

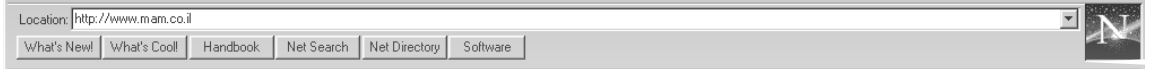
כ שם שסימני מסחר הינם אחד האמצעים המרכזיים של חברות לפרסם את מוצריהן ו/או שירותיהן ולרכוש לעצמן מוניטין בשוק, כך גם הכתובות האלקטרוניות המובילות את משתמשי האינטרנט לאתרים של החברות מהוות אמצעי לפירסום קיומן ופעילותן של החברות ברשת. קיימת מחלוקת לגבי סיווגן של כתובות אלקטרוניות: יש הטוענים שכתובות אלה הינן כמו כל כתובת אחרת ותו לא ולכן אין להחיל עליהן את החוקים הרלבנטיים לסימני מסחר ויש הטוענים שלכתובות האלקטרוניות תפקיד דומה לזה של סימני מסחר ועל כן עליהם להיות כפופים לחוקי הסימנים המסחריים. בין אם דוגלים בגישה זו ובין אם דוגלים באחרת, הולך ומתברר עם הזמן שישנו מתח מסויים בין סימני מסחר וכתובות אלקטרוניות, המוליד בעיות משפטיות חדשות שעד כה לא נאלצנו להתמודד עמן. ככל שרשת האינטרנט (להלן האינטרנט) הופכת למוקד עסקי חשוב יותר, כך גם גדל הצורך למצוא פתרונות לבעיות המשפטיות, הנובעות מההתנגשות בין כתובות באינטרנט וסימני מסחר. במאמר זה, לאחר רקע קצר על סימני מסחר וכתובות אלקטרוניות, נדון בבעיות המשפטיות שמעורר נושא זה ובנסיונות לפתור אותם בארה"ב ובישראל.

* נעמי אסיא, עו"ד המתמחה בקניין רוחני ובדיני מחשבים, מחברת הספר "דיני מחשבים - הלכה למעשה", בהוצאת נ.ד.ר.מחשבים בע"מ. NAOMI ASSIA, EMAIL : ASSIYAON@NETVISION.NET.IT

** פורמן מרטין, מתחמה, בוגר המכללה ללימודי משפט- שערי משפט e-mail:martin@netvision.net.il

*** אביבה גולדשטיין, בוגרת הפקולטה למשפטים באוניברסיטת תל-אביב ומתחמה במשרדה של עו"ד נעמי אסיא.





תוכן עניינים:

- I. מבוא**
- II. רקע כללי**
 1. הבחנה בין "סימן מסחר" ו"שם מסחרי"
 2. כיצד בנויה כתובת אינטרנט
 3. הפן הטכני של חיפוש כתובת באינטרנט והשלכותיו
 4. רישום כתובות באינטרנט
- III. הבעיות המשפטיות שמעוררות כתובות אינטרנט בהקשר של סימני מסחר**
- IV. אחריות ה- InterNic כלפי בעלי סימני מסחר**
- V. פתרון הסיכסוכים המשפטיים הנובעים מ"חטיפת" סימני מסחר ורישומם ככתובות באינטרנט IAHC-International Ad Hoc Committee**
- VI. המצב בישראל**
 1. רישום כתובות באינטרנט בישראל
 2. סכסוכים משפטיים בישראל הקשורים לכתובות אינטרנט וסימני מסחר
 - א. פקודת סימני מסחר
 - ב. פקודת סימני סחורות
 - ג. חוק הגנת הצרכן- תשמ"א 1981
 - ד. הצעת חוק החברות
 - ה. גניבת עין
 - ו. חוק עשיית עושר ולא במשפט, התשל"ט- 1979
 - ז. הצעת חוק לאיסור תחרות לא הוגנת, התשנ"ו-1996

VI. סיכום





1. מבוא

ב"רומאו ויוליה" שואל שיקספיר "What's in a name? כסף, והרבה כסף. כיום, יחד עם החשיבות ההולכת וגדלה של האינטרנט בעולם המסחר, מתפתחת תופעה חדשה של "משחק שמות", המובילה לסכסוכים ומאבקים משפטיים הקשורים לכסף רב. במונח "משחק השמות" הכוונה היא לשימוש המניפולטיבי שעושים בעלי אתרים באינטרנט בשמות מסחריים.

לכל אתר באינטרנט יש כתובת אלקטרונית (להלן: "כתובת"), הידועה כ- Domain Name, המזהה את בעל האתר כלפי שאר המשתמשים באינטרנט. הגלובליות של האינטרנט וקלות הנגישות שהיא מאפשרת לכמויות גדולות של מידע הפכו את האינטרנט, בין השאר, למוקד עסקי ופרסומי חשוב ממדרגה ראשונה. לכן, יותר ויותר חברות נכנסות לעולם המסחר הווירטואלי באמצעות אתרים באינטרנט. לאור החשיבות העסקית של האינטרנט הפכה הכתובת האלקטרונית להיות יקרת ערך לחברות בדיוק כמו שמותיהן וסימניהן המסחריים. כתובת אלקטרונית מוצלחת של חברה היא זו הכוללת את שמה המסחרי המוכר, כך שלקוחות פוטנציאליים יוכלו להגיע לאתר של החברה בקלות יחסית, באמצעות הקלדת שם החברה או סימנה המסחרי המוכר ביותר, תוך הנחה שהאתר הנמצא תחת אותו שם אכן יהיה האתר של החברה המבוקשת.

כיום (נכון לאפריל 1997), ישנם כ-16 מליון כתובות אלקטרוניות באינטרנט ברחבי העולם¹. על רקע צפיפות זו של כתובות ועל רקע החשיבות שלהן עבור חברות, הולכים ומתעוררים יותר ויותר סכסוכים משפטיים

הקשורים ב-Domain Names.

II. רקע כללי

1. הבחנה בין "סימן מסחר" ו"שם מסחרי"

לפני שניגש לבחון מהן כתובות באינטרנט ואת הקשר שלהן לסימני מסחר, נבהיר כמה נקודות חשובות לגבי סימני מסחר, הרלבנטיות לענייננו.

החוק מגדיר סימן מסחר כ"סימן המשמש או מיועד לשמש, לאדם לעניין הטובין שהוא מייצר או סוחר בהם"². מטרתו של סימן המסחר היא להבחין בין מוצריו, או שרותיו, של אדם, או חברה, לבין מוצריו, או שרותיו, של מתחרה עסקי. במקרים רבים הסימן הופך להיות מזוהה עם המוצרים או עסקו של המשתמש בסימן, ובכך הוא הופך לנכס בעל ערך ממשי עבורו. כמו כן, לרוב משקיע בעל סימן המסחר זמן, כסף, אנרגיה ומאמצים רבים בחשיפת המוצר או השרות והצגתו בפני הציבור, תוך שימוש בסימן המסחר על מנת שישמש לזיהוי המוצר, העסק או השרות עם עסקו של הבעלים בפני ציבור הלקוחות³. בכך הופך סימן המסחר להיות בעל ערך כלכלי רב עבור בעל סימן המסחר.

לבעל סימן מסחר יש זכות לשימוש בלעדי בסימן המסחר וזכות למנוע מאחר שימוש בסימן מסחר זה או דומה לגבי מוצרים או שרותים המסווגים באותה קטגוריה כמו מוצריו או שרותיו של בעל סימן המסחר⁴.

יש להבחין בין שמות מסחריים לבין "סימני מסחר": "שם מסחרי" מיועד לזהות את החברה עצמה ואילו "סימן מסחר" מיועד לזהות את החברה כמקור למוצרים

1 לפי הסקר הדרשנתי שנערך על ידי חברת Network Wizards, כפי שמצויין ב-Cyberspace Lawyer, April 1997, p.20.

2 פקודת סימני מסחר נוסח משולב, תשל"ב-1972, סעיף 1.

3 להרחבה בנושא סימני מסחר, ראה פרק: המצב בישראל, פקודת סימני המסחר.

4 לצורך רישום סימני מסחר, קיים סיווג בינלאומי של כל המוצרים והשירותים המקובלים לפי קטגוריות. תוכנת מחשב, למשל, שייכת לסיווג מספר 9. המבחן להיותו של סימן מסחר אחד זה או דומה לסימן מסחר אחר הינו מבחן "אופי מבחני". רשם סימני המסחר יבדוק האם יש בסימן מסחר מסויים בכדי לבלבל את ציבור הצרכנים לגבי מקור המוצרים או השירותים. כאשר מדובר במוצרים או שירותים המסווגים בקטגוריות שונות, הרי שלא קיים חשש לבלבול בקרב הצרכנים ולכן ניתן לרשום שני סימני מסחר זהים תחת שמם של בעלים שונים כאשר מוצריהם או שירותיהם שונים מאוד זה מזה.





לרשום את הכתובת "gtownu.edu", כאשר "edu." הוא ה-TLD המסמל שמדובר בגוף חינוכי, ו-"gtownu" הוא ה-SLD, המהווה את השם שבחורה האוניברסיטה להזדהות באמצעותו.

למעשה, ה-SLD הוא הגורם העיקרי לסכסוכים בנושא סימני מסחר באינטרנט, כיוון שהוא החלק המכיל את שם החברה או סימנה המסחרי וחיפוש האתר על ידי משתמשי האינטרנט נעשה בדרך כלל על ידי הקלדת ה-SLD. עם זאת, כפי שנראה בהמשך, גם ה-TLD הוא גורם בעייתי בהקשר זה.

יש לציין, כי כתובות המוענקות למשתמשים פרטיים, המתקשרים עם ספקי שירות, אינן בגדר Domain Names, אלא שמות פרטיים של תיבות דואר המשמשות אותם ואשר ניתנות על ידי הספק עצמו. במקרה כזה ה-Domain Name הוא שמו של הספק עצמו (השם מופיע אחרי הסימן @)

3. הפן הטכני של חיפוש כתובת באינטרנט והשלכותיו

לכל מספר ip יש כתובת ייחודית אחת ולכן על המשתמש באינטרנט, המנסה להגיע לאתר מסויים, להקליד את רצף המילים והאותיות המדוייק של הכתובת על מנת להגיע לאותו אתר. המערכת מתרגמת את רצף המילים המוקלדות על ידי המשתמש למספר ip ומחפשת בכל רחבי הרשת מספר זהה. ברגע שנמצא מספר זהה למספר המוקלד, מועבר המשתמש לאתר שבכתובת זו. די בהקלדת אות אחת שונה מזו שבכתובת בכדי שהמשתמש לא יצליח להגיע לאתר המבוקש; במקרה כזה, או שהמשתמש יגיע לאתר אחר או שיקבל הודעה שלא קיים אתר כזה.

כיוון שעדיין לא קיים מדריך כולל של כתובות, הדרך הקלה ביותר עבור המשתמש באינטרנט להגיע לאתר של חברה מסויימת היא לנחש את כתובתה. ככל שה-SLD בכתובת יותר מזוהה עם החברה, כך קל יותר לנחש את כתובתה. מכאן החשיבות של הכתובת המדוייקת, אשר

או לשרותים. החוק מעניק הגנה אך ורק לסימנים מסחריים ולא לשמות מסחריים. אך יש לזכור, כי לעיתים, ההבחנה בין שם המוצר לשם החברה מיטשטשת והופכת להיות זהות מוחלטת בין סימן המסחר של חברה מסויימת לבין שמה המסחרי⁵ כלפי ציבור הצרכנים.

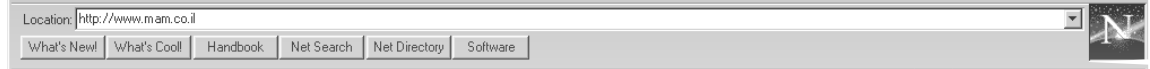
2. כיצד בנויה כתובת אינטרנט

כתובת באינטרנט משמשת ליהוי מחשב מסויים בתוך הרשת המהווה את האינטרנט. הכתובת מורכבת משורת קבוצות של ספרות, המופרדות ביניהן באמצעות נקודות. דוגמא לכתובת טיפוסית היא: "44.56.0.48", כאשר לכל מספר יש משמעות מסויימת (את הכתובת קוראים תמיד משמאל לימין): "44" - מסמל את הרשת, "56" ו-"0" - מסמלים תתי-רשת, "48" - מסמל את המחשב של בעל האתר המקושר לרשת. רצף זה של ספרות נקרא "כתובת ip" או "מספר ip". לצורך נוחות המשתמש פותחה שיטת המרה של מספר ip לכתובת אלפא נומרית, המורכבת מאותיות או מילים, שהיא למעשה ה-Domain Name, כפי שאנו מכירים אותו. המערכת שפותחה מנצלת מאגר נתונים המערכת שפותחה מנצלת מאגר נתונים (Domain Name Service (DNS)) על מנת לקשר בין הכתובות המספריות לכתובות באותיות. הכתובת באותיות, בדומה לכתובות המספריות, מורכבת ממילים המופרדות באמצעות נקודות. סדר קריאת כתובת כזו הוא מימין לשמאל.

