



בית המשפט המחוזי בירושלים

ת.א. 1126-07-10

לפני כבוד השופט רפי כרמל

בעניין: 1. Hsin Lung Accessories Co. Ltd.

2. שד און ית בע"מ

שתייהן ע"י ב"כ עוה"ד ס' פלינר ואח' התובעים / המבקשים

נגד

1. ב.ש. צעצועים ומותגים בע"מ

2. בנימין הוטה

3. שמואל כהן צדק

שלושתם ע"י ב"כ עוה"ד ד' בוסתנאי ואח'

4. מדינת ישראל – מינהל המכס

ע"י פרקליטות מחוז ירושלים

הנתבעים / המשיבים

החלטה

'קורקינט' – מילה ששובשה מצרפתית: trottinete, ובעברית: גלגלים – הוא מושא החלטה זו.

1. המבקשת מס' 1, תאגיד טייוואני, הנה, לטענתה, הבעלים של מלוא הזכויות בקורקינט מסוים (שתיאורו יבוא להלן), הנמכר בעולם ובישראל תחת השם Streeter.



בית המשפט המחוזי בירושלים

ת.א. 1126-07-10

לפני כבוד השופט רפי כרמל

המבקשת מס' 2 הנה, כך נטען, חברה ישראלית, המשמשת בארץ כמפיץ בלעדי של הקורקינט והנה בעלים של זכויות היוצרים ב'מדריך למשתמש' בשפה העברית המצורף לקורקינט, כמו גם של זכויות היוצרים באריזה בה נמכר הקורקינט בארץ.

הקורקינט

3. הקורקינט בו עסקינן, להבדיל מקורקינטים אחרים להם, בדרך כלל, שני גלגלים, הנו בעל שלושה גלגלים: הגלגל האחד מקדימה והשניים האחרים מאחור, כל אחד מהם מחובר למוט. שני המוטות נפרשים בזווית מסוימת (יוצרים את האות V) והגלגל המחובר לכל אחד מהם נוטה בזווית מסוימת. ייחודו של קורקינט זה מתבטא בכך שהתנועה באמצעותו אינה נעשית, כמקובל בדרך כלל, באמצעות דחיפה בקרקע בעזרת רגל אחת, אלא ההתקדמות נעשית באמצעות תנועת גופו של הרוכב.

הצדדים

4. כאמור, המבקשת מס' 1 הנה חברה טייוואנית העוסקת בתחום האופניים והקורקינטים ובבקשה נטען כי הנה בעלים של זכויות, לרבות סימני מסחר רשומים במדינות רבות, זכויות יוצרים, פטנט מס' 655, 4.5.7.549, הרשום בארצות הברית, פטנט מס' DE 20/2007/005/179.4 הרשום בגרמניה, ופטנט מס' ZL 2007/20/00853.0 הרשום בסין, כולם נוגעים בקורקינט הנדון (העתקי רישומי הפטנטים – נספה 3 לבקשה). המבקשת 1 משווקת את הקורקינט בישראל תחת השם Streeter ובעולם הוא משווק תחת השם Fliker. המבקשת 2 הנה חברה ישראלית המפיצה את הקורקינט בישראל באופן בלעדי והנה הבעלים של מלוא הזכויות בסימן המסחר Streeter בישראל ומחוצה לה. בנוסף, למבקשת 2 זכויות היוצרים ב'מדריך למשתמש' בשפה העברית המצורף לכל קורקינט, לאחר שהמדריך תורגם על ידה. כמו כן, המבקשת עיצבה, לטענתה, את אריזת הקורקינט באופן ייחודי, בין היתר, בהטבעת תמונת הקורקינט על גבי האריזה באופן שהתמונה 'גולשת' לכל אורכה ורוחבה של האריזה.



בית המשפט המחוזי בירושלים

לפני כבוד השופט רפי כרמל

ת.א. 1126-07-10

לטענת המבקשות, הן משקיעות סכומי עתק בפיתוח, שיפור ופרסום הקורקינט, בארץ ובעולם, עד שמוצרים מבית היוצר של המותג Streeter הפכו לשם דבר ובעלי מוניטין (ר' נספח ו' לבקשה – דוגמאות פרסומיות).

