



בית משפט השלום בתל אביב - יפו

ת"א 66022-06-22 ארגול שווק והפצה צורכי צלום בעמ נ' שרון ואח'

לפני כבוד סגנית הנשיא, השופטת כרמלה האפט

התובעת: ארגול שווק והפצה צורכי צלום בעמ

נגד

הנתבעים: 1. יובל שרון
2. יו.סי.איי שיווק והפצה בע"מ

פסק דין

תביעה בגין הפרת זכות היוצרים של התובעת בטקסטים המתארים מוצרים המוצעים למכירה באתר האינטרנט שבבעלותה.

ובנמצא ;

הטקסטים מושא התביעה אינם מוגנים בזכות יוצרים, מקום בו הם אינם עומדים ברף המקוריות המינימלי אשר נקבע בחוק ובפסיקה לשם החלתה של זכות יוצרים על יצירה.

רקע

1. התובעת הנה חברה העוסקת בשיווק ובהפצה של ציוד צילום. לצורך קידום מכירותיה, מפעילה התובעת את אתרי אינטרנט www.argol.co.il ו- www.2click.co.il (להלן יחד: "אתר התובעת") בו מפורסמים שלל מוצרים לצד טקסטים המתארים את המוצרים.

2. הנתבעת 2 (להלן: "הנתבעת") היא הבעלים והמפעילה של אתר האינטרנט www.allincell.co.il (להלן: "אתר הנתבעת"). הנתבע 1 (להלן: "הנתבע") הוא עובד שכיר בנתבעת.



בית משפט השלום בתל אביב - יפו

ת"א 66022-06-22 ארגול שווק והפצה צורכי צלום בעמ נ' שרון ואח'

טענות הצדדים

3. לטענת התובעת, הנתבעת העתיקה טקסטים שיווקיים מוגנים בזכות יוצרים מאתר התובעת.

התובעת מוסיפה וטוענת כדלקמן :

4. התובעת שכרה את שירותיה של גב' שלומית שטרקמן (להלן: "גב' שטרקמן"), בעלת תואר שני במנהל עסקים עם התמחות בשיווק ובפרסום, וכן בוגרת קורס קידום אתרים, אשר לה ידע נרחב בפרסום, שיווק וקידום אתרים. גב' שטרקמן מונתה כאחראית קידום המכירות באתר התובעת. במסגרת זו, יזמה, הגתה ועמלה רבות על התיאורים השיווקיים של כל מוצר ומוצר באתר האינטרנט של התובעת (להלן: "הטקסטים" או "התיאורים").

5. הטקסטים הם תוכן שיווקי שהושקעו בן עמל, זמן, חשיבה מרובה וכסף, והם בבחינת יצירה מקורית המוגנת בזכות יוצרים, בהתאם לסעיף 4 לחוק זכות יוצרים, תשס"ח-2007 (להלן: "חוק זכות יוצרים" או "החוק"). הטקסטים הם פרי דמיונה ויצירתה של גב' שטרקמן, והיא השתמשה לצורך יצירתם במלוא כישוריה וניסיונה העשיר כדי לתאר את המוצרים בצורה אטרקטיבית ומשכנעת.

6. גם תיאורים שיווקיים חוסים בצילו של החוק.

7. גב' שטרקמן נתקלה במקרה במסגרת עבודתה, באתר הנתבעת, ונדהמה לגלות בו את הטקסטים עליהם עמלה רבות. הטקסטים שתיארו ארבעה מוצרים הועתקו במדויק.

8. הנתבעים נטלו את הטקסטים ועשו בהם שימוש מסחרי, תוך שהם מפיקים רווחים נאים וגורמים לירידת רווחים אצל התובעת.

9. התנהלות הנתבעים מהווה העתקה ו/או ביצוע בפומבי ו/או שידור ו/או העמדה לרשות הציבור כמשמעותם בחוק.



בית משפט השלום בתל אביב - יפו

ת"א 66022-06-22 ארגול שווק והפצה צורכי צלום בעמ' נ' שרון ואח'

10. הנתבעים הפרו את הזכות המוסרית של התובעת, תוך שימוש בטקסטים ללא מתן קרדיט.
11. שימוש הנתבעים בטקסטים ללא אישור התובעת וביודעין כי מדובר בתיאורים החוסים תחת חוק זכות יוצרים הנם בבחינת גזל כמשמעותו בסעיף 52 לפקודת הנזיקין [נוסח חדש] (להלן: "פקודת הנזיקין").
12. התנהלות הנתבעים מהווה עשיית עושר ולא במשפט, וזאת בהתאם לחוק עשיית עושר ולא במשפט, תשל"ט-1979 (להלן: "חוק עשיית עושר ולא במשפט").
13. כל אחת מההפרות הנה הפרה בפני עצמה, שכן לצורך כתיבת תיאור כל מוצר, הושקעה השקעה נפרדת של זמן, מאמץ ומקוריות.
14. ההפרות נמשכות מזה כמה חודשים, לכל הפחות, וחרף התראות התובעת, לא פסקו.
15. באתר התובעת נרשם במפורש כי "כל הזכויות שמורות".
16. מנגד, טוענים הנתבעים כי הטקסטים לא הועתקו מאתר התובעת, והם ממילא אינם מוגנים בזכות יוצרים.
- הנתבעים מוסיפים וטוענים כדלקמן:
17. התביעה איננה מגלה עילה ו/או יריבות כנגד הנתבע, שהוא עובד שכיר המועסק בנתבעת, ואיננו חב באחריות אישית.
18. הנתבעת משווקת ומוכרת באתרה באופן מקוון מגוון רחב של מוצרי אלקטרוניקה וגיימינג. המוצרים מושא התביעה – גימבלים – (להלן: "המוצרים") הנם למעשה שלושה מוצרים ולא ארבעה, שכן שני מוצרים זהים, למעט העובדה שלאחד מהם מצורף גם תיק נשיאה. המוצרים הנם חלק זעיר מכלל המוצרים הנמכרים באתר הנתבעת, למעלה מ-400 מוצרים.



