

مجلة العلوم القانونية والاجتماعية

Journal of legal and social studies

Issn: 2507-7333

Eissn: 2676-1742

مساهمة حقوق الملكية الفكرية في تنمية الاقتصاد الرياضي

The contribution of intellectual property rights to the development of the sports economy.

نوارى طارق^{1*}، بلحاج نصيرة²

¹ جامعة يحيى فارس-المدينة (الجزائر) nouari-tarek@univ-medea.dz

مخبر السيادة والعولمة

² جامعة يحيى فارس-المدينة (الجزائر) belhadjnacera5@gmail.com

مخبر السيادة والعولمة

تاريخ النشر: 2024/06/01

تاريخ القبول: 2024/05/01

تاريخ ارسال المقال: 2024/03/03

* المؤلف المرسل

الملخص:

تكمن أهمية الملكية الفكرية في الاقتصاد والأعمال، حيث تستثمر الشركات جهودًا كبيرة في تطوير وحماية علاماتها التجارية وبراءات اختراعها، وهي ليست مقتصرة على المنتجات الصناعية فقط بل تمتد لتشمل الأندية الرياضية ومجال الرياضة، وتلعب حقوق الملكية الفكرية، سواء كانت صناعية أو أدبية وفنية، دورًا بارزًا في تحقيق أهداف التنمية العامة والاقتصادية بشكل خاص. يظهر تأثير حقوق الملكية الصناعية بوضوح في المجال الرياضي، حيث تسهم في دعم الابتكار والإبداع، وتعزز التنمية الاقتصادية من خلال استمرار المحترفين كـرأس المال بشري، وتجذب الاستثمار، وتعزز إنتاج السلع وتحسين الخدمات. ولحقوق البث الرياضي للتظاهرات الرياضية أهمية كبيرة من أجلها يبذل أصحاب الحقوق أقصى ما في وسعهم لحماية حقوقهم واستثمارهم في المجال الرياضي.

كلمات مفتاحية: العلامة التجارية الرياضة، الملكية الفكرية، صناعة الرياضة، حقوق البث الاداعي

Abstract :

The importance of intellectual property lies in the economy and business, as companies invest great efforts in developing and protecting their trademarks, patents and it is not limited to industrial products only, but extends to sports clubs and sports field. Intellectual property rights, whether industrial or literary and artistic, play a prominent role in achieving public and economic development goals in particular. The impact of industrial property rights is clearly visible in the sports field, as it contributes to supporting innovation and creativity, promotes economic development through the continuation of professionals as human capital, attracts investment, promotes the production of goods and improves services. The rights to sports broadcasting of sports events are of great importance for which rights holders do their utmost to protect their rights and investment in the sports field.

Keywords: Sports branding, intellectual property, sports industry, broadcasting rights.

مقدمة:

إن رؤية الجماهير العاشقة للرياضة متوجهة إلى الفضاءات الرياضية، مرتدين ما يدل على انتمائهم وحبهم لفريق أو نادي أو لاعب معين من قمصان وقبعات وأوشحة وغيرها، يعتبر من قبيل زيادة التشهير والإشهار لهؤلاء، أو ما يمثل طريقا من طرق دعم النظام العالمي للملكية الفكرية الرياضية، التي باتت تشكل محركا اقتصاديا يمثل الملايير من الدولارات الأمريكية، الذي يجعل من فرص العمل متاحا في شتى أنحاء العالم.¹

إن المتتبع لتاريخ تطور الرياضة، يلحظ أنها بدأت في شكل بسيط، جل ممارستها من طبقة الفقراء، لكن مع مضي الزمن، وتغير وجهة النظر إليها، لم تعد مجرد وسيلة للترفيه أو التنافس في معناه البسيط، والذي لا يحتاج إلى كبير تأطير وتنظيم، فضلا عن الدعم المالي اليسير، بل أضحت الرياضة تمثل منظومة قائمة بذاتها يجمع لها الخبراء والمتخصصون، بل ويدعمها أرباب المال وكبرى الشركات، التي منها من تخصصت في هذا المجال (الاقتصاد الرياضي)، مما جعل العلامة التجارية لأنديةها تقدر بالمليارات، كما تقوم بإبرام الصفقات بمبالغ مالية تقدر بعشرات أو مئات ملايين الدولارات، الأمر الذي انعكس بشكل مباشر على الاقتصاديات الوطنية وكذا الدولية.

الرياضة المعاصرة التي استحوذت عليها كبرى الشركات الوطنية والعالمية، ويستثمر فيها أثرى الأثرياء لما تحقق من مكاسب مالية كبرى، شكلت عامل جذب للمستثمرين والممولين، من خلال التداول والتجارة في الحصص والأسهم الخاصة بالشركات الرياضية، إلى جانب التعاقدات المتعلقة بالرعاية والدعم والتسويق وحقوق البث الإذاعي الرياضي والمشاهدة وكل ما هو مرتبط بصناعة الرياضة والسلع الخاصة بها، ما جعل من الشركات المتعددة الجنسيات تنخرط في تنظيم المنافسات الرياضية و الأحداث الرياضية وتجعلها من صلب اهتماماتها. فعالم الرياضة اليوم بات يمثل مجالا ومصدرا هاما لحركة أموال طائلة تضاهي ميزانياتها ميزانيات دولة أو مجموع دول.²

مما لاشك فيه أن موضوع المقال من الأهمية بمكان، كونه يعرض لمسألة جوهرية في مجال الاقتصاد الرياضي، من حيث مساهمة الملكية الفكرية بفروعها المختلفة في ترقية الصناعة الرياضية، ذلك أن الرياضة وفق المنظور المعاصر تمثل صناعة عالمية تقوم على أسس علمية دقيقة، كما تعتمد على منظومة تشريعية حاكمة لها، تأتي في طليعتها حقوق الملكية الفكرية، التي تركز على ما ينتجه العقل البشري من الإبداعات والابتكارات، وتؤدي الملكية الفكرية دورا مهما في مختلف مناحي الحياة؛ الاقتصادية، الاجتماعية والثقافية... وهو ما جعلها محل اعتناء العديد من النظم القانونية الدولية منها والوطنية كاتفاقية باريس لحماية الملكية الفكرية الصناعية التي كانت عام 1883، واتفاقية برن الدولية لحماية الملكية الأدبية والفنية المبرمه سنة 1886، التي أنظمت إليها الجزائر، بالإضافة إلى قوانينها

الخاصة بالملكية الفكرية ونشير للأمر رقم: 05/03 المتعلق بحقوق المؤلف والحقوق المجاورة والامر رقم: 07/03 المتعلق ببراءات الاختراع والامر رقم: 06/03 المتعلق بالعلامات التجارية.

