

ترخيص العلامة التجارية للنادي الرياضي المحترف لكرة القدم من منظور المشرع الجزائري

Licensing the trademark of the professional football club from the perspective of the Algerian legislator

الطاهر رحمون*
جامعة الأغواط

قوال مصطفى
جامعة الأغواط

جيلالي شويرب
جامعة الأغواط

taherrahmoun@gmail.com

MostafIagoual@gmail.com

Djelloulchouireb1979@gmail.com

تاريخ النشر: 2022/10/01

تاريخ القبول للنشر: 2022/09/22

تاريخ الاستلام: 2022/07/24

ملخص:

يهدف هذا البحث في إبراز أهمية تسويق العلامة التجارية من طرف النادي الرياضي المحترف لكرة القدم الذي تدخل ضمن الخطط أو الاستراتيجيات التسويقية التي تهدف في المقام الأول استهداف الأسواق و الجماهير ومن ثمة تحقيق الأهداف المنشودة، هذا من خلال تحديد الاحتياجات والرغبات للسوق المستهدفة، وعليه فإنه يستوجب على النادي المحترف لكرة القدم وضع آليات للوصول إلى المستهلكين. ومن ثم الوصول إلى الأهداف، وبناء على ذلك استخدام الطرق التي تعمل على الترويج للعلامة التجارية للنادي المحترف لكرة القدم والذي يتمثل في أسلوب الترخيص. لذا سنحاول في هذا المقال البحث في القواعد الموضوعية ذات العلاقة بالملكية الفكرية التي وضعها المشرع الجزائري ومدى فاعلتها في حماية الحقوق لدى أطراف المصلحة.

الكلمات المفتاحية: علامة تجارية؛ نادي محترف، كرة قدم، مشرع جزائري.

Abstract:

This research aims to highlight the importance of brand marketing by the professional football club, which falls within the marketing plans or strategies that primarily aim to target markets and audiences, and then achieve the desired goals, by identifying the needs and desires of the target market, and accordingly it requires The professional football club should put in place mechanisms to reach consumers, and the reach the goals, and based on that, the use of methods that promote the brand of the professional football club, which is the licensing method. Therefore, in this article, we will try to research the objective rules related to intellectual property established by the Algerian legislator and the extent of their effectiveness in protecting the rights of interested parties.

Key words: trademark, Professional club. Football. Algerian legislator.

* المؤلف المراسل

مقدمة:

ترخيص العلامة التجارية وسيلة للدخول في الأسواق و كذا استهداف الجماهير، في المجال الرياضي و تحديدا لدى النادي الرياضي المحترف لكرة القدم الذي يمكن أن يأخذ أحد الأشكال التالية: المؤسسة الرياضية ذات الشخص الوحيد ذات المسؤولية المحدودة أو الشركة الرياضية ذات مسؤولية المحدودة أو الشركة ذات الأسهم هذا حسب المشرع الجزائري هو مصدر دخل جيد، و غالبا ما يتحقق ذلك من خلال إنشاء بضائع مرخصة الهدف من الترخيص هو تعزيز الوعي بالعلامة التجارية وخاصة الجديدة منها إن النظام (الترخيص) يسمح للمرخص له باستعمال العلامة التجارية المملوكة للمرخص، و في هذا السياق فإن عمل المرخص له لا يعتبر فرعا لعمل المرخص و إنما يعد عمل أو مشروعا مستقلا، و ذلك تحت اسم المرخص.

وحتى يمكن تجسيد هذا لا بد من بيئة قانونية تسمح بذلك من خلال قوانين أو مراسيم أو أوامر تسمح بتحديد و حماية أصحاب المنفعة المتبادلة .

إذن الترخيص في المجال الرياضي وسيلة بسيطة نسبيا للدخول للسوق وهذا لتحقيق الهدف المنشود و الذي يتمثل في تحقيق التمويل الذاتي للنادي الرياضي المحترف، فإلى أي مدى رخص المشرع الجزائري استغلال العلامة التجارية للنادي المحترف لكرة القدم ؟

المبحث الأول:

النادي الرياضي المحترف لكرة القدم حسب المشرع الجزائري:

لقد تطرقت المادة 78 من قانون 13 /05 المتعلق بتنظيم الأنشطة البدنية و الرياضية حيث خصصت النادي المحترف على شكل شركة تجارية ذات هدف رياضي يمكن أن يتخذ أحد الأشكال التالية : المؤسسة ذات الشخص الوحيد الرياضية ذات المسؤولية المحدودة، الشركة الرياضية ذات مسؤولية المحدودة، الشركة ذات الأسهم.

