



בית המשפט המחוזי מרכז

ה"פ 11022-03-09 ג'וב מאסטר בע"מ ואח' נ' אול יו ניד בע"מ
ה"פ 11359-03-09 שקנאי נט בע"מ נ' אול יו ניד בע"מ

בפני כב' השופט אברהם יעקב

המבקשות 1. ג'וב מאסטר בע"מ
2. שקנאי נט בע"מ

נגד

המשיבה אול יו ניד בע"מ

פסק דין

- 1
2 בפני שתי תובענות אשר נדונו במאוחד ואשר במסגרתן התבקש בית המשפט, בתמצית, ליתן צו
3 מניעה קבוע שיאסור על המשיבה להציג או לפרסם את השירותים המסופקים על ידה ככאלו
4 המתיימרים לכלול את כל הצעות העבודה המתפרסמות בעברית בכל אמצעי התקשורת בישראל,
5 לרבות אלה המתפרסמות באתרי האינטרנט של המבקשות.
6
7 בה"פ 11022-03-09 התבקש בית המשפט ליתן צו נוסף שעניינו לאסור על המשיבה להעתיק מידע
8 מכל סוג שהוא מאתר המבקשת, ליתן צו הצהרתי לפיו המשיבה הפרה את הסכם תנאי השימוש
9 באתר המבקשת ולאכוף עליה לקיים תנאים אלה.
10
11 המבקשת בה"פ 11022-03-09, ג'וב מאסטר בע"מ (לשם הנוחות תיקרא להלן: "המבקשת 1"), הינה
12 חברה פרטית המאוגדת בישראל ומפעילת אתר האינטרנט ג'וב מאסטר, שהינו מאגר מידע אודות
13 משרות פנויות בשוק העבודה בישראל המופנה לציבור מחפשי העבודה.
14 המבקשת בה"פ 11359-03-09, שקנאי-נט בע"מ (להלן: "המבקשת 2"), היא חברה פרטית המאוגדת
15 בישראל ומפעילת אתר "דרושים", המהווה אף הוא מאגר הצעות עבודה.
16 המבקשות 1 ו-2 אינן גובות תשלום מציבור מחפשי העבודה אלא התשלום נגבה מן המעסיקים
17 המבקשים לפרסם מודעות דרושים או כל פרסום אחר באתרים אלה.
18
19 המשיבה, אול יו ניד בע"מ, הינה חברה פרטית המאוגדת בישראל ומפעילת אתר האינטרנט אול
20 ג'ובס (Alljobs), המהווה אף הוא מאגר הצעות עבודה. בשונה מן המבקשות, המשיבה אינה גובה
21 תשלום מן המעסיקים המפרסמים הצעות עבודה, אלא שהיא מלקטת מודעות שפורסמו במקורות
22 שונים ומפרסמת אותן באופן מרוכז באתר שהיא מפעילה. מחפש עבודה הגולש באתר המשיבה
23 נחשף למודעות אלה באופן מרוכז ולאחר שאיתר מודעה העונה לדרישותיו ובשלב שהוא מעוניין
24 ליצור קשר עם המעסיק אשר פרסם את אותה מודעה, הוא נדרש לשלם עבור השירות למשיבה.
25



בית המשפט המחוזי מרכז

ה"פ 11022-03-09 ג'וב מאסטר בע"מ ואח' נ' אול יו ניד בע"מ
ה"פ 11359-03-09 שקנאי נט בע"מ נ' אול יו ניד בע"מ

- 1 המשיבה נוהגת לפרסם את שירותיה ומציינת בפרסומיה כי היתרון הבולט שהיא מעניקה לציבור
2 מחפשי העבודה והייחוד במוצר שהיא מספקת הוא בריכוז "כל מודעות הדרושים מכל מקורות
3 הפרסום" באתר אחד. כך למשל היא נוהגת לפרסם בעמוד הבית של האתר את המסרים הבאים:
4 "כל המשרות בישראל – רק למנויי ALL JOBS!"
5 "רק אצלנו מודעות דרושים מכל העיתונים והאתרים בישראל"
6 "הצעות עבודה מכל המקורות באתר אחד"
7
8 לטענת המבקשות המצג שיוצרת המשיבה, לפיו ניתן למצוא את כל הצעות העבודה מכל מקורות
9 המידע בהם מתפרסמות מודעות דרושים בישראל, הינו מצג מטעה. אתר המשיבה אינו מכיל את כל
10 מודעות הדרושים בישראל והוא אינו יכול להכיל, לכל הפחות, את אותו חלק ממודעות הדרושים
11 המתפרסמות באתרי האינטרנט שהן מפעילות שהינן "מודעות חסויות", קרי- מודעות אשר אינן
12 כוללות את שם המעסיק או שאינן כוללות דרך התקשרות ישירה עם המעסיק ויצירת הקשר עימו
13 מתבצעת למעשה באמצעות מי מן המבקשות. לטענת המבקשות, באמצעות המצג המטעה האמור
14 המשיבה מפתה משתמשים פוטנציאליים להעדיף את שירותיה על פני השירות שנותנות המבקשות –
15 מתחרותיה. בכך המשיבה יוצרת לעצמה יתרון תחרותי בלתי הוגן בשל האפשרות שצרכנים עלולים
16 לחשוב כי אתר המשיבה, המתיימר להכיל את כל הצעות העבודה בישראל, עדיף על אתרי המבקשות
17 והן בשל האפשרות שהמעסיקים יעדיפו לפרסם מודעות באתר המשיבה מתוך מחשבה כי אתר
18 המשיבה נהנה מחשיפה גבוהה יותר למחפשי עבודה בהיותו "אטרקטיבי" יותר עבורם.
19
20 לטענת המבקשות מעשיה המתוארים של המשיבה מהווים הטעייה לפי **חוק הגנת הצרכן**,
21 **התשמ"א-1981** (להלן: "חוק הגנת הצרכן") והמצג אותו מציגה המשיבה הינו תיאור כוזב לפי **חוק**
22 **עוולות מסחריות, התשנ"ט-1999** (להלן: "חוק עוולות מסחריות").
23
24 המבקשת 1 מוסיפה וטוענת כי המשיבה מעתיקה מודעות דרושים מאתר ג'וב מאסטר, אותו היא
25 מפעילה, ובכך היא מפרה את תנאי השימוש הפורטים בתקנון האתר. לטענתה, בכניסה לאתר ג'וב
26 מאסטר נדרש המשתמש לאשר ולהסכים לתנאים המפורטים בתקנון האתר. בין יתר התנאים
27 מתחייב המשתמש לעשות שימוש במידע המפורסם באתר לצרכים פרטיים בלבד, לא לפרסמו ולא
28 לעשות בו כל שימוש מסחרי. המשיבה אישרה תנאים אלה בכניסתה לאתר האינטרנט של המבקשת
29 1 ועל כן בעשותה שימוש במידע שלא לצרכים פרטיים של חיפוש עבודה, הרי שהיא מפרה את
30 התחייבויותיה החוזיות. לטענת המבקשת 1, בהעתקת מודעות הדרושים המתפרסמות באתר ג'וב
31 מאסטר, המשיבה מתעשרת שלא כדין על חשבון המבקשת 1. המבקשת 1 עותרת לאכוף על המשיבה
32 לקיים את התחייבויותיה החוזיות בהתאם לתקנון האתר ולמתן צו שיאסור עליה להמשיך ולעתיק
33 מודעות דרושים המתפרסמות באתר ג'וב מאסטר.
34



