندرية، 2005، ص 30.
- 13- شريف محمد غنام، المرجع السابق، ص 17-18.
- 14- المرجع نفسه ، ص 18.
- 15- سميحة القليوبي، المحل التجاري، الطبعة الرابعة، دار النهضة العربية، القاهرة، 2000، ص 05.
- 16- شريف محمد غنام، المرجع السابق، ص 19.
- 17 العناوين العامة العليا هي: Gero. : وهو يختص بمواقع صناعة الطيران، Biz. : مواقع الأعمال ، Cat. : محجوزة لجمعية اللغة و الثقافة الكتالونية. COM: للمواقع التجارية، Coop. : التعاونيات، Edu. : التعلم، gov. : الحكومي، Info. : المعلومات العامة، Imt. : المنظمات الدولية المنشأة بموجب اتفاقية
- Jobs : العمال وما يتعلق بها (التوظيف)، Mil. : المواقع العسكرية الخاصة بالجيش الأمريكي، Mobi. : الأجهزة الخلوية ومشتقاتها

Museum.: المعارض، .name.: الاسماء الشخصية وأسماء العائلات، .net.: الشبكات و الشركات مزودة الخدمة، .org.: المنظمات، .pro.: المهن المتخصصة (الاحتراف)، .tel.: الاتصالات الهاتفية بينها وبين الانترنت، .travel.: للأنشطة السياحية.

18- REC: هي اختصار لطلب الاقتراحات Mequest for comment المقدم من الهيئات القائمة على الانترنت و الكمبيوتر، بخصوص تقديم اقتراحات وأراء جديدة حول طريقة عمل الانترنت.

19- مصطفى موسى حسين العطيات، التجارة الالكترونية و آثارها على إستخدامات العلامات التجارية، اطروحة لنيل درجة الدكتوراه في الحقوق، كلية الحقوق جامعة القاهرة، مصر، ص 148.

20- شريف محمد غنام، المرجع السابق، ص 26.

21- فهد احمد فهد الوهداني، إشكالية الفضاء الالكتروني في الملكية الفكرية، التنازع بين العلامة التجارية و أسماء المواقع على الانترنت كنموذج، رسالة لنيل شهادة الماجستير، جامعة آل البيت، الأردن، ص 10.

22- محمد سعيد احمد إسماعيل، أساليب الحماية القانونية لمعاملات التجارة الالكترونية، دراسة مقارنة، منشورات الحلبي الحقوقية، بيروت، ص 428.

23- مصطفى موسى حسين العطيات، المرجع السابق، ص 150.

24- المرجع نفسه، ص 150.

25- المرجع نفسه، ص 151.

26- المرجع نفسه، ص 151.

27- المرجع نفسه، ص 153.

28- شريف محمد غنام، المرجع السابق، ص 29.

29- المرجع نفسه، ص 29.

30- كوثر مازوني، الشبكة الرقمية وعلاقتها بالملكية الفكرية، دار هومة للطباعة والنشر والتوزيع، الجزائر. 2008. ص 198.

31- شريف محمد غنام، المرجع السابق ص 35.

32- مصطفى موسى حسين العطيات، المرجع السابق، ص 162.

33- شريف محمد غنام، المرجع السابق ص 35.

34- C A ,Paris ,ord. Réf. 20 septembre 1991. DALLOZ. 1993 somm.

P153. Obs. IZORchell.

35- مصطفى موسى حسين العطيات، المرجع السابق ص 162.

- 36- شريف محمد غنام ، المرجع السابق ص 42.
- 37 -مصطفى مرسى حسين العطيات، المرجع السابق ص، 164.
- 38 - المرجع نفسه ، ص 164.
- 39- شريف محمد غنام، المرجع السابق، ص 57.
- 40-مصطفى مرسى حسين العطيات، المرجع السابق ص، 233
- 41 -انظر المادة 09 من امر 06/03 و التي تنص على انه " يخول تسجيل العلامة لصاحبها ملكيتها على السلع و الخدمات التي يعينها لها " .
- 42 - شريف محمد غنام ، المرجع السابق ص 87-88
- 43 - المرجع نفسه، ص 94.
- 44 -مصطفى مرسى حسين العطيات، المرجع السابق ص، 233
- 45 -نفس المرجع ، ص 233
- 46 - شريف محمد غنام ، المرجع السابق ص 102
- 47 -مصطفى مرسى حسين العطيات، المرجع السابق ص، 242-243
- 48 -راجع تفاصيل القضية على الموقع : www.wikipedia.org/wiki/mike-rowe/28 student /29
- 49 -مصطفى مرسى حسين العطيات، المرجع السابق ص، 254-255
- 50 - المرجع نفسه ص، 259
- 51- شريف محمد غنام ، المرجع السابق ص 142
- 52 -مصطفى مرسى حسين العطيات، المرجع السابق ص، 226
- 53 -مصطفى مرسى حسين العطيات، المرجع السابق ص، 344-348
- 54 - صلاح زين الدين ، المدخل للملكية الفكرية ، دار الثقافة للنشر و التوزيع ، عمان ، 2004 ص 56
- 55 - شريف محمد غنام ، المرجع السابق ص 168
- 56 -أنظر المادة 124 مكرر من القانون المدني الجزائري
- 57 - شريف محمد غنام ، المرجع السابق ص 168
- 58 -مصطفى مرسى حسين العطيات، المرجع السابق ص، 349
- 59 -أنظر المادة 26 من امر 06/03 المتعلق بالعلامات .
- 60 -نوري حمد خاطر ، شرح قواعد الملكية الفكرية ، دار وائل للنشر ، عمان ، الاردن ، 005 ، ص 336.

- 61 -مصطفى مرسى حسين العطيات، المرجع السابق ص، 331
62- شريف محمد غنام ، المرجع السابق ص 217
63 - المرجع نفسه ، ص 226.
64 -مصطفى مرسى حسين العطيات، المرجع السابق ص، 389
65 - المرجع نفسه، ص، 392
66 - المرجع نفسه، ص، 395
67 -المادة 3 فقرة q من الإجراءات الموحدة UDRP
68 -المادة 5 من الإجراءات الموحدة UDRP
69 -المادة 9/15 من الإجراءات الموحدة UDRP
70 -المادة 9/8 من الإجراءات الموحدة UDRP
71 -المادة 15 من الإجراءات الموحدة UDRP
72 -المادة 16 من الإجراءات الموحدة UDRP