

تسوية النزاعات بين أسماء النطاق والعلامات التجارية على شبكة الانترنت

أ- باقدي دوجة؛ كلية الحقوق؛ جامعة أحمد بوقرة/ بومرداس

ملخص

تعتبر حقوق الملكية الفكرية من أكثر المجالات تأثراً بالتطورات التقنية الحديثة خاصة شبكة الانترنت، ويعتبر اسم النطاق من بين أهم طرق التواصل على هذه الشبكة، هذا الأخير يحكمه مبدأ عالمي يقتضي - أنه : "من يصل أولاً، يخدم أولاً" وقد أدى تطبيق هذا المبدأ إلى نشوء نزاعات متعددة بين مسجل بأسماء النطاقات وأصحاب العلامات و ذلك بتعرض هذه الأخيرة لظاهرة القرصنة الالكترونية، عن طريق تسمية الموقع باسم مطابق أو مشابه لعلامة، بهدف إعادة بيعه بأثمان خيالية وابتزاز مالك العلامة الحقيقي إذا رغب في الحصول على تلك الأسماء إضافة إلى صور أخرى من التعدي التي ارتبطت بشبكة الانترنت .

كما أثار ت هذه النزاعات التساؤل حول كيفية تسويتها على اعتبار أن قوانين العلامات ذات صبغة محلية بينما تمتاز أسماء النطاق بالصبغة العالمية، وعليه فان معظم هذه النزاعات يتم حلها وديا، رغم فض البعض الآخر عن طريق الدعاوى القضائية.

الكلمات المفتاحية: اسم النطاق، الأيكان، العلامة التجارية، الويبو، السطو الالكتروني، التحكيم، الوساطة.

Abstract

Intellectual property rights are one of the most affected areas of modern technological developments, especially the Internet. The domain name is one of the most important methods of communication on this network. The latter is governed by a universal principle that requires: "Who comes first, serves first." Multiple disputes between a registrar of domain names and the owners of marks by exposing the latter to the phenomenon of electronic piracy, by naming the site a similar or similar tag, with the aim of reselling it at fictional prices and blackmailing the owner of the real mark if he wishes to obtain those names in addition to other images of infringement Linked to the network Internet.

These disputes also raised the question of how to settle them, considering that trademark laws are of a local nature, while domain names are of a global character, and therefore most of these disputes are resolved amicably, despite the dissolution of others through litigation.

Keywords : domain name, ICANN, brand, WIPO, cybercrimination, arbitration, mediation.

مقدمة

لقد شهد المجتمع الدولي تغيرات وتطورات في مختلف المجالات خاصة العلمية والتكنولوجية، هذه التحولات كانت مصحوبة بثورة المواصلات والاتصالات التي ساهمت في تواصل الشعوب والأمم فيما بينها، وامتد تأثير هذا التطور ليشمل مجال التجارة الدولية، فظهر ما يعرف بالتجارة الالكترونية، والتي عرفتها المنظمة العالمية للتجارة بأنها: "مجموعة متكاملة من العمليات تشمل الروابط التجارية وعقد الصفقات، وتوزيع وتسويق وبيع المنتجات عبر وسائل الكترونية"¹

من خلال هذا التعريف يتضح لنا أن الوسائل الالكترونية غير محصورة في نوع معين، فتشمل الكمبيوتر، الهواتف الثابتة والناقلة والفاكس وغير ذلك من الوسائل، التي تُربط بشبكة الانترنت هذه الأخيرة أتاحت للشركات ورجال الأعمال في مختلف بقاع العالم فرصة الولوج إلى أسواق كثيرة عبر انشاء أسماء النطاق أو المواقع الالكترونية التي أضحت من ضمن أهم وسائل التواصل على الشبكة العنكبوتية وأصبحت عمود التجارة الإلكترونية في الوقت الراهن، ووسيلة محممة لاستقطاب الزبائن، فأصبح دورها مشابه للدور الذي تؤديه العلامة، ولكن ما يميز المواقع هو أنها ذات وقع عالمي.

أهمية البحث:

تأكيداً لأهمية هذه الدراسة نشير إلى أن ظهور وانتشار تسجيل أسماء النطاق وازدهار المعاملات التجارية عبر شبكة الانترنت قد أدى إلى خدمة البشرية وازدهار التجارة، وذلك بتسهيل الاتصالات وسرعتها، مع الاقتصاد في الوقت والنفقات، لكن هذا التطور أحدث الكثير من التحديات والمشاكل القانونية تستدعي من المشرع الوطني والدولي التدخل لإيجاد حلول لها أو آليات جديدة لفض النزاعات المطروحة بين مالكو العلامات ومسجلو أسماء النطاق، حيث أصبح القضاء الوطني عاجزاً عن إيجاد الحلول لها

هدف البحث:

يهدف هذا البحث الإجابة عن التساؤلات التي تطرحها أسماء النطاق والعلامات التجارية وفي مقدمتها تعريفها وتحديد طبيعتها القانونية.

كيفية تسجيل أسماء النطاق بشكل لا يتعارض مع أصحاب العلامات، وخاصة بعد انتشار ظاهرة تسجيل العلامات المملوكة للغير كأسماء نطاق.

¹ هدى حامد قشقوش، الحماية الجنائية للتجارة الالكترونية عبر الانترنت، دار النهضة العربية، القاهرة، 2000، ص 6

كيفية حل هذه النزاعات، مع العلم أن العلامات تحكمها قوانين وطنية، محلية بينما لا يرتبط اسم النطاق بالحدود الجغرافية لأي دولة نظرا لصيغته العالمية

معرفة مدى قدرة القوانين الوطنية لمواجهة هذه الاعتداءات

اظهار الدور الذي تؤديه المنظمات غير الحكومية للحد من هذه النزاعات بطريقة ودية ومن بينها البرتوكول المشترك للعناوين الالكترونية، وكذا مجهودات المنظمة العالمية للملكية الفكرية (الويبو)، ومنظمة الانترنت لتسجيل الأسماء (الأيكان).

اشكالية البحث:

ما مدى وجود آليات وحلول فعالة للحد من النزاعات المطروحة على شبكة الانترنت بين أسماء النطاق والعلامات؟

منهج البحث:

سنعتمد في هذا البحث على المنهج الوصفي والتحليلي والمقارن، فالمنهج الوصفي نعتمده بغية التوصل إلى معرفة دقيقة وتفصيلية عن عناصر الظاهرة موضوع البحث من حيث المضمون والمحتوى، كما سنعتمد أيضا على المنهج التحليلي، وذلك بالتطرق إلى بعض النصوص القانونية بالاستعانة بآراء الفقه وأحكام القضاء ومحاوله اعطاء رأينا فيما يحتاج إلى تدخل المشرع لتنظيمه أو تعديل ما هو موجود، مع الاعتماد أيضا على المنهج المقارن وذلك بالتطرق إلى تشريعات سبقتنا في تنظيم هذا الموضوع.