إن أشكال الشركات الرياضية التجارية المذكورة هي تلك المنصوص عليها في أحكام القانون التجاري المتعلق بالمؤسسات ذات الشخص الوحيد وذات المسؤولية المحدودة والشركات ذات المسؤولية المحدودة والشركات ذات الأسهم¹.

المطلب الأول: أشكال النادي الرياضي المحترف لكرة القدم:

أولا : الشركات ذات المسؤولية المحدودة :

عرفت المادة 564 تجاري الأمر رقم 96-27 المؤرخ في 9/12/1996 الشركة ذات المسؤولية المحدودة "تؤسس الشركة ذات المسؤولية المحدودة من شخص واحد أو عدة أشخاص لا يتحملون الخسائر إلا في حدود ما قدموا من الحصص".

ثانيا: المؤسسة ذات الشخص الوحيد وذات المسؤولية المحدودة :

بموجب الأمر 9-11-1996 في المادة 13 تعدل و تتم المادة 564 فقرة 2 ق.ت.ج. " إذا كانت الشركة ذات مسؤولية المحدودة المؤسسة طبقا للفقرة السابقة لا تضم إلا شخصا واحدا كشريك وحيد تسمى هذه الشركة مؤسسة ذات الشخص الوحيد و ذات مسؤولية محدودة".

ثالثا: الشركة المساهمة :

عرف المشرع الجزائري الشركة المساهمة في المادة 592 ق.ت.ج بالشركة التي ينقسم رأسمالها إلى أسهم تتكون من شركاء لا يتحملون الخسائر إلا بقدر حصتهم، و لا يمكن أن يقل عدد الشركاء عن سبعة، كما تدخل المشرع الجزائري بتحديد رأسمال الشركة المساهمة بمقدار خمسة مليون دينار جزائري على الأقل إذا ما لجأت الشركة علنا بالادخار و مليون في حالة المخافة المادة 594 قرة 1 ق.ت.ج .

كلمة الأسهم تعني حق الشريك في الشركة، و بالمقابل فإن المادة 715 مكرر 40 من ق.ت.ج " الأسهم هو سند قابل للتداول تصدره الشركة مساهمة كتمثيل الجزء من رأسمالها".

لقد تطرقت المادة 2 التي نصت " يكلف النادي الرياضي المحترف في إطار التشريع والتنظيم المعمول بهما بتحسين مستواه التنافسي الاقتصادي والرياضي وهذا عبر مشاركته في التظاهرات المنافسات الرياضية المدفوعة الأجر وتوظيف مؤطرين ورياضيين مقابل أجرة وكنا ممارسة كل الأنشطة التجارية المرتبطة بموضوعه وبهذه الصفة يكلف و لاسميا بما يأتي :

أولا- القيام بكل نشاط إشهار و رعاية وتكفل من شأنه المساهمة في تطوير موارده المالية.

ثانيا- القيام بكل أنشطة تجارية و استثمار من شأنها تطوير موارده و ضمان بقائه².

والملاحظ في المادة أن هنالك إشارة واضحة على وجوب النادي الرياضي المحترف لكرة القدم في إطار القوانين المعمول بها على تحسن مستواه الاقتصادي و الرياضي و الذي يتجسد في أنشطة تجارية استثمارية و تسويقية و هذا من شأنه أن يعمل تحسن مداخله المالية.

و قد حدد المشرع الجزائري "الإيرادات" في نفس المرسوم التنفيذي و التي نذكر من بينها حسب ما جاءت به المادة 2 ما يلي :

أولا - الإيرادات الإشهارية أيا كانت طبيعتها طبقا للتشريع والتنظيم المعمول بهما.

ثانيا - الإيرادات الناجمة عن تحويلات الرياضيين.
ثالثا - أقساط الأرباح الناجمة عن عقود الرعاية والتجهيز وتسويق صورة الرياضي أو مجموعة الرياضي.

