

ד"ר קליין ניצח את גוגל: הקלדת שמו לא תציג קישור ממומן של מתחריו

גוגל תפצה את קליין על כך שרשת מתחרה השתמשה בשמו כקישור להפניית לקוחות לאתר שלה



ד"ר דב קליין. טען כי מדובר בניצול ציני של החוניטין שצבר (צילום: תמר חצפי)

חאת אלה לוויז'נריב

ענקית האינטרנט "גוגל" ורשת "פרופורציה" יפצו את ד"ר דב קליין, מבכירי המנתחים הפלסטיים בארץ, בסכום של 50 אלף שקל, בגין שימוש פסול בשמו וצירופי שמו במודעות פרסום של הרשת המתחרה, המתפרסמות במנוע החיפוש גוגל. כך קבע בסופו בית משפט השלום בת"א, שקיבל את תביעתו של קליין, לפיה אין לעשות שימוש בשמו במסגרת פרסום מסחרי המהווה קישור ממומן, בלא ידיעתו והסכמתו. השופט חנה יגון ציינה כי במשך כשנה וחצי השתמשה רשת "פרופורציה" בשמו של דב קליין, בצירופים שונים, להפניית לקוחות פוטנציאלים לאתר האינטרנט שלה,

באמצעות מנוע החיפוש של גוגל, וקבעה כי "שמו של אדם אינו מילה או מושג גנרי ואף אינו סימן מסחרי, ועל כן אין להשתמש בו כמושא לקישורי פרסום ממומנים המופיעים, בדרך כלל, בסמוך לשם המפרסם המצוי בשטח עסקי או כלכלי דומה לשלו, בלא הסכמתו".

"ניצול מוניטין"

קליין, הידוע בעיקר כמנתח של הסלבריטאות, הגיש ב-2007 תביעה בסך 300 אלף שקל נגד גוגל ופרופורציה, בטענה שגוגל עושה שימוש בשמו כדי להפנות לקוחות פוטנציאליים לאתר האינטרנט של מכוני פרופורציה. בתביעה התייחס קליין לשיטת ה-Adwords המשמשת את גוגל בעשור האחרון ועומדת מאחורי הצלחתה המסחרית, שבה מפרסמים יכולים לרכוש מגוגל מילות מפתח בכל נושא.

משתמשי מנוע החיפוש שיקלידו את מילות המפתח יקבלו בתוצאות גם מודעות בטור צד, המכונות "קישורים ממומנים", של מפרסמים אלה. מיקום הקישור ברשימה תלוי, בין היתר, במחיר שמוכן המפרסם לשלם עבור כל "הקלקה" השם גולש. לטענתו, הקלדת השם "דב קליין" או "ד"ר קליין" או "ד"ר דב קליין" בגוגל, העלתה קישור ממומן של "פרופורציה" רפואה אסתטית, ומתחתיו שטח פרסום הכולל פרטים, פרסומים והפניית "לינק" לאתר proporzia.co.il. בכך, לדבריו, מנצלות השתיים באופן ציני את החוניטין הרב שצבר, כדי להניא אנשים מלפנות אליו ולהפנותם למתחרה. עוד טען קליין, כי מדובר בהפרת סימן מסחר, גניבת עין ועשיית עושר ולא כמשפט. בכתב הגנתה טענה פרופורציה, כי לקליין אין זכות מוחלטת על שימוש בשמו, וכי שיטת ה-Adwords ידועה בכך שהיא מאפשרת הצגת תוצאות פרסומיות לצד תוצאות

החיפוש שעלו מהקלדת מילה מסוימת. לפיכך, נטען, מילות המפתח הנבחרות בידי מפרסמים משקפות, מטבע הדברים, את התעניינות הגולשים בתחום בו פועל המפרסם.

עוד נטען, כי כל שעושה התובעת הוא לנצל את הידע כי המשתמש מתעניין ברפואה אסתטית, ולהציע לו חלופות בדרך של פרסומות מובחנות ומובדלות.

