

التسجيل والإستعمال لأسماء مواقع الكترونية مماثلة لعناصر الملكية الصناعية والتجارية على الانترنت -دراسة مقارنة-

الدكتور نسيم خالد الشواور

الدكتور غيث مصطفى الخصاونه

الأستاذ المساعد في القانون التجاري

الأستاذ المساعد في القانون التجاري

جامعة العلوم التطبيقية - مملكة البحرين

جامعة العلوم التطبيقية - مملكة البحرين

الملخص

تناولت هذه الدراسة موضوعاً ذا أهمية من جوانب متعددة، إلا وهو التسجيل والإستعمال لأسماء مواقع الكترونية مماثلة لعناصر الملكية الصناعية والتجارية على الانترنت، فلذلك كان لزاماً علينا أن نتعرض لبيان العلاقة ما بين أسماء المواقع الالكترونية وعناصر الملكية الصناعية والتجارية المماثلة لها، من خلال مظاهر الاعتداءات الواقعة على عناصر الملكية الصناعية والتجارية وخاصة العلامات والأسماء التجارية نتيجة تسجيل واستعمال أسماء مواقع الكترونية مماثلة أو مشابهة لبعض تلك العناصر على الانترنت، مما يؤدي إلى الاضرار بمصالح أصحاب تلك العناصر، وبالتالي السطو على حقهم في ملكية الإسم أو العلامة أو التشويه لتلك العناصر، حيث تشكل تلك الاعمال في النهاية قرصنة الكترونية لحقوق مالكي تلك العناصر الصناعية والتجارية.

وبعد دراسة بعض التشريعات الوطنية - كدراسة مقارنة - وخاصة موقف كل من المشرع البحريني والأردني في هذا الخصوص والقرارات الصادرة عن المنظمة العالمية للملكية الفكرية والأحكام الصادرة عن مركز التحكيم والوساطة التابع لها، فقد خلصت الدراسة إلى مجموعة من النتائج والتوصيات كان من أبرزها

أن المشرع الوطني سواء البحريني أم الاردني لم ينظم كيفية تسجيل واستخدام أسماء المواقع الالكترونية على الانترنت، وأن هذه التشريعات المتعلقة بحقوق الملكية الفكرية (الصناعية والتجارية) هي قواعد عامة في هذا الخصوص، ولكن يمكن اللجوء الى مراكز دولية لحل وتسوية النزاعات القائمة بين الأطراف كمركز التحكيم والوساطة التابع للمنظمة العالمية للملكية الفكرية سواء للتحكيم أو لاتخاذ قرارات إدارية بناء على اجراءات السياسة الموحدة لتسوية المنازعات المتعلقة بأسماء المواقع الالكترونية على الانترنت، مع أن هذا القرار الاداري غير قابل للطعن وغير ملزم للأطراف، وبالتالي فإنه لا يمنع أي طرف من رفع النزاع إلى محكمة مختصة. لذلك كان من الأحرى على المشرع الوطني سواء المشرع البحريني أو الأردني أن يضع تشريعاً خاصاً ينظم عملية تسجيل واستخدام أسماء المواقع الالكترونية على شبكة الانترنت وعدم الاكتفاء بالقرارات الإدارية لتنظيمها حيث تتصف تلك القرارات بعدم الاستقرار، وهو نقص كان على المشرع تجاوزه.

مقدمة

تشهد دول العالم تطورات ذات أهمية اقتصادية كبيرة لمستقبل التجارة بحيث تطورت حركة التصنيع ونمو الاقتصاد الحر، وبدأت بعض عناصر الملكية الصناعية والتجارية كالعلامات التجارية والأسماء التجارية تلعب دوراً مهماً وأصبحت بمثابة عامل رئيسي في عالم التجارة الدولية الحديث. فبدأ الأشخاص على العمل في أكثر من سوق واحدة لبيع منتجاتهم وخدماتهم أو الترخيص في حقوقهم من الملكية الفكرية ومنها العلامات التجارية باعتبارها جزء من الملكية الفكرية فيما وراء حدودهم الوطنية، فكان لا بد من حماية هؤلاء الأشخاص من مخاطر عدة يمكن أن تواجه حقهم في علاماتهم التجارية كالمنافسة غير المشروعة والتعدي على بضائعهم أو خدماتهم بالتقليد أو التزوير.

إن حماية عناصر الملكية الصناعية والتجارية سواء على الصعيد الداخلي أو الدولي هوضرة ملحة لدى المنتجين ومقدمي السلع والخدمات والمستهلكين على حد سواء للحفاظ عليها من الاعتداء بأي شكل كان. كما أن حماية تلك الحقوق يعد وسيلة لتعزيز التنمية الاقتصادية⁽¹⁾، وهي من الوسائل المهمة لتشجيع الأفراد والشركات على الاستثمار والدخول بقوة وثقة إلى جميع أرجاء العالم الذي ينظم حماية لهذه العناصر، فلذلك عمدت كثير من الدول على مواكبة التطور في هذا المجال فسنت قوانين لحماية هذه العناصر ومنها العلامات التجارية، وخطت بذلك خطوة مهمة إلى الأمام لتعزيز قدراتها على استقطاب المستثمرين، وعلى نقل أحدث التكنولوجيا لتطوير بلدانها ومساعدتها على تخطي حاجز الدخول في الاقتصاد الدولي.

أهمية الموضوع:

إذا ما فرضنا أن هناك حماية كافية مثلاً للعلامة التجارية نتيجة اعتداء علامة تجارية على أخرى منازعة لها نتيجة تسجيلها أو استعمالها على بضائع مماثلة أو مشابهة للعلامة الأصلية إلا أنه قد يظهر في المجال الافتراضي ما لم يحسب له حساب لدى القوانين الوطنية، حيث أصبح لظهور شبكة الإنترنت في المجال الدولي أثر كبير على تطور حركة التبادل التجاري، فلذلك فإن العرض والطلب للبضائع والخدمات من خلال هذه الشبكة هو أمر تجد فيه الشركات والأشخاص الطبيعيين وسيلة هامة من وسائل التجارة والتسوق. وتتم هذه العمليات عادة من خلال مواقع إلكترونية تقوم بعرض المنتجات أو الإعلان عن خدمات يمكن توفيرها، وتتخذ هذه المواقع أسماء لها على تلك الشبكة من خلالها تستطيع المشروعات التي تستخدم هذه الوسيلة أن تميز نفسها عن غيرها من المواقع التي تستخدم ذات الطريقة ليتسنى لكل من يريد الدخول على ذلك الموقع أن يدخله بسهولة وسرعة. ولذلك فقد يلجأ البعض إلى تسجيل واستخدام أسماء مواقع الكترونية مماثلة أو مشابهة لعلامة تجارية مسجلة مما يؤدي إلى وجود اعتداءات على تلك العلامات، وهذه

الاعتداءات قد تأخذ صور متعددة تنطوي تحت شكلين من الأشكال: فمنها ما يشكل فعل تقليد للعلامة التجارية، وهو ما اصطلح عليه اسم القرصنة الإلكترونية، ومنها ما يأخذ صفة المنافسة غير المشروعة. وأيضاً فإن محاربة هذا النوع من الاعتداء قد يتطلب أن يكون المشرع قد نص على ذلك، ولكننا في الحقيقة نجد أن معظم التشريعات قد خلت من قواعد قانونية خاصة تعالج هذا الأمر، ولذلك لجأ القضاء في بعض الدول إلى النصوص القانونية المنظمة للعلامات التجارية وتطبيقها على هذا النوع من الاعتداءات باعتبارها قواعد عامة في هذا الشأن، ولكن هذا يفترض أن القضاء يعتبر أن أسماء المواقع الإلكترونية من طبيعة العلامات التجارية، حيث أن هذا الأمر فيه خلاف فقهي كما سنرى أثناء دراستنا لتعريف اسم الموقع الإلكتروني، فبعض الفقه قد قرب أسماء المواقع الإلكترونية من عناصر الملكية الصناعية وبعضه الآخر استبعد أن تكون تلك الأسماء من طبيعة عناصر الملكية الصناعية، وبالتالي حسب رأي هذا الفقه الأخير أنه يجب الرجوع إلى القواعد العامة في القانون إذا ما حصل اعتداء على علامة تجارية مسجلة نتيجة تسجيل واستخدام اسم موقع إلكتروني مماثل أو مشابه.

وفي الحقيقة إن نظام أسماء المواقع الإلكترونية على الانترنت يطرح تحديات عدة أمام حماية الملكية الفكرية، فبحكم طبيعة الشبكة العالمية لا بد من إتباع منهج دولي لمواجهة هذه التحديات. فلذلك فإن مسألة تسوية المنازعات قد شهدت تطوراً ملحوظاً في الآونة الأخيرة بحيث أنها لم تقتصر على الوسائل القضائية بل تعدت ذلك للوسائل الودية (الوسائل البديلة ADR) إذا جاز التعبير، فقد تدخلت هيئات ومنظمات دولية لتنظيم ذلك وخاصة ما قامت به المنظمة العالمية للملكية الفكرية⁽²⁾ في هذا الاتجاه عن طريق فتح مركز تحكيم ووساطة لتسوية المنازعات من خلاله وتعاونها مع الـ Ican في هذا الإطار، وما برحت المنظمة العالمية للملكية الفكرية (الويبو)، منذ سنة 1998، تتصدى لهذه التحديات مقترحة حلولاً خاصة لها لا سيما

في إطار مشروعها الأول⁽³⁾ والثاني⁽⁴⁾ بشأن أسماء المواقع الالكترونية على الانترنت، أو برنامجها بخصوص أسماء المواقع الالكترونية الوطنية.

إشكالية البحث:

نظراً للصعوبات التي يواجهها مالكو العلامات التجارية نتيجة للاعتداء على علاماتهم على الانترنت من عرض قضاياهم على المحاكم الوطنية مثل تحديد المحكمة المختصة، والقانون الواجب التطبيق، وقدرة القواعد الموضوعية الوطنية على توفير الحماية القانونية المنشودة⁽⁵⁾. ونتيجة أيضاً لبعض الصعوبات التي قد يواجهها أصحاب العلامات التجارية من عرض قضاياهم على هيئات تحكيم مختصة وخاصة إذا ما كانت مثلاً المعلومات التي تتوافر عن مسجلي أسماء المواقع الالكترونية المماثلة أو المشابهة لعلاماتهم غير دقيقة بحيث يستطيعوا التواصل معهم للمفاوضات أو من أجل إجراءات الوساطة أو التحكيم من خلال مركز الويبو للتحكيم والوساطة، أو لأن إجراءات القضاء أو التحكيم والوساطة قد تأخذ وقتاً أكبر مما ينبغي أو لكون التكلفة عالية أحياناً. فلذلك أصدرت الويبو توصيات لهيئة الانترنت للأسماء والأرقام المخصصة (ICANN)⁽⁶⁾ - وهي المسؤولة عن توزيع أسماء المواقع الالكترونية وإدارة نظام سجلات المواقع العامة عالية المستوى (gTLD) وإدارة نظام سجلات المواقع عالية المستوى لرموز الدول (ccTLD)⁽⁷⁾ - لإيجاد إجراءات بديلة تتناسب وهذا النوع من الاعتداء. لذلك قامت منظمة الايكان واستجابة لتوصيات منظمة الويبو بتبني سياسات جديدة لتسوية المنازعات التي تحدث ما بين مالكي العلامات التجارية ومسجلي أسماء مواقع الكترونية مماثلة أو مشابهة لها سميت هذه السياسة بـ (السياسة الموحدة لتسوية نزاعات أسماء المواقع الالكترونية) Uniform Domain Name Dispute Resolution Policy.

وبناء على ما سبق إذا ما وقع تنازع نتيجة تسجيل واستعمال اسم دومين على الانترنت مماثل أو مشابه لعلامة تجارية مسجلة وعرض النزاع على مركز التحكيم والوساطة لتسويته، فهل يعتبر تطبيق السياسة الموحدة لتسوية المنازعات المتعلقة بأسماء المواقع الالكترونية (UDRP) الزامي لجميع المستويات لدى المركز؟ وهل لتسجيل العلامة التجارية أثر في قبول تطبيق قواعد الاجراء الاداري وفقاً للسياسة الموحدة لتسوية المنازعات؟ وهل القرار الاداري الصادر في النزاعات المتعلقة بأسماء المواقع الالكترونية ملزم للأطراف، أم يمكن رفضه واللجوء الى القضاء أو لمحكمة تحكيم لاستصدار حكماً قضائياً أو تحكيمياً في النزاع؟ وهل يمكن المطالبة بالتعويض استناداً للسياسة الموحدة لتسوية المنازعات؟ وفي النهاية هل يعتبر مركز الويبو هو الوحيد الذي يشرف على اجراءات تسوية المنازعات في اطار السياسة الموحدة لتسوية المنازعات المتعلقة بأسماء المواقع الالكترونية على الانترنت (UDRP) أم يوجد جهات أخرى؟.

منهجية البحث:

يعتمد البحث على المنهج التحليلي المقارن لنصوص قانون العلامات التجارية البحريني رقم 22 لسنة 2006 وقانون العلامات التجارية الاردني رقم 33 لسنة 1999 المعدل وقانون المعاملات الالكترونية الاردني رقم 85 لسنة 2001 وللقرارات التحكيمية الصادرة عن مركز التحكيم والوساطة لدى المنظمة العالمية للملكية الفكرية ولللائحة التنفيذية للسياسة الموحدة لتسوية منازعات أسماء المواقع الالكترونية وقراراتها.

تقسيم البحث:

سوف يتم تناول موضوعات البحث ضمن التقسيم التالي:

المبحث الأول: مفهوم اسم الموقع الالكتروني وعلاقته بالعلامة التجارية.

المطلب الأول: مفهوم اسم الموقع الالكتروني.

المطلب الثاني: مظاهر اعتداء اسم الموقع الالكتروني على العلامات التجارية.

المبحث الثاني: استخدام السياسة الموحدة لتسوية المنازعات المتعلقة بأسماء المواقع الالكترونية على الانترنت.

المطلب الاول: شروط تطبيق السياسة الموحدة لتسوية المنازعات.

المطلب الثاني: القرارات الادارية وفقاً للسياسة الموحدة لتسوية المنازعات.