הכתובות האלקטרוניות (כפי שהן באותיות) מורכבות משני חלקים: TL (1. "Top Level Domain"), אשר בארה"ב מזהה את סוג הישות בעלת הכתובת (לדוגמא: "gov." לישות ממשלתית, "edu." לישות חינוכית, "com." לעסק מסחרי), ומחוץ לארה"ב מזהה את המדינה בה יושב בעל הכתובת (לדוגמא: "il" לישות ישראלית, "fr" לישות צרפתית וכד'). 2. "Second Level Domain", שהוא החלק אשר מזהה את מחזיק הכתובת הספציפי (זהו שם הנבחר על ידי המשתמש עצמו). לדוגמא, אוניברסיטת Georgetown יכולה

5 דוגמא לזהות בין סימן מסחר לשם מסחר הם מחשבי apple, המיוצרים על ידי חברת apple. לצורך הענין, אנו נתייחס במאמר זה, לסימן מסחר ולשם המסחרי כאל אחד.





ב) אם הסימן או השם המסחרי נרשמו בידי אחר ככתובת באינטרנט - גם אם הוא אינו בעל הסימן או השם המסחרי - הרי שהבעלים האמיתיים של הסימן או השם, המשתמשים באותו TLD, אינם יכולים כבר לרשום אותו שם או סימן כ- Domain Name, שכן, כאמור לעיל, קיימת רק כתובת ייחודית אחת לכל מספר ip.⁸

ג) כיום לא ניתן לרשום Domain Name המכיל יותר מ-24 אותיות. לכן, חברות שיש להן שמות מסחריים ארוכים יותר עלולות להשתמש בכתובות המורכבות מקיצורים או ראשי תיבות, העלולים לבלבל בין לבין ארגונים אחרים.⁹

ד) כאשר מדובר בסימני מסחר, ניתן לרשום סימן הזהה או דומה לסימן רשום אחר, כל עוד מדובר בסוגים נפרדים של מוצרים או שירותים ואין סבירות לבלבול ביניהם בקרב ציבור הצרכנים. לעומת זאת, כאשר מדובר בכתובות באינטרנט, לא ניתן לרשום כתובת זהה לכתובת שכבר קיימת, גם כאשר מדובר במוצרים או שירותים שונים לגמרי. לכן, כאשר לשתני חברות יש אותו סימן מסחרי, רק החברה שתרשום ראשונה את סימנה המסחרי ככתובת באינטרנט תזכה בכתובת זו ואילו החברה השנייה תיאלץ להסתפק בשם חלופי, שהוא אינטואיטיבי פחות טוב לחברה ולזיהויה.¹⁰ מכאן שהחברה השנייה לא תוכל להשתמש בסימנה המסחרי ככתובת באינטרנט, למרות שעל פי חוק

תביא את המשתמש ליעדו. אמנם, ניתן להגיע לנשוא החיפוש גם באמצעות "גלישה",⁶ אך כמויות המידע העצומות הקיימות באינטרנט, במקרים מסויימים, הופכות את שיטת ה"גלישה" למסורבלת כיוון שכל גלישה עלולה להעלות אלפי כתובות כאשר המשתמש למעשה מעוניין בכתובת אחת ספציפית בלבד.⁷

לפן הטכני של חיפוש כתובות באינטרנט יש מספר השלכות; להלן נבחן חמש מהן:

א) חברה שרוצה להשתמש בסימן המסחר שלה ולרשום אותו כ- DOMAIN NAME, לא תמיד יכולה לעשות זאת שכן לא תמיד ניתן לתרגם סימן מסחר לאותיות או מילים. לא לכל חברה יש זהות בין שם החברה לבין שמה או סימנה המסחרי, וכיון שהכתובות מורכבות מאותיות לטיניות בעלות גודל וצורה זהה-ולא ניתן דרך הכתובות לתת ביטוי לסימן או לשם מסחרי בדרך אחרת. כמו כן לא תמיד ניתן לתת לסימן מסחר ביטוי באותיות, וגם אם ניתן אזי לא ניתן להשתמש באותיות בגודל שונה או בפונט מסוג אחר או בצבעים שונים, אלא רק באותיות בגודל, סוג וצבע אחיד זהה. מגבלה זו מקטינה את היכולת של בעלי הסימנים להבדיל את הסימן שלהם מאחרים - זאת כיוון שיש פחות דרכים להביא לייחודיות הסימן (כאמור, הייחודיות של הסימן, או במילים אחרות "האופי המבחין" שלו, הוא אחד התנאים העיקריים לרישום והכרה בסימן כסימן מסחר).

6 "גלישה"= חיפוש מידע על ידי שימוש במנועי חיפוש שונים, המאפשרים חיפוש ומציאה של מידע על ידי הקלדת מילים מנחות בשילובים שונים, דבר המוביל להעלאת כל האתרים המכילים את המילים האלה, להבדיל מחיפוש מידע על פי כתובת מסויימת, המפנה את המחפש ישירות לאתר שזו היא כתובתו.

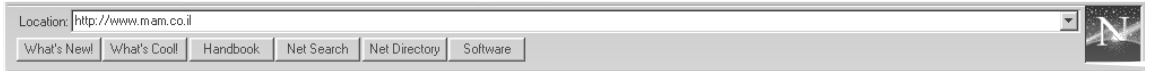
7 חשוב לציין, כי ניתן להגיע למידע מבוקש גם בעזרת אתרי קישור ומנועי חיפוש שונים. במצב כזה - בו לא מחפשים את המידע בעזרת כתובת אלקטרונית - כל הנושא של ההגנה על סימני המסחר מקבל חשיבות פחותה יותר.

8 בעיה זו קיימת רק לגבי כתובות בעלות אותו TLD. כאשר ה-TLD אינו זהה ניתן לרשום אותו SLD. לדוגמא: אם קיים mtv.com "Domain Name", זה לא מונע מישות אחרת לרשום את "mtv" תחת TLD אחר למשל "mtv.org" (בתנאי כמובן שלא נרשם כבר Domain Name כזה).

9 למשל: חברה בשם "integrated bituminous mining", אשר לא משתמשת בקיצור "ibm" בשום דרך, אך תשתמש בה ככתובת באינטרנט, תגרום לבלבול בקרב משתמשי האינטרנט, אשר קרוב לוודאי יחשבו שהאתר תחת כתובת זו שייך לחברת המחשבים IBM.

10 למשל חברת ההשקעות הגדולה "fidelity investments" נאלצה לרשום Domain Name אלטרנטיבי כשחברה קטנה אחרת בשם "fidelity national" רשמה את הכתובת "fidelity com". הכתובת האלטרנטיבית שרשמה החברה הראשונה היא: "fid - inv.com"





מתחילת עבודתה היתה מדיניות ה-NSI שלא להתערב בהשלות רישום כתובות באינטרנט על סימני מסחר של חברות ולא לקחת אחריות על הפרות סימני מסחר. NSI רואה עצמה כמשרד רישום בלבד, שכל תפקידו הוא רק לבדוק האם קיים רישום זהה לטובת גוף אחר ותו לא. בהתאם לכך, ישנם שני עקרונות המנחים את NSI לגבי רישום כתובות אינטרנט וכן את משרדי הרישום האחרים שהוקמו במדינות אחרות:

(1) "ראשון בזמן-ראשון בזכות" - לפי עקרון זה לא ניתן לרשום אותה כתובת על שם שתי חברות שונות. לכן, כתובת מסויימת תירשם רק על שם אותה חברה המקדימה לבקשה.

(2) "שם אחד לאירגון אחד" - לפי עקרון זה לכל אירגון תהיה כתובת אחת בלבד, גם אם מדובר באשכול חברות. אמנם יכול בעל כתובת באינטרנט ליצור אינסוף של תת-כתובות (על ידי הוספת שם והסימן @ לפני ה-SLD, לדוגמא: "robert@gtownu.edu"), אך אירגון אחד, גם אם מדובר באשכול של חברות, יכול להשתמש בצירוף של SLD ו-TLD אחד בלבד.

מדיניות זו של NSI פתחה פתח לסיכסוכים משפטיים רבים סביב נושא סימני מסחר באינטרנט, אשר בחלק מהם נדון בחלק הבא של המאמר.

III. הבעיות המשפטיות שמעוררות כתובות אינטרנט בהקשר של סימני מסחר

ישנה כיום תופעה הולכת ומתפשטת של "חטיפת" שמות וסימני מסחר של חברות¹¹ (בעיקר חברות בעלות מוניטין וסימני מסחר מפורסמים), ע"י אנשים או גופים, שאינם קשורים לאותה חברה, ורישום כשמות

סימני המסחר מותר לה להשתמש בו והיא אף משתמשת בו בכל סיטואציה אחרת.

ה) בעיות דומות יכולות להיווצר גם מסיבות גיאוגרפיות, כשלחברה במדינה x יש סימן מסחר זהה לזה של חברה אחרת במדינה y, ושתיהן רוצות לרשום כתובת באינטרנט הכוללת אותו סימן מסחר ר-TLD זהה (כגון ".com" או ".org"). רק אחת מחברות אלה תוכל לרשום את הכתובת המבוקשת; דבר שעלול להוביל לסכסוכים בינלאומיים. פיתרון אפשרי לבעיה זו הוא אימוץ TLD שונה לכל מדינה ומדינה, כפי שמדינות רבות אכן עשו (ישראל למשל מזוהה ע"י הסימות ".il"). כך ניתן לרשום סימני מסחר זהים במדינות השונות. אך פתרון זה מעורר בעיה אחרת והיא יצירת כפילויות רבות של סימני מסחר זהים ככתובות אינטרנט, אשר עלולה לגרום לדילול ייחודיות סימן המסחר.¹¹

4. רישום כתובות באינטרנט

האינטרנט אף פעם לא נוהלה על ידי סמכות מרכזית אחת, אך ככל שגבר השימוש באינטרנט והפך יותר ויותר שכיח בשוק הפרטי התעורר הצורך להקים גוף כלשהו שיתן מידע על המתרחש באינטרנט. ב-1993 הקרן האמריקאית למדע ("National Science Foundation") NSF הקימה מרכז למידע בשם, "InterNIC" המספק מידע על כל המתרחש באינטרנט. מרכז מידע זה מתופעל על ידי שלוש חברות: AT&T - המספקת שירותי ניהול, General Atomics - המספקת שירותים של מערכות מידע ו-Network Solutions Inc. (NSI), האחראית על רישום כתובות האינטרנט בארה"ב. כתובות אינטרנט של חברות מחוץ לארה"ב נרשמות על ידי מספר רב של אירגונים מקומיים, אשר כל אחד מהם אחראי לרישום הכתובות באזור שלו. אירגונים אלה ידועים בשם Network Information Centers (NICs).

11 ככל שיותר גופים משתמשים באותו שם או סימן מסחר, כך השם או הסימן הופכים לפחות ופחות ייחודיים וקשה יותר לבסס מוניטין של חברה על שם או סימן כאלה.

12 Andre Brunel כינה תופעה זו כ-"domain grabbing" במאמרו: "The Trademark Protection for Internet Domain Names, Computer Internet and Business: A Lawyer's Guide to the emerging Legal Issues." (ed. Joseph F. Ruh Jr), Law Association, 1996 תופעה זו ידועה גם בכינויים: "Hijacking" או "Cyber Squatting" Domain Name





רשם כתובת זו כדי לבדוק את נושא סימני המסחר באינטרנט. עבור וויתורו על הכתובת, הסכימה חברת McDonald's להיכנע ל"כופר" שביקש: תרומה של \$3500 עבור קישור בית-ספר בניו-יורק לאינטרנט.¹⁴

בפרשת **Intermatic Inc. v. Toeppen**,¹⁵ באילינוי, ארה"ב, תבעה חברת Intermatic (להלן: אינטרמטיק), יצרנית מוצרי חשמל ואלקטרוניקה, את Toeppen (להלן: טופן), ספק שירותי אינטרנט. טופן רשם את הכתובת "intermatic.com", על שמו, יחד עם עוד כ-240 כתובות אינטרנט, הכוללות שמות מפורסמים אחרים. אינטרמטיק תבעה את טופן בגין הפרת סימן מסחרי, "דילול" סימן מסחרי (במונח זה נדון בהמשך), תחרות בלתי הוגנת ומצגי שווא במסחר. השופט, שדן בנדון, קבע כי נותרו שאלות עובדתיות לגבי כל עילות התביעה, למעט טענת "דילול" הסימן המסחרי. השופט מצא כי אכן השימוש של טופן בכתובת "intermatic.com" "מדללת" את היכולת של אינטרמטיק להשתמש בסימנה המסחרי המפורסם, על מנת לזהות את מוצריה ושירותיה כלפי צרכנים ולהבחין את מוצריה מטובין אחרים, ראשית, משום שאינטרמטיק לא תוכל לרשום את כתובת האינטרנט הנדונה על שמה (כיוון שזו כבר רשומה על שמו של טופן) ושנית, משום שהשם "intermatic.com" יופיע על כל עמוד באתר של טופן (דהיינו, שימוש בשם באופן המזהה אותו עם מוצרים או שירותים אחרים מאלה של אינטרמטיק, ובכך מפחית את ייחודו של הסימן המסחרי). לפיכך קבע השופט כי יש למנוע מטופן את השימוש בסימנה המסחרי של אינטרמטיק, בכל דרך שהיא, ואת השימוש בכתובת האינטרנט הנדונה.

בעייתיות נוספת, עולה מהעובדה שלעיתים ישנם לפחות שני גורמים, אשר להם זכות לגיטימית לרשום אותה כתובת אינטרנט. כאשר מדובר ברישום סימני

כתובותיהם באינטרנט. "חטיפת שמות" עשויה להועיל ל"חוטף" במספר דרכים: אפשרות אחת היא למכור את הכתובת לחברה, בעלת השם או הסימן המסחרי ה"חטוף", וכך להרוויח כסף; אפשרות אחרת היא לקדם את עסקיו של ה"חוטף" באמצעות המוניטין של החברה ממנה "נחטף" השם או הסימן המסחרי; אפשרות נוספת היא להתערב בעסקי החברה ממנה "נחטף" השם או הסימן המסחרי ולהזיק לה בדרך זו (מה שעשוי להועיל ל"חוטף" המתחרה בעסקי אותה חברה).

