



## בית המשפט המחוזי בתל אביב - יפו

ת"א 8579-06-17 סמארטנט בע"מ נ' בזק החברה הישראלית לתקשורת בע"מ

לפני כב' השופטת צילה צפת, סגנית נשיא

תובעים

סמארטנט בע"מ

ע"י ב"כ עוה"ד זיו עירוני וטטיאנה חיטריק

נגד

נתבעים

בזק החברה הישראלית לתקשורת בע"מ

ע"י ב"כ עו"ד סער פלינר

### פסק דין

- 1
- 2
- 3 תביעה לצו מניעה קבוע שהגישה חברת "סמארטנט בע"מ" (להלן: "החברה" או "התובעת") בגדרה
- 4 מבוקש לאסור על חברת "בזק החברה הישראלית לתקשורת בע"מ" (להלן: "בזק" או "הנתבעת")
- 5 לפרסם בכל דרך שהיא את שירותיה או חלק מהם תחת השם "סמארט-נט" או כל שם דומה. לטענת
- 6 התובעת, בזק פרסמה בשם סמארטנט שירות זהה לשמה של התובעת ולסימן המסחר הרשום שלה.
- 7 בנוסף עתרה התובעת להיתר לפיצול סעדים לצורך אפשרות להגשת תביעה כספית נפרדת.
- 8 בד בבד עם הגשת התובענה, הוגשה בקשה למתן צו מניעה זמני, היתה לסעד העיקרי המפורט לעיל.
- 9 בהחלטה מיום 20.07.2017 ניתן צו מניעה זמני כפי שהתבקש. בחלוף פרק זמן ממועד מתן צו המניעה
- 10 הזמני, חדלה בזק מלעשות שימוש בשם "סמארט-נט", ובכלל כד פעלה להחלפת יישומון החברה
- 11 בחנות היישומונים ולהסרת הפרסומים במדידות השונות, כמו גם נמנעה מלחדש את הקמפיין שניהלה
- 12 ומאז נותנת שירות זהה תחת השם "בי סייבר" (עדות גיל רוזן עמ' 35 לפרוטוקול). הנה כי כן כיום,
- 13 לא קיים לבזק כל צורך קונקרטי לעשות שימוש דווקא בשם סמארטנט.



## בית המשפט המחוזי בתל אביב - יפו

ת"א 8579-06-17 סמארטנט בע"מ נ' בזק החברה הישראלית לתקשורת בע"מ

1 להשלמת התמונה יצוין עוד, כי בזק הגישה בקשות לרשם סימני המסחר במשרד המשפטים לרשום  
2 את הסימן "BEZEQ SmartNet" ואת הסימן "סמארט-נט", בקשות אלו עודן תלויות ועומדות  
3 ומעוכבות על פי החלטת רשם סימני המסחר עד למתן פס"ד בתובענה דנא.

### הצדדים ועיקרי טענותיהם

#### תמצית טענות התובעת

- 4
- 5
- 6 1. התובעת נוסדה בשנת 2001 ועוסקת בהקמת טכנולוגיות חכמות במרשתת (אינטרנט) לרבות  
7 טכנולוגיות Wi-Fi, הקמת מערך תקשורת, מחשוב ואספקת שירותי אינטרנט אלחוטי (HOT  
8 SPOTS) במקומות ציבוריים, לרבות במספר בתי מלון, בתי קפה, מסעדות בעלי שם ובתים  
9 פרטיים. התובעת טוענת כי היא צברה מוניטין ללא דופי ומעגל לקוחות נכבד, בארץ ובחו"ל.  
10 סימן המסחר של התובעת smartnet נרשם כסימן מסחרי רשום בפנקס סימני המסחר ביום  
11 07.04.2011, על פי בקשה לרישום מיום 07.09.2009 אשר פורסמה ביום 30.12.2010.
- 12 2. התובעת טוענת, כי היא חברה מוכרת ומוערכת בשוק טכנולוגיות האינטרנט, בעלת מוניטין רב  
13 ולקוחות יוקרתיים. התובעת גם מוכרת היטב לנתבעת וראיה לכך, היא שבשנת 2003 פנתה  
14 לתובעת חברת בזק בינלאומי בע"מ (להלן: "בזק בינלאומי"), חברת-הבת של הנתבעת, ובחנה  
15 אפשרויות של שיתוף פעולה, שלא יצא אל הפועל. בשנת 2006 התקיימו מגעים נוספים בין  
16 התובעת לבין בזק בינלאומי לשם רכישת התובעת, אולם אף אלו לא הבשילו לכדי עסקה; בשנת  
17 2004 פנתה אל התובעת חברת "אינטרנט גולד - קווי זהב בע"מ" (להלן: "קווי זהב") לצורך  
18 רכישת התובעת, אולם לאחר מספר פגישות – לרבות בנוכחות מנכ"לית קווי זהב, גב' סטלה  
19 הנדלר – המשא ומתן הסתיים ללא הסכמות. בשנת 2010 קווי זהב התעניינה פעם נוספת  
20 ברכישת התובעת, ואף התקיימה בעניין זה פגישה עם גב' הנדלר, אולם הצעת הרכישה נדחתה.  
21 יצוין כי במועד הגשת התביעה, גב' הנדלר שימשה כמנכ"לית הנתבעת.
- 22 3. מעבר לאמור, בשנת 2005 התעניינו מספר חברות מוכרות בשוק שירותי האינטרנט ברכישת  
23 התובעת, ובהן גם הנתבעת, אך זו לא נמכרה. בדומה, בשנת 2016 פנה אל התובעת ספק שירותי  
24 אינטרנט ופתרונות תקשורת מתקדמים וביקש לרכוש את פעילותה, לרבות את שמה המסחרי,  
25 אולם התובעת הקפידה את המגעים והרכישה לא התממשה.