בית משפט השלום בתל אביב - יפו

ת"א 66022-06-22 ארגול שווק והפצה צורכי צלום בעמ נ' שרון ואח'

19. כחלק מתפקידם ועבודתם, הנתבעת, הנתבע ועובד נוסף, יצרו ו/או עדכנו דפי מוצר באתר. המדובר במידע טכני יבש בקשר למוצרים. בהתייחס לחלק מהמוצרים באתר, יצרו דפי מוצר בהסתמך על הנתונים הטכניים של המוצרים, ובהתייחס למוצרים אחרים, תירגמו דפי מוצר, מאנגלית לעברית, מאתרים של יצרני המוצרים או מאתרים אחרים, אך לא מאתר התובעת. בהתייחס לחלק מהמוצרים באתר, לקחו את הנתונים הטכניים של המוצרים ממספר מקורות ברשת האינטרנט, אתרים שונים בארץ ובחו"ל.

20. הנתבע והעובד הנוסף פעלו בתום לב, ולא ידעו כי תיאורים טכניים של מוצרים, יכול ויהיו מושא לזכות יוצרים.

21. התיאורים כשלעצמם אינם יצירה ספרותית או יצירה שהיא לקט של נתונים או מאגר מידע, והם אינם מוגנים בזכות יוצרים על פי החוק.

22. התיאורים מכילים נתונים טכניים בלבד שמפרסם היצרן בשפה האנגלית, אשר לכל היותר תורגמו לעברית (אם בכלל), ואין בהם כל ביטוי אישי ו/או תוספת מלל ו/או מילות תיאור לצרכי שיווק המוצרים ומכירתם, וודאי לא כאלה שנוצרו על ידי התובעת.

23. התיאורים מפורסמים כלשונם באתרים שונים בארץ ובחו"ל – אתרים של היצרן, ספקים, משווקים, בעלי חנויות מקוונות וכיוצא באלה. גם אם היה מדובר ביצירה מוגנת (ולא היא), הרי שהתובעת לא השקיעה כל משאב אנושי כלשהו ביצירתה. אין מדובר ביצירה מקורית, התובעת איננה בעלת הזכויות ביצירה, וממילא התובעת לא צירפה לכתב התביעה ראיה לכך שפרסמה את היצירה באתר התובעת לפני הפרסום באתרים אחרים. התובעת אף לא צירפה ראיות לכך שהיא היוצרת של היצירה או בעלת הזכויות בה.

24. הנתבעים לא הפרו זכות יוצרים ו/או זכות מוסרית של התובעת.

25. מעשי הנתבעים הנטענים והמוכחים אינם בגדר גזל ו/או עשיית עושר ולא במשפט.

26. פרסום תיאורי המוצרים באתר התובעת היה לפרק זמן קצר, וכשלעצמו, לא הביא להתעשרות הנתבעת, ולא גרם לתובעת נזק. לא היה בתיאור המוצרים באתר התובעת כדי לקדם את מכירות המוצרים באתר הנתבעת ו/או את אתר הנתבעת בכלל. המוצרים מושא התובענה הנם





בית משפט השלום בתל אביב - יפו

ת"א 66022-06-22 ארגול שווק והפצה צורכי צלום בעמ נ' שרון ואח'

מוצרים מוכרים של מותג ידוע, וככלל, אין גם צורך בתיאור המוצרים כדי לקדם את שיווקם ומכירתם.

27. אצל הנתבעת התקבל מכתב אחד מאת בא כוח התובעת, בו נטען כי באתר הנתבעת מפורסמים שלושה מוצרים (כאשר השניים האחרונים הנם זהים), שהתיאור שלהם זהה לתיאור מוצרים אלה באתר התובעת. למרות שתיאורי המוצרים לא הועתקו מאתר התובעת, בסמוך לאחר קבלת המכתב, שונה תיאור המוצרים שנזכרו בו באתר הנתבעת.

28. לא התקבלה בידי הנתבעת ו/או בידי הנתבע ו/או מי מטעמם מכתב נוסף.

29. בסמוך לאחר קבלת כתב התביעה, ומשהתובעת טענה במסגרתו להפרת זכות יוצרים במוצר נוסף, שונה גם תיאורו של אותו מוצר נוסף באתר הנתבעת.

30. בתשובה טוענת התובעת כי התוכן המוצג באתר איננו תרגום מאתרים אחרים, אלא פרי יצירתה המקורית. אף מנספחי כתב ההגנה עולה כי התוכן באתרים הזרים איננו זהה לתוכן אשר הוצג באתרי התובעת והנתבעת. התובעת טרחה רבות כדי להתאים את התוכן והתיאורים לקורא הישראלי.

