مجلة جامعة الشارقة للعلوم القانونية

اسم المقال: تسجيل العلامة التجارية الإلكترونية في القانونين الأردني والفرنسي (دراسة مقارنة)
اسم الكاتب: امجد مفلح الحمد
رابط ثابت: https://political-encyclopedia.org/index.php/library/8488
تاريخ الاسترداد: 2026/09/17 05:12 +03

الموسوعة السياسيّة هي مبادرة أكاديمية غير هادفة للربح، تساعد الباحثين والطلاب على الوصول واستخدام وبناء مجموعات أوسع من المحتوى العلمي العربي في مجال علم السياسة واستخدامها في الأرشيف الرقمي الموثوق به لإغناء المحتوى العربي على الإنترنت.
لمزيد من المعلومات حول الموسوعة السياسيّة - Encyclopedia Political، يرجى التواصل على info@political-encyclopedia.org

استخدامكم لأرشيف مكتبة الموسوعة السياسيّة - Encyclopedia Political يعني موافقتك على شروط وأحكام الاستخدام المتاحة على الموقع https://political-encyclopedia.org/terms-of-use

تم الحصول على هذا المقال من موقع مجلة جامعة الشارقة للعلوم القانونية ورفده في مكتبة الموسوعة السياسيّة مستوفياً شروط حقوق الملكية الفكريّة ومتطلبات رخصة المشاع الإبداعي التي ينضوي المقال تحتها.

جامعة الشارقة
UNIVERSITY OF SHARJAH

مجلة جامعة الشارقة

مجلة علمية محكمة

للعلوم القانونية

المجلد 19، العدد 1
شعبان 1443هـ / مارس 2022م

الترقيم الدولي المعياري للدوريات 2616-6526

تسجيل العلامة التجارية الإلكترونية في القانونين الأردني والفرنسي (دراسة مقارنة)

امجد مفلح الحمد

كلية القانون - جامعة إربد الأهلية

إربد - الأردن

تاريخ الاستلام: 14-11-2019 **تاريخ القبول: 24-06-2020**

ملخص البحث:

في ظل التطورات التكنولوجية والتسابق التقني الذي يشهده العالم الآن، وما يعيشه قطاع التجارة في هذا العصر، نجد أن المشرع الأردني لم يتبنَّ أي تنظيم قانوني للعلامة التجارية المستخدمة على الشبكة العنكبوتية، وإنما وضع أطر خاصة لتسجيلها كاسم دومين دون الخوض في معالجة جذرية لما تتعرض له من مشاكل، سواء كانت تقنية أو قانونية، مما جعل توجهنا في البحث نحو القانون الفرنسي، وكيف أنه عالج هذه المشكلة عن طريق تقنين وتأطير لها وحصرها في زاوية قانونيه تعالج تسجيل العلامة التجارية الإلكترونية وما يتفرع عنها من مشاكل، الامر الذي يضع هذه الدراسة في مكان من الأهمية.

الكلمات الدالة: العلامة التجارية، تسجيل، ملكية فكرية، اسم الدومين.

المقدمة:

يعد تسجيل العناوين الإلكترونية من أهم الموضوعات التي ثار حولها الجدل القانوني، ذلك بالنظر إلى أهميته في تنظيم منح الترخيص باستغلال هذه العناوين، وما يتعلق بهذا الاستغلال من حقوق، ويأتي ذلك في ظل غياب سلطه مركزية موحدة تملك قرارات ملزمة في التنظيم، وغياب تنظيم تشريعي موحد ينظم الحقوق والالتزامات بين أصحاب العناوين بعضهم البعض، وحقوق والتزامات الغير على العنوان.

إذ ما علمنا أن ملكية اسم النطاق تكتسب عن طريق التسجيل، وهو بذلك يتشابه مع العلامة التجارية التقليدية التي يتم اكتساب الملكية عليها عن طريق التسجيل في سجل العلامات التجارية في الدول التي تأخذ بذلك، إلا أن تسجيل اسم النطاق يكون لدى جهة دولية تعرف بـ الإيكان (ICANN) وحتى يتم تسجيل اسم النطاق لا بد من توافر شروط معينة وذلك للبدء في إجراءات تسجيله ويجب التنويه إلى أن مجرد تسجيل اسم النطاق على شبكة الإنترنت لا يمنع من استخدامه كعلامة تجارية تقليدية ومن الأفضل تسجيله لدى مسجل العلامات التجارية أيضاً من أجل تحقيق حماية أكبر[1]

أهمية الدراسة

أدى التزاوج ما بين تقنية المعلومات والاتصالات إلى تغير شكل النشاط التجاري من تقليدي إلى إلكتروني مما أدى إلى ظهور التجارة الإلكترونية من خلال الإنترنت والذي أصبح واقعاً عملياً يفرض نفسه في جميع الأطياف.

فلما للإنترنت من تميز كونها عابرة للحدود بطبيعتها ما جعل تساوي بين العالم الواقعي والافتراضي، مما أدى إلى انخراط المشاريع التجارية ضمن هذا الفضاء، وذلك من خلال إمكانية إنشاء مواقع إلكترونية على الشبكة العنكبوتية من أجل التعبير عن نشاطها، وتسويق منتوجاتها وبضائعها، ولا جدال أنه لا بد من وجود عنوان على الشبكة العنكبوتية فلا يتم ذلك إلا من خلال العنوان الإلكتروني فبدونه لا يمكن الوصول إلى موقع الشركة أو تحديدها وتميزيها عن غيرها؛ لذا هو في نفس الوقت علامة فارقه لتمييز الشركات على الشبكة العنكبوتية، ومن ثمّ فأنه لا بد من تسجيل هذه العناوين بالطرق السليمة والصحيحة من أجل القول بمشروعية استخدامها.

(1) Domain name reyistrditon as atrade mark، June. 2006. P1

مشكلة الدراسة:

تتمحور إشكالية الدراسة حول سؤال في غاية الأهمية ألا وهو: كيف ترتبط أسماء الدومين بالعلامات التجارية؟ وهل يعد اسم الدومين نفسه علامة تجارية؟ وما هو المصير في حالة تسجيل اسم نطاق مشابه ومطابق لعلامة تجارية سواء كانت مسجلة، أو مستعملة إلا أنها غير مسجلة؟

تقسيم الدراسة:

من أجل الوقف على أليه سليمة وصحيحة للحكم بمشروعية اسم النطاق المسجل فإنه لابد من البحث أولا من في الحديث عن شروط التسجيل ومن ثم إجراءاته القانونية.

المبحث الأول: مفهوم العلامة التجارية الإلكترونية (أسماء الدومين) وشروط تسجيلها.

المبحث الثاني: الجهات التي تسجل لديها أسماء المواقع وبناء عقدها.

المبحث الأول: مفهوم العلامة التجارية الإلكترونية (أسماء الدومين) وشروط تسجيلها

لما لأسماء النطاق من أهمية اقتصادية، وتجارية، وكونها تعتبر البوابة الرئيسة لشبكة الإنترنت ولتعرضها لاعتداءات من قبل الآخرين، وكنتيجة للطبعة العالمية لها كان لا بد من وجود تنظيم عن طريق تسجيل هذه الأسماء من خلال سلطات تسجيل دولية ووطنية، وتعود الحاجة لمثل هذا التنظيم إلى وجود رغبة ماسة لمأسسة الوظائف المرتبطة بإدارة نظام أسماء النطاق بالطريقة التي تسمح باحتواء أكبر عدد لمستخدمي شبكة الإنترنت[1]، وأيضا للتخفيف من المنازعات المتعلقة بحقوق الملكية الفكرية وحمايتها، ونظرا إلى التقدم التكنولوجي الذي نعيشه الآن طلبت الدول الأعضاء من الويبو أن تعد برنامجاً للتعاون، ووضع إستراتيجية خاصة بالحقول التي يعنون بها وإدارة تلك الحقول بما في ذلك تفادي المنازعات وتسويتها، مما حدا بالويبو إلى إعداد برنامج يشمل وضع الإجراءات المناسبة لتسجيل أسماء النطاق ووضع الإجراءات القضائية إلالزامية إلى تسوية منازعاتها على نحو سريع ومنخفض التكلفة وتوفير الخدمات عن طريق مركز الويبو للتحكيم والوساطة[2].

(1) Waddah Al rwashdeh: Conflict Between Domain Names and Trademarks "Comparative Study" Published Master Thesis، Faculty of Graduate Studies University of Jordan، May 2006، P.48.

(2) تقرير بعنوان " أفضل الإجراءات لتفادي منازعات الملكية الفكرية بشأن الحقول العليا المكونة من رموز البلدان

لقد انقسمت الدول بشأن تسجيل أسماء النطاق إلى قسمين أخذ القسم الأول بنظام التسجيل المقيد، واشترطت لقبول تسجيل اسم النطاق أن يكون للفرد، أو المشروع الراغب بالتسجيل وجود محلي كوكيل له أو علامة تجارية، أو ملف ضريبي حتى أن بعض الدول قيدت التسجيل بمواطنيها فقط مثل لبنان أما القسم الآخر فقد أخذ بالتسجيل المفتوح أو غير المقيد؛ إذ سمحت لأي فرد أو مشروع من أية أي دولة بتسجيل أسماء النطاق وذلك بناء على قاعدة (القادمون أولاً مخدومون أولاً)[1]، ولتسجيل العلامة التجارية الإلكترونية لا بد من توافر شروط بعضها شكلي والأخر موضوعي.

المطلب الأول: التعريف بالعلامة التجارية الإلكترونية

لقد نشأ عن التطور التقني والتكنولوجي المتزايد والمتسارع المرتبط بظهور الإنترنت والذي أقحم نفسه في مجال التجارة طوعا أو كرها، مفهوم التجارة الإلكترونية عن طريق التبادل الإلكتروني للبيانات عبر شبكة المعلومات الدولية المعروفة باسم الإنترنت، وهذه الشبكة بأجهزتها ونظم معلوماتها ومستخدميها تشكل مجتمعا فضائيا افتراضيا، لا يعرف حدودا سياسية أو جغرافية أو قانونية، فهو عالم رقمي، لا يعرف غير الأرقام والبيانات، ولا أهمية لمن كان وراء هذه البيانات من أشخاص ولا لمصدرها المكاني، مما أدى إلى انتقال التجار إلى مرحلة وعهد جديد وحديث في مجال التجارة، فظهر ما يسمى بالعلامة التجارية الإلكترونية (أسماء الدومين)، وباختصار شديد تعلن التجارة الإلكترونية عن تحولات مهمة في قواعد اللعبة المتعلقة بالقدرة على المنافسة بين المشروعات واستمرارية وجود تلك المشروعات في السوق العالمية[2].

وتسويتها (20 يونيو/ حزيران 2001)، المنظمة العالمية للملكية الفكرية، ص1، متاح على الموقع. https:// www.wipo.int/export/sites/www/amc/ar/docs/bestpractices.doc

تاريخ الاطلاع 12 / 12 / 2018.

(1) ومن الأمثلة على الدول التي أخذت بالتسجيل المقيد هولندا وألمانيا واليونان وإسبانيا وبرتغال، ومن الأمثلة على الدول التي أخذت بالتسجيل غير المقيد الدنمارك وسويسرا والنمسا وبلجيكا وبريطانيا وللتفصيل في ذلك أنظر:

Karla LeManski-Valente، Timothy Majka: Domain Names and Trademark: Recent Developments in the European Unian،Available at:www.Junsnotes.com/IP/articels/domainsandtmsiney.htm (December.12 / 2018)

(2) حسين الماحي، نظرات قانونية في التجارة الإلكترونية، بحث منشور في مجلة البحوث القانونية والاقتصادية، جامعة المنصورة -كلية الحقوق، العدد 31، ابريل2002-، ص273.

