



## בתי המשפט

ת.א. 53255/03

בית משפט השלום בתל אביב-יפו

תאריך: 15.11.05

בפני: כב' השופט טל שחר

סוכנות מכוניות לים התיכון בע"מ

בעניין

התובעת

נ ג ד

1. מוטו מדיה בע"מ

2. אילן ציוני

3. אסף בר-שי

הנתבעים

1

מיוצגים ע"י: ב"כ התובעת: עו"ד אהוד שניידר  
ב"כ הנתבעים: עו"ד ישראל שדה

2

3

4

### פסק דין

5

6 1. לפניי תביעתה הכספית של התובעת, יבואנית כלי רכב מתוצרת פיאט, אלפא

7 רומיאו ולנצ'יה לישראל, כנגד הנתבעים, בעתירה לחייבם לשלם לתובעת פיצוי כספי

8 בסך 57,660 ₪, בתור סכום הפיצוי (ללא הוכחת נזק) הסטטוטורי הנקוב בסעיף 7א'

9 לחוק איסור לשון הרע, תשכ"ה – 1965 (להלן: "החוק"), וזאת בגין הוצאת לשון

10 הרע מצד הנתבעים כלפי התובעת.

11

12

רקע ומבוא:

13



## בתי המשפט

ת.א. 53255/03

בית משפט השלום בתל אביב-יפו

תאריך: 15.11.05

בפני: כב' השופט טל שחר

- 1 2. במוקד עילת התביעה ניצבת כתבת אינטרנט, שפורסמה בימים 12.6.03 –  
 2 14.6.03 באתר האינטרנט "MOTOCAR", המופעל ע"י הנתבעת 1 (שהיא המוציאה  
 3 לאור של מגזין בשם "הגה – מגזין הרכב המוביל בישראל"), בעריכת הנתבע 2 ופרי  
 4 עטו (וליתר דיוק – פרי מקלדתו) של הנתבע 3.
- 5
- 6 3. הכתבה צורפה כנספח א' לכתב התביעה (להלן: "הכתבה"), והיא כוללת  
 7 בתדפיסה שלושה עמודים:
- 8 העמוד הראשון מכיל כתבת מלל, אודות תוצאות סקר שביעות רצון של גולשי  
 9 אינטרנט ביחס לאיכות השירות במוסכי השירות של מכוניותיהם (להלן, לשם  
 10 הקיצור: "סקר שביעות הרצון" או "הסקר");  
 11 כותרתה של כתבה זו הינה: "הגה הזהב: השירות הכי טוב בישראל";  
 12 מתחתיה כותרת המשנה:
- 13 **"בעלי דגם טויוטה זוכים למוסכי השירות הטובים בישראל. במקום**  
 14 **האחרון – פיאט"**  
 15 (שלטענת התובעת מהווה הוצאת לשון הרע כלפיה);  
 16 בתחתית עמוד זה, מופיע משפט מסיים, שעורר את רוגזה של התובעת (ושלטענתה  
 17 מהווה הוצאת לשון הרע כלפיה):
- 18 **"... אלפא רומיאו, שמיובאת לישראל דרך סמל"ת, זוכה לציון 3.9**  
 19 **(מקום 12), בעוד פיאט – אחותה נמצאת במקום האחרון, עם ציון**  
 20 **ממוצע של 3.4 מתוך 5".**
- 21
- 22 העמוד השני מכיל רשימת דירוג 27 סוגי מכוניות, לפי מקומן בסקר המתפרסם,  
 23 ובצד תוצר כל מכונית נקוב הציון המספרי שקבלה בסקר (בסקאלה של 1 עד 5);  
 24 כותרת הרשימה היא "הגה הזהב, השירות הטוב בישראל";  
 25 בראש הרשימה (מקום 1) מופיעה טויוטה, עם ציון נקוב "4.5. מתוך 5";



## בתי המשפט

ת.א. 53255/03

בית משפט השלום בתל אביב-יפו

תאריך: 15.11.05

בפני: כב' השופט טל שחר

1 בתחתית הרשימה (מקום 27) מופיעה פיאט, עם ציון נקוב "3.4".

2

3 העמוד השלישי מכיל הסבר מילולי, הנחזה כהמשך של כתבת המלל שבעמוד  
4 הראשון, וזאת ביחס לסקר, תכליתו, שיטת איסוף נתוניו והנחייה טכנית לגולשים  
5 על מידרוג הציונים למידת שביעות רצונם מהשירות במוסכים בהם מטופלות  
6 מכוניותיהם ואודות האפשרות להוסיף הערות אישיות על כך;

7 הדף מסתיים בשתי קישוריות מילוליות וממוסגרות, כל אחת בנפרד, בהדגשה  
8 צורנית;

9 נושא הקישורית (LINK) האחת הוא "מה אתה חושב על מכוניתך?";  
10 נושא הקישורית השנייה הוא "תוצאות סקר שביעות רצון".

11

12 יוער, כי נראה שהעמוד השלישי המודפס הוא המשכו הרציף של העמוד הראשון  
13 המודפס, כפי שהצטיירו לעין גולשי האתר, וכי העמוד השני, המכיל את רשימת  
14 תוצאות הסקר, הוא זה שאליו מגיע הקורא לאחר לחיצה על הקישורית הקרויה  
15 "תוצאות סקר שביעות רצון", כהמשך הגלישה מהעמוד השלישי האמור אל אותה  
16 רשימה.

17

18 4. סעיף 7 לכתב התביעה מגדיר את **כותרת המשנה** (המצוטטת לעיל) של כתבת  
19 המלל שבעמוד הראשון (להלן: "כותרת המשנה") ואת **משפט הסיום** (המצוטט  
20 לעיל) שבעמוד הראשון של אותה כתבת מלל (להלן: "משפט הסיום") - בתור **שני**  
21 **הפרסומים, המהווים את הוצאת לשון הרע** על התובעת.

22

23 5. כתב התביעה מסתיים בתיאור הסעד המבוקש בשל הוצאת לשון הרע כאמור,  
24 שלטענת התובעת "פורסמה **בכדי לפגוע**" וגרמה "לנזקים רבים לתובעת ולשמה  
25 הטוב שנצבר בעמל רב לאורך השנים" (סעיף 14 רישא), וחרף זאת מסתפקת היא



## בתי המשפט

ת.א. 53255/03

בית משפט השלום בתל אביב-יפו

תאריך: 15.11.05

בפני: כב' השופט טל שחר

1 בעתירה לחייב את הנתבעים לשלם לה "פיצויים ללא הוכחת נזק", בסכום האמור  
2 בסעיף 7א' לחוק (50,000 ₪), כשיערוך סכום זה ליום הגשת התביעה, המגיע לסך  
3 57,660 ₪ לפי חישובה), הגם שבגין "פרסום בכוונה לפגוע" קובע סעיף 7ב' לחוק  
4 פיצוי סטטוטורי, ללא צורך בהוכחת נזק, בסך 100,000 ₪, בשערוך המתאים,  
5 וטעמיה של התובעת להסתפקות בחלופה המופחתת של סכום התביעה – נותרו  
6 שמורים עמה.

