



בית המשפט המחוזי בחיפה

04 ספטמבר 2012

ת"א 10-08-21858 שפיר ואח' נ' א.א. מעיינות בע"מ
ואח'

1

בפני כבוד השופט דר' עדי זרנקין

תובעים

1. אליהו שפיר
2. א.א. שפיר ניהול ושוק בע"מ
3. אקווה טל גרופ בע"מ

באמצעות ב"כ עוה"ד דויד בלום ואו דבורה גדור

נגד

נתבעים

1. א.א. מעיינות בע"מ
2. אורן דוד גלעד
- באמצעות ב"כ עוה"ד עמיר פרידמן ושות'
3. אייס אוטו דיפו בע"מ
- באמצעות ב"כ עוה"ד יואל פרייליך ואו טל בר- יושפט ממשרד גיסין ושות'

2

3

פסק דין

4

5 תביעה מיום 11.8.10 ותביעה שכנגד מיום 5.10.10. התביעה הראשית הוגשה על ידי התובעים בגין
6 הפרה של מדגמים רשומים אשר בבעלות התובע 1, הפרת הסימן המסחרי הרשום על שם התובעת 2,
7 ופגיעות הנטענות בזכויות הקניין הרוחני של התובעים בהם. התביעה שכנגד הוגשה על ידי התובעים
8 בעילה של הוצאת דיבה, לשון הרע, תיאור כוזב ופגיעה בשם הטוב של התובעים, בגין פרסום
9 והפצה של תיאורים מסחריים כוזבים ביחס לנתבעת 1.

10

הצגת הצדדים והעובדות הצריכות לעניין

11

12 התובע 1 (להלן- "התובע" או "אלי שפיר") הוא הבעלים של מחצית ממניותיה של התובעת 2, חברת
13 "א.א. שפיר ניהול ושיווק בע"מ" (להלן- "התובעת" או "שפיר").

14

15 שפיר הינה חברה רשומה בישראל העוסקת בייבוא ושיווק של מתקנים ביתיים לטיהור, קירור
וחימום מים ומוצרים נוספים בתחום המים.

16

17 התובעת 3 "אקווה טל גרופ בע"מ" (להלן- "אקווה טל") הינה חברה רשומה בישראל העוסקת אף
18 היא בפיתוח, ייצור וייבוא של מוצרים בתחום המים, בין היתר, מתקנים ביתיים לטיהור, קירור
וחימום מים. יצוין, כי מנהלה של אקווה טל, מר ליאור שפיר, הוא בנו של התובע.

19



בית המשפט המחוזי בחיפה

04 ספטמבר 2012

ת"א 10-08-21858 שפיר ואח' נ' א.א. מעיינות בע"מ
ואח'

1 התובע הינו הבעלים של מדגמים רשומים בישראל לגבי מתקנים להספקת מים, מדגמים מס' 44798,
2 44799 ו- 44800, בתוקף מיום 18.9.07 (המדגמים נרשמו ביום 11.7.10). המדגמים נרשמו כסוג (8) 15
3 לפי התוספת השלישית לתקנות המדגמים, כאשר "הגנת המדגם מתבקשת על שילוב כלל קווי
4 הצורה עם הצבע האמור, באופן שלא יינתן בלעדיות לא לשימוש בצבע ולא לשימוש בקווי הצורה
5 כשהם נפרדים".
6 המדגמים נשוא התובענה הינם למתקנים ביתיים צבעוניים לטיהור, קירור וחימום מים, המיוצרים
7 בסין על ידי חברה סינית בשם Suzhou Oasis Electronic Co. Ltd. (להלן תכונה החברה
8 "אואזיס" והמתקנים יכוננו- "מתקני אואזיס"), כך שהמדגמים מגנים רק על שילוב של קווי המתאר
9 של מתקני אואזיס עם שלושה צבעים ספציפיים שיוחדו למדגמים: אפור עכבר, כחול ואדום. לשון
10 אחר, המדגמים אינם מעניקים בלעדיות לשימוש בצבעים אלו בכל המתקנים הביתיים שמטרתם
11 לטהר ולסנן מים, ללא כל קשר לחברה המייצרת אותם, אלא שהם מעניקים לתובע בלעדיות רק על
12 מתקן מסוג אואזיס בשילוב הצבעים אפור עכבר, כחול או אדום.
13 יצוין, כי התובעים עובדים יחדיו בשיתוף פעולה מלא, כאשר התובע העניק הן לשפיר והן לאקווה טל
14 את זכות השימוש במדגם (לפרסם ו/או לשווק ו/או להפיץ ו/או להציע למכירה ו/או למכור את
15 המתקנים שיוחדו להם המדגמים הרשומים).
16
17 כמו כן, התובע הוא הבעלים של סימן מסחר רשום בישראל בשם "AQUA TAL" בתוקף מיום
18 10.11.02 (הסימן נרשם ביום 14.11.03). סימן המסחר נרשם כסוג 11- "התקנים לטיפול, סינון
19 וטיהור מים; חלקים ואביזרים עבורם הנכללים כולם בסוג 11". עוד נרשם בנסח סימן המסחר כי
20 "רישום סימן זה לא יתן זכות לשימוש ייחודי במילים AQUA ו- TAL בנפרד, אלא בהרכב הסימן"
21 (ראו נספח טז' לכתב ההגנה). סימן המסחר משמש כמותג למתקני המים ולמוצרי המים אותם שפיר
22 ואקווה טל מייבאות, מפיצות ומשווקות למכירה בחנויות ברחבי הארץ ורשתות השיווק (כגון "הום
23 סנטר", "BEST BUY וכיו"ב) ברחבי הארץ.
24
25 הנתבעת 1 חברת "א. א. מעיינות" (להלן- "הנתבעת" וגם "מעיינות") נוסדה ביום 28.08.01, ואף
26 היא עוסקת ביבוא ושיווק של מתקנים ביתיים לטיהור, קירור וחימום מים וכן בייבוא ושיווק של
27 מוצרים נוספים בתחום המים. מעיינות היא הבעלים של סימן מסחר רשום בישראל בשם "AQUA
28 TEN" בתוקף מיום 6.3.08. סימן המסחר נרשם כסוג 11- "מתקני מים; מערכות לטיפול, סינון
29 וטיהור מים; קנקנים לטיהור מים; מסננים לטיהור מים; מערכות משולבות של מתקנים לחימום,
30 קירור וסינון מים; וכל החלקים ההתקנים והאביזרים עבורם הנכללים כולם בסוג 11".
31 הנתבע 2, מר אורן גלעד, הינו מנהלה של הנתבעת.
32 למען הנוחות, יכוננו הנתבעים 1- 2 יחדיו "הנתבעים".
33



בית המשפט המחוזי בחיפה

04 ספטמבר 2012

ת"א 10-08-21858 שפיר ואח' נ' א.א. מעיינות בע"מ
ואח'

1 הנתבעת 3 "אייס אוטודיפו בע"מ" (להלן - "אייס") הינה חברה הרשומה בישראל אשר בבעלותה
2 רשת לשיווק מוצרים, חומרים ואביזרים לבית. יצוין, כי במשך שנים סיפקו התובעים לנתבעת 3,
3 באופן בלעדי, מוצרים מתחום המים.

4
5 ביום 13.7.06 נחתם בין שפיר למעיינות הסכם שיווק (נספח ו' לכתב ההגנה, להלן - "ההסכם" [יוער,
6 כי התאריך הנקוב בהסכם הינו יום 13.7.07, אך אין בין הצדדים מחלוקת כי ההסכם נחתם, כאמור,
7 ביום 13.7.06]). על פי ההסכם, שפיר- הסוכן הבלעדי בישראל המשווק מתקנים ביתיים לטיהור
8 קירור וחימום מים, המיוצרים על ידי חברת אואזיס, תעניק למעיינות בלעדיות על שיווק בישראל
9 של המוצר הידוע כמיני בר דיגיטלי (שני ברזים עם תאורה) דגם 20T, וכן תעניק בלעדיות לשיווק
10 מכשיר דיגיטלי שני ברזים בלי תאורה, בחוברות האשראי (ישראלכרט וויזה) וב"קופון של המדינה".
11 ביום 19.6.07 נחתם הסכם נוסף בין מעיינות לשפיר, לפיו מעיינות- הסוכן הבלעדי לשיווק מתקן
12 לטיהור, קירור וחימום מים מסוג 16T- G/D, המכונה "טייגר", תמכור לשפיר בבלעדיות מתקנים
13 מסוג זה.

14
15 ביום 1.5.08 שלחה מעיינות לשפיר הודעה על ביטול ההסכם, לאור התנהלותה של שפיר, אשר, כך
16 הטענה, הפרה מספר פעמים את התחייבויותיה על פי ההסכם (נספח ה' לכתב ההגנה, להלן - "הודעת
17 הביטול"). וכך צוין בסעיף 4 בהודעת הביטול:

18 "יצוין, כי במסגרת היחסים בינינו, בוצעו מס' הפרות של ההסכם מצד חברתכם, כמפורט להלן:
19 א. אנו הזמנו מחברתכם 400 יחידות מיני בר דיגיטלי, אולם בפועל סופקו רק 300 יחידות (בהזמנה
20 האחרונה).

21 ב. חברתכם התחייבה להשאיל לנו 70 מיני ברים עד הגעת המשלוח שהוזמן, אולם בפועל הושאלו
22 רק 15 יחידות.

23 ג. אנו הזמנו מיני ברים צבעוניים, אולם בפועל סופקו לנו מיני ברים רגילים. כל זאת, לאחר
24 שהתחייבנו ללקוחותינו ומכרנו מערכות מיני בר צבעוניות.

25 ד. ההזמנות סופקו לנו באיחור רב, למעלה מהזמן הסביר לאספקת המוצרים" (ההדגשות לא
26 במקור).

27
28 התובעת לא הגיבה להודעת הביטול, וככל הנראה, היא השלימה עם ביטול ההסכם מצידה של
29 מעיינות, שכן מאז ועד היום לא העלתה התובעת כל טענה כנגד ביטולו של ההסכם.

30
31 לאחר כשנתיים, ביום 13.7.10, שלחה שפיר למעיינות מכתב, בו היא התריעה בפני מעיינות כי היא
32 מפרה את המדגמים הרשומים על שם התובע, בכך שהיא משווקת, מפיצה ומציעה למכירה מתקני
33 מים "מפרים", המהווים חיקוי בולט של המתקנים הביתיים לטיהור, סינון וניפוק מים קרים
34 וחמים, שיוחדו להם דוגמה או קישוט (pattern). נוכח דברים אלו, הבהירה שפיר במכתבה, כי על



בית המשפט המחוזי בחיפה

04 ספטמבר 2012

ת"א 10-08-21858 שפיר ואח' נ' א.א. מעיינות בע"מ
ואח'

מעיינות לחדול לאלתר מכל ייבוא, שיווק, הפצה, פרסום, הצעה למכירה ומכירה של המתקנים המפריים וכל מתקן המהווה חיקוי בולט של המדגמים.
כן, צוין במכתב כי: "בנוסף על הדרישות הנ"ל, מרשי מוציא בד בבד עם מכתב זה, ובהתאם לאמור בו, הודעה לכל רשתות השיווק על מנת להביא לידיעתן, כי פרסום המתקנים המפריים או הצעתם למכירה לאחר שהודע להם, כי מדובר במתקנים מפריים, אף הן פעולות העולות כדי הפרת המדגמים, על כל המשתמע מכך" (ראו סעיף 5 במכתב, נספח י' לכתב ההגנה). בסייפת המכתב, צוין כי עותק ממכתב זה נשלח לרשת השיווק אייס אוטודיפו.

יום למחרת, דהיינו ביום 14.7.10, שיגרה מעיינות (באמצעות פקסימיליה) מכתב לב"כ שפיר, בו היא השיבה לטענות אותן העלתה שפיר במכתבה (ראו נספח יא' לכתב ההגנה). במכתב צוין כדלהלן:
"בכל הכבוד לאמור במכתבך, הדגמים הרשומים של מרשתך אינם חדשים ודינם בטלות, כאשר כלל לא נהיר לנו מדוע הוגשו שלוש בקשות זהות מטעמכם לצורך ההגנה על אותו המדגם הנתען על ידכם ואשר נרשם במרמה ובחוסר יושרה אלמנטריים. כפי שעולה מבקשות רישום המדגמים, אלו הוגשו לרישום ביום 18.9.07, כאשר מרשתנו משווק דגם גנרי זה לפחות מחודש יוני 2005 ואילו מרשתך החלה לשווק את הדגם בשנת 2005 זמן רב לפני הגשת בקשותיה לרישום המדגם ו/או המדגמים שבנידון, כך שמעטה החדשנות הנזקף למדגם הרישום הינו פרי הטעיה מכוונת ובוטה של רשות המדגמים הנכבדה. (לנוחיותך, מצ"ב מספר מצומצם של פרסומים המוכיחים את האמור בסעיף זה)". לאור דברים אלו, טענה מעיינות במכתבה, כי יש לבטל את המדגמים הרשומים וכי במקרה ששפיר לא תגיש בקשה לביטול המדגמים, מעיינות תפנה בעצמה לרשות המדגמים, בבקשה לבטל את המדגמים שנרשמו שלא כדין. בנוסף, לאור הציון במכתבה של שפיר, כי עותק ממכתבה נמסר לרשת אייס אוטודיפו, נדרשה שפיר לשלם למעיינות פיצוי כספי סמלי בגין "הוצאת דיבתה, הפצת שקרים מפגיעים בקרב לקוחותיה וביטול זמנה, בסך שיעמוד לעת עתה ולצורכי פשרה על 20,000 (עשרים אלף) ₪ בלבד".

יום למחרת, דהיינו ביום 15.7.10, שלח ב"כ התובעים מכתב תגובה לנתבעים, באמצעות הודעת פקסימיליה (ראו נספח יד' לכתב ההגנה). במכתב צוין, כי בכוונת שפיר לפעול נגד הנתבעים, אשר במעשיהם ו/או במחדליהם גרמו להפרת זכויות שפיר במדגמים הרשומים. כן צוין במכתב, כי עותק ממנו נשלח הן לרשת אייס אוטודיפו והן לרשת "שופרסל".

ויהי לאחר דברים אלה, הגישו ביום 11.8.10 התובעים את תביעתם דכאן, בה טענו, כי הנתבעת הפרה את המדגמים הרשומים על שם התובע, בכך שהיא פרסמה ומכרה מתקנים ביתיים לטיהור סינון והספקת מים קרים וחמים, אשר מהווים, כך הטענה, חיקוי בולט של המדגמים הרשומים. לטענת התובעים, הנתבעת משווקת ומוכרת מתקני מים ביתיים, בשילוב הצבעים להם יוחדו המדגמים- מיני בר "היי קלאס" המיוצר בסין על ידי מפעל J&D.



בית המשפט המחוזי בחיפה

04 ספטמבר 2012

ת"א 10-08-21858 שפיר ואח' נ' א.א. מעיינות בע"מ
ואח'

1 עוד טענו התובעים, כי הנתבעת הפרה את זכויות התובע בסימן המסחרי הרשום AQUA TAL ובכך
2 אף פגעה ודיללה את המוניטין שרכש התובע בסימן זה. לטענת התובעים, מעיינות הציגה את
3 מוצריה ברשתות השיווק על גבי מדפים הנושאים מדבקות עם סימן במסחר הרשום AQUA TAL
4 ואף הציבה לצד מדפים אלו כרזות ועלוני פרסום הנושאים אף הם את סימן המסחר הנ"ל, וכל זאת
5 על מנת להטעות את קהל הלקוחות לחשוב שמדובר במוצרים של התובעת.
6 עוד נטען בעניין זה, כי הנתבעת 3, אחת מרשתות השיווק הגדולות בארץ, מודעת לעובדה כי מעיינות
7 עושה שימוש מפר בסימן המסחר הרשום של התובעת, במטרה להטעות את הלקוחות, והיא משתפת
8 פעולה עם מעיינות, או "עוצמת עיניה" לכל הפחות, בכך שהיא לא מונעת ממנה להשתמש בחנויות
9 השונות בסימן המסחר הרשום של התובעים. לטענת התובעים "הנתבעת 3 מאפשרת לנתבעים 1 ו-
10 2 להשתמש ו/או היא משתמשת בעצמה, בחצריה, בסימן "AQUA TAL" של התובעים, בין ע"י
11 סימון המדפים הנושאים את מוצריה של הנתבעת 1 עם הסימן "AQUA TAL" ובין באמצעות
12 הצבת שלטים, עלונים ועזרי קידום מכירות של התובעים הנושאים על- גבם את הסימן "AQUA
13 TAL".... אף אם הנתבעת 3 אינה פועלת להסרת הסימון של התובעים ו/או להוצאת חומרי
14 הפרסום עם הסימן "AQUA TAL" מחנויות הרשת, מחזלה עולה כדי עוולה כנגד זכויות
15 התובעים בסימן זה ובמוניטין שרכשו בו".
16
17 בנוסף, טענו התובעים כי מעיינות ביצעה כלפיהם עוולת גניבת עין, באריזת מטהר המים "TALine"
18 (להלן- "טל ליין") של התובעים. לטענת התובעים, מעיינות החלה לשווק למכירה התקן לטיהור
19 מים תחת השם "מטהר קו" או "In Line" (להלן- "אין ליין"), המשווק באריזת "בליסטר" המהווה
20 חיקוי בולט וגס של אריזת ה"בליסטר" של המוצר "TALine", שנמכר מזה שנים על ידי התובעים.
21 לטענת התובעים, אריזת המוצר אין ליין מהווה חיקוי בולט של האריזה המוגנת טל ליין, הן בעיצוב
22 של האריזה והן באיורים ובטקסטים המצויים בגב האריזה.
23 כן טענו התובעים, כי הנתבעת הפרה את זכויות היוצרים שלהם, על ידי העתקה מושלמת של:
24 איורים וטקסטים מקוריים הכתובים על גב אריזת המוצר טל- ליין; טקסטים מקוריים הכתובים
25 על אריזת סנני המים של התובעים; מאמר מקורי שנכתב על ידי התובעים ופורסם באתר האינטרנט
26 של התובעים.
27 לאור כל המתואר לעיל, עתרו התובעים לצו שיאסור על הנתבעת לעשות כל פעולה שיש בה משום
28 הפרת זכויותיו של התובע במדגמים, בסימן המסחר וביצירות המוגנות. כמו כן, עתרה התובעת לצו
29 למתן חשבונות בנוגע לרווחים שהפיקה הנתבעת מהמדגמים המפרים ומהשימוש בסימן
30 AQUA TAL ומשימוש ביצירות המוגנות. בנוסף, עתרה התובעת לפיצוי בסך של 300,000 ₪ בגין
31 הפרת המדגמים הרשומים; פיצוי בסך של 250,000 ₪ בגין הפרת סימן המסחר הרשום AQUA
32 TAL ופגיעה במוניטין שרכשו בו התובעים; פיצוי בסך של 250,000 ₪ לפי חוק זכות יוצרים,
33 התשס"ח- 2007 (להלן- "חוק זכות יוצרים"), בגין הפרת זכויות היוצרים והזכויות המוסריות של



בית המשפט המחוזי בחיפה

04 ספטמבר 2012

ת"א 10-08-21858 שפיר ואח' נ' א.א. מעיינות בע"מ
ואח'