رابعا - كل الموارد الأخرى التي يسمح بها التشريع والتنظيم المعمول بها³.

المبحث الثاني: الإطار الموضوعي لحقوق الملكية الفكرية:

يقصد بالإطار الموضوعي لحقوق الملكية الفكرية مجموعة الأحكام أو القواعد القانونية ذات الصفة الموضوعية و المحددة لمجالات الحماية، وتشمل هذه الأخيرة على مواضيع الملكية الفكرية التي تتمتع بصلاحيحة الحماية .

المطلب الأول: تعريف الإطار الموضوعي لحقوق الملكية الفكرية:

هو التعريف بأصحاب الحقوق كما تحدد أيضا هذه الأحكام مضمون الحقوق التي يمكن مباشرتها على مواضيع الملكية الفكرية المتمتعة بالحماية، بالإضافة إلى تحديد أسباب انقضاء تلك الحقوق والعقوبات التي تلحق المعتدين عليها⁴.

المطلب الثاني: صور المنافسة غير المشروعة الواردة على حقوق الملكية الفكرية:

بالرجوع للقانون الذي نظم مسألة المنافسة غير المشروعة و المتمثل في القانون 04/02، نجد المواد 26، 27، 28، تنص على صور المنافسة غير المشروعة و المتمثلة أساسا في : تشويه السمعة، تقليد العلامات، استغلال المهارة، الاستفادة من الأسرار، المساس بالإشهار وكذا الأمر 06/03 المعلق بالعلامات التجارية.

الفرع الأول: تقليد العلامة:

أولا: جنحة تقليد العلامة :

من خلال الأمر 06/03 المتعلق بالعلامات ، نجد أن المشرع الجزائري لم يعرف التقليد ، و لم يضع له معيار محدد يقتدى به في الحوض في مجال العلامات ، غير أنه و بالرجوع إلى نص المادة 26 من الأمر 06/03 و التي تنص على " يعد جنحة تقليد لعلامة مسجلة كل عمل يمس بالحقوق الاستثنائية لعلامة قام بها الغير خرقا لحقوق أصحاب العلامة"، نجد أن المشرع الجزائري وضع التقليد ضمن الجحج و التقليد يشمل عملية صنع العلامة مشابهة أو مماثلة مسجلة، و نجده كذلك لم يعدد جريمة التزييف و التزوير و الاستعمال لعلامة مقلدة أو مزورة، كما فعل في الأمر السابق 57/66 المتعلق بعلامات المصنع و العلامات التجارية الملغى بموجب

الأمر السالف الذكر 06/03، و لكنه أدخل ضمن جنحة التقاليد كل عمل يمس الحقوق الاستثنائية التي خولها المشرع لصاحب العلامة التجارية.

ويعتبر من قام بتسجيل العلامة لدى المصالح المختصة ملكا لها، و له وحده دون سواه استعمالها في السلع و الخدمات التي يعينها لها، طيلة عشر سنوات قابلة لتجديد طيلة فترات متتالية وهذا بنص المادة 05 من الأمر 06/03 المتعلق بالعلامات⁵.

وقد تكرر مبدأ حرية المنافسة أيضا من خلال القانون 04/02 المؤرخ في 23 يونيو 3 200 المتعلق بتحديد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية⁶.

وقد تطرق للمنافسة غير المشروعة من خلال ثلاث مواد من القانون 02/04:

أولا- المادة 26 التي اتسمت بالعموم، واعتبرت الممارسات التجارية غير النزيهة، كالمخالفة للأعراف التجارية النزيهة و النزيهة .

ثانيا- المادة 27 و التي قدم في ظلها المشرع ثمانية أمثلة بخصوص الممارسات التجارية غير النزيهة. ثالثا- المادة 28 و قد قدم المشرع بخصوصها ثلاث أمثلة عن الإشهار التضليلي باعتباره صورة من صور الممارسات التجارية غير النزيهة .

وباعتبار أن حقوق الملكية الفكرية هي الحقوق التي لا ترد على المادة، المرتبطة بالفكر، وتنقسم إلى حقوق المؤلف و الحقوق المجاورة من جهة و حقوق الملكية الصناعية من جهة مقابلة وهي أيضا تنقسم بدورها إلى العلامات براءات الاختراع⁷.