7

8 6. מכל מקום, בטרם בחינת הפיצוי הראוי – היה על התובעת לחלוף על פני משוכת  
9 הוכחת החבות נשוא החוק [יוער נוספות, כי לא נעשה כאן ניסיון להשתית עילת  
10 תביעה על הפצת "תיאור כוזב" כמובנו בסעיף 2 לחוק עוולות מסחריות, תשנ"ט –  
11 1999, ולעתור לסעד של פיצוי סטטוטורי נשוא סעיף 13(א) לאותו חוק];

12

13 7. בירור התביעה ושמיעת הראיות במסגרתה – מביאים למסקנה בלתי נמנעת,  
14 לפיה לא צלחה התובעת לחלוף על פני משוכת החבות, וכי גרסת הנתבעים,  
15 הגנותיהם כחוק וראיותיהם - משכנעות יותר ומובילות להדיפת התביעה.

16

17 **ראיות הצדדים:**

18

19 8. מטעם התובעת הומצאו תצהיר עדות ראשית של אליעזר בן מרדכי, מנהל מערך  
20 "AFTER SALE" דאז אצל התובעת (להלן: "בן מרדכי"), ונספחים שצורפו לו, וחוות  
21 דעת מומחה של יועצת הסקרים דפנה גולדברג – ענבי (להלן: "ענבי"), וחוות דעת  
22 מומחה של מנכ"ל חברת פרסום (עו"ד) יוסי ארועטי – הראל (להלן: "הראל"),  
23 שנחקרו על תצהיר וחוות דעת אלה בבית המשפט, והוגשו המוצגים ת/1 – ת/6.

24



## בתי המשפט

ת.א. 53255/03

בית משפט השלום בתל אביב-יפו

תאריך: 15.11.05

בפני: כב' השופט טל שחר

1 מטעם הנתבעים הומצאו תצהיר עדות ראשית של אילן ציוני (להלן: "הנתבע 2"),  
2 ונספחים שצורפו לו, והוא נחקר על תצהירו זה בבית המשפט, והוגש תצהיר עדות  
3 ראשית של אסף בר-שי (להלן: "הנתבע 3"), אשר ב"כ התובעת הודיע כי הוא מוותר  
4 על חקירת מצהיר זה בבית המשפט (עמ' 20 ש' 10-11).

5

6 9. יוער, כי בפרטיכל נפלו מספר טעויות דפוס, שהותירה הקלדת הקלדנית, שיש  
7 לראותן כמתוקנות לאיות עברי תקין, כגון: "בעולם" במקום "באולם" (עמ' 5 ש' 7),  
8 "להתחקות" במקום "להחכות" (עמ' 7 ש' 21), "התקפות" במקום "התכפות" (עמ'  
9 10 ש' 12), "קביל" במקום "כביל" (עמ' 12 ש' 18), "מעריך" במקום "מעירך" (עמ'  
10 16 ש' 10), "במוסכיי" במקום "במסוכיי" (עמ' 16 ש' 11).

11

12 10. אוסיף עוד, בפן הדיוני, כי בקשת התובעת לתיקון כתב התביעה, להוספת  
13 עובדה ועילה של פרסום כתבה דומה במגזין "הגה" שבבעלות הנתבעת 1 (בש"א  
14 189985/04), שהוגשה לאחר תום שמיעת הראיות בתיק זה ושזכתה להתנגדות  
15 כתובה של הנתבעים, נמחקה בישיבת 19.1.05 בהסכמה (עמ' 21 ש' 5-7), תוך הותרת  
16 קציבת ההוצאות בגינה לשלב מתן פסק הדין.

17

18 **עילת התביעה והיריבות המשפטית הנובעת ממנה:**

19

20 11. בראש ובראשונה, והגם שאין אני נותן לטענת הגנה זו להכריע את התביעה  
21 בעודה באיבה ובטרם תיבחן לגופה, - מחזיקת מים לכאורה היא טענת הנתבעים,  
22 שהופיעה עוד בכתב הגנתם (סעיף 2.7), ושפורטה בתצהיר הנתבע 2 (סעיפים 8, 9, 12,  
23 13), ושלפיה אין יריבות ביחס לתובעת זו, וכי היא יבואנית של כלי רכב מסוימים,  
24 אך מוסכי השירות נשוא הסקר ממילא אינם בפיקוחה הישיר, וכי הסקר מתייחס  
25 למוסכי השירות של מותגי רכב מסוימים, ולא אל התובעת.



## בתי המשפט

ת.א. 53255/03

בית משפט השלום בתל אביב-יפו

תאריך: 15.11.05

בפני: כב' השופט טל שחר

1

2 12. יש ממש בטענות הגנה אלה, שכן ברור מעיון בדפי הכתבה ובממצאי הסקר –  
3 כי אינם עוסקים ביבואניות השונות של המכוניות מהתוצרים השונים, וכי אין כל  
4 מידרוג בסקר ליבואניות המכוניות השונות, ולא בהן ובשמותיהן עוסק הסקר.

5

6

7 אזכור יבואניות אחרות נעשה רק לגבי היותן בעלות מוסכי שירות או מפעילות  
8 מוסכי שירות, שהשירות בהם (במוסכים) היה נשוא סקר שביעות הרצון, או כהסבר  
9 משוער לרמת הציון בסקר לגבי רכב מתוצר מסוים שאותו היא מייבאת:

10

11 כך, מאוזכרת "יוניון מוטורס", יבואנית מכוניות טויוטה, בשל היותה "מחזיקה  
12 במערך שירות מתקדם ויעיל", כהערה נלווית ל"ציון הגבוה של טויוטה" (4.5 מתוך  
13 5) בסקר שביעות הרצון ממוסכי השירות (פיסקה שנייה בעמוד הראשון של  
14 הכתבה);

15 וכך, מאוזכרת "צ'מפיון", בתור "יבואנית אודיי", בשל היותה -

16 "משקיעה משאבים רבים, מזה מספר שנים, במטרה ליצור מחויבות לקוחות

17 בקרב רוכשי דגמי אודיי" (סוף פיסקה שנייה בעמוד הראשון של הכתבה);

18 וכך, מאוזכרת "כלמוטור", יבואנית מיצובישי, בהקשר של ביקורת שלילית על  
19 מוסכים שבהפעלתה:

20 "מיצובישי מפתיעה לרעה. כלמוטור, יבואנית החברה לישראל, 'המציאה'

21 את השירות המודרני למכוניות בישראל. כשהוקם מערך השירות המודרני,

22 בראשית שנות התשעים, נשאה רשת מוסכי מיצובישי את התואר 'שירות

23 יהלום', והשירות אז אכן היה לדוגמא. כיום, מסתבר, ירדה הרמה וממלאי

24 דו"ח 'הגה הזהב' דירגו את שירות מיצובישי רק במקום ה-12" (פיסקה

25 שלישית בעמוד הראשון של הכתבה).