1 התובע ביצירות המוגנות; פיצוי בסך של 100,000 ₪ לפי חוק עשיית עושר ולא במשפט, תשל"ט-
2 1979 (להלן - "חוק עשיית עושר"), ופגיעה במוניטין.
3 עוד עתרה התובעת לסעדים כספיים בשל הפרת הסכם השיווק על ידי מעיינות והנתבע 2 כדלהלן:
4 פיצוי בסך של 1,000,000 ₪ בגין מכירת המתקנים המפרים; פיצוי בסך של 200,000 ₪ בגין "אבדן
5 חלק יחסי מן ההשקעה המסיבית בשיווק ובפרסום"; פיצוי עונשי בסך של 440,000 ₪ בגין אופי
6 הפגיעה המאסיבית בזכויותיהם הקנייניות של התובעים.
7 סך הכל, התובעת טענה בכתב התביעה לנזק כולל בסך של 2,990,000 ₪, אך "מטעמי אגרה"
8 העמידה את סכום התביעה על סך של 1,500,000 ₪.
9 לחילופין, עתרה התובעת לחייב את הנתבעים לשלם לה פיצוי סטטוטורי בלא הוכחת נזק, בסך כולל
10 של 1,500,000 ₪ בגין כל אחת מן העוולות לפי חוק עוולות מסחריות, תשנ"ט- 1999 (להלן - "חוק
11 עוולות מסחריות").
12
13

14 מנגד, הנתבעים טענו כי דין התובענה להדחות על כל חלקיה, שכן המדגמים נשוא התובענה הינם
15 חסרי תוקף ודינם בטלות, שכן במועד בו הוגשו המדגמים לרישום, הם היו נטולי חדשנות ומקוריות,
16 וזאת הן לאור אופיים וייעודם הפונקציונאלי, והן לאור הפרסומים הרבים והשימושים המסחריים
17 הרבים שנעשו במדגמים אלו, טרם הוגשו הם לרישום. לטענת הנתבעים, המדגמים נשוא הדיון
18 הוגשו לרישום ביום 18.9.07, בחוסר תום לב מצד התובע, תוך שהוא נמנע מלגלות לרשות המדגמים
19 מידע מהותי בנוגע למדגמים, ועל כן דינם של המדגמים הללו, בטלות. לטענת הנתבעים, המדגמים
20 נשוא התובענה, שווקו על ידי התובעת בעצמה, בדגם מקביל זהה, החל מחודש מאי 2007, זמן רב
21 לפני הגשת הבקשות לרישום המדגמים. הנתבעים הצביעו על כך שהמדגמים נרשמו על מתקני מים
22 מסוג אואזיס בשילוב מכסה (גג המתקן) ו"מגשית" שנצבעו בצבע אחיד (אדום, כחול ואפור עכבר),
23 כאשר המדגם הוא על מתקן בעל שתי זרבוביות. לטענת הנתבעים, עוד בשנת 2005 נמכר, הן על ידי
24 התובעים והן על ידי גורמים אחרים, מתקן מים מתוצרת אואזיס בדגם זהה לחלוטין, הכולל מכסה
25 מתברג אותו ניתן להחליף במגוון צבעים, ומגשית נשלפת, אף אותה ניתן להחליף במגוון צבעים,
26 כאשר כל ההבדל בינו לבין המתקן נשוא הדיון הוא הבדל פונקציונאלי בלבד - מספר הזרבוביות,
27 בהיות המתקן הני"ל בעל שלוש זרבוביות, והמדגם הוא בעל שתי זרבוביות. הנתבעים ציינו, כי מתקן
28 המים בעל שלוש הזרבוביות, כולל מכסה מתחלף בצבעים ומגשית נשלפת בצבעים, נרשם כמדגם
29 ביום 6.12.05, כאשר בעלת המדגם הינה חברת "מה-הוא" שנמצאת בסשאו שבסין (בשלב מאוחר
30 יותר שונה שמה של החברה ל"אואזיס"). לטענת הנתבעים, העובדה שבעלות חברת אואזיס מדגם
31 רשום על מתקן המים בעל שלוש הזרבוביות, מוכיחה שהמכסה הצבעוני המתברג והמגשית
32 הצבעונית הנשלפת, אינם רעיונות ויישומים מקוריים של התובעת אלא של חברת אואזיס, שהיו
33 קיימים עוד בשנת 2005.

34 לאור האמור לעיל, טענו הנתבעים, כי דין המדגמים להתבטל, לאור היותם נטולי חדשנות ומקוריות,
35 ולאור העובדה כי הם התפרסמו בישראל טרם רישומם. עוד טענו הנתבעים, כי נוכח האמור לעיל,



בית המשפט המחוזי בחיפה

04 ספטמבר 2012

ת"א 10-08-21858 שפיר ואח' נ' א.א. מעיינות בע"מ
ואח'

1 לא יכולה להיות כל מחלוקת כי לתובעים אין כל זכות קניינית במדגמים, שכן כל מתקני המים,
2 הכוללים מכסה ומגשית בצבע, הן אלו בעלי שלוש זרובוביות והן אלו בעלי שני הזרובוביות, מיוצרים
3 על ידי חברת אואזיס, אשר העניקה לתובעת רק רישיון לשימוש בלעדי במדגם בעל שלושת
4 הזרובוביות, אך מעולם לא העבירה את זכויותיה הקנייניות כיצרנית של המדגמים.
5
6 הנתבעים הפנו לבקשה לביטול רישום המדגמים נשוא הדיון (נספח יב' לכתב ההגנה), אותה הגישה
7 הנתבעת, ביום 18.8.10, לרשות הפטנטים, סימני המסחר והמדגמים, בהתאם לעילת ביטול רישום
8 של מדגם, המצויה בסעיף 36 בפקודת הפטנטים והמדגמים, 1926 (להלן - "פקודת הפטנטים") לפיה
9 **"כל אדם מעוניין רשאי לפנות לרשם בכל עת בבקשה לבטל רישום של מדגם בטענה שהמדגם**
10 **פורסם בישראל לפני תאריך רישומו"**. בבקשתה, טענה הנתבעת, כי בהתאם לסעיף 30 בפקודת
11 הפטנטים, התנאי לרישום מדגם הינו שביום הגשתו לרישום המדגם היה חדשני ונסתר מעיני
12 הציבור. לפיכך, משהגיש התובע את הבקשות לרישום המדגמים, זמן רב לאחר שמתקני המים,
13 לגביהם מתבקש רישום המדגמים, כבר היו בשווקים המסחריים, וזמן רב לאחר שהתובע והתובעת
14 שיווקו ומכרו את המתקנים הללו, הרי שהמתקנים לא היו כשרים להירשם כמדגמים. לשם ביסוס
15 טענתה, הפנתה הנתבעת לפרסומים קודמים בעיתונות הארצית המציגים את המתקנים נשוא
16 המדגמים, עוד בחודש יוני 2005.
17
18 עוד טענו הנתבעים, כי בהתאם להלכה הפסוקה, מקום בו מדובר אך ורק בשילוב של צבעים
19 באלמנטים פונקציונאליים, אין להעניק בלעדיות לשימוש בצבעים, שכן צבעים הם נחלת הכלל.
20 החרג לכלל זה, הוא שהצבע רכש משמעות משנית בקרב הצרכנים, אשר מזהים את המוצר עם
21 הצבע באופן מובהק ובמשך תקופה ארוכה, אך זהו לא המקרה שלפנינו.
22
23 בנוסף העלו הנתבעים מספר לא מבוטל של טענות, כנגד טענות התובעים בעניין הפרת הסימן
24 המסחרי והעתקה מצד הנתבעים. באשר לטענה בדבר הפרת סימן מסחר רשום, הנתבעים טענו כי
25 אין לעילה זו על מה להתבסס, שכן מעיינות הינה הבעלים של סימן המסחר הרשום AQUA TEN,
26 מיום 6.3.08, והיא משתמשת רק בסימן מסחר רשום זה על מנת לסמן ולפרסם את מוצריה, ואין
27 לייחס לה כל הפרה של סימן המסחר AQUA TAL, אך ורק בשל העובדה כי בכמה רשתות שיווק
28 הבחינו התובעים כי קיימות מדבקות על המדפים הנושאים את סימן המסחר של התובעת. עוד טענו
29 הנתבעים, כי התובעת לא הוכיחה כל מוניטין בסימן המסחר הרשום, ומקל וחומר לא הוכיחה כי
30 מוניטין זה נפגע עקב התנהלות הנתבעים.
31 באשר לטענות התובעת בעניין סנן המים "אין לייך", טענו הנתבעים, כי מעיינות משווקת את סנן
32 המים תחת השם "אין לייך", לא במטרה להטעות את ציבור הלקוחות, לסבור כי מדובר במוצר "טל
33 לייך", אלא המדובר בשם המקצועי של סוג הסנן - "סנן קו". לטענת הנתבעים, השם אין לייך - "In
34 Line", הינו שם תיאורי של המוצר והוא נפוץ בענף המים, כאשר המונח המקצועי המלא לסנן המים



בית המשפט המחוזי בחיפה

04 ספטמבר 2012

ת"א 10-08-21858 שפיר ואח' נ' א.א. מעיינות בע"מ
ואח'

1 הינו "In line water filters". משכך, אין לאפשר לתובעים לחסום או להגביל את השימוש הלגיטימי
2 שעושה מעיינות, כמו גם חברות רבות ואחרות בארץ ובעולם, בסימן תיאורי זה. בעניין זה, הפנו
3 הנתבעים לשימוש הרחב שנעשה בשם "In Line" על ידי חברות רבות בארץ ובעולם, המפרסמות
4 סנני מים תחת שם זה, באתרי אינטרנט רבים (ראו נספח יט לכתב ההגנה).
5
6 באשר לטענה בדבר העתקת מארז ה"בליסטר", הנתבעים טענו כי לתובעים אין כל זכות יוצרים בו
7 שכן המדובר במארז פונקציונאלי, המארז קיים לפחות משנת 2000, המארז לא עוגן כמדגם וחברות
8 נוספות עושות בו שימוש רב מזה שנים (הנתבעים צירפו ראיות לכך שמארז הבליסטר נמצא בשימוש
9 על ידי חברות אחרות בתחום המים, כגון חברת "תמי 4", חברת "אקווה בר" ועוד, ראו נספח כב'
10 לתצהיר הנתבעים). עוד טענו הנתבעים בעניין זה, כי דווקא התובעים עושים שימוש מפר באריזת
11 הבליסטר, שכן התובעים מציגים את עצמם בגב המארז, כיבואני הסנן, תוך הטעיית ציבור הלקוחות
12 ותוך הפרה בוטה של דיני הגנת הצרכן, שכן התובעים אינם היבואנים של הסנן שנמכר במארז
13 הבליסטר, אלא שהתובעים רכשו סננים אלו מן הנתבעים באמצעות צד שלישי, "אריה לופר", ארזו
14 את הסננים במארז הבליסטר ורשמו על גב האריזה כי הם יבואני הסננים.
15
16 באשר לטקסטים המצויים במדבקות שעל גב אריזת הבליסטר, לגביהם הלינו התובעים כי הם
17 הועתקו על ידי הנתבעים, טענו הנתבעים, כי רוב המשפטים שב"כ התובעים הציגו כמשפטים
18 מועתקים, הנם משפטים המקובלים בענף המים, כגון: "להתקנה בקו מים קרים בלבד", ואשר
19 כתיבתם מחויבת על ידי הרשויות המוסמכות (לדוגמה דרישת מכון התקנים, ראו נספח א' לסיכומי
20 הנתבעים).
21
22 באשר לטענת התובעים כי הנתבעים העתיקו מאתר האינטרנט של התובעים טקסטים ומאמר, טענו
23 הנתבעים כי מדובר בחומרים מקוריים שנוצרו על ידם בשנת 2002, והדמיון בטקסטים מקורו
24 בהעתקה של התובעים מן הנתבעים ולא ההפך. בכל מקרה, כך הטענה, מדובר בקווי דמיון אך
25 טבעיים, בשים לב לאופיים של הטקסטים, אשר נועדו להסביר מונחים וכללים בסיסיים ביותר
26 ופונקציונאליים, המשרתים את כלל ציבור הצרכנים. משכך, יש לראות בטקסטים כשימוש במונחים
27 מקצועיים פונקציונאליים, שכן המדובר במונחים נדרשים ו"נדושים" אשר אינם חוסים תחת הגנת
28 חוק זכות יוצרים.
29
30 אשר לטענות התובעים כנגד התנהלותה של רשת אייס, אייס טענה כי בינה לבין התובעים אין כל
31 יריבות, שכן אף אם יוכיחו התובעים את כל עילות התביעה שלהם, הרי שעדיין לא ניתן לומר כי
32 אייס היא זו שהפרה את זכויותיהם הקנייניות של התובעים, אלא הנתבעים בלבד.
33 לטענת אייס, היא התקשרה עם התובעים בהסכם מסחרי משנת 2006, לפיו אייס רכשה מוצרים
34 מאת התובעים. לאחר הפסקת ההתקשרות עם התובעים, בשנת 2010, נותרו מוצרים רבים של



בית המשפט המחוזי בחיפה

04 ספטמבר 2012

ת"א 10-08-21858 שפיר ואח' נ' א.א. מעיינות בע"מ
ואח'

1 התובעים בסניפיה של אייס, והם מוצגים למכירה בסניפים כדרך קבע. משכך, המדבקות שעל
2 המדפים והשלטים של "AQUA TAL" לא נועדו להטעות את ציבור הלקוחות, אלא נועדו לקדם
3 את מכירות המוצרים של התובעים, אשר נותרו ברשותה של אייס. בעניין זה ציינה אייס, כי נהוג
4 ומקובל כי על מדפי רשתות השיווק מסודרים מוצרים מתחרים רבים, כאשר מפעם לפעם מודבקים
5 על גבי המדפים מדבקות עם לוגו של מוצר כלשהו, או שמונח על המדף שלט של אחד המוצרים, על
6 מנת לקדם את מכירת המוצר. לטענת אייס, סידור המוצרים על גבי המדפים מושפע ממספר לא
7 מבוטל של גורמים שאינם בשליטתה, כגון הלקוחות שמזיזים את המוצרים או את השלטים;
8 הספקים שלעיתים מסדרים את המוצרים על המדפים וכיו"ב. משכך, בפועל, לא ניתן למנוע באופן
9 מוחלט מקרים בהם מוצרים של חברה אחת יוצגו על גבי מדפים שנותרו עליהם מדבקות של חברה
10 מתחרה, אך נהיר הוא כי אין לראות בכך משום ניסיון להטעות את הצרכנים. לטענת אייס, הצרכן
11 הסביר בודק את זהות היצרן והסימן המסחרי על גבי המוצר, ואין במדבקות או בשילוט שנמצא על
12 המדפים כדי לפגוע ביכולת ההבחנה והבחירה של הצרכן.
13 לגופו של עניין, טענה אייס כי המדגמים הרשומים כלל לא היו ראויים להירשם כמדגמים, וכי
14 בטענה להפרה של סימן המסחר הרשום, אין ממש, וכי התובעים לא הוכיחו כל מוטיבין בסימן
15 מסחר זה. עוד טענה אייס, כי התובעים מעולם לא טענו (ומקל וחומר לא הוכיחו) כי הם אלו אשר
16 תכננו, עיצבו וייצרו את המוצרים נשוא התובענה, שכן הם רק היבואנים של מוצרים אלו מסיין.
17 משכך, לתובעים לא יכולה להיות כל עילת תביעה בגין מכירת מתקני המים, סניי מים באריזת
18 הבליסטר ובעילה של העתקה וחיקוי של האריזה "טל ליין", שכן התובעים כלל אינם היצרנים של
19 המוצרים נשוא ההפרה הנטענת, אלא יבואנים בלבד. המוצרים נשוא התובענה, כולם, ללא יוצא מן
20 הכלל, מיוצרים בסיין על ידי חברה סינית. על גבי מוצרים אלו, מטביעים התובעים את הלוגו של
21 שפיר לצורך מכירתם בישראל. משכך, נהיר כי לתובעים אין כל זכות יוצרים בתכנון/ עיצוב
22 המוצרים ואף אין להם כל זכות מוסרית בהם. עוד טענה אייס, כי די בעובדה שהתובעים לא הביאו
23 ולו ראשית ראיה לכך, שהתנהלות אייס גרמה להם לנזק, בכדי לדחות את התביעה נגדה.
24
25 יצוין, כי לאחר הגשת כתב התביעה, אייס הסירה שלטים, מדבקות וכל כיתוב אחר בו הופיע סימן
26 המסחר של התובעים על גבי מדפים בהם מונחת סחורה של התובעים, והיא התחייבה למנוע מצב בו
27 מוצר של מעיינות יונח ליד שילוט של מוצרי התובעים.
28
29 אלו, בתמצית, טענות הצדדים לעניין התביעה הראשית בגין הפרת המדגם הרשום, הפרת סימן
30 מסחר רשום, ופגיעות נטענות בזכויות יוצרים של התובע בהם.
31 אקדים ואומר, כי דין התביעה להדחות, כפי שיפורט להלן.
32
33

כשירות מתקן המים להירשם כמדגם



בית המשפט המחוזי בחיפה

04 ספטמבר 2012

ת"א 10-08-21858 שפיר ואח' נ' א.א. מעיינות בע"מ
ואח'

1 הלכה היא כי ניתן לתקוף את תוקפו של מדגם רשום גם בתקיפה "עקיפה", במסגרת תביעה
2 המוגשת בגין הפרתו (ראו ע"א 733/95 **ארפל אלומיניום בע"מ נ' קליל תעשיות בע"מ**, פ"ד נא(3)
3 577, פסקה 9 בפסק דינו של כב' השופט גולדברג).
4 כאמור, לטענת הנתבעים, המדגמים של התובע נרשמו שלא כדין, שכן העיצוב עליו מגנים המדגמים,
5 אינו חדש ואינו מקורי, ובניגוד לדרישת סעיף 30 **לפקודת הפטנטים**, הם פורסמו בישראל טרם נרשמו.

6
7 הוראות החוק הרלוונטיות לעניין תוקף המדגם הן אלו הקבועות בפקודת הפטנטים.
8 סעיף 2 בפקודת הפטנטים מגדיר מדגם כדלהלן:
9

10 **"מדגם" אין פירושו אלא קווי דמות, צורה, דוגמא או קישוט שמייחדים לכל חפץ**
11 **על- ידי תהליך או אמצעי תעשייתי אם בעבודת יד או במכונה או בפעולה כימית,**
12 **בצורה נפרדת או מחוברת, הבולטים לעין-רואה בסחורה המוגמרת, ואפשר**
13 **להבחיןם רק במראית עין, אבל אין המונח כולל כל שיטה או עיקר של בנין או כל**
14 **דבר שאינו בעיקרו אלא התקן מיכני".**
15

16 סעיף 30(1) בפקודת הפטנטים קובע, כי ניתן לרשום **"כל מדגם חדש או מקורי שלא נתפרסם קודם**
17 **לכן בישראל"**.
18

19 סעיף 33 (1) לפקודה קובע כי **"עם רישומו של מדגם תהא לבעליו הרשום זכות מדגם עליו למשך**
20 **חמש שנים מיום הרישום, בכפוף להוראות פקודה זו"**.
21

22
23 סעיף 36 בפקודת הפטנטים, שכותרתו **"ביטול רישום של מדגם"** קובע, כי **"כל אדם מעוניין רשאי**
24 **לפנות לרשם בכל עת בבקשה לבטל רישום של מדגם בטענה שהמדגם פורסם בישראל לפני תאריך**
25 **רישומו"**.