ثانيا: الاستغلال بدون ترخيص :

باعتبار أن حق ملكية العلامة هو حق نسبي كونه يقتصر على استثمار استعمال العلامة على نوع من السلع و الخدمات المخصص لوضع العلامة عليها لتمييزها عن غيرها دون الأنواع الأخرى من السلع و الخدمات، بالتالي يستطيع الغير استعمال ذات العلامة لتمييز نوع آخر منا لبضائع دون أن يكون ذلك اعتداء على حق ملكية صاحب العلامة، ومنه استبعاد المنافسة غير المشروعة عموما و التقليد خصوصا.

وحسب الأمر 06/03 و من نص المادة 14 منه، فإنه بالإمكان نقل ملكية العلامة أو التنازل عنها أو رهنها دون نقل المؤسسة، وبذلك فقد تبني المشرع الجزائر بنظرية الضمان و التي تقوم العلامة بموجبها بدور تحديد صفات المنتجات وتبيان خصائصها، فالعلامة أداة تضمن توافر صفات وخصائص معينة في المنتجات والخدمات المقدمة، وعليه يمكن التصرف في العلامة

بانفصال عن المؤسسة . بموجب عقد الترخيص الاتفاقي الذي يمنح المرخص له إنتاج السلع التي تحمل نفس العلامة التي تميز السلعة⁸.

ثالثا: الإشهار المضلل:

عرّف الباحث أوكسيتفلا الإشهار على أنّه: عملية اتصال تهدف إلى التأثير على المشتري من خلال إجراءات و طرق و وسائل غير شخصية يقوم بها البائع، حيث يفصح المعلن عن شخصيته ويتم الاتصال من خلال و سائل الاتصال العامة⁹.

باعتباره وسيلة اتصال مع المستهلك وله غايات تجارية بغرض الربح مما يستدعي بداية التوقف عند التكييف الذي ينطبق عليه وكونه لا يسلك أحيانا السبل العادية و غير النزهية، فمن أجل ذلك يهدف إلى التأثير نفسيا على جمهور المستهلكين، وينهج أساليب تتسم بكونها احتيالية، تتمثل أساسا في المقارنة و الكذب، باعتبارهما من أبرز أنواع الاشهار المضللة. إن التضليل الوارد على الإشهار هو بمثابة تضليل و ارد على حق من حقوق الملكية الفكرية، وذلك كون التكييف القانوني للإشهار يحتكم لتكيفين، حيث يعتبر من جهة علامة، ومن جهة مقابلة مصنف لحق المؤلف .

ورجوعا إلى النصوص التالية نجد :

أولا- المادة 27 من القانون 04/02 حيث ألحق من خلالها المشرع تقليد الإشهار بتقليد العلامة، واعتبر أنه من بين الممارسات التجارية غير النزهية، حالة تقليد العلامات المميزة لعون اقتصادي منافس أو تقليد منتجاته أو خدماته أو الإشهار الذي يقوم به. وهذا لم يثبت لنا العلاقة الوثيقة بين العلامة و الإشهار، باعتبار أن هذا الأخير ما هو إلا صنف من بين الأصناف التي تسجل في ظلها العلامة.

ثانيا- المادة 02 من القرار الصادر عن وزارة المالية المؤرخ في 15 يوليو 2002 ، و المحدد لكيفيات تطبيق المادة 22 من قانون الجمارك المتعلقة باستيراد السلع المزيفة التي اعتبرت بأن السلع المزيفة هي السلع التي تمس بحق من حقوق الملكية الفكرية، لاسيما منها كل رمز للعلامة، شعار، ملصقة، شريط، دليل إعلان، ورقة استعمال، وثيقة ضمان.

ثالثا- المادة 42 من القانون 07-12 المؤرخ في 30 ديسمبر 2007 المتضمن قانون المالية 2008 و هي المادة المعدلة و المتممة للمادة 22 من قانون الجمارك، والتي نصت على أنه تحظر من الاستيراد والتصدير، السلع المقلدة التي تمس بحق الملكية الفكرية، لاسيما منها جميع الرموز

المتعلقة بالعلامة علامة رمزية، بطاقة، ملصق، نشرة دعائية، استمارة الاستعمال، وثيقة الضمان¹⁰.