31. התובעת מוסיפה וטוענת כי באתר התובעת צוין במפורש כי התוכן המוצג בו מוגן בזכות יוצרים. כך או אחרת, אין ספק כי העתקה מילה במילה איננה יכולה להיות בתום לב. הטקסטים הועתקו במדויק, עד לרמת הפסיק, דבר המעיד על כך שמדובר בתוכן איכותי שהושקעו בו זמן ויכולת אישית.

המסגרת הראייתית

32. מטעם התובעת העידו גב' שלומית שטרקמן (תצהיר עדות ראשית מטעמה סומן ת/1); ומר אלי אריאל (ת/2).

33. מטעם הנתבעות העידו מר ירחמיאל שרון (תצהיר עדות ראשית מטעמו סומן נ/1); והנתבע בעצמו (נ/2).



בית משפט השלום בתל אביב - יפו

ת"א 66022-06-22 ארגול שווק והפצה צורכי צלום בעמ נ' שרון ואח'

34. אתייחס לעדויות ולראיות שהוגשו מטעם הצדדים במסגרת הדיון שלהלן, בהתאם לדרוש.

דיון

האם הטקסטים הנם יצירה מוגנת בזכות יוצרים

35. הטקסטים כוללים רשימת מאפיינים של המוצרים מושא התובענה. לשם הדוגמא, אביא להלן את הטקסט המתאר את המוצר "מיצב לסמארטפון Zhiyun Smooth X Combo Kit", כפי שהופיע באתר התובעת (נספח 5 לכתב התביעה):

- מיצב לסמארטפונים מבית ZHYUN קומפקטי ומתקפל הכולל 2 צירי ייצוב
- גיויסטיק מובנה להזזת צירי הייצוב, בורר מצבים, לחצן הקלטה / סיום צילום וידאו
- ידית האחיזה של הגימבל מתארכת בצורה טלסקופית ובכך מאפשרת להשתמש בגימבל לצילומי סלפי
- כולל חיבור Bluetooth לשליטה מרחוק ע"י סמארטפון (באמצעות אפליקציה)
- האפליקציה מאפשרת הקלטה בהילוך איטי, צילום פנורמי, טיים לאפס וצילום באפקטים
- האפליקציה של גימבל smooth X מאפשרת גם עריכת סרטוני הוידאו שצילמתם, הוספת כתוביות ועוד
- הגימבל מאפשר צילום אפקי ואנכי
- סוללת ליתיום מובנית המספיקה לכ-4 שעות עבודה
- חיבור סטנדרטי 1/4" להרכבת המייצב על חצובה
- המייצב קל במיוחד ושוקל 246 גרם בלבד, עם יכולת נשיאת סמארטפון עד גודל 3.5" ומשקל 200 גרם
- כולל חצובה שולחנית ותיק לנשיאה ושמירה על המייצב

36. סעיף 4 לחוק קובע רשימה סגורה של יצירות בהן קיימת זכות יוצרים, וכן קובע מספר תנאים להגנה על יצירות אלה, כדלקמן:



בית משפט השלום בתל אביב - יפו

ת"א 66022-06-22 ארגול שווק והפצה צורכי צלום בעמ' נ' שרון ואח'

4. (א) זכות יוצרים תהא ביצירות אלה:

(1) יצירה מקורית שהיא יצירה ספרותית, יצירה אמנותית, יצירה דרמטית או יצירה מוסיקלית, המקובעת בצורה כלשהי;

(2) תקליט;

ובלבד שהתקיים לגבי היצירות האמורות אחד התנאים הקבועים בסעיף 8 או שיש בהן זכות יוצרים מכוח צו לפי סעיף 9.

(ב) לעניין סעיף קטן (א), מקוריות של לקט היא המקוריות בבחירה ובסידור של היצירות או של הנתונים שבו.

"יצירה ספרותית" מוגדרת בסעיף 1 לחוק כ- "לרבות יצירה המבוטאת בכתב, הרצאה, טבלה, לקט, וכן תוכנת מחשב";

סעיף 5 לחוק קובע:

"זכות יוצרים ביצירה כאמור בסעיף 4 לא תחול על כל אחד מאלה, ואולם על דרך ביטויים תחול זכות היוצרים:

(1) רעיון;

(2) תהליך ושיטת ביצוע;

(3) מושג מתמטי;

(4) עובדה או נתון;

(5) חדשות היום."

37. הטקסטים מושא התובענה הנם, אפוא, בגדר יצירה ספרותית. על פי סעיף 4(א)(1) הנ"ל, על מנת שיצירה ספרותית תהא מוגנת בזכות יוצרים, עליה להיות מקורית ומקובעת. אין חולק כי דרישת הקיבוע נתמלאה במקרה דנן, שכן הטקסטים הועלו אל אתר התובעת ופורסמו בו.

38. באשר לדרישת המקוריות, "במישור העובדתי, תנאי לקיומה של יצירה מקורית הוא כי מקורה ביוצר, דהיינו, כי היוצר אמנם יצר את היצירה, ולא העתיק אותה מיצירה קודמת. במישור הנורמטיבי, נדרשת מידה של יצירתיות, נוסף על מאמץ והשקעה. דהיינו על היצירה לשקף תרומה אינטלקטואלית כלשהי של היוצר... בפסיקה עדכנית ניכרת מגמה לתת משקל רב יותר ליצירתיות על פני ההשקעה..." (תמיר אפורי חוק זכות יוצרים (2012) (להלן: "אפורי"), בעמ' 34).