خطة البحث.

المبحث الأول: الإطار المفاهيمي لاسم النطاق والعلامة

المطلب الأول: تعريف اسم النطاق وأنواعه

الفرع الأول: تعريف اسم النطاق

الفرع الثاني: أنواع اسم النطاق

المطلب الثاني: تعريف العلامة وأسباب التنازع بينها واسم النطاق

الفرع الأول: تعريف العلامة

الفرع الثاني: أسباب التنازع بين العلامة واسم النطاق

المبحث الثاني: صور النزاعات بين اسم النطاق والعلامة وطرق تسويتها

المطلب الأول: صور النزاعات بين اسم النطاق والعلامة

الفرع الأول: تسجيل اسم نطاق متطابق مع علامة تجارية (القرصنة الإلكترونية)

الفرع الثاني: تسجيل اسم موقع مشابه لعلامة تجارية

الفرع الثالث: تسجيل اسم نطاق يحتوي على علامة تجارية مع إضافة عبارات تحقيرية

المطلب الثاني: التسوية الودية لنزاعات المطروحة بين اسم النطاق والعلامة على شبكة الانترنت

الفرع الأول: الجهود الدولية لمواجهة التنزع بين العلامات وأسماء النطاق

الفرع الثاني: الإجراءات الإدارية لتسوية المنازعات

خاتمة

المبحث الأول: الإطار المفاهيمي لاسم النطاق والعلامة

لقد حظيت أسماء النطاق منذ ظهورها وانتشارها بمكانة وأهمية خاصة تعادل المكانة التي كانت تتمتع بها العلامات، وذلك لما حققته من قيمة اقتصادية وفكرية كبيرة على الصعيدين الوطني والدولي، وحاولت الهيئات والمنظمات الدولية وضع نظم قانونية تحكمها، بدءاً بتعريفها وتحديد طبيعتها القانونية وتمييزها عن باقي الحقوق المشابهة لها خاصة العلامات مع التطرق إلى أسباب وجود النزاع بينها (العلامة واسم النطاق)

المطلب الأول: تعريف اسم النطاق وأنواعه

لقد أثار اسم النطاق جدل قانوني فقهي وقضائي بشأن تعريفه، فاختلقت وتنوعت هذه التعاريف وسنحاول التطرق إلى أهمها ثم نتعرض إلى أنواعه.

الفرع الأول: تعريف اسم النطاق:

يرجع اختلاف التعاريف المقدمة لاسم النطاق إلى الزاوية التي ينظر إليها في تعريفه¹، فاستندت بعض الآراء إلى الطبيعة الفنية لاسم النطاق فهو: "مجرد تحويل أو نقل مجموعة من الأرقام في صورة حروف تشكل مصطلحاً يتلاءم واسم المشروع أو المنظمة

¹ فاتن حسين حوى، المواقع الإلكترونية وحقوق الملكية الفكرية، ط1، دار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان، 2010، ص 53

وهناك من عرفه استنادا إلى وظيفته على أنه: «عنوان فريد ومميز يتكون من عدد من الأحرف الأبجدية اللاتينية أو الأرقام التي يمكن بواسطتها الوصول لموقع ما على الانترنت»¹.

فدور اسم النطاق يماثل دور العنوان البريدي الذي يحدد عنوان شخص بعينه أو موقع شركة على شبكة الانترنت².

واستندت آراء أخرى على معيار شكلي، أي مكونات اسم النطاق، حيث يتكون من ثلاثة أجزاء رئيسية، تتلخص في الجزء الثابت، ويتمثل في المقطع «http://www» والذي يثبت لكل من يملك موقع على الشبكة، وعلى يساره نجد اختصارا للمؤسسة أو الشخص أو الجهة صاحبة الموقع مثل "OMC" اختصار للمنظمة العالمية للتجارة، ثم نجد الجزء الأخير مثل "ORG" وهو ما يطلق عليه اسم النطاق الفعلي أو الحقيقي لأنه يدل على مالك الاسم أو العلامة ويعرف به³ وسنتعرض إلى أنواعه في الفرع الموالي:

الفرع الثاني: أنواع اسم النطاق

يأخذ اسم النطاق إحدى صورتين فهو إما اسم نطاق عام أو دولي، وإما اسم نطاق وطني أو محلي⁴

أولا: أسماء النطاق العامة أو الدولية:

هي تلك العناوين التي تشير إلى أنشطة دولية عامة لا تنتمي إلى دولة بعينها وإنما توجه بالدرجة الأولى إلى المستهلكين في كل دول العالم⁵، وترمز إلى مختلف الأنشطة وهي نوعان:

أ. النطاقات العامة مقيدة التسجيل:

هي أنواع متخصصة من النطاقات العامة، وتدار وفقا لقواعد وشروط موضوعة مسبقا ومثالها "EDU" التي تشير إلى الهيئات المتخصصة بالتربية والتعليم، "INT" تشير إلى الهيئات والمنظمات الدولية المختصة بعقد الاتفاقيات الدولية إلى غير ذلك.

¹ رامي محمد علوان «المنازعات حول العلامات التجارية وأسماء مواقع الانترنت»، مجلة الشريعة والقانون، الإمارات العربية المتحدة، عدد 22، جانفي 2005، ص 246

² محمد حسام لطفي، المشكلات القانونية في مجال المعلوماتية: خواطر وتأملات، بحث مقدم إلى مؤتمر تحديات حماية الملكية الفكرية، من منظور عربي ودولي، في الفترة 21 و22 و23 أكتوبر 1997، القاهرة، ص 94

³ حواس فتحة، حماية المصنفات الرقمية وأسماء النطاقات على شبكة الانترنت، أطروحة لنيل شهادة دكتوراه علوم في القانون الخاص، فرع ملكية فكرية، جامعة الجزائر 1، كلية الحقوق، 2016-2017، ص 174.

⁴ D'ABZAC Marie, L'usage illicite des marques sur internet, mémoire pour le diplôme d'étude supérieure spécialisée de propriété industrielle, université panthéon- Assas (paris), 2004, p 26.

⁵ شريف محمد غنام، حماية العلامات التجارية عبر الانترنت في علاقاتها بالعنوان الإلكتروني، د.ط، دار الجامعة الجديدة للنشر الإسكندرية، 2007، ص 21.

