

"المنازعات حول العلامات التجارية وأسماء موقع الإنترنٌت"

إعداد: رامي محمد علوان*

ملخص البحث:

يعالج البحث إشكاليات قانونية جديدة بدأت تزداد أهميتها في أعقاب زيادة الواقع الإلكتروني والتسارع الكبير في تسجيل أسماء موقع الإنترنٌت (Domain Name). يقدم الباحث لبحثه في فصل تمهيدي بإعطاء لمحة عن أسماء الواقع من حيث تعريفها والنظام الذي يحكمها وأنواعها والجهات التي تسجل لديها وإجراءات تسجيلها والفرق المختلفة بين العلامات التجارية وأسماء الواقع. ومن ثم يبين في الفصل الأول صور المنازعات حول العلامات التجارية وأسماء الواقع مثل التسجيل بسوء نية لاسم موقع متطابق أو متشابه بدرجة تثير اللبس مع علامة تجارية وغيرها من المنازعات الأخرى. ويحدد الفصل الثاني والأخير من البحث السبل التقنية الكفيلة بتفادي المنازعات حول العلامات التجارية وأسماء الواقع والإجراءات العملية القانونية التي يمكن اتخاذها حل تلك المنازعات في حالة وقوعها مع التركيز في هذا الخصوص على السياسة الموحدة لحل منازعات أسماء الواقع (UDRP) التي اعتمدتها المنظمة الدولية لمنح الأسماء والأرقام على الإنترنٌت (ICANN) والجهات التي تقوم بحل منازعات أسماء موقع الإنترنٌت مثل مركز الويبو للوساطة والتحكيم (WAMC) ومجمع

التحكيم الوطني(NAF) وغيرها. وأخيراً ينهي الباحث بحثه بتبني بعض المقترنات التي من شأنها إذا ما اعتمدت تطوير قوانين العلامات التجارية والمنافسة غير المشروعة في الوطن العربي وزيادة فهمنا للموضوعات المتعلقة بأسماء الواقع بشكل خاص وقوانين التجارة الإلكترونية والفضاء الإلكتروني بشكل عام.

* محام و باحث متخصص في قوانين التجارة الإلكترونية والإنترنٌت.

مقدمة:

يعيش العالم اليوم ثورة حثيثة متتسارعة في مجال الاتصالات وتكنولوجيا المعلومات^(١). تعرف بشورة الاتصال الإلكتروني أو الثورة الرقمية^(٢). وقد جاءت هذه الثورة نتيجة للتقدم المطرد والهائل في وسائل الاتصال والمعلوماتية^(٣) والحواسيب الإلكترونية.

وتتوفر أجهزة الاتصال الإلكترونية الحديثة، التي تتحفنا بها قريحة العقل البشري كل يوم فرصة فريدة للاتصال والتواصل بين بني البشر قاطبة الذين استفادوا من الإمكانيات الهائلة التي توفرها شبكة الإنترن特 العملاقة في نقل

(١) انظر، أسامة الخولي "تكنولوجيا المعلومات ما بين التهرين والتهويل"، ورقة قدمت لمنتدى البحرين الفكري في ٥ حزيران / يونيو ٢٠٠٠، ٢٠٦٠، ص ٢٠٠٠، ٢٠٠٠، هان شحادة الخوري "قراءة في كتاب تكنولوجيا المعلومات على اعتاب القرن الواحد والعشرين"، مجلة التقدم العلمي، العدد ٣٢، أكتوبر / ديسمبر ٢٠٠٠، ص ٩٤ - ٩٢، وانظر كذلك معن النقري، "مسارات التكنولوجيا وتصنيفات العولمة والمعلوماتية في العالم العربي"، العدد ٣٠، ابريل / يونيو ٢٠٠٠، والورقة التي قدمها عدنان نافعة بعنوان "العلوم والتكنولوجيا في العالم المعاصر" -ندوة العلوم والتكنولوجيا في الوطن العربي، الواقع والطموح، التي عقدت في مؤسسة عبد الحميد شومان بتاريخ ٢٠٠١-١٠-٢١.

(٢) For an excellent source see, Jack Gribbin, Digital Revolution, Dorling Kindersley, London, 2002

(٣) يقصد بالثورة المعلوماتية ذلك الانفجار المعرفي الضخم وتضاعف الإنتاج الفكري في شتى ميادين المعرفة. لمزيد من التفصيل حول الثورة المعلوماتية، انظر معن النقري "العرب وعصر المعلومات"، المركز الثقافي العربي، المغرب، الطبعة الأولى ٢٠٠٢، وذات المؤلف المعلوماتية والجامعة، المركز الثقافي العربي، المغرب، الطبعة الأولى ٢٠٠١ و "حوار الفضاء السيريري وكوكب المعلوماتية"، مجلة التقدم العلمي، عدد ٣٤، ابريل يونيو ٢٠٠١ ونبيل علي، "الثقافة العربية وعصر المعلومات، عالم المعرفة، عدد ٢٦٥، يناير ٢٠٠١، وماي الاختيار" تاريخ المعلوماتية" ، مجلة المعلوماتي، الحاسوب والتقييمات، عدد ٨٩، السنة ٩، آذار ٢٠٠١.

المعلومات والبيانات، عبر أثير الفضاء الإلكتروني^(١) وبسرعة الضوء ولح البصر من شرق الكره الأرضية إلى مغربها ومن شاها إلى جنوها^(٢).

وقد سارع رجال الأعمال وأصحاب الشركات، الكبرى والصغرى منها على السواء، للاستفادة من هذه الإمكانيات التي تتيحها الشبكة، وذلك بتأسيس موقع تجاري لهم في الفضاء الإلكتروني (Cyberspace)، وذلك بغية التعريف بالأعمال التي يقومون بها، والخدمات التي يقدمونها، فضلاً عن تسهيل تواصل هذه الشركات على مدار الساعة مع عملائها و زبائنها أينما وجدوا.

ولم تكتف هذه الشركات بجعل مواقعها الإلكترونية بمثابة واجهة لحلقاتها التجارية، تعرض فيها مختلف البضائع والمتوجات، وإنما أضافت عليها طابعاً تفاعلياً ايجابياً (Interactive)، يتيح للعميل إجراء تعاقدهاته وإدراج طلبات الشراء الخاصة به فوراً من خلال تعبئة نموذج أو عقد موضوع سلفاً في الموقع الإلكتروني من دون تكفل عناء ومشقة الاتصال المباشر مع هذه الشركات.

(١) ظهر مصطلح الفضاء الإلكتروني (Cyberspace) لأول مره في عام ١٩٨٤ في رواية الخيال العلمي (Neuromancer) للروائي William Gibson. ويرتبط هذا المصطلح بالمجتمعات الافتراضية (Virtual Communities) وشبكات الحواسيب (Computer Networks) والإنترنيت (Internet). لمعرفه المزيد حول تعريف الفضاء الإلكتروني والمجتمعات الافتراضية، انظر:

Anthony Ralston, Edwin D. Reily, David Hemmendinger, Encyclopedia of Computer Science, Fourth Edition, Nature Publishing Group, 2000, p 445-447.

(٢) لتبّع كيفيّة انتقال البيانات (bits) والبيانات المشكّلة من الصور والنصوص والأصوات والرموز والأرقام في الفضاء الإلكتروني يمكن زيارة أطلس الفضاء الإلكتروني (An Atlas of Cyberspace) على عنوان الموقع: <http://www.cybergeography.org/atlas/atlas.html>

وخطوة أولى لمارسه أعمال التجارة الإلكترونية، وتأسيس هذه المواقع، كان لا بد من حجز وتسجيل أسماء موقع^(١) (Domain Names) يمكن تذكرها بسهولة وتناسب مع أسماء هذه الشركات أو علاماتها التجارية. وقد تفاجئ هذه الشركات حينما تلجأ للشركات المعتمدة لتسجيل أسماء الموقع العليا العامة(gTLDs) أو الجهات المسجلة لأسماء الموقع العليا المكونة من رموز الدول(cTLDsc) أن علاماتها التجارية مسجلة كأسماء موقع من قبلأشخاص لا علاقة لهم بهذه الأسماء. ولما كان كل اسم موقع فريداً بحد ذاته (each) كما أنه لا يمكن تسجيل اسمي موقعين متطابقين في الفضاء الإلكتروني، وذلك على خلاف الحال بالنسبة للنظام القانوني الذي يحكم العلامات التجارية والذي يسمح بتسجيل علامات تجارية متشابهة أو حتى متطابقة لتمييز بضائع ومنتجات مختلفة^(٢)، فإن ذلك يشير التساؤلات القانونية التي لا تنتهي حول العلاقة التي تربط أسماء موقع الإنترنٌت بالعلامات

(١) See the Encyclopedia of Forms and Precedent- e-commerce- Part 3 Domain names available at <http://www.butterworths.com> visited on 18/3/02

(٢) Jessica Litman, the DNS Wars: Trademarks and the Internet Domain System, 4J Small & Emerging Bus. L. 149 (2000) available at http://www.law.wayne.edu/litman/papers/DNS_wars.pdf visited on 12-2-2002, Deborah E. Bouchoux, Protecting your company's Intellectual Property, Amacon, 2001, p77, Legal Issues of Electronic commerce-A practical guide for SMEs, Norwegian Research Center for Computers and law, University of Oslo, available at http://www.eclip.org/documentsII/ecommerce_SME.pdf Visited on 3-6-2003.

التجارية^(١)، ومن له الحق بتسجيل اسم الموقع؟ هل هو الشخص الأسبق في التسجيل أم صاحب العلامة التجارية التي تتطابق أو تتشابه مع اسم الموقع الإلكتروني المراد تسجيله؟، وهل هناك من شروط وقيود معينة يجب الامتثال لها حتى يتم تسجيل اسم الموقع؟ وهل يشكل تسجيل اسم موقع متطابق أو متشابه لعلامة تجارية مشهورة اعتداء على العلامة التجارية؟ وهل يمكن أن يشكل ذلك أيضاً منافسة غير مشروعة (Unfair Competition)، إذا كان من شأن هذا التسجيل أن يضلل زوار موقع الإنترنت ويحملهم على الخلط بين صاحب العلامة التجارية التي يعرفونها ومالك الموقع الذي يزورونه؟ وهل يفضي هذا التسجيل إلى تزوير أو تقليل للعلامة التجارية؟ وما هي الإجراءات التي يمكن للأفراد أو الشركات التي ترغب بتأسيس موقع لها اتخاذها بغية حماية نفسها من خطر قراصنة أسماء الواقع الإلكتروني(Cybersquatters)؟ ومن هي الجهات أو الم هيئات التي تختص بحل المنازعات والخلافات التي تنشب بسبب تسجيل أسماء موقع متطابقة أو متشابهة مع العلامات التجارية التي تملكها هذه الشركات؟ وهل يمكن لأصحاب الأسماء المشهورة واللامعة في الفن والسياسة الالتجاء لهذه الهيئات لنقل أسماء الواقع المسجلة من قبل آخرين لا علاقة لهم لا من قريب ولا من بعيد بأسمائهم المشهورة؟ وكيف يمكن لهذه الشركات استرداد علاماتها

(١) فهم طبيعة العلاقة التي تربط العلامات التجارية بأسماء الواقع، انظر المعاشرة التي ألقاها طلال أبوغزاله بعنوان "التجارة الإلكترونية والملكية الفكرية" في غرفة التجارة، عمان، المملكة الأردنية الهاشمية بتاريخ ٨ أيلول ٢٠٠١.

التجارية المسجلة كأسماء موقع من دون وجه حق؟، وما هي الأسس أو المبادئ القانونية التي سوف تستند إليها في ذلك؟ وكيف ينشأ وتحل المنازعات حول العلامات التجارية وأسماء الواقع؟.

وبالنظر لطبيعة الإنترنت التي لا تعرف بالحدود الجغرافية، ولا تحفل بالقواعد والأنظمة القانونية^(١) التي وضعت في البلدان المختلفة لتقرير حماية قانونية للعلامات التجارية من المعدين عليها، وبمساعدة تقانات متتسارعة حديثة لا يمكن التنبؤ بماذا تخبيء مستقبلاً لنا، وجدت أوجه وأنماط جديدة للاعتداء على العلامات لم تكن معروفة من قبل^(٢).

ويهمنا في هذه الدراسة بيان صور المنازعات حول العلامات التجارية وأسماء الواقع. وتناول الدراسة تحديد أوجه حل المنازعات سواء كان ذلك بطرق وقائية احتياطية تهدف إلى منع وقوعها أم بعملية علاجية تتطلع إلى ما يمكن فعله بعد وقوعها. ولكن لا بد لنا قبل ذلك من إعطاء فكرة موجزة عن أسماء الواقع من حيث تعريفها وأنواعها، وإجراءات تسجيلها، والنظام الذي ت العمل بموجبه والجهات التي تسجل لديها وأن تغيّر بينها وبين العلامات التجارية وذلك كما يلي:

(١) Graham Smith, Internet Law and Regulation, Sweet & Maxwell, London, third edition, 2002.

(٢) انظر: حسن عبد الباسط جمبي، سمير حمزة، "الحماية القانونية لموقع الإنترنت وأسماء الدومين"، مؤتمر التجارة الإلكترونية والإعسار عبر الحدود، مركز القاهرة الإقليمي للتحكيم الدولي، ٢٠-٢٢ نوفمبر، ٢٠٠٠، ص ١٨.

الفصل التمهيدي

التعريف بأسماء المواقع (Domain Names)

والتفريق بينها وبين العلامات التجارية

موضوع أسماء المواقع موضوع حديث في الغرب وهو من باب أولى موضوع أحدث في الوطن العربي. ومن الطبيعي أن نولي التعريف بأسماء المواقع أهمية أكبر من التعريف بالعلامات التجارية التي هي موضوع تقليدي تكثر حوله الدراسات الأجنبية والערבية.

المطلب الأول

أسماء المواقع

أولاً: لغة عامة:

اسم الموقع هو عبارة عن عنوان فريد ومميز يتكون من عدد من الأحرف الأبجدية اللاتينية أو الأرقام التي يمكن بواسطتها الوصول لموقع ما على الإنترنت. وعلى سبيل المثال اسم موقع المنظمة العالمية للملكية الفكرية هو:

<http://www.wipo.int>

وإذا قمنا بتجزئه موقع المنظمة فإن (WWW) هي المستوى الثالث (Third level domain) وهي اختصار للويب الواسع العالمي و(WIPO) هو المستوى الثاني (Second Level Domain) من اسم الموقع ويشير لختصارات اسم المنظمة العالمية للملكية الفكرية (World Intellectual Property Organization)

أما الجزء العام الشائع (generic Top Level) فهو (Int) ويشير إلى أن الموقع هو موقع منظمة غير ربحية.

ثانياً: نظام أسماء المواقع (Domain Name System DNS)

لفهم أسماء المواقع الإلكترونية والمسائل القانونية التي تطرحها، لا بد أن نفهم طبيعة آلية التقانة التي تقف وراءها. ولتبسيط ذلك يمكننا القول إن الحواسيب وخوادمها (servers) المنتشرة ومتداولة هنا وهناك في الفضاء التخيلي أو الإلكتروني شأنها شأن البشر تستخدم اللغة كوسيلة للتواصل والاتصال فيما بينها، وتسمى هذه اللغة التي تستخدمها الحواسيب بلغة الإنترنت أو بروتوكول الإنترنت/بروتوكول التحكم في الإرسال (TCP/IP) وكي يتسعن للحواسيب التي تعمل بلغات وبنظم تشغيلية مختلفة (operation Systems) مثل نظام يونكس (Unix) ولينكس (Linux) وماكينتوش (Macintosh) وويندوز (Windows) وغيرها أن تتصل وتتفاهم مع بعضها البعض من خلال شبكة

(١) تم اختيار بروتوكول TCP/IP في سنة ١٩٧٠ وقد كان جزءاً من أبحاث DARPA أما مهمة هذا البروتوكول فتكمّن في تحديد الطريقة التي سيتم بها تجزئة المعلومات والرسائل ليتاح إرسالها عبر شبكة الإنترنت وأثير الفضاء الإلكتروني، وتحراً هذه الرسائل أو الملفات المرسلة سواء أخذت شكل نصوص أو أحرف أو أرقام أو صوات أو صور إلى حزم صغيرة (packets). وتحرك هذه الحزم عن طريق الموجّهات (Routers) بسرعة بعد تجزئتها منفصلة عن بعضها البعض وتنتقل من حاسوب إلى آخر وباتجاهات مختلفة بغية تفادي العواقب التي تعرّضها في طريقها حتى تصل إلى مقصداتها النهائي. وعندما تصل هذه الحزم إلى مبتغاها المطلوب والنهائي يعاد ترتيبها بالشكل والكيفية التي بدت لها عند انطلاقها وإرسالها أول مرة، انتظر الموقع التعليمي للفيزاء لجامعة فلاج سكيل والمقالات العلمية التي يحتويها هذا الموقع وخصوصاً تلك المتعلقة منها بلغة الإنترنت أو بروتوكول TCP/IP على عنوان الإنترنت: <http://www.hazemsakeek.8m.com>

الإنترنت العملاقة والمترامية الأطراف، يخصص لكل حاسوب مرتبط بهذه الشبكة عنوان إنترنت أو رقم خاص به (Internet Protocol Address) سواءً كان ذلك بصورة دائمة (Permanent IP) أو مؤقتة (Temporary IP) .^(١)

وتحتسبخ خوادم الحواسيب (Web Servers) أن تفهم وتميز هذه الأرقام بسهولة ولكن البشر لا يفهمونها ولا يمكنها أن تبقى في ذاكرهم لفترة طويلة^(٢). وكان لابد من حل هذه المشكلة فجرى ابتداع نظام يستعاض به عن هذه الأرقام أصطلاح على تسميته بنظام أسماء المواقع (DNS)^(٣) .^(٤)

(١) يتشكل عنوان البروتوكول هذا من أربعة أرقام عشرية قيمتها ما بين الصفر و ٢٥٥ ويفصل بين كل رقمين نقطة. ومثال على رقم تم تخصيصه لحاسوب أو موقع إلكتروني معن رقم (٠,٥٧٢,٦٢٦) ويجدر هنا في هذا المقام أن نذكر أن ازدياد استخدام الحواسيب الشخصية بشكل هائل وازدياد الطلب على هذه الأرقام المستخدمة قد جعل من طرح النسخة المعدلة من عناوين البروتوكولات المكونة من ٦ أرقام (IP V6) بدلاً من ٤ أرقام (IP V4) أمراً ليس بعيد التحقيق أو المثال.

انظر Graham Smith Obcit p78 ، د. عبد العزيز بن حمد الرومان، البطاقات العلوية العربية، ورقة عمل قدمت في اجتماع خبراء حول تقرير المحتوى الرقمي، بيروت ٥-٣ حزيران / يونيو ٢٠٠٣ .

(٢) من فوائد إظهار اسم الموقع بالاسم بدلاً من الأرقام تسهيل التعرف على الموقع للمتغى وتوفير الوقت والجهد للوصول له، كما أن من شأن استخدام الاسم أو العنوان بدلاً من الرقم أن يسمح بالاستنتاج المنطقي للراغب في زيارة الموقع أو يمكنه أن يلجم لمنشئات البحث Search Engines لمساعدته في حصر أسماء المواقع التي لها علاقة سواءً من قريب أو بعيد بالموضوع الذي يرغب البحث فيه، انظر المرجع السابق، حسن عبد الباسط جيبي وسمير حمزه، ص ٤.

(٣) حول نظام أسماء المواقع، انظر الوثيقة التي توفرها شركة سيسكو سيسنست العالمية (CiscoSystems) المتخصصة في أنظمة الشبكات حول نظام أسماء المواقع (DNS) على العنوان التالي:

<http://www.cisco.com/univercd/cc/td/doc/product/iaabu/cddm/cddm111/adguide/dns.htm#xtoci>.

(٤) See Lisa E Cristal, Jane Mutimear, Ellen B. Shankman, Domain Name System, Trade marks in_cyberspace, course materials, September 19-20, 2002- Brussels, Belgium

ونظام أسماء المواقع (Domain Name System) عبارة عن قاعدة بيانات منتشرة (distributed database) في حوالي (١٢) من جذور الخوادم^(١) (root) التي تحتوي على كافة بروتوكولات إنترنت الخاصة بالمستوى الثاني (servers) من مستويات أسماء المواقع العليا العامة (generic Top Level) (SLD) مثل (com) و (net) و (org) و رموز الدول (eg) و (jo) و (ae).