المبحث الأول : مفهوم اسم الموقع الالكتروني وعلاقته بالعلامة التجارية

يمكن استظهار العلاقة ما بين اسماء المواقع الالكترونية والعلامات التجارية من خلال تعريف اسم

الموقع الالكتروني وبيان أهميته، وكذلك من خلال بيان وظيفة كل، وذلك كما يلي:

المطلب الأول : مفهوم اسم الموقع الالكتروني

الفقرة الأولى: تعريف اسم الموقع الالكتروني:

أثارت مسألة تعريف اسم الموقع الالكتروني خلافا لدى الفقه والقضاء⁽⁸⁾، حيث جاءت بعض التعريفات

لاسم الموقع الالكتروني استنادا للطبيعة الفنية له وبعضها استنادا للتكوين لهذا الاسم وبعضه الآخر استنادا

للووظيفة التي يقوم بها اسم الموقع الالكتروني.

فقد عرفه البعض بأنه عنوان على شبكة الانترنت يسمح بتحديد ذلك الموقع وتميزه عن غيره من

المواقع الأخرى، ولا يمكن للمستخدمين الدخول إلى الموقع إلا عن طريق هذا الاسم⁽⁹⁾.

وبعض الفقه عرف اسم الموقع الالكتروني بأنه بمثابة العلامة التجارية في مجال التجارة الإلكترونية

فهو عنوان معين على شبكة الانترنت يمكن من خلاله الوصول إلى ركن أو مؤسسة أو مجموعة اقتصادية

من أجل التسوق لديها بصدد سلع تنتجها أو خدمات تقدمها يميز اسم الموقع الالكتروني المنتج أو الخدمة

المعروضة على الشبكة عن غيره⁽¹⁰⁾.

كما عرفه آخرون على أنه وسيلة تقنية لاستغلال نشاط تجاري⁽¹¹⁾. فهو بهذه المثابة لا ينتمي إلى أي

عنصر من عناصر الملكية الصناعية.

ولكنني أعتقد أنه مهما كان تعريف اسم الموقع الإلكتروني فإنه لا يظهر معناه إلا بتفصيل تركيبته التي يتكون منها، حيث أنه في الأصل كل موقع إلكتروني يجب أن يكون له اسم يحدده ويستطيع الأشخاص دخول ذلك الموقع من خلال هذا الاسم، مثل موقع المنظمة العالمية للملكية الفكرية www.wipo.int حيث أن هذا الاسم يتكون من ثلاثة أجزاء، الجزء الأول وهو www فهو ثابت لا يتغير، حيث أنه يعبر عن شبكة الاتصالات العالمية world wide website، أما الجزء الثاني وهو اسم المجال وهو متغير فهو يميز المشروعات عن بعضها البعض، وقد يكون متماشياً مع علامتها التجارية مثل wipo، أما الجزء الثالث فهو الذي يكون في نهاية اسم الموقع الإلكتروني ويحدد المجال الذي يتواجد فيه الموقع وما إذا كان دولياً مثل .com، .org، ... ويدعى بالمستوى العالي TLD أو وطنياً مثل .bh، .Jo، .للأردن، .fr. لفرنسا... إلخ. ويدعى بالمستوى الثاني SLD. وهو ما عبر عنه الفقيه "Albert Chavanne"⁽¹²⁾ بالصورة التالية:

فمثلاً إذا فرضنا أن اسم الموقع كالتالي: www.wipo.int فيكون www هو Préfixe و .int هو sufixe وفي الوسط wipo وهو radical وهو الجزء المتغير المقصود.

لكن بعض الفقه⁽¹³⁾ قسمه إلى جزئين، ثابت وهو www ومتغير وهو الجزء الباقي من اسم الموقع الإلكتروني مثل www.wipo.int. وهذا ما يتماشى مع ما أخذ به مركز التحكيم والوساطة⁽¹⁴⁾ في المنظمة العالمية للملكية الفكرية أثناء نظره للقضايا التي تعرض عليه، مع أن هيئة التحكيم صرحت أثناء نظرها للعديد من القضايا أن اسم المجال الذي ينتهي به اسم الموقع الإلكتروني مثل .int أو .com، ليست مميزة لاسم الموقع الإلكتروني ولكنها إضافة إلزامية له⁽¹⁵⁾.

الفقرة الثانية: أهمية اسم الموقع الإلكتروني:

لاسم الموقع الالكتروني أهمية بالغة للمشروعات على شبكة الانترنت، فله أهمية فنية وأهمية اقتصادية،

وتتجلى بالآتي :

أولاً: الأهمية الفنية:

إن اسم الموقع الالكتروني يتكون من حروف يستطيع أي شخص الدخول إلى الموقع من خلالها، واستخدام هذه الحروف للدخول إلى الموقع المقصود جاء نتيجة للتطور التكنولوجي في التعامل مع الانترنت. فقد كانت الوسائل القديمة تعتمد الأرقام للوصول إلى الموقع IP (Internet protocol)، حيث أنه باستبدال تلك الأرقام بحروف يسهل حفظها أدى إلى سرعة الدخول واسترجاع المعلومات⁽¹⁶⁾، ومن ثم تحول تلك الحروف إلى أرقام تلقائياً عند وصولها إلى الخادم Server المتصل به.

ثانياً: الأهمية الاقتصادية:

تبرز الأهمية الاقتصادية لاسم الموقع الالكتروني من عدة نواحي: فيمكن من خلال اسم الموقع الالكتروني تمييز المشروعات بعضها عن بعض على شبكة الانترنت، وبالتالي تحديد هويتها⁽¹⁷⁾، حيث أنه لا يمكن أن يتماثل اسم موقع مع اسم موقع آخر في نفس المجال، وذلك بسبب مبدأ الأسبقية في التسجيل premier arrivé premier servi⁽¹⁸⁾، وفي اللغة الإنجليزية First come, first served أي الذي يصل أولاً هو من يخدم أولاً، وبالتالي من يسجل اسم موقع الكتروني أولاً على شبكة الانترنت هو الذي يصبح له الحق في استخدامه ولا يجوز لشخص آخر أن يسجل نفس اسم الموقع الالكتروني في نفس المجال المسجل به الاسم الأول⁽¹⁹⁾. كذلك تبرز الأهمية الاقتصادية من خلال إمكانية تصريف المنتجات والخدمات التي تقدمها المشروعات من خلاله⁽²⁰⁾، فتقوم المشروعات بعرض منتجاتها والإعلان عن خدماتها من خلال اسم الموقع المميز لها ويمكن بالتالي شراء مباشرة من الموقع الالكتروني الخاص بالمشروع.

المطلب الثاني : مظاهر اعتداء اسم الموقع الالكتروني على العلامات التجارية

قد تظهر العلاقة ما بين اسماء المواقع الالكترونية والعلامات التجارية من خلال دراستنا لمظاهر الاعتداء الذي قد يحصل جراء تسجيل اسم موقع مماثل أو مشابه لعلامة تجارية مسجلة.

ولقد عرّف المشرع البحريني العلامة التجارية على أنها "كل ما يأخذ شكلاً مميزاً من أسماء أو كلمات أو توقيعات أو حروف أو رموز أو أرقام أو عناوين أو أختام... لتمييز سلع أو خدمات منشأة ما عن سلع أو خدمات المنشآت الأخرى أو للدلالة على تأدية خدمة من الخدمات أو تمييز أي من السلع أو الخدمات..."⁽²¹⁾. كما عرّفها المشرع الاردني على أنها " أي اشارة ظاهرة يستعملها أو يريد استعمالها أي شخص لتمييز بضائعه او منتجاته أو خدماته عن بضائع او منتجات او خدمات غيره"⁽²²⁾.

وحيث أن اسم المواقع الالكترونية بالإضافة إلى أنه يميز المشروعات بعضها عن بعض على شبكة الانترنت فهو أيضا يمكن أن يميز المنتجات سواء كانت سلع أو خدمات⁽²³⁾، وبالتالي يكون اسم المواقع الالكترونية بالنسبة للتجارة الالكترونية بمثابة العلامة التجارية بالنسبة للتجارة التقليدية.

فإذا ما قام شخص ما بتسجيل اسم موقع الكتروني مماثل أو مشابه بشكل مطلق لعلامة تجارية مسجلة وخاصة إذا ما كانت مشهورة لعرض منتجات أو تقديم خدمات من خلال ذلك الموقع الذي يميزه اسم المواقع الالكترونية، فقد يؤدي ذلك لاعتقاد مستعملي شبكة الانترنت بأن هذا الموقع يمثل نفس المشروع لمالك العلامة التجارية الأصلية أو وكيل أو مرخص له من المالك الأصلي صاحب العلامة التجارية أو علامة الخدمة⁽²⁴⁾، وهذا ما أشار إليه قانون حماية المستهلك من القرصنة الإلكترونية الأمريكي⁽²⁵⁾، حيث قد يأخذ هذا الفعل صورتين من صور الاعتداء: تتمثل الصورة الأولى بالقرصنة الالكترونية Cybersquatting والثانية بالمنافسة غير المشروعة Unfair compottion.

الفقرة الأولى: القرصنة الإلكترونية Sybersquatting.

إن المعنى التقليدي للقرصنة مرتبط بالسطو واحتجاز السفن ونهب ما عليها في عرض البحار، واستخدمت للتعبير عن فعل الاستيلاء والسيطرة على النتاج الفكري للآخرين وذلك من أجل تحقيق مكتسبات غير مشروعة. وبظهور شبكة الانترنت أصبحت هذه الكلمة تطلق على انتهاك العلامات التجارية من خلال هذه الشبكة.

ورأى الأستاذ جونستون أن عبارة "القرصنة" فضلا عن استخدامها للدلالة على النهب في أعالي البحار، فهي أيضا تعني انتهاك حقوق التأليف والحقوق المخولة بمقتضى براءات الاختراع والعلامات التجارية... وذلك منذ أن أصبحت هذه الظاهرة متفشية ولافتة لاهتمام المجتمع الدولي⁽²⁶⁾.

وهذا ما يدعونا للتعرض لتعريف القرصنة الإلكترونية للعلامات التجارية على شبكة الانترنت وكذلك التعرض للعوامل التي من الممكن أن تكون مساعدة لوجود تلك القرصنة.

أولاً: تعريف القرصنة الإلكترونية:

لمبدأ الأسبقية في التسجيل دور كبير في ظهور الاعتداء على العلامة التجارية من قبل مسجلي أسماء المواقع الإلكترونية، وهذا ما أتاح لأي شخص سواء كان مالك لمشروع تجاري أو غير مالك أن يقوم بإنشاء موقع إلكتروني واتخاذ له اسم دومين معين، وهذا الاسم قد يماثل علامة تجارية⁽²⁷⁾، مما يؤدي إلى عدم إمكانية صاحب تلك العلامة من استخدام علامته التجارية كاسم دومين لموقعه الإلكتروني إذا ما أراد أن يوسع نشاطه باستخدامه شبكة الانترنت⁽²⁸⁾. وقد يكون مشابه لها، بحيث يؤدي إلى تضليل مستعملي الانترنت فيعتقدوا خطأ أن هذا الموقع يمثل الشركة صاحبة العلامة الأصلية مثل اسم المواقع الإلكترونية lufthansairlines.com مشابه للعلامة التجارية Lufthansa، حيث أن airlines وصف لخدمة، وكذلك اسم

المواقع الالكترونية Lufthanza.com⁽²⁹⁾. وهذا الشخص الذي سجل اسم المواقع الالكترونية قد لا يهدف من هذا التسجيل إلا ابتزاز⁽³⁰⁾ مالك العلامة التجارية لإعادة بيعه له بثمن أكبر وهذا الفعل يطلق عليه القرصنة الالكترونية Cybersquatting. ولذلك أدانت المحاكم⁽³¹⁾ ذلك الأسلوب على اعتبار أنه تعديا على الحق في العلامة التجارية وينطوي على سوء استخدام لمبدأ الأسبقية في التسجيل، حيث أن ذلك الفعل ينطوي على سوء نية، لذلك تأمر المحكمة تحت وطأة الغرامة التهديدية بسحب اسم المواقع الالكترونية من شبكة الانترنت⁽³²⁾. وهذا يعني أن القرصنة الالكترونية تستوجب لاعتبارها كذلك أن تتم عن سوء نية الفاعل، وحيث أن سوء النية يمكن استظهاره من الفعل نفسه مثل أن يقوم مسجل اسم المواقع الالكترونية بعرضه للبيع بعد تسجيله أو بيعه فعلا أو أن يقوم بتسجيله في أكثر من مجال سواء وطني أو دولي مع أنه قد لا يملك أي مشروع اقتصادي وإنما ذلك فقط من أجل منع مالك العلامة التجارية من الظهور على شبكة الانترنت⁽³³⁾ أو إرباك مستعملي الشبكة لاستنزاف مالك العلامة التجارية، وقد تكون شهرة العلامة التجارية هي دليل آخر على سوء نية من قام بتسجيل اسم المواقع الالكترونية، حيث أن هذا الأخير قد يهدف إلى استنزاف صاحب العلامة التجارية المشهورة من أجل الحصول على مبالغ كبيرة مقابل نقل اسم المواقع الالكترونية له⁽³⁴⁾.

ثانيا: العوامل المشجعة للقرصنة الالكترونية:

بالنظر إلى ما قد يؤدي إليه تسجيل واستخدام أسماء دومين مماثلة أو مشابهة لعلامة تجارية من تضليل وخداع لمستعملي الشبكة على الانترنت من أجل تسويق منتجاته وخدماته وما قد يؤدي إليه أيضا من استنزاف لمالك العلامة التجارية عن طريق عرض اسم المواقع الالكترونية المسجل على هذا الأخير بمبالغ كبيرة أو على أحد منافسيه، فإننا نجد أن أسباب تلك الاعتداءات تتمحور حول الآتي :

1. بيئة الإنترنت:

الانترنت هو عبارة عن شبكة اتصالات عالمية ذو طبيعة غير تقليدية، فمثلا في مجال العلامات التجارية نجد أنها في الأصل تخضع لإجراءات شكلية لتسجيلها بحيث أنها تتطلب إيداع طلب لدى المكتب المختص بتسجيل العلامات التجارية ويتم فحصه. وبالتالي يكون هناك رقابة مسبقة على تسجيل العلامات التجارية، ولكن بالمقابل نجد أن إجراءات تسجيل أسماء المواقع الإلكترونية تخلو من هذه الرقابة⁽³⁵⁾ كونها تحصل في بيئة مختلفة عن البيئة التقليدية لتسجيل العلامات التجارية. فمثلا إذا ما تم تقديم طلب لتسجيل اسم دومين في المستوى الدولي مثل .com، .org... فإنه ليس على طالب التسجيل إلا أن يملأ الطلب الموجود والمقدم من الجهة المختصة بالتسجيل بطريقة إلكترونية ويدفع الرسوم المطلوبة للتسجيل وبدون رقابة سابقة. أما إذا أراد شخص أن يسجل اسم دومين في مجال وطني مثل .bh للبحرين، .jo للأردن، .fr لفرنسا فإن مواقع التسجيل المعتمدة على الإنترنت والمفوضة من Ican⁽³⁶⁾ تتبع في بعض الدول مثل فرنسا إجراءات تتطلب إرفاق شهادة إثبات ملكية للعلامة التجارية المراد تسجيلها كاسم دومين⁽³⁷⁾.