## בית המשפט המחוזי בתל אביב - יפו

ת"א 8579-06-17 סמארטנט בע"מ נ' בזק החברה הישראלית לתקשורת בע"מ

4. ביום 15.05.2017, או בסמוך לכך, גילתה התובעת כי הנתבעת משיקה שירות חדש בשם "סמארט-נט", שם זהה לשמה של התובעת ולסימן המסחר הרשום שלה, המספק לפי הפרסומים, שירותי אינטרנט מוגנים לרשת הביתית. את השקתו של השירות ליווה קמפיין פרסומי רחב היקף, הכולל בין היתר שלטי חוצות ופרסומים בטלוויזיה ובאינטרנט. התובעת טוענת כי מיד בסמוך לכך פנתה לבאי-כוחה דאז על מנת שיבחנו את העניין, אך אלו השתהו בתשובתם ורק בחלוף 10 ימים הודיעו כי לא יוכלו לטפל בעניין בשל ניגוד עניינים. או אז פנתה המבקשת לבא-כוחה הנוכחי שהגיש בשמה את התביעה דנן.
5. לטענת התובעת, בזק בחרה את השם סמארט-נט ביוזעין, על אף שידעה שלתובעת זכויות בשם זה על כל המשתמע מכך, ובכך עשתה שימוש בסימן מסחר רשום של התובעת, עבור טובין דומה, פעולה אשר עלולה לגרום נזק לתובעת. מעבר לכך, באופן זה הנתבעת גרמה לציבור הלקוחות הרחב של התובעת ולציבור בכללותו לטעות ולחשוב כי השירות של התובעת ניתן באמצעות בזק, או כי השירות של התובעת ניתן על ידי בזק.
6. בשל כל האמור, ומכוח פקודת סימני מסחר [נוסח חדש], תשל"ב-1972 (להלן: "הפקודה" או "פקודת סימני המסחר"), מבקשת התובעת צו מניעה קבוע האוסר על הנתבעת לעשות שימוש, בכל דרך שהיא, בסימן המסחר הרשום של התובעת או בסימן הדומה לו.
7. עוד טוענת התובעת, שהנתבעת עוולה כלפיה בעוולת גניבת עין כהגדרתה בחוק עוולות מסחריות, תשנ"ט-1999; בעוולת גזל; ובהתעשרות שלא כדין. בגין אלו, מתעתדת התובעת, לטענתה, להגיש תביעה כספית נפרדת, ועל כן מבקשת להתיר לה לפצל את סעדיה.
- 19 עיקר טענות הנתבעת
8. הנתבעת טוענת כי היא חברת התקשורת הגדולה בישראל, אשר מספקת מגוון שירותים בתחומים שונים. הנתבעת מספקת מוצרים ושירותים לקהל הרחב, פרטי ועסקי כאחד, מזה שנים רבות, ובשל כך רכשה מוניטין רב, שבא לידי ביטוי בין היתר בעשרות רבות של סימני מסחר הרשומים על שמה.
9. הנתבעת טוענת כי יש לדחות את התביעה, וטענותיה נשענות על מספר אדנים: ראשית, התובעת לא צרפה ראיה אחת כי בזק עושה שימוש בסימן המסחר שלה, כפי שהוא מופיע במרשם סימני



## בית המשפט המחוזי בתל אביב - יפו

ת"א 8579-06-17 סמארטנט בע"מ נ' בזק החברה הישראלית לתקשורת בע"מ

- 1 המסחר, ורק על יסוד טענה זה יש לדחות את התביעה;
- 2 10. שנית, השירות של הנתבעת אינו דומה לזה של התובעת, וקהל היעד, אליהם פונות החברות, אף  
3 הוא שונה. שירות הנתבעת, הנושא את השם סמארט-נט, הינו שירות משלים, המספק פתרון  
4 אבטחה והגנה לבית המבוסס על גבי נתבי בזק, הקיימים ברשות לקוחות האינטרנט הפרטיים  
5 של בזק. הנתבעת מדגישה את העובדה כי השירות ניתן ללקוחות פרטיים, ובביתם. לעומת זאת,  
6 התובעת הינה חברה קטנה, שעל פי פרסומיה מספקת שירותי אינטרנט לחברות וגופים  
7 מסחריים, ובעיקר, אם לא רק, לבתי מלון. כן מדגישה הנתבעת, כי שירותי התובעת ניתנים  
8 ללקוחות מתוחכמים, שיכולים לוודא עם מי הם מתקשרים לצורך קבלת השירות, כך שאין  
9 חשש להטעייה;
- 10 11. סימני המסחר שונים בתכלית. ההבדל ביניהם, הן המראה והן הפונטי, ניכר לעין:  
11 סימן התובעת הינו אדום ומעוצב באנגלית, וסימן הנתבעת כחול ונכתב בעברית; סימן התובעת  
12 נהגה כמילה אחת, וסימן הנתבעת מופרד על ידי מקף, כך שהוא נהגה כשתי מילים. לטענת  
13 הנתבעת, אם הסימנים אינם זהים, מוטל על כתפי התובע הנטל להוכיח חשש להטעייה,  
14 והתובעת כשלה בכך. ומכל מקום, אין חשש להטעייה בפרסומי הנתבעת בקמפיין, שכן  
15 בפרסומיה, המילה "סמארט-נט" הופיעה תמיד לצד הסמליל (הלוגו) של בזק, ובצבעים  
16 הכחולים המאפיינים את הנתבעת, ולא בצבע אדום המופיע בסימן המסחר של התובעת. בחינת  
17 דמיון מטעה בין שני סימנים תיעשה על ידי שלושה מבחנים עיקריים (הם "המבחן המשולש",  
18 כפי שיבואר להלן), ולשיטת הנתבעת, על יסוד מבחנים אלו, אין כל חשש להטעייה בעניין דנן.
- 19 12. רביעית, מתן צו המניעה ייצור מונופול לטובת התובעת על מילה גנרית שהשימוש בה פתוח לכל  
20 ואשר אינו זכאי להגנה. כיום, זכות התובעת לבלעדיות חלה רק על הסימן הרשום, כמות שהוא,  
21 בפנקס סימני המסחר, ועבור שימוש מסוג אחד (סוג מספר 38) ולא על המילה SMARTNET.  
22 למעשה, העיצוב הגרפי הוא שיוצר את הבידול ואת השוני, זאת להבדיל מהמילה עצמה.
- 23 קבלת התביעה תרחיב את המונופול ואת ההגנה הרבה מעבר לגבולות החוק בדבר סימני  
24 המסחר והסימן עצמו, כך שיחול גם על מילה גנרית-תיאורית, שספק אם היא לכשעצמה כשירה  
25 לרישום כסימן מסחר. זאת ועוד, צירוף המילים SMART (חכם) ו-NET (רשת) הוא חיבור שתי  
26 מילים בשפה האנגלית, שכל אחת מהן הינה בעלת משמעות בעולם הטכנולוגי בו אנו חיים, והם  
27 מתארים את המוצר והשירות של הנתבעת באופן מדויק. יתרה מכך, לא בכדי החל הציבור