ويقوم نظام أسماء المواقع (Domain Name System) بتحويل الحروف الأبجدية اللاتينية (www.wipo.int) إلى أرقام (٩٧,٨٨,٧٧,٩٤) ولغة يمكن للحواسيب أن تفهمها. قبل أن يصل الشخص للموقع الذي يرغب بالوصول إليه ويطلق على هذه العملية عملية تحديد اسم الموقع الإلكتروني (Domain Name Resolving)^(٢).

(١) هناك ١٣ من جذور الخوادم (A-M) (١٠) منها موجودة في الولايات المتحدة وهي الخوادم (A,B,C,D,E,F,G,H,L,J) وواحدة في ستوكهولم، السويد وهي الخادم (I) وواحدة في لندن، المملكة المتحدة وهي الخادم (K) والأخيرة في طوكيو باليابان (M) انظر عنوان

<http://www.root-servers.com>

(٢) For excellent technical explanation of domain names, see Diane Cabell, Name Conflict, 2000 available at:
<http://www.cyberspacelaw.org/cabell/>

ثالثاً: أنواع أسماء المواقع:

تنقسم أسماء المواقع إلى قسمين رئيسيين كالتالي:

(١) أسماء المواقع العليا المكونة من رموز الدول Level Domains ccTLDs)

حيث يخصص لكل دولة من دول العالم رمز خاص بها، يتكون من حرفين من اسم كل دولة وفقاً لمعايير الآيزو 3166 (ISO 3166 Standard)^(١). فمثلاً تنتهي أسماء موقع الأردن برمز (jo)^(٢) وأسماء موقع الإمارات العربية المتحدة برمز (ae) وأسماء موقع جمهورية مصر العربية برمز (eg) وأسماء موقع فلسطين برمز (ps) وأسماء موقع المملكة المتحدة برمز (uk) وأسماء موقع فرنسا برمز (fr) وأسماء موقع ألمانيا برمز(de) وأسماء موقع إيطاليا برمز(it)^(٣) وأسماء موقع الولايات المتحدة برمز (us) وأسماء موقع هونج كونج برمز (hk) وأسماء موقع

(١) see the full ISO 3166 standrd lists available at
<http://www.iso.ch/iso/en/prods-services/iso3166ma/02iso-3166-code-lists/list-en1.html>

(٢) See also Youssef Nusseir, a paper presented to WIPO National seminar on intellectual property and electronic commerce, Amman, April 21-22, 2002.

(٣) See European Domain Names, Field Fischer Waterhouse, December 2001, available at <http://www.ecomplex.com/download/france.pdf> visited on 11-4-2002

اليابان برمز (jp).... الخ. ويوجد في الوقت الحاضر حوالي ٢٤٤ اسم موقع عال عام مكون من رموز الدول^(١).

(٢) أسماء المواقع العليا العامة(generic Top Level Domains gTLDs)

يوجد في الوقت الحاضر (١٤) اسم موقع عالي عام حسب الجدول المرفق أدناه^(٢).

الرقم	اسم الموقع العلي العام	الاستخدامات
١	aero	موقع صناعة الطيران
٢	biz	موقع الأعمال
٣	com	للمواقع التجارية
٤	coop	موقع الأعضاء في تعاونيات الأعمال
٥	edu	للمواقع التعليمية

(١) لمعرفة أسماء المواقع العليا المكونة من رموز الدول الأخرى والجهات المسجلة و المسئولة عنها في كل دولة، انظر موقع سلطة تخصيص أرقام الانترنت (IANA) على العنوان الآتي:

<http://www.iana.org/cctld/cctld-whois.htm>

أو موقع (UNINETT NORID) على عنوان الانترنت الآتي:

<http://www.norid.no/domenenavbaser/domreg.html>

(٢) انظر موقع "الأيكان" المخصص لأسماء المواقع العليا العامة على العنوان:
<http://www.icann.org/tlds/>

وانظر موقع (gTLD-MOU) على عنوان الموقع:

<http://www.gtld-mou.org/index.htm>

للمواقع الحكومية	gov	.٦
لموقع الاستخدامات العامة	info	.٧
لموقع المنظمات المؤسسة بموجب معاهدة دولية	int	.٨
للموقع العسكرية	mil	.٩
لموقع المتاحف	museum	.١٠
لموقع الأشخاص	name	.١١
لموقع الشركات مزودة خدمات الانترنت	net	.١٢
لموقع المنظمات التي لا تستهدف الربح	org	.١٣
لموقع المحترفين	pro	.١٤

رابعاً: الجهات التي تسجل لديها أسماء المواقع

تحتختلف الجهة التي تسجل لديها أسماء المواقع بحسب نوع الموقع المطلوب تسجيله، ويمكن أن تفرق في هذا الشأن بين نوعين من الجهات.

١) الجهات التي تسجل لديها أسماء المواقع المكونة من رموز الدول أو أسماء المواقع الوطنية (ccTLDs)

تختلف هذه الجهات بحسب الدولة التي يرغب بتسجيل اسم الموقع الوطني لديها. فمثلاً يسجل اسم الموقع الوطني الخاص بالأردن(jo) مع مركز المعلومات الوطني^(١) أما أسماء المواقع الوطنية المكونة من رمز الإمارات العربية(ae) فتسجل مع مركز الإمارات لمعلومات شبكة الإنترنت^(٢)، وتسجل أسماء المواقع في فلسطين(ps) مع مركز المعلومات الوطني الفلسطيني^(٣)، وتسجل أسماء المواقع في ألمانيا(de) مع Den Denic^(٤) وأسماء المواقع في المملكة المتحدة(uk) مع Nominet^(٥) وأسماء المواقع الوطنية المكونة من رمز فرنسا(fr) مع AFNIC^(٦)، وأسماء المواقع الوطنية في إيطاليا(it) مع Registration Authority Itailian^(٧)، وأسماء المواقع في اليابان(jp) مع JPINIC^(٨)، وأسماء المواقع المكونة في هونج

(١) انظر موقع مركز المعلومات الوطني على عنوان الإنترنت الآتي: <http://www.nic.jo>
وانظر أيضاً عنوان الانترنت الآتي: <http://www.nic.Jo/En/reg.html>

(٢) انظر موقع مركز الإمارات لمعلومات شبكة الإنترنت الآتي: <http://www.uaenic.ae/>

(٣) انظر موقع مركز المعلومات الفلسطيني على عنوان الإنترنت الآتي: <http://www.nic.ps>

(٤) انظر الموقع على عنوان الإنترنت الآتي: <http://www.denic.de/doc/DENIC/index.en.html>

(٥) انظر الموقع على عنوان الإنترنت الآتي: www.nominet.org.uk

(٦) انظر الموقع على عنوان الإنترنت الآتي: <http://www.nic.fr/>

(٧) انظر الموقع على عنوان الإنترنت الآتي: <http://www.nic.it/>

(٨) انظر الموقع على عنوان الإنترنت الآتي: <http://www.nic.ad.jp/>

كونج (hk) مع (Hong Kong Domain Name Registration Company)،^(١) وأسماء الواقع في الولايات المتحدة (us domain name registry) مع (us)^(٢)

ومن الجدير بالتنويه أن الجهات المسجلة لأسماء المواقع الوطنية لا تعين من قبل منظمة منح الأسماء والأرقام على الإنترن (ICANN) ولا تفرض "الآيكان" عليها شروط ومتطلبات التسجيل أو سياسة خاصة بحل المنازعات. وللدولة صاحبة الشأن الحق في أن تعين الجهة المسجلة لأسماء المواقع التي قد تكون جهة حكومية أو جامعية أو خاصة أو منظمة غير ربحية.

٢) الجهات المسؤولة عن التسجيل والشركات التي تسجل لديها أسماء الواقع العليا العامة.

نفرق في هذا الشأن بين نوعين من الجهات التي تتولى الإشراف والتسجيل لأسماء المواقع العليا العامة (gTLDs) وهي كالتالي:

١) الجهات المسؤولة عن تسجيل أسماء المواقع العليا العامة^(٣) ويمكننا إجمال هذه الجهات وفقاً للجدول الآتي:

(١) انظر الموقع على عنوان الإنترن الآتي: <http://www.hkdnr.net.hk/hkdnr/index.jsp>

(٢) انظر الموقع على عنوان الإنترن الآتي: <http://www.nic.us/>

(٣) يمكن زيارة موقع (الآيكان) لمعرفة الجهات المسؤولة عن تسجيل أسماء المواقع العليا العامة على عنوان الإنترن الآتي:

<http://www.icann.org/tlds/>

الجهة المسؤولة عن التسجيل	نوع الجهة المسؤولة عن التسجيل	ملاحظات	اسم المقع العامي العام (TLD)
Societe Internationale de Telecommunications Aeronautiques	مقيدة بشكل جزئي	لا يسمح بالتسجيل لغير العاملين في قطاع الطائرات ^(١)	aero
NeuLevel Inc	غير مقيدة	يمكن التسجيل من قبل أي شخص ويشرط أن يكون من رجال الأعمال ^(٢)	biz
Versign Inc	غير مقيدة	يمكن تسجيلها من قبل أي شخص ^(٣)	com
Dot Cooperation LLC (dotCoop)	مقيدة جزئياً	هناك فئات محددة يمكنها التسجيل ^(٤)	coop
EDUCAUSE.edu. Adminstration	مقيدة جزئياً	متاحة للجامعات الأمريكية ^(٥)	edu
The U.S General Services Administration (GSA)	مقيدة جزئياً	متاحة للهيئات الحكومية الأمريكية ^(٦)	gov
Int Domain Registry The Internet Assigned Numbers Authority (IANA)	مقيدة جزئياً	لا يمكن التسجيل إلا من قبل المنظمات ^(٧)	int

- (١) <http://www.sita.aero>
(٢) <http://www.neulevel.biz>
(٣) <http://www.verisign.com/>
(٤) <http://www.nic.coop/>
(٥) <http://www.educause.edu/>
(٦) <http://www.nic.gov>
(٧) <http://www.iana.org/>

متاحة للجيش الأمريكي ^(١)	مقيدة جزئياً	Department of Defense Network Information Center Defense Information System Agency (DISA)	mil
متاحة للمتحف ^(٢)	مقيدة جزئياً	Museum Domain Management Association	museum
محصصة للتسجيل من الأشخاص الطبيعيين وليس الاعتباريين ^(٣)	مقيدة جزئياً	Global Name Registry (GNR)	name
يمكن لأي جهة أن تسجلها حتى ولو لم تكن من مزودي خدمات الانترنت ^(٤)	غير مقيدة	Versign Inc	net
يمكن لأي شخص أن يسجلها ^(٥)	غير مقيدة	Public Internet Society	org
متاحة للمحامين والأطباء والمحاسبين ^(٦)	مقيدة جزئياً	Registry Pro Ltd	pro
يمكن لأي شخص أن يسجلها ^(٧)	غير مقيدة	Afilias Ltd	info

وتدخل الجهات المسؤولة عن التسجيل في اتفاقية تسجيل (Registry) مع منظمة منح الأسماء والأرقام على الانترنت (ICANN) وتنبع Agreement

-
- (١) <http://www.nic.mil/>
 - (٢) <http://www.nic.museum/>
 - (٣) <http://www.gnr.com/>
 - (٤) <http://www.verisign.com/>
 - (٥) <http://www.pir.org/>
 - (٦) <http://www.registrypro.com/>
 - (٧) <http://www.nic.info/>
-

هذه الاتفاقية لهذه الجهات القيام بإدارة نظام التسجيل، وخدم الأسماء (Name Serves) .

(٢) الجهات التي تسجل لديها أسماء المواقع العليا العامة (gTLDs)

لا تقوم الجهات المسؤولة عن التسجيل (Registry operators) بالتسجيل بنفسها وإنما تكتفي بالإشراف على التسجيل وعلى الأمور الفنية المتصلة بذلك.

وتقوم الشركات المعتمدة من قبل (الأيكان) بتسجيل أسماء المواقع وهي دائمًا ما تكون شركات خاصة^(١) تدخل في اتفاقيات اعتماد المسجل (Registrar Accreditation Agreement) المبرمة مع منظمة منح الأسماء والأرقام على الانترنت (الأيكان)، وتدخل أيضًا مع كل جهة مسؤولة عن التسجيل في اتفاقية الجهة المسؤولة عن التسجيل والمسجل (Registry-Registrar Agreement) تتيح لها تسجيل أسماء المواقع العليا العامة التي ترغب بتقديم خدمات التسجيل لها.

(١) يبلغ عدد المسجلين لأسماء المواقع حوالي ثمانين مسجلاً يعملون في دول مختلفة. وهناك ما يقارب من ١٧٠ معتمدين من قبل الأيكان لتسجيل أسماء المواقع. تتبع الشركات المعتمدة من قبل الأيكان لتسجيل أسماء المواقع يمكن زيارة عنوان موقع الانترنت الآتي:

<http://www.icann.org/registrar/accredited-list.html>

(٢) من بين الالتزامات المترتبة على الجهة المسؤولة عن التسجيل يوجب هذه الاتفاقية الالتزام بالسماح للمسجل أو الشركة المسجلة بالدخول لنظام الخاص بالجهة المسؤولة عن التسجيل لتسجيل اسم الموضع العالي العام(gTLDs)، والتزام الشركة المسجلة بأن تظل معتمدة من قبل (الأيكان)، وان تدفع الأجر المتفق عليها للجهة المسؤولة عن التسجيل وكافة الشروط الأخرى الواردة في هذه الاتفاقية.

وتقديم هذه الشركات المعتمدة خدمات التسجيل حسب سياسات وشروط التسجيل التي تضعها في هذا الخصوص والتي يجب أن تكون متوافقة بطبيعة الحال مع السياسات العامة التي تضعها الآيكان والجهات المسؤولة عن التسجيل.

خامساً: إجراءات تسجيل أسماء موقع الإنترن:

(Registration Procedures for Domain Names):

تحتختلف إجراءات التسجيل التي يجب اتباعها بحسب الجهة التي يجب تسجيل اسم الموقع لديها ونوع الموقع المرغوب تسجيله، سواء كان عاماً غير متعلق بدولة(gTLDs) أو خاصاً متعلقاً بدولة معينة(ccTLDs). ويمكن تقسيم إجراءات تسجيل أسماء المواقع إلى قسمين حسب نوع اسم الموقع المتبع تسجيله وذلك كما يأتي:

١) تسجيل أسماء المواقع العليا العامة (gTLDs)

يمكن تسجيل أسماء المواقع العليا العامة باتباع الخطوات الآتية:

١. يدخل عادة الشخص الراغب بتسجيل اسم الموقع إلى موقع الشركة المعترف بها والمصرح لها بالتسجيل من قبل (الآيكان)، ويقوم بالتأكد من توافر أو عدم توافر اسم الموقع الذي يرغب بتسجيله عن طريق البحث في قواعد البيانات التي يوفرها الموقع أو قواعد البيانات

(whois) حسب الأحوال.

٢. يقوم الشخص الراغب بالتسجيل بفتح حساب له (account) مع الشركة المسجلة يتضمن معلومات متعلقة بشخصه (إسمه الأول، العائلة، عنوانه، رقم هاتفه، الفاكس، بريده الإلكتروني) ويختار اسم مستخدم خاص به (Login user) وكلمة سر حتى يستطيع معاودة الدخول للحساب في أي وقت يشاء.

٣. بعد أن يجد الشخص الراغب بالتسجيل أن اسم الموقع غير ممحوز أو مسجل باسم شخص آخر، أو بعد أن يختار اسم الموقع الجديد في حالة كون الإسم مسجلاً سابقاً، يبعي هذا الشخص طلب التسجيل أو الحجز (Registration form) ويدخل البيانات الخاصة به ومن ضمنها اسمه وعنوانه الذي يتبع الاتصال به ويدرك المسائل الفنية أيضاً المتعلقة بالخادم الرئيسي (Primary Name Server) أو الثاني (Secondary Name Server) الانترنت (IP Address) المرتبط بهما.

٤. يحدد الشخص الراغب بالتسجيل وسيلة دفع مناسبة له عادة ما تكون بطاقة ائتمان credit card سواء كانت فيزا أو ماستر أو انترنت كارد (Internet credit card, Master card, visa) وبواافق على بنود اتفاقية تسجيل اسم الموقع المبرمة بينه وبين الجهة المسجلة

.(Domain Name Registration Agreement)

٥. تظهر رسالة للمسجل تتيح له التأكد من المعلومات التي سجلها وتقوم الجهة بالتأكد من وجود رصيد له كافٍ له لشراء اسم الموقع في بطاقة الدفع التي حدها، وينح اسم الموقع حسب السياسة الخاصة بالشركات المسجلة لأسماء الموقع.

٢) تسجيل أسماء الموقع الوطنية (ccTLDs):

١. يقوم الشخص الراغب بتسجيل اسم الموقع بزيارة موقع الجهة المخولة بالتسجيل في الدولة التي يرغب بتسجيل اسم الموقع لديها، ويطلع على طلب التسجيل وشروطه بعد أن يقوم بالبحث عن اسم الموقع الذي يرغب بتسجيله في قواعد البيانات الخاصة بموقع الجهة المسئولة عن التسجيل^(١).

٢. قد تتطلب بعض الجهات من الشخص الراغب بالتسجيل الحصول شخصياً إليها لإنعام عملية التسجيل، وقد لا تتطلب ذلك بحيث يكون تسجيل اسم الموقع الكترونياً على الانترنت في حال خطوات

(١) قد توفر بعض الجهات قواعد البيانات الخاصة بها فوراً على الانترنت مثل مركز المعلومات الوطني الأردني <http://www.nis.gov.jo/> الذي يمكن البحث من خلاله في كون اسم الموقع مسجلاً أم لا على العنوان: http://www.nis.jo/pls/dns/jo_domains

التسجيل الواردة في الحالة الأولى^(١).

سادساً: ما يمكن تسجيله كأسماء موقع:

تشترط الجهات المسجلة لأسماء الموقع سواء كانت أسماء موقع عليا عامه أم أسماء موقع وطنية مكونه من رموز الدول شرطاً معينه للتسجيل يتحتم على طالب تسجيل اسم الموقع الالتزام بها وإلا تعرض طلب تسجيله للرفض وذلك على النحو السابق بيانه. وعلى الرغم من اختلاف ما يمكن وما لا يمكن تسجيله من جهة مسجله لأنخرى فإنه يمكننا إجمالاً أن نقول انه يسمح بتسجيل الحروف الأبجدية اللاتينية (A-Z) والأعداد (٩٠) و (.) و (-) ولا يمكن تسجيل (&) ولا الرمز (@) المستخدم للبريد الإلكتروني (e-mail). ويبلغ عدد الأحرف التي يمكن تسجيلها كاسم موقع عالي عام ستة وستين حرفًا^(٢).

(١) تختلف إجراءات تسجيل أسماء المواقع الوطنية في الوطن العربي من جهة لأخرى حسب نوع الجهة التي تتولى تسجيل اسم الموقع الوطني المطلوب تسجيله. ففي المغرب وتونس والأردن وسوريا تتولى جهات تابعة للحكومة التسجيل. أما في ليبيا والإمارات العربية المتحدة فتتولى التسجيل جهات خاصة. وفي لبنان يتولى التسجيل جهة أكاديمية وهي الجامعة الأمريكية في بيروت. وقد تكون هذه الجهات أيضاً منظمات غير ربحية كما هو الحال في دول أستراليا والنمسا وفرنسا والمملكة المتحدة. انظر مشروع البروفسور (Michael Geist) من جامعة اتسوا، بكندا حول تحديد الجهات المسؤولة عن تسجيل أسماء المواقع الوطنية في العالم على عنوان الانترنت الآتي: <http://www.cctldinfo.com/>

(٢) See Domain names & trademarks, The Institute of Trademarks Attorneys (ITMA), available at http://www.itma.org.uk/pdf_downloads/publications/fs-domain-names.pdf

سابعاً: ما يمكن عمله باسم الموقع المسجل؟

عندما يكون اسم الموقع مفعلاً (active) فإنه يستخدم إما للإشارة لموقع معين (Pointing to a website) كما سبق أن أوضحنا عند حديثنا عن نظام أسماء المواقع أو للاستخدام كبريد إلكتروني (e-mail) مشتق من اسم الموقع المسجل أو للتحويل (Assign) من شخص آخر.

وتحتختلف الإجراءات التي تتبعها جهات التسجيل لنقل ملكيه أسماء المواقع^(١) من شخص أو شركه لأخر. ولكن من الطبيعي أن يشترط التقدم بطلب لجهة التسجيل سواء كان ذلك عن طريق تعبئة نموذج معد خصيصاً قد يكون متوفراً في الموقع الإلكتروني العائد لهذه الجهة أو إرسال رسالة بالبريد الإلكتروني إلى عنوانها للتتأكد من مرسل الرسالة وقد يطلب وثائق معينة لذلك^(٢).