5. המשיבה 1 העוסקת בייבוא ושיווק צעצועים שונים, והמשיבים 2 ו-3, שהנם מנהליה ובעלי מניות בה (להלן: "המשיבים"), מייבאים ארצה ומשווקים בארץ קורקינט בעל מראה, תכונות, ועיצוב, דומים עד כדי זהים, לקורקינט המשווק על ידי המבקשות (לעניין הדמיון אתיחס בהמשך), ותמצית טענתם הנה כי המוצר נרכש ממפעל בסין, באזור בו קיימים מפעלים רבים המייצרים קורקינט כזה. המדריך למשתמש ניתן למשיבים, כך לגרסתם, מהמפעל הסיני (מ/ש8), ולא נעשתה כל העתקה שהיא. לעניין האריזה, נטען כי המפעל בסין מציע שלוש אופציות ונבחרה אופציה הכוללת קרטון בצבע לבן עליו מודבקה תמונה של המוצר. הדמיון בצבע בין התמונות על אריזת מוצר המבקשות לבין אריזת מוצר המשיבים מקורו אינו בחיקוי ה- Streeter אלא מדובר בצבעים היפים ביותר מבין אלה שהוצעו. לגבי השם בו מופץ ומשווק הקורקינט של המשיבים – Mover – שם זה נבחר מבין היצע שמות שהציע המפעל בסין. עוד, ובעיקר, נטען כי קורקינט ממין זה נמכר בארץ ובעולם (ר' מ/ש1 עד מ/ש6).

לעניין המדריך למשתמש, נטען כי מדריך כזה נערך ותורגם מאנגלית על ידי חבר של המשיבים (הנוסח באנגלית מ/ש8). לטענת המשיבים, קיים בידיהם תקן לקורקינט שהתקבל ממכון התקנים (אף שלא הוצג תקן כזה). המשיב 2 אישר בעדותו כי מדובר במוצר מוצלח וכי הוא ייבא את הקורקינט לארץ על ידי המשיבים, החל מחצי שנה לאחר שיובא ה- Streeter. לדבריו, מדבקה החול על המדריך בקורקינט בצבע השחור הודבקה על ידי המפעל על דעתו של המפעל. המשיב 2 אישר כי לא בדק האם למפעל ממנו רכש את הקורקינטים יש רישיון לייצורם. בארץ, נמכרים קורקינטים על ידי המשיבים מזה כחודשיים.



בית המשפט המחוזי בירושלים

לפני כבוד השופט רפי כרמל

ת.א. 1126-07-10

6. מהאמור לעיל, ולאור טיעוני הצדדים, ניתן לומר כי לא ניתן לחלוק על אלה: המבקשת 2 מייבאת ומשווקת בארץ קורקינט בעל שלושה גלגלים תחת המותג Streeter. המשיבים מייבאים ומשווקים בארץ, אף הם, מזה חודשיים, קורקינט דומה עד זהה.

לעניין הדמיון בין הקורקינטים: המבקשות צרפו לבקשתן צילומים צבעוניים מוגדלים של הקורקינט המשווק על ידן (נספח 1 לבקשה) כנגד צילומי הקורקינט המשווק על ידי המשיבות (נספח 4 לבקשה), וכן הציגו במהלך הדיון בבקשה, אלו מול אלה, קורקינטים המשווקים על ידם (בצבע לבן-ירוק ובצבע שחור-אדום), לעומת קורקינטים המשווקים על ידי המשיבים. ניתן לומר כי הדמיון בין הקורקינטים קיים עד כדי זהות מוחלטת, כמעט, למעט הכיתוב: הקורקינטים לבית המבקשות נושאים את השם Streeter בשלושה מקומות (בעמוד המרכזי המחובר לכידון ובשתי הזרועות האופקיות), ואילו הקורקינט לבית המשיבים נושא, באותם מקומות, את השם Mover. בקורקינטים של המבקשות צבע הכיתוב במוט האנכי הוא שחור ובמוטות האופקיים הוא בירוק ואצל המשיבים גם הכיתוב במוט האנכי הוא בירוק. השינויים המזעריים (כגון עיצוב המדבקה על המדרכים) אינם אלא בטלים בשישים, וכפי שאומר אחד הסוכנים המשווק את הקורקינטים עבור המשיבים (בשיתה המוקלטת בינו לבין חוקר מטעם המבקשות, ר' התצהיר נספח 14 והתמליל נספח 15 לבקשה) מדובר ב: "אותו מוצר אחד לאחד. אתה תשים אחד ליד השני אתה תראה שזה אותו מפעל שהגיע. מה שאנחנו מוכרים זה מה שהוא מוכר... ואתה תראה עד לפרטים הכי קטנים, זה אותו שטאנק, אותה תבנית של המוצר...".

