



## תובעים בשביל הסמל: האוהד שהשתמש בלוגו והכעיס את מנצ'סטר יונייטד

אוהד מנצ'סטר יונייטד רצה להראות את אהבתו לקבוצה והשתמש בסמל שלה בחשבון הטוויטר שלו. המועדון דרש לחסום לו את החשבון ואיים בתביעה

עוזי דן | 09.03.2014 16:03

תארו לעצמכם שאתם אוהדים קבוצת כדורגל, ונגיד ששמתם את הלוגו שלה כתמונה של חשבון הפייסבוק או הטוויטר שלכם. ייתכן שמקצת הגולשים, בוודאי הצעירים שבכם, כבר עשה זאת. זה מראה על אהדה, אהבה, מחויבות, בוודאי לא על כוונת רווח. אבל שימו לב מה קרה לג'ק הולט, אוהד מנצ'סטר יונייטד, ביום שני האחרון. משהו שתאיורטית יכול לקרות לכל אוהד כדורגל או קבוצת ספורט.

חשבון הטוויטר שלו - @ManUtd\_Players - הושעה על ידי טוויטר. הולט קיבל מייל מהרשת החברתית, לפיו התקבלו תלונות על החשבון שלו עקב שימוש בלוגו של מנצ'סטר יונייטד ולכן החשבון הושעה. לאחר ששינה את הלוגו למשהו דומה אך לא זהה ללוגו של יונייטד (ראו למטה), הסכימו בטוויטר להשיב את החשבון לפעולה. צריך להבין שלהולט, אוהד שרוף שמטרת החשבון שלו היתה לעשות רשימה של כל שחקן שאי פעם שיחק ביונייטד, לא היתה שום כוונה מסחרית. מעבר לכך, בזמן השעיית החשבון היו לו בסך הכל 170 עוקבים.

המקרה הזה מעלה שאלות נוקבות ביחס למועדונים, אוהדיהם והמסחור של הספורט. ברור ששימוש בלוגו של חברה - ולצורך העניין, מועדוני כדורגל מקצוענים הם חברות לכל דבר - למטרות מסחריות הוא פסול, מנוגד לחוק ויש למועדון את הזכות למנוע זאת. אבל אוואטר תמים בטוויטר? מה הגבול? אם ילד שאוהד קבוצה לא יכול להשתמש בלוגו שלה למטרות נאיביות ותמימות, אנה אנו באים? "הלוגו של מועדון הוא סימן מסחר (trademark) ובדרך כלל גם נרשם ככזה. שימוש בסימן מסחר של אחר עלול להוות הפרה, הוא יוצר הטעיה ועלול להסב נזק לבעל הסימן המקורי", מסביר עו"ד דור ליאונד, שמתמחה בקניין רוחני, "למשל, אם יזמים היו מקימים קבוצת כדורגל חדשה תחת השם מנצ'סטר יונייטד, זו היתה לכאורה הפרת סימן מסחר קלאסית, מאחר שמדובר באותה פעילות עם סממנים מסחריים. לגבי פרסום בטוויטר זה כבר סיפור מורכב בהרבה. יחד עם זאת, כיום, כאשר כל מועדון כדורגל בסדר גודל של יונייטד מעלה פרסומים רשמיים של המועדון ברשתות החברתיות, פרסומים של גולש פרטי תחת השם והלוגו של המועדון עשויים לעלות גם הם כדי הטעיה. בדרך כלל מועדונים רק שמחים על השימוש בלוגו שלהם המסייע לחיזוק המותג, אבל במקרה בו מישהו יפרסם דברים פוגעניים (הסתה, גזענות וכיו"ב) תחת הלוגו של המועדון, ויוצר רושם כאילו המועדון מזדהה עם המסרים האלה, יתכן וניתן יהיה לבסס עלילת תביעה כנגד הגולש לאור חשש להטעיה וגרימת נזק תדמיתי".

ברור שהמטרות של הולט אינן מסחריות וגם אין לו שום מטרה לפגוע במועדון, להפך. "לכן", מסביר ליאונד, "הקבוצה צריכה להראות חשש אמיתי לנזק מהפעילות שלו, שהפגיעה היא בערכו ובתדמיתו

של המותג מנצ'סטר יונייטד. מאחר שסימן המסחר של יונייטד מוכר היטב, ואני מניח שגם נרשם, הם פחות יידרשו להוכיח הטעיה".

אפשר היה לטעון כי שם המשתמש הוא סוג של הטעייה, כי אולי הוא מרמז שמדובר בשחקני יונייטד, אבל עובדה היא שטוויטר החזירה את החשבון בשם הזה לאחר שהלוגו שונה. התגובה של מנצ'סטר יונייטד היתה מרגיזה לא פחות מהמהלך עצמו. המועדון הצהיר כי הוא עוקב באופן קבוע אחרי הפרות של זכויות יוצרים ובדיקה כזו התקיימה בשבוע שעבר ולכן התלוננו על הולט.

באתר יונייטד הגיבו על העניין כך: "אנחנו מחויבים לעזור במאבק נגד פשעים הנוגעים לזכויות היוצרים. יחד עם הצוות המשפטי שלנו, רשויות החוק והמכס, אנו מחויבים לכך שסחורות לא חוקיות לא יגיעו ליעדן". התגובה הזאת מדברת גם על זיופי חולצות וכו', תופעה אחרת לחלוטין שבהחלט צריך להילחם בה (ושגברה לאור המחירים המטורפים שגובים מועדונים על חולצות רשמיות), אבל אין לה דבר וחצי דבר עם כוונה תמימה של אוהד ששם לוגו של קבוצה אותה הוא אוהב.

מועדון כדורגל מקצועני צריך להגן על עצמו. אין ויכוח על כך. אבל יונייטד - וזה היה יכול להיות כל מועדון גדול אחר בבעלות מיליארדרים שמנותקים מהאוהדים והמשחק - חצתה גבול. גם אם לא משפטי, אז מוסרי והגיוני. ומה אם מחר לא ירשו לילדי העולם להשתמש בתמונות של מסי/כריסטיאנו/ניימאר וכו' בגלל זכויות יוצרים? האם אין גבול לטירוף? ומה בעצם המסר? תאחדו אותנו, תממנו אותנו, תאהבו אותנו, תשלמו לנו, אבל אנחנו לא מרשים לכם להראות את זה?