## בית המשפט המחוזי בתל אביב - יפו

ת"א 8579-06-17 סמארטנט בע"מ נ' בזק החברה הישראלית לתקשורת בע"מ

- 1 לעשות שימוש במילה SMART בצירוף לטכנולוגיות אחרות (טלפון חכם הוא SMARTPHONE,  
2 טלוויזיה חכמה היא SMART TV וכיוצא בזאת). כשם שלא ניתן לקבל מונופול על המילה  
3 "סמארטפון", כך גם לא ניתן לעגן מונופול על המילה "סמארטנט", במיוחד לא על סוגים שונים  
4 של שימושים מהקבועים בפנקס סימני המסחר.
- 5 הנתבעת אף מציינת, כי במילה SMARTNET נעשה שימוש כסימן מסחר על ידי גופים שונים  
6 בעולם, לרבות בארצות-הברית ובאירופה, וכולם דרים יחדיו בהרמוניה, כל אחד תחת סוג שונה  
7 ולציון פעילויות שונות הקשורות ברשת האינטרנט;
- 8 13. חמישית, לתובעת אין "סימן מסחר מוכר היטב", כהגדרתו בסעיף 57 לפקודה, על המילה  
9 SMARTNET, כך שללא רישומו, היא אינה זכאית להגנה על המילה. התובעת לא הניחה תשתית  
10 עובדתית כלשהי להוכחת טענתה שהמילה SMARTNET הינה סימן מסחר מוכר היטב, ועל כן  
11 יש להגביל את ההגנה לסימן המסחר הרשום.
- 12 14. לעניין עוולת גניבת עין נטען, כי זו לא הוכחה; גב' הנדלר לא הייתה מעורבת בבחירת שם  
13 השירות ולכן שירבוב שמה מהווה הוצאת דיבה ולשון הרע, כך גם אין בפגישות שהתקיימו  
14 כעשור לפני הגשת התביעה, ככל שהתקיימו, עת גב' הנדלר שימשה בתפקיד אחר ובחברה  
15 אחרת, כדי להעיד על יושרתה; אין המדובר בניסיון של בזק להתחרות בחברה קטנה בתחום  
16 שאינה עוסקת בו, ובוודאי שלא הייתה מוציאה אל הפועל קמפיין בעלות של מיליוני ₪, תוך  
17 נטילת סיכון של הפרת סימן מסחר.
- 18 15. בשל כל האמור, הנתבעת טוענת כי יש לדחות את התביעה. כן טוענת, כי מקום בו הנזק הוא  
19 פעוט וניתן לפצות בגינו על ידי חיוב בתשלום פיצויים, יימנע בית המשפט ממתן צו מניעה,  
20 ומשום שלתובעת לא נגרם נזק כספי או לכל היותר נגרם נזק מצומצם (כעולה מחוות הדעת  
21 שהגישה במסגרת הבקשה לסעד ארעי, אותו מכחישה בזק), אין להיעתר לתביעה.
- 22 16. מעבר לאמור, הנתבעת טוענת כי התביעה לוקה בשיהוי כבד, שכן התובעת הגישה את התביעה  
23 בחלוף למעלה משלושה שבועות מיום שנודע לה אודות ההפרה הנתבעת, והיא אף דוחה את  
24 טענת התובעת כאילו פנתה אליה בנדון.
- 25



## בית המשפט המחוזי בתל אביב - יפו

ת"א 8579-06-17 סמארטנט בע"מ נ' בזק החברה הישראלית לתקשורת בע"מ

### תמצית תשובת התובעת

- 1
- 2 התובעת דוחה את טענות הנתבעת, כדלקמן:
- 3 17. אשר לדמיון בין השמות, טוענת התובעת כי השם "smartnet" ניתן לחברה בשנת 2001, לאחר
- 4 שובו של מנהל התובעת מארצות הברית, זמן רב לפני השימוש הרווח במילה "סמארנט"
- 5 לתיאור טכנולוגיות מתקדמות כגון "סמארטפון" ו-"סמארט טי וי". לאחר מספר שנים, נרשם
- 6 סימן המסחר של התובעת ברשם סימני המסחר.
- 7 18. להוכחת ההטעיה, מפנה התובעת לפרסומים ולנספחי הנתבעת, על פיהם, שם השירות שהוצע
- 8 ופורסם על ידי הנתבעת "זהה" בכיתוב לשמה של התובעת ו-"זהה לחלוטין" בצליל ולסימנה
- 9 הרשום, ואין בצירוף הסמליל של בזק כדי לשנות עובדה זו או להפחית מההטעיה. כן טוענת
- 10 התובעת שבפרסומיה, עושה הנתבעת שימוש במילה "סמארטנט" לעתים עם מקף ולעתים
- 11 בלעדיו, לעתים בעברית ולעתים באנגלית. לטענת התובעת, קיים דמיון פונטי בין השמות
- 12 בעברית; דמיון פונולוגי (בצליל) בין השמות, ובמיוחד לאור העובדה כי השירות פורסם גם בקול
- 13 אנושי ולא רק על דרך הכתב; דמיון חזותי, אשר יש ליתן לו חשיבות רבה לפי ההלכה במוצר
- 14 שאינו מונח על מדף; ודמיון סמנטי, קרי בסוג השירותים הניתנים, אשר נתפסים בעיני הציבור
- 15 כזהים. מכל האמור, נטען כי אין כל שוני בין סימן המסחר הרשום ושם התובעת לבין השם
- 16 אותו ניכסה הנתבעת לעצמה שלא כדין.
- 17 19. באשר לטענה כי בארצות אחרות קיימים מספר סימני מסחר על השם SMARTNET בבעלות
- 18 גופים שונים, טוענת התובעת כי אף אם כך הוא, אין הדבר רלוונטי שכן הבקשה הוגשה לבית
- 19 המשפט בישראל ולפיה חוקיה, ומשום ששפתה המדוברת היא עברית ולא אנגלית, העובדה
- 20 שהנתבעת עשתה שימוש בשם סמארטנט באנגלית ולא במונח "רשת חכמה" מחזקת את טענות
- 21 התובעת.
- 22 20. התובעת דוחה את טענת הנתבעת כי מדובר בשם גנרי. לטענתה, השם אינו שם גנרי בישראל,
- 23 להבדיל למשל מהמונח "סמארטפון". העובדה שהנתבעת עשתה שימוש בשם סמארטנט
- 24 באנגלית רק לתיאור השירות מושא התביעה דנן, ולא לתיאור רשתות חכמות ככלל, תומכת
- 25 בטענה זו. מעבר לאמור, מוסיפה התובעת, כי העובדה שהנתבעת הגישה בקשה לרשום את
- 26 המילה "סמארט-נט" כסימן מסחר שלה, מלמדת שאין לקבל את טענתה זו.



## בית המשפט המחוזי בתל אביב - יפו

ת"א 8579-06-17 סמארטנט בע"מ נ' בזק החברה הישראלית לתקשורת בע"מ

21. לעניין סוג השירות וקהל היעד, התובעת טוענת כי קבלת טענה זו תפגע ביכולתה להרחיב את פעילותה גם למתן שירות לצרכנים פרטיים אותו שמה לה ליעד, מעבר לפגיעה שכבר נגרמה לה בעקבות פעולות הנתבעת. יתרה מכך, התובעת טוענת כי קיימת חפיפה בין סוגי השירותים שניתנים על ידי הנתבעת בכל הנוגע למכשירי הניתוב ונקודות הגישה האלחוטית, ולמעשה הן מתחרות כאשר מולה עומדת הנתבעת שהינה מונופול המתנהל בדורסנות. לא ייתכן על כן שהתנהלות זו תגביל את התובעת מלהרחיב את פעילותה רק בשל השימוש שעשתה הנתבעת בשם התובעת.
22. לעניין הטענה החלופית של בזק, בדבר "סימן מסחר מוכר היטב", התובעת טוענת כי העובדה שהיא בעלת סימן מסחר רשום באותיות לועזיות, וששמה אף הוא זהה לסימן המסחר באותיות עבריות, יש בהם כדי להוכיח כי שמה של התובעת וסימן המסחר שלה הינם סימן מסחר מוכר היטב. כן טוענת התובעת כי היא מחזיקה במוניטין רב וללא דופי בתחומה.
23. עוד טוענת התובעת, כי אין היא מוכנה להסתפק בתחליף כספי לסעד צו המניעה, זאת ביתר שאת, מקום בו כמונופול, היה על בזק לנהוג בזהירות יתרה בכל צעד בו היא נוקטת ושעלול לפגוע בתובעת. חרף האמור התנהלה הנתבעת בדורסנית והתעלמות מזכויותיה. טעם נוסף לדרישת התובעת צו מניעה ולא סעד כספי חלופי הינו, שחיפוש במנועי חיפוש במרשתת את שם השירות המפורסם, סמארטנט או סמארט-נט, יוביל לתוצאות הנוגעות הן לתובעת והן לשירותי הנתבעת, בערבוביה באופן שיטעה את הצרכנים.
24. אשר לטענת השיהוי ניתן הסבר שביהמ"ש קבלו במסגרת ההחלטה בבקשה לצו מניעה זמני.