2. الأسبقية في التسجيل :

إن مبدأ الأسبقية في التسجيل الذي أشرنا إليه سابقا له دور كبير في تشجيع الاعتداء على العلامات التجارية. فمثلا في حالة التزام بين عدة شركات لها ذات العلامة فإن تسجيل اسم المواقع الإلكترونية يمنح صاحب هذا الاسم وحسب ما تنص مشارطات التسجيل حق استعمال هذا الاسم بمفرده دون أن ينازعه فيه أحد في الاستخدام، وهذا يعني أن هذا الاسم فقط متاح لمن سجله أولا⁽³⁸⁾، على أساس من يأتي أولا يخدم أولا "first come, first served"⁽³⁹⁾ ولا يجوز للغير الاستفادة منه بحيث يعمل على تمييز منتجاته من خلاله على شبكة الانترنت⁽⁴⁰⁾.

وتطبقا لذلك، الحكم الصادر في قضية Alice الفرنسية، حيث تدور وقائع هذه القضية في أن شركة SNC Alice وهي شركة تعمل في مجال الإعلانات والدعاية أرادت أن تسجيل اسم دومين لها على شبكة الانترنت وهو .alice.fr. ردت شركة الـ Afnic الفرنسية المختصة بتسجيل أسماء المواقع الالكترونية في فرنسا بأن هذا الاسم غير متاح لسبق تسجيله من جانب شركة SA Alice التي تعمل في مجال برامج الكمبيوتر، وصدر حكم من الدرجة الأولى، ثم من محكمة الاستئناف بأن تسجيل اسم المواقع الالكترونية .alice.fr الذي تم منحه لشركة SA Alice كان مطابقا لقواعد التسجيل التي وضعتها شركة الـ Afnic. وبصفة خاصة مبدأ الأسبقية في التسجيل، ومن ثم لا يوجد أي اعتداء على الحقوق المشروعة لشركة SNC Alice⁽⁴¹⁾.

وطبعا الأمر على خلاف ذلك إذا كان للغير حقوق مشروعة على الاسم، ويورد بعض الفقه⁽⁴²⁾ أمثلة على ذلك منها ما حصل مع شركة (Roadrunner computer systems INC(Roadrunner) حيث أسست هذه الشركة في المكسيك وسجلت اسم دومين Roadrunner.com بشهر مايو/ أيار 1994 متعلق بأعمالها. ولسوء الحظ لم تكن الشركة مسجلة لعلامتها التجارية. وفي ديسمبر/ 1995 قامت شركة NetworksolutionsInc(NSI) بإعلان شركة Roadrunner أنه يوجد اعتراض من WarnerBrothers حول اسم المواقع الالكترونية roadrunner.com وأنها سوف تقوم بتعليقه بعد 30 يوم. حيث أن شركة NSI طبقت سياسة من يصل أولا يخدم أولا في الأصل ولكن بما أن الطرف الثاني استطاع إثبات أنه أسبق في تسجيل علامته التجارية من اسم المواقع الالكترونية فإن التسجيل الثاني سوف يلغى. ولتجنب فقدانه اسم المواقع الالكترونية استطاعت Roadrunner أن تنجح بالتفاوض مع WarnerBrothers للاستمرار باستعمال اسم المواقع الالكترونية roadrunner.com مقابل أن يستعمل Warner Brothes اسم المواقع الالكترونية road-runner.com.

3. قصور تشريعي:

من أحد الأسباب التي تشجع الاعتداء على العلامات التجارية وخاصة عن طريق القرصنة الالكترونية هو عدم وجود نصوص قانونية خاصة تعني بتنظيم تسجيل أسماء المواقع الالكترونية والرقابة عليها ووضع جزاءات رادعة خاصة بالاعتداءات على العلامات التجارية ناتجة عن تسجيل أسماء دومين منازعة⁽⁴³⁾. ونجد هذا الفراغ في كثير من التشريعات ومنها الأردن والبحرين، حيث أن قانون العلامات التجارية الأردني رقم 33 لسنة 1952 المعدل، وقانون العلامات التجارية البحريني رقم 11 لسنة 2006، تعتبر قوانين عامة بهذا الخصوص، حيث أنها لم تتعرض لهذا النوع من الاعتداءات بسبب الطبيعة المختلفة لبيئة الانترنت ولنوعية الاعتداء، حتى مع وجود قرارات ادارية بتنظيم هذه المسائل، حيث صدر في الأردن قانون المعاملات الالكترونية⁽⁴⁴⁾ رقم 85 لسنة 2001 ولم يتعرض لموضوع أسماء المواقع الالكترونية التي تسجل على الانترنت لتحديد المواقع الإلكترونية التي تميز المشروعات على شبكة الانترنت.

ولكن هذا لا يعني أن القانون قد خلى من قواعد قانونية يمكن تطبيقها على ذلك النوع من المسائل التي تحدث عبر شبكة الانترنت حتى ولو وضعت في الأصل لملائمة البيئة التقليدية للعلامات التجارية، ولكن الإشكالية التي يمكن مواجهتها قد تظهر في أمرين: الأول هو البيئة الغير تقليدية لأسماء المواقع الالكترونية بوجودها على شبكة الانترنت، وثانيا تطبيق المبادئ التقليدية للقانون الدولي الخاص عليها قد يواجه إشكاليات عديدة⁽⁴⁵⁾.

لذلك سارعت بعض الدول إلى سن قوانين حماية للتصدي لتلك الظاهرة مثل المشرع الأمريكي، حيث أصدر قانون حماية المستهلك من القرصنة الإلكترونية AnticyberSquattingConsumer Protection Act، وتعرض لمسألة تسجيل واستخدام اسم دومين مماثل أو مشابه لعلامة تجارية وبسوء نية وبغض النظر عن

تماثل أو تشابه المنتجات أو الخدمات التي يمثلها اسم المواقع الالكترونية، حيث أن أصحاب العلامات التجارية كثيرا ما وجدوا أن مسجلي أسماء المواقع الالكترونية هم وهميون أو أنهم يتبعون لولايات قضائية أجنبية وبالتالي يواجهوا مشكلة تحديد هوية الشخص مسجل اسم المواقع الالكترونية وكذلك القانون الواجب التطبيق إذا ما كان مسجل اسم المواقع الالكترونية يتبع لولاية قضائية أجنبية.⁴⁶ فعُلِّل هذا القانون بعد تعديل قانون لانهام الأمريكي lanhamAct الخاص بالعلامات التجارية بإضافة الفصل 43 الفقرة (d) له، حيث قدم هذا القانون دعوى عينية inrem⁽⁴⁷⁾ ضد تسجيل واستخدام اسم دومين بحيث يؤدي إلى اعتداء على حقوق مالك العلامة التجارية فيمكن رفع تلك الدعوى لإلغاء تسجيل اسم المواقع الالكترونية المنازع أو نقله إلى مالك العلامة التجارية وذلك بإمكانية توجيه الخصومة مباشرة لاسم المواقع الالكترونية المنازع⁽⁴⁸⁾، وذلك إما لعدم معرفة مسجل هذا الاسم لوجود معلومات خاطئة عنه أو لأن مسجل اسم المواقع الالكترونية المنازع تابع لولاية قضائية أجنبية، حيث أن ذلك يؤدي إما للبحث في قواعد الملكية الفكرية مما يؤدي إلى تطبيق قانون بلد الحماية أو الاستناد إلى قواعد الإسناد مما يؤدي إلى تطبيق قانون الدولة التي وقع فيها الفعل المنشئ للالتزام مثلا⁽⁴⁹⁾. لذلك جاء هذا القانون فسمح بالاختصاص أمام القضاء الأمريكي⁽⁵⁰⁾.

وليس ذلك فقط فقد أتاح هذا القانون إمكانية رفع الدعوى بصورة جماعية إذا ما كان الاعتداء قد حصل من أكثر من جهة وإذا ما قاموا بتسجيل اسم المواقع الالكترونية بواسطة نفس الجهة المفوضة بالتسجيل، وهذا ما حصل مع شركة BellAtlanticcorp، حيث تم تسجيل حوالي 70 اعتداء عليها عن طريق تسجيل أسماء دومين مشابهة مثل ballatlantic.com و bellphones.com و bellatlantic.com ورفع دعوى قضائية ولكن 20 من المدعى عليهم لم يستطع مقاضاتهم وفق القواعد القانونية السابقة لصدور هذا القانون، وبعد صدوره استطاع المالك أن يتجاوز الأمر وأقام دعاوي قضائية لملاحقة هؤلاء⁽⁵¹⁾.

الفقرة الثانية: المنافسة غير المشروعة:

لقد قسم الفقه أعمال المنافسة غير المشروعة إلى ثلاث مجموعات :

1 . أعمال من شأنها إحداث اللبس والخلط بين المؤسسات والمنتجات.

2 . ادعاءات غير مطابقة للحقيقة.

3 . بث الاضطراب في مشروع منافس أو في السوق.

وحيث أن الصورة الأولى والمتعلقة بالخلط هي الصورة الأكثر شيوعاً⁽⁵²⁾ في مجال المنافسة غير المشروعة على شبكة الانترنت، وذلك لأن مسجل اسم المواقع الالكترونية لا يقتصر فعله على الاعتداء على حق مالك العلامة التجارية بتسجيل اسم دومين مماثل أو مشابه لها لتمييز موقعة على الشبكة وإنما قد يتجاوز ذلك لعرض منتجات أو خدمات مماثلة أو مشابهة لما تميزه العلامة التجارية أصلاً وخاصة إذا ما كانت العلامة التجارية مشهورة وبالتالي يريد إثارة الخلط لدى الغير المستخدمين لشبكة الانترنت وجذبهم إليه⁽⁵³⁾. ومع ذلك فقد يكون للصور الأخرى المشكلة منافسة غير مشروعة أيضاً مجال فيما يتعلق بشبكة الانترنت، حيث أن تسجيل اسم دومين لتمييز موقع إلكتروني وذلك لعرض خدمات أو سلع مهيئة بالمقارنة مع ما تميزه العلامة الأصلية يقلل من قيمة العلامة وبالتالي يعتبر تشويه لسمعتها⁽⁵⁴⁾.

وقد تأخذ المنافسة غير المشروعة على شبكة الانترنت شكلاً آخر غير مألوف للتجارة التقليدية، مع أنه في النهاية يعتمد على الخلط أو اللبس لدى الآخرين، حيث أنه قد لا يعمل مسجل اسم المواقع الالكترونية المماثل للعلامة التجارية على محاولة جذب العملاء له وذلك بسبب اختلاف الأنشطة التجارية بينهما وإنما يريد فقط الإضرار بمالك العلامة التجارية عن طريق تحويل العملاء إلى منافس آخر، وتطبيقاً لذلك فقد صدر قرار تحكيمي عن مركز التحكيم والوساطة التابع للمنظمة العالمية للملكية الفكرية بخصوص اعتداء

وقع على علامة الخدمة MTV والمسجلة في معظم دول العالم حيث تم تسجيل اسم دومين muchmtv.com ولكن لتسويق بضائع مختلفة عما تميزه العلامة الأصلية ولكن استخدم في الموقع وصلات links تقود إلى مواقع أخرى منافسة تقوم بنفس النشاط لمالك العلامة الأصلية MTV فصدر القرار على اعتبار ذلك منافسة غير مشروعة وقضى بنقل ذلك الاسم muchmtv.com للمدعي مالك العلامة الأصلية MTV⁽⁵⁵⁾.

المبحث الثاني: استخدام السياسة الموحدة لتسوية المنازعات المتعلقة بأسماء المواقع الإلكترونية على الانترنت (UDRP)

بناء على اقتراح من الحكومة الأمريكية موجه لمنظمة الويبو WIPO تطلب بموجبه من المنظمة إجراء استشارة دولية بمشاركة كل الدول الأعضاء في المنظمة بخصوص منازعات الملكية الفكرية على شبكة الانترنت، قامت المنظمة العالمية للملكية الفكرية (الويبو) بتنظيم إجراء تلك الاستشارة بشهر يوليو/تموز 1998. وبعد العديد من الاجتماعات أصدرت الويبو تقريراً يتضمن مشروعات التوصيات التي تم التوصل إليها خلال الاجتماعات وذلك في ديسمبر/كانون أول عام 1998. وبعد دراسة مشروع هذه التوصيات أصدرت المنظمة التقرير النهائي الأول لها في 30 أبريل/نيسان 1999 وهو يسمى تقرير الـ WIPO أو OMPI⁽⁵⁶⁾. وقد تضمن هذا التقرير مجموعة من التوصيات التي يجب أن تراعى أثناء تسجيل أسماء المواقع الإلكترونية، وكذلك من أجل حل النزاع الذي قد يثور بصدد هذه الأسماء، ومن هذه التوصيات:

أولاً: استحداث أسماء مجالات جديدة في المستوى العالي.

بالإضافة إلى أسماء المجالات السبعة في المستوى العالي مثل .com ، .org ، .net ... أوصى التقرير بضرورة استحداث أسماء جديدة تسمح بتمثيل أكثر للعلامات التجارية على شبكة الانترنت، وذلك بسبب التسجيلات التعسفية لأسماء المواقع الإلكترونية والتي تشكل تعدياً واضحاً على حقوق مالكي العلامات

التجارية. لذا يوصي التقرير باستحداث تلك الأسماء بحيث يسهل التحكم فيها والسيطرة على ما تثيره من منازعات.

ثانياً: حماية استثنائية للعلامة التجارية المشهورة على شبكة الانترنت.

حماية للعلامة التجارية المشهورة، فقد أوصى التقرير بأهمية وضع نظام استثنائي لحماية تلك العلامة في حالة استخدامها على شبكة الانترنت بحيث يمنع تسجيلها في صورة أسماء دومين إلا من جانب مالك العلامة، وبالتالي فقد أوصت الجهات المختصة بتسجيل أسماء المواقع الالكترونية وبما تحوي من أسماء دومين بضرورة رفض أي طلب تسجيل للعلامة المشهورة في صورة اسم دومين على الانترنت إلا من مالكيها في حالة اثباته ذلك⁽⁵⁷⁾.