26 בע"א **7125/98 מיפרומאל תעשיות ירושלים נ' קליל תעשיות בע"מ**, ([טרם פורסם], ניתן ביום
27 8.5.2003) (להלן: **"עניין מיפרומאל"**) קבע בית המשפט העליון, כי:
28

29 **"המדגם נועד להעניק הגנה ליוצר הצורה החדשנית של המוצר. ההגנה נועדה לקדם את אינטרס**
30 **הפרט, יוצר הצורה, כמו גם את אינטרס הכלל בפיתוח וביצירה של עיצובים אסתטיים חדשים או**
31 **מקוריים. ההגנה ניתנת לצורה המיוחדת של המוצר, כפי שהעין מסוגלת לקולטה [...]. הצורה**
32 **צריכה למשוך את עינו של הצרכן הרלבנטי, באופן שישפיע על בחירתו במוצר הספציפי. יחד עם**
33 **זאת, לצד הדרישה הפוזיטיבית למשיכת עין, נשללת ההגנה - כך על פי הסיפא להגדרת המדגם -**
34 **מחפץ שצורתו מוכתבת כל כולה על פי תפקידו, לאמור שצורתו פונקציונלית גרידא..."**.



בית המשפט המחוזי בחיפה

04 ספטמבר 2012

ת"א 10-08-21858 שפיר ואח' נ' א.א. מעינות בע"מ
ואח'

1 עוד צוין בפסק הדין, כי: "המדגם צריך להראות צורה או קישוט בחפץ שהם שונים באופן ניכר
2 ממה שהיה ידוע קודם לכן, ושינויים קלים המקובלים במסחר אין די בהם כדי להעניק למדגם את
3 החידוש והמקוריות הדרושים על פי הפקודה" (בעמ' 717).

4
5 כמו כן נקבע בפסיקה, כי את המונח "חדש" יש לפרש כחפץ (article) בעל "קווי דמות, צורה, דוגמה
6 או קישוט... (ש)אפשר להבחין רק במראית עין" שלא היו מוכרים קודם לכן בישראל.
7 באשר לדרישת המקוריות, נקבע כי משמעותה היא יישומם של אלמנטים ידועים באופן שונה מן
8 הידוע קודם לכן (ראו ע"א 3406/96 סלע חברה למוצרי בטון בע"מ נ' אקרשטיין תעשיות בע"מ,
9 [[טרם פורסם], ניתן ביום 1.3.99, להלן- "עניין סלע"). עוד נקבע בעניין סלע, כי הבחינה לכשרות
10 המדגם הינה "האם הוכנסו מספיק שינויים בצורה ולעניין זה לא מספר השינויים או התוספות
11 הוא הקובע, אלא הרושם של הדברים בכללותם" (עניין סלע, עמ' 3 בפסק הדין). עם זאת, נקבע
12 שבתחומים מסוימים תבוא דרישת החידוש או המקוריות על סיפוקה גם על יסוד שינויים ותוספות
13 קטנים למדי. כך למשל, בתחומים בהם מוגבלת "חירות העיצוב" של היוצר עקב טיבו, תפקידו או
14 אופן השימוש במוצר.

15 תנאי נוסף הוא, שהחפץ לא יהא "פונקציונאלי", דהיינו חפץ שצורתו מוכתבת כל כולה על פי
16 התפקיד התועלתני שעליו למלא (ראו גם ע"א 430/67 שרנוע בע"מ נ' תנובה, פ"ד מח(4) 133, 183-
17 (184)

18
19 מן המקובץ לעיל עולה, כי התנאים לכשירותו של מדגם, הינם כדלקמן: 1. הוא חדש ומקורי; 2. הוא
20 לא נתפרסם קודם לכן בישראל; 3. הוא כולל עיצוב חיצוני שייחוד לו בתהליך תעשייתי; 4. אותו
21 עיצוב חיצוני בולט לעין במוצר הסופי; 5. אין המדובר במוצר שאינו בעיקרו אלא התקן מכני.

22
23 בנידוננו, תאריך תוקף המדגמים (יום הגשת הבקשה) מיום 18.9.07, וזהו אף התאריך הקובע
24 לשאלת הפרסום הקודם ולשאלת היותם של המדגמים חדשים ומקוריים. כאמור, הנתבעים טענו כי
25 יש לבטל את המדגמים בשל העדר חידוש ומקוריות. לטענתם, מתקני מים ביתיים בשילוב צבעים,
26 כדוגמת המדגמים, מיוצרים, בעיקר, על ידי מספר יצרנים בסין העוסקים בייצור מתקני מים
27 ובמוצרים נלווים. יצרנים אלו משווקים, לכל מקום בעולם, מתקני מים בשילוב עם צבע, עוד משנת
28 2005 (לכל הפחות) ולפיכך אין כל חידוש בשילוב צבע במתקן מים ביתי. הנתבעים בעצמם, כך
29 הטענה, מכרו בישראל עוד בשנת 2005, טרם רישום המדגמים, מתקני מים מסוגים שונים ולרבות
30 מתקני מים בשילוב עם צבעים, מתקנים אשר יובאו על ידי הנתבעים בעצמם מסין.

31
32 לשם הוכחת טענתם, הציגו הנתבעים את הראיות הבאות:



בית המשפט המחוזי בחיפה

04 ספטמבר 2012

ת"א 10-08-21858 שפיר ואח' נ' א.א. מעיינות בע"מ
ואח'

- 1 פרסומים קודמים מטעם התובעים, מאוגוסט 2007, של מתקן אואזיס בעל שלוש זרוביות, •
- 2 מתקן הכולל את הן מכסה צבעוני והן מגשית צבעונית, בצבעים כחול, ירוק, אדום ועוד (ראו
- 3 נספח ח' לסיכומי הנתבעים).
- 4
- 5 פרסומים קודמים מטעם הנתבעים, החל משנת 2005, של מתקני מים ביתיים, בשילוב •
- 6 הכיתוב "במגוון צבעים":
- 7 נ/5- חוברת חודשית של "ישראלכרט", מתאריך 10/2005. בעמ' 34 בחוברת ישנה פרסומת של
- 8 מעיינות, שם מוצגים שני מתקני מים, האחד מיני בר אנג'ל והשני מיני בר דיגיטלי מסוג היי
- 9 קלאס, בצבע כסוף. לצד התמונה של מתקן ההיי קלאס, מצוין כך: "ניתן להשיג את המיני
- 10 דיגיטלי בגוונים יוקרתיים: שמפניה, כסף, ואפור עכבר. צבע בלעדי!" תחת הכיתוב ישנם
- 11 שלושה ריבועים קטנים, כל ריבוע צבוע בצבע אחר (האחד באפור עכבר, השני בכסף,
- 12 השלישי בשמפניה).
- 13 נ/6- חוברת חודשית של ישראלכרט, מתאריך 12/2005. בעמ' 40 בחוברת, ישנה פרסומת של
- 14 מעיינות, שם מוצגים שני מתקני המים הנ"ל, כאשר מתחת לתצלום מתקן המים מסוג היי
- 15 קלאס נרשם "ניתן לקבל במספר צבעים".
- 16
- 17 תדפיסי עמודים מאתר האינטרנט של חברת "צלול", חברה העוסקת בתחום מתקני סינון •
- 18 מים, המציגים פרסום קודם, מיום 07.11.06, של מתקני המים נשוא התביעה.
- 19 תדפיסי עמודים מאתר האינטרנט של הנתבעים, המציגים פרסום קודם, מיום 24.05.07, של
- 20 מתקני המים נשוא התביעה.
- 21 לתדפיסים אלו צורפו תדפיסי אתר האינטרנט www.archive.org. אתר זה משמר את
- 22 תוכנם של אתרי אינטרנט בנקודות זמן מסוימות.
- 23
- 24 "פלייר"- מודעה פרסומית מיום 30.3.06 שנעשה עבור חברת מעיינות על ידי חברת הפרסום •
- 25 "אקסיומה" (נ/8). במודעה מוצג מתקן המים "היי קלאס" בשילוב ארבעה צבעים (למכסה
- 26 ולמגשית): אפור כסוף, כחול, כחול כהה ואדום.
- 27
- 28 חשבונית מיום 18.10.05, לפיה הנתבעים רכשו מהספק הסיני, מתקני מים ביתיים עם •
- 29 מכסים במגוון של צבעים (ראו נספח י' לסיכומי הנתבעים).
- 30
- 31
- 32 מתקן מים שנמכר על ידי מעיינות בשנת 2005, הכולל מכסה בצבע אפור עכבר, הנושא •
- 33 מספר יצרני סידורי משנת 2005. צבע המתקן הינו כסוף, כאשר המכסה שלו והמגשית שלו
- 34 צבועים בצבע אפור עכבר. ראיה זו הוצגה באמצעות העד מר יורי זוסמן (להלן- "זוסמן"),



בית המשפט המחוזי בחיפה

04 ספטמבר 2012

ת"א 10-08-21858 שפיר ואח' נ' א.א. מעיינות בע"מ
ואח'

1 אשר העיד, מטעם הנתבעים, כי הוא רכש ממעיינות את מתקן המים שהוצג, בעל מכסה
2 ומגשית בצבעי אפור עכבר, עוד בשנת 2005 (תצהיר יורי זוסמן, בצירוף חשבונית העסקה,
3 סומן כ- (19/נ)). זוסמן העיד, כי בשנת 2005 הוא רכש ממעיינות מתקן מים בייתי שצבעו
4 כסוף, כאשר במועד הרכישה הן מכסה המתקן והן מגשית המתקן היו הצבע אפור עכבר.
5 לתצהירו של מר זוסמן אף צורפה חשבונית העסקה המקורית, לפיה ביום 22.12.05 רכש מר
6 זוסמן את מתקן המים, בסך של כ- 1,000 ₪.

7
8 משנשאל מר זוסמן אם הוחלף מכסה המתקן ואם אכן מדובר במכסה בצבע אפור עכבר מקורי,
9 העיד, ועדותו לא נסתרה, כי: "המכסה הזה הוא שלי והיה אצלי כבר ב- 2005. פשוט זה מחובר, זה
10 היה בנישא [צ"ל נישה] כזאת, שזה היה ליד הקירות במטבח... אני אומר לך שהמכסה הזה,
11 מהיום הראשון שאני קניתי את המכשיר הזה. אני גם מוכן שאתם תעשו את הבדיקה, זה מאה
12 אחוז" (עמ' 22 לפרוט' המתומלל מיום 7.12.10, להלן יכונה - "הפרוטוקול המתומלל", שורות 12-
13 13, 25-26).

14
15 בנוסף, העידה מטעם הנתבעים, הגב' אושרת אוחיון, אשר עבדה במעיינות בין השנים 2003-2010
16 כמנהלת החשבונות. הגב' אוחיון העידה, כי בשנת 2005 היו ברשות הנתבעים מתקני מים אשר ניתן
17 להחליף את המכסים והמגשיות שלהם, במגוון צבעים. בתצהירה (נ/21), העידה הגב' אוחיון, כי החל
18 משנת 2005 היא הקלידה עשרות הזמנות של מתקני מים מסוג "היי קלאס", בשילוב צבעי כחול,
19 אפור עכבר, אדום, שמפניה, כסף ולבן. עוד העידה בתצהירה, כי מתקני המים מסוג היי קלאס,
20 התנהלו תחת אוטו מק"ט מלאי, שהוא מק"ט 162 ומק"ט 213, וכי מסיבות של ניהול מלאי, היא
21 הייתה רושמת את כל המתקנים תחת אותו מק"ט, לפי דגם הבר, ומציינת על גבי ההזמנה את הצבע
22 שנבחר על ידי הלקוח.

23 בחקירתה, העידה הגב' אוחיון, כי היא זוכרת את הפרסומים של מתקן המים בצבעים, אך היא לא
24 זוכרת בדיוק מהם הצבעים שהופיעו בפרסומים, עם זאת, היא העידה כי היא זוכרת בוודאות, כי
25 החל משנת 2005, לאחר שהיא שבה לעבודתה (ביוני 2005) היה ברשות מעיינות מתקני מים נשוא
26 המדגמים, בשילוב הצבעים אדום, כחול ואפור עכבר, וכדבריה: "ת. ... אני אמרתי לך שהיו צבעים.
27 אני לא זוכרת את הפרסומים. אני לא יכולה להגיד לך משהו שאני לא זוכרת, אבל אני יכולה להגיד
28 לך בוודאות שכן היו צבעים, כי זה היה זמן קצר אחרי שחזרתי, קיבלנו צבעים, והתלהבנו מכל
29 הצבעים במשרד והתחלנו לראות, וגם חל דיון בזה, אז פשוט אני זוכרת את זה. אני לא זוכרת את
30 הפרסומים ממש לפרטי פרטים. אני לא אגיד לך משהו שאני לא זוכרת" (עמ' 40 לפרוט' המתומלל,
31 שורות 17-23).

32 עוד העידה, כי הדגם נשוא התובענה, בניגוד לדגמים אחרים של מתקני מים המגיעים בשילוב
33 צבעים, נושא מק"ט אחד ואין זה משנה איזה צבע מכסה המתקן ומגשית המתקן, שכן הצבע צוין על
34 גבי ההזמנה, באופן ידני, וכדבריה:



בית המשפט המחוזי בחיפה

04 ספטמבר 2012

ת"א 10-08-21858 שפיר ואח' נ' א.א. מעיינות בע"מ
ואח'

- 1 "ת. הדגמים של הדיגיטלי, אנחנו עשינו את זה במק"ט אחד, מסיבה פשוטה- כי הפנלים
- 2 נשלפים. ש. מה זאת אומרת נשלפים?
- 3 ת. הפנלים, הפנל העליון האדום ומגש הטיפות נשלף, ניתן להחליף. הרבה פעמים לקוחות,
- 4 כשמגיע אליו טכנאי הביתה, ביקש כחול, ואז הוא אמר לו- יש לי עוד כמה צבעים, הוא במקום
- 5 היה מחליף צבע אחר. אז החלטנו לעשות את זה מק"ט אחד. את הפלטיניום, שזה מכשיר אחר, זה
- 6 בא קבוע, החלטנו לעשות את זה כל צבע בנפרד. לא כל הדגמים אותו דבר.
- 7 ש. וזה היה בשנת 2006? 2007?
- 8 ת. לא, זה היה בסוף שנת 2005.
- 9 ש. איך את יודעת זה היה בסוף שנת 2005? את מכרת פנלים לחוד?
- 10 ת. אני מכרתי פנלים לחוד.
- 11 ש. יש לך חשבוניות של פנלים לחוד?
- 12 ת. אני לא זוכרת אם יש פנלים לחוד. תמיד בחרנו את זה עם הבר. אני לא זוכרת את זה, אני
- 13 מתנצלת. אבל אני זוכרת את המקרה הזה, כי היה לנו ויכוח ארוך מאוד במשרד, לי ולמנהלת
- 14 השירות, איך לעשות את זה במלאי. היא רצתה שנעשה את זה, כל צבע בנפרד, ואני לא רציתי.
- 15 ערבנו את אורן, והיה בלאגן במשרד מזה, והתווכחנו הרבה, והתעקשנו בהנהלת החשבונות, כדי לא
- 16 לסרב את העבודה, בשביל לעשות את זה, קוד אחד לעשות ידני.
- 17 ש. עוד שאלה אחת לסוף- פה אני מציג חשבונית מס, תסתכלי עליה, של "עולם המים". אני רואה
- 18 שאת מציינת- כאשר יש פלטיניום מיני פס שחור, יש לו מק"ט 254. כשיש פלטיניום מיני פס
- 19 כחול הוא 255.
- 20 ת. נכון.
- 21 ש. ואת זה לא היה לכם בשום אופן בעניין של,
- 22 ת. בדיגיטלי.
- 23 ש. בדיגיטלי. למה לא?
- 24 ת. כי שוב, הפלטיניום.
- 25 ש. מה ההבדל בין שניהם?
- 26 ת. ההבדל הוא מאד פשוט. הפלטיניום מגיע קבוע, בלי פנלים נשלפים. הצבע, הפסים שיש, פס
- 27 הקישוט, זה בא קבוע עם המכשיר. פה זה לא קבוע עם המכשיר, פה אפשר לשנות את זה, והרבה
- 28 אנשים משנים בשטח. אז כדי לא ליצור בלגן" (עמ' 42 לפרוט' המתומלל, שורות 18-28, ובעמ' 43
- 29 שורות 1-23).
- 30
- 31 עדותה של הגב' אוחיון, הותירה בי רושם אמין. הגב' אוחיון הבהירה בעדותה כי היא לא זוכרת
- 32 בדיוק מהם הצבעים של מתקני המים שפורסמו לציבור הלקוחות, בשנת 2005, אך היא ידעה לומר
- 33 בוודאות, כי החל משנת 2005 מעיינות מכרה מתקני מים בשילוב צבעים, בדגם נשוא המדגמים. היא
- 34 זכרה את "הלך הרוח" במעיינות כאשר הגיעו מתקני המים בשילוב הצבעים וכיצד הוחלט על שיטת
- 35 עבודה וספירת מלאי של מתקנים אלו. היא ידעה להסביר מה ההבדלים בין מתקן ה"היי קלאס"-



בית המשפט המחוזי בחיפה

04 ספטמבר 2012

ת"א 10-08-21858 שפיר ואח' נ' א.א. מעיינות בע"מ
ואח'

נשוא הדיון, לבין מתקן הפלטיניום, אף הוא מכשיר המגיע בשילוב צבעים, אך לו מק"ט נפרד לכל צבע. היא הסבירה כי, בניגוד למתקן מסוג פלטיניום, במתקן ההיי קלאס ישנם פנלים נשלפים, דבר המאפשר להחליף את צבע הפנלים בקלות רבה, אף בבית הלקוח, ומשכך אם היה נרשם מק"ט נפרד לכל צבע, היה הדבר מסרביל מאד את העבודה. מעדותה של הגב' אוהיון ניתן לקבוע, כי מתקן המים מסוג היי קלאס, בשילוב הצבעים, נמכר על ידי מעיינות כבר בשלהי שנת 2005. חיזוק לכך, אני מוצא בחוברת ישראלכרט, המציגות את מתקן המים הנ"ל, בצד הכיתוב ניתן להשיג במספר צבעים: שמפניה, כסף ואפור עכבר. לאור האמור לעיל, ניתן לקבוע, כי מתקן המים נשוא המדגמים, פורסם לציבור ואף נמכר לציבור הרחב, עוד באוקטובר 2005.