المبحث الثالث: العلامة التجارية:

بناءً على الأمر 57/66 المؤرخ في 19 مارس 1996 المتعلق بالعلامات، الذي ألغي بمقتضى الأمر 06/03 المؤرخ في 19 جويلية 2003 المتعلق بالعلامات، ثم جاءت التفاصيل المتعلقة بتسجيل العلامات واردة في المرسوم التنفيذي رقم 05-277 المؤرخ في 02 أوت 2005 المحدد لكيفيات إيداع العلامات و تسجيلها¹¹.

المطلب الأول: تعريف العلامة التجارية:

عرف الأمر 06/03 العلامات التجارية في المادة 2 منه بأنها " كل الرموز القابلة للتمثيل الخطي لاسيما الكلمات بما فيها أسماء الأشخاص و الأحرف و الأرقام، و الرسومات أو الصور أو الأشكال المميزة للسلع أو توضيحها، و الألوان بمفردها أو مركبة التي تستعمل كلها لتميز السلع أو الخدمات شخصي طبيعي أو معنوي عن سلع و خدمات غيره .

الفرع الأول: العلامة الجماعية:

كل علامة تستعمل لإثبات المصدر و المكونات و الإنتاج أو كل ميزة مشتركة لسلع أو خدمات مؤسسات مختلفة، عندما تستعمل هذه المؤسسات العلامة تحت رقابة ملكها. السلعة: كل منتج طبيعي أو زراعي أو تقليدي أو صناعي خاما كان أو مصنعا. الخدمة: كل أداء له قيمة اقتصادية.

الاسم التجاري: التسمية أو العنوان الذي يعرف المؤسسة.

المصلحة المختصة: المعهد الوطني للملكية الصناعية¹².

المطلب الثاني: شروط حماية العلامة:

يجب أن تتوفر مجموعة من الشروط :

أولا- قابلية التمثيل الخطي

ثانيا- ذات صفة مميزة

ثالثا- جديدة لم يسبق استعمالها

رابعا- إلزامية، أن تكون مشروعة، لا تخالف القانون أو النظام العام أو الآداب .

إن مبدأ في قانون العلامات تمكن حماية الجمهور من الغش، الخداع و التضليل بإضافة إلى حماية تلك العلامة¹³.

المطلب الثالث: تسويق العلامة التجارية للنادي الرياضي المحترف لكرة القدم :

وذلك من أجل :

أولا- تحسين القدرة التنافسية للعلامة التجارية.

ثانيا- تعزيز مكائنها وسمعتها في السوق.

ثالثا- توسيع مجال العلامة تجارية.

ومن الملاحظ أن هذا من شأنه أن يسهم وضع خطط واستراتيجيات تسويقية للنادي الرياضي المحترف لكرة القدم سواء كانت طويلة المدى أو متوسطة المدى، لها علاقة كبيرة في استهداف الجماهير أو العملاء و هذا من اجل زيادة المبيعات و تحقيق التمويل الذاتي .

المبحث الرابع:

الترخيص

عقد الترخيص الخاص بالعلامة هو اتفاق بين مصالح الرخصة و المرخص له، بهدف منح هذا الأخير حق استغلال تلك العلامة و يكون الترخيص لمقابل يدفعه المرخص له للمرخص.

المطلب الأول: رخصة استغلال العلامة:

يجوز الترخيص باستعمال العلامة و هذا ما يفهم من المادة 16 من الامر 06/03 المتعلق بالعلامات حيث نصت على أنه " يمكن أن تكون الحقوق المرتبطة بالعلامة التجارية موضوع رخصة استغلال واحدة، أو استثنائية أو غير استثنائية، لكل جزء من السلع أو الخدمات التي تم إيداع أو تسجيل العلامة بشأنها".

ويقصد باستغلال العلامة التجارية، العقد الذي يمنح بواسطته صاحب العلامة للغير الحق في استغلال علامته كليا أو جزئيا بصورة استثمارية أو لا، و بمقابل يكون على شكل إتاوات.