ثالثاً: التوصية بضرورة تنظيم إجراءات إدارية لتسوية المنازعات بين مالكي أسماء المواقع الالكترونية والعلامات التجارية.

أوصى التقرير بضرورة تنظيم إجراءات إدارية تحت إشراف منظمة الـ ICANN - وهي المختصة بتسجيل وإدارة أسماء المواقع الالكترونية - وذلك لتسوية كل النزاعات المتعلقة بالمواقع الالكترونية والتي قد تنشأ نتيجة تسجيل أسماء دومين مشابهة أو مماثلة لعلامات تجارية مسجلة أو مشهورة، بحيث تكون تلك الاجراءات سريعة وفعالة وقليلة التكلفة وتتم بشكل كلي على الانترنت.

وفعلاً فقد تم تنظيم تلك الاجراءات تحت اشراف منظمة الايكان وسميت بـ "السياسة الموحدة لتسوية المنازعات المتعلقة بأسماء المواقع الالكترونية على الانترنت (UDRP)". ولقد فوضت الايكان جهات عدة لتطبيق تلك السياسة مثل المنظمة العالمية للملكية الفكرية (الويبو) عن طريق مركزها للتحكيم والوساطة⁽⁵⁸⁾،

ومحكمة التحكيم الوطنية (NAF)⁽⁵⁹⁾، ومركز CPR لحل المنازعات⁽⁶⁰⁾، والمركز الآسيوي لحل نزاعات أسماء المواقع الإلكترونية⁽⁶¹⁾.

وتقتصر السياسة الموحدة على قضايا واضحة تتعلق بتسجيل أسماء المواقع الإلكترونية والانتفاع بها عن سوء نية وبصفة تعسفية، وهي لا تمنع أي طرف من رفع النزاع إلى محكمة مختصة. ومع ذلك تبين إن هذه السياسة تحظى بشعبية كبيرة لدى أصحاب العلامات التجارية وأن عدداً قليلاً جداً من القضايا المنظورة في ظلها قد أحيل أيضاً إلى المحاكم الوطنية⁽⁶²⁾.

وفيما يتعلق بمركز التحكيم والوساطة التابع للمنظمة العالمية للملكية الفكرية (الويبو) فقد أشرف ومنذ ديسمبر/ كانون أول 1999 على أكثر من 17500 قضية في إطار السياسة الموحدة وبالاتناد إليها. وقد استمر الطلب على خدمات الويبو في تسوية المنازعات المتعلقة بأسماء المواقع الإلكترونية خلال عام 2009، إذ قدم أصحاب العلامات التجارية 2107 شكاوي رغم تراجع عدد القضايا بنسبة 9.5% مقارنة بنسبة 2008. وكذلك بالرغم من أن الويبو اتخذت إجراء إلغاء الورق الخاص بالسياسة المذكورة في ديسمبر/ كانون أول 2009 فقد زاد عدد الملفات خلال الأشهر الخمسة الأولى من عام 2010 المقدمة بنسبة 20% مقارنة بالفترة نفسها سنة 2009.

وخلال عام 2009 استعانت جهات شتى من أفراد وشركات وهيئات ومؤسسات بإجراءات مركز الويبو لتسوية المنازعات. وكانت القطاعات الخمسة الرئيسية التي تنشط فيها المؤسسات المتظمة هي التكنولوجيا والمستحضرات الصيدلانية والأعمال المصرفية والمالية والانترنت وتكنولوجيا المعلومات والبيع بالتجزئة والأغذية والمشروبات والمطاعم. وتصدر مصنّعو المستحضرات الصيدلانية قائمة المتظلمين نظراً للتحويلات العديدة التي طرأت على الأسماء المحمية المسجلة لمواقع الكترونية التي تتبع العقاقير والأدوية عبر الانترنت

أو لها صلة بذلك. وقد ضمت الدعاوي المحالة إلى الويبو في إطار السياسة الموحدة حتى الآن أطرافاً من 155 بلداً. وخلال سنة 2009 وحدها فاق عدد البلدان التي وردت أسماؤها في قضايا الويبو 110 بلدان، مما يدل على إن هذه الآلية الخاصة بتسوية المنازعات أخذت بالفعل بعداً عالمياً. وبلغ عدد لغات الدعاوي المرفوعة إلى الويبو في إطار السياسة الموحدة 18 لغة حتى الآن، وهي تحديداً كما يلي: الصينية والدنمركية والهولندية والانجليزية والفرنسية والألمانية والعبرية والإيطالية واليابانية والكورية والنرويجية والبولندية والبرتغالية والرومانية والروسية والإسبانية والسويدية والتركية، وأختيرت اللغة تبعاً للغة اتفاق تسجيل اسم المواقع الإلكترونية المعني.

وتتضمن قائمة الويبو من المحكمين والوسطاء بشأن منازعات أسماء المواقع الإلكترونية بناء على السياسة الموحدة خبراء في مجال العلامات التجارية من ستة وخمسين بلداً من كافة أنحاء العالم⁽⁶³⁾. وتتشتر الويبو منذ سنة 2000 جميع قرارات الوسطاء والمحكمين على موقع مركز الويبو الإلكتروني. ويتيح مركز الويبو أيضاً فهرساً قانونياً إلكترونياً⁽⁶⁴⁾. لتيسير البحث عن هذه القرارات حسب موضوعها والاطلاع عليها. وقد أصبح هذا الفهرس مرجعاً يلاقي إقبالا كبيراً في أوساط المهنيين لأنه يمكّن الوسطاء والمحكمين أو أطراف النزاع أو الأكاديميين أو أي شخص معني الاطلاع على القضايا السابقة في الويبو.

ويقدم مركز الويبو إلى جانب فهرسه القانوني نظرة عامة عن التوجيهات العامة في القضايا المهمة بواسطة استعراض لأراء وسطاء الويبو ومحكميها في مسائل مختارة في سياق السياسة الموحدة، وينتقي هذا الاستعراض آلاف القضايا التي تناولها المركز وفقاً للسياسة الموحدة. وهذا الاستعراض أداة تستخدم إجمالاً في المساعدة على اتساق قرارات الويبو بشأن القضايا المرفوعة⁽⁶⁵⁾.

بالإضافة إلى ذلك يقيم مركز الويبو حلقات عمل منتظمة بشأن تسوية منازعات أسماء المواقع الإلكترونية للجهات المهمة⁽⁶⁶⁾ واجتماعات للمحكمين والوسطاء ممن تستعين بخدماتهم.

ويقتصر التطبيق الإلزامي للسياسة الموحدة على الأسماء المسجلة في المستويات العليا المكونة من أسماء عامة (gTLDs) مثل .bis أو .com أو .info أو .net أو .org ، إلا إن مركز الويبو يحرص أيضا على مساعدة العديد من مكاتب تسجيل الأسماء في المستويات العليا المكونة من رموز البلدان (ccTLD) على صياغة شروط التسجيل وإجراءات تسوية المنازعات بما يفي بالمعايير الدولية لحماية الملكية الفكرية⁽⁶⁷⁾.

ويتم اللجوء لتطبيق هذا الاجراء في تسوية المنازعات المتعلقة بأسماء المواقع الإلكترونية عن طريق بند يدرج في عقد تسجيله، بمقتضاه يقبل مسجل اسم المواقع الإلكترونية الخضوع الى هذا الاجراء في حالة نشوب نزاع متعلق به.

وضمامنا لتطبيق هذا الاجراء على كل منازعات اسماء المواقع الإلكترونية، حرصت الـ ICANN على فرض هذا الاجراء على كل مسجلي اسماء المواقع الإلكترونية ابتداء من 1 ديسمبر/ كانون أول 1999 وهو تاريخ نفاذ هذا الاجراء، بحيث اصبحت عقود تسجيل اسماء المواقع الإلكترونية تتضمن هذا البند اعتبارا من هذا التاريخ. أما العقود السابقة لهذا التاريخ فتطبيق هذا الاجراء عليها وفقا للـ ICANN مرهون بارادة الاطراف وخاصة مسجل اسم المواقع الإلكترونية باعتباره المدعى عليه⁽⁶⁸⁾. وبالتالي اصبح لقواعد الـ UDRP فعالية لا يمكن تجنبها كنتيجة لما جاءت به الـ ICANN⁽⁶⁹⁾.

ولكن ما هي شروط انطباق تلك السياسة الموحدة (المطلب الاول)؟ وما هي القرارات التي يمكن اتخاذها في ظل تلك السياسة (المطلب الثاني)؟.

المطلب الاول : شروط تطبيق السياسة الموحدة لتسوية المنازعات.

اشترطت المادة (4) من السياسة الموحدة لتسوية منازعات أسماء المواقع الالكترونية (UDRP) في الفقرة (a) منها على مالك العلامة التجارية الذي يدعي بالاعتداء على علامته نتيجة تسجيل واستخدام اسم دومين مماثل أو مشابه لها أن يثبت توافر ثلاثة شروط ليخضع هذا النزاع للإجراء الإداري وفق هذه السياسة، وهذه الشروط هي⁽⁷⁰⁾:

الفقرة الاولى: تسجيل واستخدام اسم دومين مماثل أو مشابه لعلامة تجارية مملوكة بشكل يثير الخلط في أذهان الجمهور.

أوجبت قواعد السياسة الموحدة على مالك العلامة التجارية لتطبيق تلك القواعد أن يثبت إن تسجيل اسم المواقع الالكترونية من جانب الغير يتماثل أو يتشابه بعلامته التجارية. ويثبت أيضا إن هذا التماثل أو التشابه قد نتج عنه خلط في أذهان الجمهور مما اضر بمصالح هذا المالك.

وتقدير التماثل والتشابه بين الاثنين يخضع لتقدير الجهة الإدارية التي تنتظر النزاع وذلك في ضوء المظهر العام للاثنين دون الدخول في التفاصيل الخاصة بكل منها. حيث تقيس الجهة الإدارية هذا التماثل أو التشابه بمعيار موضوعي قوامه الشخص المعتاد. وتميل الجهة الإدارية أثناء نظرها للنزاع وفقاً لقواعد ال-UDRP إلى التفسير الموسع لمسألة التشابه والخلط التي يثيرها اسم المواقع الالكترونية. حيث أن القرارات التي تصدر عن هيئات التحكيم التابعة لمركز التحكيم والوساطة التابع للمنظمة العالمية للملكية الفكرية تستند إلى مدى التماثل أو التشابه ما بين اسم المواقع الالكترونية المنازع وما بين العلامة التجارية المسجلة. فإذا ما تبين أن اسم المواقع الالكترونية المنازع مماثل أو مشابه في جزء جوهري منه لعلامة تجارية مسجلة فإنها تكتفي بالإدانة كونه يؤدي إلى تضليل جمهور المستعملين لشبكة الانترنت وبغض النظر عن

المنتجات أو الخدمات التي يتضمنها الموقع الإلكتروني الذي يميزه اسم المواقع الإلكترونية⁽⁷¹⁾. ولكن مع ذلك يمكن اعتبار تماثل أو تشابه المنتجات أو الخدمات هو من قبيل سوء النية الذي يجب توافره لإدانة التصرف بتسجيل اسم دومين مماثل أو مشابه لعلامة تجارية مسجلة.

كما أن مجرد تسجيل اسم دومين مماثل أو مشابه لعلامة تجارية مسجلة بشكل مضلل يعتبر اعتداء على العلامة التجارية ولو لم يستعمل الموقع الذي يميزه اسم المواقع الإلكترونية في عرض أية بضائع أو خدمات، وهذا ما صدر عن هيئة التحكيم لدى مركز التحكيم والوساطة بخصوص اسم المواقع الإلكترونية natwestsucks.com حيث تم تسجيل هذا الاسم بما يماثل العلامة التجارية التابعة لـ national westminster Bank بدون أن يتم استعماله فصدر حكم بنقل اسم المواقع الإلكترونية إلى مالك العلامة التجارية على اعتبار أن مسجل اسم المواقع الإلكترونية كان سيء النية وذلك بدليل عرضه إعادة بيعه للمالك الأصلي مقابل مبلغ كبير⁽⁷²⁾.

وهذا أيضا ما أكد عليه المشرع الأمريكي، حيث اعتبر ذلك الفعل نوع من أنواع القرصنة⁽⁷³⁾. وعلى العكس من ذلك نجد أن القضاء الفرنسي في بعض احكامه اعتد بتماثل المنتجات أو الخدمات لتجريم الفعل، حيث اعتبر أن تسجيل اسم دومين مماثل أو مشابه لعلامة تجارية مسجلة ولو في جزء منه بحيث يؤدي إلى تضليل الجمهور لتمييز منتجات مماثلة أو مشابهة لما يشملها تسجيل العلامة التجارية يعتبر فعل من أفعال التزييف. ففي الحكم الصادر عن المحكمة الابتدائية بباريس في قضية Grosfillex، فبعد أن فحصت المحكمة مضمون الموقع الإلكتروني الذي يتخذ اسم دومين grosfillex.com الذي تم تسجيله من جانب شركة أخرى، انتهت المحكمة إلى وجود تماثل بين المنتجات والخدمات التي تعرض من خلال الموقع وتلك التي تمثلها العلامة التجارية⁽⁷⁴⁾.

كما يمكن أن يتوافر الخلط لمجرد استخدام العلامة حتى ولو لم تكن مسجلة بشكل رسمي. فعلى الرغم من إن نص المادة (4a) يتطلب أن يثبت المدعي وجود خلط أو لبس بين علامته وأسم المواقع الالكترونية مما يعني ضرورة ملكية المدعي لهذه العلامة، إلا إن القرارات الإدارية لا تتطلب لقبول الشكوى أن يتم تسجيل العلامة التجارية بالفعل. فيكفي وفقاً لهذه القرارات أن يستخدم المدعي العلامة لفترة طويلة تكسبه ملكيتها حتى ولو لم تكن العلامة مسجلة.

ومن تطبيقات ذلك القرار الصادر بنقل اسم المواقع الالكترونية chemstation.com، فقد طالبت شركة chemstation.inc نقل هذا الاسم إليها على الرغم من أنها لا تسجل علامة تجارية بهذا الاسم. ورأت الهيئة الإدارية أنه يكفي لقبول الشكوى أن تثبت الشركة المدعية بأنها تمارس أنشطة باسم هذه العلامة منذ فترة حتى ولو لم تسجل هذه العلامة⁽⁷⁵⁾.