### דיון והכרעה

25. לאחר עיון בטענות הצדדים ובתצהירים, בהוראות הדין ובהלכה הפסוקה, ולאחר שמיעת חקירות המצהירים, הגעתי לידי מסקנה כי דין התביעה להתקבל;

### תשתית נורמטיבית

- "דיני העוולה של גניבת עין דומים במאוד לדינים של סימני מסחר; הגיון ההגנה כאן וכאן היגיון דומה הוא, והמגבלות החלות על ההגנה הניתנת אף-הן דומות הן בשני המקרים. שני הדינים מקורם (במשפטנו) הוא בחוק החרות, ופיתוחם בא בהלכה. אלא שהדין החרות של סימני המסחר דין



## בית המשפט המחוזי בתל אביב - יפו

ת"א 8579-06-17 סמארטנט בע"מ נ' בזק החברה הישראלית לתקשורת בע"מ

- 1 מפורט הוא, בעוד העוולה של גניבת עין מציבה לפנינו מעין עולת-מסגרת  
2 שעיקר פיתוחה הוא בהילכות בתי-המשפט. ואולם מתוך הדמיון-עד-כדי-  
3 זהות שבין שני הדינים ניתן לשאוב הלכות מן התחום האחד לתחום האחר  
4 ולו להרחבת הידע וההבנה."
- 5 [ע"א 5792/99 תקשורת וחינוך דתי-יהודי משפחה (1997) בע"מ – עיתון  
6 "משפחה" נ' א.ס.בי.סי. פרסום, שיווק וקידום מכירות בע"מ – עיתון  
7 "משפחה טובה", פ"ד נה(3) 933, 943 (2001) (להלן: "עניין משפחה").]  
8
- 9 26. כדברי כב' השופט (כתוארו דאז) חשין בעניין **משפחה**, דיני סימני מסחר המוסדרים בפקודה  
10 דומים עד מאוד לדיני העוולה של גניבת עין המעוגנת בחוק עוולות מסחריות, תשנ"ט-1999  
11 (להלן: "החוק"). ודוק, אין אלו עולים כדי זהות בין הדינים, בין היתר הן באשר למושא ההגנה  
12 והן באשר למבחנים המשמשים לבחינת תחולת ההגנה בעת הפרה נטענת.
- 13 27. בטענה להפרת סימן מסחר ולהגנה מכוח הפקודה, בוחנים את הסימן עצמו, כהגדרתו בסעיף 1  
14 לפקודה, בין אם זה רשום ובין אם לאו, בהתאם לנסיבות, ואילו בטענה לגניבת עין נבדק **מכלול**  
15 מעשי הנתבע, ובכלל כך יכול שיהיה גם הסימן עצמו, והאם קיים חשש שהמכלול יטעה או  
16 יבלבל לאור המוניטין של התובע במוצר (ראו: רע"א 1400/97 **פיקנטי תעשיות מזון (ישראל)**  
17 **בע"מ נ' אסם תעשיות מזון בע"מ**, פ"ד נא 310, 313-314 (1997)). לפיכך, הפקודה מצומצמת  
18 כך שההגנה היא על הסימן עצמו, או מפני סימן הדומה לו, ומוגבלת לסוג מסוים של טובין או  
19 שירות המוגדרים בפנקס סימני המסחר (ראו: סעיף 46א), סעיף 2 וכן פרט (1) להגדרה של  
20 "הפרה" בסעיף 1 לפקודה), בעוד גניבת עין הינה עולת-מסגרת שתכליתה להגן על המוניטין  
21 של העוסק או למנוע הטעיה של הצרכנים באופן רחב יותר.
- 22 28. בחינת קיומה של הפרה לפי דיני סימני מסחר וקיומה של עולת גניבת העין נעשית באופן דומה.  
23 כך, למעט תנאי הסף בעולת גניבת עין, המחייב את התובע להוכיח קיומו של מוניטין (עניין  
24 **משפחה**, בעמ' 943), וכן להוכיח כי קיים חשש להטעיה של הציבור לחשוב כי הנכס שמציע  
25 הנתבע שייך לתובע (ע"א 563/11 **ADIDAS SALOMON A.G נ' ג'לאל יאסין**, פסקה 17 לפסק-  
26 דינה של כב' השופטת (כתוארה דאז) חיות (פורסם במאגרים המשפטיים, 27.08.2012) (להלן:  
27 "עניין אדידס")), יתר המבחנים זהים, והם כונו בפסיקה "המבחן המשולש", כדלקמן: מבחן  
28 המראה והצליל; מבחן סוג הסחורות וחוג הלקוחות; ובחינת יתר נסיבות העניין. לשלושת  
29 מבחנים אלו נלווה גם כלי-עזר נוסף, המכונה "מבחן השכל" (לפירוט נרחב יותר ראו: רע"א





## בית המשפט המחוזי בתל אביב - יפו

ת"א 8579-06-17 סמארטנט בע"מ נ' בזק החברה הישראלית לתקשורת בע"מ

1 5454/02 טעם טבע (1988) טיבולי בע"מ נ' אמברוזיה סופהרב בע"מ, פ"ד נז(2) 483, 451-453  
2 (2003) (להלן: "עניין טעם טבע"). יצוין, כי המבחנים אמנם משולבים זה בזה, אולם משקל  
3 מיוחד ניתן למבחן המראה והצליל, הוא המבחן העיקרי, אשר ככלל יכתיב את הטון במסגרת  
4 בחינת הטענה להפרת סימן מסחר שכן השכל הישר מלמד שבלתו, לא תימצא כלל הפרה (ראו:  
5 ע"א 5066/10 שלמה א. אנג'ל בע"מ נ' י. את א. ברמן בע"מ, פסקה 26 לפסק-דינו של כב'  
6 השופט עמית (פורסם במאגרים המשפטיים, 30.05.2013)).