ويجب ختاماً أن نذكر أنه قد أصبح لأسماء المواقع قيمة مالية كبيرة، فقد اشتربت شركه Recruitment and Selection Agency TMP (Recruitment and Selection Agency TMP) اسم الموقع بمبلغ ٨٠٠,٠٠٠ دولاراً وقد بيع اسم الموقع www.jobs.com

(١) وتسمى اتفاقية تحويل اسم الموقع (Domain Name Assignment Agreement) وطرفا هذه الاتفاقية هما الشخص الذي يرغب بتحويل اسم الموقع (Transferring Party) والشخص الذي سيحصل على اسم الموقع له (Receiving Party). وعادة ما يقوم المخاطبون بإعداد هذا النوع من الاتفاقيات التي لا بد أن تتضمن الغاية المتواحة منها وحقوق الطرفين كلها في مواجهة الآخر. لمزيد من التفاصيل حول اتفاقيات الإنترنت انظر:

J. Dianne Brinson & Mark F Radcliffe, Internet Legal Forms for business, Ladera Press, USA, 1997

(٢) See Nicola Wood, conflict between domain names and trademarks, Trade marks in cyberspace course materials, September 19-20, 2002- Brussels, Belgium

شركة Ecomapnies www.business.com مبلغ ٧,٥ مليون دولار في عام ١٩٩٩ واسم الموقع s.comdrugwww. مبلغ ٨٠٠,٠٠٠ دولار واسم الموقع www.altavista.com مبلغ ٣,٣ مليون دولار واسم الموقع www.wallstreet.com. مبلغ ١ مليون دولار^(١).

ثامناً: عدد أسماء المواقع المسجلة:

سجل أول اسم موقع www.symbolics.com في سنة ١٩٨٥. وقد بلغ عدد أسماء المواقع المسجلة منذ ذلك العام وحتى تاريخ نوفمبر ٢٠٠٢ أكثر من ٥ مليون اسم موقع، ٣٠ مليون منها عبارة عن أسماء مواقع عليا عامة (gTLDs) والباقي أسماء موقع وطنية مكونة من رموز الدول(ccTLDs)^(٢).

المطلب الثاني

التفريق بين أسماء المواقع والعلامات التجارية

بعد أن حددنا ما المقصود باسم الموقع ينبغي أن نحدد المقصود بالعلامة التجارية وأن نفرق بينها وبين أسماء المواقع.

(١) See Henry R. Cheesman, Business law, prentice – Hall, 2001, p 355.

(٢) See Domain names & trademarks, The Institute of Trademarks Attorneys (ITMA), available at:

http://www.itma.org.uk/pdf_downloads/publications/fs-domain-names.pdf

تعرف العلامة التجارية (trade mark) بأنها كل ما يأخذ شكلاً مميزاً من أسماء أو كلمات أو حروف أو أرقام أو رسوم أو رموز أو صور أو نقوش وتستخدم إما في تغزير بضاعة أو منتج أو خدمة^(١). ويبين الجدول التالي الفروقات بين العلامات التجارية وأسماء الموقع وذلك كالتالي:

الأسماء موقع الانترن	العلامات التجارية
١. لا يسمح بتسجيل اسم الموقع من قبل أكثر من شخص، فكل اسم موقع فريد بحد ذاته. مثال: لا يمكن أن يسجل شخص اسم الموقع نفس اسم الموقع www.example.com ويأتي شخص آخر ويسجل نفس اسم الموقع www.example.com	١. يمكن تسجيل نفس العلامة التجارية من قبل أكثر من شخص لتغزير بضائع ومنتجات مختلفة شريطة ألا تكون مترابطة.
٢. لا يكون التسجيل مرتبطة ببضائع أو خدمات معينة ولكن قد يكون مرتبطة بدولة معينة بالنسبة لأسماء الموقع الوطنية. (تسجيل اسم موقع وطني للأردن (jo))	٢. تسجيل العلامات التجارية يكون مرتبطة ببضائع أو خدمات معينة.
٣. الغرض من تسجيل العلامة تحاشي الخلط في ذهن الجمهور بين السلع والخدمات المماثلة أو المرتبطة معها والتي لا تميزها العلامة المسجلة.	٣. الغرض من تسجيل العلامة تحاشي الخلط في ذهن الجمهور بين السلع والخدمات المماثلة أو المرتبطة معها والتي لا تميزها العلامة المسجلة.
٤. يجري البحث فيما إذا كان هناك اسم موقع متlapping مع اسم الموقع المسجل ولا يوجد أي نوع من الاعتراضات.	٤. قبل أن تسجل العلامة التجارية لابد من إجراء بحث فيما إذا كانت العلامة مسجلة أم لا ويسمح بتقديم الاعتراضات

(١) عرف قانون العلامات التجارية الأردني رقم ٣٣ لسنة ١٩٥٢ والقانون المعدل رقم ٣٤ لسنة ١٩٩٩ في المادة ٢ منه العلامة التجارية بأنها "أى إشارة ظاهرة يستعملها أو يزيد استعمالها أي شخص لتغزير بضائعه أو خدماته عن بضائع أو منتجات أو خدمات غيره.

	من قبل أصحاب العلامات التجارية المتشابهة مع العلامة التجارية التي يراد تسجيلها.
٥. لا تُعدُّ حقاً من حقوق الملكية الفكرية.	
٦. لا يكتسب المسجل لاسم الموقع أي حق قانوني بخصوص اسم الموقع وكل ما يكتسبه هو إشارة اسم موقعه لفترة طوال مدة تسجيلة لاسم الموقع.	٦. في حالة التسجيل يكون مالك العلامة حقاً قانونياً يمكنه من منع الآخرين من تقليد علامته بالنسبة للأصناف (الفنانات) التي سجلت تحتها في الدولة التي سجلت فيها هذه العلامة.

الفصل الأول

صور المنازعات حول العلامات التجارية و أسماء المواقع

trademarks & Types of disputes Over Domain Names

تتمثلُ أغلب صور المنازعات حول العلامات التجارية و أسماء المواقع بتسجيل أسماء موقع متطابقة أو متشابهة مع العلامات التجارية. ويأخذ ذلك عدّة صور ستولى معالجتها باختصار وذلك كما يأتي:

المطلب الأول

تسجيل اسم موقع متطابق مع علامة تجارية

**(Cyber squatting) (Domain-grabbing) (Cyber-piracy)
(Domain Name Piracy) (Domain Name Hijacking)**^(١)

يُعدُّ هذا النوع من أكثر الاعتداءات شيوعاً خصوصاً في فترة بداية انتشار الانترنت عندما لم تكن الشركات مدركة لأهمية أن يكون لها وجود على الشبكة، إذ سارع كثير من الأشخاص^(٢) بتسجيل العلامات التجارية المشهورة

(١) For further cyber law terminology and specially those related to domain names please visit the domain name handbook website at:

<http://www.domainhandbook.com/gloss.html>.

(٢) يسمى هؤلاء الأشخاص بالمضاربين أو الحتلين (speculators or squatters) لأنهم يسجلون العلامات التجارية العائدة للشركات كأسماء موقع ولا يقومون باستخدامها ولا يؤسسون موقع لها ولكنهم يتوقعون أن يبيعوها أو يُؤجروها للشركات التي قد تكون أحق منهم بتسجيلها.

العائدة للشركات التجارية الكبرى كأسماء موقع، وطلبوها من هذه الشركات مبالغ كبيرة^(١) حتى يقوموا بالتنازل عن أسماء الموقع المحتوية على علاماتها التجارية. وقد كانت هذه الشركات ترخص في البداية لهذه الطلبات عندما لم تكن الأمور واضحة بالنسبة لهذا النوع من الاعتداءات، إلا أن ظهور السياسة الموحدة لتسوية منازعات أسماء الموقع (UDRP) قلل كثيراً من هذه الاعتداءات. وبفضل هذه السياسة استعادت هذه الشركات أسماء موقعها التي تحتوي على علاماتها التجارية^(٢).

ولبيان ذلك نشير إلى قضية Philip Morris Vr9.net رقم (D2003-0004) التي قام المسجل باسم الموقع (Registerant) فيها بتسجيل العلامة التجارية المشهورة التي تملكها الشركة المشتركة كاسم موقع www.marlb (Marlboro) مما حدا بهذه الشركة أن تطلب من الجهة التي تقوم بحل منازعة أسماء الواقع (الوايبيو) أن تحول اسم الموقع المسجل من قبل المشتركي في حقه لها وقد قضى الفريق المعين (panelist) للنظر في هذه القضية (Respondent)

(١) Please see the INTA 122 Annual meeting CD ROM and the papers presented to that meeting by Jorge amendi, Greert Glas, Duto V.L Kandan, entitled Internet and Famous Trademarks, WIPO and Beyond.

(٢) عرضت على مركز الويبيو للتحكيم والوساطة أول قضية خاصة بأسماء الموقع رقم ————— في سنة ١٩٩٩. (D99-001)
وهي القضية World Wrestling Federation Entertainment, Inc. v. Michael Bosman المنصورة على عنوان الإنترنت الآتي:
<http://arbiter.wipo.int/domains/decisions/html/1999/d1999-0001.html>.

بضرورة تحويل اسم الموقـع للشـركة المشـتـكـية وذـلك لـتطـابـقـه مع عـلامـتها التجـارـية^(١).

لـاحـظـ في مـثـلـ هـذـاـ الـاعـتـداءـ أـنـ الشـخـصـ المـسـجـلـ قـامـ بـتسـجـيلـ العـلـامـةـ التجـارـيةـ (Marlboro) كـماـ هيـ كـاسـمـ مـوـقـعـ وـلمـ يـدـخـلـ عـلـيـهـ أـيـ تـغـيـيرـ. وـهـذـاـ هـوـ النـوـعـ الـأـوـلـ مـنـ الـاعـتـداءـ، فـالـمـسـجـلـ يـسـجـلـ العـلـامـةـ كـماـ هيـ مـنـ دـوـنـ إـضـافـةـ تـذـكـرـ.

وـمـثـالـ آـخـرـ عـلـىـ هـذـاـ النـوـعـ مـنـ الـاعـتـداءـ القـضـيـةـ Harrods Limited v. Walter Wieczorek رقم (D2003-0004) الـيـ قـامـ المشـتـكـيـ فيـ حـقـهـ بـتسـجـيلـ العـلـامـةـ التجـارـيةـ المشـهـورـةـ (HARRODS) الـيـ تـمـلـكـهاـ الشـرـكـةـ المشـتـكـيـةـ كـاسـمـ مـوـقـعـ www.harrods.tv وـبـعـدـ ثـبـوتـ سـوـءـ نـيـةـ الشـخـصـ المشـتـكـيـ فيـ حـقـهـ وـعـدـمـ قـدرـتـهـ عـلـىـ إـثـبـاتـ شـرـعـيـةـ تـسـجـيلـهـ لـاسـمـ المـوـقـعـ المـسـجـلـ، حـكـمـ الفـرـيقـ (panelist) الـوـحـيدـ بـإـعادـةـ اـسـمـ المـوـقـعـ للـشـرـكـةـ^(٢).

لـاحـظـ فيـ هـذـاـ مـثـالـ أـنـ قـدـ تمـ تـسـجـيلـ العـلـامـةـ التجـارـيةـ الـيـ تـمـلـكـهاـ شـرـكـةـ (Harrods Limited) مـنـ دـوـنـ تـغـيـيرـ يـذـكـرـ كـاسـمـ مـوـقـعـ وـطـيـ (tv) (جزـيـةـ توـفالـدـ) وـلـيـسـ اـسـمـ مـوـقـعـ عـالـيـ عـامـ كـماـ فيـ المـثـالـ الـأـوـلـ.

(١) لـتـبـعـ المـرـيـدـ عـنـ هـذـهـ القـضـيـةـ يـمـكـنـ زـيـارـةـ عـنـوانـ الـإـنـتـرـنـتـ الـآـتـيـ:

<http://arbiter.wipo.int/domains/decisions/html2003/d2003-0004html>.

(٢) لـتـبـعـ المـرـيـدـ عـنـ هـذـهـ القـضـيـةـ يـمـكـنـ زـيـارـةـ عـنـوانـ الـإـنـتـرـنـتـ الـآـتـيـ:

<http://arbiter.wipo.int/domains/decisions/html/2001/dtv2001-0024.html>

وفي قضية Sony corporation V RK Enterprises رقم(FA 0011000096109) التي عرضت على مجمع التحكيم الوطني(National Arbitration forum NAF) قام المسجل لاسم المواقع بتسجيل العلامة التجارية التي تملكها الشركة المشكية وهي (SONY) وهي (WALKMAN) كاسم موقع www.walkman. وقد طلبت الشركة المشكية تحويل واستعاده اسم الموقع المسجل، وذلك لأن زبائن الشركة سوف يعتقدون أن الموقع له علاقة بيضائع ومتوجات الشركة وانه ليس للمسجل حق بالتسجيل وهو يهدف من تسجيله الاعتماد على شهرة العلامة التجارية (WALKMAN) في جلب الزوار لموقعه. وبما أن الشركة المشكية أثبتت ما يلزم إثباته وفق السياسة الموحدة لحل منازعات أسماء الواقع فان الفريق المعين في هذه القضية حكم بضرورة إعادة اسم الموقع المسجل للشركة المشكية^(١).

ومن الأمثلة التطبيقية الأخرى على مثل هذا النوع من الاعتداءات تسجيل اسم موقع www.adiddas.com^(٢) المطابق مع العلامة التجارية (ADIDAS)

(١) يمكن تتبع تفاصيل هذه القضية منشورة على عنوان الانترنت الآتي:

<http://www.arb-forum.com/domains/decisions/96109.htm>.

وانظر أيضاً القضية (FA0011000095907) Motorola, Inc. v Geoff Brien Claim رقم (D 2002-0951) على عنوان الانترنت الآتي:

<http://www.arb-forum.com/domains/decisions/95907.htm>.

(٢) انظر القضية التي نظرها مركز الويپو للتحكيم والوساطة (WAMC) رقم (D 2002-0951) والتي رفعتها شركة Toyota Motor Sales U.S.A Inc ضد John Zuccarini, Cupcake ضد العلامة التجارية Toyota والمشورة على العنوان الآتي:
<http://arbiter.wipo.int/domains/decisions/html/2002/d20020951.html>.

- (١) واسم الموقع www.toyota.com المتطابق مع العلامة التجارية (TOYOTA) واسم الموقع www.pentium.net المتطابق مع العلامة التجارية (PENTIUM) واسم الموقع www.price-waterhouse-copers.net المتطابق مع العلامة التجارية (PRICE COPERS) (٢) واسم الموقع www.unix.org المتطابق مع العلامة التجارية (UNIX) (٣) واسم الموقع www.sunkist.biz المتطابق مع العلامة التجارية (SUNKIST) (٤) واسم الموقع www.giorgio-armani.org المتطابق مع العلامة التجارية (GIORGIO ARMANI) (٥) واسم الموقع www.talalabughazaleh.org المنشورة على العنوان الآتي:

(١) انظر القضية التي نظرها مركز الويبو للتحكيم والوساطة (WAMC) رقم (D2002-0951) والتي رفعتها شركة Toyota Motor Sales U.S.A Inc ضد John Zuccarini, Cupcake Patrol المنشورة على العنوان الآتي:
<http://arbiter.wipo.int/domains/decisions/html/2002/d2002-0951.html>.

(٢) انظر القضية Intel Corporation V X 90 (Intel Corporation) التي نظرها مركز الويبو للتحكيم والوساطة (WAMC) رقم (D2002-0010) والمنشورة على العنوان الآتي:
<http://arbiter.wipo.int/domains/decisions/html/2002/d2002-0010.html>.

(٣) انظر القضية PWC Business Trust V CEST SA (PWC Business Trust) التي نظرها مركز الويبو للتحكيم والوساطة (WAMC) رقم (D2001-0359) والمنشورة على عنوان الإنترنت الآتي:
<http://arbiter.wipo.int/domains/decisions/html/2001/d2001-0359.html>

(٤) انظر القضية Open Company Limited V Marshall Sorenson (Open Company Limited) التي نظرها مركز الويبو للتحكيم والوساطة (WAMC) رقم (D2002-0010) والمنشورة على عنوان الإنترنت الآتي:
<http://arbiter.wipo.int/domains/decisions/html/2002/d2002-0297.html>

(٥) انظر القضية Sunkist Growers, Inc V Mayfung (Sunkist Growers, Inc) التي نظرها مركز الويبو للتحكيم والوساطة (WAMC) رقم (D 2002-0410) والمنشورة على عنوان الإنترنت الآتي:
<http://arbiter.wipo.int/domains/decisions/html/2002/d2002-0217.html>

(٦) انظر القضية GA Mode fine S.A V Name Zero.com (GA Mode fine S.A) التي نظرها مركز الويبو للتحكيم والوساطة (WAMC) رقم D2001-0031 على عنوان الإنترنت الآتي:
<http://arbiter.wipo.int/domains/decisions/html/2001/d2001-0331.html>

المتطابق مع العلامة التجارية (TALA ABU GHAZALEH) (١) واسم الموقع

(٢) المتطابق مع العلامة التجارية (AMERICANONLINE) www.americaonline.net

(٣) واسم الموقع www.marriot.com المتطابق مع العلامة التجارية (MARRIOT)

(٤) واسم الموقع www.pepsicola.com المتطابق مع العلامة التجارية (PEPSI COLA).

وقد يقوم الشخص المسجل بعرض بيع اسم الموقع المسجل على شركه منافسه للشركة التي سجل علاماتها التجارية كاسم موقع لإجبار هذه الشركة على شراء اسم الموقع الذي سجله، وقد يحاول بيع اسم الموقع في المزاد العلني في الواقع المخصص لذلك (٥).

(١) انظر القضية رقم (D2001-0907) التي رفعتها شركة طلال أبو غزالة الدولية (Talal Abu Ghazaleh International) وغيرها ضد (Fadi Mahassel) والتي نظرها مركز الويبيو للتحكيم والوساطة (WAMC) والمنشورة على عنوان الإنترنٌت الآتي:

<http://arbiter.wipo.int/domains/decisions/html/2001/d2001-0907.html>

والقضية رقم (D2000-1479) التي رفعتها نفس الشركة ضد (Fadi Mahassel) والتي نظرها على عنوان الإنترنٌت الآتي:

<http://arbiter.wipo.int/domains/decisions/html/2000/d2000-1479.html>.

(٢) انظر القضية رقم America on line, Inc V Aveasya yayincilick Danismanlik Ltd. (FA000200093679) التي نظرها مجمع التحكيم الوطني (National Arbitration Forum) والمنشورة على عنوان الإنترنٌت الآتي:

<http://www.arb-forum.com/domains/decisions/93679.htm>.

(٣) انظر القضية رقم (FA99737) التي رفعتها Marriott International, Inc. v Momma Amed والتي نظرها مجمع التحكيم الوطني (NAF) والمنشورة على عنوان الإنترنٌت الآتي:

<http://www.arb-forum.com/domains/decisions/94737.htm>.

(٤) انظر القضية رقم (FA0102000096695) التي رفعتها PepsiCo, Inc.v Datasphere Ltd. والتي نظرها مجمع التحكيم الوطني على عنوان الإنترنٌت الآتي:

<http://www.arb-forum.com/domains/decisions/96695.htm>.

(٥) من هذه الواقع الكثيرة نذكر على سبيل المثال:

www.greatdomains.com و <http://www.domains.com>.

وقد يقوم أحد الأشخاص المتطفلين (Parasite) بتسجيل العلامة التجارية العائدة للشركة كاسم موقع، ويعُرِّفُ موقعًا يبيع فيه منتجات أقل جودة من المنتجات التي تبيعها الشركة بالاعتماد على شهرة العلامة التجارية المملوكة للشركة^(١).