إن اصطلاح العلامة التجارية الإلكترونية[1] يمثل اصطلاح جديد في مجال الملكية الفكرية. وإن الاصطلاح الأدق هو العلامة التجارية الممثلة في شكل الكترونيLa marque représentée sous forme électronique. كون أن هذا الاصطلاح هو ذاته الذي استخدمته المنظمة الدولية للملكية الفكرية في الاجتماع السادس للجنتها الدائمة لقانون العلامات والنماذج الصناعية المنعقدة في جينيف عام(2006)[2].

وعلى المستوى الاتحاد الأوروبي فقد أوردت اللائحة الاتحادية رقم (1041) لسنة (2005) إمكانية أن يتم الإيداع الإلكتروني لطلب التسجيل الخاص بالعلامة التي سوف يتم تمثيلها بشكل الإلكتروني[3]. لذلك كان التعويل أمام الصمت التشريعي الصريح لاصطلاح العلامة الإلكترونية أن يتم التعبير عنها من خلال أسماء النطاق، كونها هي المساحة من الفضاء الإلكتروني الذي يتم عرض العلامة الإلكترونية عليه.

إن فكرة الموقع الإلكتروني فكرة جديدة مرتبطة ارتباطاً وثيقاً بظهور الإنترنت الذي سارع في النمو الاقتصادي بشكل ملحوظ بما يحتوي من عمليات بيع وشراء عن طريق الإنترنت بكل يسر وسهولة، كما يحتوي الموقع الإلكتروني على العديد من المحتويات التي تشكل وسيلة فعالة للإعلان عن المشروعات والشركات، ويتضمن تعريف بمالك الموقع والعديد من البيانات، وهذا كله مرتبط بالتجارة الإلكترونية، فقد وجدت الشركات التجارية والمتاجر الإلكترونية فيها ضالتهم المنشودة كوسيلة استطاعوا من خلالها أن يطلعوا على جميع دول العالم بمنتجاتهم وخدماتهم، سواء بغرض التسويق أو الإعلان أو التعاقد[4].

ومع تزايد المواقع الإلكترونية ومواقع التواصل الاجتماعي على وجه الخصوص كان يلزم أن يواكبها تنامي للدعايات التجارية عبر تلك المواقع، ومن دون شك ساهم هذا التزايد

(1) يجب الإشارة هنا إلى أن العلامة التجارية الإلكترونية وأسماء النطاق وأسماء الدومين واسم المجال هي مترادفات لمعنى واحد استخدمها الباحث في الدراسة ولا يوجد تمايز بينها.

(2) secretariat , nouveaux types de marques,Comité permanent du droit des marques, des dessins et modèles industriels et des indications géographiques, OMPI, Seizième session, Genéve, 13 - 17 novembre 2006, 1er septembre 2006, p 8,art 36.

(3) Règlement (CE) N° 1041 / 2005 de la commission du 29 juin 2005, modifiant le règlement (CE) n° 2868 / 95 portant modalités d'application du règlement (CE) n° 40 / 94 du Conseil sur la marque communautaire, Journal officiel de l'Union européenne " Le dépôt électronique et la publication électronique des demandes de marque communautaire doivent faciliter... Le dépôt électronique de marques composées de sons peut être accompagné d'un fichier sonore électronique، ... "

(4) علاء التميمي عبده،التنظيم القانوني للعنوان الالكتروني (DOMAIN NAME) كأحد عناصر الملكية الصناعية، دار النهضة العربية، بدون رقم طبعة، 2017، ص3.

إلى تنامي أفكار اقتصادية تهدف إلى استخدامها في ترويج المنتجات[1]. وأصبح بالإمكان تحقيق دعاية مهمة لجميع أنواع السلع والخدمات على جميع صفحات المواقع الإلكترونية مع تمكين مستعمل شبكة الإنترنت من التواصل مباشرة مع المواقع الإلكترونية المتضمن الإعلان التفصيلي عن الخدمة والسلعة[2]. بالإضافة إلى كونه وسيلة لتمييز المشروع التجاري وما يقدمه من سلع أو خدمات[3]، وأصبح هناك عرف شائع على شبكة الإنترنت "إنه بمجرد أن تصل يجب أن يتم تتم خدمتك Premier arrive"، premier service". من خلال تعريفك باسم النطاق والعلامة الإلكترونية الخاصة بالخدمة أو المنتج محل الترويج الإلكتروني[4].

إلا أن موضوع تعريف أسماء المواقع الإلكترونية ما زال موضع جدل كبير بين آراء الفقهاء وكتابات الباحثين، لذا نجد باختلاف التعريفات أنها كانت مبنية على ثلاثة معايير وهي المعيار الفني والمعيار الشكلي، والمعيار الوظيفي. فعرف بأنه عبارة عن مجموعة من الحروف والأرقام أو العبارات تستخدم للدلالة على عنوان الموقع لحاسوب يستخدمه شخص طبيعي، أو اعتيادي على شبكة الإنترنت لتحديد هذا الموقع وتميزه عن المواقع الأخرى[5] وقيل بأنه موقع أو عنوان على شبكة الإنترنت يسمح بتحديد ذلك الموقع وتميزه عن غيره من المواقع الأخرى[6]، أو هو الاسم الذي يستطيع أن يدخل المستخدم عن طريقه إلى شبكة الإنترنت لغرض ما قد يكون تجاري من شركة أو مؤسسة أو مجموعة اقتصادية[7]، أو هو لافته على شبكة الإنترنت لمشروع افتراضي تمكن عملاء المشروع من التوجه إليه للحصول على البضائع أو الخدمات التي يقدمها[8]، ويرى جانب آخر أن أسماء المواقع أو أسماء النطاق هي علامة مميزة للشركات والأشخاص، تميز بين شخص

(1) Louis Vogel, Traité de droit commercial , 18e éd , LGDJ , Lextenso,France ,2001, P 554.

(2) هاني دويدر، نظرات في التنظيم القانوني للتجارة الإلكترونية، محاضرة ألقيت على طلبة دبلوم دراسات عليا في القانون الخاص، كلية الحقوق، جامعة بيروت العربية، 2006، ص9.

(3) علاء التميمي عبده، مرجع سابق، ص4.

(4) Louis Vogel ,Op cit، P 554.

(5) هادي مسلم يونس، اجراءات وقواعد تسجيل أسماء النطاق لمواقع، بحث منشور، مجلة الرافدين، العراق المجلد(3 / السنة العاشرة)، عدد 26 لسنة 2005، ص142.

(6) عبدالفتاح بيومي حجاري، الملكية الصناعية في القانون المقارن، دار الفكر الجامعي، الطبعة الأولى، 2008، ص259.

(7) محمد عبيد الكعبي، الحماية الجنائية للتجارة الإلكترونية، دار النهضة العربية،2010، ص651.

(8) حسين الماحي، نظرات قانونية في التجارة الإلكترونية، مرجع سابق، ص335.

وآخر في الفضاء الإلكتروني. وتسمح للمستهلكين بتميز المنتجين ومُقدمي الخدمات عن غيرهم[1]، ومن ثمّ أصبحت أسماء النطاق أو أسماء المواقع من ضمن العلامات المميزة للمنتجات و لكن عبر الفضاء الإلكتروني واسع الانتشار. وفي هذا الصدد قضت محكمة استئناف باريس أن أسماء النطاق تعتبر من ضمن عناصر الملكية الفكرية[2].

ونظرا لقلة التعريفات القانونية للعنوان الإلكتروني وهو ما رصدته أحد المؤتمرات الدولية المتعلقة بالملكية الفكرية[3]، ونرى أنه يمكن وضع تعريف أشمل لأسماء الدومين على أنه عبارة عن مجموعة من الأرقام، أو الحروف، أو العبارات، أو خليط منها قابل لأن تستخدم لتميز المواقع والدلالة عليها على صفحة الإنترنت.

ومن حيث التشريع فلم يتناول المُشرع الفرنسي تعريف أسماء النطاق ضمن الحماية التي أولاها المُشرع في قانون الملكية الفكرية، وإنما قننها ضمن أحكام قانون البريد والاتصالات الإلكترونية[4]. ولم يتناول المُشرع الفرنسي تعرف أسماء النطاق وإنما تُرك لميثاق ومبادئ المؤسسة الفرنسية صاحبة الاختصاص في منح أسماء النطاق على l'Association Française pour le nommage internet en coopératio n " تعرفها على أنها" تسميات منفردة على شبكة الإنترنت تسمح بتحديد هوية صاحبها و تميزه عن غيره"[5].

وعرفها المُشرع المصري في مشروع قانون التجارة الإلكتروني بأنها: "عناوين منفردة لمستخدمي شبكة المعلومات بما يسمح بإيجاد موقع خاص بصاحب اسم الدومين

(1) Marie-Eugénie Laporte، droit des marques et le nom de domaine، Recherche publié à l'Université de Droit de Poitiers، 2005، P 36.

(2) Anthony Bem, Noms de domaine des sites internets définition, valeur, et protection juridique, www.legavox.fr/blog/maitre-anthony-bem/noms-domaine-sites-internets-definition-7658.htm, consulté le

(3) ويعود السبب في ذلك إلى عدم الانتباه لأهمية هذه التعريفات في بادئ الأمر خاصة وان غيابها لم يكن ليثير إشكاليات قانونية حقيقية، الا في حدود المشاكل الناتجة عن اعتداء العنوان على العلامات التجارية بمناسبة تسجيله، ثم ما لبثت أن اتضحت اهمية هذا التعريف خاصة بعد أن ارتبطت كثير من الاشكاليات القانونية الخاصة بهذا العنوان بتعريفه من الناحية القانونية، انظر في ذلك علاء التميمي عبده، مرجع سابق، ص24.

(4) Code des postes et des communications électroniques, modifié par Ordonnance N° 2014 - 329.

(5) Charte de nommage du fr, Règles d'attribution et de gestion de noms de domaine en . Fr, 1er Juillet 2011, Copyright 2011 AFNIC .

يمكـن تبـادل المراسـلات فيمـا بينهـم مـع تحديـد مصدرهـا"[1].

أمـا عـن المُشـرع الأردنـي لـم يـورد تعريـف لأسـماء النطـاق أو أسـماء الدومين فـي قانـون المعامـلات التجاريـة الإلكترونيـة رقـم (15) لسـنة (2015)، وهـذا مأخـذ نـورده عليـه ونتمنـى الأخـذ بمـا جـاء بـه المُشـرع المصـري مـن فـي هـذا الجانـب[2].

ومـن أجـل الوصـول إلـى الموقـع الإلكترونـي أو اسـم المجـال علـى شـبكة الإنترنـت يتوجـب عليـك كتابـة العنـوان علـى جهـاز الحاسـوب، حيـث تنسـق هيئـةCANN[3]" "للوصـول إلـى الموقـع الـذي تريـد حـول العالـم ودون هـذا التناسـق فـلا قيمـة أصـلاً لوجـود الشـبكة العالميـة.