وعليه، تستهدف هذه المقالة، الإجابة عن الإشكالية التالية:

ماهي مظاهر مساهمة حقوق الملكية الفكرية في تنمية وتطوير الاستثمار في مجال الاقتصاد الرياضي عموماً، والصناعة الرياضية خصوصاً؟

للإجابة عن هذه الإشكالية، نقترح أن تتم دراسة الموضوع من خلال معالجة العناصر البحثية الآتية:

حقوق الملكية الصناعية المرتبطة بالعلامة الرياضية التجارية وبراءات الاختراع والتصاميم الصناعية (المبحث الأول)، والحقوق المجاورة المتمثلة في حقوق البث الرياضي في (المبحث الثاني) التي تدخل ضمن حقوق الملكية الفنية والأدبية.

المبحث الأول: حقوق الملكية الصناعية واستثمارها في الرياضة

سوف أتعرض في الجزء الأول من هذه الدراسة للعلامات التجارية الرياضية ودورها في صناعة الرياضة (المطلب الأول) والجزء الثاني لبراءات الاختراع والتصاميم الصناعية في تحقيق الرعاية والتسويق للأحداث الرياضية (المطلب الثاني)

المطلب الأول: العلامات التجارية الرياضية ودورها في صناعة الرياضة

العلامة التجارية باعتبارها "كل إشارة تميز جميع السلع أو الخدمات التي تنتجها أي مؤسسة من المؤسسات عن تلك التي تنتجها أو تستخدمها مؤسسات أخرى"، شهدت تطوراً بمرور الزمن إلى أن استقرت على ما هي عليه اليوم، فأخذت تبعاً لذلك أشكالاً عديدة، كما تطورت القوانين التي تحكمها تدريجياً، وهو أمر تقتضيه أهمية وضرورة العلامات التجارية في عالم المال والأعمال الذي تشهده اقتصاديات العالم، وهو ما يظهر جلياً من خلال ما تبذله كبرى الشركات من مبالغ طائلة، استغرقت الوقت الطويل، والجهد الوافر في سبيل تطوير العلامة التجارية الخاصة بها.³

وقد نص المشرع الجزائري في المادة 2 الأمر رقم 06/03 المتعلق بالعلامات التجارية⁴، فالناظر في التعريف الذي أورده المشرع الجزائري للعلامة، يلحظ أنه إنما يشمل جميع أنواع العلامات بما فيها علامات السلع والخدمات،

كما يشمل جميع الأشكال التي يمكن أن تأخذها العلامة كالمجسمات والحروف البارزة والأشكال المميزة. كما يؤخذ عليه أنه اشترط أن تحدد العلامة التجارية برموز قابلة للتمثيل الخطي؛ بأن تكون مدركة بالنظر.⁵

فقد حاول المشرع الجزائري من الأمر 03-06 المؤرخ في 2003/07/19 المتعلق بالعلامات الإحاطة بكل ما يتعلق بالعلامات التجارية وحمايتها من كل اعتداء وتقليد .

فجميع أنواع الإشارات جوائز استخدامها كعلامة تجارية؛ من إشارات مجسمة ثلاثية الأبعاد وألوان وصور وأرقام ورموز وكلمات وحروف ، وبمجرد أن يتوفر فيها صفتي التميز والابتكار وتسجيلها، تصبح متمتعة بالحماية القانونية المقررة لها بموجب قوانين الملكية الفكرية، ويكون كل تقليد لعلامة تجارية مسجلة أو مستخدمة من الغير قصد الغش ، أو تكون في مواجهة تاجر آخر عبر منافسة غير مشروعة لها، يعتبر جريمة يعاقب عليها القانون.⁶

وبالرجوع إلى المنظومة التشريعية العالمية، نجد أنها زاخرة بالعديد من المعاهدات، التي بلغت ما يزيد عن 25 معاهدة دولية كلها تتمحور حول الملكية الفكرية بشقيها الأدبي والصناعي ، وهذا ضمن إدارة المنظمة العالمية الخاصة بالملكية الفكرية "الوايو" التي تقوم بعمل رائد قصد تأسيس نظام متناغم ومؤثر في هذا السياق، يحفز على الإبداع وحماية الاختراع ويضمن حقوق أصحاب الملكية الفكرية والمخترعين والمبتكرين المبدعين عبر كافة أنحاء العالم.⁷

إن حماية الملكية الفكرية وبالأخص العلامة التجارية تكون بالنظر لقيمتها الاقتصادية، فوظائفها التي تؤديها في النشاط الاقتصادي والتجاري يعتبر وسيلة لتحديد مصدر المنتجات من سلع وخدمات وضمان مستوى الجودة، وتمييزها عن غيرها من العلامات الأخرى، وهي وسيلة للتسويق والدعاية للمنتجات، من حيث كونها وسيلة لتحقيق المنافسة المشروعة في الأسواق بين مختلف المشاريع.⁸

إن الحياة الرياضية وكغيرها من المجالات الاقتصادية الأخرى لعبت العلامات التجارية فيها دورا هاما، إذ تعد وسيلة اتصال بين مالك العلامة ومستهلك الخدمات الذي غالبا ما ينظر إلى العلامة التي تميز الخدمة قبل أن يقرر استهلاك هذه الخدمة سواء تعلق الأمر بألبسة رياضية بشعار النادي أو غيرها من الخدمات، لأن شهرة وسمعة العلامة تعني الجودة أو توافر الصفات التي يريدها في المنتج، إن المقلدين والمزورين ومزاوي المنافسة غير النزينة يحاولون استغلال العلامة لما لها من قيمة اقتصادية ومالية، حيث ظهرت العديد من الأكاديميات تحمل اسم أندية أوربية مثل برشلونة وريال مدريد وميلان ويوفنتوس وكثير منها يستغل أسماء هذه الأندية فقط ولا يكون للنادي أي علاقة باللاعبين، ولنا مثال عن ذلك في الجزائر، حيث أطلق صاحب مقهى تسمية ايسي ميلان مقلدا للعلامة الرياضية وشعار النادي الايطالي فأجبرت إدارة النادي مراسلته وأمرته بنزع التسمية فوراً.⁹