בית המשפט המחוזי מרכז

ה"פ 11022-03-09 ג'וב מאסטר בע"מ ואח' נ' אול יו ניד בע"מ
ה"פ 11359-03-09 שקנאי נט בע"מ נ' אול יו ניד בע"מ

1 בתגובה לטענות המבקשות, טוענת המשיבה כי התובע מבית המשפט סעד של צו מניעה נדרש לבוא
2 לבית המשפט בניקיון כפיים, ביושר ובתום לב, קל וחומר כאשר מדובר בתביעה למתן צו עשה
3 כבעניינו. לטענת המשיבה, המבקשות אינן מקיימות תנאי זה ותביעתן לוקה באי גילוי נתונים
4 רלוונטיים ומהותיים לעניין. כך למשל, המבקשות לא ציינו בפני בית המשפט כי התקיימו בעבר
5 הליכים משפטיים כנגד המשיבה בהם נדחו טענות משפטיות זהות. טעם זה, לטענת המשיבה, יש בו
6 כדי להביא לדחיית התובענות על הסף. עוד טוענת המשיבה כי האתר שהיא מפעילה פועל במתכונתו
7 כבר משנת 2004 ואילו פנייתן הראשונה של המבקשות בעניין נעשתה רק כארבע שנים לאחר מכן,
8 בשנת 2008. משכך, לוקות התובענות בשיהוי כבד בהגשתן אשר יש בו כדי להביא לדחייתן.
9

10 לגופו של עניין, המשיבה טוענת כי תביעותיהן של המבקשות נעדרות עילה. למבקשות אין זכויות
11 כלשהן במודעות הדרושים שהן מפרסמות וככל שקיימות זכויות מסוג כלשהו בנתוני המודעות הרי
12 שהן שייכות למפרסמים ולא למבקשות. העתקת המידע המופיע במודעות הדרושים, מידע שהינו
13 עובדות ונתונים בלבד, אינו מפר זכויות קניין רוחני או כל זכות אחרת ואינו מהווה עשיית עושר ולא
14 במשפט. אשר לטענה בדבר התקנון כהסכם מחייב בין הצדדים, טוענת המשיבה כי דינו של התקנון
15 כדין חוזה אחיד, שכן תנאיו נקבעו באופן חד צדדי על ידי מי מהמבקשות. ניסיון להגביל את
16 השימוש כדין בנתונים המופיעים במודעות משולל תוקף משפטי בהיותו תנאי מקפח בחוזה אחיד.
17

18 המשיבה מכחישה את הטענות בדבר הטעיה והצגת מצג כוזב. לטענתה הרעיון שבבסיס המוצר אותו
19 היא משוקקת והייחודיות של אתר האינטרנט שהיא מפעילה, הינו בריכוז כל המשרות הפנויות
20 המתפרסמות בכל המקורות במקום אחד, ובכך המשיבה מרכזת את מאמציה. עם זאת, קיים מיעוט
21 של מודעות שהמשיבה אינה מעתיקה לאתר האינטרנט שלה, כעניין של מדיניות, ואולם היא אינה
22 מסתירה מידע זה מלקוחותיה ומבהירה בתקנונה מהן אותן מודעות היוצאות מן הכלל אשר אינן
23 מפורסמות על ידה.
24

דין והכרעה

25
26
27 שתי שאלות עיקריות עומדות להכרעה בעניינו. האחת, שאלת ההטעיה שבגדרה יש לבחון האם
28 בפרסומיה של המשיבה יש משום הטעיית הצרכן או הצגת מצג כוזב. השנייה, שאלת הפרת תקנון
29 המבקשת 1 והתעשרות שלא כדין, בגדרה יש לבחון את הלגיטימיות של העתקת מודעות הדרושים
30 מאתר המבקשת 1 על ידי המשיבה. שאלות אלה יבחנו להלן.
31
32
33
34
35



בית המשפט המחוזי מרכז

ה"פ 11022-03-09 ג'וב מאסטר בע"מ ואח' נ' אול יו ניד בע"מ
ה"פ 11359-03-09 שקנאי נט בע"מ נ' אול יו ניד בע"מ

הטעיה ומצג כוזב

סעיף 2 בחוק עוולות מסחריות, התשנ"ט-1999 קובע כך :

"תיאור כוזב

(א) לא יפרסם עוסק מידע ולא יגרום לפרסום מידע, אשר הוא יודע או שהיה עליו לדעת שהוא אינו נכון, לגבי עסק, מקצוע, נכס או שירות, שלו או של עוסק אחר".