7. בבקשתן, מכוונות המבקשות לכך שיינתן צו האוסר והמונע מהמשיבים לייבא, להפיץ ולשווק את הקורקינטים שנטען כי הם מזויפים, זאת מאחר שהמשיבים מפירים את זכויות המבקשות הכוללות פטנט, סימני מסחר וזכויות יוצרים. נטען כי המשיבים מבקשים לרכב על גל ההצלחה של המבקשות בשיווק ומכירת ה - Streeter ועל-כן החלו בייבוא ומכירת מוצר זה הנהנה מהמוניטין אותו צבר ה - Streeter בחודשים שחלפו מאז החל שיווקו. נטען



בית המשפט המחוזי בירושלים

לפני כבוד השופט רפי כרמל

ת.א. 1126-07-10

כי אין מדובר בייבוא מקביל של מוצר מקורי אלא בייבוא מוצר מזויף וכל דפי האינטרנט שהוגשו מטעם המשיבים במהלך הדיון, אין בהם לסייע למשיבים שכן מדובר שם בקורקינטים המשווקים על ידי המבקשות או במזויפים.

8. לעניין תחולת הכללים החלים שעה שנבחנת בקשה למתן צו מניעה, נטען כי הוכח קיומן של ראיות לעניין הזכויות בקורקינט (תצהיר התומך בבקשה, נספח 3), הוכח קיום מוניטין (נספח 11), והוכח זיוף, לרבות בנוגע עם האריזה וההטעיה הנעשית בהקשר לשיווק ולאריזה. נטען, בנוסף, כי מאזן הנוחות נוטה לזכות המבקשות שכן אלה השקיעו משאבים רבים בפיתוח ובהפצת המוצר ובהחזרתו לשוק עד להתפתחות 'דרישה היסטורית', כדברי הסוכן מטעם המשיבים, בשיחה המוקלטת, כאשר מתקיימת תחרות בלתי הוגנת הבאה לידי ביטוי בכך שהמשיבים מוכרים את הקורקינט המזויף במחיר נמוך יותר. עוד נטען להפרת זכויות קניין ולכך שגניבת עין מתקיימת בכל עת שהמכירה נמשכת.

הטענות המשפטיות של הצדדים

9. המבקשות מבססות בקשתן על שלוש עילות משפטיות עיקריות: גניבת עין, זכויות יוצרים ועשית עושר, שיפורטו להלן. הבקשה אינה נשענת על עילת הפרת הפטנט בישראל. הפטנטים אשר בבעלות המבקשת מס' 1 צורפו לבקשה כעדות לזכויות שמחזיקות המבקשות, או מי מטעמן, בקורקינטים המקוריים (ר' סעיף 52 לסיכומים ונספח 3 לבקשה).

10. באשר לגניבת עין, טוענות המבקשות כי חוק עוולות מסחריות, תשנ"ט-1999, קיבע את עוולת גניבת העין מסעיף 59 לפקודת הנזיקין, שעל פי פרשנות הפסיקה, מכילה שני יסודות טעוני הוכחה: האחד, כי לתובע מוניטין במוצר המדובר; השני, כי קיים חשש סביר להטעיה העלולה להביא לידי כך שהציבור יזהה את המוצר של הנתבע עם התובע. כמו כן, לטענת המבקשות, גניבת עין יכולה להתייחס הן לצורתו התלת מימדית של המוצר והן לאריזתו.



