

أثر تطبيق مبدأ الأسبقية في التسجيل بين أسماء النطاق والعلامات التجارية
*The effect of applying the principle of precedence in registration
 between field names and trademarks.*

قارة مولود¹*

¹ كلية الحقوق، جامعة المسيلة، الجزائر

البريد الإلكتروني: mouloud.kara@univ-msila.dz

تاريخ النشر: 2021/06/30

تاريخ القبول: 2021/06/29

تاريخ الاستلام: 2021/05/31

ملخص:

شهدت الملكية الفكرية تحولات عديدة متأثرة بالعمولة ومستجداتها، و من بين المجالات التي أصبحت ذات أهمية بالدراسة علاقة المصنفات الرقمية بالعلامة التجارية وتأثرهما بمبدأ الأسبقية في القيد والتسجيل، ويفرض موضوع أسماء النطاق والعامات التجارية الكثير من المسائل القانونية على شبكة الانترنت متى وجدت علامة تجارية مسجلة كاسم نطاق من طرف أشخاص قانونية قد لا تربطهم أية علاقة بها ويترب عنه نشوء تنازع بينهم.
 الكلمات المفتاحية: ملكية فكرية، مصنف، رقمي، اسم نطاق، تسجيل، علامة.

Abstract:

Intellectual property has undergone many transformations affected by globalization and its developments. Among the areas that have become of interest in the study is the relationship of digital workbook to the trademark and their effect on the principle of precedence in registration and record. The subject of field names and trademarks poses many legal issues on the Internet, whenever a trademark is found registered as a field name by legal persons who may not have any relationship with it and result in a conflict between them.

Keywords: Intellectual property, digital, field name, registration

* المؤلف المرسل

مقدمة:

تعد مواضيع الملكية الفكرية إحدى مجالات البحث الهامة في وقتنا الحاضر، وأصبحت تفرض نفسها في مجال العلاقات بين الدول، وازدادت أهميتها عند وضع السياسات الدولية والوطنية في المجالات القانونية، الاقتصادية، الاجتماعية والفكرية. ومن بين المواضيع الأكثر إثارة للجدل القانوني موضوع المصنفات الرقمية وعلاقتها بالعلامات التجارية وهذا راجع إلى خصوصية النظام القانوني للملكية الفكرية وارتباطه بتطور وسائل الاتصال الحديثة وشبكات المعلوماتية أين تحول المشهد من الاعتماد على المصنفات ذات الدعامة المادية والمكتوبة على المصنفات الرقمية التي توفرها أجهزة الإعلام الآلي والبرمجيات وقواعد البيانات والشبكات الالكترونية.

إن تطبيق أحكام قانون الملكية الفكرية على الشبكات الرقمية يخلق صعوبات ومنازعات بين العلامة التجارية وأسماء النطاق، لهذا فالأشكال المطروحة حول: ما هي الآثار القانونية المترتبة عن قيد اسم النطاق وتسجيل العلامة التجارية؟ وتدرج تساؤلات فرعية حول أسبقية أحدهما عن الآخر، والآثار المترتبة عن ذلك.

أهمية موضوع البحث

ترجع أهمية الموضوع إلى تزايد التقدم التقني واتساع البنية التقنية والفضاء الالكتروني و ما صاحبهما من تطور في الاعتداءات التي مست الأنظمة المعلوماتية و المنافسة التجارية و ما يستوجبه من وضع حلول قانونية للفصل في منازعات العلامة التجارية واسم النطاق.

منهج البحث

نعتمد في الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي لأنه يلاءم طبيعة الموضوع، وكذا لأن المنهج يرصد حدث معين ويتابعه من أجل التعرف على المحتوى والمضمون ثم الوصول إلى نتائج قد تساعد على فهم الإشكالية و حل المسائل.

و للإجابة عن الإشكالية السابقة تكون في مبحثين الأول نخصه الإطار المفاهيمي للعلامة التجارية و أسماء النطاق، أما المبحث الثاني فنخصه إلى دراسة إلى نطاق تطبيق مبدأ الأسبقية بين أسماء النطاق و العلامات التجارية.

المبحث الأول:

الإطار المفاهيمي للعلامة التجارية و أسماء النطاق

تعتبر حقوق الملكية الفكرية وثيقة الصلة بنظام الشركات التجارية و الملكية الاستثمارية التي أوجدت آليات في إطار اقتصاد السوق و رغبة الأمم في اللحاق بالنظم الاقتصادية الدولية، و من بين مظاهر التطور ما يسمى بمجتمع المعلومات الذي أصبح يشكل الفرد فيه رقم من الأرقام، و أصبحت المشاريع عبارة عن عنوان إلكتروني و أصبحت العلامة التجارية عبارة عن بيان من البيانات الإلكترونية.