### סוגיית סימן המסחר

7  
8 29. באשר לשאלת הפרת סימני המסחר, אין חולק כי התובעת הינה בעלת סימן מסחר רשום מיום  
9 07.04.2011, המקנה לה **שימוש ייחודי** בסימן המסחר על הטובין שלגביהם נרשם הסימן ובכל  
10 הנוגע אליהם, כאמור בסעיף 46(א) לפקודה. האם השימוש שעשתה הנתבעת במסגרת הקמפיין  
11 הפרסומי-שיווקי שלה עולה כדי הפרה לפי הפקודה? לשם כך יש לפנות למבחנים הקבועים  
12 בפסיקה, קרי המבחן המשולש, כדלהלן:

13 30. המבחן הראשון והמרכזי מבין השלושה הוא "**מבחן המראה והצליל**"; באשר למראה, בזק  
14 עשתה שימוש בצבע כחול והכיתוב מופיע לרב בעברית, אך יש והוא מופיע גם באנגלית, לעיתים  
15 באותיות כתב, לעיתים באותיות דפוס ולעיתים עם קו מפריד ולעיתים ללא קו מפריד. לצד  
16 הכיתוב של המילה "סמארט-נט", הסמליל של בזק (B מעובה) ליווה את הפרסומים החזותיים,  
17 אולם זה אינו נמצא בקרבת המילה סמארטנט ואינו מהווה חלק ממנה, כך שאינו תורם  
18 לאבחנה חזותית. לפיכך, לא ניתן אמנם לטעון לזהות במראה אולם במקרה כזה נדרש בית  
19 המשפט לבחון האם קיים **חשש לדמיון** במראה. בפסיקה נקבע כי לשם כך יש להסתייע במבחן  
20 המעוגן בסעיף 11(9) לפקודה, המסדיר את אופן בחינתו של הסימן לשם רישומו, לפיו סימן  
21 הדומה לסימן רשום אחר במדיה שיש בה כדי להטעות את הציבור אינו כשר לרישום, וזאת  
22 ביחס לאנשים בעלי היגיון רגיל, הנוהגים בשקידה סבירה (ראו: עניין **אדידס**, בפסקה 12 לפסק-  
23 דינה של כב' השופטת (כתוארה דאז) חיות). לעניין זה יש עוד לציין, כי אין בשימוש בצבע השונה  
24 כדי להפחית מפגיעה אפשרית בסימן המסחר של התובעת, שכן לפי סעיף 9 לפקודה, היות  
25 שבתעודת הרישום אין מגבלות על צבע סימן המסחר, הרי שההגנה חלה לגבי כלל הצבעים.

26 על כן, לאור המראה המשתנה של הסימן ע"י הנתבעת, ספק אם הוא יחקק בזיכרונו של  
27 המתבונן כשונה מסימנה של התובעת. בקשר זה יש לתת את הדעת גם לעובדה שקיים דמיון



## בית המשפט המחוזי בתל אביב - יפו

ת"א 8579-06-17 סמארטנט בע"מ נ' בזק החברה הישראלית לתקשורת בע"מ

1 מובהק בשם השירות ששיווקה בזק לבין שם התובעת, המופיע כחלק בלתי נפרד מסימן המסחר  
2 שלה, אף אם זו באנגלית וזו לרוב בעברית. לדמיון זה יש ליתן משקל בעידן המודרני-טכנולוגי  
3 דהיום, שכן פרסומי הנתבעת בשלטי חוצות, ברדיו ובטלוויזיה, כפי שנעשה בענייננו, מוביל את  
4 הצרכנים לחיפוש השירות במנועי החיפוש במרשתת, או אז אין עוד רלוונטיות לעניין המראה  
5 שכן כתוצאה מהחיפוש מופיעות תוצאות המוליכות הן לעמודי האינטרנט של התובעת והן  
6 לעמודי האינטרנט של הנתבעת, בערבוביה (לעניין החשש מערבוב והטעיה כחלק מבחינת  
7 הפרות זכויות בסימני המסחר, ראו: ע"א 261/64 פרו-פרו ביסקויט בע"מ נ' חברת ל' פרומין  
8 ובניו בע"מ (פורסם במאגרים המשפטיים, 15.09.1964)). במובן הזה, על אף שהמראה אינו זהה  
9 לחלוטין, אין להתעלם בעידן הטכנולוגי דן מההשלכות של הדמיון עד כדי זהות בשם השירות  
10 לעומת השם המהווה חלק מסימן הרישום, כאשר החיפוש במרשתת למעשה אדיש למראה  
11 סימן המסחר. בהקשר זה ניתן להקיש מהאמור בעניין טעם טבע (בעמוד 452), ביחס להבחנה  
12 בין מוצר המונח על הדלפק למוצר שאינו מונח על הדלפק, כשהסוג השני מחייב להגות את סימן  
13 המסחר על מנת לקבלו מן המוכר. דברים אלו יפים לענייננו, שכן חיפוש סימן המסחר במנועי  
14 החיפוש באינטרנט, המוביל לתוצאות המופיעות יחדיו באופן שעשוי להטעות את הציבור, כמוה  
15 כהגיית סימן המסחר בפני מוכר, שכן אדם סביר לא יבחין בין השניים. כל האמור מוביל  
16 למסקנה כי לא ניתן להתעלם מהחשש להטעיה בשל דמיון בין השניים.

17 באשר לצליל, ברי כי מדובר בסימן זהה לחלוטין, ויש ליתן לכך משקל רב יותר מאשר למראה  
18 החזותי המשתנה, כמפורט לעיל. ואכן, חלק מקמפיין הפרסומי של בזק לשיווק השירות אותו  
19 הציעה לציבור נעשה באמצעות הרדיו והטלוויזיה, עובדה אשר מחייבת מתן משקל רב יותר  
20 להיבט השמע של סימן המסחר, על פני זה החזותי. כפי שנאמר לעיל, הפרסום מוביל לחיפוש  
21 השירות במרשתת, בעיקר בהעדר כתובת-קישור לאתר הנתבעת. כפי שנקבע בעניין טעם טבע,  
22 "המשקל היחסי אשר יש ליתן להיבט החזותי לעומת סוגיית צלילם של הסימנים תלוי  
23 בנסיבותיו הפרטניות של כל מקרה ומקרה" (בעמוד 452). הצליל הזהה אף תומך ומחזק את  
24 מסקנתי באשר להשלכות השם הזהה בעידן האינטרנטי, ועל כך שהלכה למעשה, הן מבחינת  
25 המראה והן מבחינת הצליל, אין מנוס מן המסקנה כי מדובר בקמפיין המכיל דמיון מטעה, שיש  
26 בו כדי להטעות את ציבור הצרכנים, ובכך מבחן זה מתקיים.

27 המבחן השני הוא "מבחן סוג הסחורות וחוג הלקוחות" – ראשית, לפי סעיף 46(א) לפקודה,  
28 ההגנה לה זוכה התובעת מוגבלת להגדר הקבוע בתעודת הרישום שלה בפנקס סימני המסחר.



