

בתי המשפט

בשא 018216/04	בבית המשפט המחוזי בתל אביב-יפו
בשא 020936/04	
בתיק עיקרי: א 002176/04	
04/01/2005	בפני: כב' השופט יהודה זפט

בעניין:

מעבדות ים המלח בע"מ

[בשא 18216/04](#)

ע"י ב"כ עוה"ד גילת דוד, אסא קלינג וסימה אגינסקי המבקשת
נגד

1. לשנו פליקס

2. סבן חיים

3. נט-מונסטר בע"מ המשיבים
ע"י ב"כ עוה"ד הראל טיקטין ויואב אבן

ובעניין:

מעבדות ים המלח בע"מ

[בשא 20936/04](#)

המבקשת

נגד

1. פליקס לשנו

2. נט - מונסטר בע"מ

החלטה

רקע

-

המבקשת מפתחת ומייצרת מוצרי קוסמטיקה המופקים על בסיס מינרלים מים המלח וידועים כסדרת מוצרי AHAVA. מוצרים אלה, משווקים בעיקר מחוץ לישראל ולתיירים המגיעים לישראל (להלן: "מוצרי AHAVA"). המבקשת מפעילה אתר אינטרנט, www.ahava.co.il, ובכוונתה לשווק מוצרי AHAVA דרך אתר האינטרנט.

מוצרי AHAVA משווקים באריות שעוצבו מחדש ובצירוף חוברת הכוללת פרטים ונתונים על מוצרי AHAVA (נספח א1) (להלן: "החומר השיווקי").

בבעלות המבקשת סימן מסחר מס' 62261 "AHAVA", מיום 20.11.90 וסימן מסחר מס' 143186 "AHAVA TIME LINE", מיום 2.1.03 בתחום הקוסמטיקה.

בסמוך ליולי שנה זו, גילתה המבקשת שהמשיבים מפעילים אתרי אינטרנט www.ahavashop.com ו- www.deadseapoint.com (להלן: "אתרי המשיבים") הכוללים תצלומים וכיתוב מהחומר השיווקי, מבלי שקיבלו את רשותה של המבקשת לעשות שימוש בחומר השיווקי.

ב.ת.א 2176/04 תבעה המבקשת צווי מניעה, צווי עשה, מתן חשבונות ופיצוי כספי.

בבקשה שלפני עתרה המבקשת לצווים זמניים כדלקמן:

א. לאסור על המשיבים להפעיל את אתר האינטרנט www.ahavashop.com, לעשות שימוש בהעתקות של חומר פרסומי ושיווקי אשר זכויות היוצרים בו שייכים למבקשת ולהימנע מעשיית כל פעולה, לרבות הפעלת כל אתר אינטרנט, תוך יצירת רושם שכביכול יש למשיבים קשר למבקשת.

ב. לאסור על המשיבים להשמיד, מסמכים ורשומות הנוגעים לשימוש הנעשה בחומר השיווקי באתרי האינטרנט www.ahavashop.com ו- www.deadseapoint.com ובכלל זה רשומות מחשב, נתוני גלישה (יציאות וכניסות לאתרים, רכישות וכד') וספרי חשבונות, עד להכרעה בתובענה ולמסור למבקשת, בתוך 3 ימים ממתן הצו, אישור חתום על ידי רו"ח של כל משיב בהתאמה, המפרט את הצעדים שנקטו.

ג. לאסור על המשיבים להפר בעצמם ו/או באמצעות מי מטעמם את זכות היוצרים של המבקשת, ולעשות שימוש כלשהו (בין היתר במסגרת פעילויות שיווק, פרסום, יצוא, הפצה, מכירה, הצעה או הצגה למכירה) באינטרנט או בכל אמצעי שיווקי אחר, בהעתקות של חומר שיווקי של המבקשת או בכל חלק הימנו, וכן להורות למשיבים, להסיר מאתרי האינטרנט כל העתקות של חומר שיווקי של המבקשת.

ד. לאסור על המשיבים לעשות שימוש מסחרי כלשהו (בין היתר במסגרת פעילויות שיווק, פרסום, יצוא, הפצה, מכירה, הצעה או הצגה למכירה) באינטרנט או בכל אמצעי שיווקי אחר, ביצירות של המבקשת כפי שאלה מופיעות בחומר השיווקי, או בכל חלק ממנו, ובכלל זה כל חומר אשר הועתק מחומר שיווקי כלשהו של המבקשת.

