

## עדכונים ומידע בידי זכויות יוצרים, קניין רוחני, תקשורת ומדיה

### מוגש כשירות ללקוחותינו וידידנו

אנו מגישים כאן את המהדורה השלושים ושלוש של העדכונים של משרדינו. הפעם, אנו מקדישים את המהדורה למספר פסקי דין שניתנו באחרונה שדנים בהיבטים שונים של דיני מדיה ותקשורת וקניין רוחני בתכניות טלוויזיה ופרסומות. אנו מקווים שתמצאו בהם עניין, ואולי גם תועלת.

בהזדמנות זו אנו מבקשים לאחל לכל לקוחותינו וחברינו חג פסח שמח, בריאות ואושר!

#### חופש הביטוי ביצירות תיעודיות ובפרסומות – שלוש פסיקות בתוך שבוע



**פרסום קלטות חקירה:** בית המשפט העליון דן בשאלה אם להתיר את פרסומן של קלטות חקירה, המתעדות באופן קולי וחזותי, את חקירתם של גבר ואישה, שהורשעו לפני מספר שנים בפרשת רצח שזעזעה את המדינה ומרצים כעת מאסר עולם. בית המשפט נתבקש להתיר את פרסום הקלטות כחלק מסדרה תיעודית שיצר הבמאי דרור מורה עבור רשות השידור (הנמצאת בפירוק ותוחלף בקרוב ע"י תאגיד השידור הציבורי. זאת, על-פי סעיף 13 לחוק חקירת חשודים שקובע כי אין לפרסם תיעוד חזותי או קולי של חקירה, כולו או חלקו, בלא רשות בית המשפט.

כבר בעת ניהול משפט הרצח, הגישה רשות השידור שתי בקשות להתרת פרסום קלטות החקירה ושחזור מעשה הרצח שהוגשו כראיות במסגרת המשפט, אולם בקשות אלה נדחו. אחר שהוכרעו הערעורים על ההרשעות,

פנתה רשות השידור שוב לבית המשפט בבקשה להתיר את פרסום הקלטות. עוד נטען כי הרוצחים וכן המדינה, נתנו את הסכמתם לפרסום המבוקש. בית המשפט המחוזי התיר את פרסום הקלטות וכשבוע לאחר מכן, רשות השידור וגופי תקשורת נוספים החלו בפרסום קטעים מתוך הקלטות. או אז, שינתה האישה את עמדתה והגישה בקשה לקיים דיון חדש בהחלטה ולהשמיע את עמדתה המתנגדת לפרסום הקלטות. גם מטעם אחיותיה הקטינות של הילדה המנוחה, הוגשה בקשה דחופה להצטרף להליך. האישה טענה בדיון כי הסכמתה לפרסום ניתנה שלא מדעת או שלא מהבנה מלאה, ואילו הגבר טען כי הסכמתו התבססה על מצב עובדתי לפיו הקטינות אינן מעורות בפרטי הפרשה, אך לאור החשש החדש כי הפרסום יגרום להן נזק, הוא חוזר בו מהסכמתו. בית המשפט המחוזי אכן שינה את החלטתו הקודמת, והורה על איסור פרסום הקלטות.