לבסוף נטען, כי בתקופה

על שימוש בשם "מתאים לי" באמצעות קישורים ממומנים, וקבע שניתן לעשות שימוש בצירוף מילים ואותיות הנכללים בסימן מסחר של חברה כמילות מפתח בקישורים הממומנים של גוגל. לכן, לדברי פרופורציה, אין מדובר בהפרת סימן מסחר.

פגיעה בכבוד האדם וחירותו

ביהמ"ש עמד על ההבדל בין ההלכה שנקבעה בפסק דין

עלידי אחרים, לשם פרסומת, בניגוד לרצונו, דבר המצוי בניגוד לדין וכללי התנהגות סבירים, על האינטרס השיווקי ועל עיקרון התחרות החופשית, שאף אליהם יש לשאוף.

על אותו משקל, העלתה השופטת את התהייה "באם תפרסם חברה המוסיקה 'הליקון' את אתרה באינטרנט ולשמאלו קישור ממומן של 'אריק איינשטיין', בלא ליטול את הסכמתו ורשותו או... הפרסם תיאטרון הבימה ליד אתרו את השם 'גילה אלמגור' כקישור ממומן, בלא ליטול את רשותה... האם יגהגו אלה כדין?", והשיבה: "נראה שהתשובה לכך שלילית היא, והוא המקרה שבפנינו". לבסוף נקבע, כי "אין גבול לפרסום אודות פלוני אלמוני כקישור ממומן... ודבר זה מהווה, אכן, פגיעה בחוק יסוד כבוד האדם וחירותו".

"צפוי גל תביעות"

עו"ד עמי סביר המייצג את ד"ר קליין, מסר בתגובה להחלטה: "לפסק הדין משמעות מרחיקת לכת ביותר, שכן גוגל נוהגת לאפשר לעשרות אלפי בתי עסק בישראל להשתמש בשמות מפתח, כולל שמות של מתחרים, ללא כל הגבלה והיא צפויה להיתבע עלידי גורמים עסקיים רבים. ביהמ"ש ערך אבחנה וקבע כי כאשר מדובר בשמו הפרטי של אדם, להבדיל משימוש בסימן מסחרי, יש להגן על שמו של אדם משימוש להגן על שמו של אדם משימוש מסחרי בניגוד לרצונו. לנוכח ההשלכות של פסק דין זה, גוגל תיאלץ לערוך שינויים במדיניות שירותי הפרסום שלה". מגוגל, שיוצגה בידי עו"ד דפנה צרפתי וצחי חליו, נמסר: "אנו לומדים את פסק הדין ונשקול את צעדיו בהמשך". פרופורציה יוצגה בידי עו"ד אופיר יוסף.



ביהמ"ש: "שמו של אדם אינו מילה או מושג גנרי ואף אינו סימן מסחרי, ועל כן אין להשתמש בו כמושא לקישורי פרסום ממומנים המופיעים, בדרך כלל, בסמוך לשם המפרסם המצוי בשטח עסקי או כלכלי דומה לשלו, בלא הסכמתו"

הקצרה, בה נעשה שימוש בשמו של קליין בפרסומים של פרופורציה, התבצעו בסך-הכל 245 הקלקות על מילים אלה, מתוך כ-70 אלף הקלקות לאתר הרשת, ואין די בכמות זו אפילו כדי לסגור עסקה אחת. גוגל מצידה טענה כי ביהמ"ש המחזיז בת"א רחה בעבר תביעה דומה של "מתאים לי" נגד חברת ביגוד בשם "קרייזי ליינ"

ביהמ"ש: "שמו של אדם אינו מילה או מושג גנרי ואף אינו סימן מסחרי, ועל כן אין להשתמש בו כמושא לקישורי פרסום ממומנים המופיעים, בדרך כלל, בסמוך לשם המפרסם המצוי בשטח עסקי או כלכלי דומה לשלו, בלא הסכמתו"

"מתאים לי" לבין עניינו של קליין, וציין שבמקרה האחרון מדובר במילות מפתח שהגן "שם פרטי" ולא "סימן מסחרי", ועל-כן אין לומר כי ביחס לשם פרטי מהווה האינטרנט אתר פרסומי ככל מדיה אחרת. השופטת יגון קבעה כי "בנסיבות אשר בפני, גובר האינטרס של שמירה על זכות האדם להימנע מפרסום שמו