עד נוסף מטעם הנתבעים, מר יוסי בוכניק, מנכ"ל ובעליה של חברת הפרסום אקסיומה, העיד כי במסגרת עבודתה של חברת הפרסום עם מעיינות, היא יצרה והפיקה, ביום 30.3.06, עבור מעיינות, פלייר פרסומי (8/9 המצוין לעיל) עבור מכשיר המים "היי קלאס", בשלושה צבעים: כחול, כהה ואדום. יצוין, כי לתצהירו של מר בוכניק צורף "אישור הזמנת פרסום" מתאריך 31.3.06, עליו חתומה מעיינות. כן צורף לתצהירו של מר בוכניק, חשבונית מיום 10.5.06 בסך של 1,980 ₪, בגין הדפסת 5,000 פליירים, מאת "ש. חן שרותי דפוס בע"מ". מר בוכניק נחקר רבות בעניין הפלייר הפרסומי, שהופק ביום 30.3.06, ובו מוצג מתקן המים בשילוב הצבעים כחול, אדום ואפור עכבר, וכך הוא העיד:

"ש. זה הפלייר שצורף לתצהיר, זה הדפסה של המחשב. זה לא הפלייר עצמו. זה לא הפלייר האוטנטי, נכון?

ת. נכון.

ש. אז אתה לא יודע אם בית הדפוס הדפיס אותו בכלל.

ת. אני לא יודע באופן נחרץ, אני יודע לשער שב- 99 אחוז הפלייר הודפס.

ש. בכמה אחוז?

ת. אני העברתי את הפלייר לבית הדפוס, וגם ראיתי חשבונית שהפלייר הודפס, ונראה לי כאילו הפלייר הודפס, אלא אם כן מישהו רוצה לבזבז כסף על.

ש. אני רואה שאת ההזמנה של העיצוב של הפלייר הזה עשה אורן.

ת. נכון.

ש. אז אתה העברת אליו את העבודה.

ת. אנחנו העברנו לבית הדפוס של אורן, כן.

ש. אתה העברת את זה ישירות לבית הדפוס?

ת. אני העברתי את זה ישירות לבית הדפוס, ככה זה נהוג בדרך כלל להעביר את העבודה ישירות לבית הדפוס, כי אורן לא איש טכני, הוא איש שיכול לראות, יכול להגיד מה הוא רוצה שיפרסמו, הוא לא מתעסק בהדפסה עצמה" (עמ' 29 לפרוט' המתומלל, שורות 25-28, ועמ' 30 שורות 1-15).



בית המשפט המחוזי בחיפה

04 ספטמבר 2012

ת"א 10-08-21858 שפיר ואח' נ' א.א. מעיינות בע"מ
ואח'

ובהמשך:

ש. האם אתה, את המודעה הזו, פרסמת באיזשהו עיתון או באיזשהו תדפיס שיצא בהפצה, את הדבר הזה?

ת. כן, הדפסנו אותו בבית הדפוס.

ש. לא שזה יצא בעיתונות הארצית. זאת היתה השאלה, מעבר לפלייר הזה שאתה מציין פה, זה התפרסם בעוד איזשהו מקום.

ת. אני לא זוכר, אבל יכול להיות שכן.

ש. אתה לא ראית פרסום כזה.

ת. אני לא זוכר" (עמ' 35 לפרוט' המתומלל, שורות 24-28, ועמ' 36 שורות 1-3).

מר בוכניק אף נשאל בחקירתו, הכיצד ייתכן שביום 30.3.06 הופק הפלייר הנדון, בעוד שבאישור ההזמנה ממעיינות נקוב התאריך 31.3.06, וכך הוא השיב:

ש. איך זה בדרך כלל עובד אצלכם? אתה מוציא הזמנה? אחרי שמאשרים אותה אתה מבצע? או איך עובד אצלך בעסק?

ת. זה מאד תלוי. במקרה של לקוח שעובד איתנו באופן קבוע, אז מבצעים את העבודה, ולא בהכרח עושים איתו התקשקות על כל דבר או על כל בקשה קטנה, וכשזה מגיע לכדי ביצוע, אז גובים כסף, בהתאם להזמנה ובהתאם לעבודה בפועל.

ש. זאת אומרת, העובדה שאני רואה שההזמנה יצאה יום אחד אחרי שאתה אמרת שעשית את זה, זה מקרי ושולי.

ת. זה שוטף.

ש. אני רואה את הפלייר הזה, אם אני מבין נכון, יש לך פה, בהזמנה, פלייר צבע, כתוב פה פילר, אתה רואה פה בסעיף, מול המקט, פלייר צבע, לוח העיר, שער אחורי. הפלייר הזה גם מודפס בלוח העיר בשער האחורי?

ת. למיטב זכרוני, לא. המודעה היתה בעיתון הזה שנקרא- לוח העיר. בנוסף לאותה הזמנה, נסגר גם העיצוב הזה, זה היה מין עסקת חבילה. בדרך כלל מקובל לעבוד עם לקוחות שעובדים איתך בהיקפי מדיה, להכניס להם גם, אתה יודע, שילובים כאלה בין עיצוב לבין הפרסום בפועל, כי את הרווח האמיתי אנחנו מקבלים מהמדיה ולא מהלקוח.

ש. אז מה זה הפלייר צבע שהודפס פה על הלוח, על השער האחורי?

ת. זה פילר, לא פלייר.

ש. מה זה פילר?

ת. מודעה של הרגע האחרון. זה נקרא פילר. ברגע שמקבלים מחיר מיוחד, אז המודעה עוברת ברגע האחרון לעיתון, וככה מנצלים מקום פנוי בעיתון.

ש. יש לך עותק מההדפסה הזאת?

ת. אני לא חושב, זה ישן מאד.



בית המשפט המחוזי בחיפה

04 ספטמבר 2012

ת"א 10-08-21858 שפיר ואח' נ' א.א. מעיינות בע"מ
ואח'

1 ש. לא מהפלייר, אין לך עותק, ולא מהפילר?
2 ת. לא אוספים עותקים משנים כאלה, זה 2006, אני אוסף חודשיים שלושה אחורה, ברגע שהלקוח
3 משלם את הכסף, אני מעיף את הכל... (עמ' 31 לפרוט' המתומלל, שורות 4-28, ועמ' 32 שורות 1-
4 5).
5
6 בהמשך, משנשאל מר בוכניק כיצד הוא יודע בוודאות כי הפלייר נוצר בשנת 2006, הוא הסביר, כי:
7 "ת. הפלייר עצמו, המאפיינים עצמם של הפלייר הם מאפיינים ישנים מאד של הלקוח הזה
8 שנקרא מעיינות. אני מלווה את הלקוח הזה כבר הרבה שנים, התקופה של הכתובת, המבנה של
9 הטיפה, יש מה שנקרא גריד למודעה או גריד לפרסום. אז הגריד הזה הוא גריד שהיה ישן. היום
10 משתמשים בדברים אחרים, בדברים של שמים ולוגו אחר שעיצבנו לו. ש. הכתובת שמופיעה
11 למטה זו הכתובת הישנה של מעיינות? ת. כן" (עמ' 36 לפרוט' המתומלל, שורות 12-18).
12 מעדותו של מר בוכניק, אותה מצאתי מהימנה, עולה כי הפלייר הפרסומי, המציג את מתקן המים
13 בשילוב צבעים, הודפס בשנת 2006.
14
15 כמו כן, בנוסף לראיות אלו, העידו מטעם הנתבעים מר איציק אלימלך (להלן- "אלימלך"), אחד
16 משני מנהליה של מעיינות (המנהל השני הינו הנתבע 2, מר גלעד אורן). באשר לפלייר האמור לעיל,
17 אלימלך העיד, כי בשנת 2006 הודפסו 5,000 פליירים אשר חולקו ללקוחות, על ידי הטכנאים של
18 מעיינות. אלימלך הסביר, כי את הפליירים העבירה מעיינות לטכנאים שלה, וכאשר טכנאי ביצע
19 התקנה בבניין מסוים, הוא חילק את הפליירים בתיבות הדואר (עמ' 69 לפרוט' המתומלל, שורות 6-
20 18).
21 כן העיד, כי החל משנת 2005 מעיינות פרסמה והציעה מכירה מתקני מים במגוון צבעים. עוד העיד
22 אלימלך, כי הפרסומים הקודמים שנעשו על ידי מעיינות, לא הציגו בתמונה צבעונית את כלל
23 הצבעים אותם ניתן לשלב במתקן, אלא שהפרסומים כללו את הביטוי "ניתן להשיג במגוון צבעים".
24 עוד העיד מר אלימלך, כי עיצוב מתקן המים, לגביו ניתן המדגם, היה גלוי וידוע בשווקים
25 המסחריים עוד בשנת 2005, וכדבריו: "ב-2005, ב-2006 היה שילוב של צבעים, נקודה. ב"טייגר"
26 היה שילוב של צבעים, ב"פרפקט" היה שילוב של צבעים, ב"פלטיניום" היה שילוב של צבעים,
27 וגם בזה היה" (עמ' 71 לפרוט' המתומלל, שורות 26-28).
28
29 על מנת לסתור את טענת הפרסום הקודם מטעם הנתבעים, העיד מטעם התובעים מר מורן דדוש,
30 עובד בחברת מזור בע"מ, חברה העוסקת, בין היתר, בשיווק הפצה ומכירה של מתקני מים. יצוין, כי
31 מר דדוש הועסק בין השנים 2006-2009 ב"עולם המים". במסגרת עבודתו בעולם המים, היה מר
32 דדוש בקשרים עסקיים עם היבואנים אקווה טל, מעיינות, ווטר בר, גל-קר ותמד. בשנת 2009 רכשה
33 חברת מזור את עולם המים, והיא הפסיקה את יחסיה העסקיים עם חברת מעיינות (יצוין, כי היא
34 המשיכה ביחסיה העסקיים עם חברת שפיר).
35



בית המשפט המחוזי בחיפה

04 ספטמבר 2012

ת"א 10-08-21858 שפיר ואח' נ' א.א. מעיינות בע"מ
ואח'

1 לפי תצהירו של מר דדוש (ת/6), הוא עובד החל משנת 2006 בשיווק, הפצה ומכירה, בין היתר, של
2 מתקני מים. מר דדוש העיד בתצהירו, כי "במהלך שנות עבודתי ב"עולם המים" למדתי כל פרט
3 ופרט של תחום מתקני המים בישראל ויש לי כיום היכרות עמוקה ביותר עם כל הנעשה בו. מאז
4 אפריל 2006, אני מכיר כל גורם בישראל המייבא ו/או משווק מתקני מים, מהם הכינויים של
5 הדגמים שכל אחד מהם מייבא ו/או משווק, איזה דגמים הופיעו באתר של כל יבואן או משווק,
6 איזה מתקני מים התפרסמו למכירה באתר של כל יבואן ומשווק ומתי". עוד העיד בתצהירו, כי
7 "לאור היכרותי את שוק מתקני המים בישראל, ידוע לי כי מתקן המים מהדגם נשוא הדיון נמכר
8 בשנת 2006 כאשר הוא צבוע כולו בצבע אחיד של כסף, שמפניה, אפור עכבר או לבן... אני יודע
9 בוודאות שמתקן מים מדגם זה בצבעים אדום, כחול ואפור עכבר, לפי הדוגמאות בעלון הנ"ל, הופיע
10 רק בסוף 2007 כאשר אקווטל התחילה לייבא אותו" (סעיף 7 בתצהיר).
11 עדותו של עד זה בחקירתו הנגדית הייתה בעייתית עד מאד, הוא נמנע מלענות תשובות ברורות
12 לשאלות פשוטות שנשאל, ואיני נותן בה אמון רב. בעניין זה, ראו, למשל חקירתו הנגדית בעמ' 11-
13 13 לפרוט' המתומלל.
14 לאור כל האמור, לא מצאתי כי יש בעדותו של מר דדוש, כדי להשפיע על קביעתי, כי המדגם אכן
15 פורסם קודם למועד רישומו כמדגם.
16
17 כמו כן, הגישה התובעת תצהיר מטעם גב' מה האוי (Ma- Hui) מנהלת חברת אואזיס. בתצהיר צוין,
18 כי בין התאריכים 08/2002-12/2006, חברת אואזיס מכרה למפעל J&D מתקני מים ביתיים מסוג
19 20T-N-5, אך ורק בצבע סילבר, וכי החל משנת 2007 לא מכרה עוד חברת אואזיס למפעל J&D
20 מתקני מים. עוד צוין בתצהיר, כי חברת אואזיס החלה לייצר מתקן מים מהסוג הנ"ל, בשילוב של
21 מספר צבעים, רק החל מתאריך 07/2007, בהתאם להזמנת חברת שפיר.
22 מכיוון שהגב' מה האוי לא נחקרה על תצהירה, התצהיר נמחק מטעם התובעים ולא ניתן לייחס
23 לתצהיר משקל ראייתי כלשהו.
24
25 אלו העדויות והראיות שהובאו מטעם הצדדים לעניין תוקף המדגמים. לאחר שבחנתי את מכלול
26 הראיות בחן היטב, ולאחר ששמעתי באריכות את עדויות הצדדים בעניין זה, שוכנעתי כי המדגמים
27 נמכרו בישראל, על ידי מעיינות, בטרם נרשמו. בנידוננו, מעבר לכך שמתקן המים נשוא המדגם
28 פורסם הן בחוברת ישראלכרט (נ/5) והן בפלייר הפרסומי, הרי שהוכח לפניי כי במדגם היה שימוש
29 עוד בשנת 2005. בעניין זה, מר זוסמן העיד, ועדותו לא נסתרה, כי הוא רכש את המתקן נשוא
30 המדגם עוד בשנת 2005. גם הגב' אוהיון העידה כי המתקנים נשוא הדיון נמכרו על ידי מעיינות עוד
31 בשנת 2005. חיזוק לכך שמתקני המים נשוא המדגם נמכרו בטרם רישומם, אני מוצא גם בהודעת
32 הביטול שנשלחה ממעיינות אל שפיר, בה צוין כי: "אנו הזמנו מיני ברים צבעוניים, אולם בפועל
33 סופקו לנו מיני ברים רגילים. כל זאת, לאחר שהתחייבנו ללקוחותינו ומכרנו מערכות מיני בר
34 צבעוניות". אין חולק, כי ההסכם בין שפיר למעיינות נחתם טרם הוגשו המדגמים לרישום, בין



בית המשפט המחוזי בחיפה

04 ספטמבר 2012

ת"א 10-08-21858 שפיר ואח' נ' א.א. מעיינות בע"מ
ואח'

השנים 2006-2007, כמו כן אין חולק כי המתקנים עליהם הוסכם בהסכם (מתקני מים מסוג 20T) הם המתקנים נשוא המדגמים. כמו כן, לא יכולה להיות מחלוקת, כי להודעת הביטול הנ"ל מטעם מעיינות לא הגיבה התובעת והיא אף לא הכחישה את האמור בו.

בע"א 430/67 שרנוע בע"מ ו-מפעלי סרו מאוחדים בע"מ (בפירוק) נ' תנובה מרכז, פ"ד כב(1)113, דן כב' השופט לנדוי, באריכות, בטענה של פרסום קודם של מדגמים אשר נרשמו לגבי פסי מתכת (פרופילים) להרכבת מיכלי עץ. ביהמ"ש העליון אישר את קביעת בימ"ש קמא כי התקיים פרסום קודם של המדגמים על-ידי שימוש. בעניין שרנוע הנ"ל היה מדובר על הזמנה ניסיונית של המוצר רק ימים ספורים לפני מועד הגשת בקשת המדגם, בנידונו, מדובר במכירת המוצר כשנתיים לפני מועד הגשת בקשת הרישום.

נוכח העובדה כי הוכח שהנתבעת מכרה, מתקני מים בשילוב צבעים, כשנתיים לפני רישומם כמדגמים, מהווה הדבר "פרסום קודם בישראל" כמשמעות היגד זה בסעיף 30 (1) לפקודת הפטנטים והמדגמים. משכך, כל שנתר לי לקבוע הוא, כי למדגמים אין תוקף מהותי, ומשכך אין לאסור על השימוש או הייצור של מתקני המים נשוא המדגמים.

התוצאה היא שתביעת התובעת, הנגזרת מהפרת מדגם רשום, נדחית.

אציין, כי לא ייחסתי כל משקל ראיתי לדפי האינטרנט שהודפסו מהאתרים צלול וארכיב, שהוצגו בפני מטעם הנתבעים לעניין הפרסום המוקדם, שכן, כטענת התובעים, לא הוכח כי הדפים עצמם אכן התפרסמו לפני התאריך הקובע.

עוד אציין, כי, בעניין זה, הועלתה טענה מטעם אייס, טענה המשתמעת אף מכתבי הטענות של יתר הנתבעים, כי התובע, יבואן וספק של מוצרי אואזיס, מעולם לא היה, בשום אופן, "יוצר" המדגם, שכן חברת אואזיס היא שיצרה את מתקן המים נשוא התובענה, היא האחראית על תכנונם וייצורם של מכסים צבעוניים למתקנים ומגשיות צבעוניות למתקנים, אשר מהווים את "החידוש" במדגם והיא המייצרת את המדגמים מאז "בואם לעולם" ועד היום, ומשכך כלל לא היה מקום לרשום את המדגם בבעלותו של התובע. טענה דומה, אך לא זהה, העלו הנתבעים תחת הכותרת "היעדר מקוריות מצד התובעת", ולפיה המדגמים לא כשירים לרישום "שכן מקורם אינו נובע או קשור בתובעים, שלא ייצרו אותם ואשר לא הציגו כתב העברת זכויות מהחברה הסינית היצרנית, ככל שהייתה מקוריות כלשהי מצידה של החברה היצרנית". הנתבעים טענו, כי משלא הציג התובע כל אישור בכתב מאת אואזיס כי הוא זכאי, במקומה, להירשם כבעלים של המדגם, הרי שלא היה מקום מלכתחילה להעניק לו בעלות קניינית במדגמים, ולרשום אותם על שמו.

טענות אלה כולן, עוסקות בבעלות במדגם ונראה לכאורה כי לאור ההגדרה בסעיף 2 בפקודת המדגמים, יש בהן ממש. התובע, מר שפיר- הספק והבעלים של המדגם, לא תכנן את צורתו של



בית המשפט המחוזי בחיפה

04 ספטמבר 2012

ת"א 10-08-21858 שפיר ואח' נ' א.א. מעיינות בע"מ
ואח'

מתקן המים- על כך אין חולק לאור העובדה כי חברת אואזיס רשמה מדגם על צורתו החיצונית של
מתקן המים מתוצרתה. טענת התובע, כי הוא זה שהגה את רעיון מתקן המים שבשילוב שלושת
הצבעים, לא הוכחה. בעניין זה היה על התובע להוכיח כי רק בהתאם להוראתו ובקשתו בלבד, החלה
לייצר אואזיס מתקני מים, מהסוג לגביו היא רשמה מדגם בישראל, בשילוב הצבעים אדום, כחול
ואפור עכבר, וכך לא נעשה. עם זאת, לאור המסקנה אליה הגעתי איני נדרש לקבוע מסמרות בעניין
זה, והדבר יישאר בצריך עיון.

הפרת סימן מסחר רשום

כאמור, התובעים טענו, כי מעיינות הציגה את מוצריה ברשתות השיווק על גבי מדפים הנושאים
מדבקות עם סימן מסחר הרשום AQUA TAL ואף הציבה לצד מדפים אלו כרזות ועלוני פרסום
הנושאים אף הם את סימן המסחר הנ"ל, וכל זאת על מנת להטעות את קהל הלקוחות לחשוב
שמדובר במוצרים של התובעת.