ولا يقتصر هذا النوع من الاعتداء على العلامات التجارية على تسجيل أسماء الموقع العليا العامة (gTLDs) كما بینا سابقاً، بل قد يتم الاعتداء على العلامات التجارية عن طريق تسجيل أسماء الموقع المكونة من رموز الدول^(٢) المتlapping مثل تسجيل اسم الموقع الوطني www.harrodsonline.co.uk

(١) See Ira.S. Natherson. Show down at the domain name corral property rights and personal jurisdiction over squatters, poachers and other parasites, 58 U. Pitt. L Rev(1997) 991 available at <http://www.nita.doc.gov/ntihome/domainname/13dfmail/bartel.htm>

(٢) لتقليل منازعات أسماء الموقع المكونة من رموز الدول، انظر الوثيقة التي أعدّها المنظمة العالمية للملكية الفكرية (WIPO) والمعنونة "أفضل الإجراءات لتفادي منازعات الملكية الفكرية بشأن الحقوق العليا المكونة من رموز البلدان وتسويتها" - ٢٠ يونيو / حزيران ٢٠٠١ على العنوان التالي:

<http://ecommerce.wipo.int/domains/cctlds/bestpractices/bestpractices-ar.doc>

See also WIPO Conference on Intellectual property Questions Relating to the CCTLDS, Geneva, February 2001.

وانظر أيضًا محمد حسام لطفي، "التزاع بين أسماء الموقع على الإنترنٌت والعلامات التجارية" - ندوة الريبو الوطنية عن آخر التطورات في مجال الملكية الفكرية التي عقدت في مسقط بتاريخ ٢٠٠٢-٢١ أكتوبر

(٣) انظر القضية التي رفعتها شركة (Harrods) الشهيرة ضد (George Wilson) والمنشورة على عنوان الإنترنٌت التالي: <http://www.nic.uk/drs/decisions/harrods-v-wilson.html>

= ولتتبع قضايا أسماء الموقع التي عرضت على المحاكم الإنجليزية مثل:

- (١) المتطابق مع العلامة التجارية (HARRODS) وتايوان www.playstation.com.tw
- (٢) المتطابق مع العلامة التجارية (PLAYSTATION). و كندا www.browne.co.ca
- (٣) المتطابق مع العلامة التجارية (BROWNE) وفرنسا www.playstation.fr

Bell Atlantic Corp & Anr V Bell Atlantic Communication Plc & An 1999
والقضية:
British Communication PLC&Ors V One In A Million
والقضية:
(Bikemart V Gallaghe & Williams 1999)
والقضية:
(Flowers Inc V Phonenames Ltd 2000)

انظر: "Domain names – where are all the cases"? Published in Managing Intellectual Property Magazine, available at <http://www.brandlaw.com/download/domainnamescases.pdf> Visited on 24-4-2002 and visit the Law firm field Fisher Water House website at <http://www.fflaw.com>.

(١) لاحظ مدى التطابق بين العلامة التجارية (PLAYSTAION) وبين اسم الموقع المسجل www.playstation.com.tw من حيث ترتيب الأحرف واللفظ والمعنى المستخدم، انظر القضية رقم (STLC2001-013) التي نظرها مركز القانون للعلوم والتكنولوجيا (The Science& Technology Law Center) في تايوان والمعين من قبل الجهة المسجلة لأسماء موقع تايوان الوطنية (Taiwan Network Information Center) لحل منازعات أسماء الموقع، وانظر النشرة القانونية التي تصدرها شركة المحامية التایوانية المتخصصة في قوانين الملكية الفكرية Joanne Lue, TIPLO Review, October 2002, vol 14 الآتي:

<http://www.tiplo.com>

(٢) انظر القضية (Browne and Co Ltd V Bluebird industries) (Browne and Co Ltd V Bluebird industries) على عنوان الإنترنت الآتي: <http://www.resolutioncanada.ca/en/decisions/Eco-0208822-001005.pdf>

وعنون زيارة موقع الجهة المسجلة لأسماء الموقع في كندا (Canadian Internet Registration Authority) على عنوان الإنترنت الآتي: <http://www.resolutioncanada.ca> (٣) وتتلخص وقائع القضية التي رفعتها المدعية مجموعة شركات (sony) ضد المدعى عليها (six) التي قامت بتسجيل اسمها موقعيين متطابقين مع علامات المدعية وعرضت في الموقعين المؤسسين المستوجات الخاصة بالمدعية من دون علمها وقوبلها. وقد حكمت المحكمة الفرنسية بنقل اسمي الموقعيين للمدعية وان لا تقوم المدعى عليها ببيع المنتوجات الخاصة بالمدعية في موقعها المؤسس. وبررت المحكمة حكمها ان الموقعين المؤسسين من قبل المدعى عليها سوف يخلقان الليس في ذهن زبائن المدعية وزوار موقعها وبجعلهم يعتقدون أنها مرتبطة بالمدعية.

العلامة التجارية (PLAYSTATION) المتlapping مع (www.shell.de) وألمانيا (SHELL) العلامة التجارية.

See “ French courts rule in favour of Sony play station Domain name case “ available at <http://www.elexica.com/index15.htm>

ويضيق المجال في هذا المقام للحديث عن القضايا الأخرى التي عرضت على المحاكم الفرنسية بخصوص الاعتداء على العلامات التجارية في الفضاء الإلكتروني عن طريق تسجيل أسماء موقع متشابهة أو متطابقة معها، ويكمننا القول أن القضاء الفرنسي استقر على أن قانون العلامات التجارية يحمي العلامة التجارية المعتمدة عليها عندما تكون العلامة التجارية المسجلة قبل تسجيل اسم الموقع. ففي مثل هذه الأحوال يمكن رفع دعوى ضد اسم الموقع المسجل (AtlantelCase). ولكن حماية العلامة التجارية ليست فورية بل يجب أن تكون العلامة التجارية متشابهة في المنتجات والخدمات مع الموقع الموسس وفي حالة عدم تتحقق هذين الشرطين فإنه يمكن للمتضرر من الاعتداء على علامة التجارية رفع دعوى المنافسة غير المشروعة خصوصاً عندما تكون العلامة المسجلة كاسم موقع ذات شهرة عالمية مثل القضايا التالية (L'oreal, Lancome Altavista Cases)، انظر: .

Smith OP.Cit, p 12

ولتتبع موقف القضاء الفرنسي من أسماء الموقع انظر:

Eric Franchi, La droit des marques aux frontiers du virtual available at <http://www.lex-electronica.org/articles/v6-1/franchi.htm>

(١) لتبغ القضايا التي عرضت على المحاكم الألمانية والخاصة بهذا النوع من الاعتداء على العلامات التجارية انظر:

Sibylle Gierschmann, Responsibility on the internet, competition law, domain grabbing and e-mail advertising, 53-57, Internet and E-commerce, Beiten Burkhardt Mittl & Wegner and visit the German international law firm website at <http://www.bbip.de>

وتفصلت المحاكم الألمانية حول اعتبار أسماء المواقع حقوق ملكية خاصة بجوز الحجز عليها وفقاً لقانون الإجراءات الجزائية الألماني، فقد رأت محكمة إيسن الألمانية إمكانية حجز أسماء المواقع موضحة أنها ذات طبيعة خاصة لأنه يمكن نقلها وأنها ممتلكات ثمينة يمكن بيعها وشراؤها وإيجارها وعرضها في المزاد. أما محكمة ميونخ فقد رأت خلاف هذا الرأي، إذ أنها وجدت أن هناك فرقاً بين أسماء المواقع وحقوق الملكية الفكرية الأخرى مثل براءات الابتكار والعلامات التجارية وإن القانون لم ينص على اعتبارها حقوقاً وإن إجراءات التسجيل لدى الجهة المسئولة عن التسجيل في ألمانيا وشروط التسجيل لديها لا تكفي للاعتراض لتسجيل اسم الموقع بحقوق معينة. إما محاكم ديسيلدورف فقد وجدت أن أسماء المواقع تُعدّ حقاً خاصاً لأن لها قيمة مالية كبيرة وأنه يمكن نقلها وبيعها وتغييرها، انظر:

Germany Courts Divided on Internet Domain Names and Property Rights –
National Reports, EIPR, Vol 24, Issue 7 July, N – 110 =

المطلب الثاني

تسجيل اسم موقع متشابه مع علامة تجارية

وهذه هي الصورة الثانية من صور الاعتداء على العلامة التجارية، وفيها يستخدم شخص ما بعض الحيلة في تسجيل اسم موقع شبيه أو متماثل إلى حد كبير (وليس متطابقاً كما هو الحال في الصورة الأولى) مع العلامة التجارية العائدة للشركة، وذلك عن طريق إدخال تعديل طفيف على إحدى حروف العلامة التجارية التي يسجلها كاسم موقع^(١) أو إضافة كلمة للعلامة التجارية العائدة للشركة ويسجلها كاسم موقع^(٢). مثال على ذلك تسجيل اسم الموقع

www.misrosoft.com أو www.yafoo.com

وانظر أيضاً موقع شركة المحاماة الإنجليزية الألمانية (TaylorWessing) التي اندمجت مؤخراً لتبني التطورات في قوانين الإنترنـت والتجارة الالكترونية الألمانية انظر عنوان الإنترنـت الآتي:
<http://www.taylorwessing.com/index.html>

لمعرفة المزيد عن منازعات أسماء المواقع الوطنية، انظر أيضاً Diane Cabell, Foreign Domain Name Disputes, the computer & internet lawyer, vol 10, p5 no 17 <http://www.mama-tech.com/foreign.html> visited on 16-11-2002

- (١) Lisa T Oartz, Trademarks on the internet, available at <http://www.perkinscoie.com/resource/ecomm/trademarks.htm> visited on 7-9-2002
- (٢) انظر القضية رقم (0200010) HK التي نظرت أمام مركز التحكيم الآسيوي في هونج كونج (Hong Kong office of Asian Domain Name Dispute Resolution Center ADNDRC) والتي رفعتها مجموعة الشركات القابضة الأسترالية (Raine and Horne Holding P/L) ضد المسجل (Daniel Waldron) الذي قام بتسجيل العلامة التجارية العائدة للشركة المسجلة في أستراليا (Raine and Horne) مع إضافة كلمة تجاري (commercial) كاسم موقع. وقد حكم المركز = www.raineandcommercial.com

لاحظ إدخال الحرف (f) بدلاً من الحرف (h) في المثال الأول والحرف (s) بدلاً من الحرف (c) في المثال الثاني.

ومن القضايا التي عرضت على مركز الويبيو للتحكيم والوساطة (WIPO) الخاصة بهذا النوع من الاعتداء، القضية رقم Arbitration and Mediation Center (D2002-0567) التي رفعتها شركة Microsoft Corporation ضد Seventh (Microsoft Corporation) الذي قام بتسجيل اسم الموقع wwwhotmail.com المتماثل مع العلامة التجارية HOTMAIL (HOTMAIL) التي تملكها الشركة وقد قضى المركز بنقل اسم الموقع للشركة المشتكية^(١) لاحظ في هذا المثال أن المسجل لم يسجل اسم الموقع ولكن سجل اسم الموقع www.hotmail.com من دون إضافة النقطة التي تفصل www عن .hotmail.

ومن هذه القضايا أيضاً القضية رقم (D2001-0362) المرفوعة أمام مركز الويبيو للتحكيم والوساطة (WAMC) من نفس الشركة Microsoft ضد المسجل لاسم الموقع Charlie Brown (Charlie Brown Corporation) باسم الموقع www.microsoft.com المتماثل بدرجة تثير اللبس مع العلامة

بإعادة اسم الموقع للشركة لثبوت سوء نية الشخص المسجل لاسم الموقع الذي أراد بيع اسم الموقع المسجل للشركة المشتكية، انظر القضية منشوره على عنوان الإنترنت الآتي:
<http://www.adndrc.org/icann/ipdecision.nsf/fo47c3e4e8d7221c48256ab00028>

(١) انظر تفاصيل هذه القضية منشوره على عنوان الإنترنت الآتي:
<http://arbiter.wipo.int/domains/decisions/html/2002/d2002-0567.html>.

التجارية (MICROSOFT) ^(١)، والقضية رقم (D2002-0516) المرفوعة أمام مركز الويبيو للتحكيم والوساطة من قبل شركة (Amazon.Com Inc) ضد Korothkov Victor الذي قام بتسجيل اسم الموقع www.ammazon.com ^(٢). المتشابه مع العلامة التجارية (AMAZON) العائدة لشركة المشتكية ^(٣). والقضية المرفوعة من قبل شركة (LYCOSS) ضد المسجل الذي قام بتسجيل اسم الموقع المتشابه مع العلامة التجارية (Lycoss) العائدة لشركة ^(٤).

(١) انظر تفاصيل هذه القضية منشورة على عنوان الإنترنٌت الآتي:

<http://arbiter.wipo.int/domains/decisions/html/2001/d2001-0362.html>

(٢) انظر تفاصيل القضية منشورة على عنوان الإنترنٌت الآتي:

<http://arbiter.wipo.int/domains/decisions/html/2002/d2002-0516.html>

وانظر القضايا الأخرى التي نظرها مركز الويبيو للتحكيم والوساطة مثل ((

The Salvation Army v. Info-Bahn, Inc رقم (D2001-0463) منشورة على عنوان الإنترنٌت الآتي:

<http://arbiter.wipo.int/domains/decisions/html/2001/d2001-0463.html>

والقضية (Diageo plc v. John Zuccarini, Individually and t/a Cupcake Patrol) رقم (D2000-0996) المنشورة على عنوان الإنترنٌت الآتي:

<http://arbiter.wipo.int/domains/decisions/html/2000/d2000-0996.html>

والقضية (Standard Chartered PLC v. Purge I.T رقم (D2000-0681) المنشورة على عنوان الإنترنٌت الآتي:

<http://arbiter.wipo.int/domains/decisions/html/2000/d2000-0681.html>

والقضية (Wal-Mart Stores, Inc. v. Richard MacLeod d/b/a For Sale) رقم (D2000-0662) المنشورة على عنوان الإنترنٌت الآتي:

<http://arbiter.wipo.int/domains/decisions/html/2000/d2000-0662.html>

والقضية (Case No. D 2002-(Microsoft Corporation. v. Andrey Tumakov) رقم (1039) المنشورة على عنوان الإنترنٌت الآتي:

<http://arbiter.wipo.int/domains/decisions/html/2002/d2002-1039.html>

(٣) انظر تفاصيل هذه القضية منشورة على عنوان الإنترنٌت الآتي:

<http://arbiter.wipo.int/domains/decisions/html/2000/d2000-1015.html>

وانظر أيضاً القضايا المرفوعة أمام مجمع التحكيم الوطني (NAF) والخاصة بهذا النوع من الاعتداء

على العلامات التجارية مثل القضية =Alta Vista Company V West Coast

يلاحظ في القضايا السابقة أن تسجيل اسم الموقع في القضية الأولى قد تم من دون إضافة النقطة بين (hotmail) و (WWW)، أما في القضية الثانية فقد أضيف الحرف (o) وفي القضية الثالثة استبدل الحرف (n) بدلاً من الحرف(m).

ويجب أن نذكر أيضاً حالة من الحالات التي يحتفظ فيها المسجل باسم الموقع الذي سجله حتى ولو كان هذا الاسم متطابقاً أو متشابهاً مع علامة تجارية تعود للغير، و تسمى هذه الحالة بقرصنة أسماء الموقع بشكل عكسي (Reverse Domain Name Hijacking) التي سنبيّنها فيما يأتي:

في مثل هذه الحالة، يقوم صاحب علامة تجارية مسجلة برفع شكوى أمام إحدى الجهات المختصة بالفصل في منازعات أسماء الموقع المعتمدة من قبل

والمنشورة على عنوان الإنترنت الآتي:
[www.altavesta.com](http://www.arb-forum.com/domains/decisions/95265.htm) رقم FA0007000095265 Entertainment

والقضية رقم (FA 0102000096610) American Express Company v Global Marketing (الخاصية باسم الموقع www.americamexpress.com والمنشورة على عنوان الإنترنت الآتي: <http://www.arb-forum.com/domains/decisions/96610.htm>)

والقضية رقم Compaq Information Technologies Group, L.P v. scoh Jones (FA0108000099091) (الخاصية باسم الموقع www.compaqq.com والمنشورة على عنوان الإنترنت الآتي: <http://www.arb-forum.com/domains/decisions/99091.htm>)

والقضية رقم Google Inc. v Jon G. (FA 0203000106084) (الخاصية باسم الموقع <http://www.google.com> والمنشورة على عنوان الإنترنت الآتي: <http://www.arb-forum.com/domains/decisions/106084.htm>)

والقضية AltaVista Company v J J Domains (FA0008000095499) (الخاصية باسم الموقعين www.altavista.com ، www.altavisa.com والمنشورة على عنوان الإنترنت الآتي: <http://www.arb-forum.com/domains/decisions/95499.htm>)

منظمة منح الأسماء والأرقام على الإنترنت (الأيكان) (Internet Corporation for Assigned Names and Numbers ICANN) مطالباً بحرمان صاحب اسم الموقع المسجل حسب الأصول من اسم موقعه. ولا يستند هذا الشخص المشتكي (Reverse hijacker) لمبرر مقبول يجيز له قبول طلبه^(١) (١) عدا عن علامته التجارية المتطابقة أو المتشابهة مع اسم الموقع المسجل، وقد لا يكون هذا بحد ذاته كافيا لاستعادة اسم الموقع المسجل). و يعلم هذا الشخص المشتكي أن الشخص المسجل لاسم الموقع يملك كل الحق في تسجيله وأنه لم يعتد على العلامة التجارية المسجلة ويصر مع ذلك على رفع الشكوى. وعندما يتم التأكد من سوء نية هذا الشخص من قبل الجهة التي رفعت إليها الشكوى، يحكم الفريق المعين بأن فعل هذا الشخص يشكل اعتداء على إجراءات حل المنازعات ويرد بذلك طلبه^(٢).

ومن التطبيقات العملية القضية رقم (D2001-0916) التي نظرها مركز (WIPO Arbitration and Mediation Center) الويبو للتحكيم والوساطة

(١) Jay Hollander, The impact of Reverse Domain Name Hijacking, available at http://www.gigalaw.com/articles/2002/hollander_2002-03.html and Ebrhard Rhein, Reverse Domain Name Hijacking : Analysis and suggestion, EIPR, Vol 23, Issue 12, December 2001.

(٢) ومن تطبيقات هذه الصورة القضية رقم (D2000-1151) على عنوان الإنترنت الآتي: <http://arbiter.wipo.int/domains/decisions/html/2000/d2000-1151.html> والقضية رقم (D2000-0993) بين Hughes و Smart design على عنوان الإنترنت الآتي: <http://arbiter.wipo.int/domains/decisions/html/2000/d2000-0993.html>

(Pro Fiducia SA) ضد شركة (WAMC) التي رفعتها شركة Treuhand AG لاستعادة اسم الموقع www.maggi.com الذي ادعت الشركة المشتكية (Complainant) أنه مطابق لعلامتها التجارية المسجلة المشهورة (MAGGI). ولكن الشركة المشتكى في حقها (Respondent) دافعت عن نفسها بأن لها الحق في تسجيل اسم الموقع السابق ولم تعتد على العلامة التجارية العائدة للشركة المشتكية وذلك لأن اسم الموقع مسجل باسم مدبرها التنفيذي (Romeo Maggi) الذي سجل اسم الموقع باسم عائلته (Maggi). وقد أغلقت الشركة المشتكية ذكر أنها حاولت في عام ١٩٩٥ الدخول مع الشركة المشتكى في حقها في مفاوضات للتنازل عن اسم الموقع لها وكانت تعرف أنها صاحبة حق في التسجيل ومع ذلك أصرت على رفع القضية. وقد وجد الفريق أن الشركة المشتكية لا اسم الموقع تملك كل الحق في تسجيلها ولم تسجله بسوء نية ولم تحكم وبالتالي بنقله للشركة المشتكية ورفضت الشكوى.^(١)

(١) انظر تفاصيل هذه القضية منشوره على عنوان الانترنت التالي:

<http://arbiter.wipo.int/domains/decisions/html/2001/d2001-0916.html>

المطلب الثالث

تسجيل اسم موقع يحتوي على علامة تجارية مع إضافة عبارات تحفيرية (Derogatory Domain Names) (Cyber-smearing)

(Suck Websites) (Protest & Parody Sites)

وفي هذه الصورة من الاعتداء، يقوم أحد عملاء أو موظفي^(١) أو زبائن الشركة السابقين بالتعبير عن امتعاضه وغضبه من إحدى المتوجات التي تشنها الشركة أو إحدى الخدمات التي تقدمها لعملائها، فيقوم بتسجيل العلامة التجارية العائدة للشركة كاسم موقع مع إضافة كلمة أو عبارة تسيء للشركة قبل الاسم أو بعده. مثل (Ihate_toyota.com) أو (boycott.cocola.com) أو (toyotasuck.com) أو (cocola_suck.com). أو بعد

لا حظ إضافة كلمة قاطع (boycott) لاسم موقع (cocoola.com) في المثال الأول و المقطع أنا اكره (I hate) لاسم الموقع (toyota.com) في المثال الثاني وإضافة الكلمة النابية (suck) لاسم الموقع (cocola.com) ولا اسم الموقع (toyota.com) في المثالين الثالث والرابع.