المطلب الأول: تعريف العلامة التجارية

تعد العلامة التجارية من أهم عناصر الملكية الصناعية، و ارتبطت بدايتها ببيع و تسويق السلع و المنتجات و زادت أهميتها بعد تطور التجارة علي المستويين الوطني و الدولي، و لاقت بعدها اهتمام القانون الداخلي و الاتفاقيات الدولية بسبب مساهمتها في تطور الاقتصاد و إرساء العلاقات الدولية.

الفرع الأول: تعريف العلامة التجارية

عرفها المشرع الجزائري في المادة 02 من الأمر رقم 03-06 التعلق بالعلامات كما يلي:¹
" العلامات هي كل الرموز القابلة للتمثيل الخطي لا سيما الكلمات بما فيها أسماء الأشخاص و الأحرف و الأرقام و الرسومات، و الصور و الأشكال المميزة للسلع و الخدمات أو توضيحها و الألوان بمفردها أو مركبة التي تستعمل كلها لتمييز سلع أو خدمات شخص طبيعي أو معنوي عن سلع و خدمات أخرى"¹.

¹ - الأمر رقم 06-03 المؤرخ في 2003/07/19، المتعلق بالعلامات التجارية، ج. عدد 44، 2003 بتاريخ 2003/07/23.

وعرفها المشرع الفرنسي بأنها إشارة مطبوعة تستخدم لتمييز منتجات وخدمات شخص طبيعي أو معنوي¹.

والمشرع الجزائري أغفل التمييز بين العلامة التجارية التي توضع علي البضائع والعلامة الصناعية التي يضعها المصنع علي منتجاته لتمييزها عن السلع المشابهة لها، عكس ما أفرده المشرع الجزائري في الأمر 57/66 المتعلق بعلامات المصنع والعلامات التجارية².

أما الاتفاقية المتعلقة بجوانب حقوق الملكية الفكرية لسنة 1994 المعروفة بـ **T.R.I.P.S** : في مادتها 15 تنص علي أن العلامات التجارية: " تعتبر علامة أو مجموعة علامات تسمح بتمييز السلع والخدمات التي تنتجها المنشآت الأخرى صالحة بأن تكون علامة تجارية، وتكون هذه العلامات لاسيما الكلمات التي تشمل أسماء شخصية وحروف وأرقام وأشكال و مجموعات وألوان وأي مزيج من هذه العلامات مؤهلة للتسجيل كعلامة تجارية وحيث لا يكون في هذه العلامة ما يسمح بتمييز السلع والخدمات ذات الصلة، فإنه يجوز للبلدان الأعضاء أن يجعل الصلاحية لتسجيل مشروطة بالتمييز المكتسب من خلال الاستخدام، كما يجوز لها اشتراط أن تكون العلامة المزمع تسجيلها قابلة للإدراك بالنظر كشرط لتسجيلها"³.

الفرع الثاني : شروط تسجيل العلامة التجارية

إن تسجيل العلامة التجارية يتطلب شروطا موضوعية وأخرى شكلية:

¹ -« La marque est une signe susceptible de représentation graphique servant à identifier des produits ou service d'une personne physique ou morale » , In :

ميلود سلامي ، النظام القانوني للعلامات التجارية، أطروحة دكتوراه، جامعة باتنة، 2011، ص 12.

² - الأمر 57-66 المؤرخ في 19/03/1966 المتعلق بعلامات المصنع و العلامات التجارية، ج.ر ، عدد 23 بتاريخ 1966/03/22 .

³ - الطيب زروتي، القانون الدولي للملكية الفكرية، تحاليل ووثائق، الطبعة الأولى، مطبعة الكاهنة، الجزائر، 2004، ص

أولاً : الشروط الموضوعية

وتجمع غالبية القوانين المقارنة على الشروط الموضوعية التالية:

1- تميز العلامة التجارية : وهي الصفة الفارقة التي تميزها عن باقي العلامات، تطرق

لها المشرع الجزائري في المادة الثانية 06/03 المتعلق بالعلامات وتقابلها المادة 15 من اتفاقية الاودبك لسنة 1994 بقولها: "تعتبر أي علامة أو مجموعة علامات تسمح بتمييز السلع والخدمات التي تنتجها..."¹، و المحكمة العليا الجزائرية نظرت دعوى طرحت عليها بخصوص وجود تشابه بين العلامة برانس والعلامة برانساس، وأكدت علي أن اللبس الذي قصده المشرع هو الذي يجعل من المستهلك المتوسط الانتباه يخلط بين المنتجين².

2- شروط التمثيل الخطي: أوضح المشرع الجزائري في المادة 02 من الأمر 06/03 بأن

العلامات كل رمز قابل للتمثيل الخطي، ويترتب عن هذا أن تكون العلامة مكتوبة وظاهرة ماديا.