يتكـون اسـم الموقـع مـن ثلاثـة أجـزاء: جزآن متغيـران وآخر ثابت، يتمثل الجـزء الثابت في المقطـع (http//www) وهـو جـزء ثابـت لـكل مـن يريد اسـتخدام موقـع على الإنترنت سـواء كان تجاريًّـا أو غيـر تجـاري ومـا تبقـى هـو جـزء متغيـر ولكل شـخص اسـم خاص بـه متميز عـن غيره وهـو مـا يطلـق عليـه (Domaine names)؛ إذ ينقسـم بـدوره هذا الجـزء إلى نوعيـن: الأول، يعد عنوانـاً إلكترونيـاً فـي الدرجـة الأولـى (TLD)، والثانـي هو (SLD)؛ إذ إن كل اسـم دومين يختلف عـن جميـع أسـماء الدومين الأخـرى والمخصصـة لمواقـع مختلفـة، مما جعل الأسـبق في التسـجيل لاسـم الدومين أسـبق فـي التملـك ويمنع غيره من اسـتخدام نفس الاسـم[4].

لذلـك فـإن أسـماء النطاقـات لهـا دور بـارز فـي التجـارة الإلكترونيـة، ولهـا قيمـة اقتصاديـة كبيـرة لمـا تقـوم بـه مـن نشـاط عبـر فـي تحديـد السـلع ومصدرهـا أو الإعـلان عنهـا، ومـن جانـب آخـر لمـا لاسـم النطـاق مـن تميـز ممـا يجعلـه سـهل الحفـظ والتذكـر، شـريطة أن يكـون محميـاً قانونيـاً ومسـجلاً بالطريقـة القانونيـة؛ ولأن تسـجيل اسـم النطـاق علـى الشـبكة الإنترنـت لا يعنـي حصريـة الحـق بـه بـل لا بـد أن يكـون مـن خـلال إجـراءات قانونيـة، وخاصـة عندمـا يسـجل اسـم النطـاق مطابقـاً لعلامـة تجاريـة تقليديـة فيعتبـر تسـجيل العلامـة التجاريـة مـن قبـل المالـك أو المؤسسـة كاسـم نطـاق هـو الطريقـة لتفعيـل الحمايـة القانونيـة للعلامـة التجاريـة المسـتعملة

(1) المادة رقم (1) من مشروع قانون التجارة الإلكترونية المصري.

(2) يجب التنويه هنا أن أحدث التشريعات التي صدرت في الدول العربية، ونصت على أسماء النطاق هو قانون المعاملات الإلكترونية والبيانات ذات الطابع الشخصي اللبناني رقم81 لسنة 2018، الصادر بتاريخ 18 / 10 / 2018، والمنشور في الجريدة الرسمية على الصفحة 4546 - 4568 من العدد 45، والذي عالج اسماء النطاق في المواد 78 - 84 من الباب الرابع، ودون ايراد تعريف لاسم النطاق.

(3) شكلت هيئة ICANN عام 1998 كانت بهدف الربح إلا أنها الآن كرست للحفاظ على أمناً ومستقراً حول العالم وأصبح له تأثير مهم في تطوير وتوسيعه أنظر في ذلك:www.icann.com تاريخ 13 / 11 / 2018.

(4) وليد الطلي، صوفيا الهاشمي وآخرون، التحكيم الإلكتروني ماهيته وإجراءاته، بحث منشور على الموقع. WWW.MAROCDROIT.COM تاريخ الاطلاع 24 / 10 / 2018.

ومنع الغير من تسجيل اسم نطاق مشابهه لها، وهذا يعني فقط الذين يحددون موقع الويب كمصدر منشأ للسلعة أو الخدمة مؤهلين دون غيرهم لحماية العلامة كاسم نطاق[1]، وأنه في هذه الحالة لا تعدّ العلامة التجارية فقط مميزة للسلعة، بل تحدد مصدر السلعة وليس مجرد مؤشرا إعلاميا لموقع إلكتروني مما يعد الأكثر أهمية من قبل التجار كونه الاسم الذي يجذب العملاء في العصر الحديث.

المطلب الثاني: شروط تسجيل العلامة التجارية الإلكترونية (اسم الدومين)

يعد تسجيل اسماء الدومين إجراءً شكلياً قانونياً لا بد من اتخاذه والتماشي وفق متطلباته، من أجل الوصول إلى إقرار تسجيله، ومن ثمّ الحصول على الحقوق التي يمنحها تسجيل اسم الدومين للمالك، سواء كان شخصًا طبيعيًّا أو شخصًا اعتباريًّا، فمن هذه الشروط ما يعد شكلياً وآخر موضوعياً.

أولا- الشروط الشكلية للتسجيل:

1. يجب أن يبدأ اسم النطاق بحرف من الأحرف الأبجدية (A: Z) أو رقم من (0 : 9) بالإضافة إلى ذلك يمكن استخدام حرف الوصل "-" (hyphen) شريطة ألا يبدأ بها الاسم[2].

2. يجب ألا يزيد عدد أحرف الاسم عن (63) حرفاً ويفضل دائما أن يكون أسم الموقع التجاري قصيراً قدر الإمكان وبسيطاً مفهوماً حتى يسهل تذكره، وهو ما يؤدي إلى زيادة عدد زائري الموقع.

3. يجب أن يقتبس الاسم من الشركة، أو الجهة ويتناسب مع طبيعة عملها[3].

وهي ذات الشروط الشكلية التي نص عليها ميثاق أسماء النطاق الفرنسي بمواد الإصدار. والتي نصت على أن أسماء النطاق هي مجموعة من العناصر لكل منها رمز منفصل عن بعضها البعض[4].

---

(1) Domain name eregistration as a trade mark. June 2006.P.1. www.innaacess.eu. Last seen at 13 / 11 / 2018.

(2) علاء التميمي عبده، مرجع سابق، ص66.

(3) طاهر شوقي مؤمن، النظام القانوني لاسم النطاق الجمعية المصرية للاقتصاد السياسي والإحصاء والتشريع، مجلد 103، العدد502، يناير 2011، ص230،انظر ايضا الموقع الالكتروني التالي:/www.egregistry.eg policies.html تاريخ الاطلاع 13 / 10 / 2018.

(4) Charte de nommage de la zone fr, Op.Cit.

ثانيا- الشروط الموضوعية للتسجيل:

1. أن يكون الاسم جديداً.

والمقصود بشرط الجدة هذا أن يتم اكتساب الحق على الاسم وفقاً لمبدأ (Premier Arrive, Premier Service) (أول القادمين أول المخدومين)[1]. وبناء عليه فإنه يتم تسجيل اسم النطاق وفقاً لمبدأ الأسبقية في التسجيل؛ إذ تعد واقعة التسجيل منشئة للملكية، وبذلك تتحقق الحماية، فتكون الحماية مقصورة لمن سبق غيره في التسجيل، ويعد مبدأ الأسبقية هذا مانعاً من تسجيل اسم مطابق بعد تسجيله، مما يحميه من عدم التكرار، وهذه الطريقة تمتاز بسهولها إلا أنّ لها جانبًا آخر سلبيًّا، وهو فتح الباب أمام القراصنة (cybersquating) الذين استغلوا الفرصة وقاموا بتسجيل اسم نطاق مطابق لعلامة تجارية تقليدية مشهورة، أو اسم شركات كبرى، أو أسماء شخصيات معروفة بغية تحقيق نفع اقتصادي[2].

وفي الواقع أن شرط الجدة التي عرفها قانون الملكية الفكرية الفرنسي في شأن العلامات التجارية تم التخفيف منه بالنسبة لأسماء النطاق؛ إذ نصت المادة الثالثة من ميثاق أسماء النطاق الفرنسي أنه "يتمتع أصحاب طلبات قيد أسماء النطاق بكامل الحرية في اختيار الاسم. وتحت مسؤوليته ويقع على عاتق مقدم الطلب أن الاسم أو الاصطلاح الذي اختاره للتسجيل يتفق مع أحكام قانون الاتصالات الإلكترونية وبخاصة ألا يترتب تسجيل اسم نطاق الاعتداء على القواعد المنظمة لأسماء النطاق الواردة في المادة (45 -2) من قانون البريد والاتصال الإلكتروني الفرنسي، ولا يجوز قبول طلب قيد اسم نطاق خلال مدة سريان الترخيص باستخدام ذات الاسم[3].

والواقع من نص المادة السابقة أن شرط الجدة يعتبر مستوفيا بمفهوم المخالفة، كون أنه لا يجوز تسجيل اسم نطاق يسرى ترخيص العمل به.

واعتبر البعض[4] أن أي تسجيل لاسم نطاق يطابق أو يشابه عنصراً من عناصر الملكية الفكرية اعتداء عليه؛ لأنه يضلل الجمهور كما ذكرنا وفي هذه الحالة لا يعتد بالمكان الذي

(1) First come،first serve

(2) محمد حسين منصور، المسؤولية الإلكترونية، دار الجامعة الجديدة، الاسكندرية، بدون رقم طبعة، سنة 2009، ص203.

(3) L'art 3 de la chart de nommage du fr.

(4) Mark Grossmann, An Internet Privner and Domain Names Disputes, Supra, p3,
مشار إليه لدى إبراهيم محمد عبيدات عبيدات، النظام القانوني لأسماء نطاقات الإنترنت، رسالة ماجستير، غير منشورة، جامعة آل البيت، الأردن،2007، ص67.

يـراد اسـتعمال اسـم النطـاق داخلـه نظـراً لعالميـة اسـم النطـاق والـذي يمكـن الوصـول إليـه فـي أي مـكان بالعالـم مـن دون أي عنـاء، ومـن ثـم مبـدأ الإقليميـة الـذي ينطبـق علـى اسـتخدام العلامـة التجاريـة التقليديـة لا يمكـن بـأي حـال تطبيقـه علـى أسـماء النطاقـات.

ويشـترط فـي اسـم النطـاق المـراد تسـجيله أن يكـون غيـر مطابـق لاسـم نطـاق آخـر مسـجل ليـس فقـط فـي المسـتوى الإقليمـي، وإنمـا أيضـاً المسـتوى العالمـي، ويحـق لمركـز تسـجيل أسـماء النطاقـات رفـض طلـب التسـجيل[1].

هنـاك مـن يـرى بـأن تسـجيل اسـم نطـاق مشـابه، أو مطابـق لاسـم النطـاق المسـجل تحـت أي مسـتوى يعتبـر اعتـداء علـى اسـم النطـاق فـي حالـة إذا كان التطابـق أو التشـابه ضمـن المسـتوى الأعلـى الواحـد سـواء كان إقليميـا أو نوعيـا أمـا إذا تطابـق أو تشـابه اسـم نطـاق فـي مسـتويين مختلفيـن فـإن ذلـك لا يعـد اعتـداء[2].

ونـرى أن هـذه الحالـة ممكـن تطبيقهـا فـي غيـر الاسـتخدام لأغـراض تجاريـة كـون تسـجيل اسـم نطـاق مشـابه لأي اسـم نطـاق أخـر فـي ذات المجـال التجـاري يـؤدي إلـى اللبـس، والتضليـل؛ ومـن ثـم يـؤدي إلـى منافسـة غيـر مشـروعة.