## בתי המשפט

ת.א. 53255/03

בית משפט השלום בתל אביב-יפו

תאריך: 15.11.05

בפני: כב' השופט טל שחר

1

2 13. אם יש למי מיבואניות הרכב יריבות לכאורית ישירה ומובהקת יותר כלפי  
3 הנתבעים (הגם שגם עליהן היה לעבור את המשוכה של הוכחת החבות כלפי  
4 הנתבעים, באותם קשיים שמונעים זאת מהתובעת הנוכחית), הרי היה זה ליבואניות  
5 כמו "כלמוטור" האמורה, יבואנית מיצובישי, שמפעילות בעצמן מוסכי שירות  
6 לתוצרי הרכב המנויים בכתבה (בשונה מהתובעת), ואשר ממצאי הסקר מתייחסים  
7 למוסכיהן אלה, ולא למוסכי שירות גרידא, שבבעלות אחרים ובהפעלת אחרים,  
8 וההבדל לענייננו בולט וברור.

9

10 14. אזכור שמה של התובעת, בשמה המקוצר (בראשי תיבות), בתור סמל'ת, מופיע  
11 במשפט הסיום, בהקשר ברור אחר, הנקרא והמובן מגוף הכתבה: הכותב מתאר  
12 ומנתח, כי "מעניין לציין" (סוף פיסקה שנייה בעמוד הראשון), וכי "לעתים קיימים  
13 הבדלים משמעותיים בין מותגים שנמצאים באותה בעלות או נמכרים דרך אותו  
14 יבואן" (הרישא לפיסקה האחרונה בעמוד הראשון), ואפילו כותרתה הברורה  
15 והמפורשת היא התמקדות בהיבט זה, וזו לשון הכותרת: "אותו יבואן, רמת שירות  
16 שונה";

17

18 והכותב אכן מביא בכתבה דוגמאות להבדלים משמעותיים שכאלה, בין הציונים  
19 שהוענקו בסקר שביעות הרצון לגבי תוצרי רכב שונים, הגם שהם מיובאים ע"י  
20 אותה יבואנית:

21

22 דוגמא אחת היא, כי למרות שהן אודי והן פולקסוואגן והן סיאט והן סקודה  
23 מיובאות לישראל ע"י היבואנית "צימפיון", הנה בעוד אודי מדורגת כבר במקום  
24 הרביעי בסקר, עם ציון גבוה (4.3) ובתור המכוננית האירופית הראשונה לאחר שלוש  
25 המכונניות היפניות שלפניה (טויוטה, מאזדה והונדה), - הרי יתר המכונניות שצימפיון



## בתי המשפט

ת.א. 53255/03

בית משפט השלום בתל אביב-יפו

תאריך: 15.11.05

בפני: כב' השופט טל שחר

1 מייבאת לישראל "נמצאים במקומות נמוכים משמעותית" בסקר מאשר אודי:  
2 פולקסוואגן במקום 16, סיאט במקום 20, סקודה במקום 21 ;

3

4 בפתח הפיסקה האחרונה בעמוד הראשון, תחת הכותרת "אותו יבואן, רמת שירות  
5 שונה", מביא הכותב שנית את הדוגמא של אודי (מקום 4) לעומת סיאט (מקום 20),  
6 למרות ששתיהן מיובאות ע"י אותה יבואנית, היא צ'מפיון ;

7

8 דוגמא מובאת אחרת היא, כי למרות שהן מאזדה והן פורד מיובאות לישראל ע"י  
9 היבואנית "דלק מוטורס", הנה בעוד מאזדה מדורגת בסקר "במקום השני המכובד  
10 (4.4, ביחד עם הונדה), - הרי "המוסכים שמתמחים בפורד מקבלים ציון נמוך  
11 משמעותית – 3.6 (מקום 21)";

12

13 ורק אז מובאת הדוגמא הרביעית והאחרונה, זו שהולידה את התביעה הנוכחית,  
14 ולפיה, למרות שהן אלפא רומיאו והן פיאט מיובאות לישראל ע"י היבואנית סמל"ת,  
15 התובעת, הנה בעוד אלפא רומיאו זוכה לציון 3.9 (מקום 12) בסקר שביעות הרצון  
16 ממוסכי השירות, הרי "פיאט – אחותה, נמצאת במקום האחרון, עם ציין ממוצע של  
17 3.4 מתוך 5".

18

19 15. יש בכל המפורט לעיל, כדי להצביע על כך, שלא בתובעת עוסקת הכתבה ולא  
20 את איכות עבודתה או את שירותה ללקוחותיה או את איכות המכוניות המיובאות  
21 על ידה מדרגים הגולשים בסקר או מנתחים הנתבעים, אלא במידת שביעות הרצון  
22 של הגולשים המשתתפים בסקר זה מרמת מוסכי השירות שמטפלים באותן  
23 מכוניות, ותו לא.

24





## בתי המשפט

ת.א. 53255/03

בית משפט השלום בתל אביב-יפו

תאריך: 15.11.05

בפני: כב' השופט טל שחר

16. גם לא דבר ברור הוא מאליו, כלל וכלל, שהאדם הסביר והקורא הסביר  
 2 בישראל ובאתר האינטרנט של הנתבעים, מוחזק כiodע כי הקיצור סמל"ת פירושו -  
 3 סוכנות מכוניות לים התיכון בע"מ, שהיא התובעת.

4  
 5 17. בנוסף, הראל, בעדותו, לא מכחיש כי לתובעת אין אתר אינטרנט כלל (עמ' 6 ש'  
 6 2-1), ואם כך – פוחת מאד הטיעון שהקונה הסביר מזהה את התובעת עם פיאט ואת  
 7 פיאט עם התובעת, ולא הובא מי מקונים פוטנציאליים אלה כדי להוכיח אחרת.