3- شرط عدم مخالفة النظام العام والآداب العامة: تقوم الدولة علي مجموعة

من الأسس الثقافية والاجتماعية والسياسية والاقتصادية، وانطلاقا من هذا اتجه المشرع الجزائري إلي التأكيد على ضرورة منع قيد أو تسجيل أية علامة تجارية مكونة من رموز مخالفة لنظام العام والآداب العامة فلا يمكن اتخاذ الكلمات البيئية أو صور التي تخدش الحياء العام كعلامة تجارية³، وأكد المشرع على هذا الموقف في المادة 13 في المرسوم التنفيذي رقم 277/05 المحدد لكيفيات

¹ اتفاقية الجوانب المتصلة بالتجارة من حقوق الملكية الفكرية، 1994، الاودبيك.

² - الغرفة التجارية والبحرية، المحكمة العليا، ملف رقم 261209، بتاريخ 2005/02/05، المجلة القضائية، عدد 01، 2003، ص 266.

³ - تنص المادة 07 فقرة 04 من الأمر 06-03 بقولها أنه " تستثنى من التسجيل الرموز المخالفة للنظام العام والآداب العامة و الرموز التي يحظر استعمالها بموجب القانون و الاتفاقيات الثنائية التي تكون الجزائر طرف فيها ".

إيداع العلامات التجارية وتسجيلها على أنه: "تخضع التسجيلات الدولية لعلامات الممتدة حمايتها للجزائر في إطار اتفاقيات الدولية التي انضمت إليها الجزائر إلى الفحص التلقائي بهدف التحقق من أنها غير مستثناة من التسجيل بسبب أو عدة أسباب من أسباب الرفض المذكورة في المادة 07 من الأمر 06/03 المتعلق بالعلامات"¹.

ثانيا: الشروط الشكلية

بعد التأكد من الشروط الموضوعية يشترط كذلك المشرع شروطا شكلية في قيد العلامة التجارية وهي التسجيل والنشر بالمعهد الوطني الجزائري للملكية الصناعية، وحدد المشرع الجزائري الخطوات الشكلية في اجراءات الإيداع والفحص والتسجيل. وتجدر الإشارة إلى أن المشرع أخذ بنظام الإيداع البسيط للعلامة التي يقوم بإيداعها صاحبها بمجرد طلب يرسل عن طريق البريد المضمون أو يودع مباشرة أمام المصلحة المختصة، والمشرع الجزائري أجمل إجراءات تسجيل العلامة كما يلي :

1- إيداع العلامة التجارية عن طريق طلب مرفق بالوثائق الإدارية الخاصة بالملف.

2- فحص العلامة التجارية في شقها الموضوعي والشكلي، وذلك بأن تتأكد المصلحة المختصة من أن طلب الإيداع مستوفي للشروط القانونية وتحضر محضرا بذلك يثبت التاريخ والساعة والمكان ورقم التسجيل.

وبعدها تنتقل المصلحة المختصة إلى الفحص من حيث المضمون والبحث فيما إذا كانت العلامة مستثناة من التسجيل أم لا لأي سبب كمخالفة النظام العام أو كسبق تسجيلها أو لأن العلامة مشابهة لإحدى العلامات المسجلة والمشهورة.

¹ - المرسوم التنفيذي 277-05 المؤرخ في 2005/08/02 يحدد كفيات إيداع العلامات وتسجيلها، ج.ر عدد 54، بتاريخ 2005/08/02.

المطلب الثاني: أسماء النطاق علي الإنترنت

إن أسماء النطاق هي البوابة الرئيسية لولوج شبكة الإنترنت، وتزداد أهميتها كلما تكون أسماء النطاق خاصة بالشركات الكبرى ذات العلامات المشهورة.

الفرع الأول: تعريف اسم النطاق

يعتبر اسم النطاق رمز من الرموز يستخدم من أجل ربط جهاز الإعلام الآلي بشبكة الانترنت وتميزه عن غيره من الحواسيب المرتبطة معه، واختلف الفقه في وضع تعريف محدد لها لاختلاف الزاوية التي تعالجه، وهي ثلاثة آراء موزعة على النحو التالي :

أ- تعريف اسم النطاق استنادا إلى مكونات اسم النطاق أو ما يسمى بالمعيار الشكلي، إذ نجد اسم النطاق يتشكل من ثلاثة أجزاء جزء دائم في مقطعه <http://www>، ثم الجزء الثاني الذي يحمل اسم الشركة أو رمزها أو مختصرها أو الجهة التي تملك اسم النطاق، و ثالثا الجزء الأخير من العنوان الالكتروني و المعروف باسم النطاق و فيه من يقول بالامتداد Extention، ثم إن اسم النطاق بدوره يقسم إلى:

1- اسم نطاق ذي المستوى الأعلى العام: يدل على هوية أو نشاط صاحب الموقع، مثل: .NET,COM,ORG,GOV.

2- اسم نطاق المستوى العالي لرمز الدول و يشير إلى اسم القطاع أو المجال أو الحيز الجغرافي مثل: FR,BE,DZ .

