

دور قواعد الايكان في تسوية المنازعات الناشئة بين الموقع الالكتروني والعلامة التجارية

The role of ICANN rules in settling disputes arising between
the website and the trademark

د. صابونجي نادية

كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة جيلالي ليابس، سيدي بلعباس

nadiasaboundji7@gmail.com

تاريخ القبول: 2023-10-11

تاريخ الإيداع: 2022-11-15

ملخص:

لإسم النطاق أهمية لا تقل عن أهمية شبكة الأنترنت، وتظهر أهمية هذه الأسماء في كونها الجسر الذي يحرك التجارة الإلكترونية، من خلال ربط المتعاملين بشبكة الأنترنت بالسلع والخدمات المعروضة على هذه الشبكة من قبل المتعاملين في المجال التجاري. وأدى رواج التجارة الإلكترونية إلى قيام أصحاب هذه الأسماء إلى تسجيلها لدى الجهات المعتمدة من قبل منظمة الأنترنت للأسماء والأرقام (الايكان)؛ شكل هذا التسجيل في الكثير من الحالات إعتداء على أصحاب حقوق مالكي العلامات التجارية، ولتسوية هذه المنازعات تدخلت المنظمة العالمية للملكية الفكرية "الويبو" بتوصية لشركة الأنترنت لتسجيل الاسماء والارقام الايكان (ICANN)، من أجل اعتماد آلية لتسوية منازعات الاسماء الالكترونية، وتم الاعتماد على قواعد سميت "بالسياسة الموحدة لتسوية منازعات أسماء النطاق". من هذا المنطلق تهدف هذه الدراسة في البحث عن مضمون هذه القواعد، وفعاليتها ومكانتها في التشريع الجزائري، كما تهدف هذه الدراسة في البحث عن التأسيس القانوني للدعاوى التي يمكن لمالك إسم النطاق أن يرفعها أمام القضاء الجزائري.

الكلمات المفتاحية: إسم النطاق؛ العلامة؛ التجارة الإلكترونية التجارية الإلكترونية؛ قواعد الايكان

Abstract:

The domain name is as important as the Internet, and the importance of these names is shown in being the bridge that drives e-commerce, through the lord of internet customers with goods and services offered on this network by commercial customers. The popularity of e-commerce led to the registration of the owners of these names with the names approved by the Internet Organization for Names and Numbers (ICANN), which in many cases constituted an attack on the owners of trademark owners' rights, To settle these disputes, WIPO intervened with a recommendation from ICANN to adopt a resolution of electronic name disputes, and relied on rules called the "Unified Domain Name Dispute Resolution Policy". From this point of view, this study aims to find the content of these rules and their effectiveness and place in Algerian legislation, and this study aims to seek the legal establishment of claims that the owner of the domain name can bring before the Algerian judiciary .

Keywords : Domain Name; Mark ; E-commerce; ICANN Rules; Contrefaçon ; Illégal



مقدمة:

أدى التقدم التكنولوجي في عالم الاتصالات الى إحداث تغيرات كبيرة في جميع المجالات والنشاطات التي يحترفها الانسان، فشملت هذه التكنولوجيا النشاط التجاري، لتظهر ما يعرف بالتجارة الالكترونية "EC" والتي عرفتها منظمة التجارة العالمية OMC على أنها "مجموعة متكاملة من عمليات إنتاج وتوزيع وتسويق المنتجات بوسائل إلكترونية"، ومنه قد أتاحت شبكة الانترنت للشركات ورجال الأعمال فرصة نفاذ أكبر الى الاسواق من خلال إنشائهم مواقع على الشبكة لعرض منتوجاتهم من السلع والخدمات لغرض البيع والشراء بالطرق الإلكترونية. وترتبط على هذا القول تعتبر المواقع الإلكترونية والتي تسمى أيضا بأسماء النطاق، أسماء الدومين Domain Names الجسر الذي يحرك التجارة الالكترونية من خلال ربط المتعاملين بشبكة الانترنت بالسلع والخدمات المعروضة على هذه الشبكة من قبل الشركات والمشروعات التجارية، هؤلاء وفي سبيل جذب أكبر عدد من الزبائن يلجئون الى إقتباس أسماء علامات تجارية مشهورة لتسجيل الاسم الالكتروني لهم ولأن تسجيل هذا الأخير لدى شركة الانترنت لتسجيل المواقع والأرقام يعتمد على مبدأ الأولوية في التسجيل أثر على أصحاب الحقوق الفكرية لهذه العلامات والأسماء التجارية ويعتبر ذلك إنتهاكا لحقوقهم الفكرية بالإضافة الى أنهم لا يستطيعون فتح مواقع إلكترونية بإسم علاماتهم التجارية وأسماء محللاتهم التجارية، إستنادا الى أن هذا الاسم مسجل في الانترنت، ومن هذا المنطلق إرتفعت الشكاوى ضد أسماء المواقع الالكترونية حول ملكية الاسم.

على ضوء هذه النزاعات تدخلت المنظمة العالمية للملكية الفكرية "الويبو" والتي تعتبر الجزائر عضوا فيها¹، بتوصية لشركة الانترنت لتسجيل الأسماء والأرقام الايكان (ICANN)، من أجل إعتقاد آلية لتسوية منازعات الأسماء الالكترونية، وتم الاعتماد على قواعد سميت بقواعد الايكان لتسوية هذه المنازعات. وأهمية هذه القواعد تكمن في محاربة القرصنة الالكترونية بأقل التكاليف المادية وبأسرع طرق.

ولأن فتح الجزائر مجال التجارة الالكترونية فهذا يعني بدأ تسجيل أسماء نطاق جزائرية مما يمكن معه وجود منازعات لهذه الأسماء مع الشارات المميزة المحمية بقانون الملكية الفكرية، لذلك لابد من البحث عن كيفية فض هذه المنازعات لا سيما في ظل نقص حاد في تنظيم أسماء النطاق في القانون الجزائري، لذلك سنلجأ إلى وسائل الإيكان والبحث في مضمونها، ومدى الأخذ بها في قانون التجارة الالكترونية؟ ولأن هذه القواعد تعتمد على الوسائل البديلة في تسوية المنازعات، فستبحث هذه الدراسة أيضا في الأساس القانوني للدعاوى التي يمكن أن يرفعها مالك إسم الموقع الإلكتروني في حمايته؟

تدرس هذه الأشكالية في محورين

المحور الاول: إكتساب الحق على إسم الموقع والمنازعات الناشئة عنه

المحور الثاني: إجراءات الايكان في تسوية منازعات إسم الموقع ومكانتها في تشريع التجارة الالكترونية في الجزائر

¹ الأمر رقم 75-2 المؤرخ في 9 يناير 1975 والمتضمن مصادقة الجزائر على اتفاقية إنشاء المنظمة العالمية للملكية الفكرية الموقعة باستوكهولم في 14 يوليو 1967 ج.م مؤرخة في 14 فبراير 1975 عدد 13، ص 198

المحور الاول: إكتساب الحق على إسم الموقع والمنازعات الناشئة عنه

اسم النطاق هو سيلة لعنونة المواقع الإلكترونية والإرشاد إليها، فيسهل على المستخدم استعماله واستيعابه لتمييز المواقع الإلكترونية في العالم الافتراضي، ويعد عملا مساعدا في التعريف بمصدر السلع والخدمات، فاكتمسب دلالة كأداة تعريف تجارية، مما أحدث تعارضا وتداخل مع أدوات وحقوق التعريف التجارية التقليدية. كالعلامة التجارية التي تتمتع بالحماية القانونية، باعتبارها حق من حقوق الملكية التجارية، وعليه سيدرس هذا المحور إكتساب الحق على الموقع الالكتروني (أولا) ثم مجال التداخل بين إسم النطاق والعلامة التجارية وأسباب ظهور المنازعات بينهما (ثانيا).