ה. לאסור על המשיבים לגרום, בכל דרך שהיא, לכך ששירותי המכירה שהם נותנים ייחשבו בטעות כשירותי מכירה של המבקשת, או שיש להם קשר עם המבקשת.

ו. מבלי לפגוע בכלליות הסעד שבסעיף (ה) לעיל, לאסור על המשיבים לעשות שימוש באתר בשם www.ahavashop.co.il שבשליטת וניהול המשיבים וכן להימנע מלרשום באתר את הכיתוב: "Welcome to AHAVA worldwide outlet".

ז. מבלי לפגוע בכלליות הסעד שבסעיף (ב) לעיל, לצוות על המשיבים למסור לבית המשפט במעטפה סגורה, בתוך 3 ימים ממתן הצו, דו"ח מלא חתום ומאושר על ידי רו"ח של כל משיב בנפרד בהתאמה, ובו פרטים הנוגעים לשימוש הנעשה באתרי האינטרנט בחומר שיווקי עד מועד מתן הדו"ח האמור, ובכללם כמות הגולשים בכל אחד מאתרי האינטרנט תוך ציון מועד הכניסה של כל גולש, כמות הרכישות שבוצעו, תאריכי הרכישות, המוצרים מתוצרת המבקשת שנמכרו, מחירי המוצרים מתוצרת המבקשת שנמכרו.

ביום 12.9.04 ניתן צו ארעי על פי המבוקש בבקשה.

[בבשא 20936/04](#) עתרה המבקשת לאכוף על המשיבים לקיים את הצו הארעי, לפי [פקודת בזיון בית משפט](#).

ביום 28.11.04 החלטתי לאחד את הדיון [בבשא 20936/04](#) ו - 18216/04.

דין

אדון תחילה בבקשה לסעד זמני.

בשא 20936/04

א. המבקשת מבססת את תביעתה על עילות של הפרת זכות יוצרים, הטעיה, גניבת עין, גזל, שקר מפגיע, דילול מוניטין, הפרת סימן מסחר ועשיית עושר ולא במשפט.

ב. אומר לאלתר, כי מאחר ואין חולק שהמשיבים משווקים מוצרי AHAVA מקוריים שנרכשו כדין, איני סבור שיש ממש בטענות המבקשת, שנטענו בשפה רפה, לעניין, גניבת עין, הטעיה, גזל, שקר מפגיע ודילול מוניטין. משמכרה המבקשת את מוצריה לאחרים, איבדה את שליטתה במוצרים שנמכרו על ידה, ראה רע"א 371/89 אילן ליבוביץ נ' א. את י. אליהו בע"מ ואח', פ"ד מד (2), 309, בע' 319.

סימן מסחר

ג. לטענת המבקשת, השימוש שעושים המשיבים בשם המתחם www.ahavashop.co.il מפר את סימן המסחר "AHAVA" של המבקשת.

המשיבים כופרים בטענת המבקשת. לטענתם, לנוכח העובדה שהם משווקים את מוצריה של המבקשת כדין, אין ברישום סימן המסחר כדי לשלול מהם את הזכות להשתמש בסימן.

סעיף 46 לפקודת סימני מסחר [נוסח חדש], תש"יב - 1972, קובע:

**" 46. זכות לשימוש ייחודי
(א) רישומו התקף של אדם כבעל סימן מסחר יזכה אותו לשימוש ייחודי
בסימן המסחר על הטובין שלגביהם נרשם הסימן ובכל הנוגע אליהם,
בכפוף לכל תנאי וסייג הרשומים בפנקס."**

בסעיף 1 [לפקודת סימני מסחר](#), נקבע:

**"הפרה" - שימוש בידי מי שאינו זכאי לכך -
(1) בסימן מסחר רשום או בסימן הדומה לו, לענין טובין שלגביהם נרשם
הסימן או טובין מאותו הגדר;
(2) בסימן מסחר רשום, לשם פרסום טובין מסוג הטובין שלגביהם נרשם
הסימן או לשם פרסום טובין מאותו הגדר;"**

אין חולק שהמבקשת היא בעלת סימן המסחר "AHAVA" ולפי הוראות סעיף 46 שלעיל היא זכאית לשימוש ייחודי בסימן. מכאן, שהמשיבים שלכאורה אינם זכאים לעשות שימוש בסימן המסחר מפריס את סימן המסחר בעצם השימוש בשם מתחם הכולל את סימן המסחר ודומה לו עד כדי חשש שציבור הגולשים יטעה לחשוב שמדובר באתר של המבקשת ו/או אתר הקשור למבקשת.