בית משפט השלום בתל אביב - יפו

ת"א 66022-06-22 ארגול שווק והפצה צורכי צלום בעמ' נ' שרון ואח'

כאמור נדרש כי מקורה של היצירה יהיה ביוצר וכי זו לא תהיה מבוססת על יצירה אחרת (להלן: **"מבחן המקור"**). להרחבה בנוגע לדרישת המקוריות ראו ע"א Interlego A/S 513/89 נ' Exin Lines Bros. S.A., פ"ד מח(4) 133, 164 (1994); ע"א 8485/08 The FA Premier League Limited נ' המועצה להסדר ההימורים בספורט [פורסם בנבו] (14.3.2010); ע"א 3422/03 Krone AG נ' ענבר פלסטיק משוריין, פ"ד נט(4) 365, 378 (2005); ע"א 360/83 סטרוסקי בע"מ נ' גלית ויטמן בע"מ, פ"ד מ(3) 340, 346 (1985).

39. יודגש, כי "ניצנים ראשוניים להגבהת רף המקוריות ליצירות טקסטואליות כבר נראים בבתי המשפט..." (אפורי, בעמ' 52).

כך למשל, בעניין ת"א (ת"א) 1074-05 מעריב הוצאת מודיעין בע"מ נ' חברת אול יו ניד בע"מ (פורסם בנבו, 11/7/2010, עמ' 14 ואילך לפסק הדין), נקבע:

"סעיף 5 לחוק זכות יוצרים החדש קובע כי זכות יוצרים ביצירה לא תחול על "עובדה או נתון", למעט על דרך ביטויים. אין מחלוקת כי במקרה זה אין דמיון בין דף אתר Alljobs לבין דף הפרסום בעיתון מעריב או דף אתר NRG, לא בעיצוב ולא באופן הצגת המידע (כעולה גם מאוגדן הדוגמאות של מודעות אשר הוגש מטעם מעריב). בית המשפט המחוזי (השופט א' אורנשטיין) קבע לאחרונה כי תוכן מודעות פרסום אינו יצירה מוגנת על פי דיני זכויות יוצרים [ת"א (תל אביב-יפו) 1379/06 חוגל בע"מ נ' רביב [פורסם בנבו] (מיום 2.3.10)] בעמ' 14 לפסה"ד:

'בחנתי את הפרסומים לרבות המלל החופשי המופיע בהם והאם הם נבדלים ממודעות לוח רגילות, והגעתי לכלל מסקנה כי לא קיימת בהם אותה "יצירתיות" ולו ברף המינימאלי כדי להכיר בהן כיצירות הראויות להגנה...

אין במלל חופשי זה משום יצירתיות הראויה להגנה אלא רק מסירת פרטים אודות פעילות הפנאי האמורה, תוך דגשים שונים המתאימים לסוג זה של פעילות בצד פרטים טכניים כגון שעות פעילות, מיקומה וכדומה, על מנת לאפשר לגולש לקבל מלוא המידע הדרוש לפעילות המתאימה לצרכיו, ותו לא.





בית משפט השלום בתל אביב - יפו

ת"א 66022-06-22 ארגול שווק והפצה צורכי צלום בעמ' נ' שרון ואח'

באותו עניין דובר בפרסומים של מפעילים לפעילויות בשעות הפנאי הכוללים מלל חופשי. לא כל שכן, שהדברים נכונים לעניין מודעות דרושים של מעסיקים, הכוללות מסירת פרטים עובדתיים בתמצית על סוג המשרה, אזור העבודה והניסיון או ההכשרה הנדרשים...

...באיזון בין האינטרס שבהגנה על יצירות ובין האינטרס בהנגשת מידע ותרבות לציבור, יש להבחין בין יצירות המצויות בלב ליבה של ההגנה של דיני זכויות יוצרים, לבין יצירות המצויות במעגל הרחוק של ההגנה...

בלב ההגנה של דיני זכויות יוצרים מצויות יצירות בעלות רמת מקוריות ויצירתיות גבוהה. במעגל הרחוק מצויות יצירות שימושיות, טכניות ועובדתיות... בענייננו מודעות הדרושים כוללות פרטים טכניים, ללא מידה כלשהי של יצירתיות. פרטים אלו אינם מצויים כלל תחת הגנת דיני זכויות היוצרים."

40. בעניין ת"א (י-ם) 8152/06 מעבדות ים המלח בע"מ נ' ג'.דבליו.ג'י בע"מ (פורסם בנבו, 26/1/2009, עמ' 7 לפסק הדין), אשר עסק אף הוא בתיאורי מוצרים, נקבע:

"על פי הדין לצורך הקמתה של זכות יוצרים, נדרש קיומה של "יצירתיות", וזו קיימת בעת שהביטוי עברו מבוקשת הגנת זכויות יוצרים נוצר "...תוך שימוש מינימאלי של יצירתיות מקורית... כאשר 'מקורית' פירושה שהיצירתיות היא פרי עמלו הרוחני של היוצר, אך לאו דווקא שהיא מהווה חידוש על פני יצירות קיימות" (ע"א 513/89 Interlego A/S נ' Exin-Line Bros. S.A., פ"ד מח(4) 133, 173). לצורך זה, "נדרש שהשקעת היוצר תעבור מינימום מסוים, אם כי מינימום זה נמוך מאוד. נדרש 'שניתן יהיה להבחין בתרומתו העצמאית של היוצר, או שהמוצר ניתן להבחנה מאבני הבניין שלו'..."