על רקע תופעה זו של "חטיפת" שמות וסימני מסחר של חברות מתעוררים סכסוכים משפטיים. למשל, ב-1994 - חברת פרינסטון, הנותנת שירותי הכנה למבחנים אקדמאיים, רשמה את הכתובת האלקטרונית "kaplan.com", שהוא סימנה המסחרי של חברת קפלן, המתחרה העסקית של חברת פרינסטון. הזיהוי של הכתובת kaplan.com עם חברת פרינסטון יצר בלבול בקרב משתמשי האינטרנט לגבי מקור המידע המצוי באתר. כמו כן, המידע שפרינסטון הפיצה באתר שלה הציג את פרינסטון כחברה מוצלחת יותר מקפלן בתחום ההכנה למבחנים אקדמאיים ובכך גרמה נזק ממשית לחברת קפלן. חברת קפלן הגישה תביעה נגד חברת פרינסטון על הפרת סימן מסחרי, לאחר שזו סירבה לדרישה לוותר על הכתובת שלה. התביעה הועברה להכרעה על ידי בורר. הבורר פסק לטובת קפלן וציווה על חברת פרינסטון לוותר על הכתובת. הבורר הכיר בכך שכתובות באינטרנט עשויות לשמש כסימנים מסחריים משום שהם משמשים לא רק ככתובת אלא גם כזיהוי למקור המידע הנמצא באתר המסויים.¹³

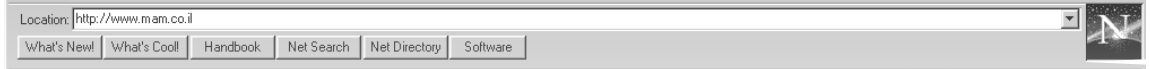
דוגמה ל"חטיפת" שם ורישום ככתובת אינטרנט, על מנת למכור אותה לחברה ממנה השם "נחטף", היא מקרה בו עתונאי אמריקאי, Quittner, ביקש וקיבל את רישום הכתובת האלקטרונית "mcdonalds.com". הוא

13 Re Arbitration Between Stanly h. Kaplan Educational Center and Princeton Management Corp no. 131990014594 (Sept.1994)

14 סיכום המקרה מובא במאמרו של A. Brunel, ראה הערה 12 לעיל.

15 Barry D. Weiss "Magistrate של **Intermatic, Inc. v. Toeppen**, No. 96 C 1982 (N.D. Ill 1996) Recommends Enjoining Domain Name Hijacker Under Dilution Statutes," The **CLA Bulletin**, vol. 12, No. 1,(1997)





מקומיים ואלה אינם בודקים את הרישומים השונים ברחבי העולם, אלא רק את מאגר הרישומים שהם עצמם ערכו. דוגמה לבעייתיות זו ניתן למצוא במקרה בו חברה אנגלית בשם Harrods, בעלת הכתובת "harrods.co.uk", הגישה תביעה בבית המשפט בלונדון כנגד גוף אנגלי אחר, אשר רשם את הכתובת "harrods.com" באמצעות מרכז הרישום בארה"ב. בית המשפט האנגלי קבע שיש לו סמכות לדון בתביעה זו, למרות שהכתובת נרשמה על ידי מרכז רישום זר (NSI), כיוון שהנתבע הוא גוף אנגלי. בית המשפט אמנם לא נתן פסק דין בכתב, אך נתן צו המורה לנתבע לוותר על הכתובת שלו ולסייע ל-NSI בהבטחת שחרור כתובת זו. צו זה התבסס על הפרת סימנה המסחרי של חברת Harrods NSI אישרה שתציית לצו האנגלי, בהתאם לפסקה (7)C של מסמך המדיניות שלה לגבי סכסוכים בענייני כתובות אינטרנט מה-9 לספטמבר, 1996 (Domain Name Disput Resolution Policy). הצו אמנם ניתן בדצמבר אך, נכון למועד כתיבת מאמר זה, הכתובת עדיין נמצאת בהשהייה¹⁷.

יש לציין, כי בעיה זו של SLD זהים עלולה להיווצר גם בתוך ארה"ב עצמה, בעקבות ההצעות הקיימות כיום להרחיב את מספר ה-TLD בתוך ארה"ב על מנת למנוע היווצרות חסר בכתובות הכוללות את ה-TLD".com¹⁸.

IV. אחריות ה-InterNic כלפי בעלי סימני מסחר

משרד רישום כתובות האינטרנט בארה"ב, המכונה InterNic, אינו מתערב בסכסוכים המשפטיים ואינו רואה עצמו כאחראי לבדיקת זהותם של המבקשים לרשום כתובות אינטרנט ולמניעת הפרות של סימני מסחר דרך רישום כתובות אינטרנט. בפרשת Knowledge¹⁸ Inc. v. David I. Boone & Co. et al. תבעה חברת תוכנה ויעוץ מחשבים,

מסחר, בוחן רשם סימני המסחר את תחום עיסוקיהם ופעילויותיהם של הגופים השונים, המעוניינים ברישום אותו סימן מסחרי. אם גופים אלה עוסקים כל אחד בתחום שונה ואין סכנה להטעיית הציבור לגבי מקור הטובין או השירותים שכל גוף מספק, הרי שזכו כל הגופים המעוניינים ברישום אותו סימן מסחרי. אך כאשר מדובר בכתובות אינטרנט, לאור המגבלות הטכניות ברישום כתובות אינטרנט, שנדונו בחלק ד' לעיל, ולאור העקרון "ראשון בזמן-ראשון בזכות", המנחה את משרדי הרישום, כאמור בחלק ה' לעיל, לא ניתן לרשום אותה כתובת על שם שני גופים שונים, גם אם לשניהם זכות לגיטימית לרישום כזה. דוגמה להתנגשות זכויות כזו היא מקרה בו בעל לוח מודעות באינטרנט, אשר שמו Mark Newton, רשם את הכתובת "newton.com". חברת המחשבים Apple הודיעה לאותו בעל לוח מודעות, שהסימן המסחרי "Newton" שייך לה ולכן היא זו שצריכה להיות בעלת הכתובת הני"ל. NSI שם את שם הכתובת "newton.com" בהשהייה ("on hold") - הליך שיפורט בהמשך) עד אשר ייפתר הסכסוך בין שני גופים אלה¹⁶.

בעייתיות שלישית, ובעצם הפוכה לבעייתיות הקודמת שנדונה, עולה בהקשר הבינלאומי. כאמור, ה-TLD מציין את המדינה בה נמצא בעל הכתובת. מכאן עולה, שברחבי העולם יכולים להירשם כתובות אינטרנט רבות בעלות SLD זהה ו-TLD שונה. כך, למשל, הכתובת "newton.com", אשר נדונה לעיל, עשויה להיות שמורה לחברת Apple בארה"ב (אם אכן הסכסוך ייפתר לטובתה), אך ייתכנו רישומים רבים נוספים ברחבי העולם של אותה כתובת, בהם רק ה-TLD משתנה, לדוגמה: "newton.fr" בצרפת, "newton.il" בישראל, "newton.my" במלזיה). רישומי כתובות אלה, עשויים שלא להיות על שם חברת Apple, אלא גם על שם אירגונים אחרים, משום, שכאמור, מחוץ לארה"ב נרשמות כתובות האינטרנט על ידי משרדי רישום

16 המקרה מובא במאמרו של: J.L. Contreras, "Legal Issues Relating to Internet domain names", Drseember, 1996. <http://www.halesorr.com>

17 המקרה מובא במאמרה של Vanessa Marsland, "European Developments: U.K. Domain Name Disputes," *Cyberspace Lawyer*, Vol. 2. no.2, (1997)

18 Knowledge Inc. v. David I. Boone & Co. et al. Civil actions guc 7195





סימנו המסחרי. על בעל הסימן המסחרי להציג ראייה בפני ה-NSI שהסימן המסחרי שלו תקף (עותק של תעודת רישום). NSI אז תשווה את תאריך הפעלת הכתובת באינטרנט לתאריך רישום הסימן המסחרי או תאריך תחילת השימוש בו (לפי המוקדם מבין השניים). אם התאריך של הסימן המסחרי מוקדם לתאריך הפעלת הכתובת, תבקש NSI מבעל הכתובת להראות הוכחה לבעלות על סימן מסחרי רשום, אמריקאי או אחר, הזהה לאותה כתובת. אם תוצג הוכחה כזו על ידי בעל הכתובת, הרי שאז יורשה בעל הכתובת להמשיך ולהשתמש בה, אלא אם כן יורה ביהמ"ש או פסק בורר אחרת. אם לא תוצג הוכחה כנדרש תוך 90 יום, יירדש בעל הכתובת להפסיק את השימוש בה, והכתובת תושהה עד שהסכסוך יפתר על ידי בימ"ש או בורר.

כאמור, מדיניות ה-NSI נועדה לפטור עצמה מכל אחריות בנוגע לרישום ולא בהכרח לפתור את הסכסוך עצמו המתעורר בין בעל הכתובת ובעל סימן המסחר. NSI אינה מתערבת בסכסוכים וגם כאשר מוצגים בפניה עדויות לקיומו של סימן מסחרי, הזהה לכתובת, ואשר ייפגע כתוצאה מרישום הכתובת, NSI לא תעשה יותר מאשר להשהות את השימוש בכתובת. ביטוי לגישה זו ניתן לראות בדבריו של עורך הדין של ה-InterNIC: "We want to emphasize that users don't need to have a trade mark to get a domain name...the problem is that NSI doesn't have the authority or the expertise to adjudicate trademark disputes".²¹ אשר ניצבים מול בעלי כתובות זהות לסימניהם, שאינם מוכנים לוותר עליהם אלא לאחר הליכים משפטיים יקרים או תמורת סכום כסף נכבד ללא משפט.²²

יש לציין, כי למרות מדיניותה החדשה ונסיונותיה

בעלת סימן המסחר "knowledge", שותפות עסקית בשם "Bobbe" בבית משפט באילינוי על שימוש בכתובת אינטרנט "knowledge.com". דרך האתר, השייך לכתובת זו, שיווקה הנתבעת יעוץ בנושא מחשבים. הנתבעת סירבה לבקשת התובעת להפסיק להשתמש בכתובת הזו והתנתה הסכמתה בקבלת תשלום כספי מהתובעת. התובעת תבעה גם את InterNic על כך שסירבה לבקשת התובעת להעביר את הכתובת הני"ל על שמה בטענה שזו מפירה את הסימן המסחרי שלה. התובעת טענה כי InterNic סייעה לנתבעת בפעולותיה הבלתי חוקיות על ידי כך שהרשתה לה לרשום את הכתובת הנדונה וסירבה לרשום אותה מחדש על שם התובעת.

זהו, למעשה, המקרה הראשון בו נתבע משרד הרישום בנוסף לבעל הכתובת האלקטרונית. על מנת להגן על עצמה מפני תביעות עתידיות, ובעקבות לחץ שהופעל על NSI, על ידי חברות ואירגונים שונים, וביניהם, INTA¹⁹, הכריזה NSI, בנובמבר 1995, על מדיניות חדשה לגבי רישום כתובות באינטרנט (Domain Name Dispute Resolution Policy)²⁰ מדיניות זו נועדה להגן על ה-NSI מפני תביעות הולכות ומתרבות של בעלי סימני מסחר נגדה ולפטור עצמה מכל אחריות בנוגע לרישום.

כמה מעקרונות המדיניות של NSI (אשר לקוחים מהמסמך שיצא בנובמבר 1995) הינם אלה: ראשית, על מבקש הכתובת לנהוג בתום לב לגבי השם אותו הוא מבקש לרשום. שנית, אם מתעורר קונפליקט בין בעל הרישום של הכתובת לבין בעל סימן מסחרי אמריקאי או אחר, הדומה או זהה לכתובת (ל-SLD) הרשום, הטוען לזכותו על הכתובת, על בעל הסימן המסחרי להודיע לבעל הכתובת ול-NSI, שהכתובת מפירה את

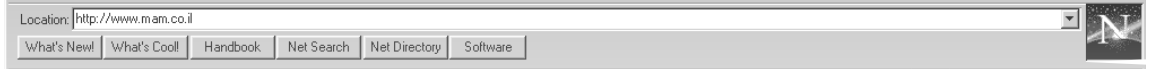
19 International Trademark Association. בועדה שהתכנסה ב-1995 כדי לדון בבעיות הנוצרות על רקע רישום הכתובות באינטרנט, המליצה INTA להתייחס לכתובת באינטרנט כאל סימן מסחרי, כך שהשימוש בה, הפוגע בסימן מסחרי אחר ייחשב כהפרת.

20 NSI מוציאה מדי פעם מסמכים חדשים, המכריזים על עדכונים במדיניות שלה. מסמכי מדיניות אלה ניתן למצוא באינטרנט, בכתובת: <ftp://rs.internic.net/policy/internic.domain.policy>.

