

בית דין אזורי לעבודה בתל אביב - יפו

תע"א 7888-08 הדיה בע"מ נ' תיצוג פדגו פלסטיק בע"מ ואח'

בפני כב' השופטת אופירה דגן-טוכמכר
נציגת עובדים גב' אסתר קורדונה

תובעת הדיה בע"מ

נגד

נתבעים 1. תיצוג פדגו פלסטיק בע"מ
2. מנחם אדטו

פסק דין

1. לפנינו תביעה שהגישה התובעת כנגד הנתבעים לתשלום פיצויים ללא הוכחת נזק בגין הפרת זכויות יוצרים.

העובדות לענייננו:

2. התובעת הינה חברה פרטית אשר עוסקת במתן שירותי פרסום ושיווק, לרבות התקנת אביזרי נראות (כרזות, מעמדים, שלטי מדף וכיו"ב) בנקודות מכירה.
3. הנתבעת 1 (להלן: "הנתבעת") הינה חברה פרטית, העוסקת, בין היתר, בייצור מוצרי דפוס, פלסטיק ומעמדים.
4. בין התובעת לנתבעת התקיימו קשרים עסקיים אשר במסגרתם שימשה הנתבעת כספקית של התובעת.
5. הנתבע 2 (להלן: "הנתבע") הועסק אצל התובעת בתפקיד מנהל הפקות ורכש, החל מיום 20.3.05 ועד להתפטרותו שנכנסה לתוקף ביום 18.3.07.
- בחודש 4/07 החל הנתבע לעבוד אצל הנתבעת בתפקיד מנהל מחלקת הדפוס.
6. ביום 13.6.07 הגישה התובעת לבית דין זה תביעה כנגד הנתבע (עב 6634/07), במסגרתה עתרה למתן צו אשר ימנע את המשך עבודתו בנתבעת' וכן דרשה פיצוי בגין הנזקים שנגרמו לה, לטענתה, מחמת גזל סודות מסחריים והפרת כתב התחייבות עליו חתם.
- ביום 19.2.08 הגישה התובעת לבית הדין תביעה כנגד הנתבעת (עב 3068/08) במסגרתה עתרה למתן צו שימנע מהנתבעת את המשך העסקתו של הנתבע וכן דרשה פיצוי כספי בגין גרם הפרת חוזה וגזל סוד מסחרי.
- הדיון בשתי התביעות אוחד ונדון בפני כב' השופטת ורדה סאמט. נדגיש, כי תביעות אלה אינן קשורות לענייננו באופן ישיר, ואולם הן עומדות ברקע להגשת התביעה דנן.

להשלמת התמונה נציין כי ביום 23.6.09 ניתן פסק דינה של כב' השופטת סמט אשר דחתה במלואן את שתי התביעות שנדונו בפניה. ערעור על פסק הדין (ע"ע 457/09) נדחה על ידי בית הדין הארצי לעבודה ביום 28/10/11, ועתירה לבג"צ כנגד החלטת בית הדין נדחתה אף היא (בג"צ 9182/11).

7. בהמשך לשני ההליכים הקודמים שהגישה התובעת כנגד הנתבעים, ביום 18.6.08 הוגשה התביעה דנן, אשר מתייחסת לאירוע ספציפי, אשר התרחש בתערוכת "יורושופ" שהתקיימה בחודש פברואר 2008 בגרמניה (להלן: "התערוכה").

8. התובעת טוענת כי בתערוכה, הציגה הנתבעת (בית היתר באמצעות הנתבע) מוצרים ייחודיים, אשר לתובעת זכות יוצרים עליהם, זאת, מבלי שניתנה לנתבעת הרשאה להציגם. התובעת טוענת כי בכך הפרו הנתבעים את זכות היוצרים השייכת לה במוצרים אלה על דרך "העתקה" ו-"הצגה לציבור" והיא זכאית לפיצוי בגין הפרה זו אף ללא הוכחת נזק. התובעת אף טוענת כי הנתבעת גזלה ממנה סוד מסחרי, ועשתה בו שימוש לצרכיה.

9. מנגד, הנתבעים טוענים כי מדובר במוצרים שתוכננו ועוצבו על ידם, ולהם זכויות היוצרים בהם. עוד טוענים הנתבעים כי לא מדובר ביצירות אומנות אלא במדגמים, וככל שאלה לא נרשמו כדין, הרי שאין לתובעת כל זכות בהם. בנוסף נטען כי לא מדובר בסוד מסחרי, ומכל מקום, כי המוצרים הוצגו בתערוכה על מנת להציג את יכולותיה של הנתבעת ולא על מנת למכור את אותם המוצרים לקהל, ומכל מקום בשים לב לכך שההפרה הנטענת התבצעה בגרמניה, הרי שאין עילת תביעה בישראל.

דיון והכרעה:

10. מטעם התובעת העידו: מר עופר גל- הבעלים והמנכ"ל של התובעת (להלן: "מר גל"); גב' ליאת רוזנצווייג- עובדת בתובעת בתפקיד מעצבת גרפית (להלן: "גב' רוזנצווייג").
11. מטעם הנתבעים העידו: אלון גרוס- מנהל הנתבעת (להלן: "מר גרוס"); הנתבע; ואהרון אקרלינג- מנהל הנתבעת האחראי על תחום העיצוב בנתבעת (להלן: "מר אקרלינג").
12. לאחר ששמענו את העדויות, בחנו את חומר הראיות ושקלנו את טיעוני הצדדים, להלן הכרעתנו.