סעיף 2 בחוק הגנת הצרכן, התשמ"א-1981 (להלן: "החוק") קובע כך :

"איסור הטעיה

(א) לא יעשה עוסק דבר – במעשה או במחדל, בכתב או בעל פה או בכל דרך אחרת לרבות לאחר מועד ההתקשרות בעסקה – העלול להטעות צרכן בכל עניין מהותי בעסקה (להלן – הטעיה); בלי לגרוע מכלליות האמור יראו עניינים אלה כמהותיים בעסקה:

.....

(ג) הוראות סעיף זה יחולו גם על פרסומת".

סעיף 31 בחוק הגנת הצרכן מוסיף וקובע כך :

(א) "דין מעשה או מחדל בניגוד לפרקים ב', ג', ד' או ד'1 כדין עוולה לפי פקודת הנזיקין [נוסח חדש].

(1א) הזכות לסעדים בשל עוולה כאמור נתונה לצרכן שנפגע מהעוולה, וכן לעוסק שנפגע, במהלך עסקו, מהטעיה כאמור בסעיף 2".

בפרק ה' בפקודת הנזיקין [נוסח חדש], העוסק ב"תרופות לעוולות", נקבע:

"71. כל בית משפט אזרחי יהא מוסמך בתחומי שיפוטו ליתן תרופה לעוולה על פי פקודה

זו, בכפוף להוראות כל דין חקוק החל על אותו בית משפט, ורשאי הוא ליתן ציווי בשל

עוולה גם כשלא נתבעו או לא נפסקו פיצויים או סעד אחר.

72. ציווי יכול שיהיה צו עשה או צו לא-תעשה, לשעה או לתמיד".

לכאורה, מנוסחו של סעיף 2(א) בחוק, די בכך שפרסום "עלול להטעות צרכן" על מנת להקים עילת תביעה כנגד העוסק המטעה ואין הכרח בקיומה של הטעיה בפועל. כך למשל נקבע בדנ"א 5712/01



בית המשפט המחוזי מרכז

ה"פ 11022-03-09 ג'וב מאסטר בע"מ ואח' נ' אול יו ניד בע"מ
ה"פ 11359-03-09 שקנאי נט בע"מ נ' אול יו ניד בע"מ

- 1 ברזני נ' בזק – חברה ישראלית לתקשורת בע"מ, פד"י נז(6) 385 (2003) (להלן: "עניין ברזני") בסעיף
2 10 בפסה"ד ביחס לסעיף 2(א) הנ"ל:
3
- 4 "הוראת חוק זו מגבילה עצמה ליחסי "עוסק" ו"צרכן" כהגדרתם בסעיף 1 לחוק; "עוסק" הוא
5 "מי שמוכר נכס או נותן שירות דרך עיסוק, כולל יצרן", ו"צרכן" הוא "מי שקונה נכס או מקבל
6 שירות מעוסק במהלך עיסוקו לשימוש שיקרו אישי, ביתי או משפחתי". האיסור הוא אך על
7 התנהגות, ועוסק עובר על לאו של איסור הטעייה גם אם דבר שהוא עושה – במעשה או במחדל –
8 אך "עלול להטעות" צרכן, קרא, גם אם איש לא הוטעה כלל מאותו דבר שעשה ... הוראת סעיף
9 2(א) לחוק הצרכן אוסרת על התנהגות באשר היא, אף בלא שגררה אחריה נזק. חובה זו שבחוק
10 הגנת הצרכן נועדה, כמובן, להגן על הצרכן: להבטיח לצרכן כי יקבל מידע אמין על נכס או על
11 שירות המוצעים לו, כדי שיוכל להחליט באורח שקול אם יבצע עסקה ואם לאו".
12
- 13 ואולם שילובם של סעיף 2 וסעיף 31(א) בחוק מעורר שאלה בדבר הסתפקות בהטעייה פוטנציאלית
14 בלבד לצורך הענקת סעדים. סעיף 31(א) בחוק קובע כי הטעיית הצרכן היא עוולה נזיקית ומכוחו,
15 לכאורה, מוחלים על הוראת סעיף 2(א) עיקרי היסוד והדוקטרינות שבפקודת הנזיקין, לרבות קיומו
16 של נזק והוכחת קשר סיבתי בין מעשה העוולה לבין אותו נזק. סעיף 31(א) אף מוסיף וקובע כי
17 הזכות לסעדים בגין הטעייה, כאמור בסעיף 2(א), נתונה "לצרכן שנפגע מהעוולה, וכן לעוסק שנפגע,
18 במהלך עסקו, מהטעייה ...", ללמדנו כי על מנת לזכות בסעד בשל עוולת הטעייה על התובע להראות
19 קיומו של נזק.
20
- 21 עמד על כך כב' השופט חשין בעניין ברזני כאשר הביא מדברי המלומד פרופ' סיני דויטש בספרו דיני
22 הגנת הצרכן (תשס"א-2001, כרך א') 376:
23 "אמנם, סעיף 2 לחוק הגנת הצרכן אוסר לעשות דבר העלול להטעות את הצרכן, ולכאורה אין
24 דרישה להטעייה בפועל, אולם הסנקציה בגין פעולה כזו יכולה להיות רק במישור המנהלי והעונשי.
25 אם בפועל לא היתה הטעייה ולא נגרם נזק, לא ניתן לקבל פיצויים".
26
- 27 מן האמור עולה כי על מנת לזכות בסעד של פיצוי, על התובע להראות קיומו של נזק וקשר סיבתי בין
28 אותו נזק למעשה העוולה, אך מהו הדין כאשר הסעד המבוקש הוא מסוג ציווי?
29
- 30 לעניין הדין הראוי כתבה המלומדת א' דויטש בספרה מעמד הצרכן במשפט (תשס"ג-2002), 391 כך:
31 "חוק הגנת הצרכן מגדיר את עילת הטעייה באופן המסתפק בהטעייה פוטנציאלית בלבד ...
32 ואמנם, ככל שמדובר בתנאים לקיומה של עילת תביעה ללא תלות בסעד המבוקש, עמדה זו ראויה
33 ומתבקשת מן החוק. ובהתאם, כאשר מתבקש צו מניעה להפסקת הפעילות העלולה להטעות אמנם
34 ראוי לאפשר הוצאתו של צו כזה גם אם התובע עצמו לא הוטעה. הפסקת המצגים המטעים תועיל