2. أن يكون الاسم مميزاً

إن الطبيعـة المميـزة لاسـم النطـاق تمنـح الاسـم قيمـة ذاتيـة قانونيـة تجعلـه يتمتـع بالحمايـة القانونيـة لاسـم النطـاق، وفـي هـذا الصـدد و مـن ضمـن أولـى الأحـكام المتعلقـة بالطابـع المميـز لاسـم النطـاق مـا قضـت بـه محكـم "مينـس" الفرنسـية عـام (1999) عـن افتقـاد اسـم النطـاق الإلكترونـي للطابـع المميـز حـريُ أن يسـقط عنـه الحمايـة مـن أي اعتـداء أنـه لا يمكـن للمحكمـة أن تتلمـس الشـكل المميـز الـذي وقـع عليـه الاعتـداء المدعـى بـه مـن قبـل المدعـى[3]. وقضـت محكمـة اسـتئناف باريـس فـي (25) مايـو لسـنة (2005) برفـض بسـط الحمايـة القانونيـة لاسـم النطـاق؛ لأنـه غيـر مميـز وعـادي كمـا قضـت أيضـاً فـي ديسـمبر (1998) أن أسـم النطـاق لا يعـد اغتصابـاً لاسـم تجـاري، وإنمـا يتعلـق الأمـر بلقـب شـائع غيـر مميـز وبالتالـي تنحسـر عنـه الحمايـة القانونيـة، كمـا قـرر مركـز تحكيـم الويبـو فـي (21) نوفمبـر (2003) رفـض نقـل اسـم

(1) أسس تسجيل أسماء النطاقات في الأردن، مركز تكنولوجيا المعلومات الوطني.

(2) Thomas G.Field, Making Themost f Commercial Global Domains, Supra, P118.
مشار إليه لدى إبراهيم محمد عبيدات، مرجع سابق، ص70.

(3) Frédéric Glaize et Alexandre Nappey, *Le régime juridique du nom de domaine en question* Cahiers du Lamy droit de l'informatique et des réseaux، n°120، décembre 1999, http://lthoumyre.chez.com/pro/2 / ndm20000219.htm

النطـاق (Madame.com) لأن الاسـم غيـر مميـز، وهـو اسـم عـام شـائع، ومـن ثـم لا يتمتـع بالحمايـة القانونيـة[1].

ومـع ذلـك فهنـاك جانـب مـن الفقـه الفرنسـي رفـض تطبيـق شـرط الطابـع المميـز لاسـم النطـاق كـون أن المُشـرع لـم يتناولـه صراحـة، كذلـك فـإن تحقـق المسـتخدم مـن الطابـع المميـز عبـر وسـيط إلكترونـي يخضـع لمخاطـر كبيـرة[2].

وتـؤدي العلامـة التجاريـة الإلكترونيـة (أسـماء الدومين) دوراً لا يقـل عـن أهميـة الـدور الـذي تقـوم بـه العلامـة التجاريـة التقليديـة فيقـوم اسـم النطـاق بوظائـف متعـددة تتنـوع بتنـوع الغـرض مـن تسـجيله قـد يكـون لتميـز بضائـع أو خدمـات موجـودة فـي الواقـع المـادي أو فـي العالـم الافتراضـي، ومـن ثـم يجـب أن يكـون قـادراً علـى التعريـف بمـا يحمـل الغـرض مـن تسـجيله علـى نحـو يسـمح للجمهـور مـن التعـرف عليـه، ومـن هـذا المنطلـق فإنـه يجـب أن يكـون أصيـلاً مميـزاً لمـا يعرضـه علـى الشـبكة العنكبوتيـة بشـكل يسـهل التعـرف عليـه كمـا أنـه يجـب ألا يكـون مـن طبيعتـه أن تسـمح بتضليـل الجمهـور، وإيقاعـه فـي غلـط وهـو مـا يعـد مـن قبـل الغـش فـي هـذه الحالـة، وعلـى ذلـك يجـب ألا يكـون مـن طبيعـة وصفيـة مـن شـأنها أن تعبـر عـن صفـات جوهريـة فـي المنتـج، أو الخدمـة التـي يقدمهـا[3].

فـإذا كان يـراد مـن اسـتخدام اسـم النطـاق كعلامـة تجاريـة فأنـه يجـب أن تتوفـر فيـه شـروط حمايـة العلامـة التجاريـة[4]، فتنسـحب صفـة العلامـة الفارقـة التـي يتمتـع بهـا عنـوان الموقـع علـى اسـم النطـاق. وفـي هـذه الحالـة يعـد اسـم النطـاق اسـماً مؤسسـاً يسـمح لطالـب الخدمـة علـى شـبكة الإنترنـت بـأن يجـد علامـة مميـزة يعرفهـا جيـداً، ويسـتطيع أن يربطهـا مباشـرة بمنتـج، أو خدمـة معينـة[5]. ويؤيـد ذلـك توجـه مركـز التسـجيل الأردنـي حينمـا اشـترط أن يكـون اسـم النطـاق مطابقـاً، أو مشـتقاً مـن اسـم الجهـة التـي ترغـب بتسـجيله أو أن يكـون أحـد علامتهـا التجاريـة[6].

(1) مشار اليه لدى طاهر شوقي مؤمن، النظام القانوني لاسم النطاق الجمعية المصرية للاقتصاد السياسي والإحصاء والتشريع، مجلد 103، العدد502، يناير 2011، ص231.

(2) Frédéric Glaize et Alexandre Nappey، Op.Cit.

(3) ابراهيم عبيدات، مرجع سابق، ص64.

(4) نوري حمد خاطر، شرح قواعد الملكية الفكرية، الملكية الصناعية دراسة مقارنة في القوانين الأردني والإماراتي والفرنسي، دار وائل، عمان، الطبعة الأولى،2005، ص380.

(5) عدنان إبراهيم السرحان، أسماء النطاق على الشبكة العالمية للمعلوماتية، بحث منشور في مجلة الشريعة والقانون السنة العشرون، العدد الخامس والعشرون يناير 2006، ص310.

(6) أسس تسجيل أسماء النطاقات في الأردن، مركز تكنولوجيا المعلومات الوطني على الموقع www.dns.jo.

ومن هنا فإن اسم النطاق يجب أن يكون ذا صفة مميزة، وأن لا يشكل اعتداء على أي عنصر من عناصر الملكية الفكرية سواء كانت علامة تجارية او براءات اختراع، أو مصنفات محمية، أو أسماً تجارياً، فإذا ما تطابق اسم النطاق مع أي من هذه العناصر فأنه بفقد صفة التميز، ومن ثم يؤدي إلى تضليل الجمهور، ويثير اللبس ويعتبر تسجيل اسم النطاق وهذه الصورة اعتداء على هذه العناصر، ويكون لكل من لحقه تعدي الحق في رفع دعوى قضائية لإبطاله، أو شطبه، أو نقله، أو اللجوء إلى تسوية المنازعات التي أقرتها منظمة الإيكان مع المطالبة بالتعويض إذا كان له مقتضى.

3. أن يكون الاسم مشروعاً

ومفدى هذا الشرط أن يكون اسم النطاق غير مخالف للقواعد القانونية العامة، وغير مخل بالآداب العامة، ويقصد هنا بقواعد الإيكان (ICANN) باعتبارها الجهة المشرفة على تسجيل أسماء النطاق، وهذه القاعدة وضعتها الإيكان على شكل توصيات في تقريرها في (30) إبريل (1999) يلتزم بها طالب تسجيل الاسم وتشمل الآتي:

أ. التأكيد على ضرورة تقديم طلب تسجيل اسم الدومين كافة البيانات الخاصة به، واللازمة للتعرف عليه، أو الاتصال به.

ب. عدم تسجيل اسم دومين مطابق لعلامة تجارية مشهورة، أو معروفة إلا إذا كان طالب التسجيل هو صاحب العلامة، أو كان التسجيل بموافقته.

ج. أن يطلب من مقدم طلب التسجيل لاسم الدومين إتباع إجراءات التقاضي والوسائل البديلة لتسوية المنازعات المتعلقة بأسماء الدومين.

د. أن يقبل طالب التسجيل السياسة الموحدة لتسوية المنازعات التي يتم اعتمادها وهي تنظم إجراءات فض المنازعات المتعلقة بأسماء الدومين بطريقة عملية ومبسطة[1].

هذا ويجب أن يحتوي طلب التسجيل على بيانات مفردات العنوان الإلكتروني المراد تسجيله، وبيانات الجهة طالبة التسجيل أهمها اسم الجهة، والعنوان، والتلفون، وبيانات المسؤول الفني لدى الجهة طالبة تسجيل العنوان، من الاسم والعنوان والبريد الإلكتروني، بالإضافة إلى بيانات الخوادم الأولية والثانوية[2].

(1) حسام الدين الصغير، حلقة الويبو الوطنية التدريبية حول الملكية الفكرية للدبلوماسيين، تنظمها المنظمة العالمية للملكية الفكرية (الويبو) بالتعاون مع وزارة الخارجية، مسقط من 5 - 7 سبتمبر/ أيلول 2005.

(2) علاء التميمي عبده، مرجع سابق، ص89.

وفي فرنسا تناول المُشرع الفرنسي أسماء النطاق ضمن تقنين البريد والاتصالات الإلكترونية المعدل بالقانون رقم (329) لسنة (2014) حيث نصت المادة (45 - 1) من قانون البريد والاتصالات الإلكترونية المعدل بالمرسوم رقم (329) لسنة (2014) أنه "يتم اختيار أسماء النطاق وإدارتها تحقيقا للمصلحة العامة على أساس غير تمييزي وشفاف، ويضمن تحقيق حرية الاتصال وحقوق الملكية الفكرية، ويتم اختيار أسماء النطاق لمدة محدده وقابلة للتجديد.

مع عدم الإخلال بأحكام المادة (45 - 2) يتم منح اسم النطاق إلى من تتوافر فيه الشروط اللازمة من مقدمي الطلبات، ولا يجوز أثناء سريان مدة الترخيص أن يتم قبول طلب تسجيل ذات الاسم(1).

ونص في المادة (45 - 2) من قانون البريد والاتصالات الإلكترونية الفرنسي المعدل بالمرسوم رقم (329) لسنة (2014) أنه " مع عدم الإخلال بأحكام المادة (45 - 2) من القانون فأن تسجيل أو تجديد أسماء النطاق يجوز رفضه أو شطبه في الحالات الآتية:

1. إذا كان تسجيل اسم النطاق قد يترتب عليه اعتداء على النظام العام أو الأخلاق العامة المنصوص عليها في الدستور أو القانون(2).
2. إذا كان تسجيل اسم النطاق قد يترتب عليه اعتداء على حقوق الملكية الفكرية أو الشخصية ما لم يكن صاحب طلب قد أثبت أن له مصلحة مشروعة من ذلك، وتتوافر فيه بحسن نية.
3. إذا كان تسجيل اسم النطاق قد يترتب عليه اعتداء على الجمهورية الفرنسية، أو أحد وحداتها المحلية أو أحد الهيئات، أو المرافق الوطنية، أو المحلية ما لم يكن صاحب طلب قد أثبت أن له مصلحة مشروعة من ذلك، وتتوافر فيه بحسن نية.

ورفض التسجيل أو التجديد أو شطب اسم النطاق في الحالات السابقة لا يجوز إجراؤه إلا بعد أعذار صاحب الطلب بسبب الرفض المبين في تلك المادة والتنبيه عليه بجواز تصحيح الاسم على النحو الذي لا يشكل أيًّا من حالات الاعتداء السابقة(3).