8  
 9 גם מחקר מדעי לא עשה לגבי הזהות הנטענת בין פיאט לבין שמה של התובעת (עמ'  
 10 7 ש' 1-3), וידוע לו כי מוסכי השירות של פיאט – אינם בבעלות התובעת (עמ' 6 ש'  
 11 23-25).

12 גם בן מרדכי, בעדותו, מאשר כי מבין 37 המוסכים המורשים בישראל למכוניות  
 13 פיאט, יש רק מוסך מרכזי אחד משותף לפיאט ולתובעת במיקום מינהלת התובעת  
 14 בישראל (עמ' 14 ש' 4-9).

15  
 16 18. יחד עם כל אלה, עצם אזכור שמה של התובעת בהינף אחד עם מכוניות פיאט,  
 17 שגם הן מיובאות על ידה, ושגם הן דורגו בסקר שביעות הרצון ובכתבה, ושציון  
 18 הכולל לא מחמיא לטעמה של התובעת, והוא הנמוך מבין יתר מותגי המכוניות  
 19 שמוסכי השירות שלהן מדורגים בתוצאות הסקר, ומשהשם "סמל"ת" מופיע בתוך  
 20 משפט הסיום – מכוחם לא נדחית התביעה 'על הסף', ואין היא נדחית בשל טענת  
 21 חוסר היריבות, כשלעצמה.

22  
 23 19. למסקנה זו תורם גם סעיף 3 לחוק, בדבר דיות היות ההתייחסות של הפרסום  
 24 הפוגע כמשתמעת גם כלפי התובעת, במישרין או בעקיפין, כטענת ב"כ התובעת  
 25 בסעיף 6 סיפא לסיכומיו, ותורמת למסקנה זו גם חוות דעת הראל, שלפיה "מוסכי



## בתי המשפט

ת.א. 53255/03

בית משפט השלום בתל אביב-יפו

תאריך: 15.11.05

בפני: כב' השופט טל שחר

1 השירות של מותג מסוים הם חלק מעוצמתו ומיכולת המכירה והשיווק של הרכב",  
 2 וכי "קיים קשר הדוק בין יבואן הרכב לבין הרכב אותו הוא מייבא", עד כדי כך  
 3 שלדעתו "סמלית שווה פיאת, ופיאת שווה סמלית", הגם שלמשפט דרמטי זה לא  
 4 הובאו ראיות נדרשות מפי אנשים מן השורה אודות התקיימות "משוואה כפולה" זו  
 5 גם בתודעתם, ומסופקני אם כל מתעניין או קונה פוטנציאלי יודע מראש כי התובעת  
 6 היא יבואנית פיאת וכי פיאת מיובאת דווקא ע"י התובעת, ובכלל – מה פירוש  
 7 המילה "סמלית", ומדובר בעובדות שיש להוכיחן, כחלק מפרק הוכחת הנזק, עליה  
 8 ויתרה התובעת כאן (ואין די בדברי נציג התובעת עצמה, בן מרדכי, בסעיפים 5-7  
 9 לתצהירו).

10 20. הדברים המפורטים לעיל, בפרק זה, אודות ההקשר של אזכור התובעת  
 11 בכתבה, וללא הוצאתו מהפרופורציה הראויה, - רלוונטיים גם לפרק הנבחן הבא,  
 12 וניתן לראותם כחלק מתוכנו.

13

14 עילת התביעה – "סקר שביעות רצון" של בעלי רכב,

15 טיבו ואפיונו בפועל:

16

17 21. בנוסף לסקירה דלעיל, אודות ההקשר התוכני של אזכור שמה של התובעת  
 18 בגוף הכתבה, ומשהו בהר לעיל כי כל שרצו הנתבעים להדגיש שם, הוא קיומו של  
 19 הבדל משמעותי בדירוג שביעות הרצון לגבי שני סוגי מכוניות (אלפא רומיאו לעומת  
 20 פיאת) המיובאות ע"י אותה יבואנית לישראל, כפי שצוין לגבי אודי לעומת סיאת  
 21 (ופולקסוואגן וסקודה), וכפי שצוין לגבי מאזדה לעומת פורד, - הנה עיקר תורפתה  
 22 של התביעה נוגע לעילתה:

23

24 מדובר בסקר שביעות רצון של גולשי אינטרנט, אלה שניאותו למלא את שאלון  
 25 הסקר, איש-איש לפי תחושותיו הסובייקטיביות ולפי תוכן הדירוג שימצא לנכון



## בתי המשפט

ת.א. 53255/03

בית משפט השלום בתל אביב-יפו

תאריך: 15.11.05

בפני: כב' השופט טל שחר

1 לציין, יהיו אשר יהיו מניעיו ותחושותיו, ללא הגבלת רף מינימום למספר מביעי  
2 דעתם אודות מוסכי השירות של מכונית כלשהי, וכשהסקר לא מתייחס לאיכות  
3 המכוניות או יבואניותיהן, אלא לרמת שביעות הרצון של הגולשים מרמת השירות  
4 במוסכי השירות המטפלים באותן מכוניות.

5

6 [ליתר דיוק, וכהערה כללית, נבהיר:

7 בשאלוני הסקר, נתבקשו הגולשים הממלאים הערכותיהם המספריות, מ-1 עד 5,  
8 לגבי השאלות השונות, להתייחס אל 10 פקטורים שונים, כמשתקף מהשאלון עצמו  
9 (המוצג ת/6) (להלן: "השאלון"), וכמנוי בכל אחד מעמודי אסופת נספחי ב' לתצהיר  
10 בן מרדכי (ופקטורים אלה הם: "עלויות תפעול, נוחות הנסיעה, שימושיות, תא  
11 נוסעים, אמינות, רמת הסחירות של הרכב, שביעות רצון מהשירות במוסך המורשה,  
12 שביעות רצון כללית, התמורה ביחס למחיר, מה הסבירות שתקנה שוב מאותו  
13 יצרן");

14 אלא שכותרת המשנה ומשפט הסיום, נשוא לשון הרע הנטענת בתביעה, כמו גם כל  
15 האמור בעמודי הכתבה, עוסקים הרי אך ורק בפקטור של "שביעות רצון מהשירות  
16 במוסך השירות", ועל כן אין מקום וצורך להתייחס לתשובותיהם המתועדות של  
17 הגולשים אודות יתר הפקטורים, שחלקן מחמיאות דווקא למותג פיאט ולתובעת,  
18 למי מהם או לשניהם כאחד.