أولا: إكتساب الحق على إسم الموقع

يتخذ إسم النطاق تعريفا فنيا ذو طبيعة تقنية على إعتبار أنه منشأ في بيئة ذات طبيعة رقمية وهي بيئة الأنترنت، وتختلف مكونات إسم النطاق بحسب نوعه، ولإكتساب إسم النطاق يستوجب توفره على شروط معينة.

1-تعريف إسم النطاق:

اسم النطاق هو سيلة لعنونة المواقع الإلكترونية وتميزه عن المواقع الإلكترونية الأخرى، إذ أن وظيفته هي ذاتها وظيفة العلامة التجارية، حيث يعتبر من الشارات المميزة التي تستخدم في بيئة الأنترنت، ليسهل على المستخدم استعماله واستيعابه لتمييز المواقع الإلكترونية في العالم الافتراضي. ونظرا لحدائث أسماء النطاق إختلف الفقه في تعريف موحد لها، إذ استندت البعض على الطبيعة الفنية لاسم النطاق، والبعض الآخر إلى تكوينه، وآخرون إستندوا في تعريفه لإسم النطاق على لوظيفة التي يؤديها. ومن بين التعاريف التي صيغت إخترا التعريف الذي عرف هذا إسم النطاق على أنه عنوان يتكون من رموز عامة، يطرحها كل من يريد أن ينشأ اسم نطاق على الشبكة (com . gov) أو غيرها من الرموز التي تشير إلى أنشطة مختلفة¹، وأما على المستوى القانوني فعرفه المشرع الجزائري في قانون التجارة الإلكترونية على أنه² "عبارة عن سلسلة أحرف أو أرقام مقيدة ومسجلة لدى السجل الوطني لأسماء النطاق وتسمح بالتعرف والولوج الى الموقع الالكتروني".

وأسماء النطاق باعتبارها عناوين وشارات مميزة، فهي أول خطوة للوصول إلى العالم الافتراضي والاستفادة من خدمة الشبكة العنكبوتية للمعلومات (WWW)، حيث ترتبط على الشبكة الملايين من الحواسيب عبر العالم، لذلك استوجب أن يكون لكل حاسوب من بين هذه الحواسيب عنوان رقمي ينفرد به يطلق على هذا العنوان بتسمية (ID) وهو اختصار الكلمة " Internet Protocol adresse " " عنوان بروتوكول الانترنيت"، ومن شأن هذا البروتوكول أن يسمح بالتعامل بين تلك الحواسيب. يتمثل عنوان بروتوكول الانترنيت في مجموعة من الأرقام المتسلسلة، تفصل بينها نقاط. بيد أن هذه الأرقام لا تتماشى مع طبيعة الإنسان لصعوبة استيعابها وحفظها، ذلك ما دفع إلى الاعتماد على تقنية للتمييز بين

¹ عبد الفتاح بيومي حجازي، التجارة الإلكترونية في القانون العربي النموذجي لمكافحة جرائم الكمبيوتر والانترنيت، دار الكتب القانونية، مصر، 2007، ص 700.

² المادة 6 الفقرة 8 من القانون رقم 05-18 المؤرخ في 10 ماي 2018 المتضمن التجارة الإلكترونية، جريدة رسمية مؤرخة في

كل عنوان رقمي باسم رمزي، أطلق على هذه التقنية اسم (DNS) وهي إختصار اختصار للكلمة " Domain Name Systeme".¹

يتكون إسم النطاق من ثلاثة أجزاء، تفصل بينها نقاط²، وتمثل هذه الأجزاء في ما يلي:
الجزء الأول: يسمى أول جزء بالبادئة (prefixe)، وهو جزء ثابت في إسم النطاق، يتمثل في المقطع (http://www.)، ويشير هذا المقطع الى البروتوكول المستخدم على شبكة الانترنت، وهو موحد لجميع الأشخاص الذين يمتلكون موقع على شبكة الأنترنت.

الجزء الثاني: يسمى الجزء الثاني بالجذر (radical)، وهو الجزء الأهم في إسم النطاق، إذ يشير الى كل شخص طبيعي أو معنوي صاحب الموقع، ويعد المعرف الاساسي للموقع والمميز له من بين المواقع الأخرى.
الجزء الثالث: يسمى هذا الجزء باللاحقة (suffixe)، يحدد هذا الجزء طبيعة نشاط الموقع الإلكتروني، وقد يحدد المنطقة الجغرافية.

2-أنواع أسماء النطاق: بدأت أسماء النطاق بالظهور على الشبكة الأنترنت بشكل محدود العدد، تأتي في قائمة واحدة، يعاد نسخها على الأجهزة الخادمة لكي لا يتم تخصيص اسم نطاق سبق استعماله لمشارك آخر، ولكن مع إتساع استخدام شبكة الانترنت وتزايد عدد أسماء النطاق تم تقسيمها إلى صنفين هما أسماء النطاق العليا العامة "GTLDs"، و أسماء النطاق الوطنية (المحلية) "Contry cod top level" ccTLDs.

1-2- أسماء النطاق العليا العامة Generic Top Level: وهي تلك الأسماء التي لا تحدد بنطاق جغرافي معين، إذ تشير إلى أنشطة دولية عامة لا تنتمي إلى دولة معينة، مثل "com." و "ORG" و "Int" فهي أسماء نطاق موجهة بالدرجة الأولى إلى المستهلكين والمستخدمين في كل دول العالم.³

2-2- أسماء النطاق الوطنية Les Noms Domain Nationaux: هذا النوع من الأسماء يشير إلى بلد التسجيل، وذلك عن طريق الإشارة إلى دولة التسجيل، يتم الإشارة إليها بحرفين مثل (JP) بالنسبة لليابان و (DZ) بالنسبة للجزائر و (FR) بالنسبة لفرنسا.

3- شروط أسماء النطاق وطرق تسجيلها: من أجل أن تتمتع أسماء النطاق بحماية قانونية، يجب أن تتوافر على جملة من الشروط تتمثل فيما يلي⁴:

1-3- يجب أن يكون اسم النطاق مميزا: يعتبر إسم النطاق من الشارات المميزة في البيئة الافتراضية لذا يقتضي أن يكون هذا الاسم مميزا، ويشير إلى نوع المنتج أو التجارة الممارسة من طرف الشخص أو المشروع، وشرط التميز لإسم

¹ عدنان إبراهيم سرحان، " أسماء النطاق على الشبكة العالمية للمعلوماتية (الانترنت)", مجلة الشريعة والقانون، جامعة الامارات العربية المتحدة، العدد25، سنة 2006، ص 299.

² عبد الهادي محمد الغامدي، "قواعد الايكان لتسوية منازعات أسماء النطاق والعلامات التجارية"، مجلة الملك عبد العزيز للإقتصاد والادارة، المجلد28، العدد02، سنة 2014، ص203.