לטענת המשיבים, מאחר והם משווקים את מוצרי AHAVA שרכשו כדין, רישום סימן המסחר בבעלות המבקשת אינו שולל מהם את הזכות לעשות שימוש בסימן לתיאור המוצרים המשווקים באמצעות האתר.

סעיף 47 [לפקודת סימני מסחר](#), קובע:

**" 47. שמירה על שימוש אמת
רישום לפי פקודה זו לא ימנע אדם מהשתמש שימוש אמת בשמו או בשם
עסקו או בשמו הגאוגרפי של מקום עסקו, שלו או של קודמיו בעסק, או
מהשתמש כהגדר אמיתי של מהותם או איכותם של טובין שלו."**

בע"א 3559/02 מועדון מנויי טוטו זהב בע"מ ואח' נ' המועצה להסדר ההימורים בספורט ואח', תק-על 2004 (3) 2718, בעמ' 2729, נקבע:

"ואכן מן הראוי כי גם אנו נעניק להוראת סעיף 47 פרשנות המבטאת את תכליתה של פקודת סימני המסחר הנטועה במרקם הדינים שעניינם הגנה על מסחר הוגן, תחרות הוגנת והעדר הטעיה (להרחבה בדבר עקרון ההגינות בתחרות ראו: מ' דויטש "חוק עוולות מסחריות, תשנ"ט - 1999 - הגינות בתחרות וסודות מסחר", הפרקליט מה (א) (תש"ס) 128). עיקרון ההגינות מהווה חלק מדרישת שימוש האמת בסעיף 47 לפקודה. תכליתו של הסעיף, בהקשר שלפנינו, הנה לאזן בין זכותו של בעל סימן מסחר לעשות שימוש בלעדי בשמו, לבין אינטרס הציבור ביצירת תחרות הוגנת במסגרתה יתאפשר לכל אדם להגדיר נכונה את הטובין או השירות שהוא מספק מחד, ומאידך יוכל כל צרכן לזהות נכונה את מקור הסחורה או השירות שהוא רוכש.

על פי השקפה זו, כדי לבחון את תחולת הגנת סעיף 47, עלינו להיעזר באמות מידה שיש בהן כדי ללמד על כנות השימוש בשם המסחרי לשם תיאור אמיתי של הטובין או השירות המסופקים בידי מי שעושה שימוש בסימן המסחרי של זולתו ועל חיוניות השימוש בשם המסחרי במהלך העסקים הרגיל על-פי עקרון ההגינות. בפרשנות שניתנת להוראה הדנה ב"שימוש אמת" בשם מסחר ניתן להציע מבחנים דומים לאלה שטבע בית המשפט הפדראלי לערעורים של ה-Circuit התשיעי בעניין *New Kids on the Block v. News America Publishing Inc.*, 971 F.2d (302) 9th Cir., 1992 (להלן: פרשת *New Kids*), בעת שפרש את החוק האמריקאי שהוראתו כאמור, מעניקה הגנה דומה לזו של הפקודה שלנו, אף שאינה זהה לה. בית המשפט לערעורים שם פסק כי העושה שימוש בסימן מסחר רשום לצורך תיאור המוצר או השירות של בעל הסימן, יזכה להגנה של שימוש הוגן בשם המסחרי, בהתקיים שלושה תנאים: ראשית, המוצר אינו ניתן לזיהוי בקלות ללא השימוש בסימן המסחר; שנית, השימוש בסימן המסחר הנו במידה שאינה עולה על הנדרש לשם זיהוי כאמור, ושלישית, השימוש בסימן המסחר אינו מצביע על חסות שנותן בעל הסימן למשתמש בו.

כאמור, בשיטתנו ניתן להחיל את המאפיינים של מבחני העזר שהותוו בפרשת *New Kids* לעניין תחולת ההגנה הקבועה בסעיף 47 לפקודה. זאת, תוך התאמתם לנסיבותיה של ההגנה הקונקרטיה הניתנת לשם המסחר ולהפרה הנטענת. על-פי מבחני העזר הללו יהא עלינו לבחון האם השימוש בשם המסחר הכרחי ואינו חורג מהנדרש באופן סביר והוגן לשם תיאור זיהוי השירות או הטובין המוצעים לצרכנים (השוו: המ' (ת"א) 5115/97 The Gillette Company נ' עמיר שיווק, (לא פורסם)). כמו כן עלינו לבחון אם עלול הצרכן לטעות ולחשוב כי השירות או הטובין ניתנים בחסותו של בעל השם המסחרי."