בערערו בבית המשפט העליון, הדגיש השופט הנדל כי לאיסור על פרסום תיעוד חזותי וקולי של חקירה שתי תכליות, שהן שמירה על טוהר ההליך השיפוטי והגנה על כבודם ופרטיותם של הנחקרים. החוק משקף נקודת איזון שקבע המחוקק ביחס לאינטרסים האמורים לבין האינטרס בדבר חופש הביטוי והמידע. השופט עמד על שישה שיקולים שעל בית-המשפט לשקול בבואו להכריע בבקשה להתיר פרסום חזותי או קולי של חקירה: א. על מבקש היתר פרסום לשכנע כי מתקיימות נסיבות מיוחדות ואינטרס משמעותי המצדיקים חריגה מהכלל של איסור פרסום; ב. לנוכח התכלית של הגנה על כבודם ופרטיותם של הנחקרים, יש להביא בחשבון את עמדתם, אם כי הבקשה לא תוכרע רק על-פיה; ג. יש להביא בחשבון גם את האינטרסים של צדדים שלישיים, שאינם הנחקרים, העלולים להיפגע מהפרסום ולשקול את טובתם; ד. יש לתת את הדעת לשלב הדיוני בו מצוי ההליך המשפטי. ככל שמדובר בשלב מוקדם יותר, כך תיטה הכף לעבר איסור פרסום החקירה, מחשש להשפעה על ניהול משפט תקין וטוהר ההליך. עם זאת, הדבר אינו מוביל למסקנה אוטומטית כי פרסום ייתר בשלבים מתקדמים של ההליך, או לאחר שהסתיים; ה. יש לשקול את מידת העניין הציבורי שבבסיס בקשת הפרסום. לא די בכך ש"העניין לציבור" בפרסום יהיה ערטיילאי. נדרש, כי פרסום קלטת החקירה ישרת אינטרס ציבורי חשוב וחיוני; ו. יש להביא בחשבון את המידתיות - סעיף החוק מתייחס לתיעוד חזותי או קולי ואינו אוסר על עצם פרסום תוכן החקירה או המלל שלה בדרכים אחרות (ומכאן שפגיעתו בחופש הביטוי מוגבל). שיקולים אלה אמנם אינם מהווים רשימה סגורה או ממצה, אך על בית המשפט לשוות אותם לנגד עיניו בבואו להכריע בבקשה להתרת פרסום חומר חקירה, תוך עריכת איזון בין השיקולים הנוגדים הן ברמה העקרונית והן ברמה הקונקרטית, ביישומם על נסיבות המקרה והתחשבות בייחודו.

במקרה הקונקרטי, קבע השופט הנדל כי לא הוכח כי חל שינוי נסיבות כזה המחייב סטייה מההחלטה הקודמת שלא להתיר את הפרסום. אמנם, הוכרע בינתיים דינם של הרוצחים וגזר הדין בעניינם הפך לחלוט, אולם, בשלב זה האינטרסים ש"מחוץ להליך גופו", עוברים לקדמת הבמה, ובהם שיקולים של הגנה על פרטיות הנחקרים וכיבוד רצונם. כנגד טענתה של רשות השידור כי אין לתת לאישה לחזור בה מהסכמתה, קבע השופט הנדל כי אין לתת לשינוי העמדה משקל מכריע, שכן בין ההחלטה המתירה

פרסום הקלטות לבין זו האוסרת אותו חלפו ימים ספורים בלבד. זאת בעוד שהרשות נקטה בהכנות לשידור הסדרה זמן רב לפני כן. לפיכך, הסתמכותה של הרשות על ההסכמה ככל שהייתה לא הסבה לה נזקים קשים כל כך המצדיקים התרת הפרסום.

רשות השידור טענה כי קיים אינטרס ציבורי עצום בשידור הסדרה, וקלטות החקירה במסגרתה, שכן, לשיטתה, תרומתה הייחודית של הסדרה היא בהבנה עמוקה של הפרשה, הכאה על חטא באי מניעת הפשע הנורא וזריעת ההבנה שיש למנוע את הפשע הבא. כן, טענה הרשות כי קיים הבדל מהותי ודרמטי בין פרסום תמלול החקירות לבין פרסום הקלטות המהוות תיעוד חזותי או קולי שלהן. בית המשפט ציין כי על כך, אין חולק, אולם אין בו די. כדי להצדיק היתר פרסום שכזה יש לשכנע כי האינטרס האמור בפרסום התיעוד החזותי או הקולי דווקא גובר על האינטרסים כבדי המשקל שעומדים מנגד, ומדוע לא ניתן להסתפק בדרכים אחרות, כגון פרסום התמליל.