³ كوثر مازوني، الشبكة الرقمية وعلاقتها بالملكية الفكرية، دار هومة، الجزائر، 2008، ص 189.

⁴ عبد الفتاح، بيومي حجازي، مرجع سابق، ص 292

النطاق هو لتجنب الخلط أو اللبس لدى العملاء، ومنه إمكانية التفرقة بين أسماء النطاق الأخرى المسجلة التي تعرض أيضا المنتجات و الخدمات عبر شبكة الأنترنت.

3-2- يجب أن لا يمس اسم النطاق بحقوق الغير: عدم جواز اعتداء اسم النطاق المسجل على حقوق الغير، كالحق المتعلق بالعلامة التجارية أو الإسم التجاري، لأن من شأن هذا التعدي أن يشكل تقليد للعلامة أو منافسة غير مشروعة للإسم التجاري.

3-2- يجب أن يكون اسم النطاق مشروعاً: يقصد بالمشروعية عدم مخالفة اسم النطاق للنظام العام والآداب العامة في دولة التسجيل، والنظام العام والآداب العامة تختلف من دولة إلى أخرى، لذا فإن العبرة بالنظام العام والآداب العامة هو الذي يعتبر كذلك في دولة التسجيل.

ثانياً: مجال التداخل بين إسم النطاق والعلامة التجارية وأسباب ظهور المنازعات بينهما

يندرج إسم النطاق والعلامات التجارية ضمن طائفة الشارات المميزة والتي تدخل في نطاق الملكية الفكرية ، يتميز الحقين بالتداخل بينهما من حيث شروط تسجيلهما، هذا التداخل كان سبب ظهور النزاعات بين الحقين وهذا ما ستبينه هذه الجزئية من الدراسة.

1- إكتساب الحق على العلامة التجارية ومجال التداخل بينها وبين إسم النطاق

تلقي العلامة التجارية وإسم النطاق في كونهما من الشارات المميزة، تستعمل الأولى في تمييز السلع والخدمات في البيئة التقليدية، وتستعمل الثانية لتمييز ذات المنتجات في البيئة الرقمية، ولمعرفة مجال التداخل بين العلامة وإسم النطاق ينبغي تبيان مضمون العلامة وشروط إكتساب الحق عليها، ثم مجال التداخل بينها وبين إسم النطاق.

1-1- مضمون العلامة التجارية: يقصد بالعلامة السمة المميزة التي يضعها التاجر على منتجات محلته التجاري، أو الصانع على منتجات مصنعه قصد تمييزها عن المنتجات الأخرى المشابهة لها والمعروضة في السوق، ولقد جمع المشرع هذين النوعين تحت عبارة علامة السلعة، أما الشارة التي تستعملها مؤسسة تقديم خدمات فردية كانت أو جماعية لتشخيص الخدمات المقدمة فيطلق عليها بعلامات الخدمة.¹ عرف المشرع الجزائري العلامة على أنها كل الرموز القابلة للتمثيل الخطي لا سيما الكلمات بما فيها أسماء الأشخاص و الأحرف و الأرقام و الرسومات أو الصور و الأشكال المميزة للسلع أو توبيهها و الألوان بمفردها او مركبة التي تستعمل كلها لتمييز سلع أو خدمات شخص طبيعياً أو معنوي².

لإكتساب الحق على العلامة التجارية، وتمتعها بالحماية القانونية لا بدّ من توفرها على شروط معيّنة تتمثل في:

- أن تكون العلامة مميزة: لا يمكن أن تستفيد العلامة من الحماية القانونية إلا إذا كانت تتسم بالتميز هذا ما أكدته المادة 02 من الأمر 06-03 إذ نصّت على ضرورة الأخذ بعين الاعتبار " جميع السمات المادية التي تستعمل لتمييز المنتجات أو الخدمات "، ولا يشترط في التميز ان تكون العلامة المراد وصفها على سلعة معيّنة أو خدمة ما عملاً فعلياً

¹ فرحة زراوي صالح،، الكامل في القانون التجاري الجزائري، الحقوق الفكرية، حقوق الملكية الصناعية والتجارية، وحقوق الملكية الأدبية والفنية، ابن خلدون لنشر والتوزيع وهران، طبعة 2006 ، ص 201.

² الأمر رقم 06-2003 المؤرخ في 19 يوليو 2003 والمتعلق بالعلامات، ج.ر مؤرخة في 23 يوليو 2003، العدد 44، ص 22.

متميزًا ولا شكلا مبتكرا، وإنما يكفي أن يكون في تلك العلامة ما يميّزها عن سواها من العلامات الأخرى المتداولة و بما يمنع حدوث لبس لدى المستهلكين بشأن مصدر و هوية السلعة التي تحمل هذه العلامة أو تلك عن سلع او خدمات غيره¹.
- أن تكون العلامة مشروعة: لا يكفي أن تكون العلامة مميزة، وإنما لابد لها أن تكون مشروعة وتعتبر مشروعة إذا لم تكن مخالفة للنظام العام و الآداب العامة، وعليه تمنع كل عبارة أو كلمة أو صورة مخلة للآداب العامة وإتخاذها كعلامة، و ينطبق الأمر كذلك على الشخص الأجنبي الذي يريد إيداع علامته في الجزائر، فإذا اعتبرت التسمية غير مشروعة في الجزائر ولو كانت مشروعة في بلده الأصلي فيمنع ايداعها في الجزائر،² كذلك يمنع استعمال الرموز التي يحضر استعمالها بموجب القانون الوطني أو الاتفاقيات الثنائية أو متعددة الأطراف و التي تكون الجزائر طرفا فيها،³ وكذلك الرموز التي تحمل من بين عناصرها نقلا أو تقليدا لشعارات رسمية أو أعلام أو شعارات أخرى أو إسما مختصرا أو رمز أو إشارة أو دمغة رسمية تستخدم للرقابة والضمان من قبل الدولة أو منظمة مشتركة بين الحكومات أنشئت بموجب اتفاقية دولية.⁴

1-2-أسباب ظهور المنازعات بين العلامة وأسم النطاق: يخضع تسجيل إسم النطاق والعلامة التجارية الى مبدأ الأسبقية والاولوية في التسجيل، ويقصد بمبدأ الأسبقية والاولوية في التسجيل جواز لكل شخص طبيعي أو معنوي الحصول على اسم نطاق أو علامة تجارية متى قدم طلبه للمصلحة المختصة⁵ متقدما عن غيره، يخضع تسجيل اسم النطاق وفقا للمبدأ العام وهو الأسبقية في التسجيل، وبالتالي فإن أول من يقدم طلب تسجيل اسمه هو أول من يمنح له الاسم وهو ذات الامر الذي يقوم عليه نظام العلامات،⁶ إذ تقضي القواعد العامة لتسجيل العلامات التجارية الأولوية للطلب الأول.

كما ينبغي الإشارة إلى أن أسماء النطاق يتم تسجيلها مباشرة، في حين أن تسجيل العلامات التجارية تمر بمرحلة الايداع التي تنتهي بالتسجيل، حيث تتحقق مصلحة التسجيل من أن مودع طلب تسجيل العلامة هو من له الحق في ذلك، وأن تطلب ما تراه مناسبا من المستندات لإثبات حقه على الطلب المودع، هذا الامر يختلف عن تسجيل أسماء النطاق، حيث يكفي في إسم النطاق أن يكون غير مسبق بالتسجيل حتى توافق الشركة المختصة بتسجيله، وأن إثبات

¹ المادة 02 الفقرة 01 من الأمر 06-03 المتعلق بالعلامات ، السابق ذكره. أما المشرع الفرنسي فعزف العلامات التجارية على أنها

" la marque est un signe susceptible de représentation graphique servant à identifier les produits ou services d'une personne physique ou morale " .. art .711.1. c.fr .propr- intell.

