

## קצרי רוח || המאבק המשפטי בין פרארי לפיליפ פליין מאיים על אושיות האופנה באינסטגרם

לסכסוך המשפטי של מעצב העל הגרמני ליצרנית הרכב האיטלקית עלולות להיות השלכות עצומות, שיובילו לגל תביעות נגד מי שמעלים לרשתות החברתיות תמונות של פריטי יוקרה

רחלי זילברפרב־שרייבר 28.10.2020 10:08

מעצב העל הגרמני פיליפ פליין ספג בשבוע שעבר מהלומה, כשבית המשפט באיטליה הכריע לרעתו בסכסוך מתוקשר עם "פרארי". פליין, "הילד הרע" של עולם האופנה ומהאנשים העשירים ביותר בשווייץ, מעניק באופן קבוע ל-2.3 מיליון עוקביו באינסטגרם הצצה לאורח חייו הראוותני והבזבזני. פרארי, היצרנית האיטלקית המפורסמת בעולם, ללא ספק עוקבת אחר פרסומיו אך רחוקה מלהעריץ אותו, ובשתי הזדמנויות שונות תבעה אותו על הפרת סימן מסחר.

בסוף 2017 ערך פליין את תצוגת האביב־קיץ לשנת 2018, שהיתה פומפוזית ומוגזמת כהרגלו. בין היתר, הוא השתמש בפעלולנים שביצעו פעלולים עם מכוניות ספורט (בהן פרארי, למבורגיני ומרצדס). לאחר התצוגה, תבעה אותו פרארי בפעם הראשונה. לטענת יצרנית הרכב, השימוש שעשה פליין במכוניותיה מסב נזק למוניטין שלה, והשיוך לתצוגה לא תואם את ערכי המותג. בתגובה, טען פליין כי אף אחת מיצרניות הרכב האחרות לא הביעה התנגדות לאותו שימוש בדיוק. טענת הגנה זו החזיקה מים בעבר בבית המשפט האמריקאי, וסייעה להצלחה במספר מקרים. אחד מהם, הוא פרשיית לואי ויטון נגד Haute Diggity Dog — יצרנית אביזרים לכלבים שהשיקה סדרת צעצועי נשיכה שקרצו למותגים אחרים (כגון צעצוע בצורת תיק עם הכיתוב Chewy Vuitton, צעצוע בצורת נעל עם הכיתוב Jimmy Chew וצעצוע בצורת כוס קפה עם הכיתוב Starbarks). באותו מקרה, בית המשפט ראה בבית האופנה הצרפתי כמי שפשוט "לא הבין את הבדיחה", וקבע שיש לתת משקל לעובדה ששאר המעצבים והיצרנים כן "הבינו". אך בענייננו, בית המשפט באיטליה דווקא לא צחק. השופטים קיבלו את התביעה של פרארי ובשבוע שעבר הורו לפליין להסיר מיד את כל התמונות והסרטונים שבהם מופיעה מכונית פרארי בתצוגה, ואף קבעו לפרארי פיצוי של יותר מ-300 אלף אירו.

והסכסוך לא נגמר. בסוף 2019 השיק פליין קולקציה חדשה של נעלי יוקרה. פליין, שעד אותה עת החזיק באופן פרטי ארבע מכוניות פרארי (נוסף על רכבים שקנה עבור תפאורה בחנויותיו), העלה לחשבון האינסטגרם הפרטי שלו תמונה של הנעליים החדשות המצולמות על אחת ממכוניות הפרארי שלו. יצרנית הרכב הגישה לו מכתב דרישה להסרת התמונה, כולל איום בתביעה. פליין בחר לפרסם את המכתב באינסטגרם, בהצהרה כי הדרישה מופרכת מכיוון שמדובר בנעליים פרטיות שלו שמצולמות על גבי מכוניתו הפרטית בחשבון האינסטגרם הפרטי שלו. הוא דרש מפרארי לפרסם התנצלות על התנהגות בריונית כלפי לקוחותיה, אך זו בחרה להמשיך בהליכים המשפטיים שעדיין בעיצומם.

שתי התביעות מבוססות במידה רבה על פריווילגיה השמורה למותגים מפורסמים מאוד — דילול. מטרתם הראשונית והעיקרית של דיני סימני מסחר היא מניעת הטעיה ובלבול בקרב הצרכנים. ספק אם מטרה זו מתקיימת בתביעה הראשונה, ועל אחת כמה וכמה בשנייה. אך עבור אותם מותגי־על,

קיימת גם המטרה למנוע רכיבה חופשית על המוניטין שלהם. כך שגם אם לא תיווצר הטעיה מהותית, האסוציאציה בין פרארי לפליין בקרב צרכנים יכולה כשלעצמה להצדיק הפרה של סימן מסחר, עקב טענה של דילול שמוביל לפגיעה במוניטין.

המקרה השני הוא בעל השלכות עצומות וצריך לעקוב אחריו בדריכות. לא פעם מקדמים בלוגרים, אושיות אינסטגרם וחברות מוצרים, או את חשבון האינסטגרם שלהם, באמצעות תמונות של קפה הבוקר לצד תיק לואי ויטון שמונח על השולחן, או משקפי שמש של שאנל שבבעלותם הפרטית. כמובן, ההעמדה שתוכננה בקפידה, כמו במקרה של פליין, נועדה להעלות את ערך המותג או החשבון, תוך שיוכם למותגי יוקרה. קביעה במקרה של פליין כי הדבר עלול להוות הפרה של סימן מסחר, עלולה להביא לגל תביעות מצד מותגים מפורסמים ולצורך לנקוט משנה זהירות בתמונות שאנו בוחרים להעלות כדי לקדם תוכן או מוצר מסוים, באמצעות פריטים המצויים בבעלותנו הפרטית.

כך או כך, באהבת הקהל, פליין ניצח בענק. כשהביא את הסכסוך המשפטי לאינסטגרם, הוא גרם למספר עוקבים נאמנים ועשירים במיוחד להיפטר, כמוהו, ממכוניות הפרארי שלהם ולהחליפן בלמבורגיני — נזק שעולה על פיצוי 300 אלף האירו שקיבלה פרארי בבית המשפט. למבורגיני יכלה רק לחלום על פרסום עצום כמו זה. נוסף על כך, כאשר פרארי הראתה שהיא לא מתכוונת לרדת בקלות מהעץ, קרא פליין להביא לסיום הסכסוך בפשרה של 200 אלף דולר שייתרמו לקרן שהוקמה עבור בתו של ג'ורג' פלוייד או לתנועת Black Lives Matter. מה שעורר את התלהבותם של רבים, לא הניד עפעף לפרארי, ואת קולות הבוז היא זו שסופגת.

**הכותבת היא עורכת דין במחלקת משפט מסחרי במשרד עוה"ד AYR - עמר רייטר ז'אן שוכטוביץ ושות'**