العلامة التجارية الرياضية هي عنوان مميز للفرق الرياضية والاتحادات والبطولات، وتُستغل تجارياً لتعزيز أنشطتها، على أنه تتوقف قوة العلامة التجارية الرياضية على حجم الداعمين والمشجعين لها. كما تتوقف أيضاً على عوامل أخرى منها: ارتباط العلامة التجارية بعلامات تجارية أخرى لمنتجات استهلاكية ذات سمعة عالية في السوق الاستهلاكي وهذا ما عرفها به أدموري وستايني. فالعلامات التجارية لم تعد مقصورة على المنتجات الصناعية فقط، بل أنها تمتد لتشمل الاسم ذو القيمة التجارية للأندية والمؤسسات الرياضية، حيث تتبع هذه القيمة التجارية من قدرة تلك الأندية والمؤسسات على التسويق والترويج لمنتجات لا تنتجها ولكنها ترتبط بصورة أو بأخرى بعلامتها التجارية الخاصة.¹⁰

هذا تتميز العلامة التجارية للنادي الرياضي بأبعاد قيمة تحدد طابعها وتأثيرها. يبرز الولاء العميق الذي يظهر للعلامة التجارية، جنباً إلى جنب مع الوعي الشامل بالعلامة والصورة الذهنية الإيجابية المرتبطة بها. يسهم تقديم جودة مدركة للعلامة التجارية في تعزيز تجربة الداعمين والمشجعين، مكونةً جزءاً أساسياً من روح النادي وشعوره بالهوية الفريدة.¹¹

وتبرز أهمية الولاء للعلامة التجارية في تخفيض التكاليف التسويقية، ذلك أن ارتفاع ولاء الزبائن للعلامة التجارية الرياضية يسهل الاحتفاظ بهم، وتكون تكلفة الاحتفاظ أقل بكثير من تكلفة جذب زبائن جدد، ويمثل ولاء الزبائن للعلامة التجارية عائفاً كبيراً أمام دخول المنافسين، لأن تكلفة جذب الزبائن - كما أسلفنا - وتغيير ولائهم غالباً ما تكون مرتفعة.¹²

إن العلامة التجارية الرياضية والشعار الذي يمثل الأندية الرياضية، يعتبر أصلاً هاماً من الأصول التي تمتلكها، فيجب الاهتمام بإدارتها ووضع أهداف للعلامة التجارية وتعظيم مساهمتها من خلال مصادرها المختلفة. بمعنى رفع مستوى الوعي بالعلامة والحفاظ على حقوق الهيئة المالكة لهذه العلامة التجارية، حيث أن رفع مستوى إدراك العملاء لجودة منتجات العلامة تكون صورة ذهنية إيجابية عن العلامة التجارية للمؤسسة وترفع مستوى الولاء للعلامة وبوجود علامات قوية في السوق تحقق ميزة تنافسية، وهذا في ظل التحديات التي يمر بها الاقتصاد العالمي والمحلي وعليه كان لزاماً على التشريعات والقوانين أن تواكب ظروف السوق العالمية والمحلية لتكون العلامة التجارية من أهم مصادر التمويل الذاتي للرياضة.¹³

تأسيساً على ما تقدم، فإن قيمة العلامة التجارية تؤخذ بمنظورين مختلفين وهما: القيمة المالية للعلامة التجارية، وقيمة العلامة التجارية القائمة على العملاء. وفي هذا السياق وفي تقريرها السنوي الحادي عشر أصدرت شركة "براند فايننس" للعلامات التجارية لأندية كرة القدم تقييماً خاص بالعلامات التجارية للأندية سنة 2019، فيصنفها

بالنظر إلى: قوة العلامة التجارية، والقوة المالية لها. ذلك أن العلامة التجارية تتأثر قوة بالأداء الرياضي للنادي وشعبيته وإدارة النادي لعلامته التجارية، من خلال الاستثمار والأداء التجاري للنادي، مما يسمح برفع القيمة المالية للعلامة التجارية.¹⁴

بالنظر إلى كل ذلك، أقرت القوانين منح العلامات التجارية سواء الرياضية أو غيرها حماية وطنية، إقليمية ودولية. فقد واكبت هذه الأخيرة التطورات اللازمة في العديد من البلدان الحصول على حماية العلامات التجارية بشكل ميسر، وذلك من خلال توحيد التسجيل عن طريق نظام العلامات التجارية والتسجيل الدولي الذي اعتمده المنظمة الدولية للملكية الفكرية "الويبو" استنادا إلى نظام مدريد، فأصبحت إمكانية الحماية الخاصة بالعلامة التجارية في الكثير من البلدان بشرط تسجيل انضمامها إلى هذا النظام.¹⁵

أما فيما يخص الجزائر فإنه يتم تسجيل العلامة التجارية من خلال إيداعها لدى المعهد الجزائري للملكية الصناعية تمهيدا لنشرها، على أن تحظى بالحماية لمدة عشر سنوات قابلة للتجديد.