מעבר לשיקולים לעיל, במקרה זה עמדה במרכז הדיון שאלת טובת הקטינות. ממכלול החומר שהובא בפני בית המשפט עולה בבירור כי פרסום תיעוד חזותי או קולי של הקלטות יפגע בהן.

השופט הנדל התייחס גם לטענת רשות השידור בדבר זמינות קטעים מהחקירה ברשתות החברתיות. העובדה כי ניתן להגיע אל החומר אינה גוררת בהכרח את המסקנה כי יש להתיר את הפרסום המבוקש. שנית, ובה בעת, על המדינה והגורמים הרלוונטיים לדאוג להסרת החומר האמור מהאינטרנט בהקדם, ככל שהדבר טרם נעשה.

לבסוף, ציין השופט הנדל כי באופן ריאלי, אמנם אין להיתמם ולחשוב כי הקטינות לא תיחשפנה לסיפור חייהן הקשה, במלוא עוצמתו וחריפותו, אולם השאלות העומדות על הפרק הן כיצד ומתי. עוד, סבר השופט כי האינטרסים עליהם מצביעה הרשות יוכלו לבוא על סיפוקם בעתיד, כשהקטינות תגדלה ותתבגרנה, מבלי שהדבר יהא כרוך בפגיעה בטובתן ושלומן כבעת הזו.

מקרה זה מספק מדריך מפורט ליוצרים, מפיקים וגופי תקשורת שמבקש לפרסם תיעוד קולי או ויזואלי של חקירת חשוד, אודות השיקולים שיובאו בחשבון בידי בית המשפט בבואו לדון בבקשת פרסום. עם זאת, יושם לב שהסעיף עוסק רק בתיעוד ויזואלי וקולי של חקירה. אין איסור אפריורי על פרסום, שלא באמצעות תיעוד ויזואלי או קולי, של דברים שנאמרו בעת חקירה, אולם ניתן לבקש צו איסור פרסום בקשר אליהם ותמיד יש לקחת בחשבון השלכות הפרסום במישור דיני הגנת הפרטיות, לשון הרע ודינים רלוונטיים אחרים. עוד ראוי לשים לכך שהמקרה מדגים את הגישה המחמירה שבה נוקטים בתי המשפט בכל הקשור להגנה על קטינים מפרסומים מזיקים.

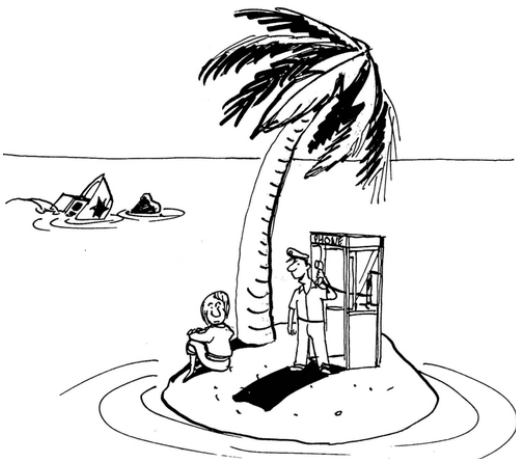
בנוסף, המקרה ממחיש את הסייט של כל יוצר או מפיק – המרואיין או מצולם שחתם על כתב הסכמה וחזר בו. במקרה זה בית המשפט אמנם אפשר לנידונים לחזור בהם מהסכמתם לפרסום, אולם תרמו לכך קוצר הזמן שעבר בין ההסכמה לבין החזרה, וכמוהן ובעיקר – ענייני של הקטינות. על כן, אין להסיק מכך שבכל מקרה יותר למרואיין או למצולם לחזור בו מהסכמתו באופן דומה.