المطلب الثاني: مفهوم عقد الترخيص:

عقد الترخيص الخاص بالعلامة هو اتفاق بين مصالح الرخصة و المرخص له، بهدف منح هذا الأخير حق استغلال تلك العلامة و يكون الترخيص لمقابل يدفعه المرخص له للمرخص.

عقد الترخيص هو الاتفاق الذي من خلاله يتنازل صاحب العلامة و هو المرخص عن أو جزء من احتكاره لاستغلال علامته لشخص آخر و هو المرخص له، و يتم ذلك بواسطة مقابل مالي.

إن القانون يسمح بإبرام العقود التراخيص الخاصة بالعلامة التجارية و قد جاء الأمر 06/03 المتعلق بالعلامات في الجزائر عدة مواد تتكلم عن الترخيص و هي المادة 16 إلى المادة 18.

الفرع الأول : الإطار القانوني لعقد الترخيص :

عقد الترخيص يخضع للقواعد العامة المنصوص عليها في القوانين المدنية و التجارية هذا من جهة و من جهة أخرى يخضع عقد الترخيص للشروط الخاصة المنصوص عليها في القانون العلامات التجارية، و من حيث أن موضوع العقد هو الترخيص باستعمال علامة تجارية، و كما أسلفنا فإن المواد 16 إلى 18 من الأمر 06 /03 المتعلق بالعلامة التجارية في الجزائر . و عليه يشترط الكتابة في العقد، حتى يمكن قيده و تسجيله و النشر عنه في السجلات المختصة لذلك.

الفرع الثاني: أنواع عقد الترخيص

أولا- الترخيص الاستثنائي :

يقصر فيه الحق في استغلال إما البراءة أو العلامة، و على المرخص له فقط دون سواه داخل الحدود الجغرافية التي يرسمها العقد، بحيثي منع على المرخص منح تراخيص أخرى لغير المرخص له، و هذا النوع من الترخيص يسلب حق المرخص في الاستغلال داخل الإقليم الذي يحدده العقد، كما لا يجوز للمرخص أن يرخص لشخص آخر في الاستغلال داخل الحدود المكانية التي يرسمها عقد الترخيص الاستثنائي.

ثانيا- الترخيص غير الاستثنائي أو العادي:

لا يمنع هذا النوع من الترخيص المرخص من منح تراخيص أخرى بالاستغلال لأي عدد يشاء من الأشخاص، كما يكون من حقه الاستغلال بنفسه¹⁴.

الفرع الثالث : الآثار المترتبة عن عقد الترخيص

أولا- بالنسبة للمرخص:

وهو تمكين المرخص له من حيازة البراءة أو العلامة و الانتفاع بها، و ذلك بأن يضع تحت يده كل الوسائل التي تضمن الاستغلال الكامل، كالتوثيق الفنية و الخطط و التحاليل و الأوصاف و الرسوم المرفقة لبراءة الاختراع، أو الصور المقدمة في مجال علامات، و لكي يحقق عقد الترخيص غايته الاقتصادية، على المرخص له تأهيل كفاءات علمية و تقنية قادرة على استيعاب معلومات التكنولوجيا¹⁵.

أ- الضمان:

ويكون الضمان بعدم التعرض إما عدم التعرض الشخصي و هو من النظام العام، غير قابل للإيقاص أو السقوط، فلا يجوز للمرخص أن يباين المرخص له في حقوقه كمنعه من الاستغلال، أو تنازل عن الحق المرخص باستغلاله للغير دون إعلام المرخص له، ويضمن المرخص أيضا عدم التعرض الصادر من الغير وهو لا يعد من النظام العام، بحيث يجوز للأطراف الاتفاق على إنقاصه أو إسقاطه بشرط توفر حسن نية المرخص. وقد يتمثل هذا التعرض في تقليد الغير للبراءة أو العلامة محل عقد الترخيص، فيتم دفع هذا الفعل بدعوى التقليد، سواء من طرف المرخص أو بوكالة يمنحها للمرخص له¹⁶.

ثانيا- بالنسبة للمرخص له:

يلتزم المرخص له بالتزامين قانونيين وهما:

أولا- الالتزام بالاستغلال:

بمجرد إبرام عقد الترخيص يصبح المرخص له ملزما باستغلال الإنجاز محل هذا العقد استغلالا شخصيا و فعالا طيلة المدة المحددة مهما كان العقد استثنائيا أو بسيطا، ومن ثمة فلا يجوز للمرخص له التصرف في الحق بمنح ترخيص استغلال للغير أو التنازل عن عقد الترخيص للاستغلال من الباطن دون موافقة المرخص¹⁷.