הנה כי כן, בע"א 3559/02 שלעיל, נקבעו אמות המידה לפיהן ניתן לקבוע האם השימוש שעושים המשיבים בסימן מסחר הוא שימוש אמת.

בטרם אדון בענייננו לאור ההלכה שנקבעה בע"א 3559/02 נראה לי שראוי לעמוד על תפקידו של שם המתחם באינטרנט, בקשר עם ענייננו. השימוש בשם מתחם של אתר אינטרנט משרת

גם את ציבור הלקוחות וגם את בעל האתר. לציבור המעוניין להגיע לאתרים העוסקים בתחום ספציפי ולא לתעות בין מיליוני אתרי אינטרנט מהווה שם המתחם מעין אמצעי זיהוי המאפשר לצמצם את החיפוש לאתרים בתחום המבוקש בלבד. לבעל האתר, המעוניין להיות נוכח במרחב הווירטואלי של רשת האינטרנט, משמש שם המתחם מעין שלט זיהוי וציון דרך המאפשר לציבור הגולשים להגיע אליו במהירות. ככל ששם המתחם הוא שרירותי וידוע בציבור הסיכוי שגולשים יגיעו אליו באופן ישיר ומבלי לעבור בדרך באתרים אחרים גדול יותר.

משמצאנו ולו באופן חלקי, הדרוש לענייננו, את תפקידו של שם המתחם, נוכל לברר האם השימוש שעושים המשיבים בסימן "AHAVA" כחלק משם המתחם של האתר שלהם הוא הכרחי מבחינתם.

נראה לי, שיש להבחין בין גולשים המעוניינים להגיע לאתר של המבקשת עצמה, מסיבות הקשורות בעסקיה של המבקשת, לבין גולשים המעוניינים לרכוש מוצרי AHAVA. כדי להבטיח שציבור הגולשים יגיע לאתר של המבקשת במהירות סבירה, נראה לי חיוני ששם המתחם של המבקשת יכלול את הסימן המסחרי של המבקשת, במיוחד לנוכח העובדה שהציבור מזהה את המבקשת על פי סימן המסחר.

לעומת זאת, כדי להבטיח שציבור לקוחות המעוניין לרכוש מוצרי AHAVA יגיע לאתר המשווק מוצרים אלה, במהירות סבירה, די בכך ששם המתחם של אותו אתר יכלול סימן כזה או אחר מתחום הקוסמטיקה הקשורה בים המלח ואין הכרח שיכלול את השם AHAVA.

מכאן, שאין הכרח אמיתי בשימוש בסימן המסחר כחלק משם מתחם של אתר המשווק מוצרי AHAVA.

לכך יש להוסיף, כי השימוש בסימן המסחר כחלק משם מתחם של אתר המשיבים יוצר לכאורה רושם שמדובר באתר שהמבקשת מעניקה לו חסות.

מכאן, שלכאורה מפרים המשיבים את סימן המסחר שבבעלות המבקשת בחוסר הגינות, והם אינם זכאים לחסות בהגנת אמת בשימוש הקבועה בסעיף 47 לפקודת סימני מסחר.

-
-
זכות יוצרים
-

ד. לטענת המבקשת, היא בעלת זכות היוצרים ביצירות הכלולות בחומר השיווקי וכי בהעתקה ושימוש שעושים המשיבים ב - 15 תמונות מהחוברת של המבקשת וכ - 6 קטעי מלל שהועתקו מילה במילה, ללא רשותה, מפרים המשיבים את זכות היוצרים שלה.

המשיבים כופרים בטענות המבקשת. לטענתם, המבקשת לא עיצבה ולא ייצרה את החומר השיווקי וממילא היא אינה בעלת זכות היוצרים בחומר השיווקי.

עוד טוענים המשיבים, כי רכשו את מוצרי AHAVA הכוללים את החומר השיווקי כדי לשווקם והם זכאים לעשות שימוש בחומר השיווקי כדי לשווק את מוצרי המבקשת.