² المادة 13 الفقرة الأولى من المرسوم التنفيذي رقم 277-5005 المؤرخ في 2 أوت 2005 يحدد كليات إيداع العلامة وتسجيلها، ج.ر مؤرخة في 7 أوت 2005، العدد 54، ص 11.

³ المادة 07 الفقرة 04 من الأمر 06-03 و المتعلق بالعلامات التجارية السابق الذكر، و في هذا المجال أنظر أيضا المرسوم رقم 84-85 المؤرخ في 210 أبريل 1984 و المتضمن انضمام الجزائر إلى معاهدة نيروبي بشأن حماية الرمز الأولمي . ج ر مؤرخة في 24 أبريل 1984. عدد 17 ص 559.

⁴ المادة 07 الفقرة 05 من الأمر 06-03، المتعلق بالعلامات ، السابق ذكره.

⁵ المصلحة المختصة بتسجيل إسم النطاق في الجزائر هي السجل الوطني لأسماء النطاق وفقا لأحكام المادة 6 من القانون 18-105 المتعلق بالتجارة الالكترونية ، بينما الهيئة المختصة بتسجيل العلامة هي المعهد الوطني للملكية الصناعية والتجارية.

⁶ كوثر مازوني، مرجع سابق، ص 209.

الملكية غير ضروري لصحة التسجيل،¹ ومن هذا المنطلق يمكن تسجيل إسم نطاق بإسم علامة تجارية مسجلة مادام أن نظام تسجيل العلامات يختلف عن نظام تسجيل أسماء النطاق رغم التشابه في المضمون، وعلى هذا الأساس فإن النزاعات التي تثور بين العلامة وإسم النطاق مردها نظام التسجيل، ومبدأ الأسبقية فيه لإسم النطاق لغياب إطار قانوني للرقابة على تسجيل هذه الأسماء.

2- أشكال منازعات إسم النطاق مع العلامات التجارية :

المنازعات بين العلامات التجارية وأسماء النطاق تتخذ عدة مظاهر، أهم مظاهر تلك المنازعات وأكثرها انتشارا ما يلي :
2-1- القرصنة الإلكترونية أو السطو الإلكتروني: والتي تنشأ بتسجيل الشخص لأسماء نطاق تشابه أو تتطابق مع علامات تجارية مسجلة أو مشهورة، وهذه القرصنة ظهرت مع بداية انتشار تكنولوجيا الإنترنت، وكانت العامل في ظهور القواعد الموحدة كحل سريع وفعال لتسوية منازعات أسماء النطاق.²

2-2- تعسف مالك العلامة (الخطف المعاكس): في هذا النوع من التعدي يطالب صاحب علامة تجارية تعسفا بإسم نطاق ما مسجل بإسم الغير بسبب التشابه بينه وبين علامته التجارية، فيطالب بتحويل أو نقل اسم النطاق إليه، وقد عالجت القواعد الموحدة هذا النوع من النزاعات، مع أنه لا يتعلق بسوء النية في تسجيل أو استعمال أسماء النطاق، إلا أنه يقوم على سوء النية في استغلال القواعد الموحدة لسلب أصحاب أسماء النطاق حقهم في الاحتفاظ بتلك الأسماء.³

2-3- العلامة التجارية كإسم نطاق لغير الأغراض التجارية (كوسيلة للتعبير عن الرأي suck . com ، أو كصفحة شخصية): في هذا النوع من النزاعات يسعى أصحاب العلامات التجارية إلى منع إدخال علاماتهم التجارية ضمن اسم نطاق ينتقد المنتجات أو الخدمات التي تحمل تلك العلامة. فهو نزاع بين الحق في عدم التشويه والانتقاص من العلامة التجارية من جهة، وبين الحق في التعبير وإبداء الرأي من جهة أخرى، ويكون إسم النطاق في هذه الحالة مجرد صفحة شخصية أو اجتماعية للتعبير عن الرأي.⁴

المحور الثاني : تسوية منازعات إسم النطاق وفق لقواعد الايكان ولأحكام التشريع والجزائري

يتضمن هذا المحور تسوية منازعات أسماء النطاق ضمن القواعد الموحدة للإيكان، من خلال تبين المضمون القانوني لهذه القواعد وإجراءات التسوية (أولا)، وباعتبار أن قواعد الإيكان ليست ملزمة للجوء إليها، كما أنها تدخل ضمن الوسائل البديلة لتسوية المنازعات، لذلك سندرس في الجزء الثاني الدعاوى القضائية التي يمكن لمالك إسم النطاق أن يرفعها أمام القضاء الجزائري من منطلق أن إسم النطاق في الجزائر لا يحضي بتنظيم قانوني كافي يحدد

¹ محمد خير محمود العدوان وسعيد مبروكي مبروكي، "تسوية المنازعات المتعلقة بأسماء النطاق -دراسة مقارنة بين التشريعين الاردني والجزائري"، مجلة جامعة الشارقة للعلوم القانونية، جامعة الشارقة، المجلد 15، العدد 01، سنة 2018، ص 110.

² خالد التلاحمة، "النزاعات بين العلامات التجارية وأسماء النطاق على شبكة الانترنت"، مجلة جامعة النجاح للأبحاث، المجلد 19، العدد 02، سنة 2005، ص 566.

³ عبد الهادي محمد الغامدي، المرجع السابق، ص 205.

⁴ عبد الهادي محمد الغامدي، المرجع السابق، ص 206.

أفعال التعدي عليه والدعاوى التي يمكن رفعها كما هو الحال بالنسبة لحقوق الملكية الفكرية الأخرى كالعلامة مثلا(ثانيا).

أولا: تسوية منازعات إسم النطاق وفق لقواعد الايكان

ترتكز إجراءات السياسة الموحدة لتسوية نزاعات أسماء النطاق، والتي تحمل إختصار (UDRP) والتي تطبق في هيئات تسوية النزاعات التابعة للمنظمة العالمية للملكية الفكرية،¹ إحتوت هذه القواعد على فصلين قانونيين، يتضمن الأول سياسة حل منازعات أسماء النطاقات الموحدة، أما الفصل الثاني يتضمن قواعد وإجراءات تطبيق السياسة الموحدة لتسوية منازعات أسماء النطاق.