ثانيا- الالتزام بدفع الإتاوة:

يلتزم المرخص له باستعمال العلامة التجارية أو حقا آخر من حقوق الملكية الصناعية بأن يدفع الإتاوة المتفق عليها في عقد الترخيص، وتكون إما بمبلغ جزافيا تفاعي أو مبلغ نسبي يقطع من الأرباح حسب الاستغلال وفي هذه الحالة الأخيرة تحدد نسبة معينة من المبيعات المنتجة، و غالبا ما يتم إدراج شرط في العقد يحدد ذلك، وهذا ما يسمح للمرخص بمراقبة حسابات المرخص له للتأكد من مصداقية التصريح عن مشاريع الاستغلال من حيث العدد و الكمية، كما قد يكون الثمن محتاطا بالاتفاق على حد أدنى يدفع مباشرة، بالإضافة إلى إتاوة حسب نسبة الاستغلال، ويبقى الدفع مستمرا إلى أن ينقضي الحق أو يسقط ماعدا في حال اتفاق الطرفين على ذلك¹⁸.

بحكم المكانة الاقتصادية الكبيرة التي يحتلها عقد الترخيص فإن ترخيص براءة الاختراع وسيلة تمكن صاحب الحق من الانتفاع بها وجني الأرباح بمنحه حق الاستغلال للغير.

ومن كل سبق نستنتج أن المشرع الجزائري أقر بعض التشريعات التي تحمي العلامة التجارية التي هي من أهم موارد المالية، وأنه بإمكان النادي الرياضي المحترف لكرة القدم تسويق علامته التجارية من تحقيق العوائد المالية و تحقيق التمويل الذاتي و ذلك من خلال ترخيص العلامة التجارية الخاصة به مع مؤسسات و شركات أخرى فيما يقره القانون المعمول به كما أسلفنا سابقا.

ويمكن القول أن المشرع الجزائري أقر هذه القوانين من أجل حماية أطراف عقد الترخيص حتى تتجلى المنافع المتبادلة بين النادي الرياضي المحترف لكرة القدم الذي هو بمثابة المرخص و الشركات الأخرى التي هي المرخص لها .

بعد التطرق إلى أهم القوانين التي أقرها المشرع الجزائري لضمان حقوق أصحاب الملكية حتى لا تكون عرضة للانتهاك، و التي من بينها النادي الرياضي المحترف التي وكما أسلفنا يمكن أن يأخذ أحد أشكال الشركات المعتمدة في القانون التجاري الجزائري و التي تمكن له من مزاوله أنشطته التجارية و الاستثمارية و هذا ما أقره المشرع الجزائري مرة أخرى في القانون الصادر في الجريدة الجزائرية الرسمية العدد 11 الصادرة بتاريخ 6 جمادي الأول عام 1436 هـ 25 فبراير 2015 سنة المتضمنة مرسوم تنفيذي رقم 15-73 مؤرخ في 26 ربيع الثاني عام 1436 الموافق 16 فبراير سنة 2015 يضبط الأحكام المطبقة على النادي الرياضي المحترف ويحدد القوانين الأساسية النموذجية للشركات الرياضية التجارية، و بما أن موضوع البحث هو الترخيص أصبح من أهم وسائل توزيع المنتجات في الأسواق، فيسمح بذلك تصنيع المنتجات من قبل أشخاص آخرين مرخص لهم بشرط الحفاظ على مستوى النوعية و الجودة، وبهذا يزيد الاستثمار و يؤدي إلى تحريك السوق.

إن ترخيص العلامة من شأنه أن يخدم مصلحة صاحب العلامة من حيث أن استعمال العلامة بحيث يزيد ويقوي سمعة و شهرة تعود من حيث النتيجة لصاحب العلامة.