وهو على خلاف ما سارت عليه التشريعات وأحكام القضاء في هذا الشأن، حيث إن أحد أهم الشروط التي يجب توافرها في العلامة التجارية وكما أشارت له المادة 33 من قانون العلامات التجارية الأردني رقم 33 لسنة 1952 المعدل هو أن تكون العلامة مسجلة ليتسنى رفع دعوى تعويض سواء في شقها المدني أو الجزائي.

وبناء عليه، فإنه إذا وقع اعتداء نتيجة تسجيل اسم دومين أو استخدامه بما يتعارض مع وجود علامة تجارية مسجلة - على اعتبار أن اسم المواقع الالكترونية هو يمثل العلامة التجارية على شبكة الانترنت، وعلى فرض أن هذه الدعوى هي دعوى عامة في هذا الخصوص وليست دعوى خاصة بهذا النوع من الاعتداءات كونها لم تشر إلى الاعتداءات التي تحصل على شبكة الانترنت، حيث أن هذه الدعوى في الأصل جاءت لحماية العلامة التجارية من التقليد أو التزوير الذي قد يلامسها ولم تتعرض لحالات الاعتداء

الناجمة عن تسجيل واستخدام أسماء المواقع الالكترونية -فعندها يجب أن نميز ما بين أن تكون العلامة مسجلة قبل تسجيل اسم المواقع الالكترونية وبين أن تكون العلامة مسجلة بعد تسجيل اسم المواقع الالكترونية وذلك على النحو التالي :

أولاً: العلامة التجارية مسجلة سابقاً.

أي أن العلامة التجارية تكون مسجلة وفقاً للقانون من قبل شخص معين، ثم بعد ذلك يقوم شخص آخر بتسجيل اسم دومين مماثل أو مشابه لها بحيث يؤدي إلى تضليل المستعملين لشبكة الانترنت مما يؤدي إلى الاعتداء على حقوق مالك العلامة التجارية المسجلة سابقاً، فإذا ما أراد مالك العلامة تسجيل علامته كاسم دومين على شبكة الانترنت بعد ذلك فإنه يتفاجأ بعدم قبول طلبه. بسبب وجود اسم دومين قد تم تسجيله مماثل له. ففي هذه الحالة يستطيع مالك العلامة التجارية أن يرفع دعوى للمطالبة بحقه وذلك إما لإلغاء اسم المواقع الالكترونية⁽⁷⁶⁾ المسجل لاحقاً أو لنقله إليه، وقد يطالب بالتعويض إذا ما أصابه ضرر نتيجة ذلك.

ففي قضية France-info.com أدانت المحكمة الابتدائية ببائيس تصرف أحد الأشخاص الذي سجل العلامة التجارية France-info المملوكة لراديو فرانس Radio-francs. وقد اعتبرت المحكمة أن هناك قرصنة وسطو على العلامة التجارية المسجلة من جانب مسجل اسم المواقع الالكترونية وأمرت المحكمة بنقل اسم المواقع الالكترونية المتنازع عليه إلى شركة Radio-francs وتبليغ شركة NSI المختصة بالحكم⁽⁷⁷⁾.

ولكن اتجه بعض الفقه إلى اعتبار أنه من الصعوبة الأخذ بهذا القول على إطلاقه حيث أنه إذا لم تكن العلامة مشهورة وقام شخص باستخدام اسم دومين مماثل يمارس به نشاطاً مغايراً، فإن القضاء يميل إلى إعمال قاعدة الأسبقية في الوصول، ولا يعد ذلك من قبيل المنافسة غير المشروعة ولا يشكل مساساً بالعلامة التجارية⁽⁷⁸⁾. مع أن فقه آخر يرى أن تسجيل اسم دومين مماثل أو مشابه لعلامة تجارية مسجلة لا يعطي

مسجل الاسم أي حق أفضل من حقوق صاحب العلامة التجارية المسجلة، وبغض النظر عن شهرتها أو البضائع التي تميزها فيجب البحث في ثلاثة أمور كما أشارت قواعد المنظمة العالمية للملكية الفكرية وهي:

1. في إمكانية أن يكون اسم المواقع الإلكترونية مماثل أو مشابه بشكل مضلل لعلامة تجارية مسجلة.

2. أن لا يكون لمسجل اسم المواقع الإلكترونية أي حقوق أو مصلحة مشروعة فيه.

3. أن يكون اسم المواقع الإلكترونية قد تم تسجيله واستعماله بسوء نية⁽⁷⁹⁾.

وهذا المبدأ الأخير وهو عنصر سوء النية هو من الضرورة البحث به حيث أنه للاستفادة من قاعدة الأسبقية يقتضي أن ينطوي الفعل على حسن نية وإلا يكون مسجل اسم المواقع الإلكترونية معرضاً لإبطال تسجيله من قبل صاحب الحق في العلامة التجارية المسجلة لاحقاً⁽⁸⁰⁾.

ثانياً: العلامة التجارية مسجلة لاحقاً.

حيث تكون العلامة التجارية لاحقة في تسجيلها لاسم المواقع الإلكترونية، فهنا اعتبر القضاء أن اسم المواقع الإلكترونية هو عنصر من عناصر الملكية المعنوية للمشروع يجب حمايته وكأنه علامة تجارية، فإذا ما رفعت دعوى لإلغاء أو نقل اسم المواقع الإلكترونية فإن القضاء يقدم حق مسجل اسم المواقع الإلكترونية على العلامة اللاحقة في التسجيل. وتطبيقاً لذلك فقد صدر حكماً عن المحكمة الابتدائية بباريس في قضية Agahpone عام 1998 برفض دعوى التقليد التي أقامتها الشركة المالكة لعلامة Agaphone على أساس أن تسجيل هذه العلامة جاء لاحقاً لتسجيل اسم المواقع الإلكترونية Agapphone بستة أشهر⁽⁸¹⁾.

الفقرة الثانية: عدم وجود أي حق أو مصلحة مشروعة لمسجل اسم المواقع الإلكترونية على هذا الاسم.

لقبول الشكوى المتعلقة باسم المواقع الإلكترونية، على مالك العلامة التجارية أن يثبت أنه لا يوجد حق أو مصلحة مشروعة لمسجل اسم المواقع الإلكترونية على هذا الاسم. ويكون لمسجل اسم المواقع الإلكترونية

الحق في تسجيله إذا كان يمتلك هو الآخر علامة تجارية بنفس اسم علامة المدعي. وفي مثل هذا الفرض يكون من حق الاثنين تسجيل اسم دومين يمثل علامتهما على شبكة الانترنت. فإذا سبق احدهما الآخر فلا تثريب عليه ولا يقبل في هذه الحالة شكوى الذي تأخر في التسجيل.

أما المصلحة المشروعة فقد حددتها المادة (c)4 من السياسة الموحدة، حيث حددت ثلاث حالات على سبيل الحصر يجوز للمدعى عليه إثبات أحدهما ليثبت إن له حقاً أو مصلحة مشروعة في استخدام اسم المواقع الالكترونية الذي سجله وهذه الحالات هي:

1- إذا كان معروفاً عموماً باسم المواقع الالكترونية الذي سجله حتى ولو لم يكن لديه علامة تجارية بذلك.

2- إذا كان يستخدم اسم المواقع الالكترونية لاستخدامات غير تجارية ولا ينوي استخدامه بنية تضليل المستهلكين أو الإساءة لسمعة مالك العلامة التجارية.

3- إذا كان يستخدم الاسم بنية حسنة لبيع البضائع أو الخدمات⁽⁸²⁾.

وتطبيقاً لذلك فقد صدر قراراً من مركز التحكيم والوساطة بإلغاء اسم المواقع الالكترونية lufthansaairline.com واسم المواقع الالكترونية lufthanza.com لعدم وجود حق أو مصلحة مشروعة في تسجيل العلامة التجارية LUFTHANZA التابعة لشركة أخرى⁽⁸³⁾.

الفقرة الثالثة: أن يكون تسجيل واستخدام اسم المواقع الالكترونية بسوء نية.

يشترط أن يثبت مالك العلامة التجارية سوء نية المدعى عليه عندما سجل اسم المواقع الالكترونية، وقد حددت الفقرة (b) من المادة (4) من السياسة الموحدة أربعة حالات على سبيل المثال من شأنها إثبات سوء نية مسجل اسم المواقع الالكترونية وهي:

أ- إذا تم تسجيل اسم المواقع الالكترونية بهدف بيعه أو إيجاره لمالك العلامة التجارية أو احد منافسيه مقابل قيمة مالية مرتفعة تتجاوز تكاليف التسجيل.

ب- إذا تم تسجيل اسم المواقع الالكترونية بهدف منع مالك العلامة من تسجيل علامته التجارية كاسم دومين على شبكة الانترنت.

ج- إذا تم تسجيل واستخدام اسم المواقع الالكترونية للإضرار بعمليات المنافسة لأحد المنافسين.

د- إذا تم تسجيل اسم المواقع الالكترونية واستخدامه بطريقة تربك الزبائن وتجعلهم يعتقدون إن هناك علاقة تربط المسجل لاسم المواقع الالكترونية مع مالك العلامة التجارية⁽⁸⁴⁾.

وتطبيقاً لذلك، القرار الصادر في قضية IremeGari عام 2000 ، ففي هذا القرار انتهت الجهة الإدارية إلى عدم ثبوت سوء النية في حق المدعى عليه الذي سجل اسم المواقع الالكترونية iremgari.com . فالمدعي شركة IremeGari لم يثبت خلال شكواه إن المدعى عليه قد سجل أو استخدم اسم المواقع الالكترونية بسوء نية⁽⁸⁵⁾.

المطلب الثاني : القرارات الادارية وفقاً للسياسة الموحدة لتسوية المنازعات UDRP

لمناقشة القرارات الادارية التي يمكن اتخاذها وفقاً للسياسة الموحدة لتسوية منازعات اسماء المواقع الالكترونية سنتعرض لذلك ضمن ثلاث فقرات، وعلى النحو التالي:

الفقرة الاولى: الية اتخاذ القرار الاداري وفقاً لهذه السياسة.

لاتخاذ قرار اداري بنزاع متعلق بعلامة تجارية نتيجة تسجيل اسم دومين على الانترنت يماثلها أو يشابهها لا بد أن يكون هناك شكوى من الطرف المدعي مالك العلامة التجارية متضمنة بيانات معينة حددتها اللائحة التنفيذية لهذه القواعد⁽⁸⁶⁾، يتظلم من خلالها بوجود ذلك الاعتداء، بحيث يستطيع تقديم شكواه الى أية

جهة معتمدة من الايكان لحل النزاع كما أشرنا اليها سابقا⁽⁸⁷⁾. ويعتبر مركز التحكيم والوساطة التابع للمنظمة العالمية للملكية الفكرية احدى أهم هذه الجهات، حيث أن مجمل تلك الجهات تحترم القواعد الموضوعية والاجرائية التي وضعتها الـ ICANN سواء تمثل ذلك بقواعد الـ UDRP أو الاثحة التنفيذية لها، ولكن هذا لا يمنع أية جهة من وضع قواعد اجرائية تكميلية خاصة بها بشرط عدم تعارضها مع القواعد العامة للـ ICANN⁽⁸⁸⁾.

وعلى كل الاحوال تقوم الجهة التي وصلتها الشكوى بفحصها للتأكد من أنها تتضمن البيانات الكافية المتعلقة بها. فإذا اكتشفت أن هناك نقص في تلك البيانات تقوم باخطار المدعي بذلك وتمنحه فرصة خمسة أيام لاستكمال ذلك النقص في البيانات، فإذا ما مضت تلك الفترة دون رد فيعتبر المدعي قد تنازل عن شكواه، دون الاخلال بتقديم شكوى مختلفة من قبله⁽⁸⁹⁾. أما اذا رأت أن الشكوى متوافقة مع قواعد السياسة الموحد (UDRP) وقواعد تنفيذها فإنها تعمل على اخطار المدعي عليه الكترونيا وحسب قواعدها التكميلية بمضمون الشكوى في غضون ثلاثة أيام عمل بعد استلام الرسوم التي يتعين على مقدم الشكوى دفعها وفقا للفقرة (19) من المادة الرابعة من قواعد الـ (UDRP)⁽⁹⁰⁾، كما عليها اخطار المدعي والمدعى عليه والمسجل المعني والـ ICANN بتاريخ بدء الاجراءات الادارية⁽⁹¹⁾.

ويلتزم المدعي عليه في غضون (20) يوما من تاريخ بدء الاجراءات الادارية بتقديم رد الى الجهة المشرفة على اجراءات حل النزاع، وبانتهاء تلك الاجراءات تعمل تلك الجهة على تشكيل لجنة ادارية لحل النزاع بناء على اختيار اطراف النزاع.

فإذا ما اختار الاطراف ان ينظر النزاع عضو واحد، فعندها تقوم الجهة المشرفة على حل النزاع بتعيين هذا العضو من قائمة الاسماء التي لديها خلال خمسة ايام عمل من تلقي رد المدعى عليه، بحيث تدفع

الرسوم بالكامل من صاحب الشكوى⁽⁹²⁾. أما إذا اختار الاطراف أن تنتظر النزاع لجنة مشكلة من ثلاثة اعضاء فعندها يجب على كل طرف ان يقدم الى الجهة المختصة قائمة بها اسماء المرشحين لنظر النزاع بحيث تختار تلك الجهة واحدا من قائمة كل طرف لتمثيله، ويتم تعيين الطرف الثالث من قبل الجهة المختصة بالاشراف على ادارة اجراءات حل النزاع بعد استشارة الاطراف على اختياره من بين خمسة مرشحين تحددهم تلك الجهة⁽⁹³⁾.

وإذا ما اختار مقدم الشكوى أن تكون اللجنة مكونة من ثلاثة أعضاء فعندها يجب عليه دفع الرسوم كاملاً إلا إذا طلب ذلك أيضاً المدعى عليه فعندها يتم تقاسم دفع الرسوم ما بين مقدم الشكوى والمدعى عليه⁽⁹⁴⁾. كما أنه إذا اختار مقدم الشكوى نظر النزاع من خلال هيئة تتكون من عضو واحد واختار المدعى عليه هيئة من ثلاثة اعضاء، فعندها يطالب المدعى عليه بدفع نصف الرسوم المطبقة على هيئة من ثلاثة اعضاء⁽⁹⁵⁾. وبمجرد تعيين الفريق بأكمله، تقوم الجهة المختصة بالاشراف على ادارة اجراءات حل النزاع باخطار الأطراف بتعيين أعضاء اللجنة وبالتاريخ الذي تبدأ فيه بنظر النزاع. وتكون اللغة المتبعة في الاجراءات الادارية هي لغة اتفاق التسجيل الا اذا اتفق الاطراف على خلاف ذلك⁽⁹⁶⁾. ويجوز للهيئة أن تأمر بتقديم أي من الوثائق بلغات اخرى غير لغة الاجراءات الادارية من خلال ترجمتها كلياً أو جزئياً إلى لغة الاجراءات الادارية⁽⁹⁷⁾.

