

כללי הזהב לרשתות חברתיות של העסק שלכם / עו"ד עדי מרכוס*

השימוש ברשתות חברתיות לצורך קידום עסקים כל כך נפוץ, עד שקשה לדמיין עסק מצליח ללא נוכחות ברשתות. אולם, בעלי עסקים רבים מניחים שהכללים החלים על ניהול עסקים במרחב האמיתי, לא חלים במרחב הוירטואלי ונחשפים להשלכות משפטיות, אשר להן יכולה להיות השפעה משמעותית על יכולת הקיום של העסק והנכסים הדיגיטליים שלו בעתיד. כך, בין היתר:

תנאי שימוש וכללי הפלטפורמה – כאשר משתמשים בעמוד עסקי יש לוודא שהתכנים עומדים בתנאי השימוש וכללי הקהילה וזאת כדי להימנע מסנקציות של הפלטפורמה שיכולות לנוע בין השבתת העמוד העסקי באופן זמני או לצמיתות (תוך אובדן משאב עסקי חשוב), ובמקרים קיצוניים אף תביעות לתשלום קנסות כספיים.

זכויות יוצרים - העתקה או שימוש בתמונה או פוסט על ידי עמוד עסקי נחשבת כמעט אוטומטית לפעילות מסחרית למטרות רווח החייבת בהרשאה. דירקטיבת זכויות היוצרים האירופאית משנת 2019 שנכנסה לתוקף ביוני, 2021, קובעת אחריות לרשתות חברתיות לתכנים המופצים בהם תוך הפרת זכויות יוצרים ותגרום כנראה לאכיפה פנימית.

לשון הרע - הרשתות החברתיות מהוות פורום ציבורי המאפשר לבעלי עסקים לפרסם מידע, אולם בעלי עסקים רבים אינם לוקחים בחשבון שפרסום מידע פוגעני על מתחרה, ואפילו מתן במה ללקוחות לעשות זאת, עשוי לחשוף אותם לתביעות. בית המשפט העליון בישראל קבע כבר כי אפילו פעולה תמימה לכאורה כמו סימון Like או Share על פוסט פוגעני, עשויה להוות לשון הרע וגם מנהל קבוצה המאפשר פרסום פוגעני עשוי להימצא אחראי.

דיני עבודה - מעסיקים רבים מטילים את הקמת ותפעול עמודי הרשתות החברתיות על עובד מסוים במסגרת תפקידו אולם לא דואגים להסדיר מול העובד את נושא הבעלות בנכסים הדיגיטליים של החברה ואת הפיקוח עליהם. כך, מעסיקים עשויים למצוא עצמם ללא יכולת לנהל את הנכסים הדיגיטליים לאחר עזיבת העובד (למשל במקרה בו העובד פוטר ומסרב למסור את הסיסמאות לחשבונות), ללא הבעלות בנכסים הדיגיטליים (כאשר עובד טוען לזכויות בהם), או חשוף לתביעה בגין פעולות שנעשו בנכסים הדיגיטליים ללא ידיעתו.

ספאם - האיסור על שליחת הודעות מסחריות ללא הסכמה מפורשת עשוי לחול גם על תקשורת ברשתות חברתיות ולחייב הסכמה לצורך שליחת הודעות שיווקיות ברשת החברתית.

חוק הגנת הצרכן - החוק בישראל, כמו גם במקומות נוספים בעולם, אוסר על פרסום סמוי ועל הטעיית הצרכן. בעוד שבעבר נזהרו בתי המשפט מלהחיל את האיסור על פרסום סמוי על רשתות חברתיות, שבשנים האחרונות גוברת הנטייה להחיל על מפעילי נכסים דיגיטליים, לרבות "משפיעני רשת" למיניהם, את החובה לחשוף את ההסדרים הכספיים בבסיס המלצותיהם. עסקים אשר שילמו בעבור ביקורות חיוביות, לרוב נדרשו לשלם מחיר כבד הן מבחינת קנסות והן מבחינת פגיעה במוניטין. כך, על בעל עסק לבצע פרסום ברשתות החברתיות או התקשרות עם משפיענים או ממליצים בצורה אתית אשר תעמוד בדרישות החוק ותצמצם את החשיפה המשפטית.

כמובן שהמדובר ברשימה חלקית ביותר של סוגיות שיש להתחשב בהן בעת שימוש ברשתות החברתיות וחשוב ביותר להיות מלווה באופן קבוע במשרד עורכי דין בעל היכרות עמוקה של התחום, ואשר יוכל לוודא שזכויות העסק נשמרות והוא נמנע מאחריות משפטית מיותרת.