الخاتمة :

من خلال ما سبق نستنتج أن المشرع الجزائري أقر مجموعة من القوانين و الأحكام والقواعد القانونية التي تسمح بتحديد مجال أصحاب و حماية الحقوق من خلال العديد من التشريعات التي كما أسلفنا تحمي أطراف العملية، و هذا من شأنه السماح بتحقيق المصالح المتبادلة (المرخص، المرخص له) بحيث أن النادي الرياضي المحترف لكرة القدم هو الذي يقوم بترخيص العلامة التجارية لصالح شركات أو مؤسسات أخرى، حيث أن هذا الإجراء لا بد له

من بيئة قانونية تسمح بتسهيل العملية هذا من جهة و من جهة أخرى حماية أطراف العملية و هذا من أجل خلق أرضية تساعد على تحقيق الأهداف المنشودة و نخص بالذكر هذا الأخير النادي المحترف الذي مازال يعتمد على إعانات الدولة من ناحية التمويل وهو العنصر المهم في بقاء و ديمومته التي تسهم في تجسيد الأهداف الاقتصادية و الاجتماعية.

الهوامش:

- 1 القانون رقم 13/05 الصادر في يوم 23 يوليو سنة 2013، المتعلق بتنظيم الأنشطة البدنية الرياضية و الرياضية وتطويرها، جريدة رسمية، 31 يوليو 2013، عدد39، ص8.
- 2 مرسوم تنفيذي رقم 15-73 الصادر في 1973، الذي يضبط الأحكام المطبقة على النادي الرياضي المحترف ويحدد القوانين الأساسية النموذجية للشركات الرياضية التجارية، جريدة رسمية، 25 فبراير 2015، عدد11، ص9.
- 3 مرسوم تنفيذي رقم 15-73 الصادر في 1973، الذي يضبط الأحكام المطبقة على النادي الرياضي المحترف ويحدد القوانين الأساسية النموذجية للشركات الرياضية التجارية، جريدة رسمية، 25 فبراير 2015، عدد11، ص10.
- 4 بخوش مصطفى: ضمانات الملكية الفكرية في التشريع الجزائري، مذكرة ماجستير، كلية الحقوق و العلوم السياسية، جامعة محمد خيضر، بسكرة، 2008، ص2.
- 5 كحول وليد: جريمة تقلد العلامات في المشرع الجزائري، مجلة الفكر، العدد الحادي عشر، 2011، ص479.
- 6 القانون رقم 02/04 الصادر في 23 يونيو 2004، المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية، جريدة رسمية، 20 يونيو، عدد41، ص3.
- 7 بوقبيجة نجية: المنافسة المشروعة في الملكية الفكرية: أطروحة دكتوراه، كلية الحقوق، جامعة الجزائر 1، 2014، ص5.
- 8 نفس المرجع، ص38-39.
- 9 طاهر محسن غالي، احمد شاكر العساكر: الإعلان مدخل تطبيقي، دار وائل للنشر، عمان، 2003.
- 10 بوقبيجة نجية، المرجع سابق، ص90-91.
- 11 مرسوم تنفيذي رقم 15-73 الصادر في 1973، الذي يضبط الأحكام المطبقة على النادي الرياضي المحترف ويحدد القوانين الأساسية النموذجية للشركات الرياضية التجارية، جريدة رسمية، 25 فبراير 2015، عدد11، ص11.

- 12 الأمر 06/03 المتعلق بالعلامات في الجزائر الصادر يوم 19 جويلية 2003 ، جريدة رسمية 23، يوليو 2003، عدد 44، ص 23.
- 13 سميحة القليلوي : الملكية الصناعية ، دار النهضة العربية ، القاهرة. 2007، ص 457.
- 14 سمير حسن الفتلاوي : الملكية الصناعية و فق القوانين الجزائرية، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 1988، ص 123-124.
- 15 *Burst Jean-Jacques : Concurrence déloyale et parasitaire, Dalloz, Paris p20, 1993.*
- 16 جلال أحمد خليل: النظام القانوني لحماية الاختراعات ونقل التكنولوجيا للدول النامية، منشورات ذات السلاسل، الكويت، 1983، ص 411.
- 17 سميحة القليلوي، المرجع السابق ، ص 127.
- 18 نعمان وهيبية: استغلال حقوق الملكية الصناعية و النمو الاقتصادي، مذكرة ماجستير، كلية الحقوق، جامعة الجزائر، 2012، ص 71.