ب- اسم النطاق استنادا إلى وظيفته، عرف بأنه: "عنوان فريد و مميز يتكون من عدد من الأحرف الأبجدية أو الأرقام التي يمكن بواسطتها الوصول إلى موقع ما على الانترنت"¹، ومن هذا التعريف ينفرد اسم النطاق على شبكة الانترنت و يميز الموقع الالكتروني عن باقي

¹ -رامي محمود علوان: "المنازعات حول العلامات التجارية و أسماء مواقع الأنترنت"، مجلة الشريعة و القانون، جامعة الإمارات العربية المتحدة، عدد22، جانفي2005، ص366.

المواقع¹.

ج- تعريف اسم النطاق بحسب طبيعته التقنية و الفنية، ويقصد به أن اسم النطاق عبارة عن رقم يعرف بصاحب الموقع عند اتصال عدة حواسيب مع بعضها البعض، وعليه يعتبر: "مجرد تحويل أو نقل مجموعة من الأرقام في صورة حروف تشكل مصطلحا يتلاءم و اسم المشروع أو المنظمة"².

ويدعم أصحاب هذا الاتجاه رأيهم على أن اسم النطاق يتكون كحد أعلى من 12 رقم، ونظرا لصعوبة هذه الأرقام استبدلت بحروف بسيطة تسهل حفظها على أن يتم تحويل تلك الأحرف إلى أرقام عند اتصالها بالخادم فيتعرف الحاسوب على العنوان المناسب لاسم النطاق³.

ونظرا لحدثة الموضوع فإنه لا يزال محل النزاعات القضائية أين حاول القضاة تعريف اسم النطاق و بيان طبيعته القانونية ومن بينها تعريف محكمة استئناف باريس التي أكدت على اسم النطاق عبارة على عنوان افتراضي يحدد مواقع المشروعات على مستوى الشبكات⁴، إذا اقتنع القضاة بأن اسم الموقع وسيلة اتصال بين الهيئات المختلفة عبر الانترنت⁵.

¹ - هدى حامد قشقوش، الحماية الجنائية للتجارة الالكترونية عبر الانترنت، دار النهضة العربية، القاهرة، 2000، ص78.

² - فانتن حسين حواء، المواقع الالكترونية و حقوق الملكية الفكرية، دار الثقافة للتوزيع و النشر، الأردن، 2010، ص53.

³ - شريف محمد غنام، حماية العلامات التجارية عبر الانترنت و علاقتها بالعنوان الالكتروني، دار الجامعة الجديدة للنشر، الاسكندرية، مصر، 2007، ص11.

⁴ - Samuel Malka, La confrontation entre la protection juridique de nom de domaine et de la protection juridique de la marque, mémoire de master, université Pantheon-Sorbonne, Paris, France, 2006, p09.

⁵ - Forest David, Droit des marques et noms des domaines, Edition Gualino , 2012, Paris, p16.

الفرع الثاني: شروط تسجيل أسماء المواقع

يتم اكتساب الموقع الالكتروني عن طريق التسجيل و الذي يخضع بدوره لعدة شروط شكلية و أخرى موضوعية .

أ- الشروط الشكلية : وهي في مجملها تتعلق بشروط خاصة بطالب التسجيل و شروط أخرى ذات طابع تقني و شروط تخص العنوان الالكتروني ذاته، فإذا بحثنا في الشروط التي يجب أن تتوفر في طالب التسجيل الذي قد يكون شخص طبيعياً أو شخصاً معنوياً، يمكنه أن يسجل في أحد الامتدادين الجغرافي أو النوعي حسب رغبته و الغرض المطلوب من الموقع، إذ نجد أن الشركات المحلية تفضل التسجيل على الامتدادات المحلية أما الشركات الكبرى فتفضل التسجيل في الامتدادات العليا العامة و إن كان لا يوجد ما يمنع التسجيل على أي امتداد، بما فيها إمكانية قيدها تحت امتدادات الخاصة بدولة ما¹.

أما بالنسبة لأسماء المواقع العليا العامة التي تكون مفتوحة للجميع و نخص بالذكر المواقع العليا الجغرافية/ الوطنية التي تعتبر امتداد يحمل رمز الدولة كالجوائز **DZ** و بلجيكا **BE** و تونس **TN** .

و المختصر العام أن عملية تسجيل أسماء النطاق تتنوع بحسب عنوان الموقع الالكتروني و الجهة القائمة بالتسجيل و الإجراءات المطلوبة فيتم تحديدها عن طريق بدأ اسم النطاق بحرف أبجدي أو رقم دون أن يتجاوز عنوان 63 حرفاً مع لزوم أن يطابق هذا الأخير موضوع النشاط.

¹ - تجدر الإشارة إلى أن الامتدادات العليا العامة قد تكون مقيدة أو غير مقيدة التسجيل فيها و مثالها امتداد gov الخاص بالجهات الحكومية و امتداد edu الخاص بالجهات الأكاديمية، وتسير الأولى الهيئة الأمريكية المسماة US GENERAL SERVICES ADMINISTRATION، و من أمثلة الأسماء الرئيسية العليا AERO المخصص لشركات الطيران و BIZ لقطاع الأعمال و امتداد INFO لأعمال البر والإحسان، و توجد أسماء أخرى مثل: TEL و JOBS و MOBI وغيرها، و كل هذه النطاقات أضافتها إدارة الايكان ICANN وهي مختصر Internet Corporation For Assigned names and Numbers .