ب. النطاقات العامة مفتوحة التسجيل

هذا النوع من النطاقات يعمل ضمن سياسات رسمها مجتمع الانترنت العالمي بشكل مباشر عن طريق مؤسسة "الأيكان"، وهي المؤسسة التي تتولى تخصيص الأسماء والأرقام على شبكة الانترنت وهي متعددة أهمها¹: "com" تشير إلى الأنشطة التجارية، "Net" تشير إلى الهيئات التي تعمل في مجال الانترنت، وغيرها من الأمثلة.

يتم تسجيل هذه الأسماء أمام شركة "الأيكان" "ICANN"²، وهي التي تدير أسماء النطاقات من الناحية التقنية منذ نشأتها عام 1998، مع العلم أنها مؤسسة خاصة غير ربحية³.

وفي البداية كانت هذه المهمة موكلة إلى شركة "IANA"⁴ الأمريكية ومع الوقت ونظرا لكثرة طلبات تسجيل أسماء النطاقات العليا المكونة من أسماء عامة "gTLD"، منحت الأيكان هذه المهمة لشركات تعمل حسب موقعها الجغرافي فنجد الجهة المسؤولة عن تسجيل الأسماء في أوروبا شركة "NCC Ripe"، وفي آسيا شركة "APNIC"، وفي الولايات المتحدة الأمريكية شركة "Inter Nic"، ويمكن لأي شخص في أي مكان أن يطلع على قائمة أسماء التسجيل المعتمدين المتاحة على موقع الهيئة⁵.

وبالنسبة للجهة المسؤولة عن تسجيل اسم النطاق "dz" في الجزائر فهي مركز البحث في الإعلام العلمي والتقني "CERIST" وذلك منذ جوان 1999 تستقبل الطلبات مصلحة تابعة له وتسمى "NIC. DZ"⁶.

ثانيا: أسماء النطاقات العليا الوطنية "ccTLDs"⁷

يقصد بها أسماء النطاقات التي تنتهي بحرفين، وترمز إلى الدول ومثالها "FR" يدل على فرنسا، و"JP" يدل على اليابان، و"Eg" مصر، "DZ" الجزائر، وغيرها من الأمثلة.

ونشير أن إدارة هذه الأسماء يكون على المستوى الداخلي، فكل دولة تعين هيئة مختصة تسير أسماء النطاق، وتختلف الإجراءات من دولة إلى أخرى، فنجدها في فرنسا أكثر تعقيد من الدول الأخرى، وتشريف على هذه

¹ حواس فتحة، المرجع السابق، ص 183.

² Internet corporation for assigned names and numbers

³ De Bouchony Alain, La contre façon, que sais- je ?, Puf, paris, 2006, p 67.

⁴The internet assigned numbers authority

⁵<http://www.icann.org>

⁶ أنظر الموقع <http://www.nic.dz>

⁷ Country Code Toplevel Domain

المهمة شركة "AFNIC"¹ منذ تاريخ 10 أفريل 2000²، حيث لا بد أن يقدم طلب تسجيل اسم النطاق الفرنسي— إلى أحد الموردن المعتمدين لفحص الملف من الناحية الشكلية وفي حالة قبوله تتم إحالته إلى الجهة المختصة "AFNIC" لمنح اسم النطاق.

المطلب الثاني: تعريف العلامة وأسباب التنازع بينها واسم النطاق

لا بد أن نتطرق في هذا المطلب إلى تعريف العلامة لتتوصل إلى تمييزها عن اسم النطاق ثم نستخلص أسباب التنازع بينهما

الفرع الأول: تعريف العلامة

تعتبر العلامة إحدى أهم حقوق الملكية الفكرية، فتصنف على أنها من الممتلكات الفردية، فهي وليدة الابتكارات الذهنية ولذلك تكون أقرب إلى شخص المبتكر، ويقصد بها كل إشارة أو دلالة مميزة يتخذها الصانع أو التاجر أو مقدم الخدمة لتمييز صناعته أو بضاعته أو خدماته عن مثيلاتها التي يصنعها أو يتاجر بها أو يقدمها آخرون³.

ونظم المشرع الجزائري كل ما يتعلق بالعلامات بموجب الأمر 03_06 الصادر في 19 جويلية 2003⁴ واعتبرها وفقا لنص المادة 2 من هذا الأمر: "كل الرموز القابلة للتمثيل الخطي"، وهذا يعني أن المشرع الجزائري أخذ بالعلامات البصرية فقط على خلاف ما جاءت به المادة 15 من اتفاقية تريبس التي تميز ضمنيا للدول الأعضاء تسجيل الشارات غير البصرية كعلامات⁵، وهكذا أصبح من الجائز تسجيل العلامات المدركة بالحس كالصوت والرائحة.

وتتخذ العلامة وفقا للقانون الجزائري عدة أشكال فقد تتكون من الأسماء العائلية أو الأسماء المستعارة أو التسميات المبتكرة أو الرموز أو الأسماء، وبصفة عامة جميع السمات المادية التي تصلح لتمييز المنتجات أو السلع أو الخدمات⁶، وبذلك فإنه توجد عدة أنواع من العلامات فمنحيث محلها توجد علامة صنع وقد جعلها المشرع

¹ Association Française pour le nommage internet en coopération

²FERAL SCHUCLE Christiane, Cyber droit, le droit à l'épreuve de l'internet, 3^{eme} éd, Dalloz, paris, 2002, p09.

³صلاح زين الدين، الملكية الصناعية والتجارية، دط، مكتبة دار الثقافة للنشر والتوزيع، عان، 2004، ص 07.

⁴أمر رقم 06_03 المتعلق بالعلامات، مؤرخ في 19 جويلية 2003، ج ر ج، عدد44، صادر 23_07_2003 نصت الفقرة 1 من المادة 15 من اتفاق تريبس على أنه "يجوز للدول الأعضاء اشتراط أن تكون العلامات المرع تسجيلها قابلة للإدراك بالنظر⁵كنسرت لتسجيلها"

⁶ فرحة زراوي صالح، الكامل في القانون التجاري الجزائري، المحل التجاري والحقوق الفكرية، القسم الثاني، الحقوق الفكرية، حقوق الملكية الصناعية والتجارية، حقوق الملكية الأدبية والفنية، دط، ابن خلدون للنشر والتوزيع، الجزائر، 1998، ص214.