1- حالات اللجوء لإجراء السياسة الموحدة لتسوية النزاعات: يتم اللجوء لإجراءات السياسة الموحدة لتسوية نزاعات أسماء النطاق متى أثبت مقدم الشكوى توافر الشروط الواردة في أحكام المادة الرابعة الفقرة أ من قواعد السياسة الموحدة لتسوية نزاعات أسماء النطاق،² تنحصر هذه الشروط في الآتي:

1-1- إثبات التماثل والتشابه بشكل يؤدي للالتباس لدى جمهور المستهلكين بين العلامة وإسم النطاق: يشترط لخضوع النزاع للإجراءات السياسة الموحدة، أن يثبت المشتكى أن تسجيل اسم النطاق أو العلامة التجارية من جانب الغير يتشابه مع اسم نطاقه أو علامته التجارية، بحيث أن هذا التسجيل ينتج عنه إلتباس و خلط لدى جمهور المستهلكين. ويخضع تقدير التماثل والتشابه للجنة تسوية النزاعات المكلفة بالنظر في موضوع الشكوى، كما أن تقدير التماثل والتشابه يكون على أساس المظهر العام دون الدخول في التفاصيل الخاصة لكل من العناصر المتنازعة.³

2-1- إثبات أن صاحب اسم النطاق لا يملك الحق والمصلحة المشروعة منه: تتطلب قواعد السياسة الموحدة لقبول الشكوى المتعلقة باسم النطاق، إثبات أن مسجل اسم النطاق أو العلامة التجارية ليس له أي حق أو مصلحة مشروعة من ذلك، والحق في اسم النطاق أو العلامة التجارية يستند إلى قاعدة الأسبقية في التسجيل، فإن من يسبق في تسجيل اسم النطاق يكون صاحب الحق فيه والحقوق المتفرعة عنه، ونفس الشيء بالنسبة للعلامة التجارية، وعليه فإن مقدم الشكوى له حق الاعتراض على التسجيل اللاحق لاسم نطاقه أو علامته التجارية.⁴

3-1- إثبات أن اسم النطاق تم تسجيله أو استعماله بسوء نية: يشترط خضوع النزاع إلى إجراءات السياسة الموحدة إثبات سوء نية المشتكى عليه عند قيامه بتسجيل اسم نطاق أو العلامة التجارية اللاحقين لتسجيل إسم نطاق المشتكى، وأن سوء النية أولته قواعد السياسة الموحدة أهمية بالغة، وقد ترجم هذا الاهتمام بما تضمنته الفقرة (ب)(3) من نص المادة الرابعة من قواعد السياسة الموحدة التي حددت أربع حالات إذا توافرت إحداها يتحقق معها حالة سوء النية، وتمثل هذه الحالات في الآتي:

-تسجيل اسم النطاق بغرض البيع أو الإيجار لمالك علامة تجارية مقابل ثمن مرتفع يتجاوز نفقات التسجيل

¹ محمد خير محمود العدوان وسعيد مبروكي مبروكي، المرجع السابق، ص 126.

² قواعد السياسة الموحدة للايكان المتعلقة بتسوية منازعات إسم النطاق منشورة على الموقع التالي <http://www.icann.org>

³ محمد خير محمود العدوان وسعيد مبروكي مبروكي، المرجع السابق، ص 127.

⁴ محمد خير محمود العدوان وسعيد مبروكي مبروكي، المرجع السابق، ص 128.

- تسجيل اسم النطاق بهدف منع مالك العلامة التجارية أو علامة الخدمة من تسجيلها واستعمالها كاسم نطاق على شبكة الانترنت.

-تسجيل اسم نطاق بهدف تعطيل عمل منافس.

- تسجيل اسم نطاق بهدف تحويل عملاء محتملين ومن أجل تحقيق ربح عن طريق إحداث لبس و خلط لديهم وجعلهم يعتقدون أن اسم النطاق المسجل يمثل علامة تجارية أو علامة خدمة.

جاءت هذه الحالات على سبيل المثال لا الحصر، وبالتالي تتمتع لجنة تسوية النزاعات بسلطة تقديرية في تقدير توافر حالات أخرى لسوء النية، وهذا ما يمكن استقراؤه من قرارات لجنة تسوية النزاعات الصادرة في هذا الشأن، إذ توصلت هذه اللجنة إلى أن سوء النية يقترن بتقديم صاحب اسم النطاق لمعلومات مضللة كاذبة عن هويته أو إهمال المشتكى عليه في الرد على ادعاءات المشتكى، كما يمكن اعتباره عمل من أعمال سوء النية تسجيل الشخص لعدة أسماء نطاق وهذا يدل على سوء نيته في الاتجار بها، كما أنه يعتبر من قبيل سوء النية تسجيل اسم نطاق دون استغلاله في أي نشاط.¹

2-إجراءات تسوية النزاعات: تبدأ إجراءات تسوية منازعات أسماء النطاق وفق السياسة الموحدة بتقديم شكوى من المشتكى، متضمنة بيانات معينة، يتم التأكد من موافقتها لقواعد السياسة الموحدة من طرف الهيئة التي تنظر في النزاع، ثم تقوم هذه الهيئة بإخطار المشتكى عليه للرد على ما جاء في الشكوى، وتفصل الهيئة بعد ذلك في النزاع وفق قواعد السياسة الموحدة:

2-1- إيداع الشكوى: تقتضي السياسة الموحدة لتسوية منازعات إسم النطاق، إتباع المشتكى إجراءات معينة في تقديم شكواه، حيث يمكن له تقديم الشكوى ورقيا أو إلكترونيا بما لا يزيد عن عشرة (10) صفحات أو (3000) كلمة، ويجب تضمين الشكوى ببيانات محددة تتطلبها قواعد السياسة الموحدة وهي:

- بيانات شخصية عن المشتكى

- أدلة تدعم ملكية المشتكى لإسم النطاق أو العلامة التجارية

- البيانات الشخصية المتعلقة بالمشتكى عليه.

- تعيين اسم النطاق أو العلامة محل النزاع، مع بيان المنتجات والخدمات التي تمثلها.

-بيان الأسس التي بنيت عليها الشكوى، كأن يثبت صاحب اسم النطاق أنه تعرض للقرصنة الالكترونية، أو أن اسم النطاق محل النزاع يتشابه مع اسم نطاق آخر.²

2-2-إخطار المشتكى عليه: بعد إيداع الشكوى، تقوم لجنة تسوية النزاعات المختارة بفحص وتدقيق الشكوى المقدمة والتأكد من موافقتها لقواعد السياسة الموحدة، فإذا كانت مستوفية لجميع القواعد يتم تبليغ المشتكى عليه بإرسال نسخة من الشكوى، ويكون ذلك بعد ثلاث أيام من استلام الشكوى وسداد الرسوم اللازمة³

¹ شريف محمد غنام، حماية العلامة التجارية عبر الانترنت في علاقتها مع العنوان الالكتروني، دار الجامعة الجديدة، الاسكندرية، مصر، طبعة 2007، ص225.

² محمد خير محمود العدوان وسعيد مبروكي مبروكي، المرجع السابق، ص127.

³ شريف محمد غنام، المرجع السابق، ص238.