עם זאת, גם מקום בו נדרשת, בעקרון, "יצירתיות", זו לא תחול בכל מקרה ומקרה. בהקשר זה, קובע סעיף 7 לפקודת זכות-יוצרים כי "...לא תהא קיימת זכות יוצרים בכל אחד מאלה: (1) רעיון; (2) תהליך ושיטת ביצוע; (3) מושג מתמטי; (4) עובדה או נתון, כשהם בלבדם; (5) חדשות היום; ואולם על דרך הביטוי שלהם תהא קיימת זכות יוצרים". כלל אחר שאומץ בפסיקה בישראל,



בית משפט השלום בתל אביב - יפו

ת"א 66022-06-22 ארגול שווק והפצה צורכי צלום בעמ נ' שרון ואח'

בהסתמך על פסק הדין בפרשת Morrissey v. Procter & Gamble Company, 379F. 2d 675, הוא "דוקטרינת המיזוג" (merger doctrine) לפיה, "כאשר היצירה, מעצם אופיה, ניתנת לביטוי במספר מצומצם של אפשרויות הבעה, אין צידוק להעניק זכות יוצרים. הנחת היסוד היא שבמקרה של רעיון שהאפשרויות לבטאו הן מוגבלות במיוחד, ההגנה על הביטוי תגביל למעשה גם את השימוש ברעיון...

... גם תיאורי מוצרים עשויים לקיים את דרישת היצירתיות. אמנם, עובדות כגון שם המוצר, המותג, זהות היצרן, ופרטי המידע המופיעים על אריזתו אינם מקימים זכות יוצרים. מאידך, הכללת פרטים שאינם חיוניים לתיאור תוכן המוצר ותיאורים שאופיים אינו עובדתי, מקימה הגנת זכויות יוצרים לתיאור המוצר, לפחות באותם מקרים בהם תיאור זה מועתק במלואו...."

על רקע זה, עיון בטקסטים נשוא התביעה מעלה כי בכולם, למעט אחד, ניתן להכיר בזכות יוצרים. יוצא הדופן לעניין זה הוא טקסט בו יוחסה הפרה לנתבעים 1-3, שתוכנו: "A concentrated essence that provides the skin treatment and enriches it with moisture. "with intensive anti-wrinkle The treatment kit includes 30 Ampoules designed for 3 treatments of 10 days each. Gently massage into clean skin before going to sleep - use instead of all night nourishment".

כל הפרטים הנכללים בתיאור זה, כגון היותו של המוצר תמצית מרוכזת, תכליתו לשמש לטיפול בקמטים, השפעתו על לחות לעור, תוכן אריזת המוצר, מידת השימוש בו, אופן ומועד השימוש אינם מהווים נושא לזכויות יוצרים. אמנם, הבחירה לקבץ לצורך תיאור המוצר דווקא פרטים אלו מבין כלל הפרטים הנוגעים למוצר וקביעת סדר הפרטים עשויות לזכות להגנת זכויות היוצרים. עם זאת, משמדובר בטקסט כה קצר, אשר מגביל את האפשרות לסידור אחר של פרטים אלה, האפשרות לבטא את תוכן הטקסט האמור בדרכים אחרות מוגבלת במידה המעוררת חשש כי הכרה בזכות יוצרים בטקסט זה תקים מונופול על העובדות המנויות בו. בנסיבות אלו, סבור אני, יש להחיל על טקסט זה את דוקטרינת המיזוג ולקבוע כי לא ניתן להכיר בזכות יוצרים לגביו.



בית משפט השלום בתל אביב - יפו

ת"א 66022-06-22 ארגול שווק והפצה צורכי צלום בעמ' נ' שרון ואח'

הדין שונה בכל הנוגע לטקסטים האחרים. כך, לדוגמה, הטקסט בו יוחסו הפרות לנתבעים 1-3 ולנתבע 4: "This velvety, rich-textured cream is most effective when the body is at rest. Rub its soothing magic into your skin before bedtime. Overnight, your skin absorbs the nourishing and moisturizing properties inherent in the cream's deep-acting 3D complex formula. Awaken from your nocturnal slumber to skin that resounds with youthful vitality, reduced wrinkle depth and smoother skin texture".

לאור הוראת סעיף 7 לפקודת זכויות יוצרים, היותו של המוצר בגדר קרם המיועד להקטנת עומק הקמטים והחלקת העור, העובדה שמנוחה משפרת את יעילות השימוש בו, דרך השימוש במוצר שהיא עיסוי לתוך העור, תגובת העור למוצר, והעדפת השימוש במוצר לפני השינה אינם פרטים בהם ניתן להכיר בזכויות יוצרים. עם זאת, קיבוצם של פרטים אלו דווקא מבין כלל הפרטים שאינם מוגנים לצורך תיאור המוצר, ודרך ביטויים הייחודית, לרבות סדר הפירוט ועשיית שימוש בתיאורים מסוימים בעלי אופי ציורי (velvety-rich textured; soothing magic; nourishing and moisturizing properties; cream's 3D complex formula; Awaken from your nocturnal slumber to skin that resounds with youthful vitality), מהווים תרומה מקורית של היוצר שאינה חוסה תחת דוקטרינת המיזוג, ולפיכך זכאית להגנת זכויות יוצרים..."

[ההדגשות שלי – כ.ה.]