19 נתייחס איפא לממצאי סקר שביעות הרצון, בהקשר של כותרת המשנה ומשפט  
20 הסיום, כמשקפי שביעות רצון הגולשים אך ורק בשאלת רמת שביעות הרצון  
21 מהשירות במוסך השירות, ותו לא, כפי שבחרה התובעת עצמה למקד את חיצי  
22 תביעתה וטענותיה בפקטור נסקר זה בלבד].

23

24 22. ביקורת התובעת ובא כוחה על היבטים הכלולים במתכונת זו של הסקר, ועל  
25 היבטים החסרים במתכונת זו של הסקר, היא בבחינת 'התפרצות מבעד לדלת



## בתי המשפט

ת.א. 53255/03

בית משפט השלום בתל אביב-יפו

תאריך: 15.11.05

בפני: כב' השופט טל שחר

1 פתוחה, ובבחינת הערות לאופן שבו ניתן לשדרג סקר שביעות רצון שכזה לדרגה של  
2 סקר מוסמך, או מחקר שוק מוסמך, או כתבה דוקומנטארית מוסמכת ומקצועית,  
3 או דירוג בידי בעלי מקצוע בתחום שירות מוסכי רכב, וכיוצא באלה פרסומים  
4 אפשריים שאין הכתבה מתיימרת להגיע לרמת מקצועיותם ולרמת שיקוף נתונים  
5 מקצועיים בהם.

6  
7 23. על כן, ברור, כי מדובר בסקר שביעות רצון, אשר:

8 אין בו כדי להתיימר להגיע לתוצאות 'אובייקטיביות' או מקצועיות;  
9 ואין בו כדי להבטיח שדעות הנרשמות ע"י ממלאי הסקר הן באמת מה שאותם  
10 כותבים חושבים על התשובה האמיתית לכל שאלה אליה הם מתייחסים;  
11 ואין בו כדי להתיימר להגיע לכלל ציבור בעלי המכוניות מכל סוג וסוג שנסקרו  
12 בסקר;

13 ואין בו כדי לאמת שכל מביע דעתו הוא אכן בעל רכב מסוג זה עליו הביע דעתו, או  
14 כי היה בעבר בעליו, או כי הינו או היה מחזיק ברכב כזה (עמ' 19 ש' 8);  
15 ואין בו כדי למנוע ממאן שהוא להביע דעתו יותר מפעם אחת, ביחוד אם לרשותו  
16 יותר ממחשב אחד או יותר מכתובת אחת של I.P. ויותר מכתובת אחת של דואר  
17 אלקטרוני;

18 ואין בו כדי למנוע ממספר מביעי דעה מאותו בית או מאותו משרד או מאותה חברה  
19 למלא שאלון שביעות רצון כזה, איש-איש ממחשבו הנפרד או מכתובת הדואר  
20 האלקטרוני (I.P. – הנפרדת שברשותו);

21 ואין בו כדי למנוע מגורם מעוניין להשפיע כך על התוצאות, לטובת מותג מסוים או  
22 לרעתו;

23 ואין בו כדי לשקף נתוני אמת מקצועיים על מספר המוסכים הנבדקים, מיקומם,  
24 וויתקם המקצועי, הישגיהם המקצועיים, רמת מיכונם הטכני, רמת מיומנותם של  
25 עובדיהם, דעת אנשי מקצוע על אותם מוסכים, דירוג שהיו נותנים להם משרד



## בתי המשפט

ת.א. 53255/03

בית משפט השלום בתל אביב-יפו

תאריך: 15.11.05

בפני: כב' השופט טל שחר

1 התחבורה או איגוד יבואני הרכב או מומחי רכב אובייקטיביים או מכונאי רכב  
 2 מקצועיים או מכון בדיקה אובייקטיבי, וכו', שהרי ברור לכל כי ממלאי השאלונים  
 3 הינם הדיוטות בדרך כלל, בעלי עמדה סובייקטיבית והתרשמות צרכנית, ותו לא;  
 4 ואין בו כדי להתיימר להיות שווה תוצאות לסקר שהיה מופנה שמית אל בעלי רכב  
 5 ידועים בשמם (ממאגרי היבואניות וסוכנויות הרכב, דרך משל, המשמשות כמאגרי  
 6 מידע, טעוני מתן תוקף חוקי);  
 7 ואין בו כדי להבטיח שתתפרסמה רק תוצאות של מותגי רכב נבדקים שעברו סף  
 8 מינימום מסוים למספר ממלאי הסקר;  
 9 ואין בו כדי להבטיח שהמוסכים, אליהם פנו ממלאי הסקר בעבר ובהווה, למתן  
 10 שירות למכוניותיהם השונות, בעבר ובהווה, הם אכן מוסכי שירות מוסמכים מטעם  
 11 יצרניות כלי הרכב או מטעם יבואניותיהם, או שמא מדובר בכלל במוסכים בלתי  
 12 מורשים שבעלי רכב נוטים או רגילים לקבל בהם שירותים (אולי זולים יותר,  
 13 לעתים) לכלי רכבם, שבצדק מצביע הנתבע 2 בעדותו (עמ' 16 ש' 8-9) על כך  
 14 שבישראל יש מעל 1,000 מוסכים, ושרק 350 מהם הינם מוסכים מורשים;  
 15 ואין בו כדי להבטיח שמילוי סקר מסוים ע"י גולש מסוים אינו משקף שביעות רצון  
 16 קיצונית רק כתוצאה ממחווה מסוים שנעשה כלפיו במוסך, או כי אינו משקף  
 17 נקמנות קיצונית על התנהלות מסוימת כלפיו באותו מוסך (למשל – כעס על מחיר  
 18 גבוה ומוצדק שהיה כרוך בטיפול ברכבו), שאין בינה לבין איכות השירות המקצועי  
 19 ולא כלום;  
 20 ואין בו כדי למנוע את העובדה שבהבעת דעה בסקר על מותג מסוים, לעניין רמת  
 21 השירות הניתנת במוסך לגביו (שהיא הנבדקת בסקר זה), אין ממלא הסקר מביע  
 22 בעצם את מידת אכזבתו מסוג הרכב שקנה ומרמת ביצועיו, ולא על המוסך שבו הוא  
 23 מטופל;  
 24 ואין קריטריון של גיל הרכב, כמשפיע בהכרח על מידת אפשרות תיקונו החוזרים  
 25 ועל רמת ביצועיו, יהא אשר יהא המוסך המטפל, ואשר ממלא הסקר מביע דעתו  
 26 הסובייקטיבית המושפעת, במודע או שלא במודע, מגיל הרכב המטופל שברשותו