2-3- اللائحة الجوابية: يجب على المشتكى عليه الرد على الشكوى بلائحة جوابية خلال عشرين (20) يوما من إعلامه بالشكوى، ويتوجب عليه أن يضمن في لائحته الجوابية دفاعه حول الادعاءات التي وردت في الشكوى على أساس أن استخدامه لاسم النطاق أو العلامة التجارية عمل مشروع، وفي حال لم يقم المشتكى عليه بالرد على التبليغ فإن لجنة النزاعات تقضي في النزاع بما ورد من طلبات في الشكوى.¹

يصدر قرار المحكم أو اللجنة الفاصلة في النزاع خلال أربعة عشرة يوما من تاريخ بدء إجراءات النظر في الشكوى في الأحوال العادية، ويجب أن يصدر القرار مكتوبا ومسببا، وأن يكون منطوق القرار إما بنقل أو شطب اسم النطاق أو العلامة التجارية، أو رفض الشكوى، ويتم إعلام الأطراف بقرار اللجنة خلال ثلاث أيام من صدوره.²

2-4- تنفيذ القرار: يتم تنفيذ القرار خلال عشرة أيام من إعلانه، مالم يقم أحد الأطراف بمباشرة دعوى قضائية أمام المحاكم الوطنية، وعليه يجب أن تقدم نسخة من صحيفة الدعوى تثبت ذلك قبل انقضاء عشرة أيام من صدور القرار، ومن هنا يكون قرار اللجنة موقوف النفاذ ويتم إيقاف استعمال اسم النطاق إلى غاية صدور الحكم القضائي، أما إذا لم يتم مباشرة أي دعوى قضائية يتم التنفيذ عن طريق إرسال نسخة من القرار إلى مزود الخدمة الذي قام بتسجيل اسم النطاق لتنفيذ ما جاء في القرار، ويتم بعد ذلك نشر القرار كاملا على مواقع الانترنت.³

ثانيا: الاطار القانوني لتسوية منازعات اسم النطاق في الجزائر

السياسة الموحدة لتسوية منازعات اسم النطاق غير ملزمة للأطراف، وفي غياب هذه الالتزامية تأتي الى دعاوى القضائية التي يمكن للمتنازعين اللجوء إليها، في الجزائر لا يوجد تنظيم قانوني خاص بإسم النطاق على عكس ما هو مخصص للعلامة التجارية، وعليه كيف يمكن فض منازعات اسم النطاق في الجزائر في ظل سريان قانون التجارة الالكترونية وفتح العديد من أسماء النطاق لممارسة هذه التجارة؟ من هذا المنطلق فإن الدعاوى القضائية التي قد يمارسها صاحب اسم النطاق تجد أساسها في قانون العلامات التجارية، وقواعد المنافسة غير المشروعة رغم أنها لم تتناول موضوع حل منازعات أسماء النطاق بشكل مباشر، وإنما يمكن تكييف هذه القواعد القانونية ومحاولة إسقاطها على موضوع أسماء النطاق، وهذا ما استقر عليه الفقه والقضاء في مختلف التشريعات الوطنية.⁴ وبناء على ذلك يتمتع صاحب اسم النطاق بأحقيته في دفع الاعتداء عنه وذلك باللجوء للقضاء من خلال دعوى التقليد أو دعوى المنافسة غير المشروعة.

1-دعوى التقليد: دعوى التقليد هي دعوى جزائية تحمي بها حقوق الملكية الصناعية المسجلة. يمكن لصاحب اسم النطاق مباشرتها، وذلك لرد الاعتداء الذي وقع على هذا الاسم من اسم نطاق آخر أو علامة تجارية مقلدة لهذا الاسم، وتعرف دعوى التقليد على أنها "النقل الحرفي للعلامة أو نسخ الجزء الأساسي المميز للعلامة"، ويعرفها البعض الآخر على أنها " كل اعتداء على أي حق من الحقوق الناشئة عن العلامة المسجلة"، ويعرفها آخرون على أنها «اصطناع

¹ Romain Gola, La Régulation de l'internet: Nom de domaine et Droit des marques, thèse de doctorat ,université de droit ,d'Aix-Marseille ,France ,2002, p.,344-362

² شريف محمد غنام، المرجع السابق، ص239 و241

³ شوقي مؤمن الطاهر، "النظام القانوني لإسم النطاق"، مجلة مصر المعاصرة، مصر، المجلد103، العدد502، ص242.

⁴ محمد خير محمود العدوان وسعيد مبروكي مبروكي، المرجع السابق، ص114.

نسخة غير مصرح بها، أو محاكاة شيء بقصد التضليل". وبناء على ذلك يحق لصاحب اسم النطاق رفع دعوى التقليد،¹ متى تحققت شروط معينة، يمكن استنتاج بعضها من طبيعة أسماء النطاق والبعض الآخر هي شروط دعوى التقليد، وهي كالتالي:

1-1- إثبات ملكية اسم النطاق: يشترط لرفع دعوى التقليد من جانب صاحب اسم النطاق أن يثبت هذا الأخير ملكيته لإسم النطاق المعتدى عليه، ويتحقق ذلك بأن يكون اسم النطاق جديدا ومميزا ومشروعا، وأن يكون قد استكمل إجراءات تسجيله فعليا، ويمكن إثبات ملكية اسم النطاق بتقديم الشهادة الممنوحة من طرف مراكز التسجيل.²

1-2- الالتباس والخلط بين اسم النطاق واسم نطاق آخر أو علامة تجارية: يشترط لمباشرة دعوى التقليد أن يثبت صاحب اسم النطاق أن استخدام اسم نطاق آخر أو علامة تجارية من جانب الغير أدى إلى وجود إلتباس و خلط في ذهن المستهلكين، كما يجب أن يثبت أن هذا الالتباس يترتب عليه ضرر بمالك اسم النطاق أو العلامة التجارية الحقيقيين، ومعيار تقدير الالتباس هو في مدى تطابق وتمائل الخدمات والمنتجات التي يمثلها اسم النطاق أو العلامة التجارية، ويتم تقدير تحقق هذه الشروط من طرف قاضي الموضوع استنادا على ظروف كل حالة على حده.³

1-3- تقليد حرفي أو شبه حرفي لاسم النطاق: يتمثل هذا الشرط في وجود تقليد لاسم النطاق من جانب مالك علامة تجارية أو تقليد علامة تجارية من جانب اسم النطاق أو من جانب اسم نطاق آخر، ويقصد بالتقليد الحرفي لاسم النطاق هو نقل حرفي لاسم النطاق وتسجيله كعلامة تجارية دون التغيير في مكوناته، أي أن العلامة التجارية تكون متطابقة كليا مع اسم النطاق، أما فيما يتعلق بالتقليد الحرفي لاسم نطاق من اسم نطاق آخر فلا يمكن أن يتحقق ذلك لاعتبارات فنية لا تتيح مثل هذا التطابق والتماثل، بينما يتحقق فعل تقليد العلامة التجارية من خلال اسم النطاق في حال نقلها دون التغيير فيها وبالتالي يكون اسم النطاق مماثلا للعلامة التجارية في هذه الحالة.⁴

أما فيما يخص النقل شبه الحرفي فيكون بنقل أجزاء أو مكونات من العلامة التجارية أو اسم النطاق، بحيث أنه يترك الانطباع بوجود وحدة بين العلامة التجارية واسم النطاق، يشكل هذا الفعل الركن المادي لجنحة التقليد، أما الركن المعنوي فهو اتجاه نية المعتدي في ارتكاب فعل التقليد.⁵ بيد أن القواعد العامة في قانون العقوبات تقضي أنه لا جريمة ولا عقوبة إلا بنص فلا يستقيم حماية إسم النطاق بدعوى التقليد لإنعدام النص القانوني في التشريع الجزائري، هذا الانعدام لا نجده لدى المشرع الفرنسي الذي نص على حماية اسم النطاق بدعوى التقليد إذا توفرت الشروط التالية:

- أسبقية تسجيل اسم النطاق على العلامة المميزة.
- أن يكون اسم النطاق والعلامة متطابقين في المنتجات والخدمات.
- أن يؤدي التطابق إلى إحداث لبس و خلط لدى الجمهور طبقا لنص المادة (2-713) والمادة (3-713) من قانون الملكية الفكرية الفرنسي.