21 Kara Wisher, "More Protection for Addresses on the Internet: Official Registry Seeks to Avoid Involvement in Trademark Fights," *Wash Post*, July 27, 1995

22 Michael D. Scott, "The Battle for Domain Names: Applying Trademark Law in Cyberspace," *Cyberspace Lawyer*, Vol.1, no.1 (April 1996)





בין אם בבוררויות ובין אם על ידי הגעה להסדר בין הצדדים בכוחות עצמם. הפתרון הנפוץ ביותר הינו המחאה חוזית של כתובת האינטרנט מבעל רישום הכתובת לחברה אחרת בעד תמורה כספית.

באופן כללי, ניתן לומר כי אחת הבעיות המרכזיות של המערכת המשפטית בהתמודדות עם סיכסוכים הקשורים ל-Domain Names וסימני מסחר, היא העובדה שהתפתחות החוק והמשפט מפגרת אחרי ההתפתחות המהירה של הטכנולוגיה. עדיין אין מספיק ידע ומומחיות בקרב המשפטים בתחום המחשבים, כך שלרוב הפסיקות המתקבלות בבתי המשפט אינן עקביות וקיים מחסור בחוקים עדכניים ומתאימים לפתרון הבעיות המשפטיות החדשות שנוצרו בעקבות התפתחות הטכנולוגיה.

כך, למשל, עדיין לא ברור מהו המעמד המשפטי של כתובות אינטרנט ביחס לסימני מסחר. יש הטוענים כי בהקשר של סימני מסחר צריך להתייחס אל Domain Names כאל מספרי טלפון²⁶, אשר לרוב אינם נחשבים כסימני מסחר.²⁷ אולם יש הטוענים כי לא ניתן לעשות אנלוגיה טכנית בין מערכת הכתובות באינטרנט ובין מערכת רישום מספרי טלפון, שכן, שתי המערכות עובדות בצורה שונה זו מזו. מחלוקת זו באה לידי ביטוי בשני פסקי דין הפוכים שניתנו בשני מקרים בהם היו נסיבות דומות. מדובר בפסק דין בעניין *Harrods* בשני מקרים אלה השתמש עובד לשעבר של החברה התובעת בשם המסחרי שלה ככתובת שלו באינטרנט. במקרה של *MTV* דן השופט בהבדלים בין טבען של כתובות באינטרנט לבין מספרי טלפון: מספרי טלפון לא ניתן לנחש אלא ניתן למוצאם במדריכי טלפונים ואילו עבור כתובות באינטרנט אין מדריך כולל ומקיף, אך ניתן

שלא להיגרר לסכסוכים משפטיים, מצאה NSI את עצמה נתבעת ישירות בכמה וכמה תביעות. כך, למשל, בפרשת *Roadrunner*²³ תבעה חברת מחשבים מניו-מקסיקו, הנקראת רודראנר ובעלת הכתובת "roadrunner.com", את NSI, לאחר שזו הודיעה לה כי בשל רישום סימן המסחר "ROADRUNNER" על שם האחים וורנר, יבוטל רישום הכתובת תוך 30 יום אם לא תספק חברת רודראנר ראיות מספיקות לזכויותיה בשם הכתובת.²⁴ דוגמא נוספת הינה תביעה של יועץ מיחשוב, אשר מפעיל אתר בעל הכתובת "ty.com", לקבלת צו מניעה נגד NSI, אשר ימנע ממנה להפקיע את הכתובת או להשהותה. NSI עמדה לנקוט בצעד זה עקב הודעתה של חברה לייצור בובות כי היא הבעלים של סימן המסחר TY. בעל האתר, התובע, טען כי המדיניות החדשה של NSI פוגעת בזכותו להגן על הכתובת שלו והם גם מחייבים אותו להפקיד ערבות גבוהה כתנאי לאי השעיית הכתובת. כמו כן, טען התובע כי סימן המסחר TY מכסה אך ורק את סוג המוצר שבעלת הסימן מייצרת (בובות) ואין כל קשר בין מוצר זה לבין סוג השירות שהוא, התובע, מספק דרך האתר שלו באינטרנט (שירותי יעוץ למיחשוב). מכאן, שאם תופקע או תושהה כתובתו, הרי שבכך תעזור NSI לחברת TY להרחיב שלא כדין את תחומי סימן המסחר שלה. תביעה זו מתבררת כעת בבית המשפט²⁵.

V. פתרון הסיכסוכים המשפטיים הנובעים מ"חטיפת" סימני מסחר ורישום ככתובות באינטרנט

עד היום רוב הסכסוכים, הידועים לנו, סביב השימוש בכתובות אינטרנט, נפתרו מחוץ לכותלי בית המשפט,

<http://www.domains.org> או www.patents.com/NSI.sht

24 חיים רביה "למי שייך השם המסחרי", **גלובס** 23.1.97.

25 עו"ד ציפי דקל, "כתובות באינטרנט: יש כבר פרנסה לעורכי דין", **גלובס** 18.2.97.

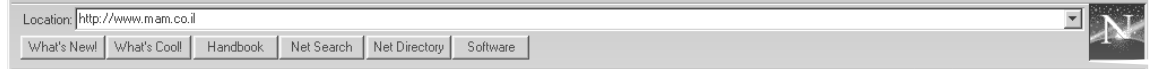
26 www.urich.edu/jolt/vlil/burk.html

27 Tery Ann swiff, comment, telephone numbers that spell generic terms: a protectable trademark an invitation to monopolize a market?, 28 U.S.F.L. rev. 1079 (1994)

28 *MTV Network v. Curry*, 867 F. Supp. 202, an n.2 (S.D.N.Y. 1994)

29 עו"ד ציפי דקל "כתובות באינטרנט: יש כבר פרנסה לעורכי דין" **גלובס** 18.2.97





בתי המשפט האמריקאיים כיצד יש לפרש את המונחים "דילול" ו"סימן מסחר מפורסם". החוק קובע קיום כלליים לבחינת מונחים אלה אך משאיר מקום רב לשיקול דעת השופטים. באופן כללי, היותו של סימן "מפורסם" או לא ייבחן, לפי חוק זה, על ידי בתי המשפט לפי הקריטריונים הבאים (והרשימה אינה סגורה): 1. רמת הייחודיות ה"טבעית" או הנרכשת של הסימן; 2. משך והיקף השימוש בסימן; 3. משך והיקף הפירסום של הסימן; 4. האזור הגיאוגרפי בו נעשה שימוש בסימן; 5. צינורות המסחר במוצרים ו/או שירותים אותם מייצג הסימן; 6. המוניטין של הסימן באזורי המסחר, הן של בעל הסימן והן של המשתמש הלא חוקי; 7. אופי והיקף השימוש בסימנים דומים על ידי צדדים שלישיים; 8. רישום הסימן במרשם הפדרלי.

עוד לפי חוק זה, קיומו של "דילול" סימן מסחר ייקבע על ידי בתי המשפט אם יוכח אחד משני אלה: 1. שימוש בסימן מפורסם לגבי מוצר אחר, שאינו קשור לסימן המקורי, כך שהצרכנים משייכים סימן זה למספר מוצרים שונים והאופי המבחין של הסימן פחת. 2. שימוש בסימן לגבי מוצרים פחות איכותיים או פחות מוסריים ועל ידי כך יצירת גישה שלילית אל מוצריו/שירותיו של בעל הסימן המקורי.

חוק זה קובע, כי אם ימצא ביהמ"ש שאכן מדובר ב"דילול" סימן מסחרי "מפורסם", הוא יוציא צו מניעה כנגד המשתמש ה"מדלל", ללא צורך בהוכחת כוונה לדלל את הסימן המסחרי. אך אם תוכח כוונה כזו, יזכה בעל הסימן המקורי, בנוסף לצו המניעה, גם בפיצויים על הנזק שנגרם לו, ברווחים של המשתמש כתוצאה מהשימוש הלא חוקי, הוצאות המשפט ושכ"ט עו"ד.

אחד המקרים הבודדים בו נעשה שימוש בחוק החדש, היה כחודשיים בלבד לאחר היכנסו של החוק לתוקף, בעניין **Hasbro, Inc. v. Entertainment** ³².

לנחש במקרים רבים די בקלות. לעומת זאת, במקרה של Harrods, נאמר כי כתובת אלקטרונית זהה במהותה למספר טלפון אליו מחייגים ומשום כך אין בה הפרה של סימן מסחר.

ניתן לראות במדיניות החדשה של NSI, אשר נדונה בחלק ז' לעיל, נסיון לפתור סיכסוכים הנוגעים לכתובות אינטרנט וסימני מסחר. אך, כפי שראינו, מדיניות זו נועדה בעיקר לפטור את NSI מאחריות ולא דווקא להביא לפתרון מסויים עבור בעלי סימני מסחר, אשר נפגעים מכתובות באינטרנט.

צעד חקיקתי משמעותי, שנעשה בארה"ב, במטרה לסייע בפתרון הסיכסוכים בנושא סימני מסחר ולמנוע שימוש לרעה באפשרות רישום כתובות באינטרנט הוא החוק הפדרלי האוסר על "דילול" סימני מסחר, *The Federal Trademark Dilution Law* ³⁰ חוק זה, שנכנס לתוקף ב-16 לינואר, 1996, ומהווה חידוש חשוב בתחום זה, אוסר על שימוש מסחרי בסימני מסחר "מפורסמים", באופן ה"מדלל" את האופי המבחין של אותו סימן. בכך עשוי חוק זה לסייע בידי בעלי סימני מסחר למנוע שימוש של אחרים בסימניהם בתור שמות של כתובות באינטרנט. ³¹ בתביעה לפי חוק זה, בשונה מתביעה על הפרת סימן מסחר, אין צורך להוכיח אפשרות להטעייה, בלבול או מרמה, או שקיימת תחרות ישירה או עקיפה בין הבעלים המקוריים של הסימן המסחרי לבין המשתמש בו שלא כחוק, ואף אין הכרח שהסימן המסחרי יהיה רשום. כל שעל בעל סימן המסחר להוכיח הוא שצד אחר משתמש בסימן מסחרי "מפורסם", באופן ה"מדלל" את אופי המבחין של הסימן.

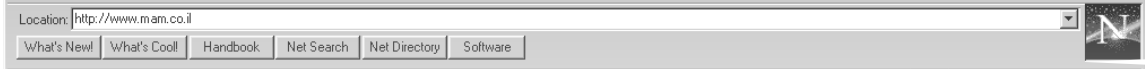
יש לציין כי חוק זה, המהווה סטייה מעוררת מחלוקת מדיני הסימן המסחרי המסורתיים, עדיין לא עמד מספיק במבחן המציאות ועדיין לא נקבע בבירור על ידי

³⁰ Federal Trademark Dilution Act of 1995, P.L. No. 104-98, 109 Stat. 985

Michael Scott, "New Federal Trademark Dilution Law Used In Battle for Domain Names" *Cyberspace Lawyer*, 31 Vol.1, no.2, p.17.

³² 96-0130 (W.D.Wash. 1996).





הגישה בקשה לרישום סימן מסחר הצליל של רעש המנוע של האופנועים שהיא מייצרת³⁵. אגב, זהו לא מצב תקדימי, שכן קולות כסימני מסחר כבר קיימים, אפילו שאגה ניתן לרשום כסימן מסחר, למשל, קולות השאגה של האריה המופיע בפתח כל סרט של חברת MGM רשומים כסימן מסחר³⁶.

ישנם בארה"ב חוקים נוספים, בנוסף לחוקי סימני המסחר, אשר בעזרתם אולי ניתן לפתור מחלוקות סביב כתובות באינטרנט בהקשר של סימני מסחר. דוגמא לחוק כזה הן התקנות האמריקאיות למניעת תחרות בלתי הוגנת של ה-FTC (Federal Trade Commission). לפי תקנות אלה, יכולה ה-FTC, באמצעות צו מניעה, לעצור צורות לא הוגנות של תחרות "Unfair methods of competition in or affecting commerce or unfair land deceptive acts of practices in or affecting commerce are hereby declared unlawful."³⁷ כמו כן, אוסרות תקנות אלה על פרסום מטעה/כוזב בכל צורה שהיא.³⁸ בנובמבר 1995 ניתנה לראשונה החלטה שהשתמשה בתקנות אלה כדי לקבוע שהיה פרסום כוזב באינטרנט.³⁹ נראה כי ניתן להשתמש בתקנות אלה גם בפיקוח על נושא הכתובות באינטרנט, שכן שימוש ורישום כתובת הזיה לסימן מסחר של אחר נכנס בגדר תחרות בלתי הוגנת ואף פירסום כוזב.⁴⁰

הפסיקה האמריקאית אימצה בדרך כלל את מבחן הסבירות לבלבול בקרב הציבור - "likelihood of confusion", בכדי לקבוע האם היתה הפרה של סימן מסחר או האם התקיימה תחרות בלתי הוגנת. מכאן ניתן אולי להסיק, שגם במקרה של שימוש בכתובות אינטרנט, אם חקירה עובדתית בקרב ציבור הקונים

Group Ltd. חברה גדולה לייצור צעצועים, תבעה את Entertainment Group על כך שהשתמשה בשם של אחד מהמשחקים הידועים של Hasbro "CANDYLAND" בתור הכתובת של אתר פורנוגרפי באינטרנט. Hasbro בסימן המסחרי שלה, כיוון ששימוש זה גורם להטעיית צרכנים העלולים לקשר את האתר הפורנוגרפי עם המשחק לילדים, ולפיכך גורם לנזק בלתי הפיך לחברת Hasbro. "Entertainment Group והורה לרוקן את האתר הפורנוגרפי שלה מתוכנו.