סעיף 5 לחוק [זכות יוצרים](#), 1911, קובע:

" 5. זכות בעלות על זכות יוצרים וכד'

(1) בהתחשב עם הוראות חוק זה, יהא מחברה של יצירה הבעל הראשון של זכות היוצרים בה: בתנאי -
(א) שאם היה זה פיתוח, צלום או תמונה והקלישאה או העתקה מקורית אחרת הוזמנו ע"י אדם אחר והוכנו תמורת דבר ערך בהתאם לאותה הזמנה הרי, אם אין הסכם הקובע את ההיפך, יהא האיש שהזמין את הקלישאה או את ההעתקה המקורית האחרת הבעל הראשון של זכות היוצרים; וכן ..."

המבקשת שכרה את שירותיהם של אחרים שיעצבו עבורה את היצירות שבחומר השיווקי. מכאן משתמעת לכאורה ברירת המחדל לפי סעיף 5 (1) (א) שלעיל, לפיה המבקשת היא בעלת זכות היוצרים ביצירות הכלולות בחומר השיווקי.

טענת המשיבים, לפיה על פי הסכמים שבין המבקשת לבין המעצבים שעיצבו עבורה את היצירות זכות היוצרים ביצירות בבעלות המעצבים ולא בבעלות המבקשת, לא נתמכה בראיות ונקודת המוצא בבקשה שלפני שהמבקשת היא בעלת זכות היוצרים ביצירות הכלולות בחומר השיווקי.

ה. לטענת המשיבים, רכשו כדין את מוצרי המבקשת ובכלל זה החומר השיווקי והם זכאים להשתמש בחוברת לצורך שיווק מוצרי AHAVA.

המבקשת כופרת בזכותם של המשיבים לעשות שימוש בחומר השיווקי לצורך מסחרי. לטענתה, ככל שהמשיבים רכשו את החומר השיווקי המצורף למוצריה כדין, אין בכך כדי

להקנות להם את הבעלות בזכות היוצרים ואין הם זכאים להעתיק, להציג ולפרסם את היצירות שבחומר השיווקי באתר האינטרנט.

אין מחלוקת, שהמשיבים עושים שימוש ביצירות הכלולות בחומר השיווקי באתר האינטרנט אותו הם מפעילים כדי לשווק את מוצרי המבקשת. השאלה העומדת להכרעה בענייננו, היא האם בשימוש שעושים המשיבים ביצירות שבחומר השיווקי יש משום הפרת זכות היוצרים של המבקשת.

זכות יוצרים מייחדת לבעליה מכלול של זכויות, ובכלל זה זכות להעתיק ולפרסם את היצירה. בעל זכות יוצרים, זכאי להעביר את כל זכותו או חלקה, למעט הזכות המוסרית הנותנת בבעלותו גם לאחר העברת הזכות (ראה סעיף 44 א (4) [לפקודת זכות יוצרים](#)). דוגמא לכך, ניתן למצוא במקרה שנדון בע"א 464/65 קורט ואירנה אונגר נ' פריס ישראל סרטים בע"מ, פ"ד כ (3), 6, הנזכר בתשובת המבקשת, שם ניתן רשיון הצגה של היצירה.

עוד יצוין, כי אין חובה שהסכם העברה של זכות יוצרים או חלקה ייעשה בכתב ויכול שיהיה בעל פה ו/או בהתנהגות. ראה, ע"א 2173/94 Tele Event Ltd נ' ערוצי זהב ושות' ואח', פ"ד נה (5), 529, בע" 556 וראה גם ע"א 414/84 רחל ברים נ' מגדלור מרכז לתאורה מודרנית בע"מ, פ"ד לט (3), 109, בע" 111. כך, במקרה של מכירת מוצר הכולל בתוכו ביטוי לזכות יוצרים אפשר שבעצם המכירה תועבר זכות היוצרים או חלקה לרוכש.

מקום שהיקף הזכויות שהועבר מבעל זכות היוצרים לרוכש אינו מוגדר בהסכם, ניתן ללמוד על היקף הזכויות שהועברו לרוכש מהתכלית המשותפת של העסקה שהתבצעה בין בעל זכות היוצרים לבין הרוכש וחובת תום הלב המתחייבת בקיום חוזה ובכל פעולה משפטית מכוח סעיפים 61(ב) ו - 39 [לחוק החוזים \(חלק כללי\)](#), תשל"ג - 1973.