(1) L'art L.45 - 1 du Code des postes et des communications électroniques.

(2) وهذا الشرط نصت عليه المادة 80 من قانون المعاملات التجارية الإلكترونية والبيانات ذات الطابع الشخصي اللبناني رقم 81 لسنة 2018.

(3) L' art 45 -2 du code des postes et des communications électroniques "Dans le respect des principes rappelés à l'article L. 45 - 1،l'enregistrement ou le renouvellement des noms de domaine peut être refusé ou le nom de domaine supprimé lorsque le nom de

كما نص في المادة (45 - 3) من قانون البريد والاتصالات الإلكترونية المعدل بالمرسوم رقم (329) لسنة (2014) أنه "يجوز أن يطلب التسجيل لاسم النطاق في المقام الأول الأشخاص الطبيعية التي لهم محل إقامة في إقليم الاتحاد الأوروبي، وكذلك الأشخاص المعنوية التي لها مركز إدارة، أو مركز إدارتها الرئيس ضمن إقليم احد الدول الأعضاء في الاتحاد الأوروبية[1].

وذهب المُشرع الفرنسي في ذات قانون البريد والاتصالات الإلكترونية إلى منع تسجيل أي رمز يدل على أن الموقع الإلكتروني يعود للجمهورية الفرنسية، أو لهيئة حكومية أو رسمية خلافاً للواقع.

إلا أن المُشرع الفرنسي وضع استثناء يخص هذه الحالة متعلقاً بمن يقدم على التسجيل وأثبت وجود مصلحة مشروعه له أو قام بالتسجيل بحسن نية، **والسؤال الذي يثور بهذا الصدد ما هو المقصود بالمصلحة المشروعة وما المقصود بحسن النية؟ فهل يمكن لشخص طبيعي اسمه باريس مثلا من تسجيل هذا الاسم؛ لأنه يستطيع إثبات المصلحة المشروعه؟[2].** لقد صدر مرسوم فرنسي بتاريخ الأول من آب من عام (2011) ليجيب على هذا التساؤل وليبين مفهوم المصلحة المشروعة ومفهوم حسن النية، حيث نصت

domaine est :

1° Susceptible de porter atteinte à l'ordre public ou aux bonnes mœurs ou à des droits garantis par la Constitution ou par la loi ;

2° Susceptible de porter atteinte à des droits de propriété intellectuelle ou de la personnalité، sauf si le demandeur justifie d'un intérêt légitime et agit de bonne foi ;

3° Identique ou apparenté à celui de la République française، d'une collectivité territoriale ou d'un groupement de collectivités territoriales ou d'une institution ou service public national ou local، sauf si le demandeur justifie d'un intérêt légitime et agit de bonne foi.

Le refus d'enregistrement ou de renouvellement ou la suppression du nom de domaine ne peuvent intervenir، pour l'un des motifs prévus au présent article، qu'après que l'office d'enregistrement a mis le demandeur en mesure de présenter ses observations et، le cas échéant، de régulariser sa situation ".

(1) L'art L.45 -3 du Code des postes et des communications électroniques .

(2) J.Barnoin, Nouveau cadre juridique des noms de domaine (loi du 22 mars 2011),www.captainnamess.conm.

مشار اليه لدى فايز محمد نصير، بشار طلال المومني، نظرات قانونية في عقد تسجيل اسماء النطاق، بحث منشور في مجلة الشريعة والقانون، -كلية القانون- جامعة الامارات، المجلد28، العدد58، لسنة 2014، ص7 وما بعدها.

المادة43 - 44 - R.20)) - والتي تم إدخالها بموجب المرسوم المذكور- من قانون البريد والاتصالات الإلكترونية الفرنسي على أنه يعتبر من المصالح المشروعة:

1. استخدام اسم النطاق بهدف عرض بضائع، أو خدمات للجمهور، أو للتأكيد على جاهزيته لعرضها.
2. أن يكون مقدم الطلب معروفاً بهذا الاسم، أو باسم مشابه دون ضرورة لوجود حق له على الاسم معترف به.
3. الاستخدام غير التجاري لاسم النطاق، أو لاسم مشابه دون وجود نية لتضليل المستهلكين.

وبالمقابل نجد أن مؤسسة تسجيل أسماء النطاقات (ICANN) اشترطت في إجراءاتها المتعلقة بتسجيل أسماء النطاقات ضرورة أن تتواءم مع تشريعات الدول من خلال اتخاذ سياسات وإجراءات من قبل مراكز التسجيل فيها للبت فيما يتعلق بالنزاعات المتعلقة بأسماء النطاقات بما يتلاءم مع قوانين وعادات المجتمع المحلي فيها والتزام مراكز التسجيل باتخاذ إجراءات صارمة ضد أي نشاطات تتعلق بتسجيل أسماء نطاقات غير مشروعة -محظورة بحكم قوانين محلية- سواء لتعلقها بالأمن الوطني أو أية أمور أخرى مخالفة لشرائع والعادات في المجتمع المحلي للدول[1].

أما فيما يتعلق بالتسجيل داخل الدول نجد أن أسس وقواعد التسجيل فيها كانت متوافقة مع نهج الإيكان والأيانا، من خلال اشتراط أن يكون اسم النطاق متماشياً مع النظام العام والآداب العامة فيعد من مبررات رفض تسجيل اسم النطاق في الأردن ومصر عدم توافقه مع النظام العام والآداب العامة، أو احتوائه احتواؤه على كلمات نابية، وغير لائقة تتنافي مع القوانين، والأعراف السائدة في كلا البلدين[2].

ففي فرنسا يمنع ميثاق تسجيل أسماء النطاقات تسجيل بعض التعبيرات التي يطلق عليها بالأصولية (fondamentoux) ضمن النطاق الجغرافي الأعلى (fr) وهذه التعبيرات وإن لم ترد في قائمة مغلقة بل تخضع لتقدير الجهة القائمة على التسجيل (AFNIC) الذي أدرجها تحت ثلاث مجموعات كبيرة الأولى مرتبطة بالنظام العام والآداب العامة مثل تسمية الجرائم كالسرقة، أو القتل أو الحرب والجرائم ضد الإنسانية مثل نازية، أو ستالينية والتعبيرات المتعارضة مع القيم الأساسية

(1) تقرير (IANA)، رقمcctl - WG2 فيما يتعلق بالتعاون في تنفيذ القانون مشار إليه لدى إبراهيم عبيدات، مرجع سابق، ص80.

(2) من الأسماء الممنوع تسجيلها واستخدامها كأسماء نطاقات في الأردن الأسماء المخالفة للأعراف والعادات والتقاليد والآداب العامة الأردنية السائدة، أنظر مركز تكنولوجيا المعلومات الوطني الأردني- سياسة التسجيل-.

مثل عبودية تعذيب أما المجموعة الثانية تتعلق بالتعبيرات المرتبطة بعمل وإدارة شبكة الإنترنت مثل (مسجل، إيكان، ويب) أما المجموعة الثالثة فهي ترتبط بأسماء الدول الموقعة على اتفاقية اتحاد باريس مثل أيسلندا، بولونيا، وإذا ما تم تسجيل اسم نطاق مخالف للنظام العام أو الآداب العامة، فإنه يحق للمركز شطب أو سحب الاسم دون الالتزام بالتعويض بشرط أن تترك فترة كافية قبل السحب تسمح بهجرة اسم النطاق المستعاد إلى غيره[1].

ومن خلال استعراض سياسة تسجيل أسماء النطاقات نرى أنه يجب أن يكون للجهة التي تريد تسجيل اسم النطاق علامة تجارية مسجلة في محلياً أو دولياً، وأن يقدم الجهة ما يثبت ملكية العلامة المراد تسجيل اسم نطاق مشابه لها، وبالتالي فإن العلامة التجارية المسجلة تكون ضمنياً مشروعة فلا يتصور قبول تسجيل علامة مخالفة للنظام العام والقانون وإلا كان لزاماً شطبها مما يعطي اسم النطاق المشروعية المسبقة، فلو رفض تسجيل اسم نطاق يحمل علامة تجارية مسجلة تسجيلاً صحيحاً لعدم المشروعية فأنه يطعن بالقرار استناداً إلى مشروعية العلامة التجارية المسجلة.

وفي نهاية المطاف فإنه يمكن القول ما ينطبق على العلامة التجارية التقليدية ينطبق على العلامة التجارية الإلكترونية (أسماء الدومين) فإذا ما تم تسجيل علامة تجارية تسجيلاً صحيحاً سليماً قانونياً لا يشوبه أية عيوب فأنه يمكن تسجيلها إلكترونياً كونها مكتسبة للشروط الموضوعية مسبقاً، أما في حالة استخدام اسم نطاق لا يتعلق بعلامة تجارية فأنه أيضاً يجب أن يكون مميزاً وجديداً ومشروعاً، إلا أنه لا ينطبق عليه قواعد موضوعية عنصر التميز مثلاً، فلا يشترط أن يكون مكتوب بشكل مميز بل كل ما يشترط هو أن يكون جديداً، مما يعني أن التميز هنا هو الجدة والجدة المطلوبة هنا هي الجدة المطلقة بعكس ما هو مطلوب في العلامة التجارية التقليدية، كون أسماء الدومين تعرض للعالم كافة فأنه يجب أن تكون جديدة لم يسبق تسجيلها بالإضافة إلى شرط المشروعية الذي تقتضيه الدول المراد تسجيل اسم النطاق بها، فكما أسلفنا هو معيار مختلف من دولة إلى أخرى ومن مجتمع إلى آخر، إلا أنه يجب ألا يكون مخالفاً لشروط التسجيل داخل الدولة المراد تسجيله بها، حتى وإن كان مخالفا لقواعد التسجيل في الدول الأخرى.

فإذا ما تحققت الشروط الموضوعية في العلامة التجارية سواء التقليدية، أو الإلكترونية فإنه يصار إلى تقديم طلب لتسجيلها إلى الجهة المخولة بذلك مع مراعاة خصوصية كل منها على حدة.

وبناء عليه يجب أن يكون اسم النطاق جديداً ومميزاً ومشروعاً وهو بذلك يتشابه مع الشروط اللازمة للعلامة التجارية، ومتى توافرت هذه الشروط كان على صاحب اسم النطاق الحق في البدء بإجراءات التسجيل

(1) عدنان إبراهيم السرحان، مرجع سابق، ص317.

المبحث الثاني: الجهات التي تسجل لديها أسماء المواقع وبناء عقدها

منذ ظهور شبكت الإنترنت واستخدامها بواسطة الشركات الاقتصادية الكبيرة، ظهرت معها استخدام المواقع الإلكترونية في جميع المجالات الاقتصادية، وخاصة فيما يتعلق في مجال التسويق، ومن أجل تحقيق الحماية لهذه الأسماء كان لزاما تسجيلها حسب الطرق القانونية المتعارف عليها في هذا المجال؛ لذا نقسِّم الدراسة في هذا المبحث إلى مطلبين كالآتي:

المطلب الأول: الجهات التي تسجل لديها أسماء المواقع بصفتها علامات تجارية.

المطلب الثاني: إبرام عقد تسجيل العلامة التجارية الإلكترونية (اسم الدومين).