עוד נטען בעניין זה, כי אייס, אחת מרשתות השיווק הגדולות בארץ, מודעת לעובדה כי מעיינות
עושה שימוש מפר בסימן המסחר הרשום של התובעת, במטרה להטעות את הלקוחות, והיא משתפת
פעולה עם מעיינות, או "עוצמת עיניה" לכל הפחות, בכך שהיא לא מונעת ממנה להשתמש בחנויות
השונות בסימן המסחר הרשום של התובעים. לטענת התובעים, מעיינות ואייס עשו, ועדיין עושות,
שימוש במוניטין ובסימן מסחר מוכר היטב שלהם, והתנהלותן זו מהווה גם עוולה של גניבת עין.

הנתבעות, מעיינות ואייס, הכחישו את טענות התובעים. בעניין זה טענה מעיינות, כי צירוף המילים
הוא צירוף גנרי שאין לקנות בו זכויות, שכן "AQUA" הינה מילה תיאורית המהווה חלק מהשפה
המקצועית בתחום העיסוק של הצדדים, וישנם עשרות סימני מסחר רשומים נוספים, הכוללים את
המילה AQUA. כן נטען, כי הנתבעים לא הוכיחו כי הסימן AQUA TAL הוא סימן מסחר מוכר
היטב, ושכל מקום אין בהתנהלות של מעיינות ושל אייס כדי להטעות את הציבור.

טרם הדיון, נקדים ונזכיר מושכלות יסוד בנושא.

סימן מסחר רשום מקנה לבעליו זכות קניינית אישית בסימן הרשום וזכות בלעדית לשימוש בו,
כאמור בסעיף 46(א) בפקודת סימני המסחר [נוסח חדש], תשל"ב-1972 (להלן- "**פקודת סימני
המסחר**"). בית המשפט העליון קבע בע"א 3559/02 **מועדון מנוי טוטו זהב בע"מ נ' המועצה להסדר
ההימורים בספורט**, פ"ד נט(1) 873 (להלן- "**פרשת טוטו**"), כי:

"דיני רישום סימני המסחר, השימוש בהם והפרתם, כפי שנקבעו בהוראות הפקודה, נועדו להגן על
שם מסחרי שהיה לקניינו של אדם ועל המוניטין שרכש לו בעשותו שימוש בשמו וכן להגן על
האינטרס שיש לציבור במניעת הטעיה עקב שימוש בלתי מורשה בסימן המסחר" (עמ' 887).



בית המשפט המחוזי בחיפה

04 ספטמבר 2012

ת"א 10-08-21858 שפיר ואח' נ' א.א. מעיינות בע"מ
ואח'

1
2 סעיף 1 לפקודת סימני המסחר מגדיר מהי הפרה של סימן מסחר רשום:
3 "...הפרה" – שימוש בידי מי שאינו זכאי לכך –
4 (1) בסימן מסחר רשום או בסימן הדומה לו, לענין טובין שלגביהם נרשם הסימן או טובין מאותו
5 הגדר...".
6
7 להוכחת הפרה של סימן מסחר, אין התובע צריך להוכיח יסוד נפשי של המפר: "כוונה לרמות או
8 להטעות איננה מיסודותיה של עילה זו כשם שאיננה מיסודותיה של עוולת גניבת העין..." (ע"א
9 715/68 פרו-פרו בסקויט (כפר סבא) בע"מ נ' ל' פרומין ובניו בע"מ, פ"ד כג(2) 43, בעמ' 48).
10 השאלה העיקרית הנבחנת בתביעה להפרת סימן מסחר היא שאלת הדמיון בין סימן המסחר הרשום
11 לבין הסימן המפר.
12 כאשר עוסקים בשאלת הדמיון בין סימן מסחר לסימן הדומה לו, נדרש ביתהמשפט לעמוד על
13 המידה שבה עלול השם המפר להטעות את ציבור הצרכנים. המבחן הוא מבחן "הדמיון המטעה",
14 שאומץ לצורך בחינת הסימנים הכשירים לרישום לפי סעיף 9(11) לפקודת סימני מסחר (רע"א
15 5454/02 טעם טבע (1988) טיבולי בע"מ נ' אמברוזיה סופהרב בע"מ, פ"ד נו(2) 438, להלן- "פרשת
16 טיבולי"). מאידך, כשעוסקים בשאלת הדמיון בין סימן מסחר לסימן הזהה לו, אין צורך להוכיח
17 הטעיה של הציבור באשר למקור הטובין לצורך ההפרה.
18
19 ומהתם להכא.
20
21 אזכיר כי הנתבעים הם הבעלים של סימן מסחר רשום בישראל בשם AQUA TEN, בתוקף מיום
22 6.3.08. סימן המסחר נרשם כסוג 11- "מתקני מים; מערכות לטיפול, סינון וטיהור מים; קנקנים
23 לטיהור מים; מערכות משולבות של מתקנים לחימום, קירור וסינון מים; וכל החלקים, ההתקנים
24 והאביזרים עבורם הנכללים כולם בסוג 11".
25 כמו כן, הוכח, ואף אין חולק בין הצדדים, כי על גבי מוצריה של מעיינות נמצא הסימן המסחרי
26 AQUA TEN.
27 ככלל, על מנת לקבוע אם הייתה הפרה של סימן המסחר, יש לבחון האם קיים חשש שציבור
28 הלקוחות יוטעה בקשר לטובין. ככלל, בחינה זו תיעשה באמצעות "המבחן המשולש" שפותח
29 בפסיקה גם בהקשר של עוולת גניבת עין, על שלושת מבחני המשנה שבו: "מבחן המראה והצליל",
30 "מבחן סוג הסחורות וחוג הלקוחות" ו"יתר נסיבות העניין". הבחינה תיעשה ביחס לאנשים בעלי
31 הגיון רגיל הנוהגים בשקידה סבירה (פרשת טיבולי [12], בעמ' 450).
32 בנידוננו, טרם השוואת הסימנים, מבחינת המראה והצליל, יש להתייחס בראש ובראשונה, לטענת
33 מעיינות, שצירוף המילה AQUA מקובל ושגור בישראל, בתחום העיסוק של הצדדים ויתר
34 מתחריהם. מעיינות הביאה עשרות דוגמאות (מעל 15) לסימני מסחר רשומים בתחום המים



בית המשפט המחוזי בחיפה

04 ספטמבר 2012

ת"א 10-08-21858 שפיר ואח' נ' א.א. מעיינות בע"מ
ואח'

- 1 הכוללים את המילה AQUA בצירוף עם מילה נוספת, כך למשל, הציגה מעיינות את: AQUA
- 2 AQUA TECH; ; AQUA MIST; AQUA CLEAN; AQUA BIO; ; AQUA CLEAR; TOP
- 3 AQUARITE; AQUA PORT, ועוד (ראו הדפס מאגר סימני המסחר, צורף כנספח יז' לתצהיר
- 4 נתבעים). עובדה זו, כשלעצמה, יש בה להטות את הכף לדחיית הטענה בדבר הפרת סימן מסחר.
- 5 מדובר אפוא בצירוף מילים נפוץ ומקובל במסחר בישראל. בפרשת טוטו, המוזכרת לעיל, קבעה כב'
- 6 השופטת בינייש (כתוארה אז), כי: "ככל שהייחודיות העובדתית של שם המסחר קטנה יותר –
- 7 היינו ככל ששם המסחר דומה לשם השגור בתחום – כך גדל משקל הראיות הנדרשות לשם ביסוס
- 8 המובחנות לצורך רישומו כסימן מסחר (ראו עניין עיתון משפחה [3], בעמ' 946)" (פסקה 9 לפסק
- 9 דינה).
- 10 נטל ההוכחה שהיה על התובעת להרים, כדי שייקבע כי רכשה זכויות בסימן בעל אופי תיאורי הוא
- 11 גבוה, ויש להוכיח כי רוב הציבור מזהה את צירוף המילים עם שירותי התובעת דווקא (ראו ע"א
- 12 2673/04 קופי טו גו שיווק (1997) בע"מ נ' שקד, פ"ד סב(2) 33; ע"א 4410/06 אנ.אר.ג'י אנרג'י
- 13 אינטרנשיונל בע"מ נ' Texaco (טרם פורסם), ניתן ביום 31.8.2010). בבג"צ 144/85 קליל, תעשיות
- 14 מתכת אל- ברזליות בע"מ נ' רשם הפטנטים המדגמים וסימני המסחר ואח', פ"ד מ"ב (1) 309, פסקה
- 15 11 (להלן- "בג"צ קליל"), נקבע כי לצורך רכישת משמעות שנייה:
- 16
- 17 "... דרוש שימוש במידה כזו שהקונה בשוק יזהה סחורה המסומנת בסימן כסחורתו של בעל
- 18 הסימן ... ושקהל הלקוחות יזהה את הסחורה המסומנת עם תוצרתו של בעל הסימן. אין זה דרוש
- 19 אומנם שהקהל ידע את שמו של בעל הסימן אך דרוש שהוא יתכוון לאותו מוצר שהוא למעשה
- 20 המוצר שלו ושהסימן בא לאבחנו בתור שכזה. אם הקהל אדיש לגבי מקור המוצר שהוא קונה הרי
- 21 שהסימן לא רכש את המשמעות השנייה."
- 22
- 23 דוגמה מובהקת, ושונה לחלוטין מענייננו, לסימן תיאורי שהציבור כולו מכירו כבעל משמעות שנייה
- 24 הוא הסימן "ידיעות אחרונות":
- 25
- 26 "הסימן 'ידיעות אחרונות', מס' 42148, מזהה על ידי כלל הציבור כעיתון הידוע. סימן זה נרשם
- 27 רק בשנת 1976, אחרי שנים רבות ביותר (עשרות שנים) של שיווק ויצירת מוניטין בקרב כל
- 28 שכבות הציבור, והוא בוודאי בעל אבחון ומשמעות שניה" (החלטת רשם סימני המסחר מס' 151051)
- 29
- 30 בענייננו מדובר בצירוף מילים שאחת מהן היא תיאורית, ומשכך, על מנת להוכיח משמעות שנייה
- 31 שרכש הסימן AQUA TAL נדרשת רמת הוכחה גבוהה יותר, ובין השאר, היה על התובעת להוכיח
- 32 כי ציבור הצרכנים מזהה את צירוף המילים, במשמעותו השנייה. התובעת לא הרימה נטל זה, ובכל
- 33 מקרה, נראה כי אפילו היה צירוף המילים רוכש משמעות שנייה, דבר שאינו מתקיים בענייננו, לא



בית המשפט המחוזי בחיפה

04 ספטמבר 2012

ת"א 10-08-21858 שפיר ואח' נ' א.א. מעיינות בע"מ
ואח'

1 הייתה התובעת זכאית להגנה עליו, שכן "כאשר הביטוי משמש למטרה תועלתית כלשהי (A
2 Functional Feature) ... אפילו יש בו גם לזהות את מקור המוצר ואפילו היה התובע ההוגה הראשון
3 של הרעיון לעשות בו שימוש", אין הוא כשר לרישום (בג"צ קליל, פסקה 10).
4 לאור האמור לעיל, אין להלום מצב, בו בית המשפט יימנע מהציבור בכללותו לשלב את המילה
5 AQUA עם מילים אחרות, רק משום שהתובעת עושה שימוש בצירוף המילים במשך זמן, ואף
6 השקיעה בפרסומו ממון רב. מטרתו של סימן מסחר להגן על מצב דברים שבו מוכרת זהות בין סימן
7 למוצר, דהיינו שהציבור בראותו את הסימן מקשר אותו מיד עם סחורה או שירותים ממקור
8 מסוים. בענייננו מצב זה אינו מתקיים, וממילא מדובר בביטוי תיאורי שימושי, שאין לגזור מן
9 הציבור את זכות השימוש בו (ראו, למשל, ת"א (מרכז) 31706-01-12 דן דיזיין סנטר בע"מ נ'
10 ב.ר.א.פ. ייזום פרויקטים בע"מ [טרם פורסם], ניתן ביום 19.6.12, פסקה 11 בפסקה הדין).
11 נוכח המסקנה אליה הגעתי, יש אף לקבוע, כי השימוש שעושה מעיינות בסימן המסחרי שלה לא
12 מקים חשש להטעיית ציבור הלקוחות. בעניין זה, חשוב לציין, כי התובעת לא הוכיחה קיומו של
13 חשש ממשי להטעיית הציבור (דרך ההוכחה המקובלת היא באמצעות סקר דעת קהל), ובכל
14 התמונות שהוצגו על ידי התובעת, בהם מוצעים למכירה מוצרים של מעיינות על גבי מדפים
15 "הנושאים" את הסימן אקווה טל, ניכר כי מעיינות נוהגת להוסיף על גבי מתקני המים עצמם, אשר
16 אף נושאים את סימן המסחר שלה, את המילה "מעיינות" בשילוב אלמנט גרפי (פס כחול בתחתית
17 המילה) ותחת המילה מעיינות רשום מספר הטלפון שלה (ראו נספח יח' לכתב התביעה). תוספות
18 אלו, של המילה מעיינות בשילוב מספר הטלפון, אף שאינן חלק מסימן המסחר הרשום, מייחדות
19 עוד יותר את סימן המסחר של מעיינות לעומת הסימן המסחרי של התובעת, ובכל מקרה, תוספות
20 אלו מונעות מן הצרכן הסביר, לחשוב, בטעות, כי הוא רוכש מוצר של התובעת.
21 על כך יש להוסיף, כי מהתבוננות בתמונות אותן הציגה התובעת (ראו נספח יז' לבקשה למן סעד
22 זמני), ניכר כי אין המדובר במדפים ה"נושאים", כטענת התובעת, את סימן המסחר שלה, אלא
23 שמדובר במדפים רגילים, אשר על החלק הצר הקדמי שלהם, שרוחבו סנטימטרים בודדים, מודבק
24 סליל דבק ("סלוטייפ"), עליו מצוי הסימן AQUA TAL, וליד כל סימן כזה נמצא הכיתוב ACE
25 באדום- המהווה את סימן אייס, ברוחב וגודל זהים לסימן של התובעת. משכך, אין המדובר בשילוט
26 מאסיבי מעל המדפים כולם, אלא מדובר ברצועות סליל דבק שלא הוסרו מן המדפים.
27
28 המסקנה העולה מן האמור לעיל היא, שבמכלול נסיבות העניין, אין לראות בשימוש שעושה
29 הנתבעים בשם המסחר כהפרה של הסימן המסחרי של התובעת. בתחרות בין ההגנה על זכות קניין
30 ומתן מונופולין על סימן מסחר, לבין אינטרס הציבור לחופש העיסוק, לחופש הביטוי ולכך שלא
31 יופקעו סימנים ומילים בהקשר המסחרי מנחלת הכלל, הכף נוטה לכיוון הנתבעת: "...כשמדובר
32 בסימן הכולל שם שהוא מונח תיאורי-מילוני – ועושים אנו שימוש במילה 'מילוני' כדי להדגיש
33 הדגשה יתרה – יש לנהוג זהירות רבה בפסילת הסימן ובמתן הגנה ל'ניכוסו' של המילון" (ע"א
34 V & S Vin Spirt Aktiebolag 9191/03 נ' אבסולוט שוה בע"מ, פ"ד נח(6) 869, בעמ' 885).



בית המשפט המחוזי בחיפה

04 ספטמבר 2012

ת"א 10-08-21858 שפיר ואח' נ' א.א. מעיינות בע"מ
ואח'

האם מעיינות ואייס ביצע עוולה של גניבת עין?

התובעת הוסיפה וטענה, כי הנתבעות ביצעו עוולה של גניבת עין כלפיה, בכך שהציגו את מוצרי הנתבעת, על גבי מדפים ברשתות השיווק של אייס, תחת הסימון, או תחת מדבקות הנושאות את הסימן המסחרי AQUA TAL, וכל זאת על מנת להטעות את ציבור הצרכנים, לסבור כי הם רוכשים מוצרים מאת התובעת.

מנגד, מעיינות חזרה על טענותיה לעיל, לעניין הפרת סימן מסחר רשום. בנוסף, אייס טענה בעניין זה, כי המדבקות על המדפים והשלטים הנושאים את הסימן AQUA TAL נועדו, בראש ובראשונה, לקדם את מכירות המוצרים אשר סופקו על ידי התובעת. אייס ציינה בעניין זה, כי בשנת 2006 היא התקשרה עם התובעת בהסכם מסחרי, לפיו רכשה אייס מוצרים מאת התובעת. כיום, עדיין נותר בסניפיה השונים של אייס מלאי של מוצרי התובעת, אשר נמכר בסניפים כדרך קבע. משכך, השילוט נועד לקדם את מכירות מוצריה התובעת ותו לא. לטענת אייס, לאור האמור לעיל, נהיר כי אין לה אינטרס מיוחד לקדם את מכירות מוצריה של מעיינות, בייחוד לאור העובדה כי בבעלותה מלאי מוצרים של התובעת, אשר אייס כבר שילמה בעבורם והם בבעלותה.

עוד טענה אייס, כי ברשתות השיווק הגדולות נהוג ומקובל, כי על גבי המדפים מסודרים מוצרים מתחרים רבים, כאשר מפעם לפעם, מודבקים על גבי המדפים מדבקות עם לוגו של מוצר כלשהו, או שמונה ליד מדף שלט קידום מכירות של המוצרים. אכן, כך הטענה, יתכן בהחלט מקרים בהם מוצרים של חברה אחת יסודרו על גבי מדפים שנותרו עליהם מדבקות ושילוט של חברה מתחרה, עם זאת, אין בכך כדי להטעות את הצרכן הסביר, אשר בודק את זהות היצרן, הלוגו והסימן המסחרי על גבי המוצר עצמו.

מבלי לגרוע מן האמור לעיל, הוסיפה אייס וטענה, כי לעיתים רבות ישנם גורמים אחרים אשר משפיעים על סידור המדף, מבלי שהדבר יהא בשליטתה או בידעתה של אייס. כך, למשל, לעיתים קרובות לקוחות מזיזים מוצרים ממקום למקום, לעיתים הספקים מסדרים את המוצרים על גבי המדפים, וכיו"ב. לאור דברים אלו, מחויבת מעיינות, כמו יתר הגורמים המציעים למכירה את מוצריהם ברשת אייס, לערוך בעצמה את מוצריה על המדפים בסניפים.

על כל אלו יש להוסיף, כי אייס הודיעה לבית המשפט, ופעלה בהתאם, להסיר מופעים בהם הופיע סימן המסחר של התובעת, על גבי מדפים בהם הונחה סחורה של מעיינות.

על כל אלו הוסיפה אייס וטענה, כי התמונות שהוצגו על ידי התובעת, צולמו עובר למועד ההתקשרות עם מעיינות, כאשר טרם הושלמה הכנסת המוצרים החדשים של מעיינות, וטרם סודרו המדפים כראוי. משכך, הצגת התמונות, כאילו המדובר המצב הדברים בשטח, יש בה משום חוסר תום לב מטעם התובעת.