ومن التطبيقات العملية لهذه الصورة من الاعتداء على العلامة التجارية القضية رقم (D2000-1015) التي رفعتها شركة Lockheed Martin

(١) انظر القضية (Brigestone Firestone inc...v Jack Myer) رقم (D2000-0190) التي رفعتها شركة الإطارات الشهيرة (Bridgestone) ضد أحد الموظفين السابقين لديها (Jack Myer) الذي قام بتسجيل علامتها التجارية كاسم موقع (www.bridgestone-firestone.net) والقضية منشورة على عنوان الإنترنت التالي:
<http://arbiter.wipo.int/domains/decisions/html/2000/d2000-0190.html>

Corporation ضد (Dan Parisi) والتي نظرها مركز الويبيو للتحكيم والوساطة (WIPO Arbitration and Mediation Center) التي قام فيها المسجل بتسجيل اسم موقعين www.lockheedsucks.com و www.lockheedmartinsucks.com متماثلين مع العلامتين التجاريةتين العائدتين للشركاتين (LOOKHEED MARTIN) و (LOOKHEED) مع إضافة الكلمة النابية (suck) بعد العلامتين التجاريةتين اللتين تملكتهما الشركة. وقد حكم اثنان من ثلاثة من أعضاء الفريق (Panelists) بأن ذلك لا يشكل اعتداء على العلامة التجارية العائدة للشركة المدعية^(١).

ومن تطبيقاً لها أيضاً القضية Koninklijke Philips Electronics N.V.v. In Seo Kim رقم (D2001-1195) التي عرضت على مركز الويبيو للتحكيم والوساطة (WIPO Arbitration and Mediation Center) والتي قام فيها المسجل بتسجيل اسم الموقع www.philipssucks.com الذي يتكون من العلامة التجارية (philips) مع إضافة الكلمة النابية (Suck) وقد قرر الفريق المكلف بالنظر في القضية إعادة اسم الموقع للشركة^(٢).

(١) انظر تفاصيل هذه القضية منشوره على عنوان الإنترنـت التالي:
<http://arbiter.wipo.int/domains/decisions/html/2000/d2000-1015.html>

وانظر القضية Diageopl v. John Zuccarini, individually and t/a cupcake patrol رقم (D2000-0996) المرفوعة أمام مركز الويبيو للتحكيم والوساطة والتي قام فيها المسجل بتسجيل العلامة التجارية التي تملكها المشتكية (GUNNESS) كأسماء موقع مسيئة كثيرة وقد حكم الفريق بإعادة هذه الأسماء للشركة المشتكية، انظر القضية: Bloomberg Group L.P.V Secaucus (FA) المتشارب مع العلامة التجارية (BLOOMBERC) على عنوان الإنترنـت الآتي:
<http://arbiter.wipo.int/domains/decisions/html/200/d2000-0996.html>.

(٢) لتبغ تفاصيل هذه القضية يمكن زيارة عنوان الإنترنـت الآتي:

وإمعاناً في الرغبة في الإساءة للشركة من الممكن أيضاً أن يدعي أحد الأشخاص في الموقع الذي أسسه ادعاءات كاذبة تؤثر سلباً على مكانة وسمعة الشركة، كأن يدعي أن الشركة تضع مادة سامة في متوجهاً^(١). وقد اختلفت الآراء في تسجيل أسماء الواقع المسيئة للشركات (Derogatory Domain Names)^(٢). فقد ذهبت بعض المحاكم الأمريكية إلى أن تأسيس موقع من هذا القبيل يندرج في إطار حرية التعبير والرأي^(٣). وبالمثل فإن موقف مركز الويبيو للتحكيم والوساطة لم يستقر على موقف محدد من هذه الاعتداءات، وهناك انقسام في آراء المحكمين بالنسبة لهذه المسألة^(٤).

[http://arbiter.wipo.int/domains/decisions/html/2001/d2001-1195.html.](http://arbiter.wipo.int/domains/decisions/html/2001/d2001-1195.html)

(١) Tracking Your Trademarks, IP scan, spring 2002 available at:

<http://www.netsearchers.com/index.asp?X=ipscan3&L=en>

ويمكن الاشتراك في مجلة IP Scan مجاناً عن طريق إرساله رسالة ببريد الإلكتروني إلى العنوان: ipscan@register.com

(٢) انظر موقع www.sucks500.com الذي أنشأته مجموعة Secaucus Group (والذي يمكن لكل شخص حاقد على السياسيين أو السياسة أو الشركات الأمريكية أن يعبر عن آرائه في هذا الموقع).

(٣) انظر القضية التي نظرها المحاكم الأمريكية والمفوعة من قبل شركة Bally Total Fitness Holding Corp ضد fabet (وقد قررت المحكمة المفوع إليها الراز أن تسجيل اسم موقع (ballysucks.com) يندرج في إطار حرية التعبير والرأي التي كفلتها الدستور الأمريكي والقضية منشورة على عنوان الانترنت الآتي:

<http://gozips.uakron.edu/~dratler/2003cyberlaw/materials/bally.htm>

انظر أيضاً بخصوص هذا النوع من الاعتداءات:

Greogry J Naples, Cybersmearing: A Legal conflict Between individuals and corporations, the journal of information law and technology (JILT), 2002, available at <http://elj.warwick.ac.uk/jilt/02-2/naples.html> Visited on 31-1-2003

(٤) انظر القضية (Diago Plc V Zuccarini) رقم (D 2000-1015) على عنوان الانترنت التالي: <http://arbiter.wipo.int/domains/decisions/html/2000/d2000-1015.html>

ومن الجدير بالذكر أن تسجيل موقع مسيئة من هذا القبيل لا يقوم به فرد أو شخص فقط، فقد تقوم به منظمات أو جمعيات معينه مثل الجمعيات المدافعة عن حقوق الحيوانات (animal right Activists) أو المناهضة للإجهاض^(١) (anti Corporate) أو الناقدة للشركات الكبيرة. (Anti abortion Activists) activists ويحولو للبعض أن يطلق على هذا النوع من الاعتداء المنظم بالإرهاب الإلكتروني الموجه ضد الشركات (ismTerror-berCy) لأن هذا الاعتداء لا يقتصر على تسجيل وتأسيس الواقع المسيئة للشركات الكبيرة بل يستخدم عقول أمهر وأخطر المخترقين (hackers) الخبراء في أنظمة الحواسيب (LINUX) المختلفة ومنها نظام (Operation Systems) للوصول لموقع هذه الشركات واحتراقها وتدميرها عن بكرة أبيها^(٢).

(١) أسست هذه المجموعة موقعًا ووضعت فيه أسماء وعناوين الأطباء والجهات التي توفر عمليات الإجهاض وقد أكمل هؤلاء الأشخاص بالجرائم ضد الإنسانية. انظر الواقع الآتية: www.rtmark.com www.adbusters.com

(٢) نظام لينكس (LINUX) هو نظام تشغيل مجاني مفتوح المصدر (Open Source) يوفر كافة مزايا أنظمة التشغيل الأخرى. وقد طور هذا النظام الطالب لينس تورفالدز في جامعة هلسنكي في فنلندا في عام ١٩٩٠ . وهناك أسباب تدعى الكثرين على تفضيله على نظام ويندوز (Windows) منها أنه نظام مجاني حيث يمكن إنشائه بجانب من الإنترن特، وهو نظام آمن فقد بيّنت إحصائية أعدتها شركة (Mcafee) المتخصصة في مجال حماية الحواسيب من الفيروسات، أنه يتوفّر في بيته ويندوز ما لا يقل عن ٥٨٠٠ نوع فيروس بينما لا يتوفّر في بيئه لينكس أكثر من عشرة أنواع من الفيروس والسبب الثالث هو ثبات النظام ويوفّر هذا النظام أخيرا حرية الاختيار للمستخدم فهو يختار واجهة الاستخدام التي يريده ويخدد شكلها وملامحها. ويقدر عدد مستخدمي هذا النظام في إحصائية قديمة بـ ٣٠ مليون مستخدم، انظر عصام بايزيدى، ما هو لينكس وماذا يفضله الكثيرون على ويندوز؟، مجله الحاسوب العدد ٤٩ كانون الثاني ٢٠٠١، ص ٤٣-٤٠ ، وانظر الواقع الرسمية الخاصة بلينكس على عنوان: <http://www.linux.org> <http://www.linux.com> أو موقع مجموعة <http://www.linux4arab.com>

(٢) See an excellent article, Stella Stephens, Cyber-terrorism: combating hate online, November 2001, International Technology Law Review available at <http://www.legalmediagroup.com/techlawlive/includes/print.asp?SID=531>

المطلب الرابع

تسجيل علامة تجارية عائدة للغير كاسم موقع عندما يمتنع المسجل عن تجديد تسجيله للاسم

(١) (Dropped Domain Name)

عندما يسجل شخص أو شركة اسم الموقع المسجل عليه أن تقوم بتجديده تسجيلاً ودفع رسوم التسجيل سنويًا حسب ما تم الاتفاق عليه في اتفاقية تسجيل اسم الموقع (Domain Name Registration Agreement)^(٢) مع الشركة التي تقدم خدمات التسجيل^(٣). وفي حالة إغفال هذه الشركة تجديد

(١) See Domain Name Glossary available at

<http://www.igoldrush.com/glossary.htm>

And see Glossary

<http://www.new-domain-names.biz/glossary/index.html>

And see Whois Query. Com at

<http://www.whoisquery.com>

(٢) ترمي اتفاقية تسجيل اسم الموقع بين الشخص الذي يرغب بتسجيل اسم الموقع والشركة المسجلة لاسم الموقع. وتوضع هذه الاتفاقية في الموقع الإلكتروني للشركة المسجلة لأسماء مواقع الإنترنت. ومقابل الخدمات التي تقدمها الشركة المسجلة يلتزم المسجل بدفع رسوم التسجيل التي عادة ما تكون سنوية عن طريق بطاقات الائتمان (Credit Card). ويلتزم ب توفير معلومات دقيقة أيضاً حسب ما يتطلبه طلب التسجيل كما يلتزم الشخص المسجل بتجديد هذه المعلومات عندما تتغير وإن لا يعتد على أية حقوق عائدة للغير عند تسجيله لاسم الموقع والخضوع للسياسة الموحدة لحل منازعات أسماء المواقع. لمعرفة البنود الأخرى الواردة في هذه الاتفاقية، انظر موقع الشركات التي تقدم خدمات تسجيل أسماء المواقع ومن بينها شركة (Go daddy) على عنوان الإنترنت.

(٣) لا يسمح لأي شركة كانت أن تقوم بتسجيل أسماء موقع الإنترنت العليا العامة (gTLDs) إلا بعد الموافقة على ذلك من قبل الأيكان (ICANN) التي تدخل مع الشركة الراغبة بتسجيل أسماء المواقع في اتفاقية (Accreditation Agreement). وهناك إجراءات معينة يجب على الشركة الراغبة بالتسجيل القيام بها ليتم قبولها لتسجيل أسماء المواقع، منها أن =

تسجيل اسم موقعها ودفع رسوم التسجيل تقوم الشركة المسجلة بعد أن تعلم هذه الشركة بضرورة تجديد تسجيلها، عن طريق الموقع لأي شخص آخر قادر على دفع رسوم التسجيل. ولكن قد يقوم أحد الأشخاص باستغلال عدم تجديد الشركة لاسم موقعها، ويسجل باسمه العلامة التجارية العائد لها كاسم موقع، ومن ثم يعرض على هذه الشركة بيع هذا الاسم بمبالغ مالية كبيرة.

ومثال على ذلك تسجيل شركة إحدى علاماتها التجارية كاسم موقع مع شركة (DirectNIC) وعدم تجديد تسجيل اسم الموقع بسبب أو لآخر واستغلال أحد الأطراف ذلك، وقيامه بتسجيل العلامة والاسم التجاري الخاصين بالشركة باسمه كاسم موقع وعرضه على هذه الشركة دفع مبلغ ١٠٠٠٠٠ دولار حتى يقوم بالتنازل عن اسم الموقع لها.

تقديم طلبًا (للآيكان) وان ثبتت ملائمة المالية حيث يجب أن لا يقل رأسمالها عن ٧٠ ألف دولار ويجب أن تلتزم بدفع مبلغ مقطوع (للآيكان)، ٢٥٠٠ دولار لأول اسم موقع على عام (gTLDs)، يجاز لها تسجيله و ٥٠٠ دولار لكل اسم موقع جديد يتم الموافقة على تسجيله. ولا يوجد في الوطن العربي حتى هذا التاريخ سوى شركتين معتمدتتين من قبل الآيكان لتسجيل أسماء المواقع العالمية العامة (gTLDs) وهما شركة طلال أبو غزالة (<http://www.tagidomains.com>) على عنوان الموقع: والشركة الكويتية Netone & Computer Data Network dba Shhop4domains على عنوان الموقع: <http://www.shop4domain.com> وانظر اتفاقية (<http://www.icann.org/raa.04nov99.htm>) منشوره على عنوان الإنترنت التالي: Accreditation Agreement من قبل الآيكان انظر العنوان التالي: <http://www.icann.org/registrar/accredited-list.html>

ومن القضايا التي نظرها مجمع التحكيم الوطني (The National Arbitration Forum) الأمريكي القضية رقم (FA0002000093633) التي رفعتها شركة (Gedar Trade Associates, Inc.) ضد (Gregg Ricks) الذي قام باستغلال عدم تجديد تسجيل الشركة المشتبكة لاسم الموقع المحتوي على علامة الشركة غير المسجلة وسجله باسمه وعرضه للبيع مع إحدى المواقع التي تبيع أسماء الموقع على الإنترن. وقد قرر الفريق (Panelist) أن تسجيل اسم الموقع وعرضه للبيع يثبت سوء نية الشخص المسجل لاسم الموقع، وعليه فقد حكم بنقل اسم الموقع للشركة صاحبة الحق في التسجيل والتي انتهت اتفاقية تسجيلها^(١).

وتحذر الإشارة إلى أنه قد يتم الاعتداء على اسم الموقع الذي سجلته إحدى الشركات عن طريق البريد الإلكتروني (Domain name poaching)^(٢). فقد يرسل أحد الأشخاص رسالة للجهة المسجلة (الشركة التي تقدم خدمات التسجيل) لاسم الموقع المبتغى الحصول عليه، ويطلب منها تحويل اسم الموقع المسجل للقلم (server) آخر (Webjaking)، وفي حالة عدم تأكيد الجهة المسجلة من صحة الرسالة المرسلة تقوم بتحويل اسم الموقع للقلم آخر (Name rverse) وهو ما يجعل زبائن الشركة غير قادرين على الوصول لموقعها. وقد

(١) انظر القضية منشورة على عنوان الإنترن التالي:

<http://www.arb-forum.com/domains/decisions/93633.htm>

(٢) This term is taken from Mark Grossman, Esq- Domain Name Poaching- Tech law – sent by e-mail on 16-11-2002

يمحول الزوار لموقع يعرض صوراً مخلة بالأدب (WebsitegraPorno) (phy). فتتضرر الشركة وعلامتها التجارية التي يعرفها الجمهور من جراء ذلك^(١). ومن القضايا النادرة والمتعلقة بالاعتداء على أسماء الموقع عن طريق البريد الإلكتروني (Agent Host Co V Host Dot Com (E-mail spoofing)) رقم (0343) (Investment) التي نظرها مركز التسوية الإلكترونية الكندي (eResolution). والذي توقف عن حل منازعات أسماء الموقع في كانون الأول/ديسمبر ٢٠٠١ لأسباب اقتصادية^(٢). واستطاع المشتكى في حقه (Respondent) في هذه القضية إقناع الشركة المسجلة باسم الموقع (host.com) بتبديل الجهة الإدارية والمالية التي يتبعن الاتصال بها (billing contact & administrative المشتكى (Complainant)). ولم يجد الفريق المعين (Panelist) صعوبة في إثبات احتيال وسوء نية المشتكى في حقه (Respondent) وحكم بإعادة اسم الموقع للمشتكي (complaintant) مرة أخرى^(٣).

(١) Robert J. McGillivray, Webjacking, William Mitchell Law Review, 2001, Westlaw database, available at <http://www.lawschool.westlaw.com>

(٢) See eResolution website at <http://www.disputes.org/eresolution>
 (٣) انظر القضية التي نظرها مركز التسوية الإلكترونية الكندي (eResolution) ومنتشرة على عنوان الإنترنٌت التالي:
<http://www.disputes.org/eresolution/decisions/0343.htm>

المطلب الخامس

تسجيل اسم موقع يحتوي على علامة تجارية عائد لشركة منافسه (Competing Use)

في مثل هذه الحالة، تقوم شركة من بين شركتين متنافستين بعملاً في مجال واحد أو تقدم كل منهما بضائع ومنتجات واحدة، بتسجيل العلامة التجارية العائد للشركة الأخرى كاسم موقع حارمة إياها من تسجيل اسم موقع يحتوي على علامتها التجارية^(١).

ومثال على ذلك، تسجيل اسم الموقع www.burgerking.com من شركة www.channel.com (MacDonald's) من شركة (Yves Laint Laurent)

ومن تطبيقات هذه الصورة من الاعتداء على العلامة التجارية القضية رقم (FA 0002000093676) التي نظرها مجمع التحكيم الوطني (The National Arbitration Forum (NAF) (Indiana Mulch and Stone, LLC) ضد أحد المنافسين لها (Keiths Farm Market) والذي قام بتسجيل العلامة التجارية لها كاسم موقع (indianamulch.com) وعرض بيع اسم الموقع على الشركة بمبلغ ٥٠,٠٠٠ دولار حارماً هذه الشركة

(١) انظر الصفحة الرئيسية للبروفيسور وليم فيشر (William Fischer III) من كلية الحقوق في جامعة هارفرد (Harvard Law school) على عنوان الانترنت التالي:
http://www.law.harvard.edu/Academic_Affairs/coursepages/tfisher/

من تسجيل اسم موقع يحتوي على علامتها التجارية وبالتالي تأسيس الموقع الخاص بها والذي كانت تود تأسيسه باسمها، وقد حكم الفريق بإعادة اسم الموقع للشركة المشكية^(١). لا حظ في هذه القضية أن الشركاتتين تبيعان نفس المنتوجات وان المشتكى في حقه لم يقم بتسجيل اسم موقع يحتوي على اسمه وعلامته التجارية ولكن سجل العلامة التجارية العائدة للشركة المنافسة له كاسم موقع وبالتالي حرم هذه الشركة من تسجيل علامتها التجارية كاسم موقع.

المطلب السادس

تسجيل اسم موقع يحتوي على علامة تجارية عائد لشركة غير منافسه (Non- Competing Use)

تقرب هذه الحالة إلى حد كبير من الحالة التي سبقتها إلا أن الفارق بينهما يكمن في أن الشركاتتين غير متنافستين وتعملان في مجالين مختلفين أو تقدمان للجمهور منتجات وخدمات مختلفة، فتقوم إحدى الشركاتتين بتسجيل العلامة التجارية العائدة للشركة الأخرى غير المتنافسة معها كاسم موقع^(٢).

(١) انظر تفاصيل هذه القضية منشورة على عنوان الإنترت الآتي:

<http://www.arb-forum.com/domains/decisions/93676.htm>

(٢) انظر الصفحة الرئيسية للبروفيسور وليم فيشر (William Fischer III) من كلية الحقوق في جامعة هارفرد (Harvard Law school) على الموقع:

http://www.law.harvard.edu/Academic_Affairs/coursepages/tfisher/

والموقع: <http://www.Tfischer.org>

ومثال على ذلك قيام شركة (DHL) للنقل السريع بتسجيل اسم موقع يتشكل من الحروف الأبجدية لإحدى العلامات التجارية التي تملكها شركة (Nestle) المتعددة الجنسيات والتي تقدم منتوجات الأطعمة والأغذية المختلفة.