נסיון נוסף לפתרון חלק מהבעייתיות שבכתובות אינטרנט נעשה בועדה של INTA³³ ועדה זו הוקמה במטרה לבחון את סוגיית הסימנים המסחריים באינטרנט ולסייע במתן פתרונות למחלוקות המתעוררות סביב נושא זה. אחת ההצעות של ועדה זו היתה לגבות דמי תחזוקה שנתיים לשימור האתר והכתובת, בתקווה שדמי תחזוקה אלה יגרמו לאנשים לחשוב פעמיים לפני שהם רושמים כתובת באינטרנט ובכך יפחת מספר הכתובות וכן גם מספר "חטיפות" סימני המסחר. NSI אימצה הצעה זו ובספטמבר 1995 הכריזה על גביית דמי רישום של כתובות באינטרנט ודמי תחזוקה שנתיים. מדיניות זו אמנם גרמה להאטה ברישום כתובות, אך זאת רק לזמן קצר. כיום, למרות העלות, ממשיך הביקוש לכתובות באינטרנט לגדול בקצב מהיר.

בתי המשפט בארה"ב נתנו פרשנות רחבה לחוקי סימני המסחר, במסגרתה ניתנה הגנה רחבה מאוד לסימני המסחר. ניתנה הגנה לתמונות, צורות שונות, סוליות ועליים, ואפילו ניתנה הגנה לצבע.³⁴

לאחרונה, חברה לייצור אופנועים - הארלי-דווידסון,

33 ראה הערה 19 לעיל.

34 QUALITEX CO.V..JACOBSON PRODS.115 s.ct.1300 (1994).

35 T.taylor, buckley the bike that roared: can harl'ys sound be a trademark?, USA TODAY, jan.8,1996.

36 Anna D. wiled, harley hopus to add ho'gs roar to its menagerie of trademark, WALL S+.J, june 23, 1995.

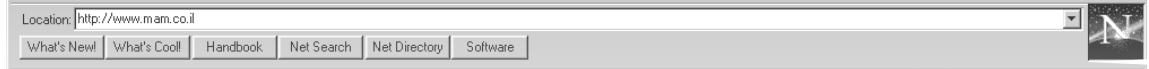
37 15 U.S.C. s 45 (a) (1) (1994).

38 15 U.S.C. s 52 (1994).

39 www.webcom.com/lewrose/article/ned.html.

40 Kenneth Sutherland Dueker "Trademark Law Lost in Cyberspace: Trademark Protection for Internet Addresses" 40 9 Harv.J.L. & Tech. 483 (1996).





ועוד, תביעה לקבלת צווי מניעה כנגד טוטל ניוז, ופיצויים בגין רווחים של טוטל ניוז כתוצאה מהעוולות המיוחסות לה. התובעות טוענות כי האתר של הנתבעת הינו טפילי, המשתמש בידיעות וחומר מערכת של התובעות ומפרסם אותם מחדש על מנת למשוך אליו משתמשים ומפרסמים. התובעות טוענות כי יש בפעילות זו של הנתבעת הפרה ודילול של סימניהן המסחריים (המפורסמים) של התובעות, שכן ציבור המשתמשים באינטרנט עלול לסבור בטעות שיש קשר בין התובעות לטוטל ניוז. יש לציין, כי השלכות תביעה זו ופסק הדין שיינתן בעניין זה, על האינטרנט, עשויות להיות מרחיקות לכת עד כדי כך שתהיה זו תחילת סופם של מנועי החיפוש באינטרנט⁴⁴, שכל תכליתם היא קישורם לאתרים אחרים.⁴⁵

Ad Hoc Committee IAHC-International

צעד פעיל נוסף בנסיון לפתור את הבעיות הכרוכות ברישום כתובות באינטרנט היה הקמת ועידה בינלאומית בשם International Ad Hoc Committee (IAHC).⁴⁶ בשם ועידה זו, שהיתה מורכבת מקבוצה של מומחים שונים, התכנסה בפברואר 1997, בז'נבה, במטרה לקבוע מדיניות ונהלים הקשורים לניהול, יישום, תפעול ורישום ה־generic TOP LEVEL DOMAIN (gTLD), דהיינו TLD שהם נחלת הכלל) וה־SLD. ב־1 למאי 1997, נחתם מזכר הבנות "gTLD-MOU" (להלן: "מזכר ההבנות") על ידי כ־80 ארגונים שונים מכל רחבי העולם.

בין ההמלצות שאומצו במזכר ההבנות אלה הן הרלבנטיות לענייננו⁴⁷

יגלה כי מבחינה סובייקטיבית ישנה סבירות כי הקונים עלולים להתבלבל (לגבי זיהוי מקור המוצר) אזי הנטייה תהייה לראות את המצב כהפרה של סימן המסחר או תחרות בלתי הוגנת.⁴¹

לאחרונה, הוגשו שתי תביעות העשויות להוות תקדימים חשובים בתחום הנדון. הראשונה היא **Actmedia Inc. v. Active Media International Inc.**⁴² בפרשה זו התובעת, שהינה חברה מסחרית ידועה, ניסתה לרשום את שמה המסחרי בפברואר 1996 ככתובת באינטרנט "actmedia.com", אך גילתה שכתובת זו נרשמה כבר על ידי הנתבעת. התובעת הגישה תביעה בגין שימוש כוזב בסימנה המסחרי וביקשה שהנתבעת תעביר לה את הכתובת. בית המשפט קבע כי הנתבעת עשתה שימוש לא הוגן בסימן המסחרי של התובעת, הפרה את החוק למניעת דילול סימני מסחר של מדינת אילינוי וכי קיימת סבירות גבוהה לבלבול בקרב הלקוחות שזיהו את הנתבעת יחד עם התובעת. בית המשפט הוציא צו מניעה קבוע המורה לנתבעת להפסיק את הפרת סימנה המסחרי של התובעת ולמסור את הכתובת החדונה מיידית לתובעת. למעשה, בפסק דין זה היתה התייחסות מפורשת לכך ששימוש ורישום כתובת באינטרנט, המכילה סימן מסחר של גוף מסויים, על ידי גוף אחר, שאין לו אישור שימוש בסימן מסחר זה מהווה הפרה של חוקי סימני המסחר.

תביעה נוספת, המתבררת בימים אלה, הינה בעניין **Washington Post Company v. Total News Inc.**⁴³ טוטל ניוז היא חברה המפעילה אתר הכולל קישורים לאתרים של רשתות טלוויזיה, עיתונים וספקי מידע תקשורת אחר. בפברואר 1997 הגישו ענקי תקשורת אמריקאיים, כגון: ווינגטון פוסט, טיים, סי אן אן

41 fuji photo film co v. shinohara shoji kabushiki kasisha, 754 f. 2d, 591 (1985)

42 www.leepfrog.com/e-law/e-lawlinks.html

43 www.ljx.com/internet/complain.html.

44 מנועי חיפוש כגון yahoo, altavista וכי'.

45 עו"ד חיים רביה "The Washington Post Company v. Total News Inc", **גלובס** 11.4.97.

46 הרחבה בנושא הצעות אירגון IHAC ראה בכתבה מאת דוד גורדון, "מחוללים שמות באינטרנט", במוסף **מעריב** - **עסקים @ מחשבים**, עמ' 5.

47 www.iahc.org - אתר כללי של IAHC העוסק בכל העניינים הקשורים אליו, כולל מסמכים רלוונטיים.





WIPO(World Intellectual Property Organization)
בזינבה.

1) TLD: שייחשבו כנחלת הכלל (gTLD) הם ".com", ".org", ".net", ".edu", ".gov" לא ייחשבו יותר כ- gTLD.

5) כל רישום ושימוש ב-SLD אשר דומה או זהה לסדרה של אותיות, שיש לגביה זכויות קניין רוחני, או שהיא ידועה בקנה מידה בינלאומי, ינתן רק למי שיוכיח שיש לו זכויות לגבי SLD כזה, או שקיבל אישור ממי שיש לו זכויות כאלה. יוקם גוף בשם ACP⁵⁰, שתפקידו יהיה ליישם מדיניות זו ולדון בסכסוכים שיווצרו על רקע זה.

2) בנוסף ל- ".net", ".org", ".com" יוקמו gTLD חדשים שכל אחד מהם יהיה בן 3-5 אותיות - "firm" לחברות גדולות, "store" לארגונים המוכרים סחורה, "web" לארגונים העוסקים באתרי אינטרנט, "arts" לאתרי תרבות, "rec" לאתרי בידור ופנאי, "nom" לאינדיבידואלים, ו- "info" לגופים המספקים שירותי מידע.⁴⁸

6) כל בקשה לרישום SLD תפורסם ברבים, והרישום יעוכב ויוקפא למשך 60 יום מיום הפרסום ועד יום הרישום בפועל; זאת על מנת לתת לצד אחר הטוען כי יש לו זכות מסוימת על SLD זה מספיק זמן להתנגד לרישום כזה ובכך לעודד פתרון של סכסוכים טרום משפטיים ולצמצם את מעורבות הרשמים בסכסוכים משפטיים. נקבע כי הקפאת הרישום ל- 60 יום תהיה התנדבותית בלבד ותהיה בידי מבקש הרישום או בידי הרשם.⁵¹

3) בחירת רשמים חדשים לרישום ה- DOMAIN NAMES, אשר עליהם יפקח גוף בשם Core⁴⁹.

7) ה-TLD הוא נכס ציבורי בינלאומי, השייך לנחלת הכלל, לכן כל החלטה ופעולה לגבי TLD תפורסם

4) בקשה לרישום כתובת באינטרנט, תלווה בהצהרה לגבי כוונות השימוש ולגבי האינטרס של המבקש בכתובת הספציפית (כגון בעלות על סימן מסחר). כמו כן הבקשה תכלול הסכמה לסמכות שיפוטית במקרה של תביעה כנגד מבקש הרישום בגין הפרה של סימן מסחר והסכמה להליכי פישור ובוררות on line, אשר תתקיים תחת המרכז לפישור ובוררות של

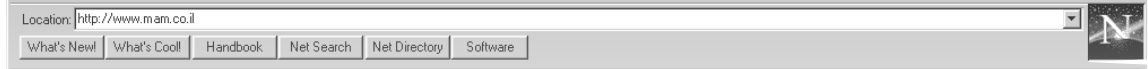
48 על ידי יצירת gTLD אלטרנטיביים עשויות כל הבעיות שדנו בהם עד כה להיפתר. יתרה מכך, דבר זה יתרום להתגברות התחרות החופשית ומניעת מונופולזציה. מצד שני, יתכן שיצירת gTLD חדשים רק תחריף את הבעיה הקיימת של חטיפת השמות ורישומם ככתובות, כיוון שרבים ינסו לנצל את העובדה שיש gTLD חדשים ותהיה חטיפה של סימני מסחר תחת ה- gTLD החדשים, השימוש הלא הוגן והמסחר בכתובות יגבר, ובעצם בעיית הסחטנות רק תחמיר. עם זאת יש לזכור שבעיות אלה נוצרו בעיקר עקב המונופול של משרד רישום אחד ה- NSI והמדיניות שלו, כל זאת כפי שנראה בהמשך הולך להשתנות ורישום DOMAIN NAMES לא יהיה כפי שהוא מבוצע היום.

49 Council Off Registrars - לפי המלצות הועידה, גוף זה יספק שרותים שונים לרשמים, יתאם ביניהם וינהל מאגר מידע של Names Domain, אשר יהיה משותף לכל הרשמים. Core תפעל תחת מזכר הבנות עליו יחתמו כל הרשמים שיבחרו והיו מחויבים לפעול על פני. עקרונות מזכר זה יהיו שהרישום והשימוש של ה-SLD יהיו תחת שימוש הוגן ועל בסיס "ראשון בזמן-ראשון בזכות".

50 Administrative Domain Name Challenge Panels

51 הסיבות לכך שנקבע כי נושא הקפאת הרישום יהיה התנדבותי הם החשש מפני חיזוק זכותם של בעלי ה-SLD לעומת החלשת זכותם של בעלי הסימן המסחרי בסימנם, שכן, עצם העובדה שנותנים שהות של 60 יום לבעל הסימן המסחר להגיב יוצרת מעין הגנה טובה יותר למי שהגיש בקשה לרישום ורשם את ה-SLD אם בעל הסימן המסחר לא התנגד תוך 60 יום אלא לאחר מכן. עולה השאלה האם בעל הסימן המסחרי שהתנגד לאחר 60 יום מושתק מלהתנגד או מנוע מלהגיב, האם שתיקתו במשך 60 הימים תחשב כמעין הסכמה מצידו שהמבקש ירשום את ה-SLD? אם כן, יתכן שיש פה סכנה לדילול ייחודיות הסימן וזה אף עלול להחשב כמעין ראייה לנטישה של הסימן. יש לציין, כי העובדה שאין גוף בינלאומי מאורגן המטפל ברישום סימני מסחר מקשה על בעל הסימן המסחרי לאתר הפרתו של סימן המסחר שלו באינטרנט, וההגבלה ל- 60 יום בלבד מקשה אף יותר. ישנם הטוענים כי 60 יום היא תקופה קצרה מידי ויהיה זה נטל כבד מדי לדרוש מבעלי סימני המסחר, שכבר נקבע לא אחת כי זכותם על הסימן היא קניינית, להשקיע זמן, מאמצים וכסף בחיפוש מתמיד אחרי מי שפוגע בסימנם.