المطلب الثاني: براءات الاختراع والتصاميم الصناعية في تحقيق الرعاية والتسويق للأحداث الرياضية

إن تطبيق الملكية الفكرية في مجال صناعة الرياضة سوف يكون له آثاره المستقبلية على الصناعات في الدول النامية بصفة عامة، حيث أصبحت مجالا اقتصاديا هاما يضم محاور المنظومة الرياضية الاقتصادية من تسويق وتمويل ورعاية واستثمار في مختلف المجالات وخاصة في مجال لم يتطرق إليه من الباحثين وهو تسويق واستثمار حقوق الملكية الصناعية وحمايتها كصناعة إستراتيجية رياضية.¹⁶

تشكل علاقة عاطفية قوية بين الجماهير ومتابعي الأحداث الرياضية مع الفرق والبطولات التي يتابعونها، وهذا يجعل الأندية تسعى للاستفادة من براءات الاختراع والتصاميم الصناعية. تتمثل هذه الاستفادة في إبرام العديد من الصفقات التجارية التي تُدر على الأندية عوائد مالية هائلة، حيث يتم توقيع عقود متعددة تعتمد على الابتكار والتصاميم الفريدة، مما يسهم في تحقيق إيرادات تصل إلى عشرات الملايين من الدولارات.¹⁷

تتضمن التصاميم الصناعية الرياضية وبراءات الاختراع عناصر جمالية وزخرفية عبر الشكل والمظهر، كما هو الحال في الأحذية الرياضية على سبيل المثال. يوفر هذا التنوع في التصاميم خيارات واسعة للمستهلك، حيث يمكنه اختيار المنتج الذي يجمع بين الوظيفة الأساسية والجاذبية التصميمية، مما يلي توقعاته وينسجم مع قدرته الشرائية. وتشمل هذه التصاميم عدة فئات من المنتجات، وتظهر بشكل مميز في المنتجات الرياضية الصناعية.¹⁸

فيما يتعلق ببراءات الاختراع، تُعتبر هذه الفئة من الملكية الفكرية أحد أقدم أنواعها، حيث أقرتها الأنظمة القانونية الحديثة. تمتد حماية براءات الاختراع لتشمل جميع ميادين الحياة، بما في ذلك المجال الرياضي. يُعرّف الاختراع كابتكار يُمكن من طريقة جديدة لأداء عمل ما أو تقديم حلاً تقنياً جديداً لمشكلة معينة، وهو ما أقره الأمر 07/03 المؤرخ في 19 يوليو 2003 المتعلق ببراءات الاختراع¹⁹ في المادتين الثالثة والرابعة منه.

ويتمتع صاحب البراءة الاختراع على غرار صاحب العلامة أو صاحب الرسوم ونماذج الصناعية بحماية داخل التراب الوطني وخارجه وهذا ما أقره المشرع الجزائري صراحة بأن حق مالك البراءة في احتكار و استغلال البراءة يكون لمدة عشرين (20) سنة ابتداء من تاريخ الطلب وإيداعه.²⁰

كما يمكن الإشارة الى أن براءات الاختراع تحمل طابعاً إقليمياً، مثله مثل جميع حقوق الملكية الصناعية، والحماية يمكن منحها داخل تراب البلد بواسطة قوانينها، بشرط التوجه إلى مكتب البراءات عن طريق المخترع أو وكيله وتقديم طلب الحماية، مع تضمينه وصفاً واضحاً لا لبس فيه للاختراع وتفاصيل كافية لتمكين أي شخص لديه معرفة بسيطة أو متوسطة بالمجال التقني من استخدامه أو إعادة تصنيعه وإنتاجه. وفي حال رغبة مقدم الطلب في الحصول على الحماية في عدة بلدان، يُسمح بتقديم طلب دولي يشمل العديد من الدول المصادقة و الموقعة على اتفاقية التعاون في مجال البراءات، والتي تديرها وتحت وصاية منظمة الويبو. وفقاً لهذه الاتفاقية، يتيح النظام الدولي لبراءات الاختراع للمخترعين تقديم طلب واحد يشمل عدة دول، مما يساهم في تسهيل عملية الحصول على حقوق الملكية الفكرية على مستوى دولي وتوفير الوقت والجهد.²¹

ونظراً لتأثير التكنولوجيا البارز في مجال الرياضة، ونتيجة لظهور التكنولوجيات الرقمية والتطورات الهائلة التي أحدثتها، ارتقت التقنيات الابتكارية المحمية بموجب براءات الاختراع في عالم الرياضة إلى مستوى جديد. وأصبحت المعدات الرياضية الذكية واسعة الانتشار، مما يتيح للرياضيين ومدريهم الفرصة لمراقبة وتقييم أدائهم بشكل دقيق. في هذا السياق، نشير إلى أن الاختراع ينبغي أن يتسم بالفائدة العلمية وأن يُقدم إضافة جديدة للمنفعة البشرية، مع الحاجة إلى وجود لمسة إبداعية فريدة. بالإضافة إلى ذلك، يتوجب ألا يتناول الاختراع مواضيع غير قابلة للحماية وفقاً لقوانين البراءات الجزائري.²²

وأما التصميم والنماذج الصناعية فتعتبر هي القالب الخارجي الذي تظهر فيه المنتجات فتعطي لها صفة معينة أو شكل السلعة أو المنتج ذاته، ولقد عرفه المشرع الجزائري في المادة 01 من الأمر 86/66 المتعلق بالرسوم والنماذج الصناعية.²³

ولا عجب أن يولي المستهلكون أهمية خاصة للمظهر الخارجي للأحذية الرياضية والملابس الرياضية التي يقبلون على شرائها، فالشركات الناجحة تأخذ في حساباتها أذواق وخيارات الرياضيين وحتى المشجعين وخياراتهم لتستحدث وتقدم منتجات أحسن سواء من الناحية الوظيفية أو الجمالية لذا فإن الرسوم والنماذج تسهم إسهاما كبيرا في إستراتيجية المؤسسة الناجحة.²⁴

فيما يتعلق بالحماية، يجب التنويه إلى أن حقوق التصميم الصناعية تعتبر حقوقاً إقليمية، مما يعني أن المصممين أو الشركات قد تحتاج إلى التفاعل مع عدة أنظمة وطنية مختلفة إذا كانوا يسعون للحصول على الحماية في العديد من البلدان. مع العلم أنه بطلب دولي واحد يمكن تقديمه يحتوي ما يبلغ إلى مئات التصميمات في عدة بلدان، وذلك وفقاً لنظام لاهاي الذي تديره " الويبو ".²⁵

وتبتكر الشركات الطامحة الأسماء التجارية والشعارات المناسبة وتختارها سعياً منها لحماية هويتها وصورها وعلامتها والميزة التنافسية المترتبة على ذلك، وتعير اهتماماً بالقدر نفسه لابتكار رسوم ونماذج متميزة وإدارتها كجزء من إستراتيجيتها الخاصة بإدارة الهوية والعلامة، ويقر معظم مسيري الشركات بأن الرسوم والنماذج الجيدة تؤدي إلى الاعتراف بالعلامة وتحسين الربحية.²⁶