تقوم اللجنة الادارية بالفصل بالنزاع بناء على البيانات المقدمة في الشكوى ورد المدعى عليه الا أن ذلك لا يمنع اللجنة، وفقاً لتقديرها، أن تطلب بيانات أخرى أو وثائق من أي من الأطراف⁽⁹⁸⁾، وفي حالة عدم وجود ظروف استثنائية، يجب على اللجنة ان تصدر قرارها في موضوع النزاع خلال (14) اربعة عشر يوماً من تاريخ تعيينها، ويجب اخطار الجهة المختصة المشرفة على الاجراءات بهذا القرار⁽⁹⁹⁾. وينبغي أن يكون

قرار اللجنة خطياً ويقدم الأسباب التي يستند إليها، وأن يشير إلى تاريخ الإصدار ويحدد اسم (أسماء) أعضاء اللجنة⁽¹⁰⁰⁾. وإذا كانت اللجنة مؤلفة من ثلاثة أعضاء، ينبغي اتخاذ قرارها عن طريق الأغلبية⁽¹⁰¹⁾.

كما أنه يجب أن تلتزم قرارات اللجنة والآراء المخالفة بالدلائل المنصوص عليها في القواعد الإضافية لجهة حل النزاع، كما يجب أن يلتزم أي رأي مخالف بقرار الأغلبية. وإذا خلصت اللجنة إلى أن النزاع لا يقع ضمن نطاق الفقرة (4/a) من السياسة، فيجب أن يدرج ما يفيد بذلك. فإذا اكتشفت اللجنة بعد دراسة التقديمات أن الشكوى كانت بوزاع من سوء النية كأن تكون محاولة لحرمان مالك اسم المواقع الالكترونية المسجل من اسم المواقع الالكترونية على سبيل المثال أو بهدف مضايقته، فيجب على الهيئة أن توضح هذا أو قرارها بأن الشكوى كانت بوزاع من سوء النية وأنها تشكل اساءة استخدام للإجراءات الإدارية⁽¹⁰²⁾.

وبصدور القرار، تقوم الجهة المختصة باخطار الأطراف بالقرار الصادر ولمسجل اسم المواقع الالكترونية والـ ICANN خلال ثلاثة ايام عمل تبدأ من تسلمها القرار، كما يجب أن يقوم المسجل المعني بإرسال تاريخ تنفيذ القرار وفقاً لمقتضى السياسة الى كل طرف والى الـ ICANN⁽¹⁰³⁾.

الفقرة الثانية: مضمون القرار.

إن القرارات الصادرة من اللجان الإدارية تنحصر بنوعين من القرارات:

أولاً: نقل اسم المواقع الالكترونية.

إذا ما ثبت للجهة الادارية التي تنتظر النزاع أن مسجل اسم المواقع الالكترونية قد اعتدى على ملكية علامة تجارية وذلك بتسجيلها كأسم دومين على الانترنت مماثل أو مشابه لها بشكل يثير الخلط لدى الغير، فإنها تصدر قراراً بإيقاف استخدام ذلك الاسم من جانب المدعى عليه، ومن ثم تنقله الى مالك العلامة

التجارية المدعي. وعليها أن تخطر الشركة المسؤولة عن تنفيذ هذا القرار خلال عشرة أيام عمل من تاريخ صدوره وفقاً لنص المادة (4k) من السياسة الموحدة.

ثانياً: رفض طلب المدعي.

قد ترى اللجنة الإدارية وجود حق أو مصلحة مشروعة لدى المدعي عليه مسجل اسم المواقع الالكترونية وبالتالي رفض دعوى المشتكي، وما هذه الدعوى الا لتسويه سمعة مسجل اسم المواقع الالكترونية أو بهدف الاستيلاء عليه وهو ما اسمته المادة الاولى من اللائحة التنفيذية⁽¹⁰⁴⁾ Reversedomain name hijacking.

وتطبيقاً لذلك فقد ثار نزاع بين شركة Motorola و New Gate Internet Vs حول اسم المواقع الالكترونية talkabout.com حيث كان مطابقاً للعلامة التجارية المملوكة للأولى، ذهبت لجنة التحكيم (بالأغلبية) من خلال تطبيقها للسياسة الموحدة لتسوية نزاعات أسماء المواقع الالكترونية في القضية رقم D2000-0079 تاريخ 14April 2000 إلى أن المدعي عليه لم يقدم أي دليل على وجود مصلحة مشروعة له في اسم المواقع الالكترونية أو على حقه في العلامة التجارية talkabout، وبهذا يكون المدعي عليه قد خرق حقوق الملكية الفكرية لشركة Motorola مسبباً الخلط لدى جمهور المستهلكين بشأن هذه العلامة، كما أنه تم تسجيل اسم المواقع الالكترونية المدعي عليه وتم استخدامه بسوء نية، وبناء عليه ووفقاً لنص المادة (4/i) من السياسة الموحدة، فإنه يتم نقل اسم المواقع الالكترونية talkabout.com الى مقدم الشكوى⁽¹⁰⁵⁾.

وفي قضية أخرى رقم D2000-0050 والمقدمة من هيئة الاذاعة البريطانية ومقرها لندن ضد شركة Jamie Renteria ومقرها فنزويلا بخصوص تسجيل اسماء المواقع الالكترونية التالية bbcdeionders.com, bbcenespanol.com, bbcenespanol.net, bbcenespanol.org مما يسبب اعتداء على العلامة التجارية BBC المملوكة للأولى. خلصت اللجنة الادارية إلأنالمدعي عليه لم يستطع اثبات حقه أو مصلحته المشروعة

بتسجيل واستخدام اسم المواقع الالكترونية، وأنه قد استخدم ذلك الاسم بسوء نية، وحيث اثبت المدعي مالك العلامة التجارية حقه ومصلحته المشروعة بالعلامة وأنها معروفة على نطاق واسع، وحيث أن الكلمات الاضافية للحروف الاولى غير مميزة للعلامة وأن الجمهور يميز العلامة عن طريق الحروف الأولى bbc مما يؤدي ذلك الى الخلط لدى الجمهور بخصوصها، فلذلك قررت اللجنة نقل اسماء المواقع الالكترونية الاربعة السابق ذكرها الى المدعي استنادا للمادة (4/i) من السياسة الموحدة⁽¹⁰⁶⁾.

الفقرة الثالثة: مصير القرار.

إن القرار الاداري الصادر في النزاعات المتعلقة بأسماء المواقع الالكترونية غير ملزم للأطراف، فقد يرتضون ما انتهت اليه اللجنة وينفذون مضمون القرار أو يرفضونه كلية ويقرر أحدهما اللجوء الى القضاء المختص ليستصدر حكما قضائيا في الموضوع، وذلك على الرغم من أن القرار الصادر غير قابل للطعن به بأي طريقه من طرق الطعن الا انه يجوز تعطيل هذا القرار في حالة تم إثارة ذلك النزاع من جديد امام القضاء المختص⁽¹⁰⁷⁾، وذلك خلال عشرة ايام عمل من تبليغه لقرار اللجنة الادارية، بحيث عليه احضار مثلا نسخة من الشكوى أو ملف مختوم من قبل كاتب المحكمة يقضي بقيامه برفع دعوى قضائية ضد الطرف الاخر في المحكمة المختصة، وعندها لا يجوز لمسجل اسم المواقع الالكترونية تنفيذ قرار اللجنة الادارية ولا يجوز اتخاذ أي اجراء الا بتلقي 1- أدلة مقنعة تقضي بوجود حل بين الطرفين، 2- أدلة مقنعة بأنه قد تم التنازل عن أو سحب الدعوى القضائية، أو 3- نسخة من أمر المحكمة يقضي بأنه ليس لمسجل اسم المواقع الالكترونية الحق في الاستمرار في استخدامه⁽¹⁰⁸⁾.

وتطبيقاً لذلك فقد صدر حكماً عن محكمة Northern District Illinois في الولايات المتحدة الأمريكية في 3 مايو/ أيار 2000 انتهت فيه المحكمة بعد فحص قواعد الـ UDRP إلى أن هذه القواعد غير ملزمة لها ومن ثم نظرت النزاع دون مراعاة القرار الإداري السابق في الموضوع⁽¹⁰⁹⁾.

وفي كل الأحوال لا تعتبر الشركات المسجلة لأسماء المواقع الإلكترونية طرفاً في المنازعات ولا تعتبر مسؤولة عن القرار الصادر، وبالتالي لا تلحقها أية مسؤولية ويجب على المدعي الامتناع عن ادخالها في الاجراءات القانونية⁽¹¹⁰⁾.

ويجدر بالذكر أنه يتمتع على جهة التسجيل تحويل اسم المواقع الإلكترونية المتنازع عليه لحامل آخر أثناء فترة نظر النزاع أمام اللجنة الإدارية أو خلال مدة 15 يوم عمل من نهاية تلك الاجراءات⁽¹¹¹⁾، أو حتى نقل تسجيله الى جهة تسجيل أخرى خلال تلك الفترة⁽¹¹²⁾.

كما أنه يتمتع على جهة التسجيل تحويل اسم المواقع الإلكترونية المتنازع عليه لحامل آخر أثناء اجراءات المحكمة سواء محكمة عادية أو محكمة تحكيم إلا إذا صدر الحكم النهائي في الموضوع. وإذا تم مخالفة هذا الحظر تخاطب الـ ICANN شركة التسجيل المختصة لكي تلغي كل الاجراءات التي تمت على اسم المواقع الإلكترونية في تلك الفترة إلا اذا تعهد الطرف الذي تم التصرف اليه كتابة بأنه سيحترم الحكم الصادر من المحكمة ايا كانت طبيعته⁽¹¹³⁾.

الخاتمة:

نستعرضها من خلال النتائج والتوصيات وكما يلي:

النتائج:

1- قامت منظمة الايكان واستجابة لتوصيات منظمة الويبو بتبني سياسات جديدة لتسوية المنازعات التي تحدث ما بين مالكي العلامات التجارية ومسجلي أسماء مواقع الكترونية تحتوي على أسماء دومين مماثلة أو مشابهة لها سميت هذه السياسة بـ (السياسة الموحدة لتسوية نزاعات أسماء المواقع الالكترونية UDRP)، وتقتصر السياسة الموحدة على قضايا واضحة تتعلق بتسجيل أسماء المواقع الالكترونية والانتفاع بها عن سوء نية وبصفة تعسفية.

2- يقتصر التطبيق الإلزامي للسياسة الموحدة على الأسماء المسجلة في المستويات العليا المكونة من أسماء عامة (gTLDs) مثل .bis أو .com أو .info أو .net أو .org ، إلا إن مركز الويبو يحرص أيضا على مساعدة العديد من مكاتب تسجيل الأسماء في المستويات العليا المكونة من رموز البلدان (ccTLD) على صياغة شروط التسجيل وإجراءات تسوية المنازعات بما يفي بالمعايير الدولية لحماية الملكية الفكرية.

3- إن القرار الإداري الصادر في النزاعات المتعلقة بأسماء المواقع الالكترونية غير قابل للطعن وغير ملزم للأطراف، وبالتالي فإنه لا يمنع أي طرف من رفع النزاع إلى محكمة مختصة.

4- قرارات اللجنة الإدارية بالمنع من استخدام اسم المواقع الالكترونية أثناء نظر النزاع لا تكون إلا إذا صدر قرارا نهائيا بالمنع وليس مؤقتا بعكس تحويله الى الغير فإنه يتمتع على المشتكى عليه تحويله للغير أثناء نظر النزاع إلا إذا تعهد المتصرف له بالتقيد بالقرار النهائي الصادر أيا كانت نتيجته وهذا كله بعكس قرارات القضاء فيمكن المنع المؤقت قبل صدور القرار النهائي بخصوص اسم المواقع الالكترونية المنازع سواء بالاستخدام أو الاستغلال أو التصرف، مع إن التشريعات الاردنية والبحرينية المتعلقة بالعلامة التجارية تعتبر قواعد عامة في مجال حماية العلامة من الاعتداءات التي يمكن أن تحدث نتيجة تسجيل

اسم موقع الكتروني يحتوي على اسم دومين مماثل أو مشابه لعلامة تجارية على شبكة الانترنت، حيث إنه لم يتولى تنظيم تسجيل واستخدام المواقع الالكترونية وأسماءها، وهو نقص يشوب المنظومة التشريعية الأردنية والبحرينية.

5- لم تشترط السياسة الموحدة أن تكون العلامة التجارية مسجلة لإمكان حمايتها من اعتداءات اسماء المواقع الالكترونية.

6- لا يكون للمطالبة بالتعويض أي مجال أمام اللجنة الادارية المشكلة وفقا للسياسة الموحدة فهو ليس من اختصاصها إنما من اختصاص القضاء فقراراتها مقتصرة على الغاء أو نقل اسم المواقع الالكترونية المنازع.

التوصيات:

1- حتى مع تزايد حجم الشكاوي المتعلقة بأسماء المواقع الالكترونية وفقا للسياسة الموحدة بشكل ملحوظ الا إن أي من الطرفين غير ملزم بالاستمرار بنظر النزاع أمام لجنة ادارية وفق للسياسة الموحدة وغير ملزمين بالقرار الصادر منها فيمكن لأي منهما اللجوء للقضاء لنظر النزاع، وهذا ما يضعف تلك القواعد فكان من الاجدى أن تأخذ بأحكام حكم التحكيم مع الفارق في أساس كل منهما. مع أن بعض الفقه⁽¹¹⁴⁾ قد اعتبر أن دمج التحكيم الالكتروني بواقعه المعاصر ضمن النظام القانوني نفسه المعد أصلا للتحكيم التقليدي يعد أمرا صعبا في ضوء المقتضيات الشكلية والاجرائية التي يفرضها النظام القانوني الحالي للتحكيم بشقيه الوطني والدولي، فهناك مشكلات تتعلق بصحة وإثبات اتفاق التحكيم الالكتروني، وأخرى تتعلق بالضمانات الاساسية في التقاضي فيما يتعلق بإجراءاته، ومشكلات تتعلق بتنفيذ الحكم الصادر في نهايته، وبالتالي فإن التحكيم الالكتروني يعتمد على التنظيم الذاتي والذي يغنيه عن قضاء الدولة وقانونها.