VI. המצב בישראל

1. רישום כתובות באינטרנט בישראל

כפי שראינו, ניתן לרשום כתובות בעזרת משרד הרישום בארה"ב. כתובות הנרשמות במשרד האמריקאי הן בעלות gTLD, דהיינו בעלות סיומות הנחשבות כבינלאומיות. אולם ה-InterNIC אינו משרד הרישום היחיד לכתובות אינטרנט. למעשה, ישנם משרדי רישום במדינות רבות, אשר אחראים לרישום של הכתובות במדינתם. משרדי רישום אלה רושמים כתובות בעלות TLD שונה מה-gTLD, דהיינו הם אינם משתמשים בסיומות הבינלאומיות - ".org", ".com" וכיו"א - אלא בסיומות המצינות את מדינת משרד הרישום, שרשם את הכתובת הספציפית (לדוגמא: ".fr" הוא ה-TLD של צרפת, ".il" הוא ה-TLD של ישראל). גם בישראל קיים משרד רישום של כתובות אינטרנט, אשר אחראי לרישום כתובות של אתרים ישראליים באינטרנט, ואשר פועל תחת הפיקוח והשליטה של סניף ISOC⁵⁴ הישראלי⁵⁵.

בעקרון, כללי הרישום והיישום של משרד הרישום הישראלי דומים לכללי הרישום של ה-InterNIC בארה"ב, אך נראה כי הגבלות על הרישום בישראל הן, במידה מסויימת, פחותות מההגבלות הקיימות על הרישום דרך ה-InterNIC. ראשית, בעוד שעקרונות ה-

ברבים אם באתר באינטרנט או בדרך אחרת. בין השאר יפורסמו גם בקשות רישום, סכסוכים וכו'.

(8) יוקם שרת מנחה, ידידותי למשתמש, שיקל על כל משתמש למצוא את הגורם שהוא מחפש, המזוהה עם סימן המסחר. מומלץ כי שרת כזה ישמש כמדריך של סימני מסחר, וכן מומלץ להוסיף את הלוגו של סימן המסחר למדריך על מנת שיהיה קל יותר למצוא את נשוא החיפוש⁵².

כל עוד צורת הרישום הנוכחית של ה-gTLD נמשכת, מזכר ההבנות לא יחול על רישום כזה. כמו כן, משרד רישום כתובות האינטרנט לא ייחשב כמשרד רישום לפי מזכר הבנות זה עד שלא יחתום על המזכר⁵³. גופים רבים עדיין לא חתמו על מזכר ההבנות ואין עדיין ייצוג רחב ומגוון דיו מבחינה לאומית ותרבותית ב-IAHC. עם זאת, נראה כי המערכת החדשה, המומלצת על ידי IAHC, לניהול רישום כתובות אינטרנט, היא מערכת טובה, האמורה לפתור את רוב רובן של הבעיות המשפטיות והאחרות הקיימות היום בהקשר של כתובות אינטרנט. אין ספק, כי לתוכנית זו תהיה השפעה רבה על עולם האינטרנט ואולי אף על המשפט הבינלאומי בכלל. אך, עד כמה תוכנית זו תוכיח עצמה בפתרון ההתנגשות שבין כתובות אינטרנט וסימני מסחר - ימים יגידו.

52 חשוב לזכור שהסכסוכים נובעים בעיקר מהעובדה שכיום הדרך הנפוצה והמקובלת למצוא חברה מסוימת באינטרנט היא בעזרת חיפוש ע"י גלישה או ע"י ניחוש הכתובת שלה. מאחר ואין מדריך כולל ומקיף שיכול לעשות את זה אחת המסקנות של ועידת IAHC היא שצריך ליצור שרת ידידותי שישמש כמדריך של שמות וסימני מסחר, בעזרתו יוכל כל משתמש למצוא את מבוקשו בקלות יחסית. הקמת מדריך כולל לסימני מסחר באינטרנט תאפשר לבעל סימן מסחר לרשום סימן מסחרי באינטרנט גם בעזרת כתובת שלא קל למחפשים לזכור. כאשר הציבור ידע שהדרך למציאת חברה מסוימת, על פי שמה או סימנה המסחרי, היא לא בעזרת גלישה או ניחוש הכתובת, אלא בעזרת השרתים המדריכים, יפסקו רוב הסכסוכים ויפתרו רוב הבעיות.

53 החוזה של NSF (National Science Foundation) עם משרד הרישום הנוכחי NSI מסתיים ב-1998 NSF הכריזה כי אין כוונתה לחדש את החוזה עמה.

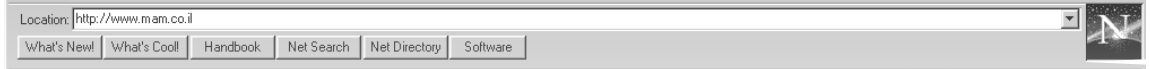
54 ISOC (INTERNET SOCIETY) - ארגון גג בינלאומי, שמטרתו לקדם את היישום והשימוש באינטרנט למטרות אקדמיות, חינוכיות ומדעיות תוך עידוד שיתוף הפעולה הבינלאומי והתמקדות בהתפתחות טכנולוגיית האינטרנט.

55 ניתן למצוא מידע כללי על סניף ISOC הישראלי, פעולותיו וכל הנוגע לרישום כתובות תחת ".il", באתר המרכזי של ISOC: www.isoc.org.il

56 אם כי, יש לציין, שמשרד הרישום הישראלי קבע כי אין לרשום כתובות המכילות מילים שעלולות לפגוע בשמות מסחריים (למשל: לא ניתן לרשום "besek.co.il" כיוון שהוא דומה מדי ל-"bezek.co.il" ועלול לפגוע בשם המסחרי של בזק) וכי הכתובת שתירשם צריכה להיות מקורבת לעיסוקו או פעילותו של הגוף המבקש כתובת זו. כמו כן, נקבע כי מי שינסה לרשום כתובת על מנת לנסות ולמכור אותה מאוחר יותר, ייענש באמצעות ביטול מיידית של כל הכתובות המצויות ברשותו.

57 למשל, ניתן לרשום כתובת המכילה מילים כמו "nadlan".





גם כתובת אינטרנט עשויה להיחשב כסימן מסחר. סעיף 1 לפקודה מגדיר "סימן" כ"אותיות, ספרות, מילים, דמויות או אותות אחרים או צירופם של אלה, בשני ממדים או בשלשה". כיוון שכתובת אינטרנט מורכבת גם היא מספרות, אותיות ומילים, הרי שניתן לראות אותה כ"סימן". אם כך, ולאור המציאות שבה כתובות אינטרנט משמשות כמוקד עסקי, הרי שכתובת אינטרנט עשויה להיחשב גם כסימן מסחר, שכאמור מוגדר בפקודה כ"סימן המשמש או מיועד לשמש, לאדם לעניין הטובין שהוא מייצר או סוחר בהם." אם אכן ניתן להגדיר כתובת אינטרנט כסימן מסחר, הרי שגם יחולו עליה דיני סימני המסחר הישראליים.

מסעיף 46 לפקודה ומהפסיקה הישראלית⁵⁸ ניתן ללמוד כי הבעלות בסימן מסחר הינה זכות קניינית ולכן הפרה של סימן מסחר היא פגיעה בזכות הקניינית של בעל הסימן. זכות זו מקבלת משנה תוקף לאור סעיף 3 לחוק יסוד:כבוד האדם וחירותו הקובע כי אין לפגוע בקניינו של אדם. הסימן הרשום מקנה לבעליו זכות לשימוש ייחודי בסימן וזכות למנוע שימוש בסימן דומה לגבי מוצרים שבאותו סיווג גם אם המפר לא ידע על קיומו של הסימן הרשום. לעומת זאת, שימוש בסימן מסחר, הרשום בהגדר מסוים, לגבי מוצר בהגדר שונה, אינו מהווה הפרה לפי הפקודה⁵⁹.

לפי הפקודה, תנאי מוקדם לתביעה בגין הפרת סימן מסחר הוא קיומו של רישום של אותו סימן מסחר בפנקס סימני המסחר⁶⁰. לכן, סביר להניח שתהייה בעתיד בקשות לרשום כתובות אינטרנט בתור סימני מסחר. בקשה כזו תצטרך לעמוד, ככל הנראה בדרישות שונות של הפקודה. סעיף 116(1) לפקודה קובע כי "סימן

InterNIC מתייחסים באופן מפורש להגנה על בעלי זכויות בסימן מסחר, לא ניתן למצוא התייחסות מפורשת כזו בין עקרונות משרד הרישום הישראלי.⁵⁶ שנית, בעוד שלפי חוקי הרישום של ה-InterNIC, חברה לא יכולה לרשום יותר מכתובת אחת על שמה, הרי שלפי חוקי משרד הרישום הישראלי, חברה יכולה לרשום לעצמה עד 10 כתובות. כמו כן, לפי חוקי הרישום של ה-InterNIC לא ניתן להשתמש בשמות תאוריים, שהם נחלת הכלל, כחלק מהכתובת באינטרנט, ואילו לפי חוקי משרד הרישום הישראלי אין מניעה מלרשום שמות תאוריים כחלק מהכתובות, אם הוכח קשר בין עסקו או פעילותו של מבקש הרישום ובין השם המבוקש⁵⁷.

2. סכסוכים משפטיים בישראל הקשורים לכתובות אינטרנט וסימני מסחר

נכון לזמן כתיבת מאמר זה עדיין לא ידוע על סכסוך משפטי בישראל, הקשור להתנגשות שבין כתובות באינטרנט וסימני מסחר. עולה השאלה כיצד - במידה ויתעורר סכסוך משפטי בישראל בנושא זה - ניתן יהיה לתקוף את הסוגיה החדשה הזאת, לאור העובדה שאין עדיין תקדימים בנושא זה בישראל. בחלק זה ננסה לבחון מהם הדינים והסעדים הרלוונטיים לתובע המגיש תביעה, בבית משפט ישראלי, על הפרת סימנו המסחרי באינטרנט ע"י הנתבע.

א. פקודת סימני מסחר

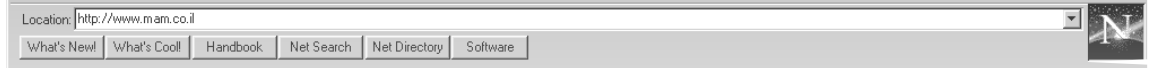
נראה כי, לפי הגדרת סימן מסחר בפקודת סימני מסחר [נוסח משולב] תשל"ב-1972 (להלן: "הפקודה"),

58 בג"ץ 460/87 פוגי נ' רשם הפטנטים, פ"ד מב (1) 485.

59 כך, למשל, נפסק בע"א 352/69, מנהטן נ' המגפר, פ"ד כג (2) 373. אך יש לציין כי ישנה מגמה בקרב מלומדים לשנות כלל זה, בטענה שהמציאות כיום והתפתחות הפסיקה הישראלית והעולמית מחייבת את בתי המשפט לבחון האם למוצרים קהל צרכנים דומה, וע"פ מבחן זה ייקבע האם השימוש באותו סימן מסחר מהווה הפרה או לא. תמיכה במגמה זו ניתן למצוא בת"א (נה) 79/84 לוגו א.ס. נ' שמיל מפעלי מתכת, פ"מ תש"ן (2) 194, בו נקבע כי "...לדעת ביהמ"ש, מן הפסיקה שהובאה לפניו עולה כי אין להותיר ניצול של מוניטין ופרסומת ע"י נטילת סימן מסחר של יצרן אחר ושימוש בו גם לגבי מוצרים אחרים....די בקשר המידי וההכרחי שנוצר במחשבתו של הקונה כשהוא קונה את התבניות (הנחשבים למוצר אחר לצורך העניין) כדי לאסור על הנתבעת להשתמש בו."

60 עם זאת, המשפט המקובל קבע שכאשר סימן מסחר מסוים נמצא בשימוש בשוק מזה זמן רב, לא ניתן יהיה לרשום סימן זהה לו, גם אם הסימן הראשון אינו רשום. הכוונה היא למנוע מצב בו פלוני משתמש בסימן מסחר ו/או לא רשם אותו, ואלמוני מבקש לרשום את הסימן על שמו, ולהנות מהמוניטין שצבר סימנו של פלוני.





צרוף של ציורים, מילים או סימנים, בין שהם כוללים סימן מסחרי ובין שאינם כוללים סימן מסחרי, העשויים להמריץ אנשים להאמין כי הסחורה היא תוצרתו או סחורתו של איה אדם זולת בעליה או מייצרה האמיתי של אותה סחורה. אם נתייחס אל כתובת כאל צרוף של מילים או סימנים, אזי תובע יוכל לתבוע גם מכח פקודה זו.

הגנת פקודה זו מוקנית לסחורה גופה או "...במכסה, בפתק, בסליל או בדבר אחר שבהם נמכרת הסחורה או מוצגת למכירה או מחזיקים אותה לצרכי מכירה, מסחר או תעשייה..." (סעיף 16(ב)), או "...בכל אופן שהוא שיש בו כדי להמריץ אנשים להאמין שהסחורה אשר משתמשים לגביה בסימן המסחרי מכוונת או מתוארת באותו סימן מסחרי או סימן באותו תיאור מסחרי" (סעיף 16(ד)). ניתן אולי לראות כתובת אינטרנט כ"דבר אחר", דרכו אדם מציג את סחורתו בעזרת סימן מסחרי כלשהו, שכן קל מאוד להטעות את הציבור ולהמריץ אותו להאמין כי הסחורה המוצגת למכירה דרך האתר בכתובת משוייכת לחברה אחרת.

יש לזכור כי ההגנה בפקודה זו היא על הצרכן בלבד, מפני הטעייה, ולא על היצרן או המשווק, ולכן הסעד הניתן ע"י הפקודה הוא פלילי בלבד.