## בית המשפט המחוזי בתל אביב - יפו

ת"א 8579-06-17 סמארטנט בע"מ נ' בזק החברה הישראלית לתקשורת בע"מ

- 1 בתעודת הרישום נקבע כי סוג הסחורות והשירותים הינו "אספקת שירותי חיבור אלחוטי  
2 לרשת האינטרנט בטכנולוגיות WLAN; הנכלל בסוג 38". זהו אכן תחום הפעילות בו התובעת  
3 פועלת, שכן לטענתה היא מספקת שירותי אינטרנט אלחוטי בבתי מלון ובמקומות ציבוריים,  
4 היא שוקלת להרחיב שירותיה גם לבתים פרטיים.
- 5 הנתבעת מצדה טוענת כי השירות ששווקה תחת המילה "סמארט-נט" עסק בשירותים  
6 משלימים ללקוחותיה הקיימים בלבד (פסקה 13 לכתב ההגנה) שתכליתם הגנה מפני איומים  
7 מבחוץ וכן יישומון לניהול המכשירים ברשת הביתית, החוסים תחת סוג 9 ו-42 בדיני סימני  
8 מסחר, ועל כן אין המדובר בדריסת רגל אסורה בהגדר שבמסגרתו זכאית התובעת להגנה.
- 9 אין לקבל את טענת הנתבעת. לו הייתה בזק מעוניינת לקדם אך את שירותי הגנת הסייבר  
10 ללקוחותיה הקיימים בלבד, הייתה מן הסתם ממקדת את פרסומיה לציבור זה בלבד, ולא  
11 פוצחת בקמפיין רחב היקף ברחבי הארץ ובמדיות השונות. זאת ועוד, השירות של בזק פורסם  
12 כך: "סמארט-נט האינטרנט החכם והבטוח בישראל עם הגנת סייבר מלאה" או "ביי ביי  
13 אינטרנט רגיל עוברים לסמארט-נט". על פי נוסח הקמפיין והיקפו, סביר להניח, כי תכליתו  
14 בקידום שירות אספקת האינטרנט האלחוטי של בזק, והצגתו ככזה המחזיק ביתרון על פני  
15 מתחריו על ידי אפשרות קבלת הגנת סייבר ויישומון נלווה, זאת להבדיל מקידום שירות ההגנה  
16 והיישומון לבדם. בכך, סבורני, חדרה בזק לתוך גבולות הסוג הקבוע בפנקס הרישום, אשר  
17 בכתליו נהנית התובעת מזכות לשימוש ייחודי.
- 18 אשר לחוג הלקוחות - נראה אמנם כי במועד הגשת התביעה, חוג הלקוחות העיקרי של התובעת  
19 שונה מקהל הלקוחות הפוטנציאליים אליו פנתה הנתבעת לטענתה, באמצעות הקמפיין: בעוד  
20 התובעת פונה בעיקר ללקוחות מתוחכמים ועסקיים, על אף שנטען כי יש לה לקוח פרטי,  
21 הנתבעת פונה בשם "סמארט-נט" רק ללקוחות פרטיים. דא עקא, בעיני הצרכן הסביר, אין  
22 בפרסום של הנתבעת דבר אשר יאפיין אותה כנותנת שירות ללקוחות פרטיים דווקא במובחן  
23 מלקוחות עסקיים. ניתן אף לומר, כי קשה לאבחן את ציבור צרכני האינטרנט כבעלי כושר  
24 הבחנה מפותח בתחום זה, כך שסימן המסחר המאפיין שירות זה או דומה והמפורסם על ידי  
25 בזק בהחלט עלול להטעות, לגרום לתובעת נזק ולמנוע ממנה לרכוש לקוחות פרטיים חדשים.
- 26 יתר על כן, אין בעובדה שהשירות שניתן כיום על ידי התובעת נפוץ דווקא בקרב לקוחות  
27 עסקיים כדי להגביל אותה אך ורק לאלו. אכן, השימוש במילה "סמארט-נט" בתחום זהה בו



## בית המשפט המחוזי בתל אביב - יפו

ת"א 8579-06-17 סמארטנט בע"מ נ' בזק החברה הישראלית לתקשורת בע"מ

- 1 פועלת התובעת, אף אם בחוג לקוחות שונה, עלול לפגוע ביכולתה להרחיב את פעילותה  
2 ולהשתמש במוניטין שצברה לצורך זה, משום שהנתבעת הקדימה ועשתה שימוש בשם שלה  
3 למול אותו קהל לקוחות פוטנציאלי, וזאת על אף ההגנה הבלעדית לה היא זוכה באותו תחום  
4 על ידי דיני סימני המסחר. לפיכך הגעתי למסקנה כי גם מבחן זה מתקיים בענייננו.
- 5 32. המבחן השלישי הוא מבחן **"יתר נסיבות העניין"**; המדובר במבחן לוואי, המאגד בתוכו את  
6 יתר הנסיבות הספציפיות של המקרה, אשר לא הובאו בחשבון במסגרת המבחנים האחרים.  
7 לעניין זה ראיתי לנכון לעמוד על מספר טעמים, שיש בהם כדי לחזק את מסקנתי דלעיל.
- 8 ראשית, עובדת היכרותה של הנתבעת את שמה וסימן המסחר של התובעת מזה שנים, כפי  
9 שעולה מהתביעה, והדבר לא נסתר על ידי הנתבעת. כבר בשנת 2003 בדקה בזק בינלאומי, חברת  
10 הבת של הנתבעת, אפשרות לשיתוף פעולה עם התובעת. בשנת 2006 נערכו מגעים נוספים  
11 לרכישת התובעת; בשנים 2004 ו-2010 חברת קווי זהב, לרבות המנכ"לית דאז גבי הנדלר –  
12 שהייתה כאמור מנכ"לית הנתבעת במועד הגשת התביעה – ניהלו משא ומתן לרכישת התובעת,  
13 לרבות קיום פגישה בנוכחות גבי הנדלר. אמנם הנתבעת טענה כי גבי הנדלר לא הייתה מעורבת  
14 בבחירת השם, אולם היא אישרה את הקמפיין והייתה מעורבת בתקצובו (עדות מר גיל רוזן,  
15 סמנכ"ל שיווק וחדשות בבזק; פרוטוקול הדיון מיום 12.7.17, בעמוד 8, שו' 18-20). כן פנו אל  
16 החברה בהצעות רכישה חברות מוכרות בתחום, כך שבנקל נלמד כי שמה של התובעת הולך  
17 לפני, למצער בקרב העוסקים בתחום. יתרה מכך, בימינו אנו אין כל קושי לאתר בחיפוש פשוט  
18 במנועי החיפוש את שם החברה ואת תחומי עיסוקה. מכל האמור, בין אם הייתה ידיעה ממשית  
19 בקרב הנתבעת על קיומה של התובעת, ובין אם לאו, יש ליחס לה ידיעה על שמה ותחום  
20 עיסוקה. על כן, בהינתן העובדה שבזק קיבלה ייעוץ משפטי טרם בחירת השם (עדות מר רוזן,  
21 שם), ובהינתן שעתידה הייתה בעת הרלוונטית לצאת בקמפיין בעלות של מיליוני ש"ח, היה  
22 עליה לדעת על קיומה של התובעת, על סימן המסחר המוגן שלה, ועל כך שפתיחה באותו קמפיין  
23 ושימוש במונח "סמארט-נט" תכרסם בהגנה לה זכאית התובעת.
- 24 33. שנית, קיימות ראיות להטעיה בפועל, או למצער לבלבול שיצר קמפיין הנתבעת בין החברות,  
25 בנסיבות המלמדות כי אכן בוצעה הפרה בסימן המסחר של התובעת, כך, מהדוא"ל המצורף  
26 כנספח 6 לתביעה, עולה פניה של אדם לחברה אשר ראה בשלטי חוצות בעיר תל-אביב-יפו, ועמד  
27 על כך שאינו מבין את הפרסום. מן האמור עולה בבירור לבלבול שנוצר בקרב צרכן פרטי. בדומה,



## בית המשפט המחוזי בתל אביב - יפו

ת"א 8579-06-17 סמארטנט בע"מ נ' בזק החברה הישראלית לתקשורת בע"מ

1 בחקירת העד מר יוסף גבאי, אשר הכיר את התובעת במסגרת עבודתו ברשת מלונות גדולה,  
2 אשר קיבלה בעבר שירותים כצרכנית עסקית של התובעת. מר גבאי הביע דעתו על פרסומת  
3 שהייתה חלק מקמפיין את הדברים הבאים:

4 "ראיתי פעם אחת בתחנת אוטובוס תוך כדי נסיעה ברכב לפני הרבה זמן והייתי  
5 מופתע בלשון עדינה. לא הבנתי מה הקשר בין שתי החברות. בין סמרטנט שני  
6 עובד איתה לבין חברת בזק. אני יודע שחברת ביזון (חברת בת של בזק שמספקת  
7 שירותי אינטרנט בענף המלונאות (עמ' 37-36 לפרוטוקול) צ.צ.) מקושרת לבזק  
8 וחשבתי שאולי סמרטנט נקנתה על ידי בזק. זה די בלבל אותי. [...]  
9 אני חושב שזה ירד מסדר היום מאוד מהר. לומר מי סיפר לי שאין קשר אני  
10 לא זוכר כי בעיני זה לא היה עניין גדול לאורך זמן. אני יודע שיש תחרות בין  
11 ביזון לבין סמרטנט כיוון שביזון הציעו לי הצעות עסקיות תקופה ארוכה ועדיין  
12 כיוון שהם קשורים לבזק והפתיע אותי שסמרטנט הופכים להיות מחוברים  
13 מה שהסתבר לי תוך זמן קצר שלא" (פרוטוקול הדיון מיום 20.03.2018, עמ'  
14 20-21).

15 דוגמאות אלו מוכיחות כי אכן קמפיין הנתבעת הוביל להטעיית צרכנים. יש בכך כדי לחזק את  
16 המסקנה כי אף בהעדר זהות מוחלטת בין סימן המסחר החזותי לבין הפרסום, התקיימה פגיעה  
17 בסימן המסחר של התובעת.

18 34. לפיכך, מכל האמור, גם כלל נסיבות העניין מצביעות על כך שהנתבעת הפרה את זכותה  
19 הייחודית של התובעת על סימנה המסחרי.

20 בהינתן קביעותיי דלעיל, לא ראיתי טעם להידרש למבחן השכל הישר.

21 35. טענת בזק כי השם סמארטנט וכך גם סימן המסחר שלה, הינו גנרי ואינו זכאי להגנה על פי דיני  
22 סימני מסחר אינה מקובלת עלי. ראשית, אין מחלוקת כי שם זה לא היה גנרי בעת רישומו.  
23 מרגע שנרשם כאמור, ולא הוגשה נגד הרישום הסתייגות במועד הקבוע בפקודה, על אף טענת  
24 הנתבעת כי הוא בר ביטול, זכאי בעל הרישום להגנה ודאית יותר, אף אם במועד מאוחר יותר  
25 הפך השם לגנרי. זאת, זולת אם ראה לנכון הרשם לפי סעיף 30 לפקודה להתיר שימוש מקביל,  
26 לנוכח היות השם גנרי. משאין כך הם פני הדברים בענייננו, סבורני כי זכאית התובעת לשימוש



## בית המשפט המחוזי בתל אביב - יפו

ת"א 8579-06-17 סמארטנט בע"מ נ' בזק החברה הישראלית לתקשורת בע"מ

- 1 ייחודי כל עוד לא הוסדר אחרת במרשם סימני המסחר. יתרה מכך, עצם הבחירה של הנתבעת  
2 לצאת בקמפיין עם המותג "סמארטנט" בבחינת הבעת רעיון, מוכיחה שאין מדובר במילה  
3 שגורה גנרית, מה גם שעובדתית לא הוכחה גנריות השם סמארטנט שאינו נפוץ כלל ועיקר  
4 בניגוד למשל לשם סמארטפון.
- 5 36. זאת ועוד, כפי שכבר ציינתי בהחלטתי בגדרה של הבקשה לסעד זמני, אינני סבורה כי ניתן  
6 להסיק מסקנה כלשהיא לעניין גנריות השם או ההשלכה של טענה זו על הזכות לשימוש מקביל  
7 בשם זה מעצם קיומם של סימני מסחר זהים בארה"ב או באירופה. אין לדעת אם בעלי הסימן  
8 במדינות האחרות עמדו על זכויותיהם; אין לדעת אם נדרשו לווייתור על בלעדיות; וממילא לדין  
9 החל שם אין כל נפקות על הדין החל בארץ.
- 10 37. בהינתן כל האמור, הגעתי לידי מסקנה כי הנתבעת הפרה את הגנת התובעת לו היא זכאית מכוח  
11 דיני סימני המסחר.
- 12 38. סבורני, כי די באמור לעיל כדי להורות על צו מניעה כפי שהתבקש על ידי התובעת, הוא הסעד  
13 המבוקש בתביעה שלפניי, ועל כן אינני נדרשת לטענות נוספות שהעלתה התובעת ואשר  
14 רלוונטיות יותר לעניין קיומו וגובהו של הנזק, טענות כגון גניבת עין, גזל והתעשרות שלא כדין,  
15 אשר ממילא יבחנו במסגרת תביעה כספית ככל שתוגש כזו.
- 16 39. שיהוי - כאמור בהחלטה בעניין צו המניעה הזמני ומן הטעמים המפורטים שם, אני דוחה את  
17 טענת הנתבעת כי התביעה לוקה בשיהוי כבד.  
18
- 19 40. פיצול סעדים - התובעת ביקשה לאפשר לה לפצל את סעדיה (כתב התביעה ובקשה 15), כך  
20 שבמסגרת התביעה דגן תוכרע רק שאלת צו המניעה, ובמסגרת תביעה כספית נפרדת תעתור  
21 לקבלת פיצוי בגין נזקיה. עיקר טענת התובעת לעניין זה הינה כי במועד הגשת התובענה, הנזק  
22 המלא שנגרם לה לטענתה טרם התגבש, שכן קמפיין הנתבעת היה בעיצומו. כן טוענת כי תביעה  
23 לסעד כספי ביחד עם סעד של צו מניעה, הייתה גורמת להכבדה שלא לצורך על ההליך דגן.
- 24 מנגד, לטענת הנתבעת, התובעת כבר כימתה את נזקה, כפי שהדבר בא לידי ביטוי בחוות דעת  
25 בת 24 עמודים שהגישה יחד עם בקשתה לצווים זמניים. לכן, לטענתה, הבקשה מוגשת בחוסר



## בית המשפט המחוזי בתל אביב - יפו

ת"א 8579-06-17 סמארטנט בע"מ נ' בזק החברה הישראלית לתקשורת בע"מ

1 תום לב, שכן הכלל הוא שאין לפצל סעדים בין תביעות שונות, אלא נדרש טעם מוצדק לעשות  
2 כן.

3 בתגובתה, טוענת התובעת כי חוות הדעת הוצאה מתיק בית המשפט לבקשת הנתבעת, ועל כן  
4 היא איננה רלוונטית; שנית, חוות הדעת עצמה מציינת כי היא נכונה רק ליום 21.06.2017, ולא  
5 מעבר לכך, ולכן מדובר בחוות דעת ראשונית בלבד, שאיננה מקיפה את מלוא הנזק וברי כי ככל  
6 שביהמ"ש לא היה נעתר לסעד הזמני הנזק היה הולך ומתמשך.