בית המשפט המחוזי מרכז

ה"פ 11022-03-09 ג'וב מאסטר בע"מ ואח' נ' אול יו ניד בע"מ
ה"פ 11359-03-09 שקנאי נט בע"מ נ' אול יו ניד בע"מ

- 1 לציבור הצרכנים שייתכן כי יוטעה. אולם ככל שמדובר בסעד הפיצויים ובסעד הביטול, הגישה
2 הראויה שונה".
- 3
- 4 בדיון הראשון בעניין ברזני (ע"א 1977/97 ברזני נ' בזק, פ"ד נה(4) 617, 584 (2001)) העיר כב' השופט
5 ברק באמרת אגב לעניין זה כך:
- 6 "סעיף 2 לחוק אינו דורש הטעיה הלכה למעשה. כל שנאסר על פיו הוא עשיית דבר "העלול
7 להטעות צרכן". מטרתו של איסור זה להבטיח כי הצרכן יקבל מידע מלא ואמיתי. האיסור שנקבע
8 בסעיף 2 לחוק אינו איסור "תוצאתי" הוא איסור "התנהגותי". העבירה הקבועה בסעיף 2 לחוק
9 (ראו סעיף 23(א)(1) לחוק) אינה עבירה תוצאתית. אכן, מקובל עלי כי פרסומיה של בזק – שהובאו
10 במסגרתם של ערעורים אלו – עלולים להטעות צרכן. אילו בכך ניתן היה להסתפק כי אז הדין עם
11 ברזני. הוא הדין אילו הסתפק ברזני בתובענה שעניינה מתן ציווי כנגד המשך הפרסום המטעה. אך
12 ברזני אינו מבקש רק כי ייקבע שבזק פרסמה דבר העלול להטעות צרכנים ואין הוא מבקש צו
13 מניעה" (ההדגשה אינה במקור – א.י.).
- 14
- 15 מדברים אלה אני למד כי ככל שמבוקש מבית המשפט סעד של ציווי, שעניינו הפסקת הפעילות
16 העלולה להטעות צרכן, כבעניינינו, ניתן להסתפק בקיומה של הטעיה פוטנציאלית בלבד ואין צורך
17 בהוכחת הטעיה בפועל.
- 18
- 19 האם פרסום המשיבה הוא פרסום "העלול להטעות צרכן בעניין מהותי" או כזה המהווה מצג כוזב?
20
- 21 הסיסמא העיקרית שבה משתמשת המשיבה בפרסומיה היא "Alljobs - כל המשרות בישראל".
22 המשיבה מפרסמת את אתר האינטרנט שלה ככזה המכיל את "כל המשרות החדשות במשק" וכן
23 "מודעות דרושים מכל העיתוננים והאתרים בישראל". בעמוד פרופיל החברה (נספח ב' בהמרצת
24 הפתיחה) נכתב כי Alljobs "אוספים את כל המשרות המפורסמות בארץ מלמעלה מ-1800 אתרים
25 ועיתונים, ומרכזים אותם במאגר אחד, מקוטלג ונוח לחיפוש ... Alljobs הוא האתר היחיד בארץ
26 המרכז את כל מודעות הדרושים מכל מקורות הפרסום ...". בעמוד "אמנת Alljobs" (נספח ג'
27 בהמרצת הפתיחה) נכתב כי המשיבה "שמה לה למטרה ומחויבת לאסוף את כל המשרות בישראל.
28 לשם כך הוקם מוקד של 30 עורכי משרות, שאוסף מידי יום את כל הצעות העבודה מכל העיתוננים,
29 מקומונים, אתרי חברות, לוחות דרושים, אתרי חברות השמה וכ"א ..."
- 30
- 31 המשיבה מאשרת כי קיימות מודעות מסוגים מסוימים שאותן היא אינה מעתיקה לאתר האינטרנט
32 שלה, אך זאת, כעניין של מדיניות ולטענתה ממילא מדובר באחוז זניח של משרות. מדיניות איסוף
33 המשרות של המשיבה מפורטת במספר מקומות באתר Alljobs וחשופה בפני גולשים, כך שלא ניתן
34 לטעון כי היא מטעה את ציבור הצרכנים. המשיבה טוענת כי השימוש שהיא עושה במונח "כל"



בית המשפט המחוזי מרכז

ה"פ 11022-03-09 ג'וב מאסטר בע"מ ואח' נ' אול יו ניד בע"מ
ה"פ 11359-03-09 שקנאי נט בע"מ נ' אול יו ניד בע"מ