אקדים אומר, כי יש ממש בטענת אייס, לפיה משנותרו מוצרים של התובעת, בבעלותה של אייס, הרי שהסימון על המדפים שנותר, נועד לקדם את מכירות מוצריה של התובעת. כן מקובלת עליי



בית המשפט המחוזי בחיפה

04 ספטמבר 2012

ת"א 10-08-21858 שפיר ואח' נ' א.א. מעיינות בע"מ
ואח'

גרסת אייס, לפיה נהוג ומקובל ברשתות השיווק הגדולות, לסדר על מדפים, מוצרים של מתחרים רבים, כאשר מפעם לפעם מונחים שלטים, או אמצעי קידום מכירה אחר, של חברה כלשהי, בצד המדפים. במצב דברים זה, כאשר עסקינן בסניפים של רשתות שיווק גדולות, שמטרתן של רשתות אלה לרכז תחת קורת גג אחת מבחר רב של מוצרים מאת יצרנים שונים וספקים שונים, יתכנו בהחלט מקרים בהם מוצרים של חברה אחת יסודרו, בתום לב, על גבי מדפים שנותרו עליהם "סימנים" כלשהם של חברה מתחרה, אך אין בכך בהכרח כדי להטעות את הצרכן הסביר, אשר בא לרשתות שיווק גדולות, בייחוד, בשל יכולת הבחירה הרבה בין המוצרים השונים והיצרנים השונים. מטעמים אלו, ומטעמים שיפורטו להלן, דין טענת התובעת, בעניין עוולת גניבת עין, להדחות.

עוולת גניבת עין מוגדרת בסעיף 1 בחוק עוולות מסחריות, תשנ"ט-1999 הקובע כלהלן:
1. (א) לא יגרום עוסק לכך שנכס שהוא מוכר או שירות שהוא נותן, ייחשבו בטעות כנכס או כשירות של עוסק אחר או כנכס או כשירות שיש להם קשר לעוסק אחר.
(ב) שימוש של עוסק בשמו בתום לב, לשם מכירת נכס או מתן שירות, לא ייחשב כשלעצמו גניבת עין..."
הגדרה זו, החליפה את העוולה הנזיקית של גניבת עין בסעיף 59 לפקודת הנזיקין [נוסח חדש], אך לא הכניסה שינוי של ממש בהיקפה של העוולה ובתחולתה ובמבחנים להחלתה (י' עמית "הצעת חוק איסור תחרות בלתי הוגנת תשנ"ו-1996" הפרקליט מג 223, בעמ' 234).

"מטרתה של עוולת גניבת עין היא להגן על המוניטין של מי שמוכר טובין או נותן שירות מפני מצג מטעה, כאילו המוצר שנמכר על-ידי אחר, או השירות הניתן על-ידי אחר, הם של בעל המוניטין או קשורים אליו. להבדיל מתביעה בדבר הפרת סימן מסחר, שאז הבדיקה מתמקדת בדמיון המטעה בין הסימנים עצמם, בעוולת גניבת עין על בית-המשפט לבחון אם מעשיו של העוסק גרמו להטעיה ביחס למקור המוצר ועל התובע להוכיח שרכש מוניטין בקשר לטובין או לשירות" (ראו ת"א (חי') 997/05 דדון נ' אזולאי, פ"מ תשס"ד (2) 241, בעמ' 258; ע"א 18/86 מפעלי זכוכית ישראליים פניציה בע"מ נ' Les Verreies De Saint Gobain, פ"ד מה (3) 224, בעמ' 231-232) ומהו אותו מוניטין? ההכרה וההוקרה לו זכו הטובין או השירות.

בנידונו, אין כל צורך לדון במוניטין שרכשה התובעת, לאור התוצאה אליה הגעתי לעיל, לפיה אין חשש להטעיית ציבור הלקוחות, ובייחוד, לאור הסימן המיוחד שעושה מעיינות על מוצריה, בנוסף לסימונם עם הסימן המסחרי הרשום AQUA TEN.

טענה התובעת, כי לעתים, עצם החיקוי מצביע על המוניטין של המוצר/ השירות נושא החיקוי, שאם לא היה נהנה ממוניטין, לא היה טעם לחקותו (ראו ע"א 395/88 חברת אורלי ש. (1985) בע"מ נ' חברת דנדי תעשיות מזון בע"מ, פ"ד מה (4) 32). במקרה שלפנינו, הסימן המסחרי של מעיינות לא מהווה חיקוי ויזואלי של הסימן המסחרי של התובעת, וראו דיונו לעיל.



בית המשפט המחוזי בחיפה

04 ספטמבר 2012

ת"א 10-08-21858 שפיר ואח' נ' א.א. מעיינות בע"מ
ואח'

מכאן, שלא עלה בידי התובעת להוכיח כי הנתבעות עוולו כלפיה בעוולה של גניבת עין.
לאור כל האמור לעיל, אף דין טענת התובעת לעניין גזל מוניטין, טענה שהועלתה ללא כל פירוט, דחייה.

חיקוי והעתקה של אריזת ה"בליסטר" של המטהר TALine

לטענת התובעת, בשנת 2010 לערך, נודע לה כי הנתבעים מייבאים, מפיצים, משווקים, מציגים למכירה ומוכרים בישראל התקן לטיהור מים תחת השם "מטהר קו", ובאנגלית In Line, באריזת "בליסטר", המהווה חיקוי בולט של האריזה המוגנת מתוצרת התובעת, אריזת הבליסטר של המטהר TALine. לטענת התובעת, החל מסוף שנות ה-90 היא מייבאת, משווקת ומציגה למכירה בישראל את מטהר הקו באריזה המוגנת, כאשר האריזה הוכנה לדפוס עבור התובעים בשנת 2000 על פי הוראותיו והנחיותיו של התובע, על ידי מר ישראל גילדוב, הבעלים של "גילדוב פרסום והפקות גרפיות", המכין לדפוס עבור התובעים את כל הקטלוגים, עלוני הפרסום וכיו"ב. לטענת התובעת, הנתבעים מחקים הן את עיצוב האריזה, הן את האיורים הנמצאים בגב האריזה והן את הטקסטים המצויים בגב האריזה, כל זאת על מנת להטעות את ציבור הלקוחות, לסבור כי המדובר במוצר מתוצרת התובעת.

לטענת התובעת, ברור כי בחירת השם In Line למארז, נעשתה במטרה ברורה להטעות את ציבור הלקוחות לסבור כי מוצרי הנתבעים, הם מוצרי התובעת. עוד טענה התובעת, כי, ככלל, אין כל פסול בביטוי In Line למארז, אלא שבנידונו, הביטוי In Line נרשם בראש האריזה, באותיות בולטות ובדיוק באותו מיקום שבו מופיע הביטוי TALine במוצריה של התובעת, ומשכך, קם חשש ממשי להעתקה אסורה, שכל מטרתה להטעות את הלקוחות.

עוד נטען בעניין זה, כי "בחנויות של 'אייס' הוצג מוצר החיקוי למכירה, עובר להגשת התביעה, על מדפים המסומנים 'AQUA TAL', בניסיון בוטה של הנתבעים להטעות את ציבור הלקוחות".

לטענת התובעת, התנהלות זו של הנתבעים, מהווה הפרה של זכות היוצרים שלה במארז ואף עולה לכדי עוולת גניבת עין.

מנגד, הנתבעים טענו, כי מדובר במארז בסיסי ופשוט מפלסטיק לסנן מים, אשר אין בו כל ייחוד, כאשר מארז המים הנ"ל קיים בשווקים לפחות משנת 2000, והוא איננו מקורי של התובעים, אלא שחברות רבות משתמשות במארז מסוג זה. כמו כן, אין חולק כי המדובר במארז ישן, אשר לא נרשם בגינו מדגם ועל כן לא ברור על מה מבססת התובעת את עילתה, בעניין זה. על כך הוסיפו הנתבעים וטענו, כי קיימים הבדלים רבים בין מארז התובעים למארז הנתבעים, וצרכן המבקש לרכוש את אריזת הבליסטר ידע להבחין היטב בין אריזת הבליסטר של הנתבעים לזו של התובעים. כך למשל, בגב האריזה של מעיינות, יש ציור של "בר", כאשר במארז של התובעת אין. כמו כן, במארז של מעיינות יש ציור של מערכת אוסמוזה הפוכה, בעוד שבמארז של התובעת אין.



בית המשפט המחוזי בחיפה

04 ספטמבר 2012

ת"א 10-08-21858 שפיר ואח' נ' א.א. מעיינות בע"מ
ואח'

1 על כך יש להוסיף, כי במארז הבליסטר של מעיינות, ניתן להבחין בלוגו של מעיינות שנמצא בשני
2 צידי המארז, ובמארז של התובעים נמצא הסימן המסחרי AQUA TAL בשני צידי המארז, ועל כן
3 אין כל חשש להטעיית הצרכן.
4 עוד טענו הנתבעים, כי אין בביטוי In Line משום ניסיון להטעות את ציבור הלקוחות, ובוודאי שאין
5 הוא מטעה בפועל, שכן הביטוי In Line הינו מונח מקצועי בסיסי, המבטא את סוג הסנן, אשר
6 מכונה בעברית "סנן קו". לעניין השימוש בטרמינולוגיה המקצועית In Line הפנו הנתבעים לדף
7 החיפוש באתר www.google.com (נספח יט' לתצהיר הנתבעים), ממנו עולה כי המונח המקצועי
8 המלא הינו In Line water filter, וכי מונח זה הינו מוכר, ידוע, והוא נמצא בשימוש רחב לא רק
9 בתחום המים בישראל אלא בתחום המים בעולם.
10 באשר לאריזת הסנן, המכונה "בליסטר", הגישו הנתבעים ראיות לכך שהמארז מוכר היטב
11 בשווקים, ואין הוא פרי יצירת התובע, או התובעת, ואף לא פרי יצירת הנתבעים, אלא שמדובר
12 במארז פונקציונאלי פשוט, בו משתמשות חברות רבות בתחום המים (ראו נספח כב' לתצהיר
13 הנתבעים).
14
15 אלו, בתמצית, טענות הצדדים לעניין העתקת מארז הבליסטר.
16 לאחר שעיינתי במוצגים ונדרשתי לטענות הצדדים, לא מצאתי כל העתקה של מארז התובעים,
17 למארז הנתבעים, וקווי הדמיון, המעטים, המצויים בין האריזות, אין מקורם בהפרה של זכות
18 יוצרים, אלא בשימוש מקובל ושכיח של מונחים בסיסיים בתחום המים, הכל כפי שיפורט להלן.
19
20 מההשוואה בין אריזת הבליסטר של התובעת (נ/11) לבין אריזת הבליסטר של הנתבעת (נ/10), עולה
21 התמונה הבאה:
22
23 בחלק הקדמי של אריזת הבליסטר של התובעת, נמצא הכיתוב "מטהר TALine" כאשר הכיתוב
24 TALine צבוע בצבע אדום. תחת הכיתוב נרשם: "יחידת קו אוניברסלית לסינון וטיהור מי שתיה.
25 להוצאת גופים זרים, חול, חלודה ולכלוך ולספיחת כימיקלים מומסים, כלור ריחות וטעמי לוואי".
26 מתחת לכיתוב זה, נרשם כך:
27 מתאים
28 לכל סוגי המקררים האמריקאיים:
29 אמנה, פריז'דר, וסטינג האוס, גרל אלקטריק ועוד...
30 מתאים
31 לבר חם/ קר ולכל סוגי הקולרים
32 מתאים
33 למגוון מטהרי מים



בית המשפט המחוזי בחיפה

04 ספטמבר 2012

ת"א 10-08-21858 שפיר ואח' נ' א.א. מעיינות בע"מ
ואח'

מתאים

למטהר מיני טל"

מתחת לכיתוב זה נרשם "קל ופשוט להתקנה עצמית". מתחת לכיתוב זה, נמצא הסימן המסחרי של התובעת AQUA TAL עם הלוגו של התובעת וכתובת אתר באינטרנט שלה.

לעומת זאת, בחלק הקדמי של אריזת הבליסטר של התובעת נמצא הכיתוב "מטהר קו In Line". תחת הכיתוב נרשם: "יחידה לטיהור וסינון מי שתייה, להוצאת חול, לכלוך, כימיקלים, כלור, חלודה, גופים זרים, ריחות וטעם לוואי". תחת כיתוב זה נמצאת אזהרה: "אזהרה! להתקנה בקו מים קרים בלבד". מתחת לכיתוב זה נרשם כך:

"מתאים:

לכל סוגי המקריים האמריקאיים: אמנה, פריז'ידר, וסטינגהאוס, ג'נרל אלקטריק ועוד

מתאים:

לבר/ מיני בר חס/ קר דגם TS101

מתאים:

לקולרים ומשקורים

מתאים:

למערכות טיהור מים ולאוסמוזה הפוכה"

מתחת לכיתוב זה, נמצא הלוגו של מעיינות, מתחתיו כתובת אתר האינטרנט שלה ומספר טלפון.

מן האמור לעיל עולה, כי אין דמיון ניכר בין קדמת מארז הבליסטר של התובעת לבין קדמת מארז הבליסטר של התובעת: התיאורים אינם זהים, הניסוח אינו זהה בשתי האריזות, במארז התובעת צוין כי המטהר קו מתאים למערכת אוסמוזה הפוכה- אין ציון שכזה במארז התובעת, במארז התובעת צוין כי מתאים לבר/ מיני בר חס/ קר דגם TS101 בעוד שבמארז התובעת צוין כי מתאים לבר חס/ קר ולכל סוגי הקולרים- מכאן ניתן ללמוד, כי על אף שמדובר במשפט בעל משמעות די זהה (מתאים למיני בר ולקולרים), הניסוח היה שונה.

על אלו יש להוסיף, כי מהתבוננות במארזים ניתן להבחין בשוני חזותי ביניהם: מארז מעיינות צר יותר ממארז התובעת; צבעו של מארז מעיינות הינו תכלת בהיר עם "סימני מים" מעטים. הכיתוב "מתאים" הינו באדום ויתר הכיתוב בכחול כהה. לעומת מארז התובעת, אשר צבעו כחול כהה, הכיתוב TALine באדום, הכיתוב "מתאים" הינו בשחור והוא מודגש בצהוב, ותחתיו הכיתוב "קל ופשוט להתקנה עצמית".

באשר לחלק האחורי של האריזות, אף בו לא מצאתי דמיון שיש בו לבסס טענה בדבר הפרת זכויות יוצרים, ומבלי לפרט באריכות, אלו ההבדלים, בתמצית: נוסח המשפטים בשני המארזים אינו זהה, בעוד במארז מעיינות נכתב כך:

"חברי/י שני מתאמים:



בית המשפט המחוזי בחיפה

04 ספטמבר 2012

ת"א 10-08-21858 שפיר ואח' נ' א.א. מעיינות בע"מ
ואח'

1 הראשון בכניסה של יחידת הטיהור והסינון, השני ביציאה של יחידת הטיהור והסינון. לאחר החיבור
2 יש לחזק בטפלון למניעת נזילות. בדגם חיבור מהיר יש להצמיד את הטבעת לכיוון המטהר, למשוך
3 את הצינורית ולדחוף במקומה את קצה הצינור הפלסטי הקיים".
4 במארו התובעת נכתב כך:
5 "חבר 2 מתאמים בכניסה וביציאה של המטהר וחזק אותם בטפלון למניעת נזילות. (בדגם חיבור
6 מהיר, הצמד את הטבעת לכיוון המטהר משוך הצינורית ודחוף במקומה את קצה צינור הפלסטי
7 הקיים)".
8 בנוסף, בחלק האחורי של אריזת מעיינות ישנם חמישה ציורים, לעומת אריזת התובעת, בה יש
9 ארבעה ציורים, כמו כן הציורים, על אף שהינם בסיסיים (מקרר, קולר, מטהר מים) לא דומים.
10 על כל אלו יש להוסיף, כי הצרכן הסביר המתבונן באריזות, יוכל להבחין ולהבדיל בנקל בין אריזת
11 בליסטר של מעיינות לבין אריזת הבליסטר של התובעת, שכן באריזת התובעת, הן מקדימה והן בגב
12 האריזה, ישנו הסימן המסחרי של התובעת, בייחוד בגב האריזה של התובעת, נמצא הסימן המסחרי
13 הרשום שלה באותיות גדולות, תחתיו מספר הטלפון של התובעת, אף בו קשה שלא להבחין, תחת
14 מספר הטלפון רשום: "יבואן: אקווה טל גרופ בע"מ מושב עין ורד...".
15 באריזת מעיינות, ישנו הלוגו של מעיינות הן מקדימה והן בגב האריזה כאשר בגב האריזה נמצא
16 הלוגו, תחתיו כתובת אתר האינטרנט של מעיינות, טלפון ומען.
17
18 מן האמור לעיל עולה, כי לא קיים דימיון רב בין אריזת הבליסטר של התובעת לבין אריזת הבליסטר
19 של מעיינות, הן מבחינת חזות חיצונית (גודל וצבע האריזה) והן מבחינת הטקסטים והאיורים
20 שבאריזות.
21 על מנת לבסס את טענתה, בדבר הפרת זכות יוצרים, היה על התובעת להוכיח כי מעיינות העתיקה
22 חלקים ממשיים ומהותיים מהאריזה. דימיון מסוים בין האריזות אינו מספיק כשלעצמו להוכחת
23 העתקה (ראו ע"א 559/69 אלמגור נ' גודיק, פ"ד כד(1) 825). כמו כן, כבר נקבע בפסיקה, לא אחת, כי
24 "ככל שדלים המקוריות והמאמץ הרוחני שביצירה, כך נדרשת להפרת זכות היוצרים בה העתקה
25 מדויקת יותר..." (ראו ע"א 360/83 סטרוסקי בע"מ נ' גלית ויטמן בע"מ, פ"ד מ(3) 340, פסקה 10
26 בפסק הדין). בנידוננו, מכיוון שאין לפנינו "יצירה ספרותית" או "אומנותית" קלאסית, שמידת
27 היצירתיות והמקוריות בה רבה, היה על התובעת להוכיח העתקה נרחבת של האריזה, על ידי
28 הנתבעת, וכאמור, בנטל זה היא לא עמדה.
29 מן הטעמים שצוינו לעיל, יש אף לדחות את טענת התובעת, כי השימוש באריזת הבליסטר על ידי
30 הנתבעים, מהווה עוולת גניבת עין.
31
32 באשר לטענת התובעת, כי הנתבעת העתיקה את הטקסטים המצויים על מדבקות הסננים שנמכרים
33 באריזת הבליסטר, אף זו דינה להידחות.
34 במארו הבליסטר נמצא סנן המים, על הסנן מודבקת מדבקה, על המדבקה ישנן הוראות התקנה
35 והערות כלליות. המדבקות שעל הסנן, והטקסטים המצויים בהן, אינם בשום אופן יצירות ספרותיות



בית המשפט המחוזי בחיפה

04 ספטמבר 2012

ת"א 10-08-21858 שפיר ואח' נ' א.א. מעיינות בע"מ
ואח'