## בתי המשפט

ת.א. 53255/03

בית משפט השלום בתל אביב-יפו

תאריך: 15.11.05

בפני: כב' השופט טל שחר

- 1 (כשברור, כי מרבית הטיפולים בשלוש השנים הראשונות של רכב או בתקופת  
2 האחריות הראשונית של רכב – מבוצעים בדרך כלל במוסכי השירות המוסמכים של  
3 אותו מותג רכב);  
4 ואין בו כדי למנוע מממלא הסקר לשקף השפעה סובייקטיבית הנגרמת לו, לחיוב או  
5 לשלילה כלפי מוסכו, מביצוע 'השוואה' למוסכים אחרים עליהם הוא שומע, כעדות  
6 שמיעה וסברה מובהקות, מפי מקורבים וחברים, שגם הם אינם אנשי מקצוע בדרך  
7 כלל;  
8 ואין בו כדי לכלול תוצאות רק לגבי מי שביקרו במוסכי השירות של רכב מסוים  
9 למעלה ממספר מסוים של פעמים, אם בכלל; ועוד.  
10  
11 24. נמשיך לכנותו כאן "סקר שביעות רצון" הגולשים, בסוגית רמת השירות  
12 ממוסכי שירות למכוניתם, ולא "משאל שביעות רצון" של הגולשים בסוגיה זו, חרף  
13 הצעת הנתבע 2 – במידה לא מבוטלת של צדק לשוני ומהותי - לאמץ פירוש מילוני  
14 זה למילה "סקר", שכן אין לפנינו ממילא "סקר" במובנו הרגיל בעולם הפרסום,  
15 הצרכנות או התקשורת, אלא ב"סקר-שביעות-רצון" של גולשי אינטרנט מזדמנים,  
16 וההבדל ברור, ועל כן גם תקפותו לגיטימית, בתור שכזה, ולא כטענת ענבי,  
17 המתייחסת לסקר שיש עליו בקרה ויעד מתוכננים מראש, והמופנים לקהל יעד ברור  
18 ונקוב מראש, לעתים אפילו לפי רשימה שמית או טלפונית ידועה מראש, או על פי  
19 זיהוי שמי כזה, תוך בחירת "מדגם מייצג" מראש (עמ' 4 סיפא לחוות דעתה), תכנון  
20 אוכלוסיית מטרה (שם, באמצע העמוד), או בהפניית השאלות למרואיינים פנים אל  
21 פנים או למרואיינים טלפוניים או למרואיינים שאליהם פונים בשאלוני דואר (עמ' 5  
22 סיפא לחוות דעתה).  
23  
24 25. ועוד סיבה תקפה יש להיוותרותנו משתמשים במונח "סקר שביעות רצון", ולא  
25 "משאל שביעות רצון", כמונח אפשרי וראוי אחר, והיא נעוצה בכך שבכתבה עצמה



## בתי המשפט

ת.א. 53255/03

בית משפט השלום בתל אביב-יפו

תאריך: 15.11.05

בפני: כב' השופט טל שחר

1 נעשה שימוש במונח זה, ובדיוק בדרך לשונית ותחבירית זו, וזאת בסיפא לעמוד  
2 השלישי של הכתבה, עת נרשם באתר האינטרנט, על גבי הקישורית האחרונה  
3 בעמוד, סימול הקישור אל "תוצאות סקר שביעות רצון", המאפשר לקורא המעוניין  
4 בכך – ללחוץ עליו ולקבל את רשימת התוצאות שבעמוד השני של הכתבה; וכך גם  
5 בדפים 'הפנימיים' של תוצאות לגבי כל רכב ורכב, עת כתוב (בפינה הימנית העליונה  
6 של כל אחד מעמודי אסופת נספחי ב' לתצהיר בן מרדכי) "סקר עבור" (לגבי דגם  
7 רכב זה או אחר), ועת כתוב (בתחתית כל אחד מעמודים אלה) "צפייה בתוצאות  
8 הסקרים", כאופציית גלישה זמינה.

9

10 26. יחד עם זאת, נראה שמונח "מקצועי" אחר יאה אף הוא לכינוי התוצר שפרסמו  
11 הנתבעים, וקרוב לו (אם כי לא זהה לו) במשמעותו בלשון בני אדם ובתקפותו  
12 הצרכנית ואקראית התוצאות, והוא הכינוי "מידרג שביעות רצון" של הגולשים  
13 (ראה המונח "מערכת המדרוג" הנקוב בעמוד השלישי של הכתבה, והמצוטט ככזה  
14 גם ע"י ענבי, בתחתית עמ' 2 לחוות דעתה) (וכינוי כזה בסעיף 7 לתצהיר הנתבע 3,  
15 עליו כלל לא נחקר), כש-'מידרג' הוא תרגומו לעברית גם של המונח "רייטינג" (אם  
16 כי בשדה התקשורת רייטינג כזה ממוקד ומפולח סוציו-אקונומית וגיאוגרפית ביתר  
17 שאת, שכן אוכלוסיית המדרגים בו ידועה ומתוכננת מראש, ומשמשת גורם מדרג  
18 לאורך זמן ותוך יכולת השוואתית ממושכת על ציר הזמן).

19

20 27. ניוותר איפא משתמשים במונח "סקר שביעות רצון", באבחנה מסקר רגיל,  
21 מבוקר ומדעי, ובפרופורציה הפרשנית המבוארת לעיל, ובזכרנו כי מדובר בסקר  
22 שביעות רצון (או מידרג או משאל) של גולשים באתר האינטרנט, שלא הופרך לגביו  
23 כי רובם ככולם של המדרגים (ששאלוניהם לא נפסלו) היו גולשים מזדמנים שלא  
24 נמצא דופי בהצבעתם.

25



## בתי המשפט

ת.א. 53255/03

בית משפט השלום בתל אביב-יפו

תאריך: 15.11.05

בפני: כב' השופט טל שחר

1 28. יש חשיבות לשונית ומהותית למינוח "סקר שביעות רצון", שכן הוא שילוב של  
 2 "סקר", סקירה, בדיקה, מידרוג, שהם מונחים משדה האובייקטיביות הלכאורית,  
 3 ביחד עם "שביעות רצון", שהוא מונח המכיל כפל מושגים סובייקטיביים לחלוטין  
 4 (שביעות ו-רצון) ופרסונאליים לחלוטין, פרי תחושה אישית ודעה אישית של  
 5 המדרג, ולכן אין לראות בסקר שביעות הרצון שלפנינו, בו קהל המדרגים הוא בלתי  
 6 ידוע מראש לנתבעים (זולת התקווה והמשאלה הכתובה כי ימולאו תשובות כנות  
 7 ונכונות וע"י בעלי מכוניות אלה בלבד), אלא בבחינת מה שנצפה מלכתחילה כי יכיל  
 8 קנקנו, וכל ניסיון מצד התובעת ועדיה לייחס לו חובות ותכונות שלא התיימר להכיל  
 9 ולשקף – נדון לכישלון.