المبحث الثاني: حقوق البث الرياضي

تشمل الحقوق المجاورة لحق المؤلف مجموعة من الحقوق، ومن بينها فئة حقوق البث الرياضي. ونظراً لهذا التصنيف، يمكن القول بأن القانون يوفر حماية لحقوق هيئات البث الرياضي. يتيح ذلك للهيئات المعنية الاستفادة من الحماية القانونية لضمان حقوقها في نقل وبث المحتوى الرياضي، ويسهم في تشجيع الابتكار والاستثمار في هذا المجال، ولأهميتها يبذل أصحاب حقوق البث الرياضي للتظاهرات الرياضية أقصى ما في وسعهم لحماية حقوقهم الناتجة على تلك التظاهرة، وهذا تفادياً للخسارة التي قد تلحق بهم خاصة وأنهم قاموا بدفع أموال باهظة من أجل استثمارها في هذا المجال من جهة واكتساب حقوق البث من جهة أخرى، ولقد تم تكييف حقوق البث الرياضي على أساس الحقوق المجاورة الواجب حمايتها على هذا الأساس²⁷. وعليه سوف أتعرض في الجزء الأول من هذه الدراسة إلى أهمية النقل التلفزيوني للأحداث الرياضية (المطلب الأول) وإلى علاقة البث التلفزيوني للأحداث الرياضية بتحسين اقتصاديات الدول (المطلب الثاني)

مطلب اول :اهمية النقل التلفزيوني للأحداث الرياضية

الحماية المقدمة في إطار الحقوق المجاورة تشبه إلى حد كبير حقوق المؤلف. وفي هذا السياق، يلاحظ أن هناك قوانين وطنية متنوعة تنظم حق المؤلف، مما يجعله مشابهاً للأنظمة القانونية الخاصة بالملكية الفكرية الأخرى

تضمن الأمر رقم 2805/2003²⁸ حماية حقوق المؤلف الأدبية أو الفنية وفنان الأداء أو العازف ومنتج التسجيلات السمعية والبصرية، بالإضافة إلى حماية هيئات البث الإذاعي السمعي أو السمعي البصري، حيث يتناول بشكل خاص حقوق البث الرياضي. يهدف هذا الأمر إلى إقامة إطار قانوني يعزز الحماية للأعمال الإبداعية والأداء الفني، بما في ذلك حقوق البث الرياضي، مما يساهم في تشجيع الابتكار والاستمرارية في ميدان الفنون ووسائل الإعلام.

إن أساس حماية أصحاب الحقوق الرياضية يعتمد بشكل كبير على ما يوفره قانون حق المؤلف والحقوق المجاورة من حماية للمسابقات الرياضية من التعدي والحفاظ على قيمتها. تبني هذا السياق حاجة ملحة لوضع إطار قانوني صارم ومحدّث لحق المؤلف والحقوق المجاورة، بهدف ضمان الحماية الفعّالة لاستثمارات أصحاب حقوق الملكية الفكرية في المجال الرياضي وتجنب التهديدات المحتملة. يظهر ذلك بشكل واضح في جهود الاتحاد الأوروبي الأخيرة في إطار التشريع، حيث تم تقديم مقترح يتعلق بالتوجيه المتعلق بحق المؤلف والحقوق المجاورة، بهدف تعزيز التوازن بين حقوق المؤلف والحقوق المجاورة وتوفير بيئة قانونية تشجع على الاستثمار والابتكار في قطاع الرياضة. في بادئ الأمر، اتخذ البرلمان الأوروبي موقفًا إيجابيًا في دعم المبدعين وأصحاب الحقوق، بما في ذلك دعم اقتراح سن الحق المجاور لصالح منظمي الأحداث الرياضية. نطمح أيضًا إلى أن تنعكس الجهود المستمرة لحماية منظمي الأحداث الرياضية في مناطق أخرى، حيث يشكل الدعم القوي من السلطات التشريعية إشارة إيجابية نحو تعزيز البيئة القانونية الراحية للاستدامة والنمو في صناعة الرياضة وحقوق الملكية الفكرية ذات الصلة.²⁹

نص القانون الدولي على معايير للحماية الدولية لحقوق المؤلف، وتم تحقيق ذلك من خلال معاهدتين دوليتين كان إبرامهما قد تم عام 1996، وهما اتفاقية الويبو المتعلقة بحق المؤلف واتفاقية الويبو المتعلقة بالأداء والتسجيل الصوتي. هذه الاتفاقيات الدولية تشكل إطارًا قانونيًا لحماية حقوق المؤلف والحقوق المجاورة، وتهدف إلى تحديث وتوسيع الحماية في ظل التطورات التكنولوجية والتحويلات في مجال الإنتاج والتوزيع الفني، بالإضافة إلى ذلك، تم اعتماد معاهدة بيكين بشأن الأداء السمعي البصري لحماية الحقوق المجاورة. وبصفة عامة، يحق لأصحاب الحقوق أن يمنعوا الأفراد من تسجيل أو نقل أو بث المصنفات الخاصة بهم دون الحصول على إذن مسبق منهم، وذلك وفقًا لأحكام هذه الاتفاقيات الدولية التي تسعى إلى تعزيز وتوحيد حقوق المؤلف والحقوق المجاورة على مستوى عالمي.³⁰

ومن أبرز الاتفاقيات التي تناولت الحقوق المجاورة لهيئات البث الإذاعي والتلفزيوني الاتفاقية الدولية لحماية فناني الأداء ومنتجي التسجيلات السمعية وهيئات الإذاعة المعرفة باسم اتفاقية روما لحماية الحقوق المجاورة المبرمة بروما

بتاريخ 1961/10/26، واتفاقية توزيع الإشارات الحاملة للبرامج الإذاعية عبر التتابع الاصطناعية المعرفة باسم اتفاقية بروكسل المبرمة بتاريخ 1975/05/21