בית המשפט המחוזי בירושלים

לפני כבוד השופט רפי כרמל

ת.א. 1126-07-10

לעניין המוניטין, נטען כי על פי הפסיקה, בהעדר סיבה פונקציונלית להעתקה, עצם ההעתקה מלמד על המוניטין של המוצר המקורי, ובכלל זה הזמנת מוצרי גלם באותו גוון של המוצר המקורי (ע"א 307/87 מ. וייסברוד ואח' נ' ד.י.ג. ביח"ר, פ"ד מד(1) 629).

ביישום כלל זה, לענייננו, טוענות המבקשות כי הקורקינט של המשיבות הוא בעל עיצוב וצבע זהים לקורקינט של המבקשות, הגם שאינם ממלאים צורך פונקציונאלי כלשהו, חרף עובדה כי מהמפעל הסיני, ממנו הוזמנו, לכאורה, הקורקינטים של המשיבים, ניתן היה להזמין קורקינטים בצבעים אחרים. לשיטת המבקשות, המשיבים לא הציגו הסבר ראוי לבחירת העיצוב והצבעים שנעשה על ידם בעניין זה. באשר למוניטין שנצבר ביחס לקורקינטים של המבקשות, נטען כי ניתן ללמוד על קיומו מהפרסום המסיבי שנעשה למוצרים אלה ולנוכח היקף המכירות ברשתות מובילות למעלה משנה, ומהפופולאריות של המוצר. לא-זו-אף-זו, לטענת המבקשות, היקף המכירות הנרחב של הקורקינטים של המשיבים בתוך פחות מחודשיים וללא פרסום מצידם – מלמד על המוניטין הרב שצברו הקורקינטים של המבקשות. בנוסף, לטענת המבקשות, המשיב 2 הודה כי הוא מכיר את הקורקינט של המבקשות מזה כשמונה חודשים וכי הוא נחשב למוצר מוצלח ומוכר.

באשר ליסוד ההטעיה, טוענות המבקשות כי די בחשש להטעיה ואין צורך בהוכחת הטעיה בפועל וכי יש למקד את הבחינה ברושם הכללי שיוצר המוצר בעת השוואתו עם המוצר המקורי. ביישום לענייננו, נטען כי הדמיון, העולה כדי זהות, בין הקורקינט של המבקשות לבין זה של המשיבות, כמו גם בין אריזות המוצרים ומדריכי השימוש בהם – מקים את החשש הנדרש להטעיה. נטען כי דמיון זה אינו מקרי, אלא הוא פרי בחירה מודעת ומכוונת של המשיבים. בנוסף, גם בהתנהגות המשיבים וגורמים מטעמם יש כדי לגרום להטעיה דה פקטו, באשר סוכני המשיבים מציגים את הקורקינט של המשיבים כמוצר זהה לקורקינט של המבקשות. זאת, מבלי שהוצג הסבר מטעם המשיבים לעניין זה ומבלי שהושמעה גרסת הסוכן מטעמם, ששיחה עמו הקליטו המבקשות בניסיונו לשווק את המוצר לרוכש פוטנציאלי. יתרה מזו, לטענת



בית המשפט המחוזי בירושלים

לפני כבוד השופט רפי כרמל

ת.א. 1126-07-10

המבקשות, הוכח כי בנקודות מכירה רבות נמכרים הקורקינטים של המשיבים בצד אלו של המבקשות, תוך שימוש באותם צינורות שיווק ומכירה וקהל הלקוחות של המבקשות. עוד נטען כי גם בבחירת השם לקורקינט של המשיבים נעשה שימוש בסיומת בעלת הגייה זהה לזו של הקורקינט של המבקשות (הסיומת: ER).

11. באשר לעילה של זכויות יוצרים, נטען כי הוראת סעיף 4(א)(1) לחוק זכויות יוצרים, תשס"ח-2007, מחילה את זכות היוצרים גם על יצירה ספרותית ויצירה אומנותית, וכי הפסיקה הכירה בעיצוב, לרבות עיצוב תלת מימדי, של מוצר, כיצירה אומנותית המוגנת בזכות יוצרים. כמו כן, חוברות הדרכה והוראה בנושאים מקצועיים או כללים הוכרו אף הן כמושא לזכויות יוצרים. בענייננו, כך נטען, עיצוב הקורקינט של המבקשות, אריזתו והמדריך למשתמש שחובר וצורף לו – מוגנים כולם בזכות יוצרים השמורה למבקשות והופרו על ידי המשיבים, שמייבאים ומשווקים מוצר דומה עד כדי זהות בעיצובו ובאריזתו למוצר של המבקשות, ואף בחוברות ההדרכה של המשיבים, שצורפו למוצר, נכלל נוסח דומה עד כדי זהה לאלו של המבקשות, הכולל אפילו את שגיאות הדקדוק הקיימות בחוברות ההדרכה של המבקשות.

