



עומר אדם (צילום: שי פרנקו)

מותג המשקפיים האמריקאי יפצה את עומר אדם בכ-900 אלף שקל

סוף לסכסוך שהחל ב-2020 לאחר ששיתוף פעולה בין הזמר לבין ורסו ואופטיקנה עלה על שרטון; לפי מתווה הפשרה שקיבל בית המשפט המחוזי, יצרנית המשקפיים האמריקאית תפצה גם את אופטיקנה ב-2.9 מיליון שקל - ותקבל מהרשת הישראלית פיצוי של 2.1 מיליון שקל

אורנה יפת 15.09.26, 17:29

» לחצו להאזנה

POWERED BY **whtvr.ai**

נקודות עיקריות +

יצרנית המשקפיים האמריקאית ורסו (Verso) תפצה את עומר אדם ואת רשת אופטיקנה ב**תביעות ההדדיות** **שהגישו הצדדים** בעניין שיווק מותג המשקפיים ורסו. כך פסק אתמול שופט בית המשפט המחוזי בתל אביב, גרשון גונטובניק, לאחר **הליך שנמשך שש שנים**. בית המשפט קיבל את כל התביעות באופן חלקי, והחליט על מתווה פשרה כספי, ללא הכרעה בטענות הצדדים, שנקבע על פי חוות דעת של מומחית מטעם בית המשפט.

לפי המתווה, ורסו תשלם לחברת PAI שבבעלות אדם ואביו יניב פיצוי של 866 אלף שקל. ורסו תפצה גם את אופטיקנה ב-2.9 מיליון שקל, ומנגד תפוצה על ידי אופטיקנה ב-2.1 מיליון שקל - כך שלבסוף תהיה זו ורסו שתיתן לאופטיקנה פיצוי בסך 800 אלף שקל.

by Taboola

סט 3 מזוודות קשיחות צבע אפור פלדה SWISS BAG דגם EXTRA PRIMIUM

ש 349.00 - סופר-פארם אונליין | ממומן

COSMIC 2.0 א.ד.ב. לאשה

ש 269.00 - סופר-פארם אונליין | ממומן

תחילת הפרשה בסוף 2018, אז חבר אדם לורסו, והם השיקו קמפיין שהתבסס על הלהיט של אדם "איפה כל החברות שלך" יחד עם הדוגמנית רוסלנה. בהמשך נכנסה איתם לשיתוף פעולה גם רשת המשקפיים אופטיקנה, שהשקיעה מיליוני שקלים בהחדרת המותג החדש בישראל. ואולם לאחר שנה שיתוף הפעולה בין אדם ואופטיקנה לבין ורסו עלה על שרטון, והגיע לבתי המשפט בישראל ובארה"ב. הסכסוך בין הצדדים הוביל להפסקת שיווק משקפי ורסו בישראל. בעקבות כך השיקה אופטיקנה, בשיתוף אדם, את מותג המשקפיים CATTLEYA.

ורסו, המיוצגת על ידי משרד עוה"ד נשיץ, ברנדס, אמיר, תבעה את אופטיקנה על 13.6 מיליון שקל בטענה להפרת סימני מסחר ועוולות מסחריות; לדבריה, אופטיקנה גזלה ממנה את הסימן הרשום ואת המוניטין אשר בו הושקעו מיליוני שקלים ואשר שוויו מוערך ב"מיליוני דולרים רבים".

בתגובה, תבעה PAI של אדם את ורסו, באמצעות משרד עורכי הדין אלטשולר, על סך של 8 מיליון שקל, בטענה כי זו הפרה חוזה והציגה מצגי שווא בניסיון להתעשר על חשבונה. אופטיקנה תבעה אף היא את ורסו בתביעה שכנגד על סכום של 13.9 מיליון שקל, באמצעות משרד מ.פירון, וטענה כי קיבלה זכות בלעדית לשווק את מותג המשקפיים בארץ, רכשה 7,400 יחידות שמחציתן לא נמכרו כי המלאי היה פגום, והשקיעה מיליוני שקלים בפרסום וקמפיין עם אדם לקידום המותג.

בפסק הדין ציטט השופט את חוות דעתה של המומחית מטעם בית המשפט, רו"ח חמוטל כהן, שהתייחסה לתביעה של כל אחד מהצדדים. בנוגע לתביעת אופטיקנה העריכה כהן את הנזק שנגרם לה ב-5.6 מיליון שקל וקבעה כי מתוך סכום זה יש להפחית מחצית, בין השאר נוכח העובדה שהיא נטלה על עצמה סיכון עסקי, וגם משום שהפרסום שהשקיעה בו לטובת מותג ורסו קידם גם את עסקיה לטובת מותגים אחרים, שכן שם חברת אופטיקנה הופיע באופן בולט במהלכי השיווק.

בנוגע לתביעה של PAI של אדם, קבעה המומחית כי החברה לא ביססה את הטענה שלה לפגיעה במוניטין: "עומר המשיך ליהנות מדומיננטיות ציבורית ותקשורתית". גם הטענות לאובדן רווחים לא בוססו ברובן, לדעת המומחית, אך היא העריכה כי אם אדם היה מועסק בקמפיין הוא היה מקבל עבורו מיליון שקל, בעוד שבפועל הוא קיבל 634 אלף שקל.

בנוגע לתביעה של ורסו על 13.6 מיליון שקל, חוות דעתה של המומחית קבעה כי לא ברור מהם רכיבי הפיצוי הנתבעים. ורסו העריכה את אובדן הרווחים שלה ב-7.5 מיליון שקל כאשר תזרים המזומנים הצפוי חושב לפי פרק זמן של 50 שנה. המומחית מטעם בית המשפט סברה שאין לקבל את העמדה הזו של ורסו. כמו כן, היא לא התרשמה שההוצאות שדרשה ורסו קשורות דווקא למותג שבמחלוקת.