ونظرا لأهمية النقل التلفزيوني والبعث الرياضي، في ظل الاتفاقيات الدولية، اعتمدت المحاكم في معظم البلدان أساساً لتفسير الحقوق المرتبطة بالبعث الرياضي بموجب حقوق المؤلف والحقوق المجاورة لهذه الحقوق. يتيح هذا الأساس التفسيري إمكانية فهم وتطبيق حقوق المؤلف والحقوق المجاورة بشكل أفضل فيما يتعلق بالبعث الرياضي، مما يساهم في توحيد المفاهيم والممارسات على مستوى دولي لضمان حماية فعالة للملكية الفكرية في هذا السياق، في الولايات المتحدة، يوفر قانون حق المؤلف لعام 1976 حماية للبعث الرياضي المباشر بشرط تسجيل الحدث في الوقت الفعلي. ومع ذلك، يتم توجيه حماية حق المؤلف في هذا السياق ليشمل المساهمة الإبداعية للمخرج والمصور، حيث يتعلق الحق بتحديد الحدث واختيار زوايا التصوير وإنتاجه العام وبعثه. بموجب هذا القانون، يُعتبر إنتاج البث والمساهمة الإبداعية في إعداداته جزءاً من حق المؤلف، مما يسمح بحماية الأفراد الذين يساهمون بشكل فعال في جعل الحدث الرياضي متاحاً للجمهور من خلال التصوير والإخراج.³¹

إن النقل التلفزيوني للأحداث الرياضية تزداد أهميته إن كان طابع المنافسة أو الحدث الرياضي دولياً مقارنة مع كونه قارياً أو محلياً، فانعكاساته الاقتصادية والاجتماعية والسياسية تجعل الصراع يستخدم بين الكثير من القنوات التلفزيونية للحصول على حقوق البث لهذه الأحداث الرياضية وأهمية النقل التلفزيوني تقاس بالنظر لعدة عناصر هي : أهمية الحدث الرياضي على المستوى الوطني الإقليمي أو الدولي، كذلك مدى جماهيرية اللعبة وشعبية الحدث الرياضي، نوع وحجم الحقوق الممنوحة ومدة استخدامها و مستوى الفرق واللاعبين المشاركين في الحدث الرياضي.³²

ولأهمية النقل التلفزيوني نلاحظ أن أصحاب الحقوق اتجهوا إلى البث التلفزيوني المشفر أو البث المرموز الذي لا يمكن التقاطه إلا بواسطة جهاز المشفر وهذا نهج انتهجته القنوات التي تريد حماية مؤلفيها ومنتجاتها وبرامجها بواسطة بيع الشفريات وتغيير الشفريات دورياً، وتحصل هذه القنوات على أموال طائلة تدخل في إطار الاستثمار في المجال الرياضي من خلال بيع حقوق البث الرياضي وتوزع هذه الأموال على أصحاب الحقوق.³³

المطلب الثاني : علاقة البث التلفزيوني للأحداث الرياضية وعلاقته بتحسين اقتصاديات الدول

إن قيمة حقوق البث التي تدفعها القنوات التلفزيونية للهيئات والمؤسسات الرياضية المشرفة على تنظيم المنافسات والأحداث الرياضية حتى يتسنى لها استثمار هذه المبالغ الكبيرة المدفوعة من خلال بيع حقوق البث لقنوات أخرى أو تمكين المشاهدين من مشاهدة كل المنافسات الرياضية عن طريق بطاقات الاشتراك، وتشير المبالغ الضخمة التي تعتمزم وسائل الإعلام دفعه في مقابل إذاعة الأحداث الرياضية إلى العلاقة الوطيدة التي تجمع بين مجال

الاحتراف الرياضي والإعلام وتعد الألعاب الأولمبية نموذجاً حياً لارتفاع أحوار حقوق البث التي تدفعها الشركات الإعلامية في كل أنحاء العالم.³⁴

ان المتتبع يلاحظ ظهور دورة مالية عملاقة في عالم الرياضة من خلال تدفق الأموال إلى الاتحادات الدولية والأندية المشاركة في الأحداث الرياضية. يتم ذلك عبر توقيع عقود خيالية مع الشبكات التلفزيونية ومواقع البث المباشر، بما في ذلك القنوات الأجنبية البارزة والقنوات العربية مثل قنوات beIN Sports ومؤخراً قنوات SSC السعودية على مستوى الوطن العربي. ويشتري حق بث مباريات الدوريات المحلية بمبالغ خيالية، حيث يتم توزيع الأموال المحصلة على الأندية بعد اقتطاع جزء للاتحادات المحلية وفقاً لمركزها في الترتيب وشعبيتها وجاذبيتها للمشاهدين، إذا تمعنا في لعبة كرة القدم، يظهر من الوضع الحالي أن الدوري الإنجليزي يتمتع بموقع بارز بين الدوريات العالمية من حيث قيمة عقود البث. خلال الفترة من عام 2019 إلى 2022، تم بيع حقوق بث الدوري الإنجليزي بمبلغ قدره 4.5 مليار جنيه إسترليني، مما يعكس الشعبية الكبيرة والطلب العالي لمتابعة هذا الدوري على مستوى العالم، فيما يتعلق بتوزيع الأموال، فإن فرق الدوري الإنجليزي تحظى بحصص مختلفة استناداً إلى ترتيبها في الدوري. فعلى سبيل المثال، حامل اللقب في الموسم الذي قبل الأخير، ليفربول، حصل على 139 مليون جنيه إسترليني. بينما كانت فرق الأسفل، مثل نوريتش سيتي التي حلت في المركز الأخير، قد نالت حصتها من هذا العقد وبلغت 92 مليون جنيه إسترليني³⁵. وكما هو الحال في رياضات أخرى مثل كرة السلة الأمريكية وكرة القدم الأمريكية والغولف والتنس الأرضي وغيرها من الرياضات الجماهيرية، تبرز قيمة العقود الضخمة التي تسهم في دعم وتطوير هذه الرياضات وتعزيز جاذبيتها للجماهير

من هنا يمكن القول إن الحقوق الخاصة بالهيئات البث تلعب دوراً حيوياً في تعزيز العلاقة بين الرياضة ووسائل الإعلام خاصة التلفزيون، وترجم شركات الإعلام هذه العلاقة إلى ضخامة المبالغ المالية التي تدفع نظير بث الأحداث الرياضية الكبرى مباشرة حصرياً. يعزز هذا الاستثمار الضخم جذب الملايين من المتابعين المتحمسين، الذين يتطلعون لتجربة الإثارة التي ترافق المسابقات الرياضية الكبرى³⁶