ب- الشروط الموضوعية: ويرتكز كشرط جوهري على جدة العنوان الالكتروني الذي يخضع لقاعدة الأفضلية في الإيداع بالأسبقية في التسجيل والتي يصطلح عليها كذلك أول القادمين أول المخدومين¹، فضلا على أنه يجب أن يكون اسم العنوان الالكتروني مميزا عن باقي الأسماء ولا يشوبه الغموض واللبس ويمنع الخلط في أذهان الجمهور أو تضليله، هذا ويجب أن لا يتعارض اسم النطاق مع النظام العام والآداب العامة التي يقوم عليها مجتمع ما في دولة معينة وأن لا يتعارض مع التنظيم المعمول به داخل الدولة²، و بعد استيفاء تلك الشروط تأتي مرحلة إيداع الطلب و الوثائق اللازمة ليتحصل الطالب على عقد إيداع اسم النطاق ويكون موضوعه الخدمة المعلوماتية³. و بعد إيداع الملف تتحقق الجهات المعنية ما إذا كان اسم النطاق مشروع أم لا وهل سبق التعامل به على أن يكون متفردا و متاحا على شبكة الانترنت، وأسماء النطاق لا تخضع لسجل التصنيف الذي يشبه تصنيف العلامات التجارية الوارد في اتفاقية نيس بشأن التصنيف الدولي للسلع و الخدمات، ومن أجل رفع اللبس حول ما إذا كان الاسم مسجل من قبل أم لا يتم اللجوء إلى قواعد البيانات الخاصة و البحث في وجود الاسم المرغوب فيه أم لا.

المبحث الثاني:

¹ - ومبدأ الأسبقية يعني المبادر أولا إلى قيد العنوان و بالتالي يكون أول بالحماية القانونية بغض النظر عن سبق الاستعمال، هادي مسلم يونس، إجراءات وقواعد تسجيل أسماء النطاق لمواقع الانترنت، الرافدين للحقوق، المجلد 03، السنة 10، العدد 62، العراق، 2005، ص 143.

² - طاهر شوقي مؤمن، النظام القانوني لاسم النطاق، مجلة مصر المعاصرة، العدد 205، أبريل 2011، ص 19.

³ - طوني ميشال عيسى، التنظيم القانوني لشبكة الانترنت، دراسة مقارنة في ضوء القوانين الوضعية و الاتفاقيات الدولية، بيروت/ 2001، ص 54.

نطاق تطبيق مبدأ الأسبقية بين أسماء النطاق والعلامات التجارية

لقد قمنا بتعريف كل من أسماء النطاق والعلامات التجارية وبيننا شروط وعناصر كل منهما، ومتى كان الأمر كذلك فإنه قد تثار منازعات بين صاحب العلامة التجارية مالك اسم النطاق سواء في قيدها أو عند استعمالها ، وفي هذه النقطة من التنازع تظهر الحاجة الماسة لإعمال مبدأ الأسبقية في التسجيل.

المطلب الأول: التفرقة بين أسماء النطاق والعلامات التجارية.

تهدف العلامة التجارية الى التمييز بين السلع والخدمات المعروضة على المستهلك، بحيث تضمن له عدم تضليله مقارنة بالسلع الأخرى، أما اسم النطاق فهو بوابة الدخول إلى الأنترنت يحدد مكان الشركة على المواقع العنكبوتية¹.

الفرع الأول: أوجه التشابه بين العلامة التجارية واسم النطاق

تلقتي عدة أوجه تشابه بينهما، يمكن إجمالها فيما يلي:

1- أن لكليهما يخضع لإجراءات التسجيل وهي شرط أساسي للحماية القانونية سواء القضائية أو الإدارية، ثم إنه يمكن تسجيل علامة تجارية باسم نطاق والعكس صحيح، علما أنه إذا تم تسجيل اسم النطاق في شكل علامة تجارية فيمنع قيد أية علامة بعده².

2- يقع على عاتق طالب تسجيل العلامة أو اسم النطاق البحث في القيد المسبق لهما، وهنا يتم العمل بمبدأ الحماية لمن بادروا بالتسجيل وذلك في حالة تزامن عدة علامات وأسماء نطاق.

3- أن لكلا الحقين يتمتعان بالحماية المؤقتة وليست حماية دائمة، ومثالها نص المادة 05 من الأمر 06/03 المتعلق بالعلامات التجارية التي حددت مدة الحماية لعشر سنوات

¹ - صلاح زين الدين التاجي، الملكية الصناعية والتجارية، الطبعة الأولى دار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان، 2002، ص253.

² - خالد ممدوح ابراهيم، جرائم التعدي على حقوق الملكية الفكرية، دار الجامعة الجديدة، الاسكندرية، ص136.