1 או אומנותיות, הראויות להגנה במסגרת זכות יוצרים. כך למשל, מצוין במדבקה: "בכל מקרה שיש
2 הודעה ממשרד הבריאות או מהרשויות המוסמכות בדבר מחדל תברואתי יש להרתיח את מי
3 השתייה ולנהוג בהתאם להוראותיהם". משפט זה, בנוסח זה בדיוק, מופיע בדרישת מכון התקנים
4 (ראו נספח א' לסיכומי הנתבעים). דוגמאות נוספות: "היצרן מזהיר שהסנן עשוי מחומרים
5 המאשרים ע"י משרד הבריאות לשימוש במזון"; "הסנן מומלץ לשימוש במים קרים". נוכח
6 דוגמאות אלה, אין לומר כי משפטים אלו מבטאים ייחודיות שכל כולה נובעת מפרי מאמץ והשקעה
7 של התובעת.
8 אף אם אניח, לטובת התובעת, כי מדובר ביצירה הראויה להגנה, אין בכך כדי לסייע לה, שכן קווי
9 הדמיון המסוימים בין שתי המדבקות, שוליים מבחינה איכותית, ואך טבעיים הם, בשים לב
10 לדרישות מכון התקנים, ובשים לב לאופיין של המדבקות והכיתוב (הוראות התקנה והערות
11 כלליות).
12
13 התובעים העלו טענה נוספת להפרת זכות יוצרים, על פיה הפרו הנתבעים את זכות היוצרים שלהם,
14 על ידי העתקה של המאמר "בעיות המים בישראל", והעתקה של שלושה תצלומים המציגים מוצרים
15 מתחום המים, מאתר האינטרנט של התובעים, לאתר האינטרנט של הנתבעת.
16 טענה זו דינה להידחות.
17 באשר לצילומים, התובע הציג שלושה צילומים, אשר לטענתו צולמו על ידי עובדי התובעת,
18 שפורסמו באתר מעיינות, ללא רשות התובעת. התצלום הראשון (נספח יג' לתצהיר התובע) מציג
19 תמונה של "ערכת סננים להחלפה תואם למטהר מים תמי 4". התמונה השנייה (נספח יד' לתצהיר
20 התובע) מציגה תמונה של מטהר מים U.V TAL 1. התמונה השלישית (נספח טו' לתצהיר התובע)
21 מציגה צילום של צג דיגיטלי של מתקן המים.
22
23 התובע, לא הוכיח מיהו יוצר התמונה, ואין די בציון הכללי כי "האתר המוגן, המאמר המוגן,
24 הצילום המוגן של הערכה, הצילום המוגן של יחידת הטיהור והצילום המוגן של הצג הדיגיטלי, כולם
25 עוצבו, נכתבו וצולמו על ידי ועל ידי עובדי התובעים, והם השקיעו בכך שעות עבודה רבות, מחשבה
26 כישורים, ניסיון שיווקי רב וכישרון". זאת, בייחוד, לאור העובדה כי הנתבעים הציגו שלל אתרי
27 אינטרנט, כולם אתרים העוסקים בשיווק, פרסום ומכירה של מוצרים מתחום המים, בהם נמצאים
28 שלושת התצלומים נשוא דיוננו (נספח כב' לתצהיר הנתבעים). כך למשל הציגו הנתבעים תצלום זהה
29 של "ערכת סננים להחלפה תואם למטהר מים תמי 4" המוצג באתר האינטרנט של חברת "מריטלי".
30 כך מוצג אותו תצלום באתר של חברת AQUABAR, באתר של חברת Filter center, באתר של
31 חברת Waterbar, באתר של חברת Cleartech ועוד.
32 מכל מקום, אין טעם להתעכב בזהות היוצר, שכן מהתבוננות בתצלומים, ניכר כי אין המדובר
33 ביצירה אומנותית הזכאית להגנת זכות יוצרים. מדובר בתצלומים בסיסיים ביותר של מוצרים:
34 התצלום של "ערכת סננים להחלפה תואם למטהר מים תמי 4" מציג את הסנן בלבד, על רקע לבן.



בית המשפט המחוזי בחיפה

04 ספטמבר 2012

ת"א 10-08-21858 שפיר ואח' נ' א.א. מעיינות בע"מ
ואח'

1 מדובר בתצלום ללא כל ייחוד, כך גם שני התצלומים הנוספים. לצורך הקביעה, כי התצלומים הינם
2 יצירה אומונתית מקורית, צריך שיתקיימו שני תנאים הכרחיים מצטברים: דרישת היצירתיות
3 ודרישת ההשקעה (ע"א 8485/08 The FA Premier League Limited נ' המועצה להסדר הימורים
4 בספורט) (טרם פורסם), ניתן ביום 14.3.10. כל המתבונן בתצלומים מבחין כי התצלומים נעדרים כל
5 סממן אומונתי. התצלומים מציגים את המוצרים כפי שהם, בצורה פשוטה וסתמית, ללא כל תוספת
6 (צבע, מסגרת, מנח מיוחד של המוצר, מלל וכיו"ב) ונראה כי כל מטרתם של הצילומים היא הצגת
7 מידע בלבד- הצגת המוצר אותו מבקש הלקוח לרכוש, הא ותו לא. בנידוננו, כאשר מדובר בטענה
8 להעתקה של תצלום, מכוח זכות יוצרים ב"יצירה אומונתית", אם התצלום עצמו אינו זכאי להגנה
9 של זכות יוצרים, ממילא לא תיתכן הפרה בהעתקתו.
10 על כל אלו יש להוסיף, כי התובע בעצמו העיד, כי בתקופה בה שיתפו הצדדים פעולה, באופן מסחרי,
11 העבירו ביניהן מעיינות ושפיר תמונות וחומרי פרסום נוספים, וכדבריו: "יכול להיות בתקופה
12 שמכרתי את הטייגר שהייתי קונה מהם, אולי שמתי באתר שלי, אם זה צילום שלהם או לא, לא
13 זוכר...אני צריך לבדוק את זה, לא זוכרת איך עשינו את זה" (עמ' 18 לפרוט', שורות 10-14).
14 ובהמשך: "ש. האם נכון שבמסגרת היחסים החוזים בינך לבין מעיינות העברתם אחד לשני
15 צילומים. ת. לא צריך להעביר לו, נכנסים לאתר ולוקחים מהאתר..." (עמ' 18 לפרוט', שורות 18-
16 19).
17
18 בנוסף, יש לדחות את טענת התובעת, בעניין הפרת זכות היוצרים שלה במאמר המוצג באתר. בעניין
19 זה טענו הנתבעים, כי החומרים המצויים באתר האינטרנט שלהם, נוצרו על ידי הנתבעים בעצמם
20 בשנת 2002, והדמיון בין הטקסטים מקורו בהעתקה של התובעים מן הנתבעים. לטענת מעיינות,
21 התובעים נחשפו לכל המידע הרלוונטי למאמר, בעת שיתוף הפעולה העסקי בין מעיינות לשפיר,
22 כאשר החומר העיוני מצוי בחזקת מעיינות. לשם הוכחת טענתה, מעיינות צירפה לתצהירה חומר
23 עיוני, בו כתבות רבות מעיתונים, פרסומים ומאמרים מירחוני בריאות ומדע, כולם בנושא זיהום
24 המים בישראל. מעיון בחומר העיוני, עולה כי הושקע מאמץ באיסוף החומר, וכי ישנם מאמרים
25 שפורסמו בעיתונות עוד בשנת 1991, עליהם שמרה הנתבעת. הנתבעת איגדה את החומר העיוני לכדי
26 קלסר, כאשר הדף הראשון שבו נושא את הכיתוב "בעיית המים בישראל" (שם המאמר באתר
27 התובעת הוא "בעיות במים בישראל").
28 סבורני כי עלה בידי הנתבעת לסתור את טענת התובעת בעניין זה, שכן החומר שהוצג לפני הוא
29 הבסיס להכנת המאמר והוא אף מכיל חלקים נרחבים מהמאמר. משכך, היה על התובעת לנסות
30 ולהוכיח מיהו יוצר המאמר, וכך היא לא עשתה.
31 מהטעמים שפורטו לעיל, יש אף לדחות את טענת התובעת, כי הנתבעים העתיקו את תוכן אתר
32 האינטרנט של התובעת לאתר האינטרנט של הנתבעים.
33
34 אשר לטענת התובעת, כי הנתבעים העתיקו את חוברת הוראות התקנה והפעלה של מתקן המים של
35 התובעים, אף אותה יש לדחות מהטעמים שפורטו לעיל.



בית המשפט המחוזי בחיפה

04 ספטמבר 2012

ת"א 10-08-21858 שפיר ואח' נ' א.א. מעיינות בע"מ
ואח'

1 יש אף לדחות את טענת התובעת, מכוח חוק החוזים (חלק כללי), התשל"ג-1973, בדבר הפרה
2 יסודית של ההסכם, חוסר תום לב והתנהגות בלתי מקובלת מטעם הנתבעים בקיום של חיוב הנובע
3 מחוזה, כאמור בסעיף 39 בחוק החוזים. התובעת טענה, כי לאחר ביטול ההסכם, התברר לה, כי
4 הנתבעים ייבאו מתקני מים מסין, תוצרת חברת J& D, אשר מהווים חיקוי בולט של המדגמים
5 (מתקני אואזיס), וזאת בניגוד לאמור בסעיף 22 בהסכם השיווק שנכרת בין הצדדים, לפיו: "לאחר
6 תקופת ההסכם – כל אחד מן הצדדים יהיה רשאי לעשות כרצונו ואולם לקבלן [מעיינות] אסור יהיה
7 לקנות מהחברה [ההדגשה לא במקור] מתקנים אשר יש לשפיר עליהם בלעדיות (ובלבד ששפיר עודנה
8 תהיה משווקת בלעדית בישראל של המתקנים) בנוסף הקבלן לא יקנה [צ"ל יפנה] במישרין או
9 בעקיפין בתקופת הסכם או לאחריה ומכל סיבה וטעם אל החברה [ההדגשה לא במקור] למעט אם
10 קיבל הרשאה בכתב ומראש משפיר".
11 טענה זו דינה להדחות, משתי סיבות: ראשית, הוראת הסעיף קובעת, כי לאחר ביטול ההסכם,
12 מעיינות לא תהא רשאית לפנות, מכל סיבה, אל חברת אואזיס (למעט אישור בכתב משפיר, כאמור),
13 והיא אף לא תהא רשאית לקנות מתקנים אשר לשפיר יש עליהם בלעדיות. אין חולק, כי בתקופת
14 ההסכם ולאחריו הנתבעת לא פנתה אל חברת אואזיס והיא מעולם לא רכשה מוצרים ישירות
15 מאואזיס, אלא משפיר בלבד. שנית, לאור התוצאה אליה הגעתי, לפיה המדגמים נעדרים תוקף
16 מהותי, ולאור העובדה כי אין חולק כי הנתבעים ייבאו מתקני מים מסין, תוצרת חברת J& D, איתה
17 הם קשורים בהסכם הפצה, הרי שמעיינות הייתה רשאית לפעול כפי שפעלה, ואין בפעולותיה משום
18 הפרה יסודית של החוזה, ואף אין לייחס לפעולות אלה חוסר תום לב.
19 התוצאה היא, שתביעת התובעת, על כל חלקיה, נדחת.

התביעה שכנגד

22 כאמור לעיל, הנתבעת הגישה מטעמה כתב תביעה שכנגד, בה טענה לפיצוי כספי מכוח חוק איסור
23 לשון הרע, התשכ"א-1961 (להלן – "חוק לשון הרע").
24 לטענת הנתבעת, היא זכאית לפיצוי בסך של 100,000 ₪, בגין הוצאת דיבתה, פרסום על ידי
25 התובעים של שקרים מפגיעים ותיאורים כוזבים בפני גורמים שונים, בייחוד בפני אייס, וכל זאת
26 במטרה לפגוע בקשריה המסחריים של הנתבעת עם גורמים אחרים בשוק המים. לטענת הנתבעת,
27 התובעת והתובע החלו להפיץ שקרים אודות הנתבעת, למספר גורמים רלוונטיים, רק לאחר שאייס
28 בחרה לנתק את יחסיה המסחריים עם התובעת, והחלה לעבוד באופן שוטף עם מעיינות, וזאת
29 במטרה ברורה להרוס את שמה הטוב של מעיינות ולחבל בעסקיה.

31 במרכז המחלוקת מושא דיונו, עומדים חמישה מכתבים:



בית המשפט המחוזי בחיפה

04 ספטמבר 2012

ת"א 10-08-21858 שפיר ואח' נ' א.א. מעיינות בע"מ
ואח'

שלושת ה"מכתבים" הראשונים, שצורפו כנספח אחד (נספח א' לכתב התביעה שכנגד), הינם שלוש הודעות דואר אלקטרוני, שנשלחו מאת אקווה טל, על ידי בנו של התובע, מר ליאור שפיר, לרשת אייס למנהליה, והן יפורטו להלן.

הודעת הדואר האלקטרוני הראשונה, מיום 3.6.10 נשלחה למנהליה של רשת אייס (למנכ"ל ולמשנה למנכ"ל וכן לעוד שני גורמים) ובה נאמר כדלהלן:

"דווחתי היום ע"י מנהלי המכירות שלנו בישראל כי החלטתם חד צדדית להחזיר לאקווה טל את כל הסחורות בתחום הטיפול במים, המדפים רוקנו וניתנו הוראות החזר. יתר על כן חברת א.א מעיינות קיבלה מעמד זכיון והיא זו שתנהל את הקטגוריה. למרות העובדה שאני חושב כי מדובר במהלך עסקי שגוי מצד אייס, לאור ההיכרות עם הזכיון והערכת השוק למוצרי אקווה טל, בהחלט אנו חשים אכזבה עמוקה מאופן ניהול וביצוע המהלך. בכל זאת מדובר בספק ותיק ואמין המוביל בארץ בתחום אשר מלווה את הרשת מיום הקמתה ולא כך נהוג לפעול במערכות יחסים מסוג זה. [...]

[...] חשוב לי לציין שחברת מעיינות בעקביות, ובמשך זמן רב מעתיקה את חברת אקווה טל בצורות רבות ובאופן בוטה ביותר שיש בו משום הפרת זכויות יוצרים, הפרת מדגמים רשומים, גניבת עין, הטעיה חמורה ועוד...

לתשומת ליבכם ולידיעתכם באי כוחנו פועלים נגדם במישור המשפטי".

הודעת הדואר האלקטרונית השנייה, מיום 6.6.10, אף היא נשלחה למנהליה של אייס, ובה צוין כדלהלן:

"בהמשך למייל הקודם מיום ה' האחרון רצ"ב:

1. מכתב מעו"ד בלום אשר נשלח לחברת מעיינות באפריל 2009.
2. מכתב מעו"ד בלום אשר נשלח לחברת מעיינות הבוקר וקשור ישירות להפרות נוספות [ההדגשה במקור] אשר בין היתר נעשות על מדפי אייס.
3. לאחר העיון בכתוב תקבלו פרספקטיבה נוספת על אופיו של הזכיון החדש אותו בחרתם.
4. הסיבה היחידה שלא תבענו אותנו בעקבות המכתב שנשלח ב 2009 הינה חוסר זמן, זאת נוכח העובדה שהיתר כ 60% מהזמן בחו"ל וכך גם מנהלים נוספים בקבוצה.

[...]

8. אני משוכנע כי לא הייתם מודעים לאמור לעיל, אי לכך ולאור ההיכרות האישית, אני ממליץ שתעבירו את הקבצים למחלקה המשפטית ע"מ שתנחה אתכם כיצד לפעול כך שלא תפגעו ממחדליה של מעיינות" [ההדגשה במקור].



בית המשפט המחוזי בחיפה

04 ספטמבר 2012

ת"א 10-08-21858 שפיר ואח' נ' א.א. מעיינות בע"מ
ואח'

יום למחרת, דהיינו ביום 7.6.10, שלח ליאור שפיר הודעת דואר אלקטרונית נוספת, ובה צוין כדלקמן:

"בהמשך לתגובתה המביישת וחסרת הבסיס של חברת מעיינות למכתבו של עו"ד בלום רצ"ב תגובה ששוגרה לבא כוחם של מעיינות לפני כשעה.
מרוח הדברים עולה כי חברת מעיינות ובא כוחה אינם מבינים את חומרת הדברים ואת משמעותם העמוקה!
אלמלא הייתם "באמצע" לא היינו טורחים כלל להגיב אלא פועלים בנחישות כמתואר במכתבו של עו"ד בלום.

אני פונה אליכם מתוך כוונה כנה למנוע אי נעימויות [ההדגשה במקור].

אף הודעה זו, נשלחה למנהלי רשת אייס.

המכתב הרביעי אליו הפנו הנתבעים (צורף כנספח ב' לכתב התביעה שכנגד) הוא מכתב מיום 15.7.10, מאת ב"כ התובעת, עו"ד דויד בלום. המכתב נשלח לב"כ הנתבעת, עו"ד עמיר פרידמן וצוין בו, כי עותק ממנו נשלח הן לרשת אייס והן לרשת "שופרסל". במכתב צוין כך:

1. מצער, אך לא מפתיע, כי מרשתך בחרה, שוב כדרכה "בקודש", לשון מתלהמת על פני לימוד רציני של הטענות ומתן תשובה עניינית.
2. תחיבת ראשה של מרשתך בחול כבת יענה לא תשנה דבר מנחישותו של מרשי לאכוף כנגדה את זכויותי במדגמים הרשומים כדין.
[...]

4. כאמור באותו מכתב, מרשנו הורה לנו לפעול נגד מרשתך – ונגד כל גורם אחר שבמעשיו ו/או במחדליו גורם להפרת זכויות מרשנו במדגמים – בכל האמצעים החוקיים העומדים לרשותו, על מנת לאכוף את זכויותיו למנוע את המשך הפגיעה בהן, ולהשיג סעדים הולמים, לרבות צווי מניעה זמניים וקבועים ופיצויים בגין נזקיו".

המכתב החמישי, מיום 19.7.10 (נספח ג' לכתב התביעה שכנגד) שכותרתו, "הפרת זכויות מדגם רשום במתקני מים 2 ברזים דיגיטלי", נשלח על ידי התובעת לרשת "ניו בר", לקוחה של הנתבעת, אשר מעיינות מספקת לה, במסגרת קשרים מסחריים, מתקני מים דיגיטאליים. וכך נאמר במכתב:

"לידיעתכם, המוצרים הרשומים מטה הינם מוצרים המוגנים במדגמים רשומים שהם קניינו הבלעדי של מר אלי שפיר... כל שימוש בחומר שיווקי כלשהו או שיווק המוצרים ומכירתם ללא אישור והסכמת בעל הזכויות במדגמים מהווה הפרת הזכויות במדגמים ושימוש אסור בקניינו של



בית המשפט המחוזי בחיפה

04 ספטמבר 2012

ת"א 10-08-21858 שפיר ואח' נ' א.א. מעיינות בע"מ
ואח'

מר שפיר. הנכם מתבקשים להימנע מכל פרסום, תמונה או מודעה או הצעה למכירת המוצרים ושיווקם לאלתר".

לטענת מעיינות, התובעים אף פנו לספקים נוספים שלה בתיאורים כוזבים, כאשר התריעו בפניהם על הפרת המדגמים (אשר מלכתחילה היו נעדרי תוקף) וזהירו אותם לא להתקשר עם מעיינות, בטענה כי יש בכך הפרת זכות קניינית של התובע במדגמים. לטענת מעיינות, לאור כל המתואר לעיל, הן התובעת והן התובע, יחד ולחוד, נהגו בחוסר הגינות קיצונית, הפרו את הוראות חוק איסור לשון הרע, הוציאו את דיבת הנתבעת לשווא, פגעו במוניטין שלה וחתרו תחת עקרונות ויסודות התחרות המסחרית ההוגנת.