- 1 בפרסומיה הינו שימוש לגיטימי, על אף שאתר האינטרנט שהיא מפעילה אינו מכיל בהכרח את כל
2 מודעות הדרושים הקיימות, זאת לאור העובדה שהאתר מכיל את רובן המכריע של מודעות
3 הדרושים ואחוז המשרות שאינו מפורסם בו הוא זניח.
4
5 אין חולק אם כן כי אתר המשיבה אינו מכיל את כל מודעות הדרושים המפורסמות בישראל. עם
6 זאת לא מצאתי כי השימוש שעושה המשיבה במונח "כל" בפרסומיה הוא שימוש המהווה מצג כוזב
7 או כזה העלול להטעות צרכן.
8
9 יש לציין, כי מאגרי מידע רבים נוספים עושים שימוש במונח "כל" בפרסומיהם, למרות שברור לכל
10 בר דעת כי הם אינם מכילים את כל המידע הקיים בתחום. כך למשל, הציגה המשיבה אתר חדשות
11 המפרסם עצמו באמצעות הסיסמה "כל החדשות כל הזמן", מאגר בעלי מקצוע לפיו "כל בעלי
12 המקצוע במקום אחד", מאגר מידע אודות סין המפרסם: "הכל על סין" ועוד אחרים (נספח כ"א
13 לתשובה להמrcצת הפתיחה). לציין כי המבקשת 1 נוהגת אף היא לפרסם עצמה ככזו המספקת
14 למעסיקים את "כל היתרונות בגיוס עובדים", על אף שהוברר כי עובדה זו אינה נכונה בהכרח (עמ'
15 15 ש' 12-27 בפרוטוקול). במבחני "הצרכן הסביר", ברור כי בשימוש במונח "כל" בהקשרים הללו
16 אין הכוונה למונח כפשוטו, אלא להיותו של אותו מאגר מידע מלא ומקיף, וכך גם בעניינה של
17 המשיבה.
18
19 בפסיקה נקבע, כי פירוש המונח "כל" בהקשרים מסוימים עשוי להיות כפוף לחריגים ואין בהכרח
20 משמעו כפשוטו.
21
22 כך למשל נקבע לעניין פוליסת ביטוח כנגד "כל הסיכונים" בע"א 679/89 חרות בע"מ נ' מפעלי ים
23 המלח, פ"ד מוח(2) 666, 671 (1994):
24 "אין ספק כי הכוונה בסעיף 13 להסכם הינה לפוליסה המבטחת את העבודות עצמן, כאשר גם
25 לפוליסה כזו ייתכנו חריגים, ואין הכוונה לביטוח כל רכושה של ים המלח כנגד כל הסיכונים
26 האפשריים".
27
28 בבג"ץ 846/93 ברק נ' בית הדין האזורי לעבודה (לא פורסם, 30/05/94) נקבע כי פירוש המונח "מכל
29 סיבה" או "מסיבה כלשהי" עשוי אף הוא להשתנות על פי ההקשר והנסיבות:
30 "פרשנות אינה אך בלשנות. איננו שואלים את עצמנו אך את השאלה: "מה פירוש הדיבור 'מכל
31 סיבה' או 'מסיבה כלשהי' בלשון העברית". השאלה שאנו מציגים לעצמנו הינה, מהו המסר
32 הנורמטיבי – כלומר, מהי המשמעות המשפטית (להבדיל מהלשונית) – העולה מלשון המסמך
33 בהקשרו. עניין לנו אפוא בפרשנות משפטית של המסמך. הדיבור "מכל סיבה" עשוי לקבל מובנים
34 (משפטיים) שונים בהקשרים שונים. כך, למשל, באחת הפרשות נפסק, כי התחייבות חוזית לשלם
35 לעובד פיצויי פרישה בעת סיום העבודה "מכל סיבה שהיא" אינה מתפרשת כמטילה חובת תשלום



בית המשפט המחוזי מרכז

ה"פ 11022-03-09 ג'וב מאסטר בע"מ ואח' נ' אול יו ניד בע"מ
ה"פ 11359-03-09 שקנאי נט בע"מ נ' אול יו ניד בע"מ