تبدأ من يوم التسجيل، أما الحماية المقررة على أسماء النطاق فهي تختلف حسب قانون كل دولة وبصفة عامة يتم تجديدها خلال نهاية القادمة حسب موقع الايكان¹.
4- أن كل شروط قيد العلامات التجارية وأسماء النطاق تستوجب أن تكون مميزة وجديدة ومشروعة، والهدف من ذلك تسمية منتج أو خدمة لشركة معينة وتميزها عن باقي المنتجات المتداولة في السوق.

الفرع الثاني: تمييز اسم النطاق على العلامة التجارية

رغم التشابه الموجود بين المصنفين إلا أنهما يختلفان في عدة نقاط أهمها:

1- من حيث الغرض أو الهدف يتمتع كل واحدة منهما بوظيفة تختلف عن الأخرى، فاسم النطاق عنوان أو موقع على الأنترنت يتيح الدخول من أجل اقتناء أو تسويق الخدمة أو المنتج، أما العلامة التجارية فهي التي تميز السلع أو الخدمة عن باقي الأشياء المشابهة لها.

2- من حيث الجهة المختصة بالقيّد، نجد أن العامة التجارية تقيد من جهات تابعة للدولة ومثالها المعهد الوطني الجزائري للملكية الصناعية، أما اسم النطاق فيتولاها مركز البحث في الإعلام العلمي والتقني CERIST أو أمام هيئات مختصة، ثم إن إجراءات التسجيل تختلف من حيث تطبيق مبدأ من يصل أولاً يخدم أولاً، أما العلامة التجارية فتخضع للفحص شكلاً وموضوعاً².

3- أما من حيث المحل ونطاق حمايته، فإن تسجيل العلامة التجارية مرتبط بالسلع والخدمات أما أسماء النطاق مرتبط بالجهة التي تطلب التسجيل كالحكومات مثلا، أما العلامات التجارية فهي ترتبط بنشاط معين، والمقصود بنطاق الحماية هو الحيز الجغرافي إذ نجد من العلامات التجارية ما تسجل من أجل الحماية داخل إقليم

¹-www.whois.icann.org/en ,disponible le 15/05/2021.

²-فاتن حسين حوي، المواقع الالكترونية وحقوق الملكية الفكرية، دار الثقافة للنشر والتوزيع،الأردن،2010، ص71.

الدولة ومنها ما يكون خارجها أي عالمي، إلا أن اسم النطاق فيكون مداه عالمي بمجرد تسجيله.

المطلب الثاني: التنازع في أسماء النطاق والعلامات التجارية وعلاقتها بمبدأ الأسبقية في التسجيل.

تختلف أسباب وحالات تعارض أسماء النطاق مع العلامة التجارية عبر شبكات الانترنت، ويرجع ذلك لاختلاف القواعد القانونية التي تحكمهما.

الفرع الأول: مبدأ الأسبقية في التسجيل

ويقصد به أنه يمكن للشخص أن يحصل على اسم نطاق قبل غيره من أصحاب المشروعات والأشخاص العادية، ويتجلى هذا المبدأ في حرمان العلامة من تسجيل عنوان الكتروني يمثلها على شبكة الأنترنت¹.

والأسبقية في التسجيل تجد لها مكانا في عالم الاتصالات بالأقمار الصناعية عندما كانت تسعى الدول المتقدمة إلى تقسيم المصادر الطبيعية للفضاء بين الدول ، وتم تجسيد هذا المبدأ قضائيا في قضية **ALICE** الفرنسية إذ تقدمت شركة **SANALICE** المتخصصة في مجال الإشهار والإعلانات بطلب تسجيل عنوان الكتروني لها على شبكة الأنترنت (WWW.ALICE.FR) رفضت شركة **AFNIC** المتخصصة في تسجيل المواقع الالكترونية الفرنسية بأن العنوان الالكتروني المطلوب تسجيله غير متاح بسبب أنه سبق تسجيله لشركة **SAALICE** المتخصصة في المعلوماتية، وكان القضاء الفرنسي قد حكم على أن تسجيل العنوان جاء مطابق للقواعد التي وضعها شركة **AFNIC** خصوصا مبدأ الأسبقية في التسجيل فلا يوجد بعدها أي تعدي على الحقوق المعنوية².

¹ - خالد ممدوح إبراهيم، المرجع السابق، ص76.

² - شريف محمد غنام، حماية العلامة التجارية عبر الأنترنت في علاقتها بالعنوان الالكتروني، دار الجامعة الجديدة للنشر، 2007، ص75.

وعلى نفس المنوال يخضع تسجيل العلامة التجارية بدوره إلى قاعدة مبدأ الأسبقية في تقديم طلب التسجيل ، ولهذا السبب ترفض مصالح تسجيل العلامات طلبات التسجيل اللاحقة وإذا تقدم شخصان فأكثر على تسجيل نفس العلامة في وقت واحد توقفت تلك الجهات عن التسجيل إلى غاية البت وديا أو قضائيا بين أصحاب الطلبات¹، ويختلف الأمر عند تسجيل اسم النطاق أين يكفي فقط بأن يكون العنوان متاحا حيث يتم التسجيل، بمعنى أن إثبات ملكية العنوان الالكتروني غير مطلوبة.

