

## الفهرس

الموضوع	الصفحة
مقدمة .....	1
الفصل الأول: البعد التنازعي بين العلامات وأسماء النطاق .....	4
المبحث الأول: لمحة عن العلامات التجارية وأسماء النطاق .....	4
المطلب الأول: المقصود بالعلامة التجارية.....	4
الفرع الأول: تعريف العلامة التجارية .....	5
أولاً: التعريف التشريعي للعلامات التجارية .....	5
ثانياً: التعريفات الفقهية.....	7
الفرع الثاني: أنواع العلامات التجارية .....	8
أولاً: العلامات التجارية والصناعية والخدمة .....	8
ثانياً: العلامات الفردية والجماعية.....	9
ثالثاً: العلامة المحلية والعلامة المشهورة .....	9
الفرع الثالث: شروط العلامة التجارية .....	10
أولاً: الشروط الموضوعية.....	10
ثانياً: الشروط الشكلية.....	12
المطلب الثاني: المقصود بأسماء النطاق .....	14
الفرع الأول: تعريف اسم النطاق .....	15
الفرع الثاني: أنواع أسماء النطاق .....	17

- أولاً: أسماء النطاق العليا العامة ..... 17
- ثانياً: - أسماء النطاق الوطنية ..... 18
- الفرع الثالث: شروط أسماء النطاق ..... 18
- أولاً: يجب أن يكون اسم النطاق مميزاً ..... 18
- ثانياً: يجب أن لا يمس اسم النطاق بحقوق الغير ..... 19
- ثالثاً: يجب أن يكون اسم النطاق مشروعاً ..... 19
- المبحث الثاني: أسباب وصور التنازع بين العلامات وأسماء النطاق ..... 20
- المطلب الأول: أسباب التنازع بين العلامات وأسماء النطاق ..... 20
- الفرع الأول: مبدأ الأسبقية ..... 20
- الفرع الثاني: مبدأ التخصص ..... 23
- الفرع الثالث: مبدأ الإقليمية ..... 24
- الفرع الرابع: شهرة العلامات ..... 26
- المطلب الثاني: صور التنازع بين العلامات وأسماء النطاق ..... 26
- الفرع الأول: تسجيل اسم نطاق متطابق مع علامة تجارية ..... 26
- الفرع الثاني: تسجيل اسم نطاق متشابه مع علامة تجارية ..... 28
- الفرع الثالث: إحتواء اسم نطاق على عبارة تحقيرية لعلامة تجارية ..... 29
- الفرع الرابع: تسجيل علامة تجارية عائدة للغير كاسم نطاق عند امتناع المسجل تجديد اسم تسجيله ..... 31
- الفرع الخامس: تسجيل اسم نطاق يحتوي على علامة شركة منافسة ..... 32

34	الفصل الثاني:أساليب تسوية النزاعات القائمة بين العلامات وأسماء النطاق
35	المبحث الأول:التسوية الودية بناء على قواعد المنظمة العالمية للملكية الفكرية
36	المطلب الأول:مساعي المنظمة العالمية للملكية الفكرية في حل النزاعات الخاصة بأسماء النطاق الوطنية
36	الفرع الأول:إعداد برنامج لإدارة أسماء النطاق الوطنية
37	الفرع الثاني: وضع مبادئ واجبة المراعاة من طرف الهيئات المكلفة بالتسجيل
37	أولاً: عقود تسجيل أسماء النطاق الوطنية
38	ثانياً: البيانات الخاصة بمسجل اسم النطاق
38	ثالثاً: الطرق البديلة لتسوية النزاعات
39	المطلب الثاني:مساعي المنظمة العالمية للملكية الفكرية في حل النزاعات الخاصة بأسماء النطاق الدولية
40	الفرع الأول:السياسة الموحدة لتسوية نزاعات أسماء النطاق
39	أولاً: مجال تطبيق السياسة لتسوية نزاعات أسماء النطاق
41	ثانياً: شروط تطبيق السياسة الموحدة
44	ثالثاً: سريان السياسة الموحدة وانقضاءها
47	الفرع الثاني:التحكيم
48	أولاً: التحكيم العادي
48	ثانياً:التحكيم السريع
49	ثالثاً: اللجوء إلى مركز التحكيم
49	الفرع الثالث:الوساطة
49	أولاً: - مراحل الوساطة