- 1 מקום שהעובד הפר חובת אמונים שהוא חב למעבידו (ראה ע"א 2738/90 יחב נ' בן טובים ואח'
2 וערעור שכנגד [2]). פירוש זה, יפה הוא להקשרו. עם שינוי ההקשר, עשוי הפירוש להשתנות. אכן,
3 "אותו מושג עצמו, אותה תיבה עצמה, פירושה עשוי להיות שונה בחושים שונים ובנסיבות
4 שונות..." (ע"א 5795/90 סקלי נ' דורען בע"מ ואח' [3], בעמ' 818 (השופט חשין)).
5
6 דברים אלה נכונים לענייננו בעיקר לאור העובדה שמדובר במצגים שהם חלק מפרסומות, אשר אינה
7 צריכה בהכרח להכיל את כל המידע הרלוונטי למוצר. הפרסומות, כידוע, מיועדות למשוך את ציבור
8 הצרכנים להתעניין במוצר ולרוב היא עושה זאת באמצעות שימוש במסר קצר וקליט שאינו יכול
9 להכיל את כל המידע הרלוונטי עבור הצרכן הפוטנציאלי.
10
11 כך נקבע למשל בת"א (מחוזי - נצרת) 836/05 וייל נ' גטר-טק בע"מ (לא פורסם, 14/03/06) בו
12 נבחנה שאלת הטעיה בפרסומות:
13 "מעצם טיבה, פרסומות אינה מכילה, ואף אינה יכולה להכיל, את מלוא המידע הרלבנטי למוצר.
14 מטרתה של פרסומות, ככלל, הינה לגרום לצרכן הפוטנציאלי להתעניין במוצר המפורסם. כתוצאה
15 מהתעניינות זו יכול הצרכן לאסוף מידע נוסף אודות המוצר, לערוך ברורים לגביו ולגבי תכונותיו.
16 בסיומו של התהליך יחליט האם לרכוש את המוצר אם לאו" (סעיף 54 בפסה"ד).
17
18 השאלה שיש לבחון היא האם המידע המפורסם הוא נכון ביסודו והאם יתר הנתונים הרלוונטיים
19 גלויים בפני הצרכן או ניתנים לגילוי באופן פשוט ונוח. במילים אחרות – האם ספק המוצר מפר את
20 חובת הגילוי החלה עליו באופן המפתה צרכנים להתקשר עימו מתוך טעות.
21
22 המשיבה מפרטת ומבהירה במספר מקומות באתר האינטרנט שהיא מפעילה, לרבות בשני תקנונים,
23 מהן אותן מודעות שהיא אינה אוספת כעניין של מדיניות [ראה למשל סעיף 7 ל"תקנון תנאי השימוש
24 באתר" המצורף כנספח א' לתשובה לתגובה מיום 26/10/09 וכן הגדרת "מקור אחר" בתקנון איסוף
25 המשרות ופרטי מבצע ההתערבות שצורף כנספח ז' לתשובה להמרצת הפתיחה]. צרכן הגולש באתר
26 המשיבה נחשף לפירוט אודות סוג המודעות המפורסמות ואלה שאינן מפורסמות באתר בתקנונים
27 אלה ובמקומות נוספים באתר (ראה למשל דף "שאלות ותשובות" שבאתר צורף כנספח ט' לתשובה
28 להמרצת הפתיחה). כמו כן המשיבה מבהירה נושאים אלה גם בתשובות לשאלות ספציפיות שמפנים
29 אליה גולשים באתר (נספח ח' בתשובה להמרצת הפתיחה).
30
31 מעודתה של הגב' הנדלר לפני התרשמתי, כי המשיבה עושה בכנות את מירב המאמצים על מנת
32 לאסוף ולקבץ באתר האינטרנט שהיא מפעילה את כל מודעות הדרושים שניתן להגיע אליהן.
33 ניסיונה האישי של הגב' הנדלר והקשיים שחוותה בעת שחיפשה משרה הם שהביאו אותה לפעול
34 להקמת המשיבה. מתוך אלה, המשיבה שמה לה למטרה לאסוף את כל המודעות אודות המשרות
35 הפנויות בישראל ולרכז אותן באתר אחד, דבר שיקל באופן משמעותי על ציבור מחפשי העבודה את



בית המשפט המחוזי מרכז

ה"פ 11022-03-09 ג'וב מאסטר בע"מ ואח' נ' אול יו ניד בע"מ
ה"פ 11359-03-09 שקנאי נט בע"מ נ' אול יו ניד בע"מ

1 מלאכת החיפוש ובדרך עקיפה יועיל גם למעסיקים, שמודעותיהם יהפכו נגישות יותר, ולשוק
2 העבודה בכלל. המשיבה הבהירה כי זו מטרתה וזהו העיקרון המנחה תחתיו היא פועלת. עם זאת
3 הבהירה, בכנות, כי לכל כלל ישנם יוצאים מן הכלל וכך גם לאיסוף המודעות על ידה ישנם סייגים
4 שונים אשר נובעים בעיקר ממגבלות המשיבה להגיע לאותן מודעות או ליצור קשר עם המעסיק אשר
5 פרסם את אותה מודעה.

6

7 לעניין זה העידה הגב' הנדלר כך :

8 "אנחנו המדיום האינטרנטי היחיד ששם לעצמו מטרה לאסוף את כל המשרות בישראל, שזה מה
9 שאנחנו עושים באול ג'ובס ... באתר אינך יכול לפספס את אותם הסייגים הזניחים בתוך הכלל
10 הזה, שהוא כלל נכון, נקודה. יש הרבה מאוד פעמים שאנחנו מדברים על הכלל, ויש לו יוצאי דופן
11 חריגים וזניחים ביותר, והם מופיעים בעשרות מקומות באתר" (עמ' 62 ש' 1-8 בפרוטוקול).

12

13 ביחס למודעות שאינן מפורסמות באתר העידה הגב' הנדלר כך :

14 "אם היינו מגיעים למשרות האלה, הרי היינו מעתיקים אותן. יש פה דבר והיפוכו. אנחנו עושים
15 הכל כדי להגיע למשרות האלה. אנו אוספים היום עשרות משרות מקהילות ופורומים למרות
16 שכתוב שאנו לא עושים את זה. אנו יוצאים מנקודת הנחה שאנו לא יכולים לבדוק את כל עמודי
17 הקהילות והפורומים ולכן אנו לא מתחייבים לאסוף מהם" (עמ' 58 ש' 17-21 בפרוטוקול).

18

19 המשיבה אינה מסתירה מציבור הצרכנים את המידע אודות מהות המוצר אותו היא מספקת, לרבות
20 הסייגים לו, ומידע זה גלוי ונגיש לכל גולש המעוניין לרכוש את המוצר אותו מספקת המשיבה.

21

22 יצוין עוד, כי המשיבה כלל אינה גובה תשלום מצרכן אשר המבקש לערוך חיפוש במודעות
23 המפורסמות באתר. בשלב החיפוש, כל המודעות חשופות בפני הצרכן והוא נדרש לשלם עבור
24 השירות רק לאחר שאיתר מודעת דרושים העונה לצרכיו והוא מבקש ליצור קשר, באמצעות
25 המשיבה, עם המעסיק אשר פרסם אותה (עמ' 62 ש' 14-12 בפרוטוקול). בנסיבות אלה, לא ניתן לומר
26 שהמשיבה מטעה את לקוחותיה או שהיא מציגה בפניהם מצג כוזב. ההיפך הוא הנכון. התרשמתי כי
27 המשיבה פועלת בתום לב, מתוך אידיאולוגיה כנה, וכי היא עושה מאמץ אמיתי לקבץ את כל מודעות
28 הדרושים המפורסמות בישראל באתר האינטרנט שלה, כנטען בפרסומיה. קיומם של סייגים כאלו
29 ואחרים אינו פוגע בנכונותו של הכלל וסייגים אלה גלויים לצרכן ואינם נסתרים ממנו.