היצירות נשוא העניין

13. במרכז ענייננו עומדים שני מוצרים מסוג "כובש מדף". המדובר בסוג של שלט, המותקן בחזיתות של מדפים ברשתות שיווק גדולות (בצמוד ובמקביל לסף המדף). תכליתו של כובש המדף היא למשוך את העין אל המוצרים המונחים על המדף, מבלי לחסום את הגישה לאותם מוצרים ולאפשר את איסופם לסל הקניות.
14. מטבע הדברים, מיקומו של הכובש על סף המדף, מכתוב במידה מסוימת את מידותיו. גובה השלט (בדוגמאות שבפנינו בין 4.5 ל- 6.5 ס"מ) ורוחבו, אשר נגזר משטח התצוגה הרלוונטי (בדוגמאות שבפנינו נע בין 35 ל- 50 ס"מ), כאשר בשני המקרים שבפנינו שיטת החיבור של השלט למדף, היא באמצעות תוספת של משטח, אשר מחובר לשלט בניצב ומונח/מודבק למדף.

15. בתיק זה הוגשו לבית הדין שני כובשי המדף אשר אין חולק כי יוצרו בפועל במפעלה של הנתבעת והוצגו על ידיה בתערוכה בגרמניה: האחד הוא כובש מדף שנועד לשיווק מוצרי היגיינה נשית של המותג "Kotex" (להלן: "קוטקס"); השני מיועד לפרסום מותג הבובות "Bratz" (להלן: "ברץ"); נציין כי מלכתחילה נגעה התביעה גם למתקן תצוגה למכשירי מירס ואולם בסיכומיה זנחה התובעת את הטענה ככל שהיא נוגעת למתקן מירס, לאחר שהתברר כי מתקן מירס לא הוצג בתערוכה בגרמניה.
16. אשר לכובשי המדף, בשני המקרים מדובר בכובשים ששולבו בהם אלמנטים תלת מימדיים: בכובש "ברץ" מדובר בשלט שטוח שחלקו העליון חתוך בצורת קשת, במרכזו מודפסת המילה BRATZ על רקע ציורי פרפרים ומשני צדדיה מודבקות בהבלטה דמויות של בובה. כובש המדף של קוטקס הוא בעל חזית תלת מימדית בצורת גל שעליו הדפסה הכוללת כיתוב ועיטור ובתוכו משולב אלמנט נשלף בצורת קשת שגם עליו מודפסת גרפיקה המשלבת כיתוב ותמונה.
17. הצדדים אינם טוענים לזכות יוצרים במבנה הבסיסי של כובשי המדף, לרבות שיטת הצמדתם למדף, באשר נראה כי מוצרים מסוג זה מיוצרים בשוק מחומרים דומים, על ידי יצרנים שונים. המחלוקת שבין הצדדים נוגעת לשאלת זכויות היוצרים בשני כובשי המדף הקונקרטיים (כובש ברץ וכובש קוטקס) מיהו בעל הזכויות בהם, האם מדובר ביצירה אומנותית או שמא במדגם, ומה משמעות הצגתם של הכובשים על ידי הנתבעת בתערוכה בגרמניה.

המסגרת הנורמטיבית:

18. [חוק זכות יוצרים](#), התשס"ח-2007 (להלן: "החוק החדש") פורסם ברשומות ביום 25.11.07 ונכנס לתוקף שישה חודשים לאחר יום פרסומו, היינו ביום 25/4/07. יוצא איפה כי בעת שהועתקו כובשי המדף והוצגו בתערוכה בגרמניה, הדין שהיה בתוקף הוא [חוק זכות יוצרים](#), 1911 (להלן: "חוק זכות יוצרים").
19. עם זאת יש להבהיר כי סעיף 78(א) לחוק החדש, שכותרתו "תחולה והוראות מעבר", קובע כי:

"הוראות חוק זה יחולו גם לגבי יצירה שנוצרה לפני יום התחילה, בכפוף להוראות סעיפים קטנים (ב) עד (י)".

כך, סעיף 78 (ג) לחוק החדש קובע כי:

"על פעולה ביצירה שנעשתה לפני יום התחילה לא יחולו הוראות פרק ח' לעניין הפרה של זכות יוצרים או זכות מוסרית ולעניין תרופות, וימשיכו לחול לגביה, לעניינים אלה, הוראות הדין הקודם; ואולם, פעולה כאמור, שאינה מהווה הפרה

של זכות יוצרים או זכות מוסרית לפי הוראות חוק זה, לא תהיה לגביה זכות תביעה לפי הוראות הדין הקודם.

20. לאור העובדה שהתביעה דן מתייחסת לאירוע הפרה שהתרחש בחודש פברואר 2008 (ולפעולות שבוצעו קודם לכן), הרי שהדין החל על ענייננו הוא [חוק זכות יוצרים](#), 1911. עם זאת, יש להתייחס במידה מסויימת גם להוראות החוק החדש, שכן מעשה שאינו מהווה הפרה לפי החוק החדש, לא תהיה לגביו זכות תביעה לפי החוק הקודם.

מיהו היוצר של כובשי המדף

21. סעיף 5 [לחוק זכות יוצרים](#) קובע כי מחברה של יצירה יהא הבעל הראשון של זכות יוצרים בה (גם סעיף 1/33) לחוק החדש קובע כי היוצר של היצירה הוא הבעלים הראשון של זכות היוצרים ביצירה).

22. התובעת טוענת כי בהתאם [לחוק זכות יוצרים](#) היא מחברה של היצירות האמנותיות, שכן תכנון ועיצוב הכובשים נעשה ע"י גב' רוזנצוויג (העובדת כגרפיקאית בתובעת). על כן, לטענתה, משיוצרו כובשי המדף על ידי התובעת, הרי שהיא בעלת זכות היוצרים בהם.