ג. חוק הגנת הצרכן, תשמ"א-1981

בנוסף לבעלי סימני מסחר גם ציבור הצרכנים עצמו יכול להיפגע עקב שימוש בכתובת באינטרנט. מצב כזה יכול להתרחש, למשל, כשהצרכן מחפש חברה מסוימת באינטרנט והוא עושה זאת על ידי ניוחש הכתובת שלה לפי סימנה המסחרי. ישנו סיכון שהצרכן יגיע בדרך זו לאתר של חברה אחרת, המשתמשת בכתובת המכילה סימן מסחר זהה או דומה לזה של החברה המבוקשת על ידו. ייתכן גם, שהמוצרים המוצגים באתר זה יהיו דומים למוצרים של החברה אותה חיפש הצרכן, וכך מבלי

שיש בו כדי להטעות את הציבור, סימן המכיל ציון מקור כוזב וסימן המעודד התחרות בלתי הוגנת במסחר" לא יהיה כשר לרישום. לכן, סביר להניח, שכתובת אינטרנט, המכילה מילה הזזה או דומה לסימן מסחר של גוף אחר לא תהיה כשירה לרישום כסימן מסחר.

בישראל, בניגוד למצב כיום בארה"ב, אין עילת תביעה בגין "דילול" סימן מסחר, אלא רק בגין הפרתו. לכן, על התובע בגין שימוש בכתובת אינטרנט להראות כי כתובת זו מפירה את סימן המסחר ואין די בטענה שכתובת זו "מדללת" את סימן המסחר.⁶¹

60 לפקודה קובע סנקציה עונשית על מי ש: "1) משתמש בסימן מסחר רשום או בחיקוי של סימן כאמור...הוא איננו בעל הסימן." (2) משתמש לגבי פרסום טובין, בעתונות או בדרך אחרת, בסימן מסחר שנרשם כשורה...". שימוש בכתובת המכילה סימן מסחר של אחר בהחלט יכולה להיכנס למסגרת של "דרך אחרת". ניתן לראות, כי בהחלט יש מקום לתובע שהוא בעל סימן מסחר רשום, לתבוע בגין הפרה של הסימן על ידי מי שרושם לעצמו כתובת באינטרנט, המכילה סימן זהה או דומה לסימן הרשום.

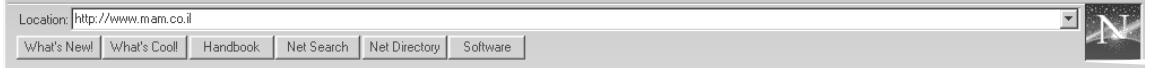
הסעדים המוענקים לפי הפקודה הם גם סעדים אזרחיים, כגון צו מניעה ו/או פיצויים נזקיים (סעיף 59 לפקודה), וגם סעדים פליליים, כגון מאסר או קנס כספי גבוה (סעיף 60 לפקודה).

ב. פקודת סימני סחורות, ת"א, פרק 3"א

תחולת פקודה זו היא רחבה יותר מזו של פקודת סימני המסחר, כיוון שהיא חלה גם על סימן מסחר לא רשום. מטרת פקודה זו היא למנוע תאור כוזב. סעיף 2) לפקודת סימני סחורות קובע כי "הוראות פקודה זו ביחס לשימוש בתיאור מסחרי כוזב לגבי איזה סחורה תחולנה על השימוש בכל ציור, מילה, סימן...או בכל

61 יש לציין כי בתי המשפט בישראל מכירים כיום בסכנה של "דילול" סימן מסחר, אך, כפי שנאמר באמירות אגב בפסקי דין, למרות שמצבים של דילול סימני מסחר מתקיימים בארץ, ידיו של בית המשפט כבולות. על המחוקק לתת את הדעת על זה ולחוקק חקיקה מתאימה. בע"א 352/69 חברת מנהטן נ' המגפר בע"מ, ביהמ"ש הסכים כי אכן קיימת סכנת דילול, אבל קבע כי את הפתרון יש לתת בדרך של חקיקה ולא על ידי החלטות שיפוטיות.





ה. גניבת עין

סעיף 59 לפקודת הניזקין [נוסח חדש] קובע את עוולת "גניבת עין": "מי שגרם או מנסה לגרום, ע"י חיקוי השם, התאור, הזמן או התווית או **בדרך אחרת**, שטובין יחשבו בטעות כטובין של אדם אחר, עד שקונה רגיל עשוי להניח שהוא קונה טובין של אותו אדם, הרינו עושה עוולה כלפי אותו אדם. אך אין אדם עושה עוולה רק על ידי שהוא משתמש בשמו למכירת טובין."

הגנה זו דומה להגנה שמעניקה פקודת סימני המסחר, אך היא רחבה יותר כיוון שהיא חלה לא רק על סימן מסחר, אלא גם על תיאור המוצר ודיוקנו הכללי. גניבת עין מבוססת על נטילה של המוניטין שנוצרו לאדם בשוק, על ידי אדם אחר, ושימוש במוניטין בהקשר למוצרי או עסקו של אחר שהוא המעוול, באופן שציבור הצרכנים יוטעה לחשוב כי המוניטין שייכים למעוול או למוצרי או לעסקו. התובע צריך להוכיח כי רכש מוניטין בדיוקנו הכללי של המוצר, בשמו או בסימן המסחרי, וכי החיקוי נועד להטעות את "הקונה הרגיל".⁶³ גניבת עין הינה עוולה מתפתחת, שבתי המשפט בארץ יצקו לתוכה תכנים שונים עם התפתחות חיי המסחר. העוולה מתבססת על עצם הכנסת המוצר לשוק מתוך כוונה לגרום בסופו של דבר להטעיית הציבור.⁶⁴ כיום העוולה נתפסת כמגינה מפני מגוון של פגיעות בעסק או במוניטין כתוצאה מהצגה כוזבת.⁶⁵ כמו כן, נוהגים להגדיר את המוניטין בצורה מרחיבה הכוללת כול יתרון הקשור לעסק,⁶⁶ מוניטין הוא אותו כוח המושך לקוחות לעסק, סך כול הגורמים המעלים את שווי העסק.⁶⁷

כפי שכבר צוין, קל מאוד יחסית לגרום לבלבול ו/או הטעייה בקרב הקונים לגבי מקור המוצר בעזרת כתובת באינטרנט. לכן, לאור ההגנה הרחבה שפקודת הניזקין מעניקה בהתקיים עוולת גניבת עין, נראה כי השימוש

משים עלול הצרכן לטעות ולחשוב שהוא קונה את המוצר של חברה אחת בעוד שלמעשה הוא קונה מוצר של חברה אחרת.

סעיף 2 (א) לחוק עוסק באיסור הטעייה: "לא יעשה עוסק דבר-במעשה או במחדל בכתב או בעל פה או **בדרך אחרת** העלול להטעות צרכן בכל עניין מהותי בעסקה." עניין מהותי בעסקה יכול להיות, בין השאר: זהות היצרן, היבואן או נותן השרות (סעיף 2(א) 6), או השם או הכינוי המסחרי של הנכס או השרות (סעיף 2(א) 7). ניתן אולי להעניק הגנה לצרכן מפני מצבים כאלה באמצעות סעיפים אלה.

ד. הצעת חוק החברות⁶²

סעיף 36 להצ"ח זו קובע: "חברה רשאית לבקש מבית משפט שיורה למי שנטל את שמה או שם דומה לו עד כדי להטעות להמנע מלהשתמש בו, וכן רשאי מי שחברה נטלה את שמו כאמור לבקש צו דומה מבית המשפט. בית המשפט יתן צו כאמור אלא אם כן שוכנע כי זכותו של הצד הנתבע בנטילת השם להשתמש קודמת."

למעשה, ישנה פה הגנה רחבה לשם החברה. במידה ויש זהות בין שם החברה לסימנה המסחרי וישנה כתובת באינטרנט, המכילה את שם החברה, ואשר רשומה על שם גוף אחר, ייתכן שתוכל החברה להיעזר גם בסעיף זה ולבקש מבית המשפט כי יורה לבעל הכתובת להפסיק להשתמש בשם זה בכתובת שלו, או לשנות את הכתובת ואולי אף למחוק אותה או לוותר עליה. סעיף זה, למעשה, נותן מענה לחברה גם כשלא מדובר בסימנה המסחרי אלא בשמה המסחרי. נראה כי, במידה והצעת החוק הזאת תתקבל, סעיף 36 בהחלט עשוי לשמש כבסיס לתביעה.

62 הצעת חוק החברות, התשנ"ו-1995, ה"ח 2432 מיום 23.10.95.

63 נ' אסיא, **דיני מחשבים-הלכה למעשה** (מהדורה שניה, 1996, כרך א), עמ' 142.

64 יעקב וחנה קלדרון, **חיקויים מסחריים בישראל**, 1996, עמ' 60.

65 ת"א (ת"א) 749/56 **אגודת הכורמים נ' יקבי הכרמל**, פ"מ כב 81, 72.

66 ע"א 663/87 **ד"ר תקווה נתן נ' צפורה גרינר ואח'**, פ"ד מה(1)104.

67 יעקב וחנה קלדרון, **חיקויים מסחריים בישראל**, 1996, עמ' 71.





טובת הנאה אחרת אשר גרמו להתעשרות הזוכה - אם בעל הכתובת מכר או שיווק מוצרים ללקוחות אשר הגיעו אליו דרך אותה כתובת באינטרנט, אזי ניתן לראות את הרווחים שהפיק כהתעשרות. **2. מאדם אחר** - כלומר האם ההתעשרות האמורה באה לזוכה מן המזכה, האם ההתעשרות היתה על חשבון המזכה. הפסיקה קבעה כי זו שאלה שבעובדה שיש להוכיח בכל מקרה לפי נסיבותיו הספציפיות. אם ניתן לראות, כעניין שבעובדה, שהזוכה (בעל הכתובת) נהנה מן השוק אותו פיתח המזכה, אזי ניתן לומר כי ההתעשרות באה מן המזכה (מי שתובע את בעל הכתובת). **3. שלא על פי זכות שבדין** - קיים קושי במקרים רבים להצביע על דין מפורש אשר מקנה לזוכה את הזכות להתעשר או שולל אותה ממנו, אולם הפסיקה קבעה כי על הנתבע הנטל להוכיח כי יש דין המעניק לו זכות להתעשר.⁷⁰ לדעתנו, לנתבע, בעל כתובת המכילה סימן מסחר של אדם או גוף אחר, יהיה קשה מאוד למצוא דין המעניק לו זכות להתעשר. יתר על כן, נקבע כי במקרים בהם לא ניתן להצביע על דין מפורש, אשר מקנה לזוכה את הזכות להתעשר או שולל אותה, התשובה לשאלה האם ההתעשרות אינה כדין תהיה על פי מבחן הצדק.⁷¹ השאלה האם ההתעשרות הינה בלתי צודקת תבחן על פי "תחושת המצפון והישר" ועל פי השקפות בדבר "הישר והטוב" הנבחנות על פי קנה מידה אובייקטיבי, תוך שינתן משקל רב להתנהגות הצדדים.⁷² לדעתנו מאזני הצדק ייטו לעיתים קרובות לטובת התובע ונגד הנתבע, בעל הכתובת, כיוון שהתובע הוא בדרך כלל בעל הסימן או השם המסחרי ובעל המוניטין; יש לו זכויות קנייניות בנכסים אלה והוא השקיע זמן, ממון ומאמצים בהשגת זכויות אלה. גם מבחינת האינטרס הציבורי הנטייה

בעולה זו, בהקשר של כתובות אינטרנט, עשוי להיות יעיל מאוד.⁶⁸

1. חוק עשיית עושר ולא במשפט, התשל"ט-1979

העילה של עשיית עושר ולא במשפט עומדת כעילה בזכות עצמה, במבחן מן העילה של גניבת עין ובמקביל לה. חוק עשיית עושר ולא במשפט העניק לבית המשפט שיקול דעת רחב ביותר, כאשר אסר על כל התעשרות על חשבון הזולת, בלשון המתבססת על עקרון רחב וכוללני, אשר לא מגביל את העיקרון לתחום משפט ספציפי. חוק זה, למעשה, משמש בידי השופטים כחומר ביד היוצר, ולכן ההגנה המוענקת לפיו עשויה להיות נרחבת מאוד. לעיתים החוק משלים את גניבת עין בכך שבנסיבות עובדתיות בהן לא נתגבשה עוולת גניבת עין עדיין לקבל סעד לפי חוק זה. כמו כן, החוק מאפשר מתן סעד במקרים מסוימים שאינם עולים כדי הפרת סימן מסחרי, ולעיתים ניתן בעזרתו לקבל הגנה דומה לזו המוענקת בארצות אחרות על ידי חוקי התחרות הבלתי הוגנת.⁶⁹

לעילה של עשיית עושר ולא במשפט יש שלושה יסודות, המוגדרים בסעיף 1(א) לחוק: "מי שקיבל שלא על פי זכות שבדין נכס, שרות או טובת הנאה אחרת (להלן-הזוכה) שבאו לו מאדם אחר (להלן-המזכה), חייב להשיב למזכה את הזכייה, ואם השבה בעין בלתי אפשרית או בלתי סבירה-לשלם לו את שוויה." כדי לבדוק האם ניתן לתבוע מכוח חוק זה עקב שימוש בכתובת באינטרנט נבדוק האם מתקיימים שלושת היסודות להתגבשות העילה: **1. קבלת נכס, שרות או**

68 על מנת ליישם עוולה זו על כתובות אינטרנט, יתכן שניתן לפרש כתובת באינטרנט כ"דרך אחרת" להטעייה ולהסתמך על דברי בית המשפט בהמ"ט **טלסה אינטרנשיונל בע"מ ואח' נ' תלם 555 בע"מ**, פ"מ תשמ"ה ג' 89: "...במקרים רבים העוולה היא על ידי גרימת הטעייה "בדרך אחרת" מעבר לדוגמאות הקונקרטריות המובאות ברישא של הסעיף." בנוסף ניתן לטעון כי בעל הכתובת פועל בדרך פסולה שאינה הוגנת, דבר שמחזק את טענת גניבת העין, כפי שנאמר בע"מ 371/89 **אורית פורז נ' חיים שכטר**, פ"ד מו(1)149: "...פועל המתחרה בדרך שאינה הוגנת, התנהגותו הפסולה מהווה יסוד נוסף אשר הופך את ההתעשרות לבלתי צודקת. כך הוא הדבר גם מקום בו המתחרה פוגע בסימן מסחרי או בסוד מסחרי של רעהו. **רשימת מקרים זו אינה ממצה**."

