

שאלה 1 (80%)

ביום בהיר אחד, מתיצב במשרד בו אתם עובדים ירחמיאל ממציאלי ומספר לכם את הסיפור הבא. לפני כשלושה חודשים הגיש ירחמיאל בקשה לרישום פטנט על שמו על בלוק בניה אותו הוא מכנה "בלגו" תיק 93. בקשת הפטנט כפי שהוגשה מכילה תביעה אחת בלבד: (BLEGO).

1. "לבנת בניה עשויה מכל חומר שהוא, הדומה במימדיה לבלוק איטונג, המתחברת לבלוקים אחרים באמצעות זיזים עגולים וקטומים דמויי אלה שבלבני המשחק של לגו הקבועים בחלקו הריצוני של המשטח העליון של כל לבנה."

ירחמיאל מפרט באזניך בהתלהבות שאת הרעיון לאמצאה המדהימה הגה בנו, צעד אמצאתי ממציאלי, אשר מועסק קרוב לחמש שנים כאיש מכירות בחברת איטונג. הוא מוסיף שלאחר שהסביר לו בנו את האמצאה, הוא מיהר לנסח את בקשת הפטנט ולהגיש את הבקשה על שמו שלו למשרד הפטנטים

ירחמיאל הוסיף שהוא ובנו כבר הוכיחו מעל "לכל ספק" את התועלת שבאמצאה כבר לפני שלוש שנים, כאשר בנו לכלב המשפחה, סאנופי, מלונה בעיצוב מודרני מדהים מלבני הבלגו. לבקשת שכניהם הם גם הקימו מלונות מבלגו לשאר כלבי השכונה.

ירחמיאל מסביר עוד שביתו, מקוריות ממציאלי, כבר חיברה זמריר מקורי שנועד לסייע בשוק המוצר. הזמריר מורכב מלחן אפגניסטי עממי בשילוב המלים

"בלגו, בלגו, בלגו, אסור לבנות חפיה!
בלגו, בלגו, כי אמת ויציב, יציב עדיף!"
(תשאלו את סאנופי).

כמו, כן משפחת ממציאלי החלה לשווק את המוצר באמצעות פרסומות בעיתונות הכתובה, תחת הכותרת:

"בלגו—בניה בשיטת הבלגו."

עד כאן החדשות הטובות.

לפתע מריצנות פניו של ירחמיאל והוא מבקש את עצתך בנוגע למספר מקרים שהעיבו מאד על שמחת המשפחה.

(1) חברת איטונג הגישה התנגדות לבקשת הפטנט של ירחמיאל. לטענת ירחמיאל מדובר בהתנגדות חסרת שחר המבוססת על צרות עין ושנאת חינם.

(2) אסא אבן, שכנה של משפחת ממציאלי העובד גם הוא בחברת איטונג, העלה סרטון לאתר יו-טיוב המקניט את חברת בלגו ומוצריה המשובחים. בסרטון נראה אסא עומד על מרפסת ביתו כאשר ברקע נראית מלונתו המתפוררת של הכלב סאנופי ומושמע זמריר חברת בלגו בשינוי מילים, כדאי לישנא: "בלגו מול איטונג, אין מה להשוות!"

בלגו? בלגו?! תת רמה כזאת!
ואז מוסיף אסא: "אמת ויציב, אמת עדיף! (תשאלו את ברק)."

(3) חברת לגו הבינלאומית הודיעה לממציאילים שעליהם להשתמש לאלתר בשם "בלגו" או להסתכן בתביעה מסיבית מצד חברת לגו. לגו לא טרחה לפרט מעבר לכך. ירחמיאל מוסיף שהוא בירר ומצא שהסימן "לגו" כלל אינו רשום בישראל ולכן מדובר באיום סרק.

סימן מסחרי הוא

ירחמיאל מבקש שתסייעו לו לנתח את שלל האתגרים המשפטיים בפניהם הוא ניצב. הוא מבקש ניתוח של כל מקרה לגופו שיכלול הסבר של זכויותיו ועילות התביעה שלו, אחריותו הפוטנציאלית והגנות העומדות לו והכל במסגרת דיני הקניין הרוחני. סייעו לירחמיאל.

שאלה 2 (20%)

בעקבות עליית החשיבות של הפרסום באינטרנט וערכו המסחרי, התפתחו שיטות פרסום ממוקד המכוון להעדפות הצרכניות של הגולש או הגולשת האינדיבידואליים. לצורך כך, יוצרות סוכנויות הפרסום פרופיל של הגולש או הגולשת לפי תחומי העניין שלו או שלה.

אחת השיטות המשמשות סוכנויות פרסום להתאמה אישית של פרסומות הנקראת "מיפתוח" או בלע"ז "keying". חברות העובדות בשיטה זו עוקבות אחר מילות חיפוש בהן משתמשים הגולשים במנועי חיפוש דוגמת גוגל, כדי לשלוח אליהם פרסומות של חברות מתחרות. דא עקא, שחלק לא מבוטל ממילות החיפוש עליהן מבססות סוכנויות הפרסום את הצגת הפרסומות של חברות מתחרות, הן סימני מסחר מוגנים. כך למשל, גולש או גולשת שתשתמש בסימן המסחר "Nike" כמילת חיפוש בגוגל, צפויים להחשף לפרסומות של חברות מתחרות, כגון "Adidas", "Puma", "New Balance" וכו'.

האם מבחינת מדיניות משפטית רצויה יש להעניק לחברות שנעשה שימוש בסימני המסחר שלהן עילת תביעה נגד סוכנויות הפרסום וחברות מנועי החיפוש?

דון/י והסבר/י.

בהצלחה!