הנה כי כן, באותו עניין אמנם מרבית הטקסטים המתארים מוצרים הוכרו כמוגנים בזכות יוצרים. עם זאת, בית המשפט ציין כי הדבר נובע מהאופן המיוחד בו בוטאו, לרבות הסדר המיוחד בו נבחר לפרטם, והתיאורים הציוריים שנכללו בו. מנגד, צוין לגבי אחד הטקסטים כי הוא איננו מוגן בזכות יוצרים, מקום בו מדובר בעובדות טכניות בנוגע למוצר, אשר האפשרות לבטא אותן בדרכים אחרות מוגבלת.

41. אף בעניין ת"א (ראשל"צ) 48100-04-13 **הולילנד קוסמטיקה בע"מ נ' אבנר מסיקה** (פורסם בנבו, 29/6/2016), בעמ' 8 לפסק הדין, נקבע כי הטקסטים המתארים מוצרים, מוגנים בזכות יוצרים. עם זאת, באותו עניין היה מדובר במוצרי קוסמטיקה, אשר העדה אשר כתבה את את הטקסטים המתארים אותם, פירטה את הליך כתיבתם באופן הבא:



בית משפט השלום בתל אביב - יפו

ת"א 66022-06-22 ארגול שווק והפצה צורכי צלום בעמ נ' שרון ואח'

"ממחלקת הפיתוח מביאים לנו בריף (תקציר) של אותה סדרה, או מוצר. מסבירים על מה מדובר, אנו עוברים על האלמנטים הכי חשובים בין הפונקציה למוצר עצמו. התוצאות תחושת המוצר אצל הלקוח. המסר שאנו רוצים להעביר עם החומרים השיווקים. באתר או ברושור בהתאם. אני מתחילה מפה לייצר איזה סיפור ודמות דרך חיבור בין הפן הכי טכני כמו רכיבים פעילים ותוצאותיהם והחלק היותר רגשי ומה אפשר לצפות מהמוצר, או בתחושה במגע או בשימוש. אלו חומרים שהלקוח הסופי קורא אותם, אני חייבת לתת את כל התמונה של המוצר מעבר למה שהמוצר עושה וזאת בצורה הכי פשוטה ומה הלקוח מקבל מהמוצר עצמו. דרך שמות תואר אני מנסה לגשר בין החלק שהוא היבש נקרא לזה ככה, הרכיב עצמו והפונקציה של המוצר, לתחושה שלא יכולים להרגיש את זה מהכתוב. ולמה מקבלים, לתוצאות, איך המוצר עובד, בצורה שהיא נעימה וקלילה...."

בהמשך, קבע בית המשפט באותו עניין:

"העדה ביקשה להסביר בחקירתה כיצד מחלקת השיווק בתובעות כותבת את הטקסטים, תוך שילוב הנתונים הטכניים, בתוספת לתיאור רגשי של התחושה בעת השימוש במוצר ומעבר לאותם פרטים טכניים. כדוגמא לנוף האישי הנלווה לטקסטים, לבד מזה הטכני, ציינה העדה כי: "כשאני אומרת שהקרה עשיר, אני מתייחסת למרקם או למוצר עצמו, אני מכירה את המוצר...אני רואה את המוצר שמביאים לי מהפיתוח אז אני מבינה את הטקסטורה והתחושה שהלקוח מקבל מאותו מוצר. אני יכולה להגיד עשיר או קל משקל" (ר' פרו' עמ' 22, שו' 21-22). כך, בנספחים 3א ו3ב לכתב התביעה, בפסקה הראשונה ובפסקה השנייה (בהתאמה) בסוף הפסקה, מתואר שכל החומרים יגרמו לעור להיות טבעי בריא וקורן: for a natural and effective approach to a healthy radiant skin, אין באלו משום תיאור טכני של המוצרים...."

42. במקרה דנן, גבי' שטרקמן מפרטת בתצהירה (ת/1) את תהליך העבודה לצורך יצירת הטקסטים באופן הבא: "לצורך שיווקם היעיל של המוצרים, קיבלתי מטכנאי ארגול הדרכה מקצועית למוצרים, לאופי השימוש, דרך תפעולם, הייחודיות שבהם, יתרונותיהם בהשוואה למוצרים אחרים וכיוצ"ב. בשלב הבא אני ביצעתי סקירה וחקר אודות המוצרים, קיבלתי את מלוא המידע מהיצרן, אספתי נתונים והתחלתי כתיבת ויצירת תוכן שיווקי אשר מותאם לקהל הישראלי.



בית משפט השלום בתל אביב - יפו

ת"א 66022-06-22 ארגול שווק והפצה צורכי צלום בעמ' נ' שרון ואח'

את התיאור למוצרים אשר הועתקו על ידי הנתבעת, אני כתבתי באופן אישי אחרי שביצעתי פגישות עם טכנאי שהסביר לי על המוצרים, אספתי נתונים ובעזרת כישורים וידע אשר עמדו לרשותי, ניסחתי תיאורים שיווקיים ויצירתיים למוצרים".