الزامية وفقا لنص المادة 3 من الأمر 03_06، اضافة إلى علامة خدمة وهي الزامية أيضا وفقا لنفس المادة، وقد تكون تجارية لم ينص المشرع على الزاميتها وهذا ما يعني أنها اختيارية. ومن حيث صاحب الحق عليها هناك علامة فردية وعلامة جماعية، وما يعاب على المشرع الجزائري أنه لم يتطرق إلى العلامات المشهورة بالرغم من أهميتها على المستوى العالمي في استقطاب الزبائن اضافة إلى دورها في التعريف بالبضائع والخدمات والمؤسسات التجارية الصادرة عنها وهنا يظهر التشابه بين العلامة وبين اسم النطاق، بحيث أن كلاهما يقوم بدور المميز والمحدد، كما يعتبر التسجيل شرط للحماية سواء بالنسبة للعلامة أو اسم النطاق، وتكمن العلاقة بينهما من حيث مشروعية تسجيل علامة كاسم نطاق وتسجيل اسم نطاق كعلامة. كما أن الادارة المختصة بتسجيلها تعني نفسها من البحث عن الأسبقية، فهذا الأمر يقوم به المودع. اضافة إلى أن كل من مالك العلامة واسم النطاق يتمتعان بحماية مؤقتة يمكن تجديدها بشرط احترام بعض الاجراءات المعمول بها.

رغم التشابه الموجود بين اسم النطاق والعلامة إلا أنه توجد عدة اختلافات أبرزها الجهة التي يتم التسجيل أمامها، فالعلامة تسجل أمام هيئات وطنية بينما أسماء النطاق تتم أمام هيئات غير حكومية كالإيكان مثلا¹. حتى تحضى العلامة بالحماية القانونية اشترطت معظم التشريعات شروط لتسجيلها ومن بينها الصفة المميزة وأن تكون جديدة لم يسبق استعمالها لتمييز نفس السلع أو المنتجات أو الخدمات في إقليم تلك الدولة بينما اسم النطاق يميز المشروع ذاته لا منتجات هذا المشروع، وبالتالي عند اختياره يجب تحديده فقط مجاله سواء كان أحد المجالات الدولية مثل "org" أو "com"، أو أحد المجالات الوطنية مثل "FR"²، ويصبح هذا الاسم غير متاح في كل أنحاء العالم، فلا يسمح بتسجيله من قبل أكثر من شخص واحد فهو عنوان فريد.

الفرع الثاني: أسباب التنازع بين أسماء النطاق والعلامات على شبكة الانترنت

يخضع تسجيل أسماء النطاق على شبكة الانترنت لمبدأ الأسبقية في التسجيل، ويعتبر هذا المبدأ من أهم أسباب النزاعات المطروحة بين مالكي العلامات ومسجلي أسماء النطاق إضافة إلى خضوع العلامات لمبدأ التخصيص وهذا خلافا لأسماء النطاق، وستعرض لهما على التوالي.

أولا: مبدأ الأسبقية في التسجيل

يعني هذا المبدأ أنه يحق لأي شخص في أي مكان من العالم أن يختار اسم ويسجله كاسم نطاق، ولا يوجد أي مانع يمنعه من ذلك³، مادام هذا الاسم مازال متاحا ولم يسبق إليه مشروع أو شخص آخر.

¹ حواس فتحية، مرجع سابق، ص 216

² شريف محمد غنام، مرجع سابق، ص 56.

³ De Bouchony Alain, op.cit,p 67

فالمبدأ المطبق على شبكة الانترنت هو مبدأ عالمي مقتضاه «من يطلب أولاً، يخدم أولاً» فالشركات والهيئات المختصة بتسجيل أسماء النطاق تعني نفسها من إجراء أي بحث عن وجود حقوق سابقة لعملية التسجيل، وتنص مشاركات التسجيل على ذلك، حيث يتم منح اسم النطاق مرة واحدة لمن يقدم طلبه أولاً¹، وهذا يتفق مع العلامات فمالك العلامة هو الشخص الذي يقوم بالتسجيل أمام الهيئات المختصة إقليمياً مثل المعهد الوطني الجزائري للملكية الصناعية في الجزائر، لكن دور هذه الهيئات يختلف عن الجهات المختصة بتسجيل أسماء المواقع، بحيث يقوم المعهد الوطني الجزائري بفحص الملف من الناحية الموضوعية والشكلية للتأكد من عدم تسجيل علامة مماثلة لنفس السلع أو البضائع أو الخدمات، وفي حالة حدوث ذلك فإن المعهد يصدر قرار برفض تسجيل هذه العلامة، أو يطلب من المعني تعديل الاسم لتفادي اللبس، ويحق لكل من له مصلحة أن يعترض على هذا التسجيل.

ثانياً: مبدأ التخصيص على شبكة الانترنت

يقصد بمبدأ التخصيص أن القانون يحمي العلامة بالنسبة للمنتجات أو السلع أو الخدمات المحددة في طلب تسجيل العلامة وبالتالي فإن الحماية لا تمتد إلى المنتجات المماثلة أو المشابهة لتلك المحددة في طلب التسجيل². هذا المبدأ لا يمكن تطبيقه على أسماء النطاق، لأن هذه الأسماء تمنح لشخص واحد فقط كان السباق إلى تسجيله، ولا يهتم المجال الذي يستخدم فيه فإذا قام شخص بتسجيل اسم نطاق يمثل علامته في المجال الدولي ".com"، فإن هذا الاسم يصبح غير متاح داخل هذا المجال لباقي الأشخاص أو المشاريع الأخرى حتى ولو كانت في مجال وأنشطة مختلفة.

وهذا المبدأ أثار عدة إشكالات على شبكة الانترنت، لأن أسماء النطاق كما سبق القول تمنح مرة واحدة فقط، وفي حالة سبق تسجيلها من الغير فهذا يمنع مالكها الحقيقي من تسجيلها كاسم نطاق ولو غير مجال استخدامها، وستعرض الآن إلى مختلف النزاعات التي تنشأ بسبب ما ذكرناه، الأسبقية والتخصيص.

المبحث الثاني: النزاعات بين أسماء النطاق والعلامات وأليات تسويتها

تعرض العلامات إلى انتهاكات ونزاعات عديدة من قبل مسجلي أسماء النطاق، سنحاول التطرق إلى أمثلة عن هذه النزاعات، التي تُحل بطرق عديدة، وسنكتفي بالطرق الودية والإدارية التي اعتمدها مختلف الهيئات الدولية.

¹ شريف محمد غنام، مرجع سابق، ص 76.

² كوتر مازوني، «الحماية القانونية للعلامة التجارية عبر الشبكة الرقمية في علاقتها مع أسماء الـدومين»، المجلة الجزائرية للعلوم القانونية، الاقتصادية والسياسية، جامعة الجزائر، عدد 03، 2008، ص 306.