2- بما أن قواعد السياسة الموحدة لا تلزم الأطراف بقراراتها ويمكنهم اللجوء للقضاء المختص لنظر النزاع، فكان من الأحرى على كلا المشرعين الأردني والبحريني أن يضعوا تشريعا خاصا ينظم عملية تسجيل واستخدام اسماء المواقع الالكترونية على شبكة الانترنت وعم الاكتفاء بالقرارات الإدارية لتنظيمها حيث تتصف تلك القرارات بعدم الاستقرار، وهو نقص كان على المشرع تجاوزه.

الهوامش

¹ كنعان الأحمر، دور الملكية الفكرية والصناعية والتجارة الالكترونية في عملية التنمية، دار الرضا، دمشق، 2001، ص17.
² -تهدف المنظمة العالمية للملكية الفكرية الى تقديم المساعدة في مجال حماية الملكية الفكرية من اجل ضمان حماية حقوق المبدعين وأصحاب الملكية الفكرية في جميع أنحاء العالم. حيث إن المنظمة ترى في هذا الدور اعترافاً بالمبدعين والمخترعين ومكافأة لهم على إبداعهم، كما تعتبر هذه الحماية حافزاً يشجع على الإبداع والتميز ويدفع بعجلة التجارة الدولية نحو الأمام بتوفيرها مناخاً مستقراً من اجل تبادل منتجات الملكية الفكرية.

³ -التقرير النهائي لمشروع الويبو الأول بشأن أسماء المواقع الالكترونية على الانترنت، منشور الويبو رقم 439، انظر، www.wipo.int/amc/en/processes/process1/report

⁴ -التقرير النهائي لمشروع الويبو الثاني بشأن أسماء المواقع الالكترونية على الانترنت، منشور الويبو رقم 843، انظر، www.wipo.int/amc/en/processes/process2/report

⁵ -مصلح الطراونه ونور الحجابيا، التحكيم الالكتروني، مجلة الحقوق (جامعة البحرين)، المجلد الثاني، العدد الاول، 2005، ص233.

⁶ وتعني (International Corporation for Assigned Names and Numbers) انظر الموقع الالكتروني للأليكان، www.icann.org

⁷ فاتن حسين حوى، المواقع الالكترونية وحقوق الملكية الفكرية، المرجع السابق، ص. 157.

⁸ للمزيد أنظر : شريف محمد غنام، حماية العلامات التجارية عبر الانترنت في علاقتها بالعنوان الالكتروني، دار الجامعة الجديدة، الإسكندرية، 2007، ص 9 وما بعدها.

⁹ عبد الفتاح بيومي حجازي، الملكية الصناعية في القانون المقارن، دار الفكر الجامعي، الإسكندرية، 2008، ص 259.

¹⁰ محمد حسين منصور، المسؤولية الإلكترونية، دار الجامعة الجديدة، الإسكندرية، 2007، ص 202.

¹¹ Albert Chavanne- Jean Jacques Burst, de la propriété industrielle. Dalloz Delta, 5 édition, 1998, P.798.

¹² Albert Chavanne- Jean Jacques Burst, Op.cit. , P 797.

¹³ شريف محمد غنام، المرجع السابق، ص 9، وكذلك أنظر عبد الفتاح بيومي حجازي، التجارة الإلكترونية في القانون العربي والنموذجي لمكافحة جرائم الكمبيوتر والانترنت، دار الكتب القانونية، مصر، 2007، ص 282.

¹⁴ للمزيد أنظر : www.wipo.int/amc/en/domains/decisions/htm1

¹⁵ أنظر قرار تحكيمي رقم D2009-0003

www.wipo.int/amc/en/domains/decisions/htm/2009/d2009-0003.htm1

¹⁶ عبد الله عبد الكريم عبد الله، الحماية القانونية لحقوق الملكية الفكرية على شبكة الانترنت، دار الجامعة الجديدة، الإسكندرية، ص 288، أيضا أنظر، شريف محمد غنام، المرجع السابق، ص 16. كذلك أنظر، حسام الدين الصغير، المرجع السابق، ص 8.

¹⁷ Albert Chavanne-Jean Jacques, op.cit, P. 797.

¹⁸ Yee fen Lim : Internet Governance, Resolving the unresolvable : Trade mark law and Internet domain names, article, International Review of law computers and technology, volume 16, n° 2, 2002, P 202. www.tandf.co.uk/journals/carfax/13600869.htm1.

Albert Chavanne, Jean – Jacques, op.cit, p 798.

كذلك أنظر :

¹⁹ عبد الفتاح بيومي حجازي، التجارة الإلكترونية في القانون العربي والنموذجي لمكافحة جرائم الكمبيوتر والانترنت، المرجع السابق، ص 290.

²⁰ ضياء علي أحمد نعمان، الغش المعلوماتي الظاهرة والتطبيقات، المطبعة والوراقة الوطنية، مراكش - المغرب، ص 70.

²¹ - المادة 1 من قانون العلامات التجارية البحريني رقم 22 لسنة 2006 المعدل.

²² - المادة (2) من قانون العلامات التجارية الأردني رقم 33 لسنة 1999 المعدل.

²³ - عبد الفتاح بيومي حجازي، الملكية الصناعية، المرجع السابق، ص 262.

²⁴ - Robert Hasset cohen, Recent Developments in Internet law : Cybersquatting, articles, 2000, p5. at www.internet.legal.com/cyberquatting.htm.

²⁵ - يوم 29 نوفمبر 1999 وقع الرئيس الأمريكي كلنتون قانون حماية المستهلك من القرصنة الإلكترونية Anticybersquatting consumer protection act (ACPA) رقم (15) وبعد تعديل قانون لانهام الأمريكي للعلامات التجارية Lanham Act تم تعديل قانون حماية المستهلك من القرصنة الإلكترونية وذلك بإضافة الفقرة الفرعية د للفصل (43). وهذا التعديل هو موجه إلى مسجلي أسماء المواقع الإلكترونية الذين يسجلوها أو يستخدموها بسوء نية قصد الربح، بحيث تحتوي على علامة تجارية مطابقة أو مشابهة أو علامة تجارية مشهورة أو أي كلمة أو اسم محمي بموجب المادة 18 والمادة 36 من القانون. وهذا القانون متاح على الموقع الإلكتروني التالي : www.nacua.org.

Documents/anticybersquatting-pdt.

للمزيد أنظر : Robert Hasset, Recent Developments in Internet law, op.cit, p4.

²⁶ - سامر محمود الدالعه، الحماية الدولية والقانونية لتكنولوجيا المعلومات، برامج الحاسوب، أطروحة دكتوراه، جامعة الحسن الثاني، الدار البيضاء، المغرب، 2002، ص 28.

²⁷ - حسام الدين الصغير، حماية العلامات التجارية المشهورة، حلقة الويبو الوطنية التدريبية حول الملكية الفكرية للدبلوماسيين (مسقط، 5-7 سبتمبر/أيلول 2005) المنظمة العالمية للملكية الفكرية Wipo، ص 9.

www.wipo.int/edocs/mdocs/arab/ar/wipo-ip-dipl-mct-05-8-doc

²⁸ Mark Radcliffe, advanced domain name and Trademark Issues, article, Journal of Internet law, january 2000, P15. www.search.ebscohost.com.

²⁹ - أنظر القرار التحكيمي رقم D2009-0003 الصادر عن مركز التحكيم والوساطة التابع للمنظمة العالمية للملكية الفكرية. www.wipo.int/amc/en/domains/decisions/htm1/2009-0003.htm1.

³⁰ - عبد الله عبد الكريم عبد الله، المرجع السابق، ص 289.

³¹ - أنظر حكم : 1908 (BNA) 2d (U.S.P.Q. 40 1996 supp. 945F. Toeppen, L.P.V. int'l, Panavision, (C.D.Cal. 1996)، مشار إليه لدى :

Robert Hassett and Suellen Bergman, Cybersquatting : The new Age of URLs and Their Impact on Trade Marks, article, 2000, p2.

موقع إلكتروني www.internetlegal.com/articles/cyberthe%20new.htm.

³² - محمد حسين منصور، المرجع السابق، ص 204.

³³ - شريف محم غنام، المرجع السابق، ص 108.

³⁴ - قانون حماية المستهلك من القرصنة الإلكترونية الأمريكي حدد تسعة عناصر تظهر سوء النية لدى مسجل اسم المواقع الإلكترونية على المحكمة أن تأخذها بعين الاعتبار عند النظر في أي قضية متعلقة بتسجيل واستخدام اسم المواقع الإلكترونية... للمزيد انظر Markradcliffe, op. cit, p 20.

³⁵ - للمزيد أنظر شريف محمد غنام، المرجع السابق، ص 77 وما بعدها.

³⁶ - ICANN هي اختصار ل (Internet corporation for assigned names and Numbers) وهي مؤسسة غير ربحية مهمتها إدارة نظام أسماء المواقع الإلكترونية والمهام ذات الصلة، وقد تأسست سنة 1998 للتخلص التدريجي من مشاركة الحكومة الأمريكية في نظام أسماء المواقع الإلكترونية وكذلك لإنهاء الاحتكار الذي كانت تمارسه الشركة الأمريكية Network solutions inc (Nasdaq : NSOL) وبالتالي جاءت ICANN ووضعت قواعد يجب اتباعها من أجل تسجيل أسماء المواقع الإلكترونية وفوضت اختصاصها إلى العديد من الشركات في أنحاء العالم.

للمزيد أنظر : Robert Hassett, and Suellen Bergman, op.cit, p7

وانظر أيضا عبد الله عبد الكريم عبد الله، المرجع السابق، ص 289.

³⁷ Albert Chavanne, Jean Jacques, op.cit, P 799.

- 38 Robert Hassett, Recent Developments in Internet law, op.cit, p5.
- 39 Zohar Efroni, Names and Domains, Names as Marks: Issues concerning the between Internet Domain Names and Trade mark Rights. Edited by: Peter k. ku, Intellectual property and information wealth, voulume 3, trade mark and unfair compotition, London, p. 376.
- 40- ضياء علي أحمد نعمان، المرجع السابق، ص 86.
- 41- للمزيد أنظر : شريف محمد غنام، المرجع السابق، ص 82 وما بعدها.
- 42- للمزيد أنظر : Yee Fen Lim, op. cit, P 204.
- 43- اسم المواقع الالكترونية المنازع، هو اسم المواقع الالكترونية الذي يشابه اسم دومين آخر أو علامة تجارية مسجلة ... للمزيد أنظر : Rudolf Freidlander : domain name dispute, article, 2006, P1 www.selfseo.com/story-17800-php.
- 44- قانون المعاملات الإلكترونية الأردني رقم 85 لسنة 2001، جريدة رسمية رقم 4524 بتاريخ 2001/12/31.
- 45- بولين أنطونيوس أيوب، تحديات شبكة الانترنت، منشورات الحلبي الحقوقية، بيروت، ط1، 2006، ص 11.
- 46 Robert Hassett, recent developements in internet law, op. cit, p 4.
- 47- شريف محمد غنام، المرجع السابق، ص 186.
- 48 Lian M. Connelly : jursdiction over trademarks and domain names ; the view from canada, Journal of Internet law, april 2001, P 16. www. Search ebscohost.com.
- 49- للمزيد أنظر عبد الكريم محسن أبو دلو، تنازع القوانين في الملكية الفكرية، دار وائل للنشر، عمان، ط1، 2004، ص 342 وما بعدها.
- 50- أنظر : Porche cars North America Inc, V.porche. Com, 51F. sup. 2d 707 (E.D. Va. 1999) Robert Hassett, recent developements in internet law, op. cit, p6.51
- 52- شريف محمد غنام، المرجع السابق، ص 148.
- 53- محمد حسين منصور، المرجع السابق، ص 205.
- 54 Albert Chavanne, Jean- Jacques Burst, Op, cit, P801.
- أنظر أيضا محمد حسين منصور، المرجع السابق، ص 205.
- 55- أنظر قرار تحكيمي رقم D2009-0001 www.wipo.int/amc/en/domains/decisions/htm1/d2009-0001.htm1
- 56- انظر، شريف محمد غنام، حماية العلامات التجارية عبر الانترنت في علاقتها بالعنوان الالكتروني، المرجع السابق، ص. 200. كذلك انظر، منشورات المنظمة العالمية للملكية الفكرية (الويبو)، سلسلة الاجتماعات التاسعة والثلاثون (الدورة الاستثنائية العشرون)، جنيف من 20 إلى 29 سبتمبر / أيلول 2010 وثيقة رقم WO/GA/39/10 .
- 57- انظر، شريف محمد، غنام المرجع السابق، ص. 202.

⁵⁸مركز التحكيم والوساطة يتبع للمنظمة العالمية للملكية الفكرية (الويبو). وقد تم إنشاء هذا المركز في جنيف عام 1994 إيماناً بأن من الممكن أن تؤدي السبل البديلة لتسوية المنازعات (ADR) ذلك الدور في مجال الملكية الفكرية، ويسهر المركز على تنظيم المؤتمرات والندوات المتعلقة بالتحكيم والوساطة، على أن هدفه الأساسي هو تسهيل الانتفاع بعدد من آليات السبل البديلة لتسوية النزاعات. كذلك فإن المركز يتيح خدمات استشارية بشأن اتفاقات إحالة النزاعات إلى أي من الوسائل الثلاثة للتسوية في ضوء ما يعقد من اجتماعات تحضيرية في هذا الصدد، ويطلق على هذه الخدمات (Good Offices)، ويقوم المركز بصياغة اتفاق الإحالة سالف الذكر أو المعاونة في ذلك حسبما يترضي الأطراف.