בענייננו, המשיבים רכשו מהמבקשת ישירות ו/או באמצעות צד שלישי מוצרי AHAVA ובממכר נכלל החומר השיווקי. קרי, המבקשת העבירה למשיבים במישרין ו/או בעקיפין יחד עם מוצרי AHAVA את היצירות המוגנות לשימושם.

המבקשת מוכרת את מוצריה למשווקי משנה הרוכשים ממנה במישרין או בעקיפין מוצרי AHAVA, הכוללים את החומר השיווקי, ומשווקים אותם לצרכני קצה. למבקשת ולמשווקי המשנה מטרה מרכזית משותפת - למכור מוצרי AHAVA. אין ספק, שהמבקשת לא הייתה משקיעה משאבים ביצירת החומר השיווקי לולא סברה שיש בכך כדי להגדיל את מכירותיה. מכאן סביר להניח, שנכון למועד מכירת המוצרים והחומר השיווקי למשווקי משנה הסכימה המבקשת שמשווקי המשנה יעשו שימוש בחומר השיווקי להגברת מכירת מוצריה לצרכני הקצה. כך גם ניתן להסיק מעדותו של המצהיר מטעם המבקשת, ג'רלד פיטוסי (ע' 6 לפרוטוקול מיום 28/11/04).

בנסיבות אלה, מתבקשת המסקנה שמשווקי המשנה ובהם המשיבים רכשו יחד עם מוצרי AHAVA והחומר השיווקי, את הזכות לעשות שימוש בחומר השיווקי לצורך שיווק מוצרי המבקשת.

לעניין זה ראוי לציין, שזכות השימוש בחומר השיווקי מוגבלת אך ורק לקידום מכירת מוצרי המבקשת והמשיבים אינם זכאים לעשות שימוש בחומר השיווקי כדי לקדם מכירת מוצרי המתחרים במבקשת.

לאור האמור לעיל נראה לי שאין להגביל את זכות השימוש בחומר השיווקי לצורך שיווק מוצרי המבקשת רק לחנויות או שווקים במתכונתם לפני עידן האינטרנט. שיווק מוצרים באינטרנט מאפשר למשווק המשנה להגיע לציבור לקוחות רחב תוך השקעת משאבים קטנה יחסית וממילא יש בכך כדי לקדם את התכלית המשותפת של המבקשת והמשיבים.

המצהיר מטעם המבקשת הצהיר כי אין מניעה מבחינת המבקשת להצגת החומר הפרסומי בחנויות, ואיני רואה שוני בין חנות פיסית לחנות וירטואלית.

מטעמים אלה, נראה לי שלכאורה אין המשיבים מפרים את זכות היוצרים של המבקשת בשימוש שהם עושים בחומר השיווקי, לצורך שיווק מוצרי המבקשת.

מאזן הנוחות

1. במאזן הנוחות, נוטה הכף לטובת מתן צו מניעה זמני שיאסור על המשיבים לעשות שימוש בסימן המסחר. המבקשת השקיעה משאבים רבים כדי להחדיר את הסימן AHAVA לתודעת הציבור והיא זכאית להינות מהשקעתה ובכלל זה לעשות שימוש בסימן המסחר ככל שתמצא לנכון. מתצהירה של מיה לשנו עולה שהנזק שנגרם למשיבים בשל סגירת האתר הוא נזק כספי הניתן להערכה. מנגד, אופן השימוש בסימן המסחר ובין היתר שילובו בשם המתחם של אתר המבקשת הוא עניין למדיניות שיווקית של המבקשת. הנזק שייגרם למבקשת בשל הפגיעה בחופש הפעולה שלה בקשר עם השימוש בסימן המסחר אינו ניתן להערכה.

אשר על כן החלטתי לקבל את הבקשה בחלקה והנני מורה כדלקמן:

הצו הארעי מיום 12.9.04 ישונה כדלקמן:

ניתן בזה צו מניעה זמני האוסר על המשיבים לעשות שימוש בשם המתחם
www.ahavashop.co.il ו/או שם מתחם הכולל את הסימן AHAVA .

ככל שיש בכך צורך, רשאית המבקשת להגיש בקשה מעודכנת לעניין הסעד המבוקש
 בסעיף ח לבקשה, בכפוף לאמור בהחלטה זו.