المطلب الأول: صور التنازع بين أسماء النطاق والعلامات على شبكة الانترنت

تتنوع صور التنازع بين أسماء النطاق والعلامات على شبكة الانترنت وسنحاول التعرض إلى أهمها:

الفرع الأول: تسجيل اسم نطاق متطابق مع علامة تجارية (القرصنة الإلكترونية)

يعد هذا النوع من أكثر الاعتداءات شيوعاً خصوصاً في فترة بداية انتشار الانترنت عندما لم تكن الشركات مدركة لأهمية أن يكون لها وجود على الشبكة، إذ سارع الكثير من الأشخاص بتسجيل العلامات المشهورة العائدة للشركات التجارية الكبرى كأسماء نطاق طلبوا من هذه الشركات مبالغ طائلة¹ حتى يقوموا بالتنازل عن أسماء النطاق المحتوية على علاماتها التجارية²، وقد شكلت هذه الظاهرة ما يسمى القرصنة أو السطو الإلكتروني ومن أهم القضايا التي طرحت على القضاء، و صدرت بشأنها أحكام أذانت القرصنة والسطو الإلكتروني، الحكم الصادر من المحكمة الابتدائية لمدينة "Nanterre" الفرنسية سنة 2000، فقد جاء في هذا الحكم أن «البيع بالمزاد العلني لعناوين إلكترونية مقلدة لعلامات تجارية مشهورة بشكل عملا من أعمال القرصنة توجب مسؤولية من شارك فيه»، وفي هذا الحكم كانت هناك قرصنة لعدة علامات مشهورة مثل "La source" و"3 Suisses" و"La rodute" و"Chouchou" و"Helline"³، فالتقضاء يفترض سوء نية مسجل اسم النطاق بعلامة غير مملوكة له، خاصة إذا كانت مشهورة، وتظهر سوء نية المسجل من عدة جوانب، مثلاً في حالة عرضه لبيع اسم النطاق سواء للمالك الحقيقي للعلامة أو لأحد منافسيه بثمن باهض، وهذا ما حدث في اسم النطاق "Altavista.com" حيث دفعت شركة "Compaq" 3.3 مليون دولار لتحصل عليه لنفسها، ووصل ثمن العنوان الإلكتروني "Business" إلى 7.5 مليون دولار الذي اشترته شركة "E-Companies" ووصل ثمن اسم النطاق "mp3 audiobooks.com" إلى 08 دولار⁴.

هذه الأفعال يدينها القضاء حتى لو لم يتم البيع فعلاً، كما تظهر أيضاً سوء نية مسجل اسم النطاق إذا سجل العلامة في أكثر من مجال "com" و"Net" و"org"، هذا التسجيل لا يترك أي فرصة لصاحب العلامة الأصلي بتسجيل اسم نطاق له على الانترنت، والحل الوحيد له هو التفاوض مع مسجل اسم النطاق وشراء الاسم أو الدخول في نزاع قضائي لاسترداده.

والملاحظ أن مبدأ الأسبقية هو أهم العوامل المشجعة لعملية السطو الإلكتروني، ويبلغ الاعتداء أعلى درجة عندما يتعلق اسم النطاق الذي يمتلكه شخص عادي أو مشروع بمدينة أو اسم مقاطعة أو قرية، فمتصفح

¹ راي محمد علوان، «المنازعات حول العلامات التجارية وأسماء مواقع الانترنت»، مجلة الشريعة والقانون، جامعة الإمارات العربية، عدد22، يناير

2005، ص 266

² De Bouchony Alain, op. cit, p.66.

³ حواس فتحية، مرجع سابق، ص 258

⁴ شريف محمد غنام، مرجع سابق، ص 106.

الانترنت يعتقد للوهلة الأولى أنه موقع عام تابع للإدارة، ولكنه في الحقيقة موقع خاص مملوك لشخص عادي وقد عرضت على القضاء الفرنسي عدة قضايا في هذا الشأن أشهرها الحكم الصادر عن محكمة "Draguignan" الابتدائية في أوت 1997 والمعروف باسم "Saint-Tropez".

الفرع الثاني: تسجيل اسم موقع مشابه لعلامة تجارية

هي الصورة الثانية من صور الاعتداء على العلامة، وتختلف عن الصورة الأولى، بحيث يقوم مسجل اسم النطاق في هذه الحالة بتسجيل اسم ليس مطابق تماما لعلامة مملوكة للغير، بل يتشابه فقط معها لدرجة تثير اللبس كإقصاء حرف أو زيادته أو نقطة أو غير ذلك.

ومن أهم القضايا التي عرضت على مركز الويبو للتحكيم والوساطة القضائية التي رفعتها شركة "Microsoft Corporation" ضد مسجل اسم الموقع www.microsoft.com، المشابه بدرجة تثير اللبس للعلامة التجارية "Microsoft"، فالفرق الوحيد يكمن في إضافة حرف (O).

وكذلك قضية شركة (AMAZON.Com Inc) ضد Korothkov victor الذي قام بتسجيل اسم الموقع www.ammazon.com المشابه مع العلامة التجارية AMAZON المملوكة للشركة المشتكية¹، فالاختلاف الوحيد كان بإضافة حرف (M).

الفرع الثالث: تسجيل اسم نطاق يحتوي على علامة تجارية مع إضافة عبارات تحقيرية

في هذه الصورة من الاعتداء يقوم أحد عملاء أو موظفي أو زبائن الشركة السابقين بالتعبير عن غضبه من الشركة ككل أو من إحدى المنتجات التي تنتجها أو إحدى الخدمات التي تقدمها لعملائها، فيقوم بتسجيل العلامة العائدة للشركة كاسم نطاق مع إضافة كلمة أو عبارة شيء لشركة بعد الاسم أو قبله، ومثالها (Ihate toyota.Com) والتي تعني "أنا أكره" و "boycott.cocola.com" التي تعني "قاطع"².

وعادة هذه المواقع لا يتم تسجيلها من الأشخاص العاديين، بل من منظمات بجمعيات معينة مثل الجمعيات المدافعة عن البيئة، ويطلق البعض على هذا النوع من الاعتداء المنظم تسمية الإرهاب الإلكتروني، لأنه لا يقتصر على الإساءة للشركات بل يستخدم عقول أمهر وأخطر المخترقين "hackers" الخبراء في أنظمة الحواسيب للوصول إلى مواقع الشركات وخرقها.³

وهناك نزاعات أخرى يمكن الإشارة إليها مثل النزاعات التي تكون بسبب عدم تجديد صاحب النطاق لتسجيله، وكذا تسجيل اسم نطاق يحتوي على علامة تجارية عائدة لشركة منافسة أو غير منافسة.

¹ راي محمد علوان، مرجع سابق، ص 277.

² سباح محمدي «منازعات العلامات التجارية وأسما المواقع»، مجلة الباحث للدراسات الأكاديمية، جامعة باتنة، عدد 7، سبتمبر 2015، ص 425.

³ راي محمد علوان، مرجع سابق، ص 284.