المطلب الأول: الجهات التي تسجل لديها أسماء المواقع بصفتها علامات تجارية

تختلف الجهة التي تسجل لديها أسماء الموقع حسب نوع الموقع المطلوب تسجيله، ويمكن أن نفرق في هذا الصدد بين نوعين من الجهات:

أ. الجهات التي تسجل لديها أسماء المواقع المكون من رموز الدول أو أسماء المواقع الوطنية. (ccTLDs)

لما للأسماء الإلكترونية من أهمية بالغة للتعبير عن رموز الدول وأسماء المواقع الوطنية فقد حدت بالدول أن تضع جهات محددة ومخصصة تقوم بعملية تسجيل المواقع الإلكترونية المعبرة عن رموزها وأسماء المواقع الوطنية الخاصة بها، كما تختلف هذه الجهات بحسب الدول التي يسجل اسم الموقع لديها فمثلاً يسجل اسم الموقع الوطني الخاص بالمملكة الأردنية الهاشمية (jo) مع مركز تكنولوجيا المعلومات الوطني[1]، أما أسماء المواقع الوطنية المكونة لرمز جمهورية مصر العربية (eg) فإنها تسجل إلى شبكة الجامعات المصرية التابعة للمجلس الأعلى للجامعات[2]، وتسجل أسماء المواقع الوطنية من رمز دولة الإمارات العربية ((ae مع مركز الإمارات لمعلومات شبكة[3]، وأسماء المواقع في المملكة المتحدة (uk) مع (nominet) وأسماء المواقع الوطنية المكونة من رمز فرنسا (fr) مع (Afnic)[4].

(1) مركز تكنولوجيا المعلومات الوطني الأردني. www.nitc.gov.jo.

(2) بوابة معلومات مصر. www.egregistry.eg.

(3) موقع مركز معلومات شبكة في الإمارات.www.uaenic.ae.

(4) أنظر رامي محمد علوان، المنازعات حول العلامة التجارية وأسماء مواقع، بحث منشور في مجلة الشريعة والقانون، جامعة الإمارات، العدد الثاني والعشرون ذو القعدة 1425ه يناير 2005، ص353.

مـع الجديـر بالتنويـه بـأن الجهـات المسـجلة لأسـماء المواقـع الوطنيـة لا تعيـن مـن قبـل منظمـة منـح الأسـماء والأرقـام علـى (ICANN) ولا تفـرض الإيـكان عليهـا شـروطاً ومتطلبـات التسـجيل أو سياسـة خاصـة محـددة فـي حـل النزاعـات، بـل جعلـت الخيـار للدولـة صاحبـة الشـأن فـي الحـق بتعيـن وتحديـد الجهـة المختصـة بتسـجيل أسـماء المواقـع فقـد تكـون جهـة حكوميـة، أو جامعيـة، أو جهـة خاصـة، أو منظمـة عامـة غيـر ربحيـة[1].

ب. الجهـة المسـؤولة عـن التسـجيل والشـركات التـي تسـجل لديهـا أسـماء المواقـع العليـا العامـة. (GTLDS)

تقـوم الشـركات المعتمـدة مـن قبـل الإيـكان بتسـجيل أسـماء المواقـع وهـي فـي الغالـب مـا تكـون شـركات خاصـة[2] فـلا تقـوم الجهـات الرئيسـة الأساسـية المسـؤولة عـن التسـجيل (Pegistry Operators) بالتسـجيل بنفسـها وإنمـا تكتفـي بالإشـراف علـى التسـجيل، وعلـى الأمـور الفنيـة المتصلـة بذلـك، تدخـل الشـركات الخاصـة بالتسـجيل باتفاقيـات اعتمـاد للتسـجيل (Registar Accredition Agreement) المبرمـة مـع منظمـة منـح الأسـماء، والأرقـام علـى (الإيـكان)، وتدخـل أيضـاً كل جهـة مسـؤولة عـن التسـجيل فـي اتفاقيـة الجهـة المسـؤولة عـن التسـجيل تتيـح لهـا تسـجيل أسـماء المواقـع العليـا العامـة التـي ترغـب بتقديـم خدمـات التسـجيل لهـا، وتقـدم هـذه الشـركات الخاصـة والمعتمـدة خدمـات التسـجيل حسـب سياسـات، وشـروط التسـجيل التـي تضعهـا فـي هـذا الخصـوص، والتـي يجـب أن تكـون متوافقـة بطبيعـة الحـال مـع السياسـات العامـة التـي تضعهـا الإيـكان والجهـات المسـؤولة عـن التسـجيل[3].

وفـي هـذا الإطـار قنـن المُشـرع الفرنسـي قواعـد تسـجيل أسـماء النطـاق علـى النحـو الـذي يكـون للدولـة اليـد الطولـى والهيمنـة الكاملـة علـى تسـجيل أسـماء النطـاق، وذلـك مـن خـلال المؤسسـة الفرنسـية لمنـح أسـماء النطـاق علـى l'Association Française pour le nom-mage internet en coopération وقـد أُنشـئت فـي عـام (1997م) وكانـت ملحقـه بـوزارة الصناعـة ووزارة الاتصـالات وحددهـا المرسـوم رقـم (162 لسـنة 2007م) الخـاص بمنـح وإدارة أسـماء النطـاق علـى حـدود اختصاصاتهـا[4].

(1) رامي محمد علوان، المرجع ذاته، ص254.

(2) يمكن تسجيل اسم المجال في أكثر من 200 بلد وللمساعدة في حماية العلامة التجارية وأسماء الشركات. انظر في ذلك www.icann.org/registrar/accredited-list.html تاريخ الاطلاع 15 / 10 / 2018.

(3) انظر في ذلك شريف محمد غنام، حماية العلامات التجارية عبر في علاقتها بالعنوان الإلكتروني domin name(القسم الأول)، بحث منشور في مجلة الحقوق جامعة الكويت، المجلد28، العدد3، سبتمبر،2004، ص339، انظر أيضا رامي محمد علوان، مرجع سابق،258.

(4) Décret n° 2007 - 162 du 6 février 2007 relatif à l'attribution et à la gestion des noms de domaine de l'internet et modifiant le code des postes et des communications

ثم تم نقل هذه الاختصاصات إلى قانون البريد والاتصالات الإلكترونية الفرنسي ضمن أحكام المادة (45) منه والتي نصت على أن "اختيار وإدارة أسماء النطاق في انظمة التعامل مع جمهور المتعاملين على شبكة الإنترنت تتم عن طريق هيئه موحدة ينص عليها القانون"[1].

ونصت الفقرة الثانية من ذات المادة على أنه" ويحدد الوزير المسؤول عن الاتصالات الإلكترونية مكاتب قيد وتسجيل أسماء النطاق، ويعد كل مكتب من مكاتب التسجيل الإلكتروني لأسماء النطاق تقريراً سنويًا عن نشاطه في شأن أعمال التسجيل، ويرفعه إلى الوزير المختص بالاتصالات الإلكترونية"[2].

ونصت المادة (45 - 4) من قانون البريد والاتصالات الإلكترونية المعدل بالمرسوم رقم (329) لسنة (2014) أنه" منح أسماء النطاق يتم من خلال مكاتب التسجيل ووسطاء تلك المكاتب على أن تراعى تلك المكاتب مبدأ عدم التميز والشفافية، وتخضع تلك المكاتب لرقابة المكتب الوطني الخاص بالتسجيل وفي حالة مخالفة أيٍّ من تلك المكاتب للمبادئ الواردة في المادتين (45 - 2 و 45 - 3) يترتب عليه سحب الترخيص[3].

électroniques.

(1) L'art L.45 / 01 du Code des postes et des communications électroniques "L'attribution et la gestion des noms de domaine rattachés à chaque domaine de premier niveau du système d'adressage par domaines de l'internet correspondant aux codes pays du territoire national ou d'une partie de celui-ci sont centralisées par un organisme unique dénommé " office d'enregistrement ...".

(2) ()L'art L.45 du Code des postes et des communications électroniques " Le ministre chargé des communications électroniques désigne، par arrêté، l'office d'enregistrement de chaque domaine، après consultation publique، pour une durée fixée par voie réglementaire. Chaque office d'enregistrement établit chaque année un rapport d'activité، qu'il transmet au ministre chargé des communications électroniques ".

(3) L' art L.45 -4 du Code des postes et des communications électroniques " L›attribution des noms de domaine est assurée par les offices d›enregistrement، par l'intermédiaire des bureaux d'enregistrement. L'exercice de leur mission ne confère ni aux offices ni aux bureaux d'enregistrement de droits de propriété intellectuelle sur les noms de domaine.Les bureaux d'enregistrement sont accrédités، selon des règles non discriminatoires et transparentes، par chacun des offices d'enregistrement، pour chaque domaine de premier niveau concerné. Les bureaux d'enregistrement exercent leur activité sous le contrôle de l'office d'enregistrement qui les a accrédités. Le non-respect des règles fixées aux articles L. 45 - 1 à L. 45 - 3 et L. 45 - 5 peut entraîner la suppression de l›accréditation.

ثـم تـم تقنيـن ذلـك تفصيـلاً فـي اللائحـة التنفيذيـة للقانـون ذاتـه بالمـادة (20 - 44 - 39) والتـى نصـت علـى أنـه " ويتـم النشـر فـي الجريـدة الرسـمية عـن أسـماء مكاتـب تسـجيل أسـماء النطـاق مرفـق بـه دفتـر شـروط منـح الأسـماء متضمنـا المسـتندات المطلوبـة مـن كل صاحـب طلـب يرغـب فـي تسـجيل اسـم نطـاق[1].

ونصـت المـادة (20 - 44 - 41) مـن اللائحـة التنفيذيـة لـذات القانـون والمعدلـة بالمرسـوم رقـم (1317) لسـنة (2015) أن القانـون يلـزم علـى كل مكتـب تسـجيل فرعـى أن ينشـر يوميـا أسـماء النطـاق التـي تـم تسـجيلها[2].

ونـرى أن الهـدف مـن نشـر أسـماء النطاقـات المسـجلة هـو إشـهار قيـد تسـجيله بحيـث يكـون معلومـاً للكافـة، سـواء كانـوا تجـارا مـن أجـل تحقيـق المنافسـة المشـروعة أو مسـتهلكين مـن أجـل حمايتهـم مـن الأسـماء الوهميـة، أو المواقـع غيـر الآمنـة.

المطلب الثاني: إبرام عقد تسجيل العلامة التجارية الإلكترونية (اسم الدومين)

تمـر عمليـة تسـجيل العلامـة التجاريـة الإلكترونيـة بعـدة مراحـل، تبـدأ مـن لحظـة اختيـار اسـم الدومين وتنتهـي بإبـرام عقـد التسـجيل، والـذي يخـول بموجبـة مالـك اسـم الدومين ممارسـة الحقـوق التـي يمنحـه اياهـا تسـجيل ذلـك الاسـم بكافـة بأشـكالها.

أولا- مرحلة اختيار الاسم

أول مرحلـة فـي التسـجيل هـي اختيـار اسـم النطـاق وفقـاً للشـروط الشـكلية والموضوعيـة السـالفة الذكـر، بحيـث ألا يكـون الاسـم قـد سـبق اختيـاره وفقـاً لمبـدأ الأسـبقية فبعـد أن يتـم التأكـد مـن عـدم اسـتخدام الاسـم أو أنـه غيـر محجـوز لشـخص آخـر، ويتـم ذلـك عـن طريـق الدخـول

(1) L'art R 20 - 44 - 39 du Code des postes et des communications électroniques " La désignation d›un office est accompagnée d›un cahier des charges précisant s›il y a lieu :-

les exigences de permanence‹ de qualité‹ de disponibilité et de sécurité du service d'enregistrement ;

– les exigences relatives à la notification aux services de l'Etat des atteintes ou tentatives d'atteintes à la sécurité du service "

(2) L'art R 20 - 44 - 41 du Code des postes et des communications électroniques

Chaque office publie quotidiennement la liste des noms de domaine qu'il a enregistrés la veille. Cette liste fait l'objet d'un accès libre et sans contrepartie financière depuis le site internet de l'office d'enregistrement.