الفرع الثاني: مبدأ التخصص على شبكة الانترنت.

ويعني هذا المبدأ أن القانون يحمي العلامة التجارية بالنسبة للمنتجات والخدمات المحددة في طلب تسجيل العلامة وتخرج عن دائرتها الخدمات والمنتجات غير مشابة إلا في حالة العلامة المشهورة².

ونص المشرع المصري للتجارة الالكترونية على أسماء النطاق وحمايتها، وأن كل اسم يعبر عن مشروع اقتصادي أو تجاري وفقا للضوابط التي يحددها³، وفي غياب مبدأ إقليمية المواقع الالكترونية أصبح بإمكان أي شخص أن يسجل عنوانا الكترونيا له.

الفرع الثالث: آثار تطبيق مبدأ الأسبقية.

يترتب عن منح اسم النطاق مبدأ الأسبقية في التسجيل نشوء عدة نزاعات مع مالكي العلامات التجارية، ويؤدي ذلك إلى الحيلولة دون أن يقوم الغير بتمثيل منتجاته وخدماته على الانترنت حيث قد يوجد عدة مشروعات يرغب كل واحد منها امتلاك اسم النطاق لعلامة تجارية على مستوى الشبكات.

¹ - المرجع نفسه، ص76.

² -Alain Bensoussan, Internet, aspects juridiques, 2^{ème} édition, Hermes, Paris, 1998. p106.

³ - هدى حامد قشقوش ، الحماية الجنائية للتجارة الالكترونية، دار النهضة العربية، القاهرة، 2000، ص 80.

إن مبدأ الأسبقية يعطي الأفضلية للمشروع الذي يبادر أولاً بتسجيل اسم النطاق ويترتب عنه منع المشروع التالي من تسجيل نفس العلامة، حتى ولو كان هذا الشخص الأسبق في اكتساب العلامة التجارية وبالتالي يكون صاحب العلامة التجارية محل اعتداء على حق مشروع خصوصاً إذا كانت العلامة التجارية مشهورة ففي هذه الحالة تتضاعف الأضرار اللاحقة بها، لذا اقترحت بعض الحلول كإجراء اسم النطاق أو تسجيل أسماء النطاق كعلامات تجارية أو كلجوء شركة ICANN إلى فكرة التعهد بعدم المساس بحقوق الغير أي أن طالب تسجيل اسم النطاق يتعهد أمامها بأن العنوان المراد تسجيله لا يشكل مساساً بحقوق الملكية الفكرية للغير.

خاتمة:

من خلال هذه الدراسة فإن مبدأ الأسبقية مطلوب عند تسجيل أسماء النطاق وكذا عند قيد العلامة التجارية، وهذه الطريقة الأمثل والوحيدة التي تمكن من تفريد تسجيل اسم النطاق ولا يستطيع أي مشروع الحصول على نفس الامتداد إعمالاً لقاعدة من يصل أولاً يستحق اسم النطاق لوحده، ونفس المبدأ يطبق بالنسبة للعلامة التجارية وإن كان يتم إعماله لمن بادر باستغلالها أولاً، ويقوم مبدأ الأسبقية هنا إما على المستغل الأول للعلامة التجارية أو لمن بادر بتسجيلها وقيدها لدى الجهات المختصة، ويكون الاختلاف هنا أن الشخص الذي يصل إلى تسجيل اسم النطاق يكون الأحق به لكون النظام المعلوماتي لا يسمح بتسجيل نطاقين بنفس التسمية.

أن المعمول به في مجال تسجيل اسم الموقع العالي العام أنه لا يشترط في طالب التسجيل تقديم ما يثبت ملكية الموقع، والقيد الوحيد الذي عليه احترامه هو تقديم تعهد من طرفه يكون فحواه التزام منه بأنه لا يتعرض ولا ينتهك حقوق الآخرين، مما ينسجم مع مبادئ المنظمة العالمية للملكية الفكرية التي أكدت في تقرير لها الخاص بمنازعات الملكية الفكرية بشأن الحقوق العليا لرموز البلدان وتسويتها على ضرورة وضع

بند في العقود أو الاتفاقات المتعلقة بالخدمة تلزم طالب التسجيل بأن يتعهد بأن لا يعتدي على حقوق الغير بما فيها حقوق الملكية الفكرية¹، هذا يطابق توصيات هيئة الايكان ICANN التي وضعت التزاما² على عاتق طالب التسجيل يضمن عدم انتهاك حقوق أصحاب العلامات التجارية المسجلة والمشهورة³.