טענותיה של גב' שטרקמן בעניין זה נטענו בעלמא, מבלי שצורפה ראיה כלשהי לתמיכה בהן, לרבות עדותו של אותו טכנאי, מהו המידע הספציפי שקיבלה ממנו, באלו מקורות ערכה "סקירה וחקר אודות המוצרים", איזה מידע בדיוק קיבלה מהיצרן (וראיות בדבר טענה זו), מהיכן אספה נתונים ובאלו נתונים מדובר, או כל ראיה אחרת שיהיה בה כדי לתמוך בטענותיה האמורות. גב' שטרקמן או התובעת אף לא ציינו מהו הערך המוסף היצירתי שהוסיפה גב' שטרקמן על גבי הנתונים הטכניים שאספה על אודות המוצרים, והן לא פירטו והדגימו אלו חלקים בטקסטים הם יצירתיים וחורגים מתיאור טכני יבש. הנה כי כן, לא ניתן להבחין בענייננו בתרומה אינטלקטואלית עצמאית של גב' שטרקמן לטקסטים, והיא אף לא הצביעה מהי בדיוק אותה תרומה. זאת ועוד, לא ניתן לומר כי הטקסטים "ניתנים להבחנה מאבני הבניין שלהם", דהיינו – מהנתונים הטכניים היבשים, וכי הם כוללים תיאורים שאינם עובדתיים.

לאחר שבחנתי את הטקסטים אשר צורפו לכתב התביעה, לא מצאתי בהם ולו יצירתיות מינימלית אשר יש בה כדי לבסס את קיומה של דרישת המקוריות במקרה דנן. ודוק; בשונה מהפסיקה שהובאה לעיל, שם נלווה למוצרים נופך אישי שבא לידי ביטוי באופן ברור מעיון באותם טקסטים, כגון תיאורים ציוריים וייחודיים של התוצאה והתחושה שיקנה השימוש במוצרים אלה, שהם באופן ברור חורגים מציון נתונים טכניים, בענייננו לא פירטה התובעת (וממילא לא הוכיחה) קיומה של יצירתיות כלשהי בטקסטים החורגת מתיאור נתונים טכניים, אשר אינם יכולים להיות מוגנים בזכות יוצרים מכוח סעיף 5 לחוק, ובהתאם לדוקטרינת המיזוג. אף לא מצאתי ייחודיות כלשהי בסדר שבו נבחרו הנתונים להיות מפורטים, העולה כדי יצירתיות מינימלית.

43. אני קובעת אפוא כי לא מתקיימת בענייננו דרישת המקוריות. ממילא, התובעת לא הוכיחה כי גב' שטרקמן היא היוצרת של הטקסטים, אשר מופיעים באתרים נוספים (וצורפו כנספחים לתצהיר הנתבע – נ/2), והתובעת לא הביאה כל ראיה אשר יש בה כדי להעיד כי הטקסטים עלו לאתר בטרם עלייתם לאתרים אחרים. על כן, הטקסטים אינם מוגנים בזכות יוצרים.

44. עם זאת, ולמעלה מן הצורך, אדון להלן אף בשאלת ההפרה.



בית משפט השלום בתל אביב - יפו

ת"א 66022-06-22 ארגול שווק והפצה צורכי צלום בעמ'נ' שרון ואח'

אילו הייתה לתובעת זכות יוצרים בטקסטים, האם היא הופרה על ידי הנתבעים?

45. סעיף 47(א) לחוק מורה:

"47. (א) העושה ביצירה פעולה מהפעולות המפורטות בסעיף 11, או מרשה לאחר לעשות פעולה כאמור, בלא רשותו של בעל זכות היוצרים, מפר את זכות היוצרים, אלא אם כן עשיית הפעולה מותרת לפי הוראות פרק ד'."

סעיף 11 לחוק מפרט את הפעולות אשר עשייתן ביצירה מוקנית לבעל זכות היוצרים בה:

"11. זכות יוצרים ביצירה היא הזכות הבלעדית לעשות ביצירה, או בחלק מהותי ממנה, פעולה, אחת או יותר, כמפורט להלן, בהתאם לסוג היצירה:

- (1) העתקה כאמור בסעיף 12 – לגבי כל סוגי היצירות;
- (2) פרסום – לגבי יצירה שלא פורסמה;
- (3) ביצוע פומבי כאמור בסעיף 13 – לגבי יצירה ספרותית, יצירה דרמטית, יצירה מוסיקלית ותקליט;
- (4) שידור כאמור בסעיף 14 – לגבי כל סוגי היצירות;
- (5) העמדת היצירה לרשות הציבור כאמור בסעיף 15 – לגבי כל סוגי היצירות;
- (6) עשיית יצירה נגזרת כאמור בסעיף 16, ועשיית הפעולות המנויות בפסקאות (1) עד (5) ביצירה הנגזרת כאמור – לגבי יצירה ספרותית, יצירה אמנותית שאינה גופן, יצירה דרמטית ויצירה מוסיקלית;
- (7) השכרה כאמור בסעיף 17 – לגבי תקליט, יצירה קולנועית ותוכנת מחשב."

סעיף 12 לחוק מגדיר "העתקה", באופן הבא:

"12. העתקה של יצירה היא עשיית עותק של היצירה בכל צורה מוחשית, לרבות –

- (1) אחסון של היצירה באמצעי אלקטרוני או באמצעי טכנולוגי אחר;
- (2) עשיית עותק תלת-ממדי של יצירה דו-ממדית;
- (3) עשיית עותק דו-ממדי של יצירה תלת-ממדית;



בית משפט השלום בתל אביב - יפו

ת"א 66022-06-22 ארגול שווק והפצה צורכי כלום בעמ נ' שרון ואח'

(4) העתקה ארעית של היצירה.