69 יעקב וחנה קלדרון, **חיקויים מסחריים בישראל**, 1996, עמ' 249.

70 ת"א (ת"א) 1931/91 **גז בית חרושת לסריגה בע"מ נ' צרף**. טרם פורסם.

71 רע"א 371/89 **אגוזי שפע בע"מ ואח' נ' שיבר ואח'**, פ"ד לט(4)322, 323.

72 שם.





אפשרי כיום באמצעות חוק עשית עושר ולא במשפט. (2) **"גניבת עין"** - סעיף 4(א): "לא יגרום עוסק לכך שנכס שהוא מוכר או שירות שהוא נותן ייחשבו בטעות כנכס או כשירות של עוסק אחר." סעיף זה אמור להחליף את סעיף 59 לפקודת הנזיקין העוסק בגניבת עין. (3) **"התערבות לא הוגנת"** - הוראה זו קובעת כי פגיעה במערך השיווק של עוסק, היא עוולה. הכוונה היא למצבים בהם עוסק מונע או מכביד על גישה של לקוחות, עובדים או סוכנים אל עסקו של מתחרהו.

בדברי ההסבר לסעיף 1 להצעת החוק, הסעיף הקובע את העוולה הכללית של תחרות לא הוגנת, נאמר כי: "עוולה כללית נדרשת לאור העובדה שלא ניתן לצפות מגוון המעשים אשר עלולים לסתור את הלכות התחרות ההוגנת". כוונת המחוקק היא, כנראה, לתת לשופטים כלי חקיקה גמיש אשר ניתן להתאים אותו למציאות המשתנה. לכן, ברוח כוונה זו, ניתן להסיק כי במקרה של תביעה על הפרת שם או סימן מסחר באינטרנט ניתן יהיה לעשות שימוש נרחב בחוק זה, תוך קביעה כי השימוש בסימנים או בכתובות באינטרנט, בצורה הפוגעת בזכויות של בעלי הסימן, הוא מעשה של תחרות בלתי הוגנת. יצוין, כי בארה"ב כבר נעשה שימוש רחב בחוקי התחרות הבלתי הוגנת בהקשר של כתובות אינטרנט.

בדברי ההסבר לסעיף 6, הקובע שפגיעה במערך השיווק של עוסק היא עוולה, נאמר כי הכבדה או מניעה לעסקו של אחר היא לא רק במובן הפיסי כמו חסימת הכניסה לעסק המתחרה, אלא גם במובן אחר, כגון תפיסת קו הטלפון של העסק המתחרה כך שלקוחות לא

תהיה, קרוב לודאי, להגן על הציבור, שכן בכתובת, המפירה סימן מסחר, ישנו פוטנציאל לבלבול והטעייה של ציבור הלקוחות.

ניתן לראות כי לתובע יש סיכויים גבוהים לבסס את היסודות להוכחת קיומה של עוולה זו, והיא בהחלט יכולה לשמש עילה מרכזית בתביעה. ניתן ללמוד זאת גם מהפסיקה האמריקאית, שם רוב רובם של התביעות כנגד בעלי כתובות התבססו על דיני התחרות הבלתי הוגנת, כשחוק עשית עושר ולא במשפט הוא במהותו דין למניעת תחרות בלתי הוגנת.

ז. הצעת חוק לאיסור תחרות לא הוגנת, התשנ"ו-1996⁷³

עילה כללית בתחרות בלתי הוגנת אינה מוכרת בדין הישראלי אך האיסור על תחרות בלתי הוגנת מופיע בהוראות דין פרטניות רבות, ואף הפסיקה קבעה דרכים לפיקוח והגבלה על תחרות מן הסוג העושה שימוש לרעה במאמציו של יזם, יצרן או סוחר יריב, ובכך מונע ממנו את פרות עמלו⁷⁴.

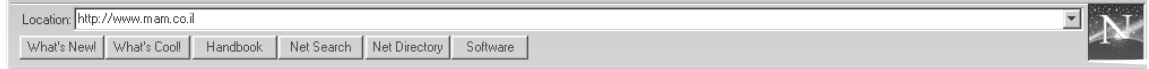
הצעת החוק (אשר עברה קריאה ראשונה בכנסת ביום 30.3.96) קובעת שתי עוולות מסגרת חדשות: איסור תחרות לא הוגנת וגזל סוד מסחרי. סעיף 1 להצעת החוק קובע כעיקרון על כי תחרות בלתי הוגנת הינה אסורה. ישנו גם פרוט של סוגי התנהגות, אשר ייחשבו כנוגדים את הלכות התחרות ההוגנת: (1) **"גזל מוניטין"** - המטרה היא להעניק הגנה כללית על מוניטין מפני שימוש בו שלא כדין ע"י אחר⁷⁵, ולאפשר תביעה לפיצוי גם על הנזק שנגרם בעקבות גזל המוניטין, דבר שלא

73 הצעת חוק לאיסור תחרות לא הוגנת, התשנ"ו-1996, ה"ח 2471 עמ' 346, מיום 3.1.96.

74 יעקב וחנה קלדרון, **חיקויים מסחריים בישראל**, 1996, עמ' 30.

75 נ' אסיא דיני מחשבים הלכה למעשה (מהדורה שניה, 1996, כרך א), עמ' 142.





חלוקות לגבי השאלה האם ניתן לסווג כתובות אינטרנט כסימני מסחר ולהחיל עליהן את דיני סימני המסחר. אמנם ה-Federal Trademark Dilution Law מהווה צעד גדול לקראת יישום דיני הסימן המסחרי על נושא כתובות האינטרנט, אך עדיין לא ניתן להשתמש בחוק זה בכל סכסוך הקשור להתנגשות בין כתובות באינטרנט וסימן מסחרי, כיוון שכדי להפעיל חוק זה יש להוכיח כי נגרם, או עלול להיגרם "דילול" של הסימן המסחרי וכי מדובר בסימן מסחרי "מפורסם" (דברים שלא צריך להוכיח כאשר מדובר בשני סימני מסחר מתנגשים). כמו כן, נראה כי יקח זמן מה עד שהמלצות IAHC יופעלו, אם בכלל. בישראל, נושא זה נמצא עדיין בחיתוליו ונראה כי מערכת המשפט מתאימה את עצמה לאט מדי ביחס לקצב התפתחות הטכנולוגיה בכלל ונושא סימני המסחר באינטרנט בפרט.

סקרנו את הבעיות המשפטיות העולות מההתנגשות בין סימני מסחר וכתובות אינטרנט ונראה כי נושא זה עוד יעורר סכסוכים משפטיים רבים. לאור מצב זה, ותוך תקווה שמערכת המשפט תצליח להתאים עצמה בקצב מהיר יותר לעידן המידע והמחשבים, מומלץ לאלה המנהלים עסקים באינטרנט, ואפילו לעסקים שעדיין לא נכנסו לעולם המסחר באינטרנט, לפעול בהקדם האפשרי למניעה מראש של סכסוכים הקשורים בכתובות אינטרנט. חשוב שכל עסק או חברה הרוצים להתאים עצמם לעידן הנוכחי, יבחרו את הסימן המרכזי של עסקם, הסימן שמזוהה איתם בצורה הבולטת ביותר, וירשמו לעצמם כתובות אינטרנט, המכילה סימן זה. מומלץ לחברה לנהוג כך גם אם היא עדיין לא מתכננת או מתכוונת בזמן הקרוב לפרסם, לשווק או להשתמש בצורה אחרת באינטרנט, וזאת על מנת שגוף אחר לא יוכל "לחטוף" את סימן המסחר של החברה ולרשום אותו ככתובות האינטרנט שלו. חברה שלא תעשה זאת, עלולה למצוא עצמה נאלצת לוותר על יכולתה להשתמש בשמה או סימנה המסחרי ככתובתה באינטרנט ונאלצת להשתמש בכתובות חלופיות שהיא, אינטואיטיבית, פחות טובה לה, או נאלצת להיכנס להליכים משפטיים כדי להחזיר לעצמה את סימנה המסחרי ו/או נאלצת לקנות את כתובות האינטרנט ממי שרשם אותה לפניו.

מן הפן השני של הבעיה, מומלץ גם לכל עסק החפץ לרשום ולהשתמש בשם או בסימן מסחר ככתובות אינטרנט, לבדוק האם אין לגוף אחר זכויות בשם או

יוכלו ליצור עמו קשר טלפוני. לפי אותו הגיון אולי ניתן לומר כי מי שרושם לעצמו כתובות באינטרנט המכילה סימן או שם מסחרי של "עוסק" אחר - כאשר הוא אינו זכאי להשתמש בסימן או בשם זה - גורם לפגיעה במערך השיווק של העוסק, בעל הזכות בסימן המסחר, כיוון שעוסק זה כבר לא יוכל לרשום על שמו כתובות אינטרנט, המכילה את סימנו ובכך יש מניעה ו/או הכבדה, באופן לא הוגן, על גישה של לקוחות לעסקו של בעל הסימן. לאור אופי הפעולה של כתובות באינטרנט, ניתן לטעון כי, למעשה, זוהי הכבדה קשה יותר ממצב של הכבדה פיזית או תפיסת קו הטלפון, כיוון שבעל הסימן עלול להפסיד לקוחות לטובת בעל הכתובות, שבודד כלל יהיה גם המתחרה העסקי של בעל הסימן.

אם הצעת חוק זו תתקבל, חוק זה יוכל לשמש ככלי תקיפה משפטי עיקרי ויעיל ביותר לענייננו כיוון שהוא מכסה אספקטים רבים, אשר החקיקה הנוכחית אינה מכסה. יחד עם זאת יש לציין, כי קיימת נקודת חולשה בהצעת החוק והיא שהחוק יחול רק על נתבעים או תובעים שהם "עוסקים". במידה וכך אכן ייקבע בנוסח הסופי של החוק, אזי בעוד שגם אדם פרטי יכול להקים אתר באינטרנט ולפגוע באמצעותו בעסקו של אחר, הרי שהחוק לא יחול על אותו אדם פרטי, שאינו עוסק. נראה כי, על מנת להפיק את מלוא התועלת מן החוק החדש, במידה וזה יתקבל, מן הראוי שנוסחו ישונה כך שיחול גם על אנשים פרטיים.

VI. סיכום

כיום לא ניתן להתעלם מהחשיבות העסקית והכלכלית שיש לאתרים באינטרנט. הכתובות האלקטרוניות, המובילות לאתרים באינטרנט, משמשות לחברה כחלון ראווה ענק וכאמצעי פרסום. לכן, למעשה, כמו שחברות מעוניינות שסימני המסחר שלהן יהיו מזוהים עמן, על מנת שציבור הצרכנים ידע מהו המקור של מוצריהן וכך תרכושנה החברות מוניטין בשוק, כך גם מעוניינות החברות שכתובות האתר העסקי שלהן באינטרנט יהיה מזוהה עמן, על מנת שציבור המשתמשים באינטרנט יוכל למצוא את אתריהן בקלות ובודאות.

הפתרון המשפטי לבעייתיות שברישום כתובות אינטרנט עדיין נמצא בתחילת דרכו ועדיין הדעות





כפי שראינו, נושא רישום כתובות אינטרנט, המכילות שמות או סימנים מסחריים אינו פשוט כלל וכלל ואינו נקי מסיבוכים ובעיות, וכפי שכבר אמרו לפנינו **"on the internet the name of the game is names"**⁷⁷. אין לנו ספק כי תחום זה עוד צופן בחובו התפתחויות משפטיות מרתקות ולדעתנו, המעקב אחרי התפתחויות אלה עשוי להיות שיעור מעניין באופן ההתפתחות וההסתגלות של המערכת המשפטית.

סימן זה על מנת לחסוך מעצמו תביעות אפשריות בעתיד על הפרת סימן מסחר. כמו כן, רצוי לערוך בדיקה לא רק ברשם החברות ורשם סימני המסחר במדינה בה מתכוונים לרשום את הכתובת, אלא גם במדינות אחרות (בעיקר בארה"ב) כדי להימנע מעימותים עתידיים פוטנציאליים. בנוסף, כדאי גם לעשות חיפוש באינטרנט כדי להבטיח שהשם המיועד לא רשום ככתובת של גוף אחר.⁷⁶

76 ישנו שרות של חברת ADLINK המציע לערוך את החיפושים הללו. פרטים ניתן למצוא ב: - e-mail: INFO@ADLINK
 USA.COM NEWSDAY, oct.2, 1994, at 104
 NEWSDAY, oct.2, 1994, at 104 77