إلى الموقع (networksolutions.com)، وإدخال الاسم المراد تسجيله، أو حجزه وسوف تظهر النتيجة في الحال.

ثانيا- تقديم المستندات اللازمة[1].

هناك جملة من المستندات لابد من تقديمها عند البدء في اجراءات تسجيل اسم النطاق ويمكن إجمالها بالآتي في الآتي:

طلب التسجيل ويتم بها تدوين اسم النطاق الذي تم اختياره وتحديد المدير الإداري والمدير الفني.

استمارة التسجيل والمرفقات اللازمة للتسجيل وهي تختلف من اسم لآخر، فإذا كان الاسم ينتهي ب (com) فيجب تقديم صورة من السجل التجاري والبطاقة الضريبية، أما إذا كان ينتهي بـ (gov) فأنه يجب تقديم مستند يفيد بالتبعية لإحدى الجهات الحكومية، أما إذا كان الاسم ينتهي بـ (Edu) يجب تقديم صورة من مستند رسمي يفيد تبعيته لأحدى وزارات التعليم، وهكذا في باقي الأسماء.

ثالثا- إبرام عقد لتسجيل الاسم.

متى تم إرسال الأوراق اللازمة للتسجيل يتم التوقيع على العقد ويحدد من خلاله حقوق والتزامات الطرفين وهما: العميل طالب التسجيل وجهة التسجيل المصرح لها بذلك من منظمة الإيكان؛ إذ يسمى هذا العقد عقد إنشاء موقع على شبكة (contrat le creation de site) وهو عقد يتم من خلاله الدخول إلى الإنترنت بين الشركة والعميل مقابل دفع مبلغ الاشتراك عن المدة المتفق عليها[2].

وتحرص الشركات المختصة بالتسجيل دائماً على النص في مشارطات تسجيل العناوين الإلكترونية أن تعفي نفسها من إجراء أي بحث عن وجود حقوق للغير سابقة لعملية التسجيل وتلقي بهذه الشروط وعبء البحث على مقدم طلب التسجيل، بحيث يكون مسؤولاً في حالة مخالفة حقوق الغير بسبب التسجيل، ونجد هذا الوضع في مشارطة التسمية التي تحكم منح العناوين الإلكترونية في الإقليم الفرنسي والتي تنتهي بالمقطع (fr). والتي أصدرتها شركة (AFNIC) والمطبقة في (26 يناير 2001) فقد جاء في هذه المشارطة أن شركة

(1) راجع في ذلك موقع تسجيل أسماء النطاقات في مصر www.egregistry.eg، وفي الأردن مركز تكنولوجيا المعلومات على الموقع www.jordan.gov.jo.

(2) بلغ العدد الإجمالي لأسماء النطاقات المسجلة في الاردن 4987 نطاق لغاية تاريخ 9 / 11 / 2018،إحصائية أسماء النطاقات في الاردن انظر في ذلك: www.dns.jo/stat.aspx.

(AFNIC) لا تجري أي بحث عن أسبقية العنوان، وعلى مقدم الطلب أن يتأكد أنه لا يتعدى على الحقوق غير المشروعة، والأمر نفسه في شروط التسجيل البلجيكية التي أصدرتها شركة (DNSBE) والتي تنتهي بالمقطع (.be) والصادر في (3 ديسمبر 2001)، وتنص أيضاً على أن شركة (DNSBE) غير مسؤولة عن أية خسائر أياً كانت سواء مباشرة، أو غير مباشرة وبما فيها من تفويت الفرصة سواء كانت تعاقدية أو تقصيرية متى ما كانت مرتبطة بتسجيل العنوان الإلكتروني، واستخدامه ويؤكد القضاء على ذلك في أحكامه[1].

وفي فرنسا فإن الجهة الإدارية المسؤولة عن تسجيل أسماء النطاق تتمثل في المؤسسة الفرنسية لمنح أسماء النطاق على (l'Association Française pour le nommage internet en coopération)، و قد تم إنشاؤها في عام (1997) وكانت ملحقه بوزارة الصناعة، ووزارة الاتصالات، وحدد المرسوم رقم (162) لسنة (2007) الخاص بمنح وادارة أسماء النطاق على حدود اختصاصاتها[2].

ثم تم نقل هذه الاختصاصات إلى قانون البريد والاتصالات الإلكترونية الفرنسي ضمن أحكام المادة (45) منه والتي نصت على أن" اختيار وادارة أسماء النطاق في أنظمة التعامل مع جمهور المتعاملين على شبكة الإنترنت تتم عن طريق هيئه موحدة ينص عليها القانون"[3].

ونصت الفقرة الثانية من ذات المادة على ما يلي" ويحدد الوزير المسؤول عن الاتصالات الإلكترونية مكاتب قيد وتسجيل أسماء النطاق، ويعد كل مكتب من مكاتب التسجيل الإلكتروني لأسماء النطاق تقريرا سنويًا عن نشاطه في شأن أعمال التسجيل، ويرفعه إلى الوزير المختص بالاتصالات الإلكترونية"[4].

والجدير بالذكر أنه تم الطعن أمام مجلس الدولة الفرنسي بعدم دستورية المادة (45) من قانون البريد والاتصالات الإلكترونية على اعتبار أن القانون منح المؤسسة الفرنسية لمنح أسماء النطاق. (far)بشكل حصري يشكل قيداً على حرية الأفراد في الاتصال[5].

---

(1) شريف محمد غنام، حماية العلامة التجارية عبر الإنترنت في علاقتها بالعنوان الالكتروني Name Domain (القسم الأول)،مرجع سابق،ص384.

(2) Décret n° 2007 - 162, Op.Cit.

(3) L'Art L.45 du Code des postes et des communications électroniques .

(4) Ibid

(5) Le Conseil d'État en 1998 dans son rapport : " Internet et les réseaux numériques "، cité à la page 338 du rapport de la mission conduite par Jean-Michel Yolin en 2004 (Ministère de l'Economie، des Finances et de l'Industrie)

وبعد أن تم إحالة الموضوع إلى المجلس الدستوري الفرنسي انتهي في قراره إلى عدم دستورية منح المؤسسة الفرنسية لمنح أسماء النطاق الحق الحصري على الرمز(fr)) وقرر المجلس أن الحق الحصري الذي منحه وزير الاتصالات يمثل اعتداء على حرية الاتصال التي أقرها إعلان حقوق الإنسان والمواطن، وأثر ذلك تم تعديل المادة (45) على النحو الوارد بالنص الحالي[1].

ومما تقدم نرى أن هذا الواقع قد سمح بتسجيل العديد من أسماء النطاق قد يكون بعضها غير مستخدم فالكثير من الشركات قد سجلت علامتها التجارية التقليدية كأسماء نطاق، إما بدافع وقائي منعاً لأي أحد من استخدامها كأسماء نطاق، أو بقصد حجزها من أجل الاستخدام المستقبلي للاسم المسجل، وفي الوقت الحالي أن الاسم المسجل تسجيلا قانونيا مستوفٍ لجميع الشروط الشكلية والموضوعية وفق الإجراءات المحددة من قبل مؤسسات تسجيل أسماء النطاقات فإنه يشكل ملكية لطالب التسجيل؛ حيث إن هذه الإجراءات كافة قد تتم بطريق إلكتروني عن طريق شبكة الإنترنت.

وفي نهاية المطاف فإنه قد حان الوقت كي تحسم التشريعات القانونية مسألة ملكية أسماء الدومين وتقوم بما يحقق أمن المعلومات على الشبكة العنكبوتية، وذلك بتبنيها نصوصا صريحة تعترف بسريان حق الملكية عليه، مع مراعاة ما له من خصوصية كأحد أهم الأصول المعلوماتية في العالم الافتراضي، فاسم الدومين يخول صاحبه كافة السلطات المقررة لمالك الشيء ولكن بما يتلاءم وطبيعته غير الملموسة وبيئة المعلوماتية.

الخاتمة:

فلا يمكن إنكار تدخل الإنترنت في المشروعات التجارية، والذي أقحم نفسه عنوة في كل أطياف التجارة، فكان لا بد للتجار من الانصياع لهذا المخلوق العجيب وذلك عن طريق عرض البضائع والسلع والخدمات التي تحملها علامتهم التجارية من خلال الإنترنت، فكان اختياره الأسلم بتسجيل العلامة كاسم دومين في هذه البيئة من أجل مواكبة التطور، والحصول على تسويق أكثر وبتكاليف أقل، من جهة أخرى تحقيق حماية أعلى لها.

لذلك فإنه ما ينطبق على العلامة التجارية التقليدية ينطبق على العلامة التجارية الإلكترونية من حيث الشروط الموضوعية للتسجيل وإجراءات التسجيل ذاتها وصولا الى تسجيلها كاسم دومين؛ ومن ثم الحصول على ملكيتها في العالم الإلكتروني، مما

(1) Conseil constitutionnel، " Décision n° 2010 - 45 QPC du 06 octobre 2010 " L'article L. 45 du code des postes et des communications électroniques est déclaré contraire à la Constitution.

يؤكد أحقية مالكها باستعمالها في الفضاء الرقمي؛ وبذلك يكون تسجيل العلامة التجارية واستعمالها على شبكة الإنترنت هو بمثابة استعمال جدي وفعلي يؤكد نشوء الحق فيها؛ ومن ثم ممارسة صلاحيات المالك على ملكه.

النتائج:

1. تطور الدور الذي يقوم به العنوان الإلكتروني (اسم الدومين) في الآونة الأخيرة فلم يعد مجرد وسيلة للإعلان وإنما أصبح يرمز ويميز المشروعات التجارية والاقتصادية على الشبكة العنكبوتية، وما يتمتع به من ميزة سبق التسجيل جعلت منه علامة مميزه للمسجل على شبكة الإنترنت، وبذلك يعد استعمال العلامة التجارية على الشبكة العنكبوتية كاسم دومين استعمالا كافيا لنشوء الحق فيها، شريطة أن يكون بشروط الاستعمال التقليدي مع مراعات خصوصية البيئة الإلكترونية.

2. تعتبر عناوين المواقع الإلكترونية (أسماء الدومين) فكرة قانونية مستقلة لا تخضع للنظام القانوني المنظم لحقول الملكية الصناعية، وبصفة خاصة العلامات التجارية، وإن كان هناك تشابه وظيفي بينهما، إلا أنه لا يمكن أن هناك نقاطًا جوهرية في الاختلاف، سواء بواقعة بنشوء حق الملكية، أو من حيث التسجيل وإجراءاته.

التوصيات:

1. ضرورة تنظيم أحكام العلامات التجارية الإلكترونية (أسماء الدومين) في نظام قانوني يجمع بينها وبين العلامات التجارية التقليدية، وأن يأخذ بعين الاعتبار سوء النية وتقديره في هذا الجانب، وظاهرة القرصنة الإلكترونية من جانب آخر، والنص على صورة منافسة العلامة التجارية إلكترونيا في صور المنافسة غير المشروعة، كونها ستكون في رأينا الصورة الأبرز في المستقبل القريب.