סעיף 15 לחוק מגדיר "העמדה לרשות הציבור", באופן הבא:

"15. העמדה של יצירה לרשות הציבור היא עשיית פעולה ביצירה כך שלאנשים מקרב הציבור תהיה גישה אליה ממקום ובמועד לפי בחירתם."

46. בענייננו, קיים דמיון רב מאוד בין הטקסטים שהופיעו באתר התובעת לבין הטקסטים שהופיעו באתר הנתבעת. עם זאת, ישנם משפטים מעטים המופיעים רק באתר התובעת אך לא באתר הנתבעת, ולהפך. עם זאת, אותם טקסטים בדיוק הופיעו גם באתרי אינטרנט נוספים (צורפו כנספחים לתצהיר הנתבע – 2/נ). התובעת לא ציינה (וממילא לא הוכיחה) מתי הועלו לאתרה הטקסטים מושא התובענה, או אלה הועלו לאתרה בטרם הועלו לאתרים אחרים. הנתבע העיד (סעיף 11 לתצהירו – 2/נ) כי לא זכור לו כי צפה באתר האינטרנט של התובעת לפני קבלת מכתב ההתראה מאת בא כוח הנתבעת.

זאת ועוד, בחלק מהטקסט קיימים חלקי טקסט ופרטים המופיעים באתר הנתבעת ובאתרים נוספים, אך לא מופיעים באתר התובעת, דבר המחזק את טענת הנתבעים כי הטקסט לא הועתק מאתר התובעת דווקא, אלא מאתרים אחרים. התובעת טוענת בסיכומיה בעניין זה, לראשונה, כי מדובר בהפרה עקיפה של זכות היוצרים, שכן האתרים האחרים, מהם לכאורה העתיקו הנתבעים טקסטים, העתיקו את הטקסטים מהתובעת. מעבר לעובדה כי טענה זו מהווה הרחבת חזית, התובעת לא הוכיחה כי אותם "אתרים אחרים" העתיקו את הטקסטים מאתר התובעת.

47. הנה כי כן, אפילו היו הטקסטים בגדר יצירה מוגנת בזכות יוצרים, לא הוכחה בענייננו הפרה של זכות היוצרים.

48. מקום בו הטקסטים אינם מוגנים בזכות יוצרים, הם לא מוגנים אף בזכות מוסרית. ממילא, הזכות המוסרית במובנה כזכות לציון שמו של היוצר לצד היצירה, לפי סעיף 46(1) לחוק, כפופה למבחן של "היקף ומידה ראויים בנסיבות העניין" – הן בנוגע לעצם החובה לציון שמו של היוצר, והן בנוגע לדרך שבה הוא מצוין (אפורי, בעמ' 351). ציון שם היוצר על גבי טקסטים תיאוריים ו/או שיווקיים מהסוג שבענייננו, איננו דבר מקובל, ועל כן הזכות המוסרית לא הופרה, אפילו היה מדובר ביצירה מוגנת בזכות יוצרים (ולא כך היא, כאמור).



בית משפט השלום בתל אביב - יפו

ת"א 66022-06-22 ארגול שווק והפצה צורכי צלום בעמ נ' שרון ואח'

בשולי הדברים;

49. אפילו הייתי קובעת כי הטקסטים מוגנים בזכות יוצרים, ואפילו הייתי קובעת כי זכות היוצרים הופרה על ידי הנתבעים, ספק אם במקרה דנן היה מקום לפסוק לטובת התובעת פיצוי כלשהו לפי סעיף 56 לחוק, המסמיק את בית המשפט לפסוק לתובעת פיצויים ללא הוכחת נזק. זאת, לאור רף המקוריות הנמוך מאוד בו מצויה היצירה; לאור חומרת ההפרה הנמוכה והעובדה כי שוכנעתי בתום לבם של הנתבעים או של מי מטעמם, אשר לא סברו כי הטקסטים מהווים יצירה מוגנת; לאור העובדה כי מיד עם קבלת מכתב ההתראה שונה התיאור של כל המוצרים שנכללו בו באתר הנתבעת, ולאחר הגשת כתב ההגנה שונה תיאורו של המוצר האחרון, אשר לא נכלל במכתב ההתראה; ולאור העובדה שלא הוכח בענייננו נזק ממשי כלשהו שנגרם לתובעת, ומנגד לא הוכח רווח שצמח לנתבעים בשל ההפרה הלכאורית.

סוף דבר

50. התביעה נדחית.

הטקסטים אינם עומדים ברף המקוריות המינימלי אשר נקבע בחוק ובפסיקה, ומשכך הם אינם מוגנים בזכות יוצרים. ממילא, לא הוכחה הפרה מצד הנתבעים.

51. התובעת תשלם לנתבעים הוצאות משפט ושכר טרחת עו"ד בסך כולל של 30,000 ₪, בו יישאו הנתבעים בחלקים שווים.

52. הסכום ישולם בתוך 45 ימים החל מהיום, שאם לא כן יישא הפרשי הצמדה וריבית כחוק, מהיום ועד מועד התשלום המלא בפועל.

מזכירות בית המשפט תמציא לצדדים את העתק פסק דין כחוק.

ניתן היום, א' שבט תשפ"ה, 30 ינואר 2025, בהעדר הצדדים.

כ. גלילי

כרמלה האפט, שופטת, סגנית הנשיאה



בית משפט השלום בתל אביב - יפו

ת"א 66022-06-22 ארגול שווק והפצה צורכי כלום בעמ נ' שרון ואח'