23. מנגד, הנתבעים טוענים כי יוצר כובשי המדף נעשה על ידי הנתבעת. לטענתם, התובעת הייתה רק מתווכת בין הלקוחות שביקשו מוצר (לדוג' כובשי המדף של קוטקס וברץ) לבין הנתבעת, והרוויחה מההפרש שבין המחיר ששילמה לנתבעת לבין המחיר הגבוה בו חייבה את הלקוחות הנ"ל. לטענתם, התובעת העבירה אל הנתבעת רעיון כללי, והנתבעת היא זו שפיתחה אותו, עיצבה אותו ובחרה את סוגי החומרים כדי לתת לו ממשות.

24. לאחר שעיינו בראיות שלפנינו לא מצאנו לקבל את טענת הנתבעים. למעשה הנתבעים טוענים כי התובעת שימשה כמזמינה בלבד של כובשי המדף תוך שהציבה דרישה כללית לגבי מראם, כאשר מי שעיצב וייצר את כובשי המדף היא הנתבעת. ואולם, מהראיות שבפנינו עולה תמונה שונה. הנתבעת טענה בעצמה בכתב ההגנה (סעיף 41) כי התובעת מפעילה מחלקת גרפיקה בעבור לקוחותיה ועבודות הגרפיקה נשלחות אל הספקים (ובכללם הנתבעת) אשר מבצעים לפיהן יצור של מוצרים שונים.

עולה מהראיות כי כך אף היה בכל הקשור לשני כובשי המדף:

באשר לכובש המדף של "ברץ": למעשה אין חולק כי מדובר בכובש מדף פשוט, שלא הצריך עבודת יצירה מורכבת. ראו לעניין זה עדותו של מר אקרלינג (עמ' 20 לפרוטוקול):

"המוצר עצמו הוא כובש מדף פשוט שחוץ מההבלטה שנעשתה לפי הצורה של

הבובה, אין בו משהו מיוחד" (וראו לעניין זה גם עדותה של גב' רוזנצוויג-עמ' 4 לפרוטוקול).

גב' רוזנצוויג העידה לעניין מהות יצירתה כדלקמן (עמ' 2 לפרוטוקול):

"ש.מה יצרת?"

ת.את הרעיון, של איך הוא יראה, איך תהיה הבלטה, אם תהיה הבלטה, איפה יהיו הדמויות, איך העיצוב יראה בסופו של דבר..."

מר אקרלינג אישר בעדותו כי את עבודות הגרפיקה קיבל מגב' רוזנצוויג (עמ' 20-21 לפרוטוקול):

"ש. בוא נעבור לבראץ, מה קבלת מליאת?

ת.גרפיקה...

..

ש.את הדמות עצמה, הכנפיים, הצ'ופצ'יק, את זה עושה ליאת?

ת.ליאת מעבירה לי את הגרפיקה עם הקו סכין שלה ואם הוא לא מתאים לביצוע

אז אני עושה קן סכין אחר."

יוצא, אפוא, כובש המדף של ברץ, נעשה למעשה בהתאם לעבודות העיצוב והגרפיקה שבוצעו ע"י גב' רוזנצוויג. גב' רוזנצוויג העידה לעניין זה כי ייתכן שיהיו שינויים קלים כאלה ואחרים בקן הסכין אשר לפיו יפעל הספק (עמ' 5 לפרוטוקול). עוד העידה לעניין זה:

"ברגע שאנו עובדים מול הלקוח יש סוג של פינג פונג. ברגע שהגרפיקה מאושרת אז אני בונה את הקו סכין איפה שאני רוצה שהספק יחתוך את הצורה. את זה בעצם אני שולחת לספק, שולחת לו הדמיה איך שזה יראה, בתלת מימד או שאני מסבירה. אם זה לא מסובך - אני מסבירה. החומר נשלח בקובץ סגור לדפוס, היצרן יכול לשנות את הקו סכין לפי הצרכים שלו, במקצת, כלומר אם יש שפיצים חדים מדי, הוא יכול לעגל, אבל זה לא ברמה של שינוי משמעותי."

מר אקרלינג בחקירתו לא טען כי עשה שינוי מהותי בשני כובשי המדף לעומת עבודות העיצוב שסיפקה לו גב' רוזנצוויג (עמ' 21 לפרוטוקול). לדידנו, ברור כי אין בשינויים הקלים בקו הסכין, ככל שהיו, כדי לשנות את המסקנה באשר לזהות היוצר, הגב' רוזנצוויג.

באשר לכובש המדף של "קוטקס": מר אקרלינג העיד בחקירתו כי אחד ממנהלי התובעת (דורון כהן) הציג לו מוצר אחר של אותה לקוחה (חוגלה קימברלי) וביקש כי יעשה מוצר דומה (עמ' 20 לפרוטוקול):

"...אני זוכר את המקרה הזה טוב כי הוא לקח אותי לסופרפארם. לחברה הזו, חוגלה קימברלי יש עוד מוצר של חוגלה עם אותו גל בצבע כחול או לבן. זה מוצר של לילי. אם אני לא טועה. דורון אמר לי בשטח בחנות שהוא רוצה מוצר באותה שפה אבל יותר חדשני..."

..

ש.את המידות איך אתה יודע?

ת.במקרה הזה שאני הייתי בשטח, לסופר פארם יש מה שנקרא שדה. את הדגם הזה עשינו לפי המידות של הכובש מדף של לילי."

יוצא, אפוא, כי גם באשר לכובש מדף של קוטקס, למעשה לא הייתה כל חדשנות ביצירתו והוא היה זהה לכובש מדף אחר של הלקוחה חוגלה קימברלי. לכן, אנו למדים מכך כי מה שבעיקר מבדיל בין שני כובשי המדף של אותה לקוחה הוא עבודות העיצוב והגרפיקה שנעשו ע"י גב' רוזנצוויג (ראו עדותו של מר אקרלינג - עמ' 20 לפרוטוקול).