النتائج:

- 1- تبنت منظمة الايكان آليات جديدة لتسوية المنازعات بين مواقع الأنترنت والعلامات التجارية واصطلحت عليها السياسة الموحدة لحل نزاعات أسماء المواقع الالكترونية.
- 2- أن قرارات التي تصدر من جهات ICANN وWHOIS غير قابلة لأي طعن قضائي.
- 3- يمنع في حالة النزاع حول اسم النطاق التصرف فيه بالبيع أو أي تصرف مشابه.
- 4- لا تشترط المنظمة الحالية للتجارة والجهات الإدارية المكلفة بأسماء النطاق أن تكون العلامة التجارية مسجلة لإمكان حمايتها مما يتعرض له اعتداء ما يؤكد موقف المشرع الجزائري الذي أبداه في المادة 106 فقرة 03 من الأمر 06/03 المؤرخ في: 2003/07/19 المتعلق بالعلامات للشخص الذي قام بعرض سلعة أو خدمات تحت العلامة المطلوبة أثناء معرض دولي رسمي أو معترف به رسميا أن يطلب تسجيل العلامة ويطلب بحق الأولوية فيها ابتداء من تاريخ عرض السلع أو الخدمات تحت هذه العلامة وذلك في اجل أقصاه 03 أشهر ابتداء من انتهاء المعرض.

¹ - تقرير الويبو، أفضل الإجراءات لتفادي منازعات الملكية الفكرية بشأن الحقوق العليا الحكومة من رموز البلدان وتسويتها، وتقرير متوفر على الموقع WWW.WIPO.INT، تاريخ الزيارة: 2018/02/03

² - Sebastien Guerrero, La procédure de règlement des litiges relatifs aux noms de domaines, fiche pratique. Disponible sur : www.legalbiznext.com/droit, le 20 Janvier 2011.

³ - Basile Ader. Le nom de domaine dans un paysage juridique français, mémoire DESS, propriété intellectuelle, Université Pantheon Assus, Paris, 2001, p12.

5- أن الجزائر تدرج ضمن الدول المتأخرة في تكييف قوانين التجارة الالكترونية مع متطلبات الملكية الفكرية فالموقع الالكتروني يعتبر ذو قيمة كبيرة فهو واجهة المحل التجاري على شبكة الانترنت.

6- أن اسم النطاق لا يعد عنصرا من عناصر الملكية الفكرية ،موضوعه مستقل عنهما تزامن ظهوره مع انتشار شبكة الانترنت تتجسد وظيفته في أنه يمنح فرصة للدخول على الموقع الالكتروني ، كما أن الشخص الذي يسجل عنوانا الكترونيا باسمه فانه يريد أن يجمع فيه أنشطته وبياناته الشخصية فيتم التعامل معه باحترام حياته الخاصة¹ ولا يؤدي هذا للقول بأن اسم النطاق هو موطن أو إقامة الشخص لكون القضاء والقانون يقربان دوما بين الموطن ومحل الإقامة المعتاد .

التوصيات: نوصي بما يلي

- تشجيع آليات التحكيم الالكتروني في مجال العلامات التجارية وأسماء النطاق.
- إلزام كل طالب تسجيل موقع الكتروني مراجعة قواعد البيانات المتعلقة بالعلامات التجارية حتى يتأكد من عدم وجود تسمية أخرى للمشروع.
- تعديل قانون حماية المؤلف وقانون العلامة التجارية من أجل إخضاع أسماء النطاق للحماية القانونية وكذا من أجل بناء منظومة قانونية ذات العلاقة بعنونة المواقع الالكترونية.
- التعجيل بتنصيب الأقطاب المتخصصة بالنظر في منازعات الملكية الفكرية المنصوص عليها في المادة 32 فقرة 08 من القانون رقم 09/08 المؤرخ في 2008/02/25 المتضمن قانون الإجراءات المدنية والإدارية².

¹ -شريف محمد غنام، حماية العلامة التجارية عبر الأنترنت في علاقتها بالعنوان الالكتروني، دار النهضة العربية، 2007 ، ص45.

² - الجريدة الرسمية رقم: 21 بتاريخ: 2008/04/23.

- تشجيع الأشخاص على تسجيل أسماء النطاق كعلامة في السجل التجاري حتى يتم تمييز السلع والخدمات على الأنترنت¹، وبما يفتح المجال لتطبيق النصوص القانونية التي تحكم العلامات التجارية أما إذا كان تسجيل اسم النطاق واستعماله كمصنف فتطبق عليه أحكام قانون حق المؤلف والحقوق المجاورة².

¹ - حسن جميعي، حق المؤلف والحقوق المجاورة في سياق الأنترنت، متوفر على الموقع: [WIPO. INT .WWW](http://WIPO.INT.WWW) ، تاريخ التصفح 2021/04/25.

² -نوري محمد خاطر، شرح قواعد الملكية الفكرية. الملكية الصناعية دراسة مقارنة بين القانون الأوربي والاماراتي والفرنسي ، دار وائل للنشر، عمان، 2005، ص381.