



رالف شربل
مستشار قانوني رياضي

المجلة
القضائية

العلامات التجارية: مانشستر يونايتد في صدارة الاندية
وميسي على عرش اللاعبين

2020-10-27

بحسب أبحاث قامت بها World Trademark Review (WTR) وهي مجلة عالمية تعنى بتغطية كيفية تطبيق قوانين العلامات التجارية على مستوى العالم، فإنّ نادي مانشستر يونايتد الانكليزي هو أكثر نادي كرة قدم في العالم يملك علامات تجارية مسجلة باسمه، علمًا أنّ أندية تشلسي وبرشلونة وريال مدريد لديها أيضًا الكثير من العلامات التجارية المسجلة باسمها.

من ناحية أخرى، يملك النجم الأرجنتيني ليونيل ميسي، الذي يعتبره البعض أفضل لاعب في تاريخ الساحرة المستديرة، رصيداً كبيراً من العلامات التجارية يتفوق من خلاله على العديد من الاندية العالمية الكبيرة مثل أتلتيكو مدريد وبايرن ميونيخ وبوروسيا دورتموند.

شهد هذا العام تراجعاً واضحاً في عدد العلامات التجارية التي سجّلتها أندية كرة القدم الكبرى. فمن بين جميع أندية الدوري الانكليزي الممتاز، فقط مانشستر يونايتد وأرسنال قاما بتسجيل أكثر من عشر علامات تجارية في الأشهر الـ 12 الأخيرة. تجدر الإشارة الى أنّ العديد من هذه العلامات التجارية قد تمّ تسجيلها في كندا.

من بين النقاط المهمة التي يجب التوقف عندها، غياب الرابط بين حجم ملف النادي من العلامات التجارية المسجّلة ونتائجه على أرض الملعب، فليفربول على سبيل المثال يملك خامس أكبر ملف من العلامات التجارية بين الأندية الانكليزية رغم فوزه بالدوري الانكليزي الممتاز. (133 علامة تجارية مسجّلة فقط)

على صعيد الاندية البريطانية، يتربع نادي مانشستر يونايتد على عرش العلامات التجارية المسجّلة (540 علامة تجارية مسجّلة)، يليه نادي تشلسي (328 علامة تجارية مسجّلة)، ويأتي في المركز الثالث نادي توتنهام (232 علامة تجارية مسجّلة). لكنّ الالف أنّ مانشستر يونايتد ليس الاول في عدد العلامات التجارية المسجّلة داخل بريطانيا بل الرابع برصيد 52 علامة تجارية مسجّلة فقط، خلف كل من تشلسي (63 علامة تجارية مسجّلة) وتوتنهام (60 علامة تجارية مسجّلة) ونيوكاسل (56 علامة تجارية مسجّلة)، ما يعكس الانتشار الواسع لمانشستر يونايتد في كل أنحاء العالم.

في العام 2016، كان نادي مانشستر يونايتد يملك 202 علامة تجارية مسجّلة باسمه فقط، ما يعني أنّه خلال السنوات الأربع الأخيرة سجّل مانشستر يونايتد 338 علامة تجارية جديدة! كذلك، يجب تسليط الضوء على نادي ليستر سيتي الذي كان بحوزته أحد أصغر ملفات العلامات التجارية المسجّلة في الدوري الانكليزي الممتاز سنة 2016 (ثمانى علامات تجارية مسجّلة فقط) وبات اليوم برصده 34 علامة تجارية مسجّلة.

على الصعيد الأوروبي، أنّ نادي مانشستر يونايتد الانكليزي في الريادة برصيد 540 علامة تجارية مسجلة باسمه، يليه في المركز الثاني نادي برشلونه وبحوزته 396 علامة تجارية مسجلة باسمه. أمّا المركز الثالث فهو من نصيب نادي تشلسي الانكليزي صاحب الـ 328 علامة تجارية مسجلة باسمه. ويحتلّ المركز الرابع نادي ريال مدريد الاسباني برصيد 321 علامة تجارية مسجلة.

أمّا في ما يخصّ اللاعبين، فإنّ اللاعب ليونيل ميسي يتفوّق بفارق شاسع عن أقرب منافسيه في هذا المجال، إذ أنّ النجم الارجنتيني بحوزته 163 علامة تجارية مسجلة باسمه. يأتي خلف ليونيل ميسي زميله السابق في برشلونه البرازيلي نيمار وبحوزته 56 علامة تجارية مسجلة باسمه، ويحتلّ المركز الثالث الرياضي الأكثر متابعة على مواقع التواصل الاجتماعي البرتغالي كريستيانو رونالدو صاحب 54 علامة تجارية مسجلة باسمه. لكنّ أكبر مفاجآت هذا الترتيب تكمن باحتلال النجم الالماني ليروي ساني المنتقل حديثاً الى نادي بايرن ميونيخ المركز الرابع برصيد 32 علامة تجارية مسجلة، متفوقاً على نجوم أكثر شهرة منه كبول بوجبا (25 علامة تجارية مسجلة) وبارولو ديبالا (7 علامات تجارية مسجلة) وكيليان مبابي (6 علامات تجارية مسجلة) وهاري كاين (علامة تجارية واحدة مسجلة) وأنطوان غريزمان (علامة تجارية واحدة مسجلة).

وفي هذا السياق، هناك العديد من اللاعبين البارزين الذين لا يملكون علامات تجارية مسجلة بأسمائهم، نذكر منهم كيفين دي برون، ومحمد صلاح، وجادون سانشو، وايرلينج هالاند...

أنّ الأبحاث التي قامت بها مجلة World Trademark Review (WTR) تظهر أنّ نشاط العلامات التجارية عرف تراجعاً كبيراً في هذا العام مقارنة بالعامين الماضيين. فخلال العام 2018، سجّلت أندية الدوري الانكليزي الممتاز والاندية العشرة الاوائل على مستوى العالم 370 علامة تجارية جديدة. وفي العام 2019، سجّلت الاندية نفسها 300 علامة تجارية جديدة. أمّا في هذا العام، فسجّلت الاندية الثلاثين المعنّية 134 علامة تجارية جديدة فقط.

أنّ السؤال الذي يطرح نفسه هو التالي: لماذا هذا التراجع الكبير؟

سيكون من السهل طبعاًلقاء اللوم على جائحة كوفيد-19 وهذا منطقي ومبرّر. فبحسب مدير شركة Brand Finance ريتشارد هايف، أنّ فيروس كورونا يشكّل أكبر تهديد عرفته أندية كرة القدم منذ الحرب العالمية الثانية. وقد صرّح أيضاً أنّ "الخسائر

في العائدات المالية، إلى جانب المخاوف الصحية حول التجمعات الجماهيرية، تطرح علامات استفهام حول مستقبل كرة القدم والمرونة المالية للأندية على جميع المستويات. لم ينكشف الضرر الكامل لأزمة كوفيد-19 حتى الآن، ويمكن تصوّر عواقب ذلك كإفلاس بعض الأندية وتغييرات في ملكية بعضها الآخر."

لذا، يبدو توسيع نطاق حماية العلامات التجارية كمصاريف غير ضرورية في ظلّ الظروف العصيبة التي يمرّ بها عالم الرياضة. علاوة على ذلك، مع استمرار تفشي فيروس كورونا في جميع أنحاء أوروبا، ستتجه الكثير من الأندية إلى الحدّ من مصاريفها القانونية خصوصاً أنّ العواقب المالية الوخيمة لجائحة كورونا ليست معلومة بالكامل حتى اللحظة.