30

31 סיכומו של עניין, לא מצאתי כי יש בפרסומיה של המשיבה משום הצגת מצג כוזב או פרסום העלול
32 להטעות את הצרכן.

33

34

35



בית המשפט המחוזי מרכז

ה"פ 11022-03-09 ג'וב מאסטר בע"מ ואח' נ' אול יו ניד בע"מ
ה"פ 11359-03-09 שקנאי נט בע"מ נ' אול יו ניד בע"מ

הפרת הסכם ועשיית עושר

- 1
2
3 אין מחלוקת על כך שבכניסה לאתר המבקשת 1 מתבקש הגולש לאשר כי קרא והינו מסכים לתנאי
4 השימוש באתר ופשיטא שגם המשיבה התבקשה לעשות כן, שכן ללא אישור כאמור אין אפשרות
5 להמשיך ולגלוש באתר המבקשת 1 או להיחשף למודעות שהיא מפרסמת בו. בסעיף 15 בהסכם (אשר
6 צורף כנספח ז' לעתירה) כותבת המבקשת 1 כי המידע המפורסם באתר הינו רכושה הבלעדי והיא
7 בעלת מלוא זכויות הקניין בו. בהמשך, בין יתר התנאים, אוסרת המבקשת 1 לעשות שימוש במידע
8 אותו היא מפרסמת, שאינו שימוש לצרכים אישיים של חיפוש עבודה.
9
10 המבקשת 1 טוענת כי בהעתקת מודעות הדרושים מאתר המבקשת לאתר המשיבה, המשיבה מפרה
11 את תנאי השימוש באתר והיא אף מתעשרת שלא כדין על חשבונה. המבקשת 1 עותרת, כאמור,
12 לאכוף על המשיבה את תנאי ההסכם ולמנוע את העתקת המודעות.
13
14 המשיבה טוענת לעומתה, כי מודעות הדרושים הינן מקבץ של עובדות ונתונים שאין בהם זכויות ועל
15 כן היא רשאית לעשות בהם שימוש כעולה על דעתה. לטענתה, הסכם תנאי השימוש אינו יכול ליצור
16 למבקשת 1 זכות יש מאין. התניה בהסכם המגבילה את זכותה של המשיבה לעשות שימוש בנתונים
17 שבמודעות הינה תניה מגבילה בחוזה אחיד ודינה להתבטל.
18
19 **חוק זכות יוצרים, התשס"ח-2007** (להלן: "חוק זכות יוצרים") מגדיר וקובע את סוג היצירות בהן
20 קיימת זכות יוצרים.
21 סעיף 5 בחוק זכות יוצרים קובע כי לא תחול זכות יוצרים על עובדה או נתון.
22
23 ביחס למאגרי מידע מקוונים כותב המלומד ט' גרינמן, **זכויות יוצרים** (תשס"ג-2003) 132 כך:
24 "בעידן הדיגיטלי והמקוון היינו עדים להתפתחותם של מאגרי מידע ממוחשבים ומקוונים. יצירת
25 מאגרים כאלה מצריכים מאמץ רב ולעיתים השקעה כספית ניכרת. מאגר מסוג זה עשוי לכלול
26 מידע עצום, שניתן להעתיקה ולשימוש בידי אחרים בקלות יחסית. מבחינת דיני זכויות יוצרים
27 מדובר כאן בשילוב של תוכנה ושל יצירת מאסף. על התוכנה יחולו הכללים החלים על תוכנות
28 אחרות, ועל המאסף יחולו הכללים החלים על יצירות מאסף רגילות. כפי שהובהר כללים אלה
29 שוללים כיום הגנה ממאספים שאינם מקיימים את מידת היצירתיות המינימאלית הנדרשת
30 בבחירה ובארגון של החומר. יתרה מזו, גם כאשר עומד המאגר במבחן היצירתיות, תחול ההגנה על
31 השתמש במידע זה בעצמו" (ההדגשה אינה במקור – א.י.).
32
33
34 בהליך אחר, בש"א (מחוזי ת"א) 2018/05 מעריב – הוצאת מודיעין בע"מ נ' חברת אול יו ניד בע"מ
35 (לא פורסם, 03/03/05), עלו כנגד המשיבה טענות של הפרת זכויות יוצרים ועשיית עושר ונתבקשו



בית המשפט המחוזי מרכז

ה"פ 11022-03-09 ג'וב מאסטר בע"מ ואח' נ' אול יו ניד בע"מ
ה"פ 11359-03-09 שקנאי נט בע"מ נ' אול יו ניד בע"מ