ويتضح أن المستثمر في المجال الرياضي يجني أموال كبيرة، فنسبة حقوق البث التلفزيوني مثلاً في كرة القدم الفرنسية للرابطة المحترفة الأولى والثانية تأخذ حصة كبيرة 57 بالمائة من الدخل الإجمالي، يليها دخل السبونسور بقيمة 20 بالمئة ثم يتبعها بيع التذاكر بنسبة 13 بالمائة ولا تقدم الجماعات المحلية سوى 04 بالمائة لكرة القدم الفرنسية المحترفة. فتعتبر حقوق البث التلفزيوني المنبع الأول لدخل الرياضة الفرنسية المحترفة³⁷، والملاحظ أن دولة قطر اتبعت هذا النهج في الاستثمار في المجال الرياضي وهو إنشاء قنوات خاصة رياضية ومنه الاستحواذ على حقوق

البث التلفزيوني المدر للأموال لإنجاح الرياضة في دولة قطر وكذلك السعودية ويجب على الدولة الجزائرية نهج نفس السبل للنهوض بالرياضة والاستثمار فيها لأنها رافد من روافد الاقتصاد.

في ضوء كل هذا فإن بيع حقوق البث الرياضي والإعلام أصبح المصدر الرئيسي للدخل لمعظم المؤسسات الرياضية. تمثل هذه المداخيل جزءاً كبيراً من إيرادات الأندية الرياضية والمنظمات الرياضية على مستوى العالم. بفضل عقود البث الضخمة، يمكن للأندية والاتحادات تحقيق إيرادات كبيرة تستخدم لتمويل أنشطتها وتطويرها، تتيح هذه الإيرادات أيضاً للرياضيين والمدربين وبنية الرياضة بشكل عام الاستفادة من تحسينات في البنية التحتية، وتطوير المواهب، وتعزيز المنافسة على المستوى الوطني والدولي. يسهم بيع حقوق البث في جعل الرياضة أكثر جاذبية وشهرة، حيث يتم نقل الأحداث الرياضية بشكل واسع النطاق لتصل إلى جمهور عريض، مما يعزز تأثيرها الاقتصادي والثقافي. وتتيح هذه العمليات التجارية للمؤسسات الرياضية تحقيق الاستفادة المالية وتعزيز تجارب الجماهير، مما يعزز مكانتها في المشهد الرياضي ويسهم في رفع مستوى الرياضة³⁸.

خاتمة:

بعد عرض ما تعلق بالعناصر البحثية لهذه المقالة العلمية، فقد خلصنا إلى ما يأتي:

يمكننا التأكيد على أهمية الملكية الفكرية في عصرنا الحالي. حجم امتلاك الدول للحقوق الملكية الفكرية أصبح مؤشراً رئيسياً في تصنيفها إما كدول متقدمة ومتطورة تكنولوجياً أو كدول تقل في مقياس التفوق والابتكارات الفكرية.

تلعب حقوق الملكية الفكرية، سواء كانت صناعية أو أدبية وفنية، دوراً بارزاً في تعزيز التفوق والتقدم الاقتصادي للدول. إذ تشجع هذه الحقوق على الابتكار والاستثمار في البحث والتطوير، مما يعزز نمو الاقتصاد وتطوير الصناعات التكنولوجية والإبداعية.

تكون الدول التي تحقق تقدماً في مجال حقوق الملكية الفكرية أكثر قدرة على جذب الاستثمارات والمواهب، وتشجع على نقل التكنولوجيا وتبادل المعرفة. بالتالي، تسهم في تعزيز التنمية الاقتصادية بشكل عام وتعزيز التنافسية الدولية.

تبرز أهمية حقوق الملكية الصناعية في الميدان الرياضي في دعم عملية التنمية الاقتصادية، حيث تشكل حجر الزاوية لتعزيز الابتكار والإبداع الفكري. وتلعب هذه الحقوق دوراً رئيسياً في تحفيز المبدعين والحفاظ على إبداعاتهم كراس مال بشري في إطار حدود إقليم دولتهم الأصلية. فبفضل دعم حقوق الملكية الصناعية، يتم تحفيز الاستثمار

وتعزيز إنتاج السلع وتحسين الخدمات، مما يساهم في تشكيل معالم الثقافة الاستهلاكية وزيادة إيرادات خزينة الدولة. هذا التأثير يمتد أيضاً إلى الحد من هجرة العقول والكفاءات، حيث تشكل حقوق الملكية الصناعية جزءاً أساسياً من تحفيز الابتكار والاستمرارية الاقتصادية. بالإضافة إلى ذلك، تسهم حقوق الملكية في زيادة فرص التوظيف والمساهمة الفعّالة في صناعة حقوق المؤلف، مما يعزز الناتج القومي و التنمية المستدامة.

تشكل المنظومة الرياضية العالمية شبكة واسعة ومعقدة من الفاعلين، بما في ذلك اللاعبين ورجال الأعمال، الذين تربطهم علاقات تجارية تعتمد على حقوق الملكية الفكرية. حيث استفاد القطاع الرياضي العالمي بشكل كبير من الاستخدام الاستراتيجي لتلك الحقوق، مما أدى إلى نموه السريع. وتظل حقوق الملكية الفكرية تلعب دوراً محورياً في تطوير الرياضة في المستقبل، خاصة في ظل البيئة السريعة التطور التي تعتمد على التكنولوجيا. ومن خلال التركيز المستمر على الملكية الفكرية والرياضة، يتاح فرص كبيرة لتعزيز التنمية الاجتماعية والاقتصادية والثقافية لجميع الدول.