12. בנוגע לעילת עשיית עושר ולא במשפט, טוענות המבקשות כי המשיבים מפיקים טובת הנאה מקניינן של המבקשות וממאמצי השיווק והפרסום שלהן ללא כל זכות שבדין. כחצי שנה לאחר שהחלה מכירת הקורקינטים על ידי המבקשות, ולנוכח היקפי המכירות של מוצר זה, החלו המשיבים לייבא ולמכור בישראל את הקורקינטים שלהם באופן פסול העולה כדי תחרות שאינה הוגנת ושלא על פי זכות שבדין, תוך התעשרות על חשבון המבקשות. לבסוף, טענו המבקשות כי המשיבים פעלו בחוסר תום לב ולא ביקשו מהמפעל הסיני שמייצר את הקורקינטים כל אישור לכך שהוא עושה כן ברשיון מאת בעלי הזכויות במוצר.



בית המשפט המחוזי בירושלים

לפני כבוד השופט רפי כרמל

ת.א. 1126-07-10

13. מנגד, טוענים המשיבים כי למבקשות אין כל זכויות קנייניות כגון פטנט רשום, מדגם רשום או סימן מסחר רשום במדינה כלשהי לגבי הקורקינט נשוא הבקשה. לטענת המשיבים, קורקינטים בעלי אלמנטים זהים מיוצרים בשמות שונים על ידי מפעלים רבים ומשווקים בכל רחבי העולם, ולפיכך, אין בשווקים בישראל משום מעשה אסור. לשיטת המשיבים, המבקשות הגישו את בקשתן דנן בניסיון להשיג לעצמן "מונופול" על שיווק הקורקינט בישראל (סע' 3 לסיכומי המשיבים). עוד נטען כי המבקשת 1 לא הוכיחה כי היא בעלת זכות הראשונים בקורקינט וגם לא הראתה שהיא מנסה לאכוף את זכויותיה הנטענות במדינה כלשהי לבד מישראל. בענייננו, הקורקינט של המבקשות הנו בעל עיצוב סטנדרטי הנמצא בנחלת הכלל מזה שנים בישראל ובעולם על ידי יצרנים מורשים ומוכרים, ובכלל זה בצבעים הספציפיים של ירוק ולבן, בשמות עם סיומת דומה: FROG SCOOTER, SPEEDER, SPORTER. לשיטת המשיבים, גם אילו היו המבקשות מוכיחות כי הן בעלות זכות ראשונים, אין הן זכאיות למונופולין משום שלא טרחו להגן על זכויותיהן באמצעות רישום פטנט על המצאה מסוימת בקורקינט או באמצעות רישום מדגם על עיצובו. המשיבים טוענים כי המבקשות הגדירו את הבקשה בתחילה כבקשה בתחום הפטנטים והגישו מסמכי פטנטים אמריקאיים, תוך שהעלימו את שרטוטי הידע הקודם, המהווים חלק בלתי נפרד מהם, אשר עיון בהם מבהיר כי הפטנט הנטען מתייחס אך לשיפור קטן בקורקינטים שהיו קיימים עוד קודם לפטנט.