الفصل الثاني

سبل تفادي المنازعات حول العلامات التجارية

وأسماء الواقع وحلها في حال وقوعها

(Resolving conflict over Trademarks & Domain Names)

لتفادى وحل المنازعات حول العلامات التجارية وأسماء الواقع، ينبغي أن يجتمع بين التقنية والقانون، فالتقنية تحاول أن تمنع المنازعات، والقانون يهدف إلى حل المنازعات بعد وقوعها. وستتولى بيان هذين النوعين في المطلبين الآتيين:

المطلب الأول

سبل تفادي المنازعات حول العلامات التجارية وأسماء الواقع

تعرف التقنية صور عده لتفادي المنازعات حول العلامات التجارية وأسماء الواقع، ويمكن أن نتناول أبرز هذه الصور كما يأتي:

أولاً: توظيف شركات متخصصة في ملاحقة الاعتداء على العلامات التجارية وأسماء المواقع (Internet Surveillance Companies)

تختص العديد من الشركات الآن في ملاحقة الاعتداءات والخروقات التي تقع على الواقع الإلكتروني، ومن بينها الاعتداءات على العلامات التجارية وأسماء المواقع. وتستخدم الشركات المتخصصة القائمة على هذه الواقع تقنيات مختلفة مثل برامج معينة (software) وعنакب الويب web crawlers ومتخصصات البحث (gines) و التقنية (Filtering). وتسمح هذه التقنيات بالبحث والتفتيش الدقيق في صفحات الواقع الإلكتروني والويب عن الخروقات والاعتداءات التي تقع على الواقع الإلكتروني والعلامات والأسماء التجارية مقابل أجر متفق عليه بين الطرفين^(٢).

(١) قد لا يكون استخدام متخصصات البحث (Search Engines) في تتبع الخروقات والاعتداءات على العلامات التجارية دقيقاً. فقد ذكرت دراسة لأحدى الشركات المتخصصة في البحث على الإنترنت أن استخدام كل متخصصات البحث المتوفرة لا يعطي نتائج دقيقة وانه حتى التفتيش في كل متخصصات البحث لن يبحث في أكثر من ٤٢% من شبكة الإنترنت، انظر: Genie Tyburski, Minding the Web, available at

<http://www.lawofficescomputing.com/about-us/tyburski.pdf>

(٢) وللتعرف على هذه الشركات وما يمكن أن تقوم به، يمكن زيارة المواقع التالية:

شركة Vigil Active على الموقع <http://www.vigilactive.com>

شركة Marks online على الموقع <http://www.marksongline.com>

شركة Marksmen على الموقع <http://www.marksmen.com>

شركة Register على الموقع <http://corporate.register.com>

شركة envisional على الموقع <http://www.envisional.com>

شركة Trademark Tracker على الموقع <http://www.trademarktracker.com>

شركة Trademark Bots على الموقع <http://www.trdemarkbots.com>

شركة Mark Monitor على الموقع <http://www.markmonitor.com>

شركة Brand Cops على الموقع <http://www.brandcops.com>

وبعد أن تتوصل هذه التقنيات المستخدمة إلى نتائج معينة بخصوص الاعتداءات التي تقع على محتويات الموقع الإلكتروني، يقوم الخبراء بتحليل هذه النتائج و يقدمون تقريراً مفصلاً بذلك لصاحب الشأن.

ثانياً: تسجيل أسماء المواقع كعلامات تجارية (Trade marking) :Domain Names

تسجيل أسماء المواقع كعلامات تجارية في الدول التي تسمح بذلك هو واحد من بين إجراءات الحماية الوقائية المطلوبة لتسجيل العلامة التجارية. ففي الولايات المتحدة ومنذ عام 1999 يسمح بتسجيل اسم الموقع كعلامة تجارية بشرط أن يكون اسم الموقع المرغوب تسجيله كعلامة مميزة. وتقوم الجهة المسئولة بفحص اسم الموقع ومقارنته بالعلامات التجارية المسجلة ويسمح بتسجيل الجزء الثاني فقط من اسم الموقع، وليس الجزء (www) أو الجزء الشائع مثل (com) أو (net) أو (biz) ^(١)

ويشترط في لبنان لتسجيل أسماء المواقع المكونة من رمز لبنان (lb) أن يتم تسجيل اسم الموقع المرغوب تسجيله كعلامة تجارية مع وزارة الصناعة والتجارة

وشركة Thomson & Thomson على الموقع <http://www.thomson-thomson.com>

وشركة CCHresearch على الموقع <http://www.cch-coresearch.com>

وشركة Net searches على الموقع <http://www.netsearches.com>

(١) See Chamber Yang, Legal issues on domain name: A World Wide Watch available at:

<http://lawyer2om.com/English/articles/domainname.htm>

اللبنانية. ويسمح هذا الإجراء المتبع في عدد قليل من الدول بتقليل منازعات أسماء المواقع الوطنية التي تنشأ بسبب تسجيل علامة تجارية عائدة للغير كاسم موقع وطني^(١).

ثالثاً: خدمات مراقبة أسماء المواقع(Domain Name Watch Service):

توفر بعض الشركات إلى جانب خدمات مراقبة العلامات التجارية خدمات مراقبة أسماء المواقع (Domain Name Service) سواء كانت أسماء موقع عليا عامه (gTLDs) أم أسماء موقع مكونة من رموز الدول (ccTLDs). وفي هذا النوع من الخدمات يمكن للشركة أن تكلف إحدى الشركات المتخصصة في حماية حقوق الملكية الفكرية^(٢) بمراقبة تسجيل أسماء موقع مشابهة لعلاماتها أو أسمائها التجارية، وتقدم هذه الشركات مقابل الأجر الذي يدفعه طالب الخدمة لها تقريراً شهرياً عن أسماء المواقع المسجلة في الدول التي يطلب المراقبة فيها.

(١) ويعنى متابعة شروط ومتطلبات التسجيل في لبنان على عنوان الإنترنٌت الآتي:

<http://www.aub.edu.lb/lbdr-rules-199990922>

(٢) Ladas & Parry، for more information about the domain name service at
<http://tmw.ladas.com/service4.html>

رابعاً: تسجيل الشركات للمقاطع الصغيرة التي قد تسيء لعلاماتها التجارية المسجلة كأسماء موقع (Reverse Domain Name Denigration).

تحاول الشركات أن تمنع الاعتداءات التي تقع على علاماتها التجارية في الفضاء الإلكتروني ما أمكن. ومن الإجراءات الاحترازية التي تتبعها للحيلولة دون تسجيل أسماء موقع مسيئة لعلاماتها التجارية (Anti-Domains)، تسجيل المقاطع الصغيرة مثل (suck) و(eats) و(stinks) (التي قد تسيء لعلاماتها التجارية كأسماء موقع). ومن هذه الشركات التي اعتمدت مثل هذا النوع من السياسة شركة (Wal-Mart) الأمريكية وشركة (Volvo) وغيرها من الشركات^(١). ويدو أن هذه السياسة غير مجديه البتة وذلك لأن الميزانيات المحددة للشركات تحول دون تسجيل أسماء موقع كثيرة، كما أن تسجيل كل الاحتمالات أمر يدو غير نهائي.

أما بالنسبة للموقع المسيئة (Degrotary domain names) فيجب أن تتخذ الشركة إجراءات سريعة للرد على هذا النوع من الموقع التي قد تسيء إلى سمعتها بسبب طبيعة الإنترنٌت. ومن بين الإجراءات التي يمكن اتخاذها نخص بالذكر^(٢):

- (١) Please the Domain Name Handbook at
<http://www.domainhandbook.com/rdnd.html>
- (٢) See Toni Reed, www.yourcomapny sucks .com Inform, Nabarro Nathan son issue 16, 2002, p13 and see the Nabarro Nathan son law firm website at www.nabarro.com,

(١) معرفة الشخص الذي يقوم بالإساءة للشركة الذي قد يكون أحد عملاء الشركة السابقين، أو قد يكون موظفاً سبق أن فصل من العمل ومحاولة فهم هدفه من جراء ذلك، ومراقبة الموقع المؤسس من قبله بصورة مستمرة وحيثية.

(٢) محاولة الدخول في حوار ودي مع صاحب الموقع المؤسس ومحاولة تصحيح الصورة السيئة التي قد تكون متصرفة عن الشركة أو متوجهاً إليها أو الخدمات التي تقدمها. وتكمّن خطورة هذا الإجراء في أن صاحب الموقع المؤسس قد يبتز الشركة ويطلب مبالغ طائلة لإزالة الموقع المؤسس من قبله.

(٣) تضمين موقع الشركة التي تمت الإساءة إليها عبارات من شأنها أن تظهر عدم صحة الأقوال الموجهة لها في الموقع المسيء لها أو بضائعها.

ويمكن للشركة أن تطلب من الشركات مزودة خدمات الإنترنت (Web) والشركات المستضيفة للموقع (Internet Service Providers ISPs) أن تزيل العبارات المسيئة لهذه الشركات من الملقمات (Hosting Companies) الخاصة بها (Server).

(٤) رفع دعاوى الاعتداء على العلامات والأسماء التجارية والقذف والمنافسة غير المشروع وفقاً لقانون الدولة صاحبة الاختصاص القضائي بنظر الزراع.

المطلب الثاني

حل المنازعات حول العلامات التجارية وأسماء المواقع

(Resolving Conflict over Trademarks and Domain Names)

بعد وقوع المنازعات حول العلامات التجارية وأسماء المواقع في الفضاء الإلكتروني بتسجيل اسم موقع متطابق أو متشابه مع علامة تجارية عائدة لشركة ما، تقوم هذه الشركة عادة بالتحرك السريع. وهي توكل عادة مهمة تتبع المعطدين على علامتها التجارية لإحدى شركات المحاماة المتخصصة بالاعتداءات التي تقع على العلامات التجارية في الفضاء الإلكتروني ومنها مثلاً شركة المحاماة العالمية^(١) لفيلز(Lovells). و يمكنها هي أو الشركات الأخيرة أن تتخذ واحدة أو أكثر من الخطوات الآتية^(٢):

(١) يمكن زيارة موقع هذه الشركة على العنوان <http://www.lovells.com> وانظر أيضاً النشرة القانونية (Anchovy Domain Name) الخاصة بأسماء المواقع التي تصدرها الشركة والمنشورة على عنوان الانترنت التالي:

<http://www.lovells.com/control/PublicationControl/pubId/738/pubType/eNewsletter>

هناك شركات محاماة متخصصة في منازعات أسماء المواقع ومنها شركة المحاماة الأمريكية (EsQwire) ويمكن زيارة موقع هذه الشركة التي مثلت كثيراً من الموكلين في قضايا و منازعات أسماء المواقع، على عنوان الانترنت التالي: <http://www.esqwire.com> وشركة (Domain Name Dispute Lawyers) على عنوان الانترنت التالي: <http://www.domain-name-dispute-lawer.com/Index.htm>

(٢) Jonathan Hudis, Trademarks In Cyberspace: Gathering your evidence to make a difference, available at:

<http://www.oblon.com/Pub/display.php?hudis-tmcyber.html>

Jason Jerk, Domain Name Disputes: A Guide to protecting and Securing Domain Names, Internet law journal, available at <http://www.internetlawjournal.com/content/ecomarticle0608001.htm>

أولاً: المفاوضات (Negotiation)

ويتلخص هذا الإجراء العملي بقيام صاحب العلامة التجارية المتضرر أو الشركة أولاً بالتحري عن الشخص المسجل لاسم الموقع وذلك بالدخول لإحدى المواقع التي تقوم بتوفير خدمات تسجيل أسماء الموقع ولقواعد البيانات المتوافرة فيها^(١) وبعد أن يحدد عنوان هذا الشخص المسجل وبريديه الإلكتروني يقوم بإرسال "رسالة توقف وامتناع" (Cease and Desist Letter) موضحاً فيها أنه يملك علامة تجارية مسجلة باسم الموقع وله الحق بالتسجيل ويطلب منه

(١) يوجد في موقع الشركات المسئولة عن التسجيل والشركات المسجلة لأسماء المواقع قواعد بيانات (Database) تتيح للشخص الذي يرغب بالتسجيل معرفة ما إذا كان اسم الموقع مسجل أم لا وفي حالة تسجيله يمكن التعرف على المعلومات الخاصة بالمسجل لاسم الموقع، واسمه، وعنوانه، وكثير من المسائل الأخرى الفنية ذات الصلة. انظر المواقع التالية التي تقدم خدمات البحث:

موقع Better whois.com,Inc على عنوان الانترنت <http://www.betterwhois.com>

موقع Uwhois.com على عنوان الانترنت <http://www.Uwhois.com>

موقع BIZ Registry WHOIS على عنوان الانترنت <http://www.whois.biz>

موقع Allwhois على عنوان الانترنت <http://www.allwhois.com>

موقع Afilias INFO WHOIS Search على عنوان الانترنت <http://www.afilias.info/whoissearch/>

موقع whois source على عنوان الانترنت <http://www.whois.sc>

موقع Internic على عنوان الانترنت <http://www.Internic.net/whois.html>

موقع Netname على عنوان الانترنت <http://www.netnames.com>

ويقدم موقع whoisnet.com على عنوان الانترنت <http://www.whoisnet.com>

خدمة مفيدة حيث أن إدخال العلامة التجارية أو الاسم التجاري الذي قد تملكه شركة ما

يظهر كافة أسماء المواقع المسجلة والمشابهة أو المتطابقة مع العلامة التجارية ؛ أو الاسم التجاري المدخل. وللتتأكد من تسجيل أو عدم تسجيل العلامات التجارية كأسماء مواقع وطنية

انظر : <http://www.uwhois.com>

التنازل عن اسم الموقع له وينتظر برهة من الوقت حتى يستلم رد المسجل لاسم الموقع.

ولا يخرج رد المسجل لاسم الموقع في حالة حدوثه عن الصور الآتية^(١).

١ - إن المسجل ليس له الحق بالتسجيل وهو سوف يقوم بتحويل اسم الموقع للشركة أو صاحب العلامة التجارية المتطابقة أو المشابهة مع اسم الموقع. ونادرًا ما يجحب المسجل لاسم الموقع مثل هذه الإجابة.

٢ - يوافق المسجل على نقل اسم الموقع ولكن مقابل مبلغ من المال. ويمكن للشركة أن تستجيب لذلك وتدفع المبلغ المطلوب إذا ما كان المبلغ قليلاً ولا يتجاوز نفقات تسجيل اسم الموقع أو نفقات رفع شكوى أمام إحدى الجهات المختصة بحل منازعات أسماء المواقع. أما إذا كان المبلغ كبيراً فلا تستجيب الشركة لأن دفع مبلغ لهذا الشخص المسجل لن يمنعه من أن يقوم بمحاولات أخرى من شأنها ابتزاز الشركة.

٣ - يدافع المسجل لاسم الموقع عن حقه ولا يرغب بعمل تسوية بخصوص اسم الموقع.

(١) Robert Wegenekm Ged O'Neil, Jonattan Moore, Commerce, Butterworths, lexis Nexis, Third Edition, 2002.

ثانياً: النازل عن اسم الموقع المسجل (Assignment of Domain

:Name)

في حالة استجابة المسجل لاسم الموقع للرسالة المرسلة من صاحب العلامة التجارية المتضرر فإنه قد يطلب من صاحب العلامة التجارية مبلغًا من المال ليتنازل عن اسم الموقع له. وقد يكون هذا المبلغ مناسباً فيوفر صاحب العلامة التجارية على نفسه مؤونة رفع شكاوى أمام إحدى الجهات التي تحل منازعات أسماء موقع الانترنت إذا ما تنازل المسجل عن اسم الموقع الذي سجله^(١). أما إذا كان المبلغ عالياً وهذا الذي يحدث إذا كانت الشركة التي تملك العلامة التجارية كبيرة، فإن الإجراء الأمثل يكمن في الاتجاه لإحدى الجهات التي تحل منازعات أسماء موقع الانترنت، كما سنحدد لاحقاً.

(١) قد تكون الوساطة كوسيلة من الوسائل البديلة لحل المنازعات، واحدة من السبل التي يمكن بموجبها حل المنازعات حول العلامات التجارية وأسماء المواقع وتكون في الحالة التي يرغب فيها كل من صاحب العلامة التجارية والمسجل لاسم الموقع في التوصل لتسوية معينة ولكتهم يختلفون في ذلك لسبب أو آخر فيعينون وسيطًا يساعدهم في عمل تسوية. انظر United Nation Conference on Trade and Development, E-Commerce and development report 2002, Chapter 2, The Domain name system and issues for developing countries, p 42. available at http://r0.unctad.org/ecommerce/docs/edr02_en/ecd02.pdf

ثالثاً: تسجيل اسم الموقع من صاحب العلامة التجارية عندما تنتهي اتفاقية التسجيل: (Registering the domain name when the registration expires)

يكمن هذا الإجراء في قيام صاحب العلامة التجارية المتضرر بمراقبة وقت انتهاء اتفاقية تسجيل اسم الموقع (Domain Name Registration) المبرمة بين الشخص المسجل لعلامته التجارية والشركة التي تقدم خدمات تسجيل أسماء المواقع، ويستغل عدم تجديد المسجل اتفاقية التسجيل فيسجل اسم الموقع الذي انتهت فترة تسجيله باسمه^(١). ولكن هذا الإجراء غير مضمون ونادراً ما يغفل المسجل لاسم الموقع عن تجديد تسجيله للاسم، خصوصاً إذا ما كانت العلامة التجارية التي يحتويها اسم الموقع تعود لشركة مهمة.

رابعاً: اتخاذ الإجراءات القانونية:

يمكن أن يقوم صاحب العلامة التجارية باتخاذ أنواع معينة من الإجراءات القانونية العملية ضد المسجل لاسم الموقع إما أمام المحاكم الوطنية أو أمام الجهات المعتمدة أو الجهات المسؤولة عن تسجيل أسماء المواقع الوطنية حل منازعات أسماء المواقع وذلك كما يلي:-

(١) هناك شركات يمكنها أن تقوم بمراقبة وقت انتهاء تسجيل أسماء المواقع مثل شركة (Snap Names) ويمكن زيارة موقعها على عنوان الانترنت الآتي:
<http://www.snapnames.com/index.jsp>

١ - حل المنازعات وفقاً للسياسات التي تعتمدها الجهات المسئولة عن تسجيل أسماء المواقع الوطنية (Registrars Domain Name dispute policy)

في حالة وجود منازعة حول العلامة التجارية واسم موقع وطني (ccTLDs) يلجأ صاحب العلامة التجارية المتضرر لحل منازعته وفقاً للسياسات التي تضعها الجهات المسئولة عن التسجيل، والتي قد لا تتبع السياسة الموحدة لحل منازعات أسماء موقع الانترنت (UDRP)^(١). وقد طورت بعض الجهات المسئولة عن تسجيل أسماء المواقع الوطنية إجراءات خاصة لحل المنازعات. فمثلاً طورت الجهة المسئولة عن تسجيل أسماء المواقع الوطنية الإنجليزية (Nominet)^(٢) سياسة خاصة لحل منازعات أسماء المواقع^(٣). وهذا ما فعلته كذلك الجهة التي تتولى تسجيل أسماء المواقع في استراليا (au) التي تتبع سياسة خاصة بها لحل

(١) من هذه الجهات المسجلة لأسماء المواقع الوطنية التي لديها سياسة خاصة بالتسجيل نذكر الجهة الصينية والجهة الكندية لتسجيل أسماء المواقع الوطنية على العنوانين التاليين:
Canadian Internet Registration Authority <http://www.cira.ca/en/home.html>
China Internet Network Information Center <http://www.cnnic.net.cn/e-index.shtml>

(٢) يمكن زيارة موقع الجهة المسجلة (Nominet) لأسماء المواقع الإنجليزية والإطلاع على السياسة الخاصة بها لحل المنازعات على عنوان الانترنت الآتي:

<http://www.nic.uk/DisputeResolution/DrsProcedure/DrsProcedure.html>

(٣) انظر القضية التي رفعها شركة الدواء الإنجليزية ضد أحد الموظفين السابقين المسجلين لعلامتها التجارية (Xigris.co.nk). وكانت هذه أول قضية عرضت على الجهة التي تتولى فصل منازعات أسماء المواقع الوطنية في المملكة المتحدة وفقاً لإجراءات حل المنازعات الخاصة بهذه الجهة التي اعتمدت في ١٥ تشرين الثاني/٢٠٠١، Jonathan Hancock, EIPR N37, p.38.

منازعات أسماء المواقع^(١) والجهة المسجلة في الصين^(٢) واليابان^(٣) وكوريا^(٤) وسنغافورة^(٥).

ولكن قد لا يكون هذا الإجراء العملي مناسباً في كل حالة إذ أن هناك جهات مسجلة لم تعتمد سياسة خاصة لحل المنازعات فلا يبقى من بدليل لصاحب العلامة التجارية المتضرر سوى اللجوء للمحاكم أو للسياسة الموحدة لحل منازعات أسماء المواقع إذا ما كانت الجهة المسجلة لاسم الموقع تعتمد هذه السياسة من تلقاء نفسها.