50	.....ثانيا: قواعد الوساطة لدى المنظمة العالمية للملكية الفكرية
52	المبحث الثاني:تسوية النزاعات بين العلامات وأسماء النطاق بناء على القوانين الداخلية للعلامات
52	.....المطلب الأول:دور القوانين العامة في حل النزاعات بين العلامات وأسماء النطاق
53	.....الفرع الأول:الدعوى القضائية العامة التي يجوز رفعها
53	.....أولاً: دعوى التقليد
55	.....ثانيا: دعوى المنافسة غير المشروعة
56	.....الفرع الثاني:الجزاءات الموقعة إستنادا إلى الدعوى القضائية العامة
57	.....أولاً: وقف إستخدام اسم النطاق
57	.....ثانيا: - إلغاء أو نقل اسم النطاق
57	.....ثالثاً: التعويض
58	.....رابعاً: نشر الحكم بالإدانة
	المطلب الثاني:تبني بعض التشريعات لقواعد قانونية خاصة من أجل مواجهة تنازع العلامات مع أسماء
59	.....النطاق
59	.....الفرع الأول:القانون الأمريكي لحماية المستهلك من القرصنة الإلكترونية
61	.....الفرع الثاني: القانون المصري للتجارة الإلكترونية
63	.....خاتمة
66	.....قائمة المراجع



أولاً: باللغة العربية

أ: الكتب

- 1- أحمد محمد محرز، الحق في المنافسة المشروعة (في مجالات النشاط الاقتصادي - الصناعة-التجارة - الخدمات)، ددن، مصر 1994.
- 2- الناشر أنطوان ، الإعلانات والعلامات التجارية بين القانون والاجتهاد (دراسة تحليلية)، منشورات الحلبي الحقوقية، لبنان، 1999.
- 3- القيلوبي سميحة، الملكية الصناعية، الطبعة الخامسة، دار النهضة العربية، مصر، 2005.
- 4- حفيظة السيد الحد، الموجز في النظرية العامة في التحكيم التجاري الدولي، منشورات الحلبي الحقوقية، لبنان، 2007.
- 5- حمادي زوبير، الحماية القانونية للعلامات التجارية، منشورات الحلبي الحقوقية، لبنان، 2011.
- 6- خالد ممدوح إبراهيم أمن مراسلات البريد الإلكتروني، الدار الجماعية للنشر، مصر، 2008.
- 7- زين الدين صلاح، شرح التشريعات الصناعية والتجارية، دار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2005.
- 8- عامر محمود الكسواني، التزوير المعلوماتي للعلامة التجارية، دار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2010.
- 9- عبد العزيز بن صقر الغامدي وآخرون، حقوق الملكية الفكرية، مركز الدراسات والبحوث، السعودية، 2004.
- 10- عبد الفتاح بيومي حجازي، التجارة الإلكترونية في القانون العربي النموذجي لمكافحة جرائم الكمبيوتر والانترنت، دار الكتب القانونية، مصر، 2007 .
- 11- عبد الله حسين الخرشوم، الوجيز في حقوق الملكية الصناعية والتجارية، دار وائل للنشر، الأردن، 2005.
- 12- شريف محمد غنام، حماية العلامة التجارية عبر الانترنت في علاقتها بالعنوان الإلكتروني، دار الجامعة الجديدة للنشر، مصر، 2007.