• ע"פ 2476/15 רשות השידור (בפירוק) נ' מדינת ישראל (5.4.2016)

**לשון הרע על אדם מת?:** בהחלטה נוספת שניתנה באותו שבוע, דחתה השופטת עינת רביד מבית המשפט המחוזי בתל-אביב בקשה של אלמנתו ובנו של השר ואלוף פיקוד מרכז לשעבר רחבעם זאבי למנוע שידור כתבה עליו בתוכנית "עובדה". הכתבה (ששודרה בינתיים) עמדה לחשוף עדויות של נשים ששירתו תחת זאבי בצה"ל אודות "מעשים מיניים פסולים" שבוצעו בהן ואף בכפיה. כמו כן, הכתבה עמדה לייחס לזאבי, לפי הנטען, קשרים לעולם הפשע המאורגן ואף הסתייעות בו כנגד עיתונאית שפרסמה כתבה נגדו. המבקשים כי יש בטענות האמורות משום לשון הרע כלפי זאבי המנוח, שנרצח ב- 2001 על-ידי חוליית טרור. עוד טענו, כי לזאבי אין עוד יכולת להזים את הטענות.

בית המשפט דחה את הבקשה. אמנם כבוד המת והשם הטוב הם ערכים החשובים, אולם הם ניצבים מול חופש הביטוי ובמקרה זה ידו על העליונה. לפי ההלכה שנקבעה בבית המשפט העליון, לא יינתן צו מניעה זמני כנגד פרסום, בטרם נדון המשפט העיקרי, אלא אם הפרסום מהווה על-פיו לשון הרע, נעדר עניין ציבורי וברור כי אין למפרסם הגנה כנגד לשון הרע. בית המשפט עמד על מפעל ההנצחה לזאבי שממומן מכספי ציבור, כיצור עניין ציבורי בפרסום (הגם שלדעתנו עניין כזה היה קיים גם לולא המפעל, בהיותו של זאבי דמות ציבורית בחייו וגם במותו, ולא רק בשל התפקידים שמילא, אלא גם עקב משנתו המדינית השנויה במחלוקת). עוד ציין בית המשפט – ולדעתנו נימוק זה היה צריך להספיק במקרה זה – שחוק איסור לשון הרע קובע במפורש כי לשון הרע על מת לא מהווה עילה לתביעה אזרחית או קובלנה פלילית. היועץ המשפטי לממשלה אמנם רשאי לנקוט בהליך פלילי בעקבות לשון הרע על מת, אולם כעניין של מדיניות לא מוגשים כתבי אישום כאלה. החרגת לשון הרע על מת מתחולתו הרגיל של החוק מוצדקת משום שהמת כבר לא יכול להיפגע ברגשותיו. אמנם קרוביו יכולים לחוש פגיעה והדבר עלול לפגוע בכבודו של המת אולם במקרה זה חופש הביטוי גובר. הדבר מאפשר יצירת עבודות היסטוריות, מחקר וביוגרפיות.

• ת"א (ת"א) 5977-04-16 זאבי נ' שידורי קשת בע"מ (7.4.2016)



"Don't worry, our insurance agent's on the way."

**תחרות בלתי הוגנת במסע פרסום?** בפסק דין נוסף, זכתה לשכת סוכני הביטוח בישראל בתביעה נגד חברת אי. די. אי. ביטוח, המוכרת בשמה המסחרי "ביטוח ישיר". התביעה הוגשה בעקבות סדרות פרסומות של ביטוח ישיר, בהן מככבת הקומיקאית שני כהן, שמגלמת את מזכירתו של סוכן ביטוח דמיוני, הידוע כ"שוקה". כותרת הקמפיין היא "להפסיק לממן סוכן", והוא מציג, באמצעות סדרת מערכונים הומוריסטיים את סוכני הביטוח כמי שמרוויחים על חשבון הלקוחות ואינם מעודכנים מבחינה טכנולוגית. לטענת התובעת, הפרסומות גורמות לסוכני הביטוח נזק אישי ותדמיתי עצום, במגמה להציגם כגורם פריזיט אותו יש לזנוח ולעבור לקבלת שירות מהנתבעת, המעניקה שירות זול ויעיל יותר עבור הלקוח

השופט אליהו בכר קבע כי מי שמספק מוצרי צריכה או שירותים, סביר שיזכה לסטטוס של "דמות ציבורית", קביעה שלדעתנו מעט גורף מדי. עם זאת, חילופי דברים פוגעניים במסגרת סכסוך עסקי, אפילו קיים עניין ציבורי רב בהם, אינם מכשירים את הדברים הפוגעניים.