٢ - الالتجاء للمحاكم الوطنية (Court proceedings)

يقوم صاحب العلامة التجارية المسجلة كاسم موقع برفع دعوى أمام محكمة ذات اختصاص^(٦) على المسجل لاسم الموقع من دون وجه حق ويكون ذلك بالنسبة لأسماء المواقع الوطنية المكونة من رموز الدول (ccTLDs) المسجلة

(١) ويمكن معرفة الدول التي تبني السياسة الموحدة لحل منازعات أسماء المواقع من تلقاء نفسها بزيارة عنوان الانترنت التالي: <http://arbiter.wipo.int/domains/ccTLD/>

(٢) CINIC Domain Name Dispute Resolution Policy.

http://www.cietac.org.cn/english/e_cd18/e_cd18_1.htm

(٣) Japan Domain Name Dispute Resolution Policy

<http://www.nic.ad.jp/doc/jpnic-00739.html>.

(٤) http://www.ddrc.or.kr/eng/dist_rule.html.

(٥) Singapore Domain Name Dispute Resolution policy at

<http://www.nic.net.sg/pdf/SDRP.pdf>

(٦) توضح القواعد الخاصة بالسياسة الموحدة لتسوية منازعات أسماء المواقع أن المسجل لاسم الموقع له الخيار وحسب ما التزم به في اتفاقية التسجيل أن يرفع دعواه أمام محكمة مكان عمل المسجل أو أمام المحكمة التي يوجد بها عنوانه المبين في قاعدة بيانات .

لدى الجهات التي لا ترغب بالخضوع للإجراءات التي وضعتها منظمة منح الأرقام والأسماء على الإنترنت (الآيكان) (Internet Corporation for Assigned Names and Numbers ICANN) لتسوية منازعات أسماء المواقع، إذ يرفع صاحب العلامة التجارية دعوى عاديه أمام المحاكم الوطنية حسب قوانين المراهنات في الدولة التي يمكن رفع الدعوى فيها.

(١) أول من قام بالاحتفاظ بقوائم خاصة بأسماء المواقع هو جون بستول (John Postel) الذي درس في جامعة كاليفورنيا (California University) وقد انتقلت هذه القوائم لجهات مختلفة حتى وصلت لجنة تخصيص الأرقام على الإنترنت (IANA) والآيكان (ICANN) من بعدها. انظر الموقع الخاص بهذا المبدع الذي تولى رئاسة لجنة تخصيص الأرقام على الإنترنت أو الآيكان (IANA) والذي كان له فضل كبير عليها قبل أن توافقه المنية بشكل مفاجئ وغير متوقع، على العنوان التالي:

<http://www.ianai.net/>

(٢) تولت في البداية مهمة منح وتحصيص هذه الأرقام والعناوين مؤسسة حكومية أمريكية سميت بالأنا أو هيئة تخصيص أرقام الإنترنت (IANA) Internet Assigned Numbers Authority (IANA) ولكن سرعان ما انتقلت وأصبحت هذه المهمة من اختصاص جهة خاصة غير حكومية سميت بالآيكان (ICANN) أو هيئة منح الأرقام والأسماء على الإنترنت (Internet Corporation for Assigned Names and Numbers) التي تأسست في أكتوبر ١٩٩٨ وذلك لغرض تحصيص عناوين بروتوكولات الإنترنت (IP Address) وإدارة نظامي أسماء المواقع (DNS) وجذور الخوادم (Root Servers)، كما تحدد (الآيكان) أنواع أسماء المواقع المختلفة التي يمكن إنشاؤها والجهات المعترف بها بإدارتها وتسجيلها. ويمكننا القول أن وظيفة (الآيكان) تكمن في رسم وتقرير السياسة المستقبلية لإدارة وتطوير الإنترنت من الناحية الفنية. وقد مرت (الآيكان) بتطورات كثيرة ومتعددة حتى وصلت لما هي عليه الآن. انظر موقع (الآيكان) على عنوان الإنترنت: <http://www.icann.org> لتفع التطورات التاريخية والعوامل المختلفة التي أدت لتحول الآيكان (IANA) من جهة حكومية تابعة للولايات المتحدة لجهة غير حكومية، انظر: Yaman Akdeniz, Clive Walker, David Wall, The Internet Law and Society- Page 36-39&52-58 Longman UK2000 وانظر أيضاً طون ميشال عيسى، المرجع السابق ص ٦٧ - ٧٥.

See Jonathan Zittrain, Domain Names, ICANN, and Interent governance (1), Law 2001, Thursday, July 5, 2001.

ويستحسن رفع دعاوى أمام المحاكم الوطنية وعدم الالتجاء للإحدى الجهات التي تحل منازعات أسماء المواقع وفقاً للسياسة الموحدة لتسوية منازعات أسماء المواقع في الأحوال الآتية:

١- إذا كانت وقائع القضية غير واضحة وفقاً للمستندات والوثائق المتوفرة.

٢- إذا كانت هناك مسائل أخرى ولم تقتصر القضية على تسجيل اسم الموقع.

٣- إذا كان هناك ضرر مترتب على تسجيل العلامة التجارية من جراء التسجيل كاسم موقع^(١).

وتعد منازعات أسماء المواقع الوطنية من المنازعات الجديدة الصعبة وذلك لأسباب متعددة منها أن شروط تسجيل أسماء المواقع وإجراءات التسجيل تختلف احتلافاً بينما فيما بين الدول، كما أن القوانين التي يمكن الاعتماد عليها لحل منازعات أسماء المواقع تختلف كذلك من دولة لأخرى^(٢). وهناك موقف

^(١) Robert wegeneck, Ged o'Neil, Jonathan Moore, obcit.

^(٢) See David K. Daggetle Country – specific domain name raise difficult trademark issues, available at

<http://www.gigalaw.com/articles/2000/daggett-2000-06.html> Visited on 11-1-2002.,

من هذه الدول الولايات المتحدة الأمريكية التي سنت قانوناً جديداً سمى بقانون Anticybersquatting Consumer Protection Act 1999 (Anticybersquatting Consumer Protection Act 1999) وقد عدل هذا القانون أحكام قانون العلامات التجارية الأمريكي لسنة ١٩٤٦. انظر القانون المعدل على عنوان الإنترنت الآتي:

متباينة للدول فقد تبنت بعض الدول قوانين خاصة بحل المنازعات حول العلامات التجارية وأسماء الموقع وعدلت قوانين العلامات التجارية وسنت لهذه الغاية قوانين جديدة لحماية العلامات التجارية في الفضاء الإلكتروني^(١)، أو عدلت قوانين المنافسة غير المشروعة^(٢) أو لم تعدل قوانينها واستطاعت محاكمها أن تستوعب المسائل الجديدة مستنده في ذلك لقوانين العلامات التجارية التقليدية والمنافسة غير المشروعة^(٣)، أو لقضائها الوطني الذي أصدر أحكاماً

http://www.eff.org/Infra/DNS_control/s1255_1999_bill.html

واظر أيضاً حول القانون الأمريكي الدراسة المعونة (Recent Development in Clifford Cybersquatters) التي أعدتها شركة الحامة العالمية (Combating Cybersquatters) (Chance Rogers and Wells LLP). يمكن زيارة موقع الشركة على العنوان:

<http://www.cliffordchance.com>

(١) من هذه الدول اليابان التي عدلت قانون منع المنافسة غير المشروعة لعام ١٩٩٣ في حزيران من عام ٢٠٠١ وكانت أحد أسباب التعديل منع قرصنة أسماء الموقع وقد اعتبر تسجيل علامة تجارية عائدة لشخص كاسم موقع بغرض الكسب غير المشروع أو أحداث الضرار لهذا الشخص من أفعال المنافسة غير المشروعة التي نظمها القانون الجديد، انظر:

National Report, Japan, Unfair competition, EIPR Vo 24 Issue 3, march 2002, p34

عرضت على المحاكم اليابانية قضايا خاصة بأسماء الموقع من بينها القضية الخاصة باسم الموقع Jass.co.jp. التي صدر الحكم بمخصوصها من محكمة نيحويا العليا في ١٠ سبتمبر ٢٠٠١ والقضية الخاصة باسم الموقع mp3.co.jp، التي أصدرت محكمة طوكيو حكماً بمخصوصها بتاريخ فورز ٢٠٠٢ انظر :

Interpretative Guidelines on Electronic Commerce Ministry of Economy, Trade and Industry (Japan)

<http://www.meti.go.jp/english/information/data/c0205EleCome.pdf>

(٢) تعرضت المحاكم الإيطالية في إيطاليا في قضايا مشهورة مختلفة وهي (Amadus) و (Porta) و (Foro.it) وللمنازعات حول العلامات التجارية وأسماء الموقع. وقد وجدت أن تسجيل العلامات التجارية العائدة للغير كأسماء موقع يشكل اعتداء على هذه العلامات التجارية المسجلة وفقاً لقانون العلامات التجارية الإيطالي. انظر التقرير الخاص بالتجارة الإلكترونية في الدول الأوروبية الذي أعدته شركة الحامة الأمريكية العالمية BAKERE & MEKNZIE والمعنون (Doing E commerce in Europe) (ص ١١٩ و ١٢٠) على عنوان الإنترنت الآتي:

<http://www.bmck.com/ecommerce/Doing%20E-Commerce%20in%20Europe/Doing%20E-Commerce%20in%20Europe.pdf>

= في السويد عرضت على المحاكم السويدية القضية (VolvoV Sct Scandinavian) والتي ألزمت المحكمة الشخص المسجل لعلامة شركه (Volvo) بتغيير اسم الموقٍع وذلك على اعتبار أن هناك اعتداء على العلامة التجارية العائدة للشركة وان هذا التسجيل لا يتفق مع عادات الأعمال الحسنة، انظر : World e-commerce& IP Report April 2001 volume1 وفي البرازيل تحدیداً عرضت على المحاكم البرازيلية قضايا مختلفة بخصوص أسماء الواقع مثل قضية: Gisele Bundchen (TV Globo Ltda) و (Grendene S.A V Riegel Imoveis) V Walker) لمزيد من التفصيل انظر :

Current Development regarding Internet domain names in Brazil. Ibid, 22-24

وفي روسيا عرضت على المحاكم الروسية القضية التي رفعتها شركة (Eastman Kodak Company) ضد أحد المسجلين لعلامتها وأهمها التجاري (A.V.Grundal) كاسم موقٍع (www.kodak.ru) من دونأخذ موافقة الشركة المدعى، وفي حكم جديد قررت المحكمة العليا في روسيا انه حتى في حالة عدم وجود مبدأ قانوني ينص على منع تسجيل العلامة التجارية العائدة للغير كاسم موقع فان ذلك يشكل اعتداء على العلامة التجارية ولا يمنع من إصدار حكم لصالح المدعى التي أعتدي على حقوق الملكية الفكرية المملوكة لها وقد سارت المحاكم الروسية في قضايا أخرى على نفس النهج المقرر في هذه القضية، انظر :

<http://www.legalmediagroup.com> Riikaa Palmos, Solving Domain Name problems at

و حول القضايا الأخرى التي رفعت للمحاكم الروسية، انظر :

Russian Court Practice on the Resolution of Domain name Disputes, available at <http://www.cliffordchance.com/uk/pdf/russian.pdf> Visited on 21-5-2002

أما في الصين فقد عرضت على المحاكم الصينية قضية v International (Inter IKEA Systems International) . التي قضت فيها المحكمة الصينية لصالح الشركة الأجنبية ضد الشخص المسجل لعلامة الشركة المشهورة كاسم موقع، انظر

Commentary on Inter Ikea Systems V International Network of information by Preston Tobert at <http://www.bmck.com/ecommerce/china-cybersquat.doc>

وفي نيوزلندا عرضت على المحاكم النيوزيلندية القضية (Qantas Airways Limited V The Domain Name Company Limited المستطابق مع العلامة التجارية (QANTAS) العائده للشركة المدعى وقد حكمت المحكمة المعروض عليها التزاع بإلزام المدعى عليه بتنقل اسم الموقٍع للمدعى. انظر EIPR, Issue 8,2000, N112, p 113

لتتبع قضايا أسماء الواقع الوطنية الأخرى التي عرضت على المحاكم الدول الأخرى مثل النمسا و كندا وتشيلي والدنمارك واليونان ودول البليتكوس والبروبيج وتايوان والمملكة المتحدة، انظر : International Trademark Association (INTA), The tenth Annual Review of Trademark Jurisprudence, vol 93, no 3, may- june 2003.

تناسب مع الطبيعة الخاصة لأسماء المواقع والمنازعات التي تحصل بينها وبين حقوق الملكية الفكرية (العلامات التجارية) في الفضاء الالكتروني.

٣ - الاتجاء لإحدى الجهات المختصة بحل منازعات أسماء المواقع وفقاً للسياسة الموحدة لتسوية منازعات أسماء موقع الانترنت (UDRP)

سيكون حل تركيزنا على واحدة من أهم الإجراءات العملية التي يمكن إتباعها لحل المنازعات حول العلامات التجارية وأسماء المواقع، وسنعالج ذلك تحت بنود مختلفة كما يلي:

أ) الجهات المعتمدة لحل منازعات أسماء موقع الانترنت

(Approved Dispute Resolution providers)

لا يمكن لأي جهة أن تقوم بحل منازعات أسماء موقع الانترنت ما لم تكن معتمدة من قبل منظمة منح الأسماء والأرقام على الانترنت (ICANN). وهناك أربع جهات معينة ومعتمدة لهذا الغرض. (١)

١ - المركز الآسيوي لحل منازعات أسماء المواقع (٢)

(Asian Domain Name Dispute Resolution Center DNDR)

(١) اعتمدت منظمة منح الأسماء والأرقام على الانترنت (ICANN) بالإضافة إلى الجهات الأربع المذكورة مركز التسوية الالكتروني في كندا (e Resolution). وقد عرض على هذا المركز عدد من القضايا ولكن المركز توقف عن العمل بتاريخ ديسمبر ٢٠٠١ بعد أن اعتمد من قبل الآيكان بتاريخ ٢ يناير (January) ٢٠٠١.

ويمكن زيارة موقع المركز على عنوان الانترنت التالي: <http://www.Udrpinfo.com/eres/>

(٢) اعتمد هذا المركز بتاريخ ٣ ديسمبر ٢٠٠١ ويمكن زيارة موقعه على عنوان الانترنت التالي: <http://www.adndrc.org/adndrc/index.html>

٢ - مركز الويبيو للتحكيم والوساطة^(١).

(WIPO Arbitration and Mediation Center WAMC)

٣ - مركز (سي بي آر) حل المنازعات^(٢).

(CPR Institute For Dispute Resolution CRP)

٤ - مجمع التحكيم الوطني^(٣).

(National Arbitration Forum NAF)^(٤).

ب) السياسة الموحدة لتسوية منازعات أسماء المواقع (UDRP)

نتيجة الازدياد المستمر لتسجيل أسماء المواقع من قبل المسجلين الذين تدفع
بعض منهم لتسجيل أسماء موقع تطابق أو تتشابه مع العلامات التجارية التي
تعود لشركات مشهورة، فقد حرمت هذه الشركات الأخيرة من تسجيل
علاماتها التجارية كأسماء موقع وقد ازدادت الاعتداءات التي تقع على العلامات

(١) اعتمد المركز بتاريخ ١ ديسمبر ١٩٩٩ ويمكن زيارة موقعه على عنوان الانترنت التالي:
<http://arbiter.wipo.int/center/index.html>.

(٢) اعتمد هذا المركز بتاريخ ٢٢ مايو ٢٠٠٠ ويمكن زيارة موقعه على عنوان الانترنت التالي:
<http://www.cpradr.org/>

(٣) اعتمد هذا المركز بتاريخ ٢٣ ديسمبر ١٩٩٩ ويمكن زيارة موقعه على عنوان الانترنت التالي:
<http://www.arb-forum.com/domains/index.asp>

(٤) تبلغ نسبة تسوية منازعات أسماء المواقع من قبل مركز الويبيو للتحكيم والوساطة أعلى نسبة ٥٩,٢٠% تميلها لمجمع التحكيم الوطني ٤٦,٥٣% والمركز الآسيوي ٥٥,٦٣% و(سي بي آر) ٧٢,٥٥% انظر موقع UDRinfo.com على عنوان الانترنت التالي:
http://www.cpradr.org/ICANN_Menu.html
<http://www.udrinfo.com/dcsn.php>

التجارية في الفضاء الإلكتروني والمنازعات الخاصة بأسماء المواقع لأسباب متعددة يمكن إجمالها بالأتي:

- ١ - إن الشركات المسجلة لأسماء المواقع لا تقوم بالتحري فيما إذا كان الشخص يملك الحق بتسجيل اسم الموقع أم لا، أو أن اسم الموقع المسجل يعتدي على علامة أو اسم تجاري أو أي حق عائد لشخص آخر.
- ٢ - إن التسجيل (registration) يتم بسرعة على الإنترنت إذ لا يستغرق وقتا طويلاً ويتم الدفع إلكترونياً بواسطة بطاقات الائتمان . (Credit Card)
- ٣ - إن الشركات المسجلة (registrars) لأسماء المواقع تطبق قاعدة "الخدمة أولاً من يسجل أولاً" (First Come First Served) الأمر الذي دفع (الآيكان) لتبني "السياسة الموحدة لحل منازعات أسماء المواقع" (١).

(١) لمعرفه المزيد حول السياسة الموحدة لحل منازعات المواقع يمكن مشاهدة المحاضرة التي ألقاها Cybersquatting: the ICANN Uniform Dispute (Dr Andrew Christie) بعنوان على موقع المركز الكندي Innovation Law and Policy Resolution Process... (Toronto University Center) التابع لجامعة تورنتو على العنوان الإلكتروني التالي:
<http://innovationlaw.org/video/laws4.ram>

وقد ألزمت منظمة منح الأسماء والأرقام على الانترنت (ICANN) ابتداءً من ٢٦ آب/أغسطس ١٩٩٩ الشركات المسجلة لأسماء المواقع العليا (gTLDs) وهي (.com) و (.net) و (.org) بالخضوع إجبارياً للسياسة الموحدة لحل منازعات أسماء المواقع (UDRP)^(١).

أما بالنسبة للشركات المعتمدة لتسجيل أسماء المواقع العليا العامة الأخرى مثل (.aero) و (.biz) و (.coop) و (.info) و (.name) و (.museum) فقد طورت سياسات خاصة بها لحل المنازعات التي تتشعب بين المسجلين لهذه الأنواع من أسماء المواقع وأصحاب العلامات التجارية يجب إتباعها والالتزام بها حتى يمكن الالتجاء للسياسة الموحدة لحل منازعات أسماء المواقع^(٢).

(١) يجب أن نذكر أن هناك ٣٣ دولة من دول العالم تبنيت من تلقاء نفسها السياسة الموحدة لحل منازعات أسماء موقع الانترنت (UDRP) ومنها مثلا الفلبين (ph Philippine) وبليز (pa Panama) والإمارات العربية المتحدة (uae) UAE (ae) ورومانيا (Ro Romania) وفنزويلا (Ve venezuela) وقبرص (Cy cypress) والإكوادور (Ec Ecuador) وغيرها من الدول ويمكن معرفة الجهات الأخرى بزيارة عنوان الانترنت التالي:

<http://arbiter.wipo.int/domains/cctld/index.html>

(٢) من بين هذه السياسات ما يلي:-
السياسة الخاصة بـ (.biz) والمسماة:

Restrictions Dispute Resolution Policy (RDRD)

ويمكن تتبع هذه السياسة على عنوان الانترنت التالي:

<http://www.neulevel.biz/ardp/docs/rdrp.html>

والسياسة الخاصة بـ (.name) والمسماة:

Eligibility Requirements Dispute Resolution policy (ERDRP)

ويمكن تتبع هذه السياسة على عنوان الانترنت الآتي:

<http://www.nic.name/downloads/erdrp.pdf>

والسياسة الخاصة بـ (.aero) والمسماة:

Charter Eligibility Dispute Resolution Policy (CEDR)

ويمكن تتبع هذه السياسة على عنوان الانترنت الآتي:

ومن الضروري الإشارة إلى أن المسجل لاسم الموقع (Domain Name) يلتزم عند تسجيل اسم موقعه بالخصوص للسياسة الموحدة حل منازعات أسماء الواقع وذلك بموجب اتفاقية تسجيل اسم الموقع (Domain) التي يبرمها مع الشركة المسجلة والتي تحتوي على إحدى البنود التي تلزمته بذلك.