المطلب الثاني: وسائل تسوية النزاعات من مالكي العلامات ومسجلي اسم النطاق على شبكة الانترنت

لتفادي النزاعات التي تتور بين مالكي العلامات ومسجلي أسماء النطاق هناك سبل تقنية تستخدم قبل نشوب النزاع فهناك شركات مختصة يقوم فيها الخبراء بإعداد تقارير تقدم لمن له مصلحة في ذلك، مقابل مبلغ مالي.¹ وفي حالة وقوع النزاع فإن حله يتم بعدة وسائل، منها التسوية القضائية، ولن نركز في بحثنا على هذه الطريقة باعتبار أنها تخضع للقواعد والتشريعات الداخلية للدول ومعظمها يفصل في هذا النوع من الدعاوى على أساس دعوى المنافسة غير المشروعة أو دعوى التقليد والتزوير، كما أن اللجوء إلى هذا الحل تكتنفه صعوبات تتلخص أساسا في كون قانون العلامات قانون داخلي، بينما أسماء النطاق عالمية، صف إلى ذلك صعوبة تحديد الاختصاص القضائي وكثرة المصاريف وطول أمد المنازعات، وحتى في حالة الفصل في الدعاوى فإنه يصعب تنفيذ الحكم الصادر بشأنها.

هذه السبليات دفعت الهيئات والمؤسسات المعنية بأسماء النطاق إلى التفكير في حل المنازعات وديا، باللجوء إلى الجهود الدولية وكذا الإجراء الإداري، وسنتطرق إليها على التوالي:

الفرع الأول: الجهود الدولية لمواجهة التنازع بين العلامات وأسماء النطاق

تنوعت الجهود الدولية في شأن حل النزاعات بين العلامات وأسماء النطاق على شبكة الانترنت، تشترك في أنها تتضمن مجرد توجيهات وتوصيات للجهات المسؤولة عن تسجيل أسماء الدومين بهدف تجنب النزاعات، وسنتطرق إلى أهمها:

أولا: البروتوكول المشترك للعناوين الإلكترونية الدولية

تكونت لجنة دولية خاصة "Ad Hoc"، التي كانت تهدف إلى الوصول لحلول واقتراحات تتعلق بالمشاكل الناجمة عن استخدام أسماء النطاق في علاقاتها مع العلامات وأهم ما جاء في قرارها، هو انتظار مدة معينة بين التسجيل واستخدام العنوان، لمنح مهلة لمن له مصلحة لتقديم الاعتراض.² وقد تعرض هذا القرار للنقد على أساس تفضيل مالكي العلامات، وتم عقد اجتماع آخر أقيم في سويسرا صدر فيه «البروتوكول المشترك للعناوين الإلكترونية»، وتضمن مجموعة من الاقتراحات والتوجيهات التي يجب أن تراعيها الهيئة المعنية بأسماء النطاق ومن أهمها:³

¹ انظر مثلا: شركة: "vigil active" <http://www.vigilactive.com>

شركة: "marks online" <http://www.marksonline.com>

² شريف محمد غنام، مرجع سابق، ص 197 و198.

³ التقرير منشور على الموقع: <http://www.iahc.org/docs/draft-ihac-recommend-fr.htm>

■ تكوين لجنة إشراف تكلف بمراقبة تطبيق الشركات المختصة بالتسجيل المبادئ التي نظمها البروتوكول، تقوم هذه اللجنة بتقديم اقتراحات، فيحق لها أن تقترح أسماء نطاقات جديدة بهدف حل النزاع المطروح بين اسم نطاق وعلامة.

■ وضع نظام جديد لتسوية المنازعات التي تنور بين العناوين الإلكترونية والعلامات بشكل ودي، وتسدند هذه المهمة إلى مركز التحكيم والوساطة للمنظمة العالمية للملكية الفكرية.

■ يقترح البروتوكول على الشركات المعنية بتسجيل العناوين الإلكترونية رفض تسجيل العناوين الفرعية التي تحمل أسماء مقاربة لعلامات أو أشخاص الذين ليست لهم حقوق مشروعة على هذه الأسماء لتفادي الخلط واللبس الذي يمكن أن يقع فيه الجمهور.

ثانيا: جهود المنظمة العالمية للملكية الفكرية (الويبو)

برزت جهود الويبو من خلال التقارير التي قدمتها والمتضمنة توجيهات وتوصيات تتعلق بالعناوين الإلكترونية، وكذا برنامجها الخاص بالعناوين الإلكترونية الوطنية، ومركز التحكيم والوساطة التابع لها. بالنسبة للتقارير صدر عنها تقريرين دوليين، وما يهمننا في هذه الدراسة هو التقرير الأول لأن الثاني يتعلق بشارات أخرى مثل الأسماء التجارية

1. **التقرير الأول:** معنون بـ: «إدارة أسماء وعناوين الانترنت: قضايا الملكية الفكرية التقرير النهائي لإجراءات المنظمة العالمية للملكية الفكرية بخصوص أسماء النطاق»، الصادر في أبريل 1999¹ وتضمن مجموعة من التوصيات أهمها:

- إنشاء أسماء نطاقات جديدة تسمح بتمثيل أكبر للعلامات التجارية على شبكة الانترنت وأن يتم هذا التسجيل في ضوء التوصيات الواردة فيه.
- وضع نظام استثنائي للعلامات المشهورة عند تسجيلها على شبكة الانترنت فلا تسجل إلا من مالكتها بعد إثباته لذلك.
- حث منظمة الأيكان بتنظيم إجراءات إدارية تحت إشرافها لتسوية المنازعات بين مسجلي أسماء النطاق ومالكي العلامات، بشكل سريع وفعال وقليل التكلفة، ويتم بشكل كلي على شبكة الانترنت².

¹ متاح على الموقع: <http://www.wipo.int/amc/en/amc/en/processes/process1.report>

² حواس فتيحة، مرجع سابق، ص 294.

2. برنامج الويبو بخصوص أسماء النطاق الوطنية:

انعقد المؤتمر في سويسرا في فيفري 2001، ويسمى هذا البرنامج «أفضل الإجراءات لتفادي منازعات الملكية الفكرية بشأن العناوين الإلكترونية الوطنية أو التي تنتهي برموز البلدان»¹، وقد تضمن مايلي:

- وضع الإجراءات المناسبة لتسجيل أسماء النطاقات الوطنية لتفادي نشوب نزاعات مستقبلية.
- إتاحة البيانات الخاصة بمسجل النطاق وذلك بشرطها على قاعدة بيانات معينة ليطلع عليها كل من يهيمه الأمر.