¹ Romain Gola, Op.Cit, p.,194.

² شريف محمد غنام، المرجع السابق، ص 160.

³ شريف محمد غنام، مرجع سابق، ص 161.

⁴ Romain Gola, op.cit,p.,195-196.

⁵ وليد كحول، "جريمة تقليد العلامات في التشريع الجزائري"، مجلة المفكر، جامعة محمد خيضر، بسكرة، العدد 11، سنة 2011، ص 484-489.

ثانيا: دعوى المنافسة غير المشروعة

يمكن لصاحب اسم النطاق أن يرفع أمام القضاء دعوى المنافسة غير المشروعة، فهي دعوى لمن لا دعوى له، المشرع الجزائري لم بنص على المنافسة غير مشروعة وإنما أصطلح على أعمال هذه الأخيرة بالممارسات التجارية غير نزيهة وذلك في الأمر 02-04؛¹ إذ نصت المادة 26 منه على العقوبات التي أوردتها المشرع ضد الأخطاء المرتكبة أثناء ممارسة حرية التجارة، ونص في المادة 27 منه على الأعمال التي تدخل في نطاق الممارسات غير النزيهة.

ولرفع دعوى المنافسة غير المشروعة لا بد من توافر عناصرها، والمتمثلة في ثلاثية الخطأ والضرر والعلاقة السببية بينهما. والخطأ في المنافسة غير المشروعة يكون بإستخدام وسائل منافية للنزاهة والأعراف التجارية في التجارة، ويؤدي هذا الخطأ إلى إلحاق ضرر بالضحية، وفي الأخير لا بد من وجود علاقة سببية بين الخطأ والضرر.

1- الخطأ: يعد الخطأ² أحد أهم عناصر دعوى المنافسة غير المشروعة، وهو كل عمل يتعارض مع القانون والأعراف والاستقامة التجارية كبث الشائعات و الادعاءات الكاذبة التي من شأنها تشويه السمعة التجارية للمنافس أو إستخدام وسائل تؤدي إلى اللبس أو الخلط بين الأنشطة التجارية.³ اتجه أغلب الفقه إلى اعتبار اسم النطاق علامة مميزة، ومن منطلق ذلك فإن صاحب اسم النطاق له الحق في حماية حقوقه من خلال قواعد المنافسة غير المشروعة إذا وقع الاعتداء عليه، وسنده في ذلك اللبس والخلط لدى جمهور المستهلكين جراء تسجيل اسم نطاق أو علامة تجارية مشابهة تقدم نفس منتجات وخدمات صاحب اسم النطاق المدعي، ويوجد جانب آخر من الفقه ذهب إلى القول بأنه يتم حماية اسم النطاق حسب الغرض الذي أنشئ من أجله، فإذا كان اسم النطاق يمثل علامة تجارية يجوز حمايته بموجب قواعد التقليد التي تضمنها قانون العلامات، وأما إذا كان اسم النطاق يجسد اسما تجاريا فيجوز حمايته وفقا لقواعد المنافسة غير المشروعة، وأما في حالة عدم تسجيل اسم النطاق لدى الهيئات المختصة فيحتمل بموجب دعوى المنافسة غير المشروعة،⁴ وعليه يحق لصاحب اسم النطاق دفع أي اعتداء عن ملكيته للاسم إذا اعتدي عليه بتسجيل لاحق عن طريق اسم نطاق مشابه أو علامة تجارية وذلك بمباشرة دعوى المنافسة غير المشروعة، يطلب من خلالها وقف التعدي أو إلغاء اسم النطاق المشابه أو العلامة التجارية، كما يمكن له أن يطلب نقل اسم النطاق المشابه أو العلامة التجارية لصاحب اسم النطاق. وعليه يتحقق الخطأ في إسم النطاق بإحدى صور الاعتداء المعروفة كالقرصنة الالكترونية أو استحداث أسماء نطاق مشابهة أو بتسجيل علامة تجارية متطابقة مع اسم النطاق، فكل هذه الممارسات تهدف لإحداث لبس و خلط لدى المستهلك، أو بغرض تحقيق الربح على حساب صاحب الحق.

2-الضرر: يعتبر الضرر شرطا موضوعيا هاما لقيام دعوى المنافسة غير المشروعة، ويستوي فيه أن يكون ماديا ناتجا عن تحويل العملاء عن منتجات المدعى نتيجة للتعدي بالوسائل غير المشروعة التي قام بها المدعى عليه، أو معنويا

¹ - الأمر 02-04 المؤرخ في 23 يوليو 2004 يحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية، ج.ر. مؤرخة في 23 يونيو 2004، العدد 41

² يعرف الخطأ على أنه إخلال بواجب قانوني مقترن بإدراك المخل، أنظر زينة غانم عبد الجبار الصفار، المنافسة غير المشروعة للملكية

الصناعية، دراسة مقارنة، دار حامد للنشر والتوزيع، الأردن، الطبعة الثانية 2007، ص 137

³ Y- Saint Gal : protection et défense des marques de fabrique et concurrence déloyale , droit françaises et droits étrangers , éd ,D ,1982 P w 04

⁴ محمد خير محمود العدوان وسعيد مبروكي مبروكي، المرجع السابق، ص 119 و 120

يطال سمعة المنافس أو مؤسسته، كما أن هذا الركن يعتبر متوفرا سواء كان الضرر جسيميا أو تافها، حالا أو مستقبلا.¹ يمكن رفع دعوى المنافسة غير المشروعة حتى وإن لم يكن الضرر محققا بل يتوقع حدوثه في المستقبل، وبالتالي تمتد صلاحية القاضي للحد من تمادي أفعال المنافسة غير المشروعة التي تحدث ضررا في المستقبل، و في هذه الحالة يتم إجبار المنافس عن الكف عن أعمال المنافسة غير المشروعة دون تكليف المدعي بإثبات الضرر.

3-العلاقة السببية: تعد رابطة السببية الركن الثالث في دعوى المنافسة غير المشروعة، ويقصد بها أن الضرر الحاصل كان نتيجة للخطأ الذي ارتكبه المدعى عليه، وعلى صاحب إسم النطاق المتضرر أن يقيم الدليل على ارتكاب فعل المنافسة غير المشروعة، ثم على الضرر الذي لحق به، وعليه أيضا أن يثبت أن هذا الضرر كان نتيجة مباشرة للفعل المرتكب، ويكون ذلك بكافة طرق الإثبات، إلا أن الأمر يكون أكثر صعوبة في حالة إثبات علاقة السببية في الضرر المحتمل.²

خاتمة:

نخلص في هذه الدراسة الى القول أنه ورغم سيران قانون التجارة الالكترونية في الجزائر وفتح العديد من المنشآت التجارية لأسماء النطاق، فإن هناك قصور واضح في التنظيم القانوني لإسم النطاق في الجزائر، وفي ظل هذا القصور بحثت هذه الدراسة عن الوسائل الفعالة لتسوية منازعات إسم النطاق فكان ولا بد اللجوء الى الوسائل البديلة لتسوية منازعات إسم النطاق والتي جاءت ضمن ما يسمى قواعد الايكان لتسوية منازعات إسم النطاق، ولعدم إلزامية هذه الاخيرة بحثت هذه الدراسة على التأسيس القانوني للدعاوى التي يمكن لمالك إسم النطاق أن يرفعها أمام القضاء الجزائري، ومن منطلق هذا القول خرجت هذه الدراسة بالنتائج التالية:

-تشكل أسماء النطاق نظام قانوني مستقل رغم تزواج ملامحه مع نظام العلامات التجارية، هذا التزواج في الملامح أبان عن الكثير من المنازعات بينه وبين العلامات التجارية.