وفقاً للسياسة الموحدة حل منازعات أسماء الواقع (UDRP) يجب على صاحب العلامة التجارية المتضرر حتى يستطيع أن يستعيد اسم الموقع الذي يتضمن علامته التجارية أن يثبت ما يأي: (١):

- ١ - انه يملك علامة تجارية مطابقة أو مشابهة بشكل يؤدي إلى الالتباس مع اسم الموقع المسجل.

<http://www.icann.org/tlds/agreements/sponsored/sponsorship-agmt-att12-13oct01.htm>

والسياسة الخاصة بـ(Coop) والمسماة Charter Eligibility Dispute Resolution Policy ويعمل تبع هذه السياسة على عنوان الانترنت الآتي:
<http://www.cann.oeg/tlds/Hds/agreements/sponsored/sponsorship-agmt-att12-13oct01.htm>

والسياسة الخاصة بـ(museum) والمسماة Charter Eligibility Dispute Resolution Policy (CEDRP) على عنوان الانترنت الآتي:
<http://www.cann.oeg/tlds/Hds/agreements/sponsored/sponsorship-agmt-att12-13oct01.htm>

والسياسة الخاصة بـ(Pro) والمسماة Intellectual Property Defensive Registration Challenge for pro ويعمل تبع هذه السياسة على عنوان الانترنت التالي:
<http://www.registrypro.com/policies/ipdrc-policy.pdf>

(١) انظر المادة ٤/أ من السياسة الموحدة حل منازعات أسماء الواقع.

٢- انه ليس لدى المسجل لاسم الموقع حق أو مصلحة مشروعة باسم الموقع الذي سجله.

٣- أن المسجل لاسم الموقع قام بتسجيل اسم موقعه بسوء نية.

وهناك دلائل وردت على سبيل المثال في السياسة من شأنها إثبات سوء نية

(١) المسجل لاسم الموقع ومنها ما يلي:

أ- تسجيل اسم الموقع بغرض البيع أو الإيجار لمالك العلامة مقابل قيمة مالية عالية تتجاوز تكاليف التسجيل.

ب- تسجيل اسم الموقع هدف منع مالك العلامة من تسجيل علامته التجارية كاسم موقع.

ج- تسجيل اسم الموقع بغرض تعطيل عمل المنافس.

د- استخدام اسم الموقع المسجل بطريقة تربك الزبائن وتجعلهم يعتقدون أن هناك علاقة تربط المسجل لاسم الموقع مع مالك العلامة أو علامته المشهورة.

ويستطيع المسجل لاسم الموقع وفقاً للسياسة أن يدحض ذلك ويثبت

(٢) حسن نيته إذا ما أثبت أيّاً من الآتي:

(١) انظر المادة ٤/ب.

(٢) انظر المادة ٤/ج.

- ١ - إذا كان معروفاً عموماً باسم الموقع الذي سجله حتى ولو لم يكن لديه علامة تجارية بذلك.
 - ٢ - إذا كان يستخدم اسم الموقع لاستخدامات قانونية غير تجارية ولا ينوي استخدامه بنية تضليل المستهلكين أو الإساءة لسمعة مالك العلامة التجارية.
 - ٣ - إذا كان يستخدم الاسم بنية حسنة لبيع البضائع أو الخدمات.
- وبينجي أن نذكر أن المشتكى (Complainant) صاحب العلامة التجارية هو الذي يقوم باختيار إحدى الجهات المعتمدة من قبل (الآيكان) لحل منازعات أسماء المواقع وهو الذي يدفع رسوم ومصاريف تسوية التزاع. وفقاً للقواعد التكميلية الخاصة بهذه الجهات^(١) . وإذا فضل المشتكى في حقه (Respondent) تعين فريق من ثلاثة أشخاص (3 panelists) يتم اقتسام الرسوم بين الطرفين المتنازعين^(٢) .
- وتنحصر طلبات المشتكى وفقاً للسياسة إما بإلغاء اسم الموقع المسجل أو طلب تحويل اسم الموقع من المسجل إلى صاحب العلامة التجارية^(٣) .

(١) المادة ٤/ث من السياسة.

(٢) المادة ٤/خ

(٣) المادة ٤/س

وفي حالة إذا ما قررت الجهة التي تقوم بحل النزاع إلغاء أو تحويل اسم الموقع يتنتظر المسجل أو الشركة المسجلة لاسم الموقع عشرة أيام عمل وتقوم بتنفيذ القرار، إلا إذا استلمت من المسجل لاسم الموقع أو المشتكي في حقه الصادر ضده القرار أوراقاً ثبوتية تفيد رفع دعوى أمام محكمه مختصة بنظر النزاع ضد صاحب العلامة التجارية الذي صدر القرار لمصلحته. ويتنازع المسجل حتى يستلم ما يثبت أن القضية قد فصلت لمصلحة المسجل لاسم الموقع أو أنها رفضت ويقوم بتنفيذ قرار المحكمة المختصة الصادر بهذا الخصوص^(١).

وفي كل الأحوال لا تعد الشركات المسجلة لأسماء الموقع طرفاً في منازعات أسماء الموقع ولا تعد مسؤولة عن القرار الصادر^(٢) ويجب أن يمتنع صاحب العلامة التجارية المتضرر أو المسجل لاسم الموقع عن إدخالها في الإجراءات القانونية^(٣).

ويجب على المسجل لاسم الموقع أن لا يقوم بتحويل اسم الموقع لشخص آخر (Cyberflaying) خلال نفس فترة اتخاذ الإجراءات القانونية أو خلال

(١) انظر المادة ٤/ز من السياسة. ولمعرفة القضايا الصادرة عن الجهات المعتمدة لحل منازعات أسماء الواقع والتي لم يرضَّ أطراف النزاع بقراراً لها ورفعوا دعوى أمام المحاكم المحلية المختصة بشأنها انظر موقع المنظمة العالمية للملكية الفكرية (WIPO) على عنوان الانترنت الآتي:

<http://arbiter.wipo.int/domains/challenged/index.html>

وموقع (UDRP.Law.net) على عنوان الانترنت الآتي:

<http://www.udrplaw.net/UDRAppeals.htm>

(٢) نظر المادة ٤/ح من السياسة الموحدة لحل منازعات أسماء الواقع.

(٣) انظر المادة ٧

مدة (١٥) يوم عمل منذ نهاية الإجراءات إلا إذا وافق الطرف المحول له اسم الموقع كتابه بالخصوص تمامًا لقرار الفريق الصادر بشأن اسم الموقع^(١).

وفي حالة مخالفة المسجل ذلك يمكن إلغاء اسم الموقع المحول إذا ما حول شخص آخر^(٢).

ويحق للشركة المسجلة تعديل السياسة الموحدة لحل المنازعات (UDRP) بمعرفة الآيكان وتقوم الشركة بوضع نسخة السياسة المعدلة على الموقع قبل (٣٠) يوماً من تطبيقها. وفي حالة عدم موافقة المسجل على ذلك يحق له إلغاء اتفاقية التسجيل التي أبرمها ولا يسمح له باستعادة مصاريف التسجيل التي دفعها^(٣).

ج) القواعد الخاصة بالسياسة الموحدة لحل منازعات أسماء المواقع:

(Rules for the Uniform Domain Name Dispute Resolution Policy)

بالإضافة للسياسة الموحدة لحل منازعات أسماء المواقع هناك قواعد تكميلية خاصة بهذه السياسة تفصل كثیراً من الأمور المتعلقة بالشكوى التي يقدمها صاحب العلامة التجارية والرد عليها من قبل مسجل اسم الموقع أو المشتكي في حقه. ويضيف الحال في هذه الدراسة للحديث عن هذه القواعد تفصيلاً^(٤).

(١) انظر المادة ٨/أ.

(٢) انظر المادة ٨/ب.

(٣) انظر المادة ٩/د.

(٤) ويمكن تتبع هذه القواعد التكميلية على عنوان الإنترنت التالي:

<http://www.icann.org/dndr/udrp/uniform-rules.htm>

د) القواعد التكميلية الخاصة بالجهات المعتمدة لحل منازعات أسماء

(Approved Dispute Resolution Providers Supplemental Rules): الواقع.

بالإضافة للسياسة الموحدة لحل منازعات أسماء الموقع والقواعد الخاصة بها، تضع كل جهة تقوم بحل منازعات أسماء الموقع قواعدها التكميلية^(١) التي يجب على الشخص المشتكى أن يتلزم بها عند رفعه شكوى ضد المسجل لاسم الموقع وفقاً لما تحدده كل جهة معتمدة لحل المنازعات والتي لا يجوز أن تتعارض في كل الأحوال مع السياسة الموحدة لحل المنازعات وقواعدها.

ومن بين الأمور التي تعالجها القواعد التكميلية الرسوم وسبل التواصل مع الجهة التي تقوم بحل المنازعة وكيفية تقديم الشكوى وكيفية الرد عليها.

(١) يمكن تتبع القواعد التكميلية الخاصة بالمنظمة العالمية للملكية الفكرية (WIPOSupplemental Rules) على عنوان الانترنت التالي:

<http://arbiter.wipo.int/domains/rules/supplemental/index.html>

ويمكن تتبع القواعد التكميلية الخاصة بمجمع التحكيم الوطني (NAF) على عنوان الانترنت الآتي:

<http://www.arb-forum.com/domains/UDRP/rules.asp>

والقواعد التكميلية الخاصة بمركز (سي بي آر) لتسوية المنازعات (CPR) على عنوان الانترنت الآتي:

http://www.cpradr.org/ICANN_RulesAndFees.htm

والقواعد التكميلية الخاصة بالمركز الآسيوي (ADNDRC) على عنوان الانترنت الآتي:

http://www.adndrc.org/adndrc/hk_supplemental_rules.html

والقواعد التكميلية الخاصة بالمركز الكندي لتسوية المنازعات (eResolution) على عنوان الانترنت الآتي:

<http://www.udrpinfo.com/eres/supprules.htm>.

هـ) إجراءات حل منازعات أسماء المواقع أمام الجهات المعتمدة لتسوية

منازعات أسماء المواقع:

سنحاول باختصار موجز أن نعالج إجراءات حل منازعات أسماء المواقع وفقاً للمنظمة العالمية للملكية الفكرية^(١) (WIPO).

١ - يقوم المشتكى (complainant) بإرسال شكواه إلى مركز الويبو للتحكيم والوساطة (المركز) الكترونياً (عن طريق تعبئة نموذج خاص من الموقع) أو إرسالها بالبريد العادي على العنوان الذي يحدده المركز^(٢).

٢ - يتسلم المركز الشكوى ويلغى المشتكى فور تسلمهما.

٣ - يطلب المركز من الشركة أو الجهة التي سجل لديها الموقع أن تقوم بتزويده بمعلومات معينة وبعد أن تقوم بذلك، يقوم المركز بإجراء المراجعة الازمة.

(١) بلغ عدد القضايا المرفوعة أمام مركز الويبو للتحكيم والوساطة WIPO Arbitration and Mediation Center وحٰى تاريخ مايو ٢٠٠٣ حوالي ٢٠,٥١١ منها ٥,٠٠٠ وفقاً للسياسة الموحدة لحل منازعات أسماء المواقع (UDRP) و ١٥,٥٠٠ وفقاً للسياسات الأخرى مثل Sunrise (Forbiz) و Stop (Forinfo) وتوجد أغلب أطراف منازعات أسماء المواقع المرفوعة أمام مركز الويبو للتحكيم والوساطة في كل من الولايات المتحدة (٤٦,٨٪) وبريطانيا (٩٪) وفرنسا (٦٪) وأسبانيا (٥٪) وألمانيا (١٪) وكندا (٩٪).

(٢) انظر المادة ٣ (أ) من القواعد التكميلية الخاصة بمركز الويبو للتحكيم والوساطة، وهي متاحة على عنوان الانترنت الآتي:

<http://arbiter.wipo.int/domains/rules/supplemental/index.html>.

- ٤ - يبلغ المركز المسجل لاسم الموقع أو المشتكي في حقه بدء الإجراءات في حالة كون الشكوى مقدمة بشكل صحيح، وتم دفع رسومها وفقاً للإجراءات.
- ٥ - يجب على المسجل لاسم الموقع أو المشتكي في حقه إرسال جوابه على الشكوى المقدمة ضده للمركز خلال (٢٠) يوماً من بدء الإجراءات.
- ٦ - يقوم المركز بتسلّم جواب المشتكي في حقه ويعلمه بتسلّمه وفي حالة وجود نوافذ يعلم المشتكي في حقه أيضاً بذلك.
- ٧ - يقوم المركز بتعيين فريق مكون من شخص واحد إلى ثلاثة أشخاص حسب ما يرغب به أطراف النزاع.
- ٨ - يصدر الفريق المذكور حكمه خلال (١٤) يوماً من تاريخ تعيينه وهو لا يخرج عن الحالات التالية:
- أ - الحكم لصالح المشتكي أو صاحب العلامة التجارية بأن ينقل اسم الموقع له.
 - ب - الحكم لصالح المشتكي أو صاحب العلامة التجارية بان يلغى اسم الموقع المسجل.

جـ- الحكم لصالح المشتكي في حقه أو المسجل لاسم الموقع برفض
الطلبات المقدمة من قبل المشتكي ويمكن أيضاً أن يحكم عليه
بإساعة استخدام الإجراءات التي وضعت لحل منازعات أسماء
الموقع وذلك في أحوال معينة.

- ٩ - بعد أن يصدر الفريق قراره خلال هذه المدة يقوم المركز بإبلاغه لأطراف الزراع والآيكان والمسجل باسم الموقع المعنى؛ وذلك خلال مدة (٣) أيام من استلامه.

١٠ - تقوم الشركة المسجلة باسم الموقع بإعلام الأطراف بالتاريخ الذي سوف يتم فيه تنفيذ القرار الصادر، وعادة ما ينفذ القرار خلال عشرة أيام إلا إذا قام الطرف الصادر ضده القرار برفع دعوى أمام محكمة مختصة وزود الشركة المسجلة باسم الموقع بما يثبت ذلك فتنتظر هذه الجهة حتى تنتهي القضية المرفوعة ويصدر حكم بشأنها، وتقوم الشركة المسجلة بتنفيذها على الفور^(١).

(١) لمزيد من التفصيل حول إجراءات حل المنازعات أمام المنظمة العالمية للملكية الفكرية يمكن الإطلاع على الدليل الكامل الذي أعدته المنظمة على عنوان الانترنت التالي:
<http://arbiter.wipo.int/domains/guide/index.html#>

خاتمة

تعالج الدراسة موضوعاً جديداً فرضته تكنولوجيا حديثة متسرعة مماثلة (بالإنترنت) التي سارعت الكثير من الشركات لتأسيس موقع لها في الفضاء الإلكتروني بغية تسهيل تواصلها بعملائها والتعريف بالأعمال والخدمات التي تقدمها.

وقد كانت الخطوة الأولى للقيام بأعمال التجارة الإلكترونية وتأسيس الواقع هي حجز أسماء موقع متطابقة مع أسماء الشركات أو علاماتها التجارية، إلا أن هذه الشركات كثيراً ما تفاجأ بان علاماتها التجارية التي كانت تود تسجيلها كأسماء موقع قد سجلت سابقاً من قبل أشخاص أو شركات متنافسة أو غير متنافسة معها ، الأمر الذي يفوت على هذه الشركات إمكانية تسجيل أسماء الواقع التي كانت تود تسجيلها.

ولعل الدراسة توضح أهمية الجمع بين القانون والتقنية لحاولة تفادى ومنع المنازعات حول العلامات التجارية وأسماء الواقع وحلها في حالة وقوعها.

و هناك حقيقة يتلمسها القارئ الحصيف وهي أن التقنية سريعة والقانون بطئ ولكن هل يعني ذلك أن الأخير غير قابل للتجديد والتتطور ؟ بالطبع لا، لقد واكب القانون الكثير من التطورات والثورات المختلفة وعليه الآن أن يواكب ثورة من نوع آخر ألا وهي الثورة الرقمية. وهذه الدعوة تشتد الحاجة

لها في الوطن العربي الذي يعاني من قصور ملحوظ في تشريعات التجارة الإلكترونية عامة وفي التشريعات المتعلقة بأسماء المواقع خاصة.

ففي مجال التجارة الإلكترونية لاشك أن دول عربية عدّة قد بادرت إلى سن قوانين خاصة بالتعاقد الإلكتروني والإثبات الإلكتروني، ولكنها أغفلت مسائل أخرى عديدة تدخل في صميم التجارة الإلكترونية مثل حقوق التأليف والإنترنت وردم الفجوة الرقمية في استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال في داخل الدولة الواحدة، وحماية حخصوصية الأفراد على الإنترنت وتطوير قوانين الإدارة لإزالة العوائق أمام تطبيق الحكومة الإلكترونية، وتطوير قوانين الشركات للسماح باستخدام الإنترنت والتقانات المختلفة للتواصل بين المساهمين وتسهيل إدارة الشركات والجرائم الإلكترونية ... الخ.

وفي المقابل لم تصدر أي دولة عربية على حد علمنا قانوناً خاصاً بأسماء المواقع، ولم تقم أي منها بتعديل قوانين العلامات التجارية وقوانين المنافسة غير المشروعة النافذة فيها بغرض التعامل مع ظاهرة قرصنة أسماء المواقع.

وإذا حاز لنا أن نبدي بعض المقترنات فلعل أهم ما يمكن اقتراحه ما يأتي:

(١) إدخال تعديلات على قوانين العلامات التجارية في الدول العربية لمواجهة ظاهرة قرصنة أسماء المواقع بحيث تنص بوضوح على أن "تسجيل اسم موقع متطابق أو متشابه إلى حد مربك مع علامة

تجاريه يشكل اعتداءً على العلامة التجارية". ويمكن إضافة نصوص جديدة لقوانين المنافسة غير المشروعة حيثما وجدت هذه القوانين تعد أفعال قرصنه أسماء الواقع من قبيل أفعال المنافسة غير المشروعة.

(٢) ينبغي أن تتاح الفرصة للقضاء أن يحضرها ورشات عمل وندوات يكون من شأنها أن تؤهلهم لفهم القضايا التقنية المرتبطة بالإنترنت والتجارة الالكترونية، وخاصة المسائل الفنية الخاصة بأسماء الواقع. ولعل أبرز هذه الندوات وورشات العمل تلك التي تعقدتها المنظمة العالمية للملكية الفكرية (مركز الويبو للتحكيم والوساطة) والجمعية الدولية للعلامات التجارية (INTA).

(٣) ينبغي تدريب المحامين على الشكاوى التي يمكن أن ترفع لدى الجهات المعتمدة من قبل المنظمة الدولية لمنح الأسماء والأرقام على الإنترنت "الآيكان"، وخاصة منانزات أسماء الواقع العليا العامة (gTLDs). ولعل نقابات المحامين في الوطن العربي هي الجهات المناسبة لتولي هذه المهمة، هذا فضلاً عن أهمية قيام هذه النقابات بتدريب منتسباتها على القضايا المتعلقة بأسماء الواقع الوطنية (ccTLDs) والتي من المتظر أن ترفع أمام القضاء الوطني.

٤) ينبغي على كليات الحقوق تدريس مواد قانونية خاصة بالتجارة الإلكترونية وإيلاء الأهمية للمواضيع المتعلقة بأسماء موقع الإنترنت والمنازعات حول العلامات التجارية وأسماء المواقع.

قائمه بالمراجع الرئيسة

أ) الكتب :

&

&

&

—

ب) الندوات :

- ١- Trademarks in cyberspace 2002, September 19- 20, 2002,
Sheraton Hotel & Towers, Brussels, Belgium.
- ٢ - محمد حسام لطفي، "التراـع بين أسماء المـوقع على الإنـترنت
والـعلامات التجـارية" - نـدوة الـويـبيـو الـوطـيـة عن آخر التـطـورـات
في مـحـالـ الـمـلكـيـةـ الـفـكـرـيـةـ الـتيـ عـقـدـتـ فيـ مـسـقـطـ بـتـارـيخـ ٢٠٠٢ـ٢١ـ.
أكتـوبرـ ٢٠٠٢ـ.

ج) المقالات:

1. James D. Kole, Protecting Web Site Content from theft, New York

&

&

cont/

&

&

ء) الإنترنت

١. موقع (الأيكان) على العنوان:

٢. موقع مركز بيركمان (بيركمان) للإنترنت والمجتمع التابع لجامعة هارفارد
على العنوان:

٣. الصفحة الرئيسية للبروفيسور وليم فيشر
على العنوان:

٤. موقع (لوبيو) على العنوان:

٥. موقع (آيانا) على العنوان: