

انتهاك الملكية الفكرية لكأس العالم قطر 2022

"الارتباط غير المصرح به"

تُعتبر بطولة كأس العالم أكبر حدثٍ رياضيٍّ عالميٍّ على الإطلاق؛ نظراً للشعبية الهائلة لكرة القدم، ولكون البطولة تهدف إلى تحديد بطل العالم قاطبةً.

ولأنَّ أيَّ حدثٍ شهيرٍ يَحْمِلُ معه فرصة استثمارٍ ماليًّا، فإنَّ كأس العالم يُعتبرُ مَحَلًّا واقعيًّا للاستثمار، ليس على الصعيد المادي فقط، بل حتى فيما يخصُّ الحقوق المعنوية، وذلك يَشْمَلُ حقوق البث ويمتدُّ حتى الشعارات والرموز.

فالبطولة تَحْمِلُ شعاراً رسمياً، ونموذجاً للكأس الخاصِّ بها، وشعاراً لنسخة 2022، وتعويدة للبطولة، وغيرها من العلامات التي تَبْلُغُ قيمة استغلالها التجاري مبالغاً خياليةً نظراً لأهمية الحدث.

وقد دأبَّ الاتحاد الدولي لكرة القدم (فيفا FIFA) على تأكيد ملكيته للحدث ولجميع الشعارات والرموز والنماذج الرسمية المرتبطة بكأس العالم؛ لأنها تُشكِّلُ ملكيةً فكريةً للفيفا، وهو الذي يحقُّ له التصرُّف بهذه الملكية عبر منح تصاريحٍ مأجورةٍ لشركات الإعلان والممولين وفق اتفاقياتٍ وترتيباتٍ خاصةٍ تُبرمُّها مع تلك الشركات.

حيث إنَّ الفيفا لديه ثلاثة مستوياتٍ من مَالِكِي حقوق استغلال الملكية الفكرية لكأس العالم، كالتالي:

➤ **أولاً: شركاء الفيفا؛** وهي مجموعة شركاتٍ شريكةٍ للفيفا بالأساس، ولا يقتصِرُ ارتباطُها بالفيفا على نطاق كأس العالم.

➤ **ثانياً: رعاة كأس العالم:** وهي الشركات الراعية لهذه البطولة فقط، وتقتصرُ علاقة الفيفا بهذه الشركات في إطار كأس العالم، وبعد انتهاء البطولة لن يحق لهذه الشركات الراعية استغلال حقوق الملكية الفكرية المملوكة من الفيفا.

➤ **ثالثاً: الداعمين الإقليميين:** وهي شركات تحظى بحقوق استغلالٍ محليةٍ في مناطقٍ مُحدّدةٍ فقط، فلا يجوز لها تجاوز المنطقة الجغرافية المُحدّدة في اتفاقية نقل الملكية الفكرية.

أمّا بخصوص مشاهدة مباريات كأس العالم، فإنّ هذه المباريات تُعتبرُ مُصنّقاتٍ مَحْمِيّةٍ قانوناً، ولا يجوز بثّها بشكلٍ كاملٍ أو مُجتزأً دون تصريحٍ من الفيفا أو الجهة مالكة حقوق استغلال، وهي تتنوّع في عدّة أنواعٍ أهمّها:

- حقوق البث التلفزيوني.
- حقوق البث الإذاعي.
- حقوق البث التلفزيوني القائم على استخدام بروتوكول الإنترنت (IPTV)، وهي تقنيةٌ حديثةٌ يتمُّ من خلالها بثُّ محتوى تلفزيونيّ مدفوع الأجر ومُشَقَّرٍ على الإنترنت بمُجرّد وصل الهاتف الذكي مع تطبيقٍ مُرَخَّصٍ بتقديم الخدمة يتقاضى أجراً لقاء هذه الخدمة، ويكون البثُّ

مُتَأَخَّرًا حوَالِي دَقِيقَتَيْنِ عَنِ الْبَثِّ التِّلْفِزِيُونِيِّ الْفِضَائِيِّ التَّقْلِيدِيِّ.