14. לשיטת המשיבים, הם פעלו בתום לב. המשיבה 1 הינה בעלת ניסיון ומוניטין נרחבים בתחום יבוא ושיווק צעצועים שונים בישראל ומייבאת ומשווקת מותגים מובילים באופן בלעדי. דגם הקורקינט המשווק על ידה נמכר בחו"ל לכל דורש, ובכלל זה גם למבקשת 1, שמייצרת את הקורקינט שלה בסין באותו אזור בו נמצא המפעל בו מיוצר הקורקינט הנמכר ע"י המשיבים. לגרסת המשיבים, הם פעלו בתום לב ובזהירות ובטרם יובא המוצר לישראל, ערכו בדיקות לוודא כי המוצר אינו מפר זכות רשומה כלשהי בישראל, הגם שלא הייתה עליהם החובה לעשות כן ולדרוש אישור מהמפעל לכך שמדובר במוצר



בית המשפט המחוזי בירושלים

לפני כבוד השופט רפי כרמל

ת.א. 1126-07-10

מקורי, שכן דרישה זו רלבנטית רק כשמדובר ביצור מוצרים ממותגים בעלי מוניטין. המשיבים הזמינו את המוצר עם התאמות המחויבות לפי מכון התקנים הישראלי, ובכלל זה, הודבקו בו מדבקות בדבר אזהרה ושימוש במדבקות חול בנוסה אחיד כדרישת מכון התקנים. בהתאם, קיבל המוצר את אישור מכון התקנים.

15. באשר לעילה של גניבת עין נטען כי המבקשות לא הוכיחו מוניטין לקורקינט שלהן וממילא אין כל חשש להטעיה שהרי שני המוצרים נמכרים תחת שמות שונים לחלוטין. יתרה מזו, הפסיקה קובעת כי היקוי כשלעצמו אינו מהווה עוולה אם אין בו פגיעה במוניטין. הדרישה היא לכך שיוכח תחילה שהציבור מזהה את הטובין דווקא עם הטובין של התובע. עצם ההעתקה אינו הוכחה לכך שהתובע רכש מוניטין במוצר או שנתקימה גניבת עין. לעומת המשיבים, המבקשות לא הוכיחו זאת ואף לא הוכיחו את המוניטין שלהן, ובכלל זה לא הציגו דוחות מכירה המצביעים על היקפי המכירות, נתונים על היקף הפרסום ופירוט על נתח השוק שלהם. כמו כן, המבקשות לא הוכיחו אפשרות לקיומה של הטעית ציבור הקונים. הקורקינט של המשיבים מסומן במדבקות גלויות וברורות עם שם המותג של המשיבים, בעיצוב שונה של השם, וכך גם מסומנת אריזת המוצר.

16. באשר לזכויות יוצרים, טוענים המשיבים כי הקורקינט אינו בגדר יצירה הראויה להגנת זכות יוצרים, משום שזכות יוצרים אינה חלה על עיצובו של מוצר פונקציונאלי הראוי להירשם כמדגם. סעיף 2 לפקודת הפטנטים והמדגמים, 1926, קובע כי מדגם מתייחס לעיצוב החיצוני של מוצר שתפקידו העיקרי הוא פונקציונאלי והוא מיוצר באופן תעשייתי, בעוד שיצירה אומנותית נרכשת אך ורק בשל האומנות שבה ואינה בהכרח חפץ שימושי. כמו כן, ביחס לחוברת ההוראות למשתמש, טוענים המשיבים כי זהו תרגום של חוברת ההוראות של יצרן הקורקינט ואינו פרי העתקה של חוברת ההוראות של



בית המשפט המחוזי בירושלים

לפני כבוד השופט רפי כרמל

ת.א. 1126-07-10

המבקשות, שהוגשה ללא החוברת המקורית של היצרן, באופן שאינו מבהיר מה מקור התרגום. באשר לעיצובה של אריזת הקורקינט נטען כי אין למבקשות זכות יוצרים, משום שעיצוב האריזה אינו יהודי או פרי יצירתן של המבקשות, אלא עיצוב אוניברסאלי, שמאפיין אריזות רבות המיוצרות בסין, משם גם יובאו הקורקינטים של המבקשות. יתרה מזו, קיים שוני חיצוני בצבע באחד מצידי האריזה ושוני פונקציונאלי באופן הפתיחה של האריזה.