נציין, כי גם אם נקבל את טענתו של מר אקרלינג לפיה הרעיון בדבר הקשת הנשלפת בכובש המדף של קוטקס היה שלו (עמ' 20 לפרוטוקול; ראו גם עדותו של הנתבע- עמ' 14 לפרוטוקול ועדותו של מר גרוס- עמ' 19 לפרוטוקול), הרי שאין בכך כדי להופכו לבעל היצירה כולה. לדידנו, הצורה המיוחדת שבה עוצבה הקשת הנשלפת במקרה דנן, באופן שמשלב ומתייחס לגרפיקה שעליה, היא חלק בלתי נפרד מהעיצוב הכולל של המוצר, אשר אותו יצרה הגברת רוזנצוויג שהיא עובדת התובעת. לכן, לדידנו, גם את הכובש מדף של קוטקס יצרה התובעת.

25. נציין, כי לעניין בחירת החומרים, מצאנו לקבל את גרסתה של התובעת כי היא שבחרת את החומר הכללי ממנו מיוצר כובש המדף והנתבעת מצידה בוחרת רק את סוג החומר הקונקרטי בו היא משתמשת. גב' רוזנצוויג העידה לעניין זה (עמ' 3 לפרוטוקול):

"ש.איך אני אמור להבין מהקובייה עליה הצבעת שאני צריך להגיע למוצר הסופי הזה עם החומרים האלה.

ת.ממני. אני מביאה שרטוט, חומרים, אני אומרת שאני רוצה מפי.וי.סי. פה במקרה הזה הבאתי שרטוט וביקשנו הבלטות".

כשהופנתה גב' רוזנצוויג לאמור בתצהירה לפיו הנתבעת היא שבחרת את החומרים, העידה (עמ' 3 לפרוטוקול):

"ת.אני אומרת בגדול שאני רוצה מ-PVC, זה לא מענייני אם הוא יעשה את זה מ-

PVC מוקצף או דחוס או שונה. הוא מבין בחומרים".

לדידנו, אין בעדותה זו משום סתירה לאמור בתצהירה.

גם מר גל חזר על גרסה זו, למרות שהוצג בפניו כאילו גב' רוזנצוויג העידה אחרת (עמ' 11-12 לפרוטוקול):

"ש.מי שבחר את חומרי הגלם זה התובעת?

ת.התובעת בלבד.

ש.אם אגיד לך שהעדה מטעמך העידה..

ת.היא גרפיקאית ולא מתמצאת בכל נושא הרכש בחברה. אנו מפנים לספק שמתעסק בייצור של החומר הרלוונטי ומתאמים עם היצרן איזה חומר בדיוק ישמש לייצור מוצר ספציפי. אסביר שחומר PVC כזה יש בכל מיני עוביים ויש לזה השלכה על המחיר הסופי, וזה אחרי שזה יוצא מהשולחן של הגרפיקאית, הרכש עובד מול היצרן וסוגר סופית את פרטי היצור. בעוביים של הכובשי מדף, זה בדור"כ בעובי של שניים או שלושה מ"מ או אפילו 5 מ"מ, כך שאין השפעה משמעותית על העיצוב.

..

ש.שאלתי אותך לגבי החומרים, ואתה השבת שהתובעת בוחרת אותם. העדה העידה שזה לא נכון. מה יש לך לומר על זה?

ת.ליאת מפנה עבודה ספציפית לספק שמתעסק בחומרי הגלם האלה, אם הוא בוחר בחומר גרמני או סיני או ישראלי זה עניין של הספק, ולזה היא התכוונה".

26. ממכלול הראיות שהובאו בפנינו עולה בבירור כי עיצוב כובשי המדף נעשה על ידי עובדת של התובעת והועבר לנתבעת לצורך ביצוע. תכנון הגרפיקה נעשה באופן בלעדי על ידי התובעת והועבר בקובץ סגור להדפסה. יתר פרטי העיצוב נקבעו בעיקרם על ידי התובעת, כאשר לנתבעת הושאר שיקול דעת מסויים ביחס לבחירת החומרים. לפיכך אנו קובעות כי התובעת היא בעלת הזכויות בשני כובשי המדף נשוא ההליך דנן. בניגוד לטענת הנתבעים, התובעת לא הזמינה רעיון כללי מהנתבעת אלא סיפקה לנתבעת את כל הפרטים העיצוביים הדרושים לצורך ייצור כובשי המדף לרבות מידות החזית של השלט, צורתו, הגרפיקה והאלמנטים התלת מימדיים שיוצגו עליו. אשר על כן, התובעת היא המחברת של כובשי המדף, הגם שבפועל תהליך יצורם נעשה אצל הנתבעת.