- 1 צווי מניעה להפסקת פעילות העתקת המודעות על ידה. באותו עניין קבע כב' השופט זפט, וקביעותיו
2 מתאימות אף לעניינו, כי מודעות הדרושים המפורסמות ע"י המבקשת שם "כוללות נתונים ועובדות
3 שנמסרו למבקשת על ידי המפרסמים תמורת תשלום. אפילו המונחים הכלולים במודעה הם פרי
4 יצירתם של המפרסמים ולא של המבקשת. ממילא אין מקורות ו/או יצירתיות של המבקשת
5 בנתונים ועובדות הכלולים במוספים ובאתר האינטרנט של המבקשת. בנסיבות אלה, אין להכיר
6 בזכות כלשהי של המבקשת בעובדות ונתונים אלה" (עמ' 6 בפסה"ד).
- 7
- 8 בקשת רשות ערעור על ההחלטה בעניין מעריב שהוגשה לבית המשפט העליון, נדחתה, תוך שביט
9 המשפט העליון קובע כי טענות המבקשת אינן מלמדות בהכרח על זכויות שיש לה במידע המצוי
10 בלוח "מידע שנוסח ונמסר לה, כאמור, על ידי אחרים, לצורך פרסום אצלה, ועל כך היא מקבלת
11 תשלום" (רע"א 2516/05 מעריב הצאת מודיעין בע"מ נ' חברת אול יו ניד בע"מ (לא פורסם,
12 07/05/06), עמ' 6 בפסה"ד).
- 13
- 14 בפסק הדין שניתן באותו עניין, ת.א. (מחוזי ת"א) 1074/05 מעריב הצאת מודיעין בע"מ נ' חברת אול
15 יו ניד בע"מ (לא פורסם, 11/07/10) (להלן: "עניין מעריב"), קבעה השופטת דר' אגמון-גונן כך:
16 "המסקנה כי המידע הגולמי הכלול במודעות פרסום אינו מוגן מכוח דיני זכויות יוצרים, מתחייבת
17 מהרציונל של דיני הקניין הרוחני בכלל ודיני זכויות יוצרים בפרט ... מודעות הדרושים כוללות
18 פרטים טכניים, ללא מידה כלשהי של יצירתיות. פרטים אלו אינם מצויים כלל תחת הגנת דיני
19 זכויות היוצרים" (עמ' 16, 17 בפסה"ד).
- 20
- 21 בענייננו, המודעות אותן מפרסמת המבקשת 1 כוללות נתונים ועובדות הנמסרים לה מידי
22 המעסיקים לצורך פרסום, פרסום שתמורתו היא מקבלת תשלום. במודעות הללו אין כל מידה של
23 יצירתיות, למצער, לא יצירתיות מצד המבקשת 1. לאור הוראות חוק זכות יוצרים והפסיקה שלעיל
24 ברור אם כן, כי המידע הכלול במודעות הללו אינו מוגן מכוח דיני זכויות יוצרים, הוא אף מוחרג
25 מהם באופן מפורש. נשאלת השאלה: האם מקום בו דיני זכויות יוצרים שוללים במפורש הגנה על
26 מידע מסוג עובדות ונתונים, רשאית המבקשת 1 להגביל את השימוש במידע המצוי אצלה מכוח
27 הסכם או מכוח דיני עשיית עושר. סבורני כי בענייננו התשובה לכך שלילית.
- 28
- 29 לציין, כי בעניין מעריב התייחסה השופטת אגמון גונן לתניות חוזיות דומות שהופיעו באתר
30 המבקשת שם וקבעה בהקשר זה כך:
31 "תניות אלו מניחות קיומה של זכות יוצרים במידע המופיע העיתון או באתר. כפי שיפורט להלן,
32 תוכן מודעות הדרושים אינו חוסה תחת הגנת דיני זכויות יוצרים, ועל כן התניות הנ"ל, ככל שהן
33 מתייחסות למידע הגולמי הכלול במודעות הדרושים בעיתון ובאתר, אינן מחייבות ... כיוון
34 שבענייננו נקבע כי אין זכויות יוצרים בתוכן המודעות, ממילא אין בתנאי השימוש כדי להצמיח
35 זכות כלשהי למעריב" (עמ' 24-25 בפסה"ד).



בית המשפט המחוזי מרכז

ה"פ 11022-03-09 ג'וב מאסטר בע"מ ואח' נ' אול יו ניד בע"מ
ה"פ 11359-03-09 שקנאי נט בע"מ נ' אול יו ניד בע"מ

1
2 כידוע, דיני זכויות יוצרים מבקשים ליצור איזון בין אינטרסים שונים לטובת הציבור. מחד,
3 מבקשים הם ליתן תמריץ לעידוד היצירה ומאידך, מגנים הם על זכות הציבור לעשות שימוש
4 ביצירות לשם קידום התרבות והידע (ראה דברי ההסבר להצעת חוק זכויות יוצרים, התשס"ה-
5 2005). חוק זכות יוצרים מעניק הגנה ליצירה רק מקום בו הדבר משרת את האינטרס של כלל
6 החברה (עניין מעריב, בעמ' 17 בפסה"ד). קביעה מפורשת כי מידע מסוג מסוים מוחרג מתחולתו של
7 החוק, משמעה כי יש להעדיף את אינטרס הציבור לעשות שימוש באותו מידע ללא מגבלה על פני
8 אינטרסים אחרים. הטלת מגבלה על השימוש הלגיטימי במידע השייך לכלל, באמצעות הסכם שהינו
9 למעשה חוזה אחיד, אינה יכולה לעמוד.

10
11 בדומה, לא ניתן לומר כי המשיבה התעשרה שלא כדין על חשבון המבקשת 1 שכן בעשותה שימוש
12 לגיטימי במידע הכלול באותן מודעות, אין משום קבלת נכס "שלא על פי זכות שבדין". לפיכך, אני
13 דוחה את טענות המבקשות לעניין זה.

14
15 משנדחו טענות המבקשות הן לעניין סכנת ההטעיה והן לעניין הפרת ההסכם והתעשרות שלא כדין
16 – דינן של התובענות להידחות.

17
18 התוצאה היא, אם כן, כי שתי התובענות נדחות במלואן.

19
20 המבקשות תשאנה בהוצאות המבקשת ובשכר טרחת עו"ד בסכום כולל של 100,000 ₪ כל אחת,
21 ובסה"כ – 200,000 ₪.

22
23 המזכירות תמציא לצדדים העתק מפקס הדין.

24
25 **ניתן היום, כ"א טבת תשע"א, 28 דצמבר 2010, בהעדר הצדדים.**

26
27

28 אברהם יעקב, שופט

29
30