10

11 29. חוות דעתה ועדותה של ענבי מחזקות דווקא את מהות סקר שביעות הרצון  
 12 הנוכחי, ככזה, ואת חוסר התכלית לנסות ולקשור לו כתרים, שאין לו, ואשר  
 13 הנתבעים לא ניסו לקשור לו כלל:

14

15 אין כל מקום לצפי של תקפות סטטיסטית מדעית מסקר שביעות רצון, שאין מגבלה  
 16 על מספר המדרגים וזהותם השמית או דרך בחירתם, וברור שהוא שונה מסקר  
 17 הנערך בפילוח מראש של זהות המשתתפים בו, מקום מגוריהם, גילם, מינם,  
 18 מוצאם, ריקעם הסוציו-אקונומי, מעמדם הכלכלי, וכיוצא באלה משתנים אישיים,  
 19 ושונה הוא מסקר בו פונה הגוף השואל אל רשימת נשאלים ידועה ומפולחת או  
 20 מתוכננת מראש, ושונה מסקר בו נעשה שימוש לשם כך במאגר מידע תקף של  
 21 נשאלים שיש רלוונטיות למאחד אותם ולהכללתם הסיווגית באותו מאגר מידע.

22

23 30. אם לסקר מוקדם על נטיית הצבעה פוליטית של נשאלים, לפני הבחירות  
 24 הדמוקרטיות האמיתיות, שנעשה באתר האינטרנט הפופולארי והבולט YNET,  
 25 קוראת ענבי בשם "פסאבדו-סקר", או "סקר לכאורה" (עמ' 3 רישא לחוות דעתה),





## בתי המשפט

ת.א. 53255/03

בית משפט השלום בתל אביב-יפו

תאריך: 15.11.05

בפני: כב' השופט טל שחר

1 "שהוא יותר בעיקר מיועד בידור ושעשוע" (כך בדיוק לשונה), לנוכח הטעות הגדולה  
 2 בתוצאותיו לעומת תוצאות האמת שהתבררו לאחר מכן בבחירות האמיתיות – כי  
 3 אז אינני רואה מדוע לסקר שביעות הרצון הנוכחי מקנה ענבי ארשת רצינות כה רבה  
 4 יותר מאשר לסקר תוצאות סיכויי מפלגות פוליטיות לחלוקת המנדטים בכנסת  
 5 ישראל, ודי בכך שהתואר "סקר לכאורה" יכול להתאים לסקר הנוכחי, שהרי איש  
 6 לא התכוון להציגו כסקר מדעי או סטטיסטי של כלל המשתתפים האפשריים בו,  
 7 ומעולם לא הוצג אחרת ממה שהינו באמת, והוא לגיטימי (בלכאוריותו) לא פחות,  
 8 ואולי אף הרבה יותר, מאשר הסקר של YNET, ובעוד שסקר YNET הופרך בממצאיו  
 9 לאור תוצאות האמת שנתבררו לאחריו – הנה לגבי הסקר הנוכחי לא טרחה  
 10 התובעת להזמין סקר מפריד (לפי אמות המידה 'המהימנות יותר' לשיטתה) שיפריד  
 11 מי מתוצאות הסקר הנוכחי, וד"ל.

12  
 13 31. אין כל פסול בכך שמדובר בסקר שביעות רצון, בו אין דגימה מתוכננת מראש  
 14 של הנשאלים, אלא בסקר בו "המרואיינים באים לבד" (כביטוי ענבי באמצע עמ' 6  
 15 לחוות דעתה), וברור מראש ממילוי השאלון הנוכחי ומקריאת הקורא את תוצאותיו  
 16 כי מדובר במרואיינים "הבאים לבד" אל הסקר ולא בסיטואציה בה "הסקר בא אל  
 17 המרואיינים" ובוחר בהם מראש.

18  
 19 ולא מדובר בהטעיה כלשהי, ולגבי סקר בו "המרואיינים באים לבד" - כבר היו  
 20 (ויהיו) דברים מעולם, וגם סקרים שכאלה, או סקרים לכאורה שכאלה, או סקרי  
 21 מידרוג שכאלה, או סקרי רייטינג שכאלה, או סקרי פופולאריות שכאלה, או סקרי  
 22 העדפת מותג מסוים או סקרי דעת מאזינים וצופים של רדיו וטלוויזיה (אודות  
 23 דמויות ספורט ואמנות, פוליטיקה וצרכנות) (ראה הדוגמאות הצירוריות שמביא ב"כ  
 24 הנתבעים בסעיף ב' לסיכומיו), המתבצעים ומתפרסמים חדשות לבקרים לעין כל -  
 25 אינם מתיימרים להיות מדעיים ומחקריים, וגם להם 'זכות קיום' ולגיטימיות



## בתי המשפט

ת.א. 53255/03

בית משפט השלום בתל אביב-יפו

תאריך: 15.11.05

בפני: כב' השופט טל שחר

1 בעולמם של חופש הביטוי, חופש המידע וזכות הציבור לדעת ולקבל מידע מגוון  
 2 שכזה, ואפילו הוא 'רק' כזה, ולא יעלה על הדעת כי מי שאינו מרוצה מתוצאותיהם  
 3 של סקרים ומשאלים שכאלה - יוכל לתבוע תביעת דיבה בגינם;  
 4  
 5 32. הנתבעים מכנים זאת "זלזול באינטליגנציה של הציבור" (סעיף 4 לתצהיר  
 6 הנתבע 2), ויש ממש בכך שגם הציבור עניו בראשו, וגם לקורא הסביר צריך להיות  
 7 ברור ונהיר כי לפניו סקר שביעות רצון של גולשים הבוחרים בעצמם אם למלא  
 8 שאלון זה ואם לאו, וכיצד למלאו, וכי כאן מדובר בסקר שבו "המרוויינים באים  
 9 לבד", על כל המשתמע מכך לגבי מידת תקפות תוצאות סקר כזה, מבחינת משקלן,  
 10 להבדיל מעצם קבילותן העקרונית.  
 11  
 12 33. דווקא כדברי ב"כ התובעת, שיש בהם מענה להשגות אחרות שלו ושל ענבי, הרי  
 13 התנאי שהוא מציב, לפיו צריך "שלקורא הסביר היה ברור כי מדובר בשאלון לא  
 14 מדעי, אשר מולא על ידי גולשים באופן רנדומלי ואנונימי" (סעיף 12 לסיכומי  
 15 תשובתו) – תנאי זה מתקיים בהחלט בענייננו, לעין כל קורא, הנוכח על נקלה לקרוא  
 16 כי כל בעל רכב מזדמן לאתר האינטרנט יכול למלא את השאלון ללא פרטים אישיים  
 17 מדוקדקים, ולהיווכח כי השאלון הוא כוללני וללא פרטנות מדעית ומקצועית, וכי  
 18 מילוי לא מצריך כל ידע מקצועי או מדעי או תחבורתי או מכאני.  
 19  
 20 34. גם ענבי מודה, כי לשם עריכת סקר תקף, הראוי לשמו והמשקף את דעת כל  
 21 רוכשי מכונית מסוימת, צריך עורך הסקר להיות מצויד מראש ברשימה שמית של  
 22 כל רוכשי המכוניות הללו (עמ' 4 ש' 14-15), ועל כן אין המשל (בחוות דעתה) דומה  
 23 לנמשל;  
 24