- 13- شريقي نسرين ،حماية حقوق الملكية الفكرية في القانون الجزائري، دار بلقيس للنشر، الجزائر.2013.
- 14-فاضلي إدريس، المدخل إلى الملكية الفكرية:الملكية الأدبية و الفنية و الصناعية، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر.2004.
- 15-فرحة زراوي صالح، الكامل في القانون التجاري الجزائري، الجزء الثاني: الحقوق الفكرية، حقوق الملكية الأدبية والفنية، ابن خلدون للنشر والتوزيع، الجزائر،2001.
- 16- كوثر مازوني، الشبكة الرقمية وعلاقتها بالملكية الفكرية، دار هوم، الجزائر، 2008.
- 17-محمد حسنين، الوجيز في الملكية الفكرية، المؤسسة الوطنية للكتاب، الجزائر،1985.

#### ب: المذكرات الجامعية

- 1-بوديسة كريم، التحكيم الإلكتروني كوسيلة لتسوية منازعات عقود التجارة الإلكترونية، مذكرة ماجستير، كلية الحقوق، جامعة مولود معمري تيزي وزو 2012.
- 2-حقااص صونية، حماية الملكية الفكرية الأدبية والفنية في البيئة الرقمية في ظل التشريع الجزائري، مذكرة ماجستير، كلية الحقوق، جامعة منتوري، قسنطينة، 2012.
- 3-رجاء نظام حافظ بني شمس، الإطار القانوني للتحكيم الإلكتروني، دراسة مقارنة، مذكرة ماجستير، كلية الدراسات العليا، جامعة النجاح الوطنية، فلسطين، 2009.
- 4-سوفالو آمال، حماية العلامة التجارية المشهورة بين التشريع الجزائري والإتفاقيات الدولية، مذكرة ماجستير، كلية الحقوق والعلوم الإدارية بن عكنون، الجزائر، 2005.
- 5-لعوارم وهيبية، جريمة تقليد العلامة التجارية في ظل التشريع الجزائري، مذكرة ماجستير، كلية الحقوق جامعة عنابة، 2005.
- 6-بلخير حنان، شنة أسماء، الحماية القضائية للعلامات، مذكرة ماستر، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة عبد الرحمان ميرة، بجاية 2012.
- 7-بن ثابت رضا، دعوى المنافسة غير المشروعة (دراسة مقارنة بين القانون الجزائري والتجربة الفرنسية)، مذكرة ماستر، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة عبد الرحمان ميرة، بجاية 2013.

- 8-حبوب بديعة، شيهب صارة، حماية العلامة التجارية على شبكة الانترنت، مذكرة ماستر، كلية الحقوق، جامعة عبد الرحمان ميرة بجاية 2012.
- 9-مباركي صبرينة، يحيوي نصيرة، النظام القانوني للعلامة ذائعة الشهرة، مذكرة ماستر، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة عبد الرحمان ميرة، بجاية 2014.
- 10-فلل سميرة، المنافسة غير المشروعة وحقوق الملكية الصناعية، مذكرة ماستر، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة عبد الرحمان ميرة، بجاية 2012.
- 11-نايت أعر علي، الملكية الفكرية في إطار التجارة الإلكترونية، مذكرة ماستر، كلية الحقوق، جامعة ملود معمري، تيزي وزو، 2014.

#### ج:المقالات العلمية

- 1-حمادي زويير،«التحكيم في مادة الملكية الفكرية:مركزالتحكيم والوساطة على مستوى المنظمة العالمية للملكية الفكرية أنموذجا»،المجلة الأكاديمية للبحث القانوني،العدد2،جامعة عبد الرحمان ميرة بجاية، 2013،ص ص.112-131.
- 2-حوحو رمزي، زاوي كاهنة،«التنظيم القانوني للعلامات في التشريع الجزائري»، مجلة المنتدى القانوني، العدد 5، جامعة محمد خيضر، بسكرة، مارس 2004،ص ص.30-47.
- 3-خالد التلاحمة، «النزاعات بين العلامات التجارية وأسماء التجارية وأسماء النطاق على شبكة الانترنت»، مجلة جامعة النجاح للأبحاث (العلوم الإنسانية)،العدد 19،الشارقة، 2005،ص ص.560-579.
- 4-رامي محمد علوان، «المنازعات حول العلامات التجارية وأسماء مواقع الانترنت»، مجلة الشريعة والقانون، العدد22،جامعة الإمارات العربية المتحدة، السعودية، ، جانفي 2005، ص ص.239-327.
- 5-عدنان إبراهيم سرحان «أسماء النطاق على الشبكة العالمية للمعلومات»، مجلة الشريعة والقانون، العدد 5، جانفي 2006، ص ص.289-371.