השופט קבע כי הצגת סוכן הביטוח בפרסומות מופנית אל כלל סוכני הביטוח ומציגה אותם באור גרוטסקי וארכאי ואף גורמת להשפלתם כמי שראוי שייעלמו כליל מהעולם. הגם כי שוקה הוא דמות בדיונית, הצופים וודאי מקישים מהפרט (שוקה) אל כלל סוכני הביטוח. אופיו ההומוריסטי של הקמפיין אינו מהווה "כיפת ברזל" החוסמת את משמעות המסרים או מרסנת את פגיעתם, נהפוך הוא – הומור משדר לא אחת רמז כלפי מה שקורה במציאות. עם זאת, כאשר מדובר בלשון הרע על קבוצה, יש להוכיח כי דברי לשון הרע מתייחסים לתובע ספציפי באופן אישי, וככל שאין בעיני האדם הסביר קשר בין דבר לשון הרע לפרט ספציפי, אין מקום להגביל את חופש הביטוי ולא תקום עילת תביעה. ואכן, מסקנת השופט היא כי לא ניתן לראות בדברים הנאמרים על כלל סוכני הביטוח ככאלה הנאמרים על מי מהם באופן פרטני.

בשלב הבא השופט עבר לדון בעילת תביעה נוספת של התובעים שטענו שהפרסומים מהווים "שקר במפגיע", או "תיאור כוזב" על-פי חוק עוולות מסחריות, דהיינו מידע כוזב שעוסק מפיץ ביחס לעוסק מתחרה. לאור המגמה המרחיבה של סעיף החוק באשר לפרשנותו של "עוסק אחר", ניתן ליחס את המעשה האסור גם כלפי קבוצת עוסקים העוסקים באותו התחום ביחס אליו פורסם התיאור הכוזב בהקשר למהלך עסקם, ולא רק כלפי עוסק בודד. מעבר לכך, בעובדת השתייכותו של אדם לקבוצת בעלי מקצוע מסוימת ומיוחדת בה הייחודיות מחייבת לימודים במוסד מתאים, רכישת ידע וקבלת תעודה, ניתן למצוא פגיעה בכל אחד מחברי הקבוצה, ולכן יש לראות בסוכני הביטוח, כקבוצה, שהם "עוסק אחר". באשר למידע הכוזב- הוכח כי הנתבעת מסרה מידע כוזב ביחס לכלל סוכני הביטוח, ולמצער- מסרה מידע כוזב בהתייחס אליה עצמה משניתן להבין מתשדירי הפרסומת כי שיעורי הפרמיה אותם היא גובה מהלקוח אטרקטיביים יותר מאלה הנגבים מחברות הביטוח המסורתיות.

השופט המשיך וקבע כי לתובעים קמה עילת תביעה מכוח דיני עשיית עושר ולא משפט באשר לתחרות לא הוגנת. הצגת הנתבעת כמי שמעניקה ללקוח הטבה שמקורה באי תשלום שכר של סוכן הביטוח אינה נכונה ומהווה הצגה בלתי נכונה הן של סוכן הביטוח הנהנתן והן של הנתבעת עצמה.

מכיוון שלא הוכח שיעור הנזק שנגרם לתובעים לא נפסקו פיצויים, אך ניתן צו מניעה האוסר על הנתבעת להמשיך בקמפיין, להציג סוכני ביטוח כפי שהוצגו ולפרסם קיומו של קשר כביכול בין תשלום פרמיה לחברה ביטוח הכוללת מימון סוכן הביטוח למחיר המוצע על ידי הנתבעת.