وهذا المركز يتضمن نظامين لفض المنازعات وهما الوساطة والتحكيم، وقد بدأ نفاذ نظامهما اعتباراً من الأول من أكتوبر/ تشرين الأول عام 1994، يضاف إليهما نظام ثالث وهو الوساطة المتبوعة بتحكيم التي بموجبها يتيح للأطراف الانتقال من الوساطة إلى التحكيم خلال مهلة زمنية يتفق عليها الأطراف مسبقاً. حيث إن هذا الإجراء الأخير مزدوج، فهو يشمل الوساطة أولاً، وفي حالة عدم الوصول إلى القرار يتم اللجوء إلى التحكيم. أي أنه إذا اختار الأطراف هذا الإجراء فهذا يعني أنهم سيبدلون كل ما في وسعهم للوصول إلى حل ودي للنزاع مرض للطرفين عن طريق الوساطة أولاً، وفي حالة عدم الوصول إلى هذا الحل وفي غضون شهرين إلى ثلاثة أشهر يحال النزاع بناء على طلب أحد الطرفين أو كليهما إلى التحكيم.

⁵⁹-(National Arbitration Forum (NAF وهي محكمة أمريكية نشأت في عام 1986 ومقرها مدينة Minneapolis Saint Paul تم إجازتها والموافقة عليها من جانب الـ ICANN في 23 ديسمبر 1999. للمزيد انظر موقعها الإلكتروني www.arabforum.com/domains/CPR

⁶⁰ - انظر الموقع الإلكتروني للمركز www.cpradr.org/ICANN_Menu.htm1

⁶¹ - انظر الموقع الإلكتروني، www.adndrc.org/adndrc/index.htm1

⁶² - انظر مختارات من قضايا المحاكم المتعلقة بالسياسة الموحدة على الموقع التالي:

www.wipo.int/amc/en/domains/challenged

⁶³ - انظر قائمة الويبو لأسماء المحكمين والوسطاء في مجال أسماء مواقع الانترنت.

www.arbiter.wipo.int/domains/panel/panelists

⁶⁴ - الفهرس متاح على موقع المركز الإلكتروني التالي: www.wipo.int/cgi-bin/domains/search/legalindex

⁶⁵ - هذه الأداة متاحة على موقع المركز الإلكتروني التالي: www.wipo.int/amc/en/domains/earch/overview

⁶⁶ - انظر قائمة اللقاءات التي نظمها المركز على الموقع التالي: www.wipo.int/amc/en/event

⁶⁷ - للمزيد انظر، سلسلة اجتماعات الجمعية العامة للويبو التاسعة والثلاثون (الدورة الاستثنائية العشرون) المنعقدة في جنيف

من 20 إلى 29 سبتمبر/أيلول 2010 ، المرجع السابق، ص. 3 .

⁶⁸ - انظر، شريف محمد غنام، المرجع السابق، ص. 216.

⁶⁹ - Zohar Efroni, op.ct, p. 387.

- 70- شريف محمد غنام، المرجع السابق، ص. 216-230. كذلك انظر، فاتن حسين حوى، المرجع السابق، ص. 168-169.
- 71- للمزيد أنظر قرارات التحكيم الصادرة عن مركز التحكيم والوساطة التابع للمنظمة العالمية للملكية الفكرية (الويبو).
www.wipo.int/amc/en/domains/decisions/htm1
- 72- أنظر قرار التحكيم رقم D2000-0636 :
www.wipo.int/amc/en/domains/decisions/htm1/d2000-0636.htm1.
- 73- للمزيد أنظر :
Robert Hassett, and Suellen Bergman, The new age of URLs and their Impact on trademarks, op.cit, p8.
- 74- أنظر :
TGI, paris, 23 Septembre1999.
- مشار إليه لدى شريف محمد غنام، المرجع السابق، ص 122.
- 75- هذا القرار متاح على الموقع التالي: www.eresolution.ca/services/dnd/decisions/0226.htm
- 76- محمد حسين منصور، المرجع السابق، ص 204.
- 77- أنظر : TGI, Paris , 7 Avril 1999 : مشار إليه لدى : شريف محمد غنام، المرجع السابق، ص 115.
- 78- محمد حسين منصور، المرجع السابق، ص 205.
- 79 Robert Hassett, Recent developments in internet law, op. cit, p 1.
- 80- عبد الفتاح بيومي حجازي، الملكية الصناعية، المرجع السابق، ص 272.
- 81- أنظر : TGI, paris, 13 Novembre 1998. مشار إليه لدى شريف محمد غنام، المرجع السابق، ص 142.
- 82- انظر، فاتن حسين حوى ، المرجع السابق، ص. 169. كذلك انظر، Zohar Efroni, op.cit, p. 387
- 83- انظر قرار مركز التحكيم والوساطة رقم D2009-0003 ،
www.arbiter.wipo.int/domains/decision/،
- 84- وهذه القواعد متاحة على الموقع الالكتروني التالي :
www.icann.org
- 85- هذا القرار متاح على الموقع التالي، www.erasolution.ca/services/dnd/decision/0257.htm
- للمزيد حول ذلك انظر، غنام، شريف محمد، المرجع السابق، ص. 213 وما بعدها. كذلك انظر، حوى، فاتن حسين، المرجع السابق، ص. 166 وما بعدها. كذلك القرارات الصادرة عن المنظمة العالمية للملكية الفكرية wipo على الموقع التالي: www.wipo.int/domains/decisions/index-gtld.htm1
- 86- المادة الثالثة فقرة (b) من اللائحة التنفيذية للقواعد الموحدة لتسوية منازعات أسماء المواقع الالكترونية.
- 87- انظر ص. 18.
- 88- انظر قواعد السياسة الموحدة لتسوية نزاعات أسماء المواقع الالكترونية
www.icann.org/en/dndr/udrp/uniform-rules.htm

- 89-المادة (4) فقرة (b) من اللائحة التنفيذية لقواعد تسوية نزاعات أسماء المواقع الإلكترونية. كذلك انظر، شريف محمد غنام، المرجع السابق، ص 232.
- 90-المادة (4) فقرة (a) من القواعد التنفيذية للسياسة الموحدة.
- 91-المادة (4) فقرة (d) من القواعد التنفيذية للسياسة الموحدة.
- 92- المادة (6) فقرة (b) من القواعد التنفيذية للسياسة الموحدة.
- 93- المادة (6) فقرة (e) من القواعد التنفيذية للسياسة الموحدة.
- 94-المادة (6) فقرة (c) من القواعد التنفيذية للسياسة الموحدة.
- 95-المادة (5) فقرة (c) من القواعد التنفيذية للسياسة الموحدة.
- 96- المادة (11) فقرة (a) من القواعد التنفيذية للسياسة الموحدة.
- 97- المادة (11) فقرة (b) من القواعد التنفيذية للسياسة الموحدة.
- 98- المادة (12) من القواعد التنفيذية للسياسة الموحدة.
- 99- المادة (15) فقرة (b) من القواعد التنفيذية للسياسة الموحدة.
- 100- المادة (15) فقرة (d) من القواعد التنفيذية للسياسة الموحدة.
- 101-المادة (15) فقرة (c) من القواعد التنفيذية للسياسة الموحدة.
- 102-المادة (15) فقرة (e) من القواعد التنفيذية للسياسة الموحدة.
- 103-المادة (16) فقرة (a) من القواعد التنفيذية للسياسة الموحدة.
- 104-عرفتها المادة الأولى بأنها طلب مالك العلامة تطبيق قواعد الـ UDRP بهدف إلغاء أو نقل اسم المواقع الإلكترونية لصالحه وهو سيئ النية بقصد الاستيلاء دون وجه حق على اسم المواقع الإلكترونية الذي يملكه الغير.... انظر، شريف محمد غنام، المرجع السابق، ص. 241. كذلك انظر، Zohar Efroni, op.cit, p. 393
- 105-انظر، قرار اللجنة الادارية رقم D2000-0079 تاريخ 2000 April 14، مركز التحكيم والوساطة(الويبو)، متوفر عبر الموقع: www.wipo.int/amc/en/decisions/htm1/2000/d2000-0079.htm1
- 106- انظر، قرار اللجنة الادارية رقم D2000-0050 تاريخ 200027 MAR، مركز التحكيم والوساطة(الويبو)، متوفر عبر الموقع: www.wipo.int/amc/en/decisions/htm1/2000/d2000-0050.htm1
- 107- المادة (4) فقرة (k) من السياسة الموحدة لتسوية نزاعات اسماء المواقع الإلكترونية.
- 108-نص المادة 4 فقرة (k) من السياسة الموحدة لتسوية نزاعات اسماء المواقع الإلكترونية.
- 109- انظر، شريف محمد غنام، المرجع السابق، ص 249.
- 110-المادة (6) من السياسة الموحدة لتسوية نزاعات اسماء المواقع الإلكترونية.

¹¹¹ -المادة (8) فقرة (a/i) من السياسة الموحدة لتسوية نزاعات اسماء المواقع الالكترونية.

¹¹² -المادة (8) فقرة (b) من السياسة الموحدة لتسوية نزاعات اسماء المواقع الالكترونية.

¹¹³ - المادة (8) فقرة (a/i) من السياسة الموحدة لتسوية نزاعات اسماء المواقع الالكترونية.

¹¹⁴ -مصلح الطراونه و نورالحجايا، المرجع السابق، ص 239.

المراجع

أ- المراجع باللغة العربية:

- 1 . بولين أنطونيوس أيوب، تحديات شبكة الانترنت، منشورات الحلبي الحقوقية، بيروت، 2006.
- 2 . حسام الدين الصغير، حماية العلامات التجارية المشهورة، حلقة الويبو الوطنية التدريبية حول الملكية الفكرية للدبلوماسيين (مسقط، 5-7 سبتمبر/أيلول 2005) المنظمة العالمية للملكية الفكرية Wipo.
- 3 . سامر محمود الدالعة، الحماية الدولية والقانونية لتكنولوجيا المعلومات، برامج الحاسوب، أطروحة دكتوراه، جامعة الحسن الثاني، الدار البيضاء، 2002.
- 4 - سلسلة اجتماعات الجمعية العامة للويبو، الدورة السادسة والعشرون، المنظمة العالمية للملكية الفكرية/ جنيف ، 25 سبتمبر / أيلول 2000، وثيقة رقم WO/GA/26/3.
- 5 . سلسلة اجتماعات الجمعية العامة للويبو السادسة والثلاثون، المنظمة العالمية للملكية الفكرية/ جنيف، من 24 سبتمبر/ أيلول إلى 3 أكتوبر/ تشرين أول 2001 وثيقة رقم WO/GA/27/5.
- 6 . سلسلة اجتماعات الجمعية العامة للويبو التاسعة والثلاثون (الدورة الاستثنائية العشرون)، المنظمة العالمية للملكية الفكرية/ جنيف، من 20 إلى 29 سبتمبر/أيلول 2010، وثيقة رقم WO/GA/39/10.
- 7 . شريف محمد غنام، حماية العلامات التجارية عبر الانترنت في علاقتها بالعنوان الالكتروني، دار الجامعة الجديدة، الإسكندرية، 2007.
- 8 . ضياء علي أحمد نعمان، الغش المعلوماتي الظاهرة والتطبيقات، المطبعة والوراقة الوطنية، مراكش- المغرب، 2011.
- 9 . عبد الفتاح بيومي حجازي، الملكية الصناعية في القانون المقارن، دار الفكر الجامعي، الإسكندرية، 2008.

- 10 . عبد الفتاح بيومي حجازي، التجارة الالكترونية في القانون العربي والنموذجي لمكافحة جرائم الكمبيوتر والانترنت، دار الكتب القانونية، مصر، 2007.
 - 11 . عبد الكريم محسن أبو دلو، تنازع القوانين في الملكية الفكرية، دار وائل للنشر، عمان، 2004.
 - 12 . عبد الله عبد الكريم عبد الله، الحماية القانونية لحقوق الملكية الفكرية على شبكة الانترنت، دار الجامعة الجديدة، الإسكندرية، 2008.
 - 13 . فانتن حسين حوى، المواقع الإلكترونية وحقوق الملكية الفكرية، دار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان، 2010.
 - 14 . قانون العلامات التجارية الأردني رقم 33 لسنة 1952 والمعدل بقانون رقم 15 لسنة 2008.
 - 15 . قانون المعاملات الإلكترونية الأردني رقم 85 لسنة 2001.
 - 16 . قانون العلامات التجارية البحريني رقم 11 لسنة 2006.
 - 17 . قواعد السياسة الموحدة لتسوية نزاعات أسماء المواقع الالكترونية، متوفرة عبر الرابط www.icann.org/en/dndr/udrp/uniform-rules.htm
 - 18 . كنعان الأحمر، دور الملكية الفكرية والصناعية والتجارة الالكترونية في عملية التنمية، دار الرضا، دمشق، 2001.
 - 19 - اللائحة التنفيذية للقواعد الموحدة لتسوية منازعات أسماء المواقع الالكترونية، متوفرة عبر الرابط www.icann.org/en/dndr/udrp/uniform-rules.htm
 - 20 - محمد حسين منصور، المسؤولية الالكترونية، دار الجامعة الجديدة، الإسكندرية، 2007.
 - 21 - مصلح الطراونه ونور الحجايا، التحكيم الالكتروني، مجلة الحقوق (جامعة البحرين)، المجلد الثاني، العدد الأول، 2005
 - 22 - الموقع الالكتروني للأيكاب، www.icann.org
 - 23 . الموقع الالكتروني للمنظمة العالمية للملكية الفكرية (WIPO)، www.wipo.int
- ب- المراجع باللغة الأجنبية:

1-Albert Chavanne, Jean- Jacques Burst : **Droit de la Propriété industrielle**, 5° édition, Dalloz, Delta, 1998.

- 2-Liam m. connelly : Jursdiction over trademarks and domain names : the view from canada, article, Journal of internet law, April 2001
- 3-Mark Radcliffe, advanced domain name and trademark issues, article, Journal of internet law, January 2000.
- 4- Robert Hassett Cohen, Recent Developments in internet law: cyber squatting, article, 2000. www.internetlegal.com/cybersquatting.htm
- 5- Robert Hassett and suellen Bergman cybersquatting: **The new Age of URLs and their Impact on trade marks**, article, 2000.
- 6-www.Internetlegal.com/articles/cyberthe%20new.htm Wipo documents www.wipo.int
- 7-Rudolf Freidlander. Domain name dispute, article, 2006 www.selfseo.com/story-17800.php
- 8-Yee fen lim : Internet Governance, Resolving The unresolvable: Trade mark law and Internet Domain names, Article, International Review of law Computers and Technology, Volume 16, N° 2, 2002. www.tandf.co.uk/journals/carfax/13600869.htm1
- 9-Zohar Efroni, Names and Domains, Names as Marks: Issu concerning the between Internet Domain Names and Trade mark Rights. Edited by: Peter k. ku, Intellectual property and information wealth, volume 3, trade mark and unfair competition, London.