

תחרות לגיטימית או לשון הרע ? / יניב פרידהוף, עו"ד¹

הבטן הרכה של חברה עסקית היא המוניטין שלה ומוניטין שנבנה במשך שנים עשוי להירס ברגע. במקרים רבים סכסוך מסחרי לגיטימי בין מתחרות על אותו פלח שוק הופך למאבק כוחות משמעותי בו אחד מהצדדים בוחר להתנהל באמצעות כלים חוץ-משפטיים, כגון פרסומים בתקשורת או עירוב צדדים שלישיים (למשל, לקוחות של המתחרה), כדי להפעיל לחץ על הצד השני ואולי אף לשכנעו בסופו של יום שלא להתחרות בו. האם כל האמצעים כשרים?

במקרה שנידון לאחרונה בבית המשפט תבעה חברת אופטיקה מתחרה בשל שורה של פרסומים פוגעניים במסגרתם, בין השאר, פנתה המתחרה ללקוחות החברה תוך הטחת האשמות לפיהן החברה משווקת סחורה לא מקורית. בסופו של יום, מעבר לפגיעה במוניטין החברה, נכשלו שורה של הסכמים עם לקוחות ואף ירדו מעל הפרק הסכמים אשר היו אמורים להיחתם בעתיד.

בית המשפט קבע שהחברה הנתבעת בחרה להפיץ שמועות שקריות אודות המתחרה ובכך התמלאו היסודות לעבירה על חוק לשון הרע שכן בפרסומים שבוצעו היה כדי להשפיל, לבזות ואף לפגוע במשלח ידה של המתחרה. נדגיש כי חוק איסור לשון הרע (על ההגנות הקבועות בו) מכסה גם סוגיות של פגיעה בחברה (ולא רק באדם), כפי שהיה במקרה שנידון. יש לציין כי להגנת המפרסם עשויה לעמוד לעיתים "הגנת אמת הפרסום" הידועה גם כהגנת "אמת דיברתי". עם זאת, הגנה זו דורשת לא רק שהדברים שפורסמו נכונים אלא גם שהפרסום נעשה בתום לב. כך, ההגנה לא תעמוד לטובת המפרסם, גם אם הדברים אותם פרסם הינם נכונים, כאשר הפרסום היה מכוון ולא נעשה בתום לב. במקרה של קמפיין נגטיבי שכל מטרתו היא לגרום נזק למתחרה נראה לנו שהגנת "אמת דיברתי" עשויה להיות טענת הגנה שקשה יהיה להוכיחה.

במקרה המדובר החברה הנתבעת בחרה גם לשלוח מכתבים ללקוחות גדולים של המתחרה, דבר שגרם בסופו של דבר לפחות ללקוח גדול אחד לבטל הסכם רכישה משמעותי. בית המשפט קבע שהמדובר בעוולה של גרם הפרת חוזה, עוולה שלשם הוכחתה נדרש להראות כי צד שלישי הפר חוזה מחייב בשל פעולות מכוונות של הנתבע אשר ביצען ללא צידוק. משמעות הקביעה היא שהחברה ששלחה את המכתבים נמצאה אחראית לנזקים הכספיים שנגרמו למתחרה.

לסיכום הדברים, תחרות עסקית היא דבר ראוי אולם יש לשמור על גבולות סבירים. במקרים מסוימים עשוי גם בעל תפקיד בחברה להיות אחראי אישית לפעולות של החברה. לכן, חשוב בטרם קבלת החלטה על התנהלות מול מתחרים עסקיים של חברה, בוודאי לפני פניה ללקוחות או ספקים של המתחרה, להיוועץ בעורך דין הבקיא בתחום על מנת לוודא כי הפרסומים או הפניות לא יוצרים חבות משפטית.

¹ עו"ד יניב פרידהוף הינו עורך דין במשרד אפיק ושות', העוסק בין היתר במשפט המסחרי, מיזוגים ורכישות ודיני חברות. אין בסקירה כללית זו משום ייעוץ משפטי כלשהו ומומלץ להיוועץ בעורך דין המתמחה בתחום זה בטרם קבלת כל החלטה בנושאים המתוארים בסקירה זו.

Legitimate Competition v. Defamation / Yaniv Friedhof, Adv.²

One of the most important assets of a business is its reputation and reputation built over years may be ruined in a moment. In many cases a commercial dispute and a legitimate business competition over the same market slice become a powers struggle involving tools such as publications in the media or even involvement of third parties (such as customers of the competitor) in order to pressurize the competitor and perhaps persuade the competitor to withdraw. Does the end justify all means?

In a case recently adjudged in an Israeli Court an optical accessories distributor sued a competitor due to a series of harmful publications under which, inter alia, the competitor approached customers of the distributor and published to them that the distributor sells non-original goods. At the end of the day, beyond the damage to the distributor's reputation, a series of agreements with customers have failed and other which were supposed to be signed in the future did not materialize.

The Court found that the competitor spread false rumors about the distributor and thus violated the law against defamation, as such publications had the potential to humiliate, degrade or damage the distributor's occupation. We emphasize that the Defamation Law (with the defenses set in it) also protects corporations (and not just individuals), as in the case described. Note also that one of the defenses set in the law is known as the "substantial truth" defense. However, such defense requires not only that the publication was true but also that the tortfeasor made the publication in good faith. Thus, the defense will not hold, even if it was the truth, when the publication was intentional and with malice aforethought. In the case of a negative campaign which only purpose is to damage a competitor we believe that the "substantial truth" defense would be difficult to substantiate.

In the case described above the competitor sent letters to some of the distributor's major customers, which caused at least one major customer to terminate a substantial agreement. The Court found that this also constitute the tort of tortious interference (or intentional interference with contractual relations) to substantiate which one need show that a third party breached a binding contract due to deliberate actions of the tortfeasor which were conducted without justification. This finding of the Court caused the competitor to be liable for compensating the distributor for its financial losses.

To summarize, business competition is recommendable, but the reasonable limits must be kept. In some cases, a Court may also may also find officers of a corporation personally liable for actions of the corporation and therefor it is vital, prior to taking decisions on competition means, and certainly before contacting customers or suppliers of a competitor, to consult with an attorney knowledgeable in this area in order to avoid legal consequences.

² Advocate Yaniv Friedhof is an attorney at the law office of Afik & Co., Attorneys and Notary (www.afiklaw.com) whose main practice areas are commercial law, corporate law and immigration. Nothing herein should be treated as a legal advice and all issues must be reviewed on a case-by-case basis. For additional details: +972-3-6093609 or at the e-mail: afiklaw@afiklaw.com