* עו"ד עדי מרכוס. הינה עורכת דין במשרד אפיק ושות' (www.afiklaw.com) המתמקדת במשפט מסחרי ודיני חברות, זכויות יוצרים, דיני תקשורת ואומנים ועסקאות בינלאומיות. עו"ד מרכוס הינה בוגרת הפקולטה למשפטים ובעלת תואר שני בתקשורת באוניברסיטת תל אביב ותואר שני במנהל עסקים בינלאומי מאוניברסיטת בר אילן. היא התמחתה במשרד המשפטי אצל המשנה ליועץ המשפטי לממשלה בתחום הדין האזרחי וזכויות היוצרים, לאחר מכן עבדה כ-18 חודש במשרד שלמה כהן בתחום הקניין הרוחני, כ-11 שנה במחלקה המשפטית בגוף התקשורת "רשת נגה בע"מ" (ערופ 2 של הטלוויזיה), כאשר תפקידה האחרון בטרם מיזוג החברה עם ערוץ 10, כראש תחום במחלקה המשפטית ולאחר כן, טרם הצטרפותה למשרד, כיועצת המשפטית הפנימית של קנלר ייצוג אמנים, בכל נושא היעוץ המשפטי של אמנים ואנשי תרבות, בין בישראל ובין במישור הבינלאומי. אין בסקירה כללית זו משום ייעוץ משפטי כלשהו ומומלץ להיוועץ בעורך דין המתמחה בתחום זה בטרם קבלת כל החלטה בנושאים המתוארים בסקירה זו. לפרטים נוספים: 03-6093609, או באמצעות הדואר האלקטרוני: afiklaw@afiklaw.com.

The golden rules for the use of social networks for your business / Adi Marcus, Adv. *

The use of social networks for business promotion is so common that it is difficult to imagine a successful business without a presence on the networks. However, many business owners assume that the rules that apply to running a business in the real space, do not apply in the virtual space and are exposed to legal consequences, which can have a significant impact on the viability of the business and its digital assets in the future. Among others:

Terms of use and platform rules - When using a business page, make sure that the content meets the terms of use and community rules in order to avoid platform sanctions that can range from temporarily or permanently disabling the business page (while losing an important business resource), and in extreme cases even fines.

Copyright - Copying or using an image or post by a business page is almost automatically considered a for-profit commercial activity that requires permission. The 2019 EU directive on copyright and related rights, which entered into force in June, 2021, establishes liability for social networks for content distributed in them in violation of copyrights and will likely result in internal enforcement.

Defamation - Social networks are a public forum that allows business owners to post information, but many business owners do not take into consideration that posting offensive information about a competitor, and even providing a platform for customers to do so, may expose them to lawsuits. The Israeli Supreme Court has already held that even a seemingly innocent act, such as marking Like or Share on an abusive post, may constitute defamation and even a group manager may be held liable.

Labor Law - Many employers entrust the establishment and operation of social networking pages to a specific employee, but do not regulate with the employee the issue of ownership of the company's digital assets and their supervision. Thus, employers may find themselves without the ability to manage the digital assets after the employee leaves (for example, dismissal of the employee who then refuses to disclose the passwords to the accounts), without ownership of the digital assets (when an employee claims rights in them), or exposed to lawsuits for actions made without the employer's knowledge.

Spam - The ban on sending commercial messages without explicit consent may also apply to communication on social networks and require consent for disbursing marketing messages on such.

Consumer Protection Law - The law in Israel, as well as in other jurisdictions, prohibits covert advertising and misleading the consumer. While in the past Courts were careful to apply the ban on covert advertising on social networks, in recent years there has been a growing tendency to apply to digital asset operators, including various "network influencers", the obligation to disclose financial arrangements that are the base of their recommendations. Businesses that paid for positive reviews may be required to pay a heavy price both in terms of fines and in terms of reputational damage. Thus, a business owner should engage with influencers in an ethical manner that will meet the requirements of the law and reduce legal exposure.

Naturally, these are a very partial list of issues to consider when using social media and it is very important to be regularly accompanied by a law firm that has a deep knowledge of the field, and which can ensure that the business rights are maintained and it avoids unnecessary legal liability.

***Adi Marcus, Adv.** is an attorney in the office of Afik & Co. (www.afiklaw.com) who focuses primarily on commercial and corporate law, copyrights, media law and international transactions. Advocate Marcus holds a major in law, an M.A in communication from Tel Aviv University and an international MBA from Bar Ilan University. She completed her internship at the Ministry of justice under the Deputy Attorney General focusing civil law and copyright law, then worked for about 18 months in the office of Shlomo Cohen in the field of intellectual property, about 11 years in the legal department of the communications network "Noga Network" (Channel 2 of TV), with her last position before the company merged with Channel 10, was head of department in the legal department and then, before joining the firm, as Kneller Artists Representation's internal legal advisor, representing in all matters of legal advice to artists and cultural figures, both in Israel and internationally. 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.