האם כובש המדף הוא יצירה אומנותית

27. סעיף 35 לחוק זכות יוצרים מגדיר "יצירה אמנותית" כדלקמן:
- "יצירה אמנותית" - כוללת עבודות ציור, שרטוט, פיסול ומלאכת אמנות ומעשי אמן אדריכליים ופיתוחים וצילומים".**
28. למונח "יצירה" ניתנה בפסיקה פרשנות מרחיבה. בניגוד לתחום הפטנטים שבו על המבקש הגנה להוכיח, בין היתר, התקדמות המצאתית, אין הדבר כן בזכויות יוצרים. רעיון מקורי בעל ביטוי מוחשי, אפילו לא תהא בו התקדמות המצאתית או חדשנות, יהא בחינת יצירה שמוגנת על ידי זכויות יוצרים. (ראה ע"א 2790/93 Eisenman נ' קימרון, פ"ד נד(3) 817 (2000), וראה גם ע"א 3422/03 Krone AG נ' ענבר פלסטיק משוריין, נט(4) 365 (2005)).
- בעמ' 346).**
29. בפס"ד בע"א S/Interlego a 513/89 נ' Lines Bros. S.a-exin, פ"ד מח(4) 133 (1994) (להלן: "עניין אינטרלגו") סיכם הנשיא שמגר את המבחנים לשם קבלת הגנה של זכויות יוצרים:
- "(1) ביטוי לגביו מתבקשת הגנת זכות יוצרים צריך לעמוד בתנאים הבאים:**
- (א) צריך שיהיה, לפחות בחלקו, מעשה ידי אדם.**
 - (ב) הוא צריך ללבוש חזות ממשית.**
 - (ג) הוא צריך להיות תוצר של השקעה מינימאלית של משאב אנושי כלשהו.**
 - (ד) יצירתו צריך שתיעשה תוך שימוש מינימאלי של יצירות מקוריות, כאשר 'מקורית' פירושה שהיצירות היא פרי עמלו הרוחני של היוצר, אך לאו דווקא שהיא מהווה חידוש על פני יצירות קיימות.**
 - (ה) על היצירות המחשבתיות ללבוש צורת ביטוי ולא רק רעיון העומד מאחוריו.**
 - (2) בחינת מקוריות היצירה צריכה להתמקד בשלב גיבוש הביטוי ולא בשלב המוצר המוגמר.**
 - (3) יש להבחין בין בדיקת מקוריותה של יצירה המתבססת על יצירה קודמת ספציפית לבין בדיקת מקוריותה של יצירה העושה שימוש רק באלמנטים כלליים. יצירה מהסוג השני תעבור את מחסום המקוריות בקלות יחסית.**

(4) במקרה של יצירות ויזואליות, מסקנה זו יוצרת קושי רב, שכן קיים חשש שהמעבר הקל של מחסום המקוריות יפר את האיזון בין עידוד יצירות על ידי מתן תמריץ לייצר, לבין פגיעה ביכולת הייצור של יצירות על ידי שלילת אבני הבניין שלהן מיוצרים אחרים.

(5) פתרון אפשרי לקושי זה הוא על ידי יצירת קריטריון גבוה יותר של מקוריות, בין איכותי ובין כמותי.

30. בית המשפט העליון בע"א 360/83 סטרוסקי בע"מ נ' גלית ויטמן בע"מ, פ"ד מ(3) 340, 355 קבע כי שלט פרסום שעיצבו המערערים מהווה יצירה אמנותית, על אף שכבר קודם לכן בארצות של מוצרי החברה נעשה שימוש באותם אלמנטים גרפיים שמהם הורכב העיצוב של השלט נשוא העניין:

"על אף שהמערערים השתמשו בעיצוב בשם 'ויטמן' (באותיות בעלות אותו עיצוב שהמשיבות השתמשו בו כבר קודם לכן על ארצות הגלידה שלהן) ובסימן הפרח, שגם הוא היה בשימוש הקודם של המשיבות, ובפסים שהם, המערערים, השתמשו בהם קודם לכן, ובכל אחד מאלה לא היה חידוש ומקוריות, הרי שדי בכך שהם עמלו והשתמשו בכישורם המקצועי וחיברו את כל המרכיבים גם יחד ליצירה חדשה, משלהם, שמקורה בהם ושאינה העתק של יצירה אחרת. די, לדעתי, בכך כדי להגיע למסקנה, כי השלט הוא יצירה מקורית הראויה להגנה. (ההדגשה לא במקור - א' ד"ט").

31. יישום של האמור לעיל בענייננו מעלה כי כובשי המדף מהווים יצירות אמנותיות. אין חולק כי לצורך יצירת כובשי המדף נעשו פעולות של עיצוב אלמנטים ועיצוב גרפיקות המייחדים את כובשי המדף הנ"ל ליוצרים. עיצובים אלה קיבלו ביטוי מוחשי בעצם יצירת כובשי המדף. ברור כי במהלך העיצוב נעשה שימוש בסימני מסחר רשומים של קוטקס וברץ, ואולם אין בכך כדי לבטל את עבודת העיצוב של כובש המדף, הכוללת את בבחירת הצבעים, המידות, הצורה של השלט ושל האלמנטים הבולטים, מיקומם ועוד וכיו"ב, בהם הושקעו זמן ומחשבה של המעצבת.

32. נציין כי למעשה הנתבעים אף לא טענו כי לא מדובר ביצירות אמנותיות, אלא טענתם היחידה הייתה כי המדובר במוצרים המהווים "מדגמים", טענה שכפי שנפרט להלן, אין בידניו לקבל.

33. לאור האמור, הרי שאנו קובעות כי שני כובשי המדף מהווים "יצירות אמנותיות".

האם כובשי המדף מהווים מדגם

34. כאמור, הנתבעים טוענים כי כובשי מדף אלה מהווים "מדגמים" ולא "יצירות אמנותיות". אם טענה זו תתקבל, הרי שאז יחול החריג הקבוע בסעיף 22(1) לחוק זכות יוצרים, לפיו:

"חוק זה לא יחול על סימני אמצאה הראויים להירשם עפ"י חוק הפטנטים וסימני האמצאה, 1907, פרט לסימני אמצאה שאם אמנם ראויים הם לרישום אינם

משמשים ואינם מכוונים לשמש כמודלים או כדוגמאות המוכפלים ע"י פרוצס תעשייתי".

הוראה דומה, בלשון יותר ברורה, מצויה בסעיף 7 לחוק החדש לפיו:

"על אף הוראות סעיף 4, לא תהא זכות יוצרים במדגם כהגדרתו בפקודת הפטנטים והמדגמים, אלא אם כן המדגם אינו משמש ואינו מכוון לשמש לייצור תעשייתי; השר רשאי לקבוע תנאים שבהתקייםם ייחשב מדגם כמשמש לייצור תעשייתי".