אנו סבורים, בכל הכבוד כי פסק דין זה שגוי ופוגע בחופש הביטוי. ייתכן שהפרסומת השלילית חסרת טעם, ואפילו נעדרת אמת. אולם, בתחום הפרסום, יש לצפות שמפרסמים מגזימים ביחס ליתרון שלהם כלפי המתחרים. למתחרה, במקרה זה הסוכנים, פתוחה הדרך להשיב בפרסומת מצדם שמעלה על נס את היתרונות שלו ואף את החסרונות המתחרה האחר. אין לאפשר הטעיית הצרכן, ואם התובע במקרה זה היה צרכן שאכן הוטעה על-ידי הפרסומת, היה מקום להעניק לו סעד.

• ת"א (ת"א) 28223-03-12 לשכת סוכני ביטוח בישראל ע.ר. נ' אי.די.אי. חברה לביטוח בע"מ (11.4.2016)

שלישיית פסקי הדין לעיל מציעים הצצה לא שגרתית למוקשים המשפטיים שיש לנווט ביניהם בתחום הטלוויזיה והפרסומות.

## ג'ורג' קלוני גבר נאה ומבוקש, אבל הוא אינו סימן מסחר

חברת Nestle ("נסטלה") היא הבעלים של סימן המסחר Nespresso ("נספרסו") שתחתיו היא משווקת קפסולות קפה ומכונות אספרסו. זה זמן רב, מופיע השחקן ג'ורג' קלוני בסדרת פרסומות של נספרסו כאשר הוא לבוש בחליפה, אם כי בצורה לא פורמלית, ומגלם את עצמו, בסיטואציות הומוריסטיות שנונות מול שחקניות נאות, שאיתן הוא מחליף מבטים וגם מילים, הכל כמובן סביב קפסולות של נספרסו ומכונות אספרסו. בחלק מהפרסומות העלילה מתחילה עם כניסתו של קלוני לחנות של נספרסו.



חברת אספרסו קלאב משווקת אף היא קפסולות קפה, אולם היא אינה מחייבת את הלקוח על המכונה, רק על הקפסולות. אספרסו קלאב יצאה בקמפיין פרסומי, שבו מופיע גבר (שתואר כ"כפיל"), שדומה, אך אינו זהה, במראהו לקלוני. השחקן לבוש אף הוא בחליפה ונראה בכניסה לחנות אספרסו קלאב כאשר אישה נאה תופסת את מבטו. בהמשך הפרסומות מופיע גבר, שנראה ההיפך מקלוני, שמפנה את תשומת לבו של "הכפיל" לכך שגורים את רכבו, לועג על הלבוש שלו וגם מעלה על נס את היתרון של אספרסו קלאב, בכך שהיא מספקת את המכונה בחינם, באספקה עד הבית. בפתיח של הפרסומות מופיעה כתובית שמבהירה כי השחקן (ששמו דיוויד סיגל) אינו קלוני.

נסטלה, הגישה תביעה לבית המשפט המחוזי בתל אביב-יפו, בה ביקשה, בין היתר, צו מניעה זמני כדי למנוע את המשך שידור הפרסומות. נסטלה טענה לשלל הפרות של זכויותיה וביצוע עוולות. כולן נסובו סביב השימוש בדמות שדומה לקלוני.

בין היתר, טענה נסטלה להפרת זכויות יוצרים בדמותו של קלוני. השופט מגן אלטוביה, דחה טענה זו, ובצדק, שכן למרות שייטכנו זכויות יוצרים בדמות דמויות, אם היא מפותחת דיה עד שניתן להכיר בה בתור יצירה, אין ולא יכולות להיות זכויות יוצרים בדמות אמיתית. נסטלה טענה כי קלוני אינו מופיע בפרסומות שלה כעצמו, אלא כדמות דמונית. טענה זו נדחתה, שכן ברור שבפרסומות שלה, קלוני הוא אכן עצמו ולעתים אף מזכירים את שמו. בית המשפט דחה גם את טענת נסטלה להעתקה של "מוטיבים" מתוך הפרסומות שלה. בית המשפט קבע כי הפרסומות של אספרסו קלאב "מרמזות" לפרסומות של נסטלה בחלק ממרכיביה, כגון השימוש בבחורה הנאה שחולפת על פני ה"כפיל" ושקית בידה, אולם לא רק שאין ברכיבים אלה משום "יצירה", אלא שמדובר בכל היותר ב"קריצה" או "פרודיה" של הפרסומות של נסטלה, ואין למנוע זאת ולו לאור חופש הביטוי.