17. לבסוף, נטען כי הנאתם של המשיבים ממאמצי השיווק של המבקשות, אם ישנה כזו, אינה מקימה עילה לתביעה בגין עשיית עושר ולא במשפט. עצם הפגיעה באינטרס שלא יקומו מתחרים אינה מקימה עילת תביעה של עשיית עושר ולא במשפט. הכלל הנהוג בפסיקה קובע כי בכל הנוגע לאובייקטים שניתן להגן עליהם במסגרת הקניין הרוחני, בדרך של מדגם, פטנט או סימן מסחר, אך התובע לא פעל לרישומם, לא תורחב ההגנה אל מעבר לתחומים שקבע המחוקק, ובכלל זה לא תינתן הגנה דרך דיני עשיית עושר ולא במשפט. יתרה מזו, בענייננו, לא הוכיחו המבקשות, כך נטען, את שני היסודות הראשונים הנדרשים: קיומה של זכות ראשונים בקורקינט וקיומו של מונופול. באין מונופול, לא קיבלו המשיבים דבר ממנו התעשרו על חשבון המבקשות.

דיון ומסקנות

18. כאמור, המבקשות אינן מבססות את בקשתן על זכויות בפטנט הנוגע בקורקינט אלא מצמצמות את טיעוניהן, בסיכומיהן, לעילות גניבת העין, זכויות יוצרים ועשיית עושר שלא במשפט. באשר לעוולת גניבת העין, הקבועה בסעיף 1 (א) לחוק עוולות מסחריות, תשנ"ט – 1999, ולפיה הדגש הוא במכירת נכס שייחשב בטעות "כנכס... של עוסק אחר...", יש צורך בהוכחת יסוד המונופול בהקשר לנכס והוכחת קיומו של יסוד החשש להטעייה באשר למקורו של הנכס. באשר למונופול, יש להראות כי הציבור מקשר את המוצר עם 'מקור מסוים' אף אם לא נעשה זיהוי בשם (ר': ע"א 18/86 מפעלי זכוכית ישראלים פניציה נ' LES VERREIES SAINT GOBAIN, פ"ד מ"ה (3) 224). על התובע להוכיח, בנוסף, כי הנכס של הנתבע הוא אותו נכס של התובע. לצד זאת יש



בית המשפט המחוזי בירושלים

לפני כבוד השופט רפי כרמל

ת.א. 1126-07-10

לזכור כי נקבע שהעתק או חיקוי לכשעצמם, אינם מהווים תחרות בלתי הוגנת ועצם ההעתקה, ככזו, אינה מהווה הוכחה לכך שלתובע מוניטין במוצר או שנתקיימה גניבת עין (ר': ע"א 9568/05 ענין פניציה, לעיל).

בעניין דידן, לא הוכח על ידי המבקשות כי הקורקינט הנמכר על ידי מוכר בציבור. העובדה שיש לקורקינט זה ביקוש, אינה מעידה דווקא על היותו מוכר. כן לא עלה ביד המבקשות להוכיח, כנדרש, כי הציבור מזהה את הקורקינט כמוצר שלהן דווקא. בעניין זה המבקשות לא הניחו תשתית ראייתית חיצונית שיהא בא לשמש בסיס לקיומה של עוולה זו. מעבר לטיעוניהן עצמן, לא באו ראיות באשר לכמות הקורקינטים שנמכרה עד היום, לאופן ומקומות השיווק ולצרכן היעד. בפרסומים למכירת הקורקינט שנעשו על ידי המבקשות, אליהם הפנו המבקשות, אין משום ראיה מספקת לעניין מוניטין. לטיעון בדבר היקף המכירות (בסעיף 29.2 לסיכומי המבקשות) לא באה ראיה חיצונית. באשר לביקוש לקורקינט כדברי הסוכן (בתמליל), ביקוש זה נוגע בקורקינט ככזה ולא דווקא לקורקינט המשווק על ידי המבקשות הנושא כינוי ספציפי זה או אחר. לעניין זה נכונה ההפניה של המשיבים בסיכומיהם (סעיף 47) לנאמר בפסק הדין בעניין פניציה לפיה חיקוי של מוצר ועיצובו אינם מלמדים, ככאלה, על מוניטין ויש בחיקוי לגרום לתחרות שהיא בעלת יתרונות לציבור הצרכנים.