35. כפי שיפורט להלן, שני כובשי המדף אינם ראויים להגנת המדגם ולכן סעיף (1)22 לא חל בענייננו.

36. סעיף 2 לפקודת הפטנטים והמדגמים מגדיר "מדגם" בקובעו:

"מדגם" אין פירושו אלא קווי דמות, צורה, דוגמה או קישוט שמייחדים לכל חפץ ע"י תהליך או אמצעי תעשייתי, אם בעבודת יד או במכונה או בפעולה כימית, בצורה נפרדת או מחוברת, הבולטים לעין- רואה בסחורה המוגמרת, ואפשר להבחין רק במראית עין, אבל אין המונח כולל כל שיטה או עיקר של בנין או כל דבר שאינו בעיקרו אלא התקן מיכני".

כלל ידוע הוא כי על מנת שעיצוב ייחשב כמדגם, הוא חייב להיות צמוד לחפץ שנועד למטרה אחרת בפני עצמו. עמדה על כך השופטת הדסה בן עתו ב-ת"א 1454/79 חברת סטרוסקי בע"מ נ' חברת גלידת ויטמן בע"מ, פ"מ תשמ"ג(2) 460, 470, בצינה כי:

"כדי שעיצוב ייחשב כמדגם, הוא חייב להיות צמוד לחפץ שנועד למטרה אחרת בפני עצמו. דוגמא טובה לכך היא ההבדל בין טפט לבין כרזה. אפילו מופיע על שניהם אותו הציור, יחשב הטפט כנושא למדגם כי מטרתו העיקרית לצפות בו קיר ואילו כרזת הפרסומת היא יצירה אמנותית, כי מטרתה היחידה היא למשוך את עין הצופה ולנייר שבה אין כל שימוש אחר".

על פסק דין זה הוגש ערעור לבית המשפט העליון. בפסק הדין של בית המשפט העליון ב-ת"א 360/83 סטרוסקי בע"מ נ' גלידת ויטמן בע"מ, פ"ד מ(3) 340, 355 (להלן: "עניין סטרוסקי") אישרה השופטת נתניהו את קביעתה של כב' השופטת בן עתו כי המדובר ביצירה אמנותית והוסיפה לעניין שלט הפרסומת כי:

"ואילו כאן העיצוב הגרפי לא נועד לצפות את השלט. העיצוב עצמו הוא המטרה, למשוך את עיני העוברים והשבים. השלט נועד רק לשאת את הציור הגרפי על גבו. הוא טפל לציור ואין לו כל שימוש משל עצמו".

(נדגיש כי הערעור אמנם התקבל, אך בעניין זה אושרה קביעתה של כב' השופטת עתו).

37. בענייננו, לא יכול להיות חולק כי כובשי המדף מהווים הלכה למעשה כרזות פרסומת. מטרתם כשם כן היא- לכבוש את עיני העוברים והשבים בנקודות המכירה. על כן, כפי שנקבע בעניין סטרוסקי, אין הם ראויים להירשם כמדגם. נוסף, כי הנתבעים גם לא טרחו להוכיח כי כובשי המדף היו מכוונים לשמש כמודל או כדוגמא המוכפלת בתהליך תעשייתי (מעבר לשימוש הנקודתי בקמפיין של ברץ/קוטקס). לא הוצגה מטעמים כל ראייה המוכיחה טענה זו. לכן, גם מהטעם הזה יש לדחות טענתם.

הפרת זכות היוצרים של התובעת:

38. אין חולק כי שני כובשי המדף שהוצגו בגרמניה זהים לחלוטין לכובשי המדף שעוצבו על ידי התובעת.

39. סעיף 1(2) לחוק **זכות יוצרים** קובע כי הזכות להעתקת יצירה שייכת לבעל זכות היוצרים בלבד. סעיף 2 לחוק **זכות יוצרים** קובע כי:

"רואים זכות יוצרים כאילו הופר ע"י אדם אם שלא בהסכמת בעל זכות היוצרים הוא עושה מעשה שהזכות היחידה לעשייתו נתונה בחוק זה לבעל זכות היוצרים.."

40. גם סעיף 11 (1) לחוק החדש קובע כי זכות העתקה (המפורטת בסעיף 12 לחוק) היא פעולה שלבעל זכות היוצרים יש את הזכות הבלעדית לעשותה.

41. משקבענו כי זכות היוצרים בכובשי המדף היא של התובעת בלבד, הרי שלמעשה הנתבעת ביצעה העתקה של היצירות לצורך הצגתן בתערוכה בגרמניה. העתקה זו מהווה הפרה של זכות היוצרים של התובעת. נציין, כי לא נטען, וקל וחומר שלא הוכח, כי ניתנה הסכמת התובעת להעתקת כובשי המדף ע"י הנתבעת.

42. ערות אנו לטענות הנתבעים כי מקובל בענפים רבים כי מפעל יצרני יוכל להציג "תיק עבודות" אשר יכלול מוצרים שיוצרו בהתאם לעיצוב שתוכנן על ידי הלקוחות. ועם זאת, בנסיבות דנן, בשים לב לסכסוך שהתגלע בין הצדדים, ולטענת התובעת כי הנתבעת מנהלת נגדה תחרות שאיננה הוגנת תוך פגיעה בסודותיה המסחריים, אין באפשרותנו לקבוע כי היתה הסכמה מכללא לשימוש בעיצוב שיצרה התובעת לצורך "תיק עבודות" של הנתבעת.

43. מעבר לדרוש, נציין, כי הצגת כובשי המדף בגרמניה מהווה גם הפרת זכות יוצרים בהתאם לסעיף 2(2) לחוק זכויות יוצרים הקובע כדלקמן:

"כמו כן, רואים זכות יוצרים ביצירה כאילו הופר ע"י אדם אם-

...