-من بين أهم أسباب النزاع بين العلامة وإسم النطاق هو أن هذا الأخير لا يخضع للفحص والمراقبة من قبل الهيئة المختصة بتسجيله، على عكس العلامة التي يستوجب تسجيلها عدم وجود نفس التسجيل لها لمالك آخر.

-أدى غياب التنظيم القانوني لأسماء النطاق لمعظم التشريعات الوطنية الى إسراع المنظمة العالمية للملكية الفكرية الى إيجاد وسائل لتنظيم إسم النطاق وتسوية المنازعات الناشئة عنه عن طريق قواعد الايكان.

-تعتمد الايكان على التحكيم والوساطة لدى مراكزها، وهذه التسوية هي غير ملزمة للدول الاعضاء في المنظمة العالمية للملكية الفكرية، وفي غياب الإلزامية وعدم وجود تنظيم قانوني خاص لأسماء النطاق يأتي تطبيق قانون العلامات في إطار دعوى التقليد وقواعد المنافسة غير المشروعة كأساس قانوني لتسوية منازعات إسم النطاق أمام القضاء الجزائري.

على ضوء هذه النتائج نخرج بالتوصيات التالية:

¹ صلاح زين الدين، المدخل إلى الملكية الفكرية، دار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان الأردن طبعة 2006، ص 434

² زينة غانم عبد الجبار الصفار، مرجع سابق، ص 141

- حماية أسماء النطاق وفقا لقواعد الايكان يقتصر على إسقاط قواعد العلامات التجارية على هذه الاسماء، وهو ذات الامر نجده في التشريع الجزائري لعدم وجود نص خاص لأسماء النطاق، وهو ما يضر بمصالح أصحابها على نحو يجعل من الاعتراف بأحقية أسماء النطاق بقانون خاص بها ضرورة حتمية.
- تعديل القصور الذي شاب اجراءات السياسة الموحدة لتسوية النزاعات لطول إجراءات التقاضي لأنها تمنح الصلاحية للأطراف المتنازعة في طرح النزاع أمام القضاء الوطني في أي مرحلة وصل إليها إجراء السياسة الموحدة، غير أنه كان ولا بد أن تكون قرارات هذه السياسة نهائية.
- وضع إجراءات الفحص المسبق عند تسجيل إسم النطاق لتفادي التكرار نفس إسم النطاق لأكثر من مالك.

قائمة المراجع

المراجع باللغة العربية

-الكتب

- أحمد محز، القانون التجاري الجزائري، الجزء الاول، القاهرة، 1978
- زينة غانم عبد الجبار الصفار، المنافسة غير المشروعة للملكية الصناعية، دراسة مقارنة، الطبعة الثانية، دار حامد للنشر والتوزيع، الاردن، 2007.
- شريف محمد غنام، حماية العلامة التجارية عبر الانترنت في علاقتها مع العنوان الالكتروني، دار الجامعة الجديدة ، الاسكندرية، مصر، طبعة 2007
- صلاح زين الدين، المدخل إلى الملكية الفكرية، دار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان الأردن، 2006
- عبد الفتاح بيومي حجازي، التجارة الإلكترونية في القانون العربي النموذجي لمكافحة جرائم الكمبيوتر والانترنت، دار الكتب القانونية مصر، 2007 .
- فرحة زراوي صالح، الكامل في القانون التجاري الجزائري، الحقوق الفكرية، حقوق الملكية الصناعية والتجارية، وحقوق الملكية الأدبية والفنية، ابن خلدون لنشر والتوزيع وهران، طبعة 2006.
- كوثر مازوني، الشبكة الرقمية وعلاقتها وعلاقتها بالملكية الفكرية، دار هومة، الجزائر، 2008

-المجلات

- خير محمود العدوان وسعيد مبروكي مبروكي، "تسوية المنازعات المتعلقة بأسماء النطاق -دراسة مقارنة بين التشريعين الاردني والجزائري"، مجلة جامعة الشارقة للعلوم القانونية ، جامعة الشارقة ، المجلد15، العدد01، سنة 2018
- شوقي مؤمن الطاهر، "النظام القانوني لإسم النطاق"، مجلة مصر المعاصرة، مصر، المجلد103، العدد 502.
- عدنان إبراهيم سرحان، "أسماء النطاق على الشبكة العالمية للمعلوماتية (الانترنت)"، مجلة الشريعة والقانون، جامعة الامارات العربية المتحدة، العدد25، سنة 2006.
- عبد الهادي محمد الغامدي، "قواعد الايكان لتسوية منازعات أسماء النطاق والعلامات التجارية"، مجلة الملك عبد العزيز للإقتصاد والادارة، المجلد28، العدد02، سنة 2014، ص203.
- وليد كحول، "جريمة تقليد العلامات في التشريع الجزائري"، مجلة المفكر، جامعة محمد خيضر بسكرة، الجزائر، العدد11، سبتمبر 2014.

المواقع الإلكترونية

-قواعد السياسة الموحدة للايكان المتعلقة بتسوية منازعات إسم النطاق منشورة على الموقع التالي

<http://www.icann.org>

القوانين

- الأمر رقم 75-2 المؤرخ في 9 يناير 1975 والمتضمن مصادقة الجزائر على اتفاقية إنشاء المنظمة العالمية للملكية الفكرية الموقعة باستوكهولم في 14 يوليو 1967 ج.ر مؤرخة في 14 فبراير 1975 عدد 13، ص 198

- الأمر رقم 2003-06 المؤرخ في 19 يوليو 2003 والمتعلق بالعلامات، ج.ر مؤرخة في 23 يوليو 2003، العدد 44، ص 22

- الامر 02-04 المؤرخ في 23 يوليو 2004 يحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية، ج-ر مؤرخة في 23 يونيو 2004، العدد 41

- القانون رقم 18-05 المؤرخ في 10 ماي 2018 المتضمن التجارة الالكترونية، جريدة رسمية مؤرخة في 16 ماي 2018، العدد 04

- المرسوم التنفيذي رقم 5005-277 المؤرخ في 2 أوت 2005 يحدد كيفيات إيداع العلامة وتسجيلها، ج.ر مؤرخة في 7 أوت 2005، العدد 54، ص 11

- المرسوم رقم 84-85 المؤرخ في 21 أبريل 1984 و المتضمن انضمام الجزائر إلى معاهدة نيروبي بشأن حماية الرمز الأولي، ج.ر مؤرخة في 24 أبريل 1984، عدد 17.

المراجع باللغة الأجنبية

- Romain Gola, La Régulation de l'internet: Nom de domaine et Droit des marques, thèse de ¹ doctorat ,université de droit ,d'Aix-Marseille ,France ,2002

-Y- Saint Gal : protection et défense des marques de fabrique et concurrence déloyale , droit françaises et droits étrangers , éd ,D ,1982