הערבות שהופקדה לפי החלטתי מיום 12.9.04 תשאר בתוקפה.

בשא 20963/04

א. לטענת המבקשת, על פי הצו הארעי מיום 12.9.04 היה על המשיבים לסגור את האתר
 שלהם, אולם הם בחרו להתחמק מקיום הצו הארעי, על ידי שינוי כותרות, העברת הגולשים
 לאתר תואם והסרת רק חלק מפרסומי AHAVA שנכללו באתר שלהם.

עוד טוענת המבקשת, כי המשיבים הגישו מסמכים חלקיים שאינם מקיימים את הצווים לפי
 סעיפים ב' ו - ח' לבקשה.

המשיבים כופרים בטענות המבקשת. לטענתם, סגרו את האתר ולאחר הגשת הבקשה אף
 ביטלו את ההפניה לאתר תואם. אחרים מפעילים את האתר הנושא את שם המתחם
 AHAVA - SHOP וככל הנראה בעלי האתר העתיקו נתונים מהאתר של המשיבים. עוד
 טוענים המשיבים, כי המציאו לבית המשפט את הנתונים שבידיהם.

מעדותו של לשנו פליקס עולה, כי לאחר שנודע לו על הצו הארעי העביר את הקישור לאתר
 AHAVA - SHOP (ע' 9 לפרוטוקול). לטענתו, הוא אינו הבעלים של אתר - AHAVA
 .SHOP

באשר לפרטים שנתבקשו המשיבים להמציא לבית המשפט לפי הצו הארעי, טען לשנו פליקס
 כי לא קיים מאגר של כניסות ויציאות הגולשים, אולם ידע לספר שהיו 100 כניסות של
 גולשים ביום.

עדותו של פליקס לשנו אינה מהימנה עליו. אין בסיס כלכלי או הגיוני בטענתו של לשנו בדבר
 העברת הגולשים לאתר שאינו בבעלותו, סביר יותר להניח שהמשיבים בקשו לעקוף את הצו
 הארעי בהקמת אתר חדש הנושא שם דומה לאתר שנסגר על פי הצו הארעי. יתר על כן, באתר
 הנושא את שם המתחם AHAVA - SHOP נכללים רכיבים רבים שנכללו באתר
 AHAVASHOP והסברו של לשנו פליקס, לפיה בעלי האתר AHAVA - SHOP העתיקו את

הרכיבים הכלולים באתר שלו, אינה מהימן עליי, לאור הודאתו, לפיה הוא עצמו העביר את הגולשים לאתר AHAVA - SHOP.

מסקנתי מהאמור עד כאן היא, שהמשיבים לא השלימו עם הצו הארעי ופעלו לסכלו על ידי הקמת אתר תואם.

ב. סעד האכיפה לפי [פקודת בזיון בית משפט](#) צופה פני עתיד. לפיכך, נותרה לדיון השאלה אם קיים חשש שהמשיבים או מי מטעמם ימשיכו ויפרו את צו המניעה הזמני.

ניסיונות המשיבים, לעקוף את הצווים הארעיים כאמור לעיל וניסיונו של לשנו פליקס, להתחמק מאחריותו לקיום הצו הארעי בטענה שהצו הארעי לא הומצא לו כדין, למרות שאין חולק שידע על צו המניעה הארעי כבר ביום 12.9.04, תומך במסקנה שהמשיבים אינם משלימים עם צו המניעה וקיים חשש ממשי שיפעלו להפר אותו בעתיד.

ג. משמצאתי שהמשיבים הפרו את צווי המניעה הארעיים מיום 12.9.04 וקיים חשש שיפעלו להפר את צו המניעה בעתיד, אני גוזר על כל אחד מהמשיבים 1 ו- 2 קנס בסך 15,000 ₪ לכל מקרה של הפרה עתידית של צו המניעה הזמני שניתן ב**בשא 18216/04**.

המשיבים ב**בשא 20936/04** ביחד ולחוד ישלמו למבקשת את הוצאות הבקשות ושכ"ט עו"ד בסך - 30,000 ₪.

המזכירות תשלח העתק ההחלטה לב"כ הצדדים בפקסימיליה.

ניתנה היום כ"ג בטבת, תשס"ה (4 בינואר 2005) בהעדר הצדדים.

יהודה זפט 54678313-18216/04

י. זפט, שופט

נוסח מסמך זה כפוף לשינויי ניסוח ועריכה