(ג) מציג בתערוכה לפני הציבור בדרך מסחרית;..."

ברור כי הצגת כובשי המדף בתערוכה בגרמניה הייתה בדרך מסחרית, שעה שהיה ברצון הנתבעת לקדם התקשרויות עסקיות. גם אם נקבל את טענת הנתבעים כי כובשי המדף הוצגו לצורך "הצגת יכולות", הרי שאין בכך כדי לשלול את המטרה העסקית העומדת מאחורי זה.

44. הנתבעים טענו כי אין סמכות בינלאומית לדון בתביעה זו לאור העובדה שההפרה הנתבעת בוצעה בתערוכה בגרמניה ולא בישראל.

45. לאור העובדה שאין חולק כי ההעתקה של היצירות בוצעה בישראל, הרי שבכל מקרה הפרת היצירות בוצעה בחלקה ישראל ולכן אנו דוחות את טענת הנתבעים להיעדר סמכות בינלאומית.

פיצויים בגין הפרת זכות יוצרים:

46. משהוכח כי הנתבעת אמנם הפרה את זכות היוצרים של התובעת ביצירה, יש להידרש לגובה הפיצוי. ההוראה הנוגעת לעניין היא סעיף 3 א' לפקודת זכויות יוצרים:

"לא הוכח הנזק שנגרם בהפרת זכות יוצרים, רשאי בית המשפט, על פי בקשת התובע, לפסוק לו לכל הפרה פיצויים בשיעור שלא יפחת מ-10,000 ₪ חדשים ולא יעלה על 20,000 ₪ שקלים חדשים".

47. לעניין זה פסק הנשיא שמגר כי:

"בבחירת סכום הפיצויים ללא הוכחת נזק שומה על בית המשפט לשים לנגד עיניו את שתי מגמות היסוד שבדיני זכויות יוצרים: האחת- פיצוי של בעל הזכות; השנייה הרתעתם של המפר ושל מפריס פוטנציאליים אחרים. מחד גיסא, מחייבת המגמה הראשונה שלא להיתלש לחלוטין מאומדן נזקו המשווער הממשי של התובע ולא להביא להתעשרותו שלא כדין...מאידך גיסא, מצדיקה המגמה השנייה להתחשב, לצורך קביעת סכום הפיצוי, במצבו הנפשי של המפר, היינו להחמיר פחות עם מפר תמים ולהחמיר יותר עם מפר במתכוון..

שיקולים שונים עשויים להילקח בחשבון בקביעת הפיצוי לאורן של מגמות היסוד הנ"ל: עוצמתן, מספרן ומשכן של ההפרות; סוג היצירה, אשמו של המפר; אופיו וגודלו של העסק המפר וכיוצא בזה..." (ע"א 592/88 שגיא נ' עיזבון ניניו, פ"ד מו(2), 254, 271-272 (1992)).

48. נציין, כי החוק החדש, שאמנם לא חל בענייננו, קובע פיצוי סטטוטורי ללא הוכחת נזק בסכום שלא יעלה על 100,000 ₪ בגין כל הפרה. סעיף 56 (ב) לחוק זה קובע שיקולים נוספים אשר בית המשפט ישים לנגד עיניו בעת קביעת שיעור הפיצויים. הכרעתנו בקביעת שיעור הפיצויים נעשית גם לאורו של החוק החדש המפרט את השיקולים כדלקמן:

"(1) היקף ההפרה; (2) משך הזמן שבו בוצעה ההפרה. (3) חומרת ההפרה; (4) הנזק הממשי שנגרם לתובע, להערכת בית המשפט; (5) הרווח שצמח לנתבע בשל ההפרה, להערכת בית המשפט; (6) מאפייני פעילותו של הנתבע; (7) טיב היחסים שבין הנתבע לתובע; (8) תום ליבו של הנתבע".

עוד נקבע בסעיף 56(ג) כי יראו הפרות המתבצעות במסכת אחת של מעשים, כהפרה אחת.

49. בענייננו אין מדובר בהפרה חמורה. עסקינן בהפרה מוגבלת מבחינת היקפה ומבחינת משך הזמן שבו בוצעה. הנזק שנגרם לתובעת הינו מזערי, אם בכלל, ולא הוכח כי לנתבעת צמח רווח בשל ההפרה. כפי שיפורט להלן, יש גם ליתן משקל לכך כי התובעת בעצמה ביצעה הפרה של זכות יוצרים של הנתבעת במוצר שייצרה הנתבעת (כפי שיפורט להלן). עם זאת, נתנו דעתנו לעובדה כי ההפרה בוצעה על רקע סכסוך עסקי שהתגלע בין הצדדים בעקבות החלטתו של הנתבע לעזוב את שורות התובעת ולחבור לנתבעת, וכן לטענת הנתבעת כי בנסיבות העניין נכפתה עליה מצד הנתבעת תחרות שאיננה הוגנת. בנסיבות העניין, מצאנו לפסוק ליזכות התובעת פיצוי בסך 10,000 ₪ בגין הפרת זכות היוצרים שלה.

טענת קיזוז- הפרת זכות היוצרים של הנתבעת במוצר שיצרה עבור חברת "דיפלומט":

50. הנתבעת טענה כי התובעת פרסמה באתר האינטרנט שלה מוצר אשר יצרה הנתבעת ובכך הפרה את זכות היוצרים של הנתבעת במוצר. המדובר בכובש מדף בצורת מסגרת אשר יועד לפרסום בושם "אסקדה". לטענת הנתבעת (אשר לא נסתרה) היא זו שתכננה עיצבה וייצרה את מסגרת אסקדה.