- 6- كحول وليد «جريمة تقليد العلامات في التشريع الجزائري» مجلة المفكر، العدد 11، جامعة خيضر، بسكرة، فيفري 2007، ص ص 476-492.
- 7- نهى خالد عيسى، «العلامة التجارية المشهورة (دراسة مقارنة)»، مجلة جامعة بابل للعلوم الإنسانية، المجلد 31، العدد 1، العراق 2013، ص ص 41-64.

#### د: المداخلات

- 1- اسعد فاطمة، «دور المنظمة العالمية للملكية الفكرية في حل النزاعات بين العلامات وأسماء النطاق»، ملتقى وطني حول الملكية الفكرية بين مقتضيات العولمة وتحديات التنمية، جامعة عبد الرحمان ميرة، بجاية 28 و 29 أبريل 2013، ص ص 404-415.

#### هـ: النصوص القانونية

- 1- أمر رقم 66-57 المؤرخ في 19 مارس 1966، المتعلق بعلامات المصنع والعلامات التجارية، ج. ر. ج. ج عدد 23 مؤرخة في 22 مارس 1966 (ملغى).
- 2- أمر 03-06، المؤرخ في 19 جويلية 2003، المتعلق بالعلامات، ج. ر. ج. ج عدد 44، مؤرخة في 23 جويلية 2003.
- 3- قانون رقم 04-02 مؤرخ في 23 يونيو سنة 2004، يحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية، ج. ر. ج. ج عدد 41، بتاريخ 27 جوان 2004، المعدل والمتمم بالقانون رقم 10-06 المؤرخ في 15 أوت 2010، ج. ر. ج. ج عدد بتاريخ 28 أوت 2010.
- 4- مرسوم تنفيذي رقم 98-68 مؤرخ في 21 فيفري 1998 يتضمن إنشاء المعهد الوطني الجزائري للملكية الصناعية وقانون الأساسي، ج. ر. ج. ج، العدد 11، بتاريخ 1 مارس 1998.
- 5- مرسوم تنفيذي رقم 05-277 مؤرخ في 2 أوت 2005، يتضمن كفاءات إيداع العلامات وتسجيلها، ج. ر. ج. ج، العدد 54، بتاريخ 07 أوت 2005، معدل ومتمم بالمرسوم التنفيذي رقم 08-346 المؤرخ في 26 أكتوبر 2008، ج. ر. ج. ج، العدد 63 بتاريخ 16 نوفمبر 2008.

ي: الجرائد اليومية

- 1- إبراهيم المعمرى، حماية العلامة التجارية تتأثر بشكل كبير بالانتشار الانترنت، الجريدة الإلكترونية الزمن، 7 مارس 2014، أنظر الموقع <http://www.azamn.com>

ر: المواقع الإلكترونية

- 1-[http://www.wipo.int/wipolex/ar/text.jsp?file\\_id=179474](http://www.wipo.int/wipolex/ar/text.jsp?file_id=179474)  
2-[www.wikisource.org](http://www.wikisource.org)  
3-[WWW.JCDR.com](http://WWW.JCDR.com)

ثانيا: باللغة الفرنسية

**A –Ouvrages**

- 1- BLAISE Bernard, HERTJEAN Jérôme, Commerce électronique et Code de commerce, France.  
2-BORNE Chloé, Livre blanc sur les noms de domaine et les marques, Edition VIADUC, France, 2011.  
3-EGENIE Marie, Droit des marques et Noms de domaine, France, 2005.  
4-HAROUN Ali, La protection de la Marque au Maghreb, OPU, Alger, 1979.