2. حبذا لو ينص المشرعان الأردني والمصري على إلزامية ربط تسجيل العلامة التجارية وأسماء الدومين بجهة حكومية واحده، وفرض رقابة سابقة على تسجيل أسماء الدومين، تكفل حماية العلامة التجارية من جهة وعدم نشوء نزاعات من جهة أخرى.

قائمة المصادر والمراجع:

أولا- المراجع العربية:

الكتب:

1. عبد الفتاح بيومي حجاري، الملكية الصناعية في القانون المقارن، دار الفكر الجامعي، الطبعة الاولى، 2008 م.
2. علاء التميمي عبده، التنظيم القانوني للعنوان الالكتروني (DOMAIN NAME) كأحد عناصر الملكية الصناعية، دار النهضة العربية، بدون رقم طبعة، 2017 م.
3. محمد حسين منصور، المسؤولية الإلكترونية، دار الجامعة الجديدة، الاسكندرية، بدون رقم طبعة، سنة 2009م
4. محمد عبيد الكعبي، الحماية الجنائية للتجارة الإلكترونية، دار النهضة العربية،2010 م.
5. نوري حمد خاطر، شرح قواعد الملكية الفكرية، الملكية الصناعية دراسة مقارنة في القوانين الأردني والإماراتي والفرنسي، دار وائل، عمان، الطبعة الأولى،2005 م.

الرسائل الجامعية:

6. إبراهيم محمد عبيدات، النظام القانوني لأسماء نطاقات الإنترنت، رسالة ماجستير، غير منشورة، جامعة آل البيت، الأردن،2007 م.

الأبحاث المنشورة والدوريات:

7. حسين الماحي، نظرات قانونية في التجارة الإلكترونية، بحث منشور في مجلة البحوث القانونية والاقتصادية، جامعة المنصورة -كلية الحقوق، العدد 31، أبريل-2002 م.
8. رامي محمد علوان، المنازعات حول العلامة التجارية وأسماء مواقع، بحث منشور في مجلة الشريعة والقانون، جامعة الإمارات، العدد 22، ذو القعدة 1425هـ، يناير 2005 م.
9. شريف محمد غنام، حماية العلامات التجارية في علاقتها بالعنوان الإلكتروني domin name(القسم الأول)، بحث منشور في مجلة الحقوق جامعة الكويت، المجلد28، العدد3، سبتمبر،2004 م.
10. طاهر شوقي مؤمن، النظام القانوني لاسم النطاق الجمعية المصرية للاقتصاد السياسي والإحصاء والتشريع، مجلد 103، العدد502، يناير 2011 م.
11. عدنان إبراهيم السرحان، أسماء النطاق على الشبكة العالمية للمعلوماتية، بحث منشور في مجلة الشريعة والقانون السنة العشرون، العدد 25، يناير 2006 م.
12. فايز محمد نصير، بشار طلال المومني، نظرات قانونية في عقد تسجيل اسماء النطاق، بحث منشور في مجلة الشريعة والقانون، -كلية القانون- جامعة الإمارات، المجلد28، العدد58، لسنة 2014 م. https://doi.org/10.12816/0009291
13. هادي مسلم يونس، اجراءات وقواعد تسجيل أسماء النطاق لمواقع، بحث منشور، مجلة الرافدين، العراق، المجلد (3 / السنة العاشرة)، عدد 26 لسنة 2005م https://doi.org/10.33899/alaw.2005.160456
14. هاني دويدر، نظرات في التنظيم القانوني للتجارة الإلكترونية، محاضرة ألقيت على طلبة دبلوم دراسات عليا في القانون الخاص، كلية الحقوق، جامعة بيروت العربية، 2006 م.

Transliteration Arabic References: الترجمة الصوتية لمصادر ومراجع اللغة العربية:

Awwalan- Almaraaji'e Al'arabiyah:

Alkutub:

1. 'Abd Alfattaah Biyoumy Hajaary, almulkiyah alsinaa'iyah fi alqaanoun almuqaaran, dar alfikr aljaami'iy, altab'ah al'oulaa, 2008 m.
2. 'Alaa' Altamimy 'Abduh, altanzim alqaanouny lil'unwan al'iliktrouny (DOMAIN NAME) ka ahad 'anaassir almilkiat alsinaa'iyah, dar alnahdah al'arabiyah, bidoun raqm tab'ah, 2017 m.
3. Muahmmad Hussain Mansour, almas'ouliyah al'iiliktrouniyah, dar aljaami'ah aljadeedah, Al'iskandariyah, bidoun raqm tab'ah, sanat 2009m
4. Muahmmad 'Ubaid Alka'by, alhimaayah aljinaa'iyah liltijaarah al'ilikturouniyah, dar alnahdah al'arabiyah,2010 m.
5. Noury Hamad Khaatir, sharh qawaa'id almilkiyah alfikriyah, almilkiyah alsinaa'iyah diraasah muqaaranah fi alqaawaneen Al'urduny wa Al'imaraaty wa Alfaransy, dar waa'il, 'Amman, altab'ah al'oulaa,2005 m.

Alrasaa'il Aljaami'iyah:

6. Ibrahim Muahmmad 'Ubaidaat, alnizam alqaanouny li asmaa' nitaqaat al'intirnit, risaalat majisteir, ghair manshuorah, jaami'at 'aal albait, Al'urdun, 2007 m.

Al'abhaath Almanshourah wa Al-dawriyaat:

7. Hussain Almaahy, nazarat qaanouniyah fi altijaarah al'iliktrouniyah, bahth manshour fi majallat albuhouth alqaanouniyah wa al'iqtissadiyah, jaami'at Almansourah -kulliyat alhuqouq, al'adad 31, Abreel-2002 m.
8. Ramy Muahmmad 'Ulwan, almunaaza'aat hawl al'alaamah altijaariyah wa asmaa' mawaaqi', bahth manshour fi majallat alsharie'ah wa alqaanouni, jaami'at Al'imaraat, al'adad 22, Dhu Alqi'dah 1425h, Yanaayir 2005 m
9. Shirief Muahmmad Ghannaam, himaayat al'alaamah altijaariyah fi 'alaqatiha bi al'unwaan al'iliktrouny domin name(alqism al'awwal), bahth manshour fi majallat alhuqouq jaami'at Alkuwait, almujallad 28, al'adad 3, Sibtambir,2004 m
10. Taahir Shawqy Mu'min, alnizaam alqaanouny li ism alnitaaq aljam'iyah Almisriyah lil'iqtissad alsiyaasy wa al'ihsaa' waltashrie', mujallad 103, al'udad 502, Yanaayir 2011 m.
11. 'Adnaan Ibrahim Alsarhan, asmaa' alnitaaq 'alaa alshabakah al'aalamiyah lilma'loumaatiyah, bahth manshour fi majallat alsharie'ah wa alqaanoun alsanah al'ishroun, al'adad 25, Yanaayir 2006 m.

12. Faayiz Muahmmad Nusair, Bashaar Talaal Almouminy, natharaat qaanouniyah fi ‘aqd tasjeel asmaa’ alnitaaq, baht manshour fi majallat alsharie’ah wa alqaanoun, -kulliyat alqaanoun- jaami’at Al’imaraat, almujallad 28, al’adad58, lisanat 2014 m.
13. Haady Muslim Younis, ijiraa’aat wa qawaa’id tasjeel asmaa’ alnitaaq limawaaqi’, baht manshour, majallat alraafidain, Al’iraaq, almujallad (3 / alsanah al’aashirah), ‘adad 26 lisanat 2005m
14. Hany Duweidar, nazaraat fi altanzim alqaanouny liltijaarah al’iliktrouniyah, muhaadarah ulqiyat ‘alaa talbat dibloum dirasaat ‘ulyaa fi alqaanoun alkhaas, kulliyat alhuqouq, jaami’at Bairout al’arabiyah, 2006 m.

مواقع الإنترنيت:

https://www.wipo.int/export/sites/www/amc/ar/docs/bestpractices.doc

www.icann.com

WWW.MAROCDROIT.COM

www.egregistry.eg/policies.html

www.dns.jo.

www.nitc.gov.jo

www.egregistry.eg

www.uaenic.ae

www.icann.org/registrar/accredited-list.html

www.dns.jo/stat.aspx.

ثانيا- المراجع الأجنبية:

باللغة الفرنسية:

Ouvrages

Louis Vogel , Traité de droit commercial, 18e éd , LGDJ , Lextenso,France ,2001.

Recherches

Marie-Eugénie Laporte،droits des marque et le nom de domaine، Recherche publié à l’Université de Droit de Poitiers، responsable du Master Droit de la Communication، 2005.

Droit européen

Charte de nommage de la zone fr, Règles d’attribution et de gestion de noms de domaine en . Fr, 1er Juillet 2011, Copyright 2011 AFNIC.

Règlement (CE) N° 1041 / 2005 de la commission du 29 juin 2005, modifiant le règlement (CE) n° 2868 / 95 portant modalités d’application du règlement (CE) n° 40 / 94 du Conseil sur la marque communautaire, Journal officiel de l’Union européenne

Droit interne

Code des postes et des communications électroniques, modifié par Ordonnance N°2014 - 329

Décret n° 2007 - 162 du 6 février 2007 relatif à l'attribution et à la gestion des noms de domaine de l'internet et modifiant le code des postes et des communications électroniques.

Rapports

Le Conseil d'État en 1998 dans son rapport : " Internet et les réseaux numériques "، cité à la page 338 du rapport de la mission conduite par Jean-Michel Yolin en 2004 (Ministère de l'Economie، des Finances et de l'Industrie)

Document

secrétariat , nouveaux types de marques,Comité permanent du droit des marques، des dessins et modèles industriels et des indications géographiques, OMPI, Seizième session, Genéve, 13 - 17 novembre 2006, 1er septembre 2006.

Site internet

www.legavox.fr/blog/maitre-anthony-bem/noms-domaine-sites-internets-definition-7658.htm,

http://lthoumyre.chez.com/pro/2 / ndm20000219.htm

www.captainnamess.conm.

باللغة الإنجليزية:

Thesis

Waddah Al rwashdeh: Conflict Between Domain Names and Trademarks " Comparative Study" Published Master Thesis، Faculty of Graduate Studies University of Jordan، May 2006

Webe sites

www.Junsnotes.com/IP/articels/domainsandtmsiney.htm

www.innaacess.eu

Electronic Trademark Registration in Jordanian and French Laws: a Comparative Study

Amjed Muflih Alhamad

Faculty of Law - Irbid National University

Irbid - Jordan

Abstract:

In light of the technological developments and technical competition the world is witnessing now, bearing in mind the state of the trade sector in this era, we find that the Jordanian legislator did not adopt any legal regulation for the trademark used on the Internet, but rather developed special frameworks for registering it as a domain name without going into a thorough examination of what it is exposed to. Electronic trademark registration has problems, whether technical or legal, which directed our research orientation towards French law and how it tackled this problem by legalizing and framing it, in addition to limiting it to a legal angle that addresses this issue and the problems arising from it. This is precisely what confers importance on this study.

Keywords: Trade mark, Sign Up, Intellectual property, Domain name