נסטלה טענה עוד כי השימוש ב"כפיל" של קלוני מדלל את סימן המסחר ואת המוניטין שלה. יש לה מספר סימנים רשומים, אבל בעיקרו של דבר מדובר בסימן המסחר "נספרסו" שהוא סימן מוכר היטב ("סימן מפורסם"). דילול בהקשר זה משמעו הפחתת ערך הסימן ופגיעה ביכולתו ליצור הבחנה בין המוצר נספרסו לבין מוצרים מתחרים. גם טענה זו נדחתה, בעיקר משום שלא נעשה כל שימוש בסימנים הרשומים. טענת נסטלה כי הדמות של קלוני הפכה להיות חלק מהסימן נדחתה. כמו כן, נקבע שלא הוכח כי הסימן נשחק או טושטש.

עוד קבע בית המשפט כי "מאזן הנוחות" נוטה לטובת אספרסו קלאב, שכן הנזק שלה, אם הפרסומות של אספרסו קלאב תמשיך להיות משודרת ובסופו של דבר, תביעה תתקבל, יהיה ניתן לפיצוי כספי ואילו מתן הצו יוריד לטמיון את ההשקעה של אספרסו קלאב, שממילא מנסה לבדל את עצמה מנספרסו. ייתכן שהתחרות בין השניים אף תגדיל את השוק לקפסולות קפה.

בקשת רשות ערעור לבית המשפט העליון נדחתה, בעיקר משום שבית המשפט לערעורים אינו נוטה להתערב בהחלטות ביניים וכן משום שהשופט סולברג, שדן בבקשה סבר אף הוא כי מאזן הנוחות נוטה לטובת אספרסו קלאב. בהקשר זה, ציין כי מתן הצו אף ייתן לנסטלה את מלוא הסעד שהיא מבקשת בתיק העיקרי ולא לכך נועד צו מניעה זמני. השופט לא קבע קביעה לכאן או לכאן בסוגיות המהותיות והותיר אותן לדיון בתיק העיקרי. עם זאת, הבהיר כי טענה לדילול סימן מסחר או מוניטין חייבת להיות נתמכת בהוכחת הדילול ולא יכולה "להיזרק לחלל האוויר" ללא נתונים על דילול, או לפחות פוטנציאל לדילול השופט סולברג גם תמך בטיעון של פגיעה בחופש הביטוי.

מעניין מה הייתה התוצאה לו קלוני עצמו היה מצטרף לתביעה של נסטלה. במקרה זה הייתה עולה לדיון השאלה אם יש בשימוש ב"כפיל" פגיעה בזכות לפרסום של קלוני, או שמא גם במישור זה היה בית המשפט סובר שמכיוון שהציבור לא הוטעה לחשוב כי אכן בקלוני מדובר ומכיוון שמדובר בקריצה או פרודיה בלבד, לא הייתה קמה עילת תביעה. מקרה שבו הוטל אחריות בגין שימוש "חקייני" בקולה של בט מידלר בפרסומות של חברת פורד מופיע במדור "סיפורי קניין רוחני" באתר האינטרנט שלנו.

• ת"א (ת"א) Nestlé Societ é des Produits S.A 45219-12-14 נ' אספרסו קלאב בע"מ, רע"א 910/15 Nestlé Societ des Produits נ' אספרסו קלאב בע"מ

• בהכנת המאמרים השתתפו עו"ד טוני גרינמן ואניב סינטוב, תמונות: Shutterstock, B & E Duzcinsky