- اللجوء إلى الإجراءات البديلة كوسيلة لتسوية النزاع، وقد وضعت المنظمة العالمية للملكية الفكرية حد أدنى من الشروط يجب أن تعتمدها الدول لحل النزاعات بهدف التوفيق بين تشريعات الدول المتناقضة في هذا المجال

3. مركز التحكيم والوساطة:

أنشأت المنظمة العالمية للملكية الفكرية مركز التحكيم والوساطة، وهو عبارة عن هيئة مركزها بجنيف، وتأسس سنة 1994²، ويقوم بخدمات التحكيم والوساطة لتسوية المنازعات التجارية الدولية التي قد تثور بين الأشخاص والمشروعات، وينظر النزاع أمام لجان إدارية، ويصدر قرارات إدارية في موضوع النزاع، ويمتلك المركز مجموعة من الإجراءات لتسوية النزاعات ومنها التحكيم والوساطة³:

أ. التحكيم:

تعتبر النزاعات حول أسماء النطاق من بين المواضيع التي يمكن اللجوء بشأنها إلى التحكيم، ويتم التحكيم عن طريق شبكة الانترنت والأحكام التي تصدر من المحكم أو المحكمين تكون ملزمة لأطراف النزاع، وينظم المركز إجراءاته عن طريق لوائح ويجرح أن تكون الرسوم متناسبة مع ظروف النزاع.

ويصدر حكم التحكيم بالأغلبية إذا كانت التشكيلة جماعية، ويكون مسببا والأطراف هم الذين يحددون نوع التحكيم الذي يخضعون له، وأعدت المنظمة شرطا نموذجيا للتحكيم وآخر للتحكيم السريع وثالث للوساطة⁴، ويختلف التحكيم السريع عن التحكيم بشكله العادي من حيث تقصير مدة البث في النزاع ومن حيث التشكيلة، بحيث تصدر القرارات بمحكم واحد.

ب. الوساطة:

¹ التقرير متاح على الموقع: <http://www.wipo.int/amc/en/processes/process2/report>

² للإطلاع على أعمال المركز والتعريف به أنظر: <http://www.arbiter.wipo.int/center/indexd-fr.htm>

³ شريف محمد غنام، مرجع سابق، ص 211.

⁴ الشروط النموذجية متاحة على الموقع: <http://www.arbiter.int/arbitration/arbitration-clauses/clauses-fr.htm>

هي وسيلة اختيارية يلجأ إليها الأطراف في أي مرحلة كان عليها النزاع، وتختلف عن التحكيم في أن الأطراف غير ملزمين بتنفيذ الحل المتوصل إليه.

يقوم بهذا الإجراء وسيط محايد يختار من بين قائمة الوسطاء التي تعدها الويبو حسب الخبرة في موضوع النزاع، وقد ينتهي عمل الوسيط محل النزاع أو حل جزء دون الآخر، كما قد لا يتوصل إلى حل وفي كل الحالات يقوم بإرسال التقرير إلى المركز، وفي الحالة الأخيرة يلجأ الأطراف إلى التحكيم.

الفرع الثاني: الإجراءات الإدارية لتسوية المنازعات في ضوء قواعد UDRP: Uniform Domain Name Dispute Relution Policy

ألزمت منظمة منح الأسماء والأرقام على الانترنت (ICANN) ابتداء من تاريخ 24 أوت 1999 الشركات المسجلة لأسماء المواقع العليا لـ (GTLDS)، وهي: (com) و (org) و (Net)¹، بالخضوع إجباريا للسياسة الموحدة لحل النزاعات المتعلقة بأسماء النطاقات (UDRP)². وهي تنظم اجراءات فض المنازعات المتعلقة بأسماء الدومين بطريقة عملية ومبسطة³.

ووفقا لهذه السياسة فإن مالك العلامة المتضرر حتى يستطيع أن يستعيد اسم النطاق الذي يتضمن علامته، يجب أن يثبت أنه مالك لعلامة مطابقة أو مشابهة لاسم النطاق، بشكل يثير اللبس وأن مسجل النطاق كان سيء النية ولم تكن له أي مصلحة مشروعة على الاسم الذي سجله، بل كان التسجيل يهدف القرصنة⁴، أي إعادة بيعه بقيمة عالية أو بهدف تعطيل مالك العلامة في تسجيل موقع باسم علامته، ويجوز بطبيعة الحال أن يثبت مسجل النطاق أنه كان حسن النية ويفند إدعاءات مالك العلامة.

ونشير أن صاحب العلامة (المشتكي) هو الذي يختار إحدى الجهات المعتمدة من قبل الأيكان لي طرح النزاع أمامها⁵.

وهناك ثلاث جهات معتمدة لهذا الغرض وهي: مركز التحكيم والوساطة التابع للمنظمة العالمية للملكية الفكرية، محكمة التحكيم الوطنية ومركز "سي بي آر" لحل النزاعات.

¹ اسعد فاطمة «دور المنظمة العالمية للملكية الفكرية في حل النزاع بين العلامات وأسماء النطاق»، مداخلة في إطار ملتقى وطني حول الملكية الفكرية بين مقتضيات العولمة وتحديات التنمية، يومي 28 و 29 أبريل 2013، جامعة عبد الرحمان ميرة، كلية الحقوق والعلوم السياسية، بجاية، ص 408.

² رامي محمد علوان، مرجع سابق، ص 311.

عبد الله عبد الكريم عبد الله، الحماية القانونية لحقوق الملكية الفكرية على شبكة الانترنت، د.ط، دار الجامعة الجديدة للنشر، الإسكندرية، 2007، ص 291.

⁴ يشوي ليندة «الإشكالات القانونية الناشئة عن استعمال أسماء المواقع»، المجلة الجزائرية للعلوم القانونية، الاقتصادية والسياسية، عدد 03، 2009، الجزائر، ص 499.

⁵ FERAL SCHUCLE Christiane, Op.cit, p 260.

كما يتحمل المشتكي المصاريف، ماعدا إذا تم تعيين فريق يتكون من ثلاث أشخاص، في هذه الحالة يتم اقتسام الرسوم بين الطرفين، وفي كل الأحوال لا تعتبر الشركة التي يطرح أمامها النزاع طرفا فيه كما يحق لها (الشركة) تعديل السياسة الموحدة لحل المنازعات (UDR.P) بموافقة الأيكان، وبشرط عدم تعارضها مع مبادئ هذه الأخيرة، وتظهر هذه القواعد الخاصة في صورة لأئحة داخلية¹.