מנגד, התובעת טענה כי בדברים שנאמרו במכתבים משום לשון הרע, הם לא נועדו לבזות או להשפיל את הנתבעת או לשים אותה למטרה לשנאה והם כלל לא נועדו לפגוע בעסקיה. לחילופין טענה התובעת, כי אף אם ניתן לראות בדברים האמורים משום לשון הרע, עומדות לזכותה ההגנות הקובעות בחוק, כפי שיפורט להלן.

לטענת התובעת, בהתאם להגנה הקבועה בסעיף 13(9) בחוק לשון הרע (פרסום שהמפרסם חייב לעשות על פי דין), מאחר והמדגמים הרשומים עמדו בתוקפם במועד משלוח המכתבים, חלה עליה החובה להביא לידיעת אייס, שופרסל וניו בר כי מכירה, הפצה ופרסום של המדגמים הרשומים מהווה הפרה של זכויותיו הקנייניות של התובע.

בנוסף טענה התובעת ל"הגנת אמת בפרסום", הקבועה בסעיף 14 בחוק לשון הרע. לטענתה, במועד הרלוונטי למשלוח המכתבים, המדגמים היו תקפים והנתבעת, יחד עם אייס ושופרסל פרסמו, הפיצו ומכרו מוצרים המהווים חיקוי בולט של המדגמים, כך גם הנתבעת ואייס הפרו את סימן המסחר הרשום של התובעת.

עוד טענה התובעת ל"הגנת תום הלב", הקבועה בסעיף 15(2) בחוק לשון הרע (הגנת תום-לב בשל חובה חוקית, מוסרית או חברתית לעשות את הפרסום). לטענתה, בהודעות הדואר האלקטרוני (נספח א' לכתב התביעה שכנגד), אין משום פרסום לשון הרע, שכן הן נשלחו במטרה להגן על עניין אישי כשר של התובע- להגן על זכותו הקניינית של התובע במדגמים הרשומים, להגן על סימן מסחר רשום, להגן על זכות יוצרים במוצרי התובעת וכיו"ב. עוד נטען, כי המכתבים הופנו אך ורק לגורמים הרלוונטיים להפרות הנתבעת, למעיינות ולרשת אייס, כאשר המכתב הרביעי (נספח ב' לכתב התביעה שכנגד) מעולם לא נשלח לרשת "שופרסל", על אף הציון בו כי עותק ממנו נשלח לרשת. באשר למכתב החמישי, שנשלח ל"ניו בר", טענה התובעת כי אין בו כל לשון הרע, הוא נשלח בתום לב וכל מטרתו הייתה להביא לידיעת "ניו בר" את עובדות לאשורן, בדבר זכויותיו הקנייניות של התובע במדגמים הרשומים, מתוך מטרה לגיטימית וחוקית להגן על זכויות אלה.



בית המשפט המחוזי בחיפה

04 ספטמבר 2012

ת"א 10-08-21858 שפיר ואח' נ' א.א. מעיינות בע"מ
ואח'

לפיכך, אף אם היה במכתבים משום לשון הרע התובעת איננה זכאית לסעד כספי, שכן המכתבים חוסים תחת ההגנות הקבועות בחוק איסור לשון הרע. על כך יש להוסיף, כי הנתבעת לא הוכיחה, כך הטענה, נזק שנגרם לה כתוצאה ממכתבים אלו או כי כתוצאה מהמכתבים נפגע שמה.

אלו טענות הצדדים לעניין איסור לשון הרע, אקדים ואומר כי, בסופו של דבר, הגעתי לכלל דעה שדין התביעה שכנגד להדחות, כפי שיפורט להלן.

סעיף 1 בחוק לשון הרע, שכותרתו "לשון הרע מהי", קובע כדלהלן:

1. לשון הרע היא דבר שפרסומו עלול –

(1) להשפיל אדם בעיני הבריות או לעשותו מטרם לשנאה, לבוז או ללעג מצדם;

(2) לבזות אדם בשל מעשים, התנהגות או תכונות המיוחדים לו;

(3) לפגוע באדם במשרתו, אם משרה ציבורית ואם משרה אחרת, בעסקו, במשלח ידו או במקצועו;

(4) לבזות אדם בשל גזעו, מוצאו, דתו, מקום מגוריו, גילו, מינו, נטייתו המינית או מוגבלותו".

סעיף 2 בחוק לשון הרע, שכותרתו "פרסום מהו", קובע כדלהלן:

2. (א) פרסום, לענין לשון הרע – בין בעל פה ובין בכתב או בדפוס, לרבות ציור, דמות, תנועה, צליל וכל אמצעי אחר.

(ב) רואים כפרסום לשון הרע, בלי למעט מדרכי פרסום אחרות –

(1) אם הייתה מיועדת לאדם זולת הנפגע והגיעה לאותו אדם או לאדם אחר זולת הנפגע;

(2) אם הייתה בכתב והכתב עשוי היה, לפי הנסיבות, להגיע לאדם זולת הנפגע".

סעיף 7 בחוק לשון הרע קובע, כי פרסום לשון הרע לאדם אחד או יותר זולת הנפגע תהא עוולה אזרחית.

כדי להקים אחריות בגין לשון הרע על הנפגע להוכיח "פרסום" שיש בו משום "לשון הרע". בבחינת קיומה של לשון הרע יתחשב ביהמ"ש בדרך שבה נתפס הפרסום בעיני האדם הסביר. זהו מבחן אובייקטיבי, המעמיד עצמו על האופן שבו האדם הרגיל היה מבין את הפרסום. קיומה של לשון הרע נבחן במנותק משאלת אמיתות תוכן הפרסום. פרסום יכול שיהיה אמת לאמיתה, ועדיין אם יש בו כדי להשפיל או לבזות – ייחשב הוא ללשון הרע (ראו ע"א 751/10 פלוני נ' ד"ר אילנה דיין- אורבך ואח' (טרם פורסם), ניתן ביום 8.2.12, להלן כינוה "פרשת דיין").

בנידוננו, מעיון במכתבים, מתקבל אמנם הרושם הכללי כי מטרתם הייתה, לפגוע בעסקיה של הנתבעת ובעיקר, בקשריה המסחריים עם רשת אייס. כך, למשל, נאמר בהודעת הדואר האלקטרוני



בית המשפט המחוזי בחיפה

04 ספטמבר 2012

ת"א 10-08-21858 שפיר ואח' נ' א.א. מעיינות בע"מ
ואח'

הראשונה: "דווחתי היום ע"י מנהלי המכירות שלנו בישראל כי החלטתם חד צדדית להחזיר
לאקוה טל את כל הסחורות בתחום הטיפול במים, המדפים רוקנו וניתנו הוראות החזר. יתר על כן
חברת א.א מעיינות קיבלה מעמד זכיון והיא זו שתנהל את הקטגוריה. למרות העובדה שאני חושב
כי מדובר במהלך עסקי שגוי מצד אייס, לאור ההיכרות עם הזכיון והערכת השוק למוצרי אקוה
טל..." חשוב לי לציין שחברת מעיינות בעקביות, ובמשך זמן רב מעתיקה את חברת אקוה טל
בצורות רבות ובאופן בוטה ביותר שיש בו משום הפרת זכויות יוצרים, הפרת מדגמים רשומים,
גניבת עין, הטעיה חמורה ועוד...לתשומת ליבכם ולידיעתכם באי כוחנו פועלים נגדם במישור
המשפטי".

אך עדיין, נותר לבדוק האם לתובעת עומדות ההגנות להן טענה.

הגנת אמת בפרסום

סעיף 14 בחוק לשון הרע קובע כדלהלן:

14. במשפט פלילי או אזרחי בשל לשון הרע תהא זאת הגנה טובה שהדבר שפורסם היה אמת
והיה בפרסום ענין ציבורי; הגנה זו לא תישלל בשל כך בלבד שלא הוכחה אמיתותו של פרט לוואי
שאינו בו פגיעה של ממש".

הגנת אמת הפרסום, הקבועה בסעיף 14 בחוק דורשת הוכחתם של שני יסודות מצטברים. האחד
הוא כי הפרסום המהווה לשון הרע היה אמת. השני, כי מתקיים עניין ציבורי בנוגע לאותו פרסום.

האם ניתן לומר כי בנידוננו האמור במכתבים היה אמת?

התשובה לכך אינה פשוטה. מחד, במועד בו נשלחו המכתבים, אין חולק כי התובע היה הבעלים
הרשום של המדגמים, ואכן, כטענת התובעת, בהתאם לסעיף 37(1)(ב) בפקודת הפטנטים, אסור כל
שימוש ומכירה של המדגמים (או חיקוי של המדגמים) ללא הסכמת בעל המדגמים.

מאידך, במכתבים, יוחסו לנתבעת, מעבר לטענת הפרת מדגם רשום, שלל עוולות והפרות של זכות
יוצרים- העתקה אסורה, הטעיה חמורה, גניבת עין (הודעת הדואר האלקטרוני הראשונה) וכיו"ב.
טענות אלו כולן דרושות הוכחה, ולא ניתן לומר כי במועד בו נשלחו המכתבים הן היו בגדר "אמת"
אלא בגדר טענה הדורשת הוכחה בצידה. ודוק: לא ניתן לומר כי לאור הפרת המדגמים, היה אמת
בטענה להפרת זכות יוצרים כתוצאה מהפרת המדגם, שכן הפרת מדגם רשום בהכרח איננה הפרת
זכות יוצרים- סעיף 7 בחוק זכות יוצרים מגביל את הזכויות להגנת זכות היוצרים רק לאותן יצירות,
שאינן כשירות לשמש כמדגם. נוסחו הברור של סעיף 7 בחוק זכות יוצרים לא מתיר ספק- "על אף
הוראת סעיף 4, לא תהא זכות יוצרים במדגם כהגדרתו בפקודת הפטנטים והמדגמים, אלא אם כן
המדגם אינו משמש ואינו מכוון לשמש לייצור תעשייתי". כמו כן, הלכה ידועה היא במשפטנו כי
ישנה הפרדה בין הגנה על קניין רוחני- אומנותי לבין הגנה על קניין תעשייתי (ראו, למשל, ע"א



בית המשפט המחוזי בחיפה

04 ספטמבר 2012

ת"א 10-08-21858 שפיר ואח' נ' א.א. מעיינות בע"מ
ואח'

- 1 513/89 אינטלגו נ' איקסין ליינס ואח' פד"י מ"ח (4) 133, פסק דינה של כב' השופטת דורנר; ע"א
- 2 360/83 סטרוסקי נ' גלידת ויטמן בע"מ, פ"ד מ(3) 340, 356; ד"ר שרה פרזנטי דיני זכויות יוצרים
- 3 (מהדורה שלישית) כרך שני, בעמ' 788-793).
- 4 בבחינת אמת בפרסום, נקבע בפרשת דיין כי:
- 5
- 6 "על מנת ליתן משמעות לחופש העיתונות – לנוכח חשיבותו הרבה בהקשר הציבורי ולאור הסכנה
- 7 שבצינון פעילותם הרצויה של העיתונאים – יש להבטיח לו מרחב מחיה. לכן, נקבע בעבר, כי על
- 8 המפרסם להראות כי הפרסום היה אמת כפי שהייתה ידועה בעת הפרסום. אין הוא נדרש להציג
- 9 אמת שמתגלית בדיעבד. זאת ועוד, הגנת אמת הפרסום תחול גם במקרה שבו קיים אמנם פער, בין
- 10 המציאות על כל פרטיה לבין הפרסום, אך הפער מתבטא ב"פרט לוואי שאין בו פגיעה של ממש".
- 11 הפרסום צריך שייבחן עפ"י מהותו, כמכלול, בלי לדקדק בכל פרט ופרט מהפרסום הפוגע".
- 12
- 13 בנידוננו, על אף שאין רלוונטיות לחופש העיתונות, אני נכון להניח כי במועד בו שלחה התובעת את
- 14 מכתביה, טענת הפרת המדגם הרשום, וטענה זו בלבד, הייתה 'פרסום אמת כפי שהייתה ידועה בעת
- 15 הפרסום'. משכך, ניתן לומר כי רק המכתב החמישי עבר את המשוכה הראשונה של הגנת אמת
- 16 בפרסום.
- 17 באשר לתנאי השני שעניינו "עניין ציבורי", נקבע (בין היתר בפרשת דיין), כי תנאי זה יש לפרש על
- 18 דרך ההרחבה. נקודת האיזון הראויה היא, כי העניין הציבורי ייבחן ביחס לפרסום כולו, ולא ביחס
- 19 לכל משפט או אמירה שבו. זאת ועוד, לצורך קביעת קיומו של "עניין ציבורי", לצורך סעיף 14, אין
- 20 החוק דורש כי מושא הפרסום יהיה בהכרח איש ציבור או דמות ציבורית. אמנם עובדת היותו של
- 21 הנפגע דמות ציבורית היא אחת הנסיבות שלאורך ייבחן הביטוי הפוגע. אולם, אין זו נסיבה שבלעדיה
- 22 אין.
- 23 בנידוננו, המכתבים לא נועדו לקידום עניין ציבורי, אלא לעניין פרטי, כאשר חברת מעיינות, כמו גם
- 24 חברת שפיר, הינן שתי חברות פרטיות, המתחרות אחת כנגד השנייה. לאור כל המצוין לעיל, בענייננו,
- 25 לא מתקיימת, הגנת אמת בפרסום, שכן המכתבים לא נועדו לקידום עניין ציבורי.
- 26
- 27 משכך, נותר לבחון האם המכתבים חוסים תחת הגנת תום הלב שבסעיף 15 בחוק לשון הרע.
- 28 סעיף 15 קובע כדלהלן:
- 29
- 30 "15. במשפט פלילי או אזרחי בשל לשון הרע תהא זאת הגנה טובה אם הנאשם או הנתבע עשה את
- 31 הפרסום בתום לב באחת הנסיבות האלו:
- 32 (1) הוא לא ידע ולא היה חייב לדעת על קיום הנפגע, או על הנסיבות שמהן משתמעת לשון הרע או
- 33 התייחסותה לנפגע כאמור בסעיף 3;
- 34



בית המשפט המחוזי בחיפה

04 ספטמבר 2012

ת"א 10-08-21858 שפיר ואח' נ' א.א. מעיינות בע"מ
ואח'

(2) היחסים שבינו לבין האדם שאליו הופנה הפרסום הטילו עליו חובה חוקית, מוסרית או חברתית לעשות אותו פרסום;
(3) הפרסום נעשה לשם הגנה על ענין אישי כשר של הנאשם או הנתבע, של האדם שאליו הופנה הפרסום או של מי שאותו אדם מעונין בו ענין אישי כשר;"

התובעת טענה להגנה מכוח שלושת הסעיפים הקטנים דלעיל.
בנידונו, אכן, לא ניתן להתעלם מן העובדה כי נוסח המכתבים היה בוטה עד מאד. על כך יש להוסיף, כפי שצוין בהודעת הדואר האלקטרוני השנייה (מיום 6.6.10), התובעת לא הסתפקה במשלוח מכתביה בלבד, אלא שהיא צירפה להם מכתבים מאת ב"כ כוחה, שנשלחו למעיינות (זאת ללא תשובותיו של ב"כ הנתבעת למכתבים אלו). עם זאת, לאחר שעיינתי בטענות הצדדים לענין זה, סבורני כי עומדת לתובעת, ולו בדוחק, ההגנה הקבועה בסעיף 15(3) בחוק איסור לשון הרע.
סעיף משנה זה נועד להגן על פרסומים שנעשו לשם הגנה על אחד משלושת האינטרסים המצוינים בו. בהתאם לסעיף משנה זה יש להראות כי הפרסום אכן נועד להגן על אותו ענין, כי הוא הופנה רק לאנשים מסוימים שזהותם מתחייבת מהוראת הסעיף, וכי הפרסום נעשה בתום לב. בהקשר זה מקובלת עליי טענת התובעת, לפיה המכתבים נשלחו לשם הגנה על ענין אישי כשר של התובע-בעליה ומנהלה של התובעת, אשר במועד הרלוונטי למשלוח המכתבים היה הבעלים הרשום של המדגמים, ושל סימן המסחר הרשום AQUA TAL. מעדותו של התובע שוכנעתי, כי במועד משלוח המכתבים, אכן סבר התובע כי זכויותיו וזכויות התובעת, בין היתר, בסימן המסחר הרשום, מופרות, וכן סבר, כי הנתבעת פוגעת בזכות היוצרים של התובעת, וכי היא מפרה את המדגמים הרשומים על שם התובע. בנוסף, לתובע היה ענין אישי כשר בפרסום, זאת אף נוכח התפקיד המוטל עליו לדאוג לעניינה וזכויותיה של התובעת, ולנקוט בצעדים סבירים לשם שמירת נכסיה, לרבות נכסי הקניין הרוחני שלה והזכויות הנובעות מנכסים אלה. כמו כן, מן הראיות שהונחו בפני, נראה כי תפוצת הפרסום הייתה מידתית, פרסום המכתבים הופנה רק לגורמים הרלוונטיים, רשת אייס וניו בר, גורמים, שעל פניו, יכלו למנוע את הפעולות המפרות, זאת להבדיל מרשת שופרסל, לגביה לא שוכנעתי, כי, בפועל, נשלח אליה המכתב. על כך אוסיף, כאמור, כי במכתב לניו בר לא צוין כלל שמה של התובעת ולא היו טענות שהופנו כנגד הנתבעת, ולו אף ברמיזה.
במסגרת הוכחת תום הלב בנידונו, על התובע היה להוכיח, כי נקט באמצעים הדרושים על מנת לוודא שהדברים שהוא עומד לפרסם במכתביו, הינם נכונים. סבורני, כי לנוכח העובדה כי, במועד בו נשלחו המכתבים, לתובע הייתה בעלות במדגמים הרשומים, והוא אף שכר את שירותיו של עורך דין, על מנת לברר את זכויותיו ולהגן עליהן, ניתן לקבוע כי התובע נקט באמצעים סבירים, שעמדו לרשותו, על מנת לוודא כי הדברים שהוא יפרסם הינם נכונים.
סעיף 16(א) בחוק איסור לשון הרע קובע, כי אם עשה הנתבע את הפרסום באחת מהנסיבות האמורות בסעיף 15 לחוק וכאשר הפרסום לא חרג מתחום הסביר חזקה עליו שעשה את הפרסום בתום לב.



בית המשפט המחוזי בחיפה

04 ספטמבר 2012

ת"א 10-08-21858 שפיר ואח' נ' א.א. מעיינות בע"מ
ואח'

אשר על כן, עומדת לתובע הגנת תום הלב לפי סעיף 15(3) לחוק איסור לשון הרע, ודין התביעה
שכנגד להידחות.

סוף דבר

תביעת שפיר נדחית על כל חלקיה.
התביעה שכנגד נדחית.
אף שנתתי ליבי לכך ששתי התביעות נדחו, ישלמו התובעים לנתבעים 1-2, סך של 40,000 ₪, בגין
שכ"ט עו"ד, ולנתבעת 3 ישלמו סך של 15,000 ₪, בגין שכ"ט עו"ד.

ניתן היום, ט"ז אלול תשע"ב, 03 ספטמבר 2012, בהעדר הצדדים.

עדי זרובין, שופט



בית המשפט המחוזי בחיפה

04 ספטמבר 2012

ת"א 10-08-21858 שפיר ואח' נ' א.א. מעיינות בע"מ
ואח'