**B–Articles**

- 1-CHAVANNE Albert,«propriété industrielle», Revue trimestrielle de droit commercial, N° 2, paris, avril- juin, 1991,p p.165-201.  
2-GILLIERON Philipe, « Noms de domaine, protection et résolution des conflits par la voie judiciaire» , Université de Lausanne, Suisse, 2012,p p. 1-49.

3-VERKADE (D.W.A),« de nouveaux types des marques une contribution des pays des Benelux», PIBD,N° 715,2001,p p.1-53.

## ملخص المذكرة

تطورت التجارة الدولية في الآونة الأخيرة في مجال الإعلان والتسويق باستخدام شبكة الأنترنت التي لا تعترف بالحدود الإقليمية، وهذا عن طريق تسجيل العلامات التجارية كأسماء نطاق من طرف مالك العلامة لعرض المنتجات والخدمات.

وفي هذا الصدد تكون حالة التنازع بين العلامات وأسماء النطاق بسبب تعدي هذا الأخير على العلامات التجارية، بتسجيل أسماء نطاق مطابقة أو مشابهة لها من طرف شخص أو شركة دون حق مشروع على العلامات التجارية بغرض إحداث الخلط ولللبس لدى العملاء أو تحقيق أرباح مالية بسبب بيع اسم نطاق.

ولتسوية النزاعات بين العلامات وأسماء النطاق، بادرت المنظمة العلمية للملكية الفكرية بإقتراح الحلول الملائمة، وإجبار مسجلي أسماء النطاق ومالكي العلامات على قبول إجراءات السياسة الموحدة لتسوية النزاعات، وكذلك حصرت المنظمة لمالك العلامة التجارية شروط يجب إثباتها لإسترجاع اسم نطاق المحتوي على علامته التجارية.

أما بالنسبة للقوانين الداخلية، بادرت بعض الدول في سن قوانين خاصة بالتجارة الإلكترونية وعلى سبيل المثال الولايات المتحدة الأمريكية التي أصدرت قانون خاص لحماية المستهلك من القرصنة الإلكترونية، وكذلك مصر التي سعت إلى توفير حماية قانونية عن طريق القانون المصري الخاص بالتجارة الإلكترونية.

## Résumer du mémoire

Le commerce international s'est développé ces derniers temps dans le domaine de la publicité et du marketing en utilisant le réseau Internet, qui ne reconnaît pas les frontières territoriales, et ce à travers l'enregistrement de marques comme noms de domaine par le propriétaire des produits et services d'affichage de marque.

A cet égard les cas de conflits entre les marques et les noms de domaine sont dus à l'empiètement de ce dernier sur la marques, l'enregistrement des identiques ou noms similaires de domaine par la personne ou la société sans droit légitime de la marque, dans le but de créer de confusion chez les clients ou réaliser des gains financiers en raison de la vente de nom de domaine.

Pour régler les conflits entre les marques et les noms de domaine l'organisation internationale de la propriété intellectuelle a pris l'initiative en proposant des solutions adéquates et forcer les bureaux d'enregistrement de noms de domaine et les propriétaires de marque à accepter L'UDRP pour régler les différends. L'organisation a également posé aux propriétaires des marques des conditions qu'ils doivent prouver pour récupérer un nom de domaine contenant la marque .

S'agissant des lois nationale certains Etats ont pris l'initiative à l'ère de l'E-commerce d'adopter des textes spéciaux, et c'est ainsi que l'USA a promulgué une loi spéciale pour la protection des consommateurs contre le piratage informatique, c'est également le cas de l'Egypte qui a cherché à apporter une protection juridique par une lois relatif à L'e-commerce.