51. מר גל אישר בחקירתו, כי התובעת הציגה באתר האינטרנט שלה את המוצר שיצרה הנתבעת (עמ' 12 לפרוטוקול):

"ש. בנושא של דיפלומט. מי ייצר את המסגרת של דיפלומט?"

ת. הנתבעת 1.

ש. מציג לך את הפרסום של התובעת נספח ז' לתצהירו של אלון גרוס. נספח ז' מהאתר של התובעת.

ת. כן.

ש. בעצם התובעת פרסמה באתר האינטרנט שלה מוצר שיוצר על ידי הנתבעת 1.

ת. נכון."

התובעת, בסיכומיה, לא העלתה כל טענה ביחס לזכויות היוצרים במסגרת של אסקדה וכלל לא התייחסה לטענת הקיזוז שהעלתה הנתבעת.

52. בהתאם למבחנים שפורטו לעיל, הרי שגם המסגרת לבושם שיוצרה על ידי הנתבעת מהווה יצירה אמנותית. עיצוב המוצר על ידי הנתבעת נתן לו את מקוריותו ומהראיות שהובאו בפנינו עולה כי זכות היוצרים במוצר זה שייכת לנתבעת.

53. הצגתה של היצירה באתר האינטרנט של הנתבעת (ראו נספח ה' לכתב התביעה) היא למעשה העתקת היצירה (סעיף 11(1) לחוק החדש וכן העמדת היצירה לרשות הציבור (סעיף 15 לחוק החדש). זכות היוצרים ביצירה, השייכת לנתבעת, מקנה לה בלבד את הזכות הבלעדית לעשיית פעולות אלה (סעיף 11 לחוק החדש).

54. על כן, בהתאם לסעיף 47 לחוק החדש, עשיית פעולות אלה, ללא רשותה של הנתבעת, מהווה הפרה של זכות היוצרים של הנתבעת המזכה בפיצויים (פעולות אלה בוצעו לאחר כניסת החוק החדש לתוקף ולכן הוא הרלוונטי לעניין הפרה זו).

55. כאמור, בהתאם לסעיף 56 לחוק החדש רשאי בית המשפט לפסוק לתובע, בשל כל הפרה, פיצויים בלא הוכחת נזק בסכום שלא יעלה על 100,000 ₪.

לאחר ששקלנו את היקף הפגיעה המזערית שנגרם לנתבעת, וגם את העובדה שהתובעת הסירה מיד את הפרסום המטעה לאחר פניית הנתבעת, מצאנו לפסוק לטובת הנתבעת פיצויי ללא הוכחת נזק בסך של 5,000 ₪.

גזילת סוד מסחרי:

56. סעיף 6(א) לחוק עוולות מסחריות, תשנ"ט-1999 (להלן: "חוק עוולות מסחריות") אוסר על אדם לגזול סוד מסחרי השייך לאחר.

סעיף 5 לחוק עוולות מסחריות מגדיר מהו "סוד מסחרי":

"מידע עסקי, מכל סוג, שאינו נחלת הרבים ושאינו ניתן לגילוי כדין בנקל על ידי אחרים, אשר סודיותו מקנה לבעליו יתרון עסקי על פני מתחריו, ובלבד שבעליו נוקט אמצעים סבירים לשמור על סודיותו".

57. טענת התובעת בדבר גזל סוד מסחרי נטענה בעלמא ולא ברור מהו בכלל אותו "סוד מסחרי". ברור ששני כובשי המדף לכשעצמם אינם מהווים כל "סוד מסחרי" שהרי נועדו להיות מוצגים לעיני כל.

58. על כן, ברור כי לא הוכח כל "סוד מסחרי" בענייננו ודין תביעתה של התובעת ברכיב זה להידחות.

גניבת עין:

59. הטענה בדבר גניבת עין כלל לא צוינה בכתב התביעה אלא הופיעה לראשונה בסיכומי התובעת ולכן אין להידרש כלל לטענה זו ודינה להידחות.

התביעה האישית כנגד הנתבע:

60. הנתבע שימש בתערוכה בגרמניה כעובד הנתבעת ולכן לא ברור מדוע בחרה התובעת לצרפו לתביעה זו (ובכך, להוביל את ההליך כולו לבית דין זה). כל טענות התובעת כנגד הנתבע, כולל הטענות בדבר הפרת כתב ההתחייבות עליו חתם עת היה עובד התובעת, הוכרעו בפסק הדין של כבי' השופטת סאמט ובפסק הדין של בית הדין הארצי שניתן לאחרונה (בערעור על פסק דינה של כבי' השופטת סאמט). זאת ועוד, אין חולק כי הפרטים הנוגעים לעיצוב כובשי המדף הועברו מהתובעת לנתבעת ברשות ובסמכות, במסגרת קשרי העבודה שביניהן, ולא מדובר בסוד מסחרי שהועבר לנתבעת על ידי הנתבע 2.

61. על כן, דין התביעה האישית כנגד הנתבע להידחות.

סוף דבר:

62. משהתביעה התקבלה באופן חלקי, וכן התקבלה חלקית טענת הקיזוז של הנתבעים, הרי שעל הנתבעת לשלם לתובעת פיצוי בסך 5,000 ₪.

65.

66. אופירה דגן טוכמכר 54678313

67. בנסיבות העניין, ובשים לב לכך שמרבית התביעה נדחתה, לא מצאנו לחייב מי מהצדדים בהוצאות.

ניתן היום, ט"ו שבט
תשע"ב, 08 פברואר 2012,
בהעדר הצדדים.

אופירה דגן-טוכמכר,
שופטת – אב"ד

גב' אסתר קורדובה
נציגת עובדים

נוסח מסמך זה כפוף לשינויי ניסוח ועריכה