الهوامش:

- 1 المنظمة العالمية للملكية الفكرية، "معلومات أساسية موجزة بشأن الملكية الفكرية والرياضة"، موقع www.wipo.int تاريخ الزيارة 27 اوت 2023،
- 2 سلوان صادر، حقوق الملكية الفكرية في الصناعة الرياضية، من موقع www.saderlaw.com تاريخ الزيارة وتنزيل المقال 2023/08/25 ص 1
- 3 سلوان صادر، المرجع السابق ص 2
- 4 الأمر 06-03 المؤرخ في 2003/07/19 المتعلق بالعلامات، الجريدة الرسمية عدد 44 لسنة 2003
- 5 ميلود سلامي، النظام القانوني للعلامات التجارية في القانون الجزائري والاتفاقيات الدولية، أطروحة مقدمة لنيل درجة دكتوراه العلوم في العلوم القانونية تخصص: قانون خاص، كلية الحقوق والعلوم السياسية جامعة الحاج لخضر باتنة، السنة الجامعية 2011/2012، ص 14
- 6 سلوان صادر، المرجع السابق ص 2
- 7 تجدر الإشارة إلى أنه نظرا لأهمية حقوق الملكية الفكرية وخاصة العلامة التجارية وبراءة الاختراع، والأثر الذي ظهر على النمو الاقتصادي المحلي والدولي، فهي محمية أيضا بموجب الاعلان العالمي لحقوق الانسان.
- 8 علاء عثمان عقل، الأضرار الاقتصادية الناجمة عن انتهاك العلامة التجارية، المجلة العلمية للملكية الفكرية وإدارة الابتكار، دورية نصف سنوية يصدرها المعهد القومي للملكية الفكرية جامعة حلوان، العدد الرابع يناير 2021، ص 8
- 9 يوسف بن عطية الثبتي وأحمد حسني خليل، العلامة التجارية وعلاقتها بحماية المستهلك خدمات أكاديميات كرة القدم، المجلة العلمية لعلوم وفنون الرياضة كلية التربية الرياضية للبنات جامعة حلوان المجلد 08 العدد 1 فبراير 2021 ص 95
- 10 أحمد فتحي حسين الأبندي، تكوين العلامة التجارية للأندية والاتحادات الرياضية، مجلة تطبيقات علوم الرياضة، العدد التاسع والثمانون، سبتمبر 2016 ص 169
- 11 أشرف صبحي، أحمد عبد الفتاح سالم، أحمد سمير، أبعاد قيمة العلامة التجارية لبعض الأندية الرياضية، المجلة العلمية للتربية البدنية وعلوم الرياضة، المجلد 90، جامعة حلوان مصر، ديسمبر 2020، ص 20
- 12 حساني عبد الكريم، تأثير صورة العلامة التجارية والوعي بما على قيمة العلامة التجارية بوساطة الولاء للعلامة التجارية، مجلة البحوث الاقتصادية والمالية، المجلد 09 العدد 02 ديسمبر 2022، ص 11-12
- 13 السعدني خليل السعدني، نادي أحمد علي عبد الرحمان، وظيفة العلامة التجارية وعلاقتها بترخيص الاستعمال في المؤسسات الرياضية، المجلة العلمية للتربية البدنية وعلوم الرياضة، المجلد 7 العدد 7 جامعة حلوان مصر، ماي 2017 ص 01
- 14 أشرف صبحي، أحمد عبد الفتاح سالم، أحمد سمير، المرجع السابق ص 01
- 15 سلوان صادر، المرجع السابق، ص 3
- 16 السعدني خليل السعدني، نادي أحمد علي عبد الرحمان، المرجع السابق ص 01
- 17 سلوان صادر، المرجع السابق ص 3
- 18 سلوان صادر المرجع نفسه، 2023 ص 5.
- 19 الأمر 07/03 المؤرخ في 23 جمادى الأولى عام 1424 الموافق لـ 19 يوليو 2003 المتعلق ببراءات الاختراع الجريدة الرسمية العدد 44 ص 27
- 20 فرحة زراوي صالح، الكامل في القانون التجاري الجزائري الحقوق الفكرية - حقوق الملكية الصناعية والتجارية حقوق الملكية الأدبية والفنية، ابن خلدون للنشر والتوزيع 2006 ص 167
- 21 سلوان صادر، المرجع نفسه ص 6
- 22 سلوان صادر، المرجع نفسه ص 6
- 23 المادة 01 من الامر 86/66 المتعلق بالرسوم والنماذج الصناعية الجريدة الرسمية الجزائرية العدد الصادرة بتاريخ
- 24 الياس ممي، التظاهرات الرياضية والملكية الفكرية، مذكرة من أجل الحصول على شهادة ماجستير في الحقوق فرع الملكية الفكرية، كلية الحقوق جامعة بن يوسف بن خدة بن عكنون، الموسم الجامعي 2008/2009، ص 14
- 25 سلوان صادر، المرجع نفسه ص 5
- 26 الياس ممي، المرجع السابق ص 18
- 27 الياس ممي، المرجع السابق ص 73
- 28 القانون رقم 05/03 المؤرخ في 2003/07/19 المتعلق بحقوق المؤلف والحقوق المجاورة، الجريدة الرسمية العدد 40 الصادرة بتاريخ 2003/07/22

²⁹ المنظمة العالمية للملكية الفكرية، موقع www.wipo.int تاريخ الزيارة 12 /09/ 2023

³⁰ سلوان صادر ، المرجع السابق ص 7

³¹ المنظمة العالمية للملكية الفكرية، المرجع السابق.

³² مومني محمد الامين و صمود سيد احمد، حقوق البث التلفزيوني للأحداث والمنافسات الرياضية الكبرى، المجلة الجزائرية للعلوم القانونية والسياسية ، المجلد 57، العدد 05، السنة 2020 الصفحة 292.

³³ الياس يمي ، المرجع السابق، ص 71

³⁴ باديس بوغرة و لخضر مرغاد ، دور المؤسسات الاقتصادية والاعلامية في تمويل الاستثمارات الرياضية "الرعاية وحقوق البث التلفزيوني" مجلة الحقوق والعلوم الانسانية - دراسات اقتصادية- (1)29 ، جامعة زيان عاشور الجلفة، ص 31

³⁵ سلوان صادر ، المرجع السابق، ص 6

³⁶ سلوان صادر ، المرجع السابق، ص 7

³⁷ قاسمي فيصل و محفوظي محمود، دور حقوق البث التلفزيوني في تمويل فرق كرة القدم المحترفة، مجلة الابداع الرياضي ، المجلد 4 العدد3، ص 272

³⁸ سلوان صادر ، المرجع السابق، ص 7