لكن بخصوص الجهات الإعلامية والشركات غير المُتَعَاقِدَةِ مع الفيفا، كيف يمكن استخدام شعارات البطولة دون انتهاك الملكية الفكرية؟

أجاب دليل الملكية الفكرية الخاص بكأس العالم قطر 2022 على هذا التساؤل، كالتالي:

أولاً: الممارسات السليمة

● **الاستخدام التحريري البسيط؛** كأن يتمَّ وَضْعُ شعار البطولة بشكلٍ سريعٍ لمرةٍ واحدةٍ دون تكرارٍ في تقريرٍ صحفيٍّ أو على مدونةٍ شخصيةٍ، بشرط ألا يكون الشعار جزءاً لا يتجزأ من هذا التقرير، وإلاَّ فيجب أن يَحْصَلَ المُحرِّر على ترخيص من الفيفا.

ولا فرق في هذه القاعدة بين كتابة تغريدة أصلية لحساب شخصيٍّ على موقع تويتر مثلاً، أو إعادة تغريدة منشورةٍ مُسَبِّقاً من حساب الفيفا الرسمي.

كما أنَّ استخدام وسوم الفيفا الرسمية لأغراضٍ غير تجاريةٍ في وسائل التواصل، لا يَحْتَاجُ لترخيص؛ مثل الوسم/الهشتاج: #FIFAWORLDCUP.

● **الاستخدام غير التجاري؛** مثل وضع شعار البطولة على ملصقٍ في حسابات وسائل التواصل الاجتماعي غير الهادفة للربح، إلاَّ أنَّ الاستخدام المُتكرِّر والمُبَالِغ فيه للشعار يحتاج لترخيص.

ثانياً: الممارسات المحظورة

أمّا الممارسات المحظورة التي تُنشئ ما أسمته لائحة الفيفا الارتباط غير المُصرَّح به؛ فهي مثل:

○ **الاستخدام التجاري غير المرخص**، فهو محظور؛ كأن تُوهَم شركة ما بأنها راعية للبطولة بشكلٍ مُضللٍ، أو أن تستغلَّ أية شركة تجارية اسم البطولة أو شعارها ضمن إعلانٍ تجاريٍّ.

ويشمل الحظر أيضاً جدول المباريات أو تذاكرها، فلا يجوز تحرير هذه الجداول مع إرفاق اسم شركة تجارية ولا يجوز استغلال التذاكر في مثل هذه الحالات.

○ **استغلال وسوم البطولة الرسمية لأهداف تجارية**؛ مثل جذب الانتباه إلى متجرٍ يبيع منتجاتٍ تتعلَّق بالبطولة، أو على المنتجات، أو في حساب إلكتروني تجاري أو لإيهام الناس بوجود ارتباطٍ مع تجاريٍّ معها.

○ **إرفاق شعارات البطولة في أيّ تطبيقٍ إلكترونيٍّ تجاريٍّ**، ويشمل الحظر مقاطع المباريات، حتى وإن كانت الشركة مُرخصّة للعرض الجماعي للمباريات خلال البطولة؛ فلا يجوز لها إدراج شعار الشركة التجاري على شاشات عرض المباريات بما يُوجي بأنها راعية للبطولة مثلاً.

○ **إدراج اسم البطولة ضمن نطاق موقع إنترنت**، مثل: www.worldcup.travel...، أو في أيّ تصميمٍ أو رسوماتٍ داخل أيّ موقعٍ إلكترونيٍّ.

○ الترويج التجاري خلال المنافسات؛ مثل رفع شعار شركة تجارية في المدرجات خلال المباريات، أو توزيع منتجات تجارية في المنطقة المحيطة بملعب البطولة دون ترخيص.

وفي جميع الأحوال، يجب على الشركات الناشئة والمعلنين والمحررين المرتبطين بشركات نشر تجارية، عليهم جميعاً توخي أعلى درجات الحذر عند الحديث عن البطولة أو نشر أي محتوى خاصٍ بمبارياتها؛ لأنّ الفيفا يستطيع مقاضاة أي شخصٍ ينتهك حقوقه الفكرية وتحصيل مبالغ تعويض طائلة قد تؤدي إلى إفلاس أية جهة تجارية تُخالف لائحة كأس العالم.