خاتمة:

خلاصة القول أن دور اسم النطاق لم يعد عبارة عن عنوان فريد ومميز يمكن بواسطته الدخول إلى موقع ما على شبكة الانترنت، بل أصبح وسيلة فعالة للإعلان عن المشروعات واستقطاب الزبائن ويمكن لصرف المنتجات، خاصة مع توفر خدمات الدفع الإلكتروني التي تمكن المستهلك من اقتناء ما يرغب فيه دون مغادرة مكانه، فأصبح ينافس العلامات بل أصبح في كثير من الأحيان يشكل خطرا عليها بسبب خضوعه لمبدأ الأسبقية في التسجيل، ضف إلى صيغته العالمية.

والملاحظ أن التطور التقني الذي يشهده العالم في هذا المجال لم يصاحبه تطور قانوني، فنجد أن معظم الدول العربية لم تصدر قوانين تتعلق بالتجارة الإلكترونية، وبالنسبة لأسماء النطاق فلا توجد لحد الآن أي دولة عربية تنظمه، ولا حتى تبين طبيعته القانونية بنص صريح تاركة هذه المهمة للفقه الذي اختلفت آراءه، فهناك من كفه أنه موطن افتراضي، وهناك آراء تعتبره حق من حقوق الملكية الصناعية، وجانب آخر يعتبره مصنف رقمي مثله مثل برامج الحاسوب وبالتالي يخضع لقانون حق المؤلف.

هذا الفراغ القانوني يؤثر سلبا على المنازعات المطروحة أمام القضاء، بحيث يجد القضاة أنفسهم أمام نزاعات تتسم بالتقنية والتعقيد والعالمية، تتجاوز في كثير من الأحيان مؤهلاتهم وحتى إذا اجتهدوا وتوصلوا إلى إصدار أحكام فإنه يصعب تنفيذها لذا يفضل معظم المتخصصين اللجوء مباشرة إلى الوسائل البديلة والإدارية من أجل كل هذا نقترح ما يلي:

- ✓ ادخال المشرع الجزائي تعديلات على قانون العلامات لمواجهة ظاهرة التعدي عليها في شبكة الانترنت.
- ✓ تدريس كليات الحقوق للمواد المتعلقة بالتجارة الإلكترونية ومنح أهمية لهذا الموضوع.
- ✓ منح فرصة للقضاة لحضور ورشات عمل وندوات تساعد على الالمام بالمسائل التقنية والفنية المرتبطة بأسماء النطاق كورشات العمل التي تعقدها المنظمة العالمية للملكية الفكرية.
- ✓ تدريب المحامين على تحرير الشكاوى التي ترفع أمام الهيئات المتخصصة لفض النزاعات.
- ✓ تفعيل جهود المنظمة العالمية للملكية الفكرية لتوحيد كل الاجراءات المتعلقة بأسماء النطاق.

¹حواس فتحة، مرجع سابق، ص 316.

✓ تبني الدول للإجراء الإداري الذي اعتمده هيئة الأيكان لفض النزاعات بين العلامات وأسماء النطاق.

قائمة المراجع:

أولاً: باللغة العربية

أ. الكتب:

1. فاتن حسين حوى، المواقع الإلكترونية وحقوق الملكية الفكرية، الطبعة الأولى، دار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان، 2010

2. شريف محمد غنام، حماية العلامات التجارية عبر الانترنت في علاقتها بالعنوان الإلكتروني، د.ط، دار الجامعة الجديدة للنشر الإسكندرية، 2007.

3. عبد الله عبد الكريم عبد الله، الحماية القانونية لحقوق الملكية الفكرية على شبكة الانترنت، د.ط، دار الجامعة الجديدة للنشر، الاسكندرية، 2007

4. صلاح زين الدين، الملكية الصناعية والتجارية، د.ط، مكتبة دار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان، 2007

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

6. فرحة زراوي صالح، الكامل في القانون التجاري الجزائري، المحل التجاري والحقوق الفكرية، القسم الثاني، الحقوق الفكرية، حقوق الملكية الصناعية والتجارية، حقوق الملكية الأدبية والفنية، د.ط، ابن خلدون للنشر والتوزيع، الجزائر، 1998.

ب. الرسائل الجامعية:

1. حواس فتحية، حماية المصنفات الرقمية وأسماء النطاقات على شبكة الانترنت، أطروحة لنيل شهادة دكتوراه علوم في القانون الخاص، فرع ملكية فكرية، جامعة الجزائر 1، كلية الحقوق، 2016-2017.

ت. المقالات:

1. سباح محمدي «منازعات العلامات التجارية وأسماء المواقع»، مجلة الباحث للدراسات الأكاديمية، جامعة باتنة، عدد 7، سبتمبر 2015.

2. يشوي ليندة «الإشكالات القانونية الناشئة عن استعمال أسماء المواقع»، المجلة الجزائرية للعلوم القانونية، الاقتصادية والسياسية، جامعة الجزائر، عدد 03، 2009.

3. كوثر مازوني، «الحماية القانونية للعلامة التجارية عبر الشبكة الرقمية في علاقتها مع أسماء الدومين»،
المجلة الجزائرية للعلوم القانونية، الاقتصادية والسياسية، جامعة الجزائر، عدد 03، 2008.
4. رامي محمد علوان «المنازعات حول العلامات التجارية وأسماء مواقع الانترنت»، مجلة الشريعة والقانون،
الإمارات العربية المتحدة، عدد22، جانفي 2005

ث. أبحاث وأوراق عمل:

1. محمد حسام لطفي، المشكلات القانونية في مجال المعلوماتية: خواطر وتأملات، بحث مقدم إلى مؤتمر
تحديات حماية الملكية الفكرية، من منظور عربي ودولي، في الفترة 21 و22 و23 أكتوبر 1997، القاهرة.
2. اسعد فاطمة «دور المنظمة العالمية للملكية الفكرية في حل النزاع بين العلامات وأسماء النطاق»،
مداخلة في إطار ملتقى وطني حول الملكية الفكرية بين مقتضيات العولمة وتحديات التنمية، يومي 28 و29 أبريل
2013، جامعة عبد الرحمان ميرة، كلية الحقوق والعلوم السياسية، بجاية.

ج. النصوص القانونية:

1. أمر رقم 03_06 المتعلق بالعلامات، مؤرخ في 19 جويلية 2003، ج ر ج ج، عدد44، صادر
2003_07_23

ثانيا: باللغة الفرنسية:

- 1.De Bouchony Alain, La contrefaçon, que sais-je ?, Puf, paris, 2006.
- 2.FERAL SCHUCLE Christiane, Cyber droit, le droit à l'épreuve de l'internet, 3^{eme} éd, Dalloz,
paris, 2002.
- 3.D'ABZAC Marie, L'usage illicite des marques sur internet, mémoire pour le diplôme d'étude
supérieure spécialisée de propriété industrielle, université panthéon- Assas (paris), 2004.