7 לאחר עיון בטענות הצדדים ובהלכה הפסוקה, הגעתי לידי מסקנה כי דין הבקשה להתקבל, וכי  
8 יש להתיר את פיצול הסעדים. הטעם העיקרי לכך הוא כי לעת הגשת התביעה לא ניתן היה  
9 לאמוד את הנזק, בעיקר הואיל ובאותה עת לא ניתן היה לדעת אם ייעתר ביהמ"ש לבקשה לצו  
10 מניעה זמני והאם הנזק התגבש או שהוא ילך ויתמשך. סוגיית הנזק היא עניין שכרוך ממילא  
11 הוכחה נפרדת, שלא נידונה בפני כלל ועיקר, כך שלא מצאתי כי הגשת תביעה כספית נפרדת  
12 תכביד על הנתבעת יותר מאשר דיון בסוגיה זו בצוותא חדא עם התביעה לצו מניעה, עת אומדן  
13 הנזק היה אך ראשיתי עד ליום הגשת התביעה, וככל שהיה מתגבש נזק נוסף, נדרש היה תיקון  
14 כתב תביעה או הגשת תביעה נוספת בגין הנזקים שהתגבשו ממועד הגשת התביעה ואילך.

15 נוכח כל האמור, התובעת רשאית לפצל את סעדיה, ולהגיש תביעה כספית נפרדת בגין נזקיה  
16 הנטענים, ככל שתחפוץ בכך.

17 41. צירוף ראיות לסיכומים - התובעת הגישה בקשה להוצאת שני נספחים שצורפו לסיכומי  
18 הנתבעת, הכוללים בקשות לרישום סימן מסחר שהגישה בזק לרשם סימני המסחר ותעודות  
19 רישום סימן מסחר המכילים את המילה הלועזית DELTA. התובעת טוענת כי יש להוציא את  
20 הנספחים מהטעם כי אלו הוגשו לראשונה במסגרת הסיכומים ולא עובר לכך, זאת בניגוד  
21 להלכה הפסוקה (בקשה 18).

22 בתשובתה, טוענת הנתבעת, כי מדובר במסמכים רשמיים, שהתייחסות אליהם הינה כאל פסק  
23 דין, באופן שצירופם אינו מהווה "ראייה" אלא דין, שהוגש רק מטעמים טכניים של נוחות.  
24 לטענתה, המסמכים הוגשו רק כדי "לתקן" את בית המשפט שקבע בטעות, בצו המניעה הזמני,  
25 קביעה עובדתית שגויה לפיה בזק לא עושה שימוש במילים לועזיות במתן שמות לשירותיה,  
26 ולכן, לשיטתה, מדובר במסמכים שהגשתם תקדם את חקר האמת.



## בית המשפט המחוזי בתל אביב - יפו

ת"א 8579-06-17 סמארטנט בע"מ נ' בזק החברה הישראלית לתקשורת בע"מ

1 התובעת טוענת בתגובה, שהיה על הנתבעת להגיש מסמכים אלו במועד מוקדם יותר לו חפצה  
2 להעמיד את בית המשפט על טעותו. כן טוענת היא כי בקשה לרישום סימן מסחר אינה מהווה  
3 "דין".

4 לאחר בחינת טענות הצדדים, הגעתי לכלל דעה כי הדין עם התובעת. הלכה היא כי ראיות  
5 תוגשנה בעת המתאימה לכך, ובאם חפץ בעל דין להגישן במועד מאוחר יותר, עליו לקבל את  
6 אישור בית המשפט. ואולם, בית המשפט לא ייעתר לכל בקשה להוספת ראיות ללא שיקול דעת.  
7 ראו דברי כב' השופט חשין ב-ע"א 579/90 מרדכי וגילה רוזין נ' צפורה בן-נון, פ"ד מו(3) 738,  
8 743-742 (1992):

9 "דלתותיהם של בתי המשפט פתוחות לרווחה לפני המבקשים סעד, ויכולת  
10 הפנייה לבתי-משפט היא מזכויות היסוד של האדם. ואולם, משעברנו את  
11 השערים ונכנסנו אל הטרקלין, מחובתנו לשמור על סדרים שקבע בעל הבית  
12 ולא כל הרוצה ליטול בא ונוטל. כלל הוא לעניין הגשתן של ראיות, שבעל דין  
13 אמור וחייב להגישן ב"חבילה אחת" - כך, ולא בתפזורת, זעיר שם זעיר שם.  
14 [...]

15 אכן "כאשר, מטעמים סבירים והוגנים, מבקש בעל-הדין לתקן את הפגימה  
16 שפגם בשלב הראשון של פרשתו הוא, מן הראוי כי בית-המשפט יענה לו"  
17 (שם). אך הנטל הוא, כמובן, על המבקש לסטות מן הסדרים הקבועים,  
18 לשכנע את בית המשפט כי יכול הוא לגדור עצמו ביוצא זה כלל.

19 לעניין זה ייתן בית המשפט דעתו לאופי הראיה הנוספת, כגון אם הייתה  
20 ראייה "טכנית" ופשוטה (למשל: ע"א 714/88, בעמ' 95: הגשתה של תעודת  
21 זהות להוכחות רווקות; ע"א 27/51, בעמ' 1175-1176). גורם אחר שעשוי  
22 להשפיע הוא השלב אליו הגיע המשפט, וככל שיקדם כן ייטב".

23 [ההדגשות אינן במקור – צ.צ.]

24 בענייננו, לא רק שהמסמכים הוגשו במועד מאוחר ביותר, קרי במסגרת סיכומי הנתבעת, הם  
25 אף הוגשו ללא הגשת בקשה מפורשת לבית המשפט, אלא כנספח לסיכומים ללא נטילת רשות.  
26 אין בידי לקבל זאת. יתרה מכך, לא התרשמתי כי מדובר במסמכים הרי-גורל, שיש בהם כדי  
27 להשפיע כהוא זה על ההכרעה דנן. כן דוחה אני את טענת הנתבעת, שנטענה ללא כל בסיס ברור,





## בית המשפט המחוזי בתל אביב - יפו

ת"א 8579-06-17 סמארטנט בע"מ נ' בזק החברה הישראלית לתקשורת בע"מ


- 1 לפיה מדובר במסמכים שהינם מטבעם "דין", ביתר שאת, בכל הנוגע לבקשות הרישום.  
2 בהינתן האמור, נספחים 1-2 לסיכומי הנתבעת יוצאו מתיק בית המשפט.

3 **סוף דבר**

- 4 א. לאור כל האמור התביעה מתקבלת. ניתן צו מניעה האוסר על הנתבעת לעשות שימוש  
5 בסימן המסחר הרשום של התובעת (סמארטנט smartnet) או דומה לו.  
6 ב. הפיקדון בסך 75.000 ₪ יוחזר לתובעת באמצעות בא כוחה. (תוקן היום 3.12.19)  
7 ג. הנתבעת תישא בהוצאות ושכ"ט ב"כ התובעת בסך של 40,950 ₪.

8  
9 ניתנה היום, ד' כסלו תש"פ, 02 דצמבר 2019, בהעדר הצדדים.

10

  
צילה צפת, שופטת, סגנית הנשיא