19. באשר להטעיה: מדובר במוצרים הנראים זהים, אולם נושאים שמות שונים. הזהות אינה נוגעת בעיצוב אלא בצבעים. אמנם, בחירת הצבעים עלולה להטעות, אולם שני הקורקינטים, הן זה של המבקשות והן זה הנמכר על ידי המשיבים, נושאים שמות שונים, וכמובהר לעיל, מופיעים באופן קריא וברור בשלושה מקומות. בכך בא נטרול לדמיון הנוצר עקב הצבעים הדומים. לעניין זה יש לזכור כי הרוכש הפוטנציאלי עניו בראשו ויהא בכוחו לעמוד על כך שמוצגים לפניו שני מוצרים נבדלים. באשר לאריזות: פרט לצורת הסגירה השונה, גם השמות השונים מופיעים, ובמודגש, וכן קיים שוני בצבע הכיתוב (ירוק-לבן למבקשות, אדום – למשיבים).



בית המשפט המחוזי בירושלים

לפני כבוד השופט רפי כרמל

ת.א. 1126-07-10

מכאן, שדין העילה הנסמכת על גניבת העין – להידחות.

זכויות יוצרים:

20. המבקשות טוענות גם להגנה על פי חוק זכויות יוצרים, תשס"ח – 2007. ההגנה על פי הוראות חוק זה שמורה לקניין רוחני – אומנותי. יוער, בנקודה זו, ומשהמבקשות אינן מבססות את בקשתן על פטנט, כי לא הובהר עד תום נושא 'המצאתו' פיתוחו או עיצובו של הקורקינט שכן לא באה ראייה בנוגע עם אלה ובנוגע עם היות הקורקינט הנדון פרי יצירה מקורית ובלעדית שלהן דווקא. באשר לחוברת למשתמש: בחוברת שהוגשה מטעם המשיבים קיימים שינויים אולם אלה מזעריים ונטולי חשיבות (שעיקרם שינוי סגנוני של מילה או שתיים או היפוך בסדר הבאת מילים) וניכר כי לשני המדריכים אותם הורים. אולם, בעוד שהמשיבים המציאו גם את העותק המקורי, המבקשות לא עשו כן ולא אפשרו לעמוד על המקור ממנו נשאב התרגום. באשר לאריזה – הדברים שנאמרו לעיל באשר לעוולת גניבת העין – יפים גם בסוגיה זו. אשר על כן – דין העילה על הפרת זכויות יוצרים – להידחות.

21. עשיית עושר: סעיף 1 לחוק עשיית עושר ולא במשפט, תשל"ט – 1979, קובע כי התעשרות שלא כדין מבוססת על קבלת נכס (שירות או טובת הנאה) הבאים לזוכה מן המזכה שלא על-פי זכות שבדין (ר': רע"א 502/04 BUFFALO BOOTS GMBH נ' גלי – רשת חנויות נעלים, פ"ד נה(5) 487). כאמור לעיל, המבקשות לא ביססו את זכותן בקורקינט וכי דווקא להן קיימת בו זכות ראשונים (או מוניטין).

22. סיכום האמור לעיל מוביל למסקנה כי המבקשות לא ביססו, בשלב זה, כנדרש, זכות, ולו לכאורה, למתן צו. עוד יש לומר כי בסופו של דבר, אם יעלה ביד המבקשות להוכיח את תביעתן, הם תהיינה זכאיות לפיצוי כספי אותו ניתן לאמוד, בין היתר, מדוחות מכירה, ועל כן יש בכך, בכל מקרה, להפחית מהצורך במתן הצו.



בית המשפט המחוזי בירושלים

לפני כבוד השופט רפי כרמל

ת.א. 1126-07-10

לפיכך, הבקשה נדחת.

הוצאות ושכ"ט בסך 20,000 ₪ בצירוף מע"מ – בהתאם לתוצאות.

למשיבה 4 ישלמו המבקשות שכ"ט והוצאות בסך 7,200 ₪ (ללא קשר לתוצאות) זאת לאור צירופה של משיבה זו להליך שלא לצורך.

המזכירות תשלח העתקים לבאי כוח הצדדים ותודיע גם טלפונית.

ניתנה היום, ט' אב תש"ע, 20 יולי 2010, בהעדר הצדדים.

רפי כרמל, שופט