## בתי המשפט

ת.א. 53255/03

בית משפט השלום בתל אביב-יפו

תאריך: 15.11.05

בפני: כב' השופט טל שחר

1 35. גם היא מודה כי מקובל מאד היום לעשות "משאל צרכנים באינטרנט" (עמ' 4  
2 ש' 24-25), וכי זה מעין "שעשוע" של אותם אתרים, המגדיל רייטינג (עמ' 5 ש' 1-3),  
3 ואין סיבה לראות בכתבה ובשאלון בבחינת מוצר לסקירת שביעות רצון הנופל  
4 מאלה, שגם בתקפות נמוכה או קלושה – יש גם להם זכות קיום ו'חסינות' טבועה  
5 וטבעית בפני תביעות דיבה מצד מי שאינו שש לתוצאותיהם.

6

7 משאלי דעת קהל צרכניים מארצות אחרות – לא בדקה ולא השוותה, ולא כללה  
8 בחוות דעתה התייחסות משווה לשכמותם (עמ' 5 ש' 6-18).

9

10 36. אין כל פסול טבוע במשאלים ובמשובים, בהם "המרואיניים באים לבד", וכבר  
11 מצינו במקומותינו, כי גם במשאלים ובמשובים עם שאלון למילוי הנשלח באופן שמי  
12 וספור אל משיבים על פי רשימה ידועה מראש, האמורים למלא תשובות כנות  
13 ואמיתיות, - גם אז רבה המתקפה מכיוונים שונים ומאוטוריטות שונות על  
14 אותנטיות הממצאים ועל אמינותם, לרבות ביקורת כזו מקרב גורמים רבים בתוך  
15 רשימת המשתתפים והמשיבים עצמה, על כך שהמשלוח השמי אל המשיבים לא  
16 מבטיח מילוי ע"י הנמען אישית, ואינו ערובה למניעת השפעה זרה ופסולה על דרך  
17 המילוי, תוך שאין במשאל פופוליסטי ובמשוב שכאלה כדי למנוע הטית תוצאות ע"י  
18 מילוי קבוצתי או משרדי או מוטה הדדית לטובת גורם זה או אחר או לרעת גורם זה  
19 או אחר, וכשאין הוא מונע 'סגירת חשבונות' ונקמנות כלפי גורם זה או אחר מאחורי  
20 המסווה האנונימי הנוח, במטרה לרומם מקורבים ולבוזות מרוחקים, וכשאין הוא  
21 מונע פרסום תוצאות 'דרמטי' לכאורי גם כשמספר המשתתפים במשאל במשוב לגבי  
22 גורמים נסקרים במשוב הוא קטן ביותר ביחס למספר השאלונים שנשלחו למילוי  
23 וביחס למספר השאלונים הממולאים בכלל וביחס למספר השאלונים שמולאו ביחס  
24 לגורמים אחרים, וכשאין כל בקרה ובדיקה מדגמיות או אחרות לגבי אמירת אמת



## בתי המשפט

ת.א. 53255/03

בית משפט השלום בתל אביב-יפו

תאריך: 15.11.05

בפני: כב' השופט טל שחר

1 על 'זכאות' ההשתתפות במשוב ועל רלוונטיות המילוי של נתונים מסוימים ועל  
2 אמירת אמת מצד המשיב; והדברים ידועים ונדושו רבות.

3

4 ואם למשוב ולמשאל שכאלה יש 'זכות קיום' נטענת – יש לקרוא את סקר שביעות  
5 הרצון הנוכחי באותה 'רצינות' ולקבל באותה הכנעה את מרווח ההטיה האפשרית  
6 של תוצאותיו הלכאוריות, כמשקפים דעתם הממוצעת של משיביו לגבי שאלות  
7 שמצאו לנכון להשיב עליהן באופן בו השיבו בפועל (מה-גם שהוכח כי לגביו דווקא -  
8 ננקטו אמצעי סינון ופסילת שאלונים חריגים למכביר, כמפורט להלן).

9

10 37. הנתבעים לא התיימרו לחקות את מחקרי השוק ההשוואתיים שעושים אתרים  
11 ומפרסמים כמו "זאפ" (ת/1) (עמ' 18 ש' 9-19) וכמו "CONSUMER REPORT"  
12 האמריקאי או מי מעיתוני הרכב ומאתרי האינטרנט נשוא ת/2-ת/5 (עמ' 18 ש' 22 -  
13 עמ' 19 ש' 4).

14

15 38. גם הראל מאשר בעדותו, כי כדי לעשות "מחקרים" (עמ' 6 ש' 8), להבדיל  
16 מ"סיקורים" אחרים (עמ' 6 ש' 11), עליו לקבל רשימות אמיתיות של קונים, כפי  
17 שעשה בעבר (עמ' 6 ש' 9-11), בשונה ממהות הסקר הנוכחי.

18

19 39. תצהיר עדותו של הנתבע 3, שלא נסתר כלל ואשר ב"כ התובעת וויתר במופגן  
20 על חקירה נגדית לגביו (עמ' 20 ש' 10-11), למרות שבניגוד ל'הנמקתו' - אין זהות בין  
21 תצהירי הנתבעים 2+3, מבהיר אף הוא, באופן מוכח ומהימן, שיש לאמצו גם לגופו,  
22 כי:

23

24 "מעולם לא הצגתי את התשובות וניתוחן הסטטיסטי, כפי שהוצגו באתר  
25 האינטרנט, כסקר מקצועי".



## בתי המשפט

ת.א. 53255/03

בית משפט השלום בתל אביב-יפו

תאריך: 15.11.05

בפני: כב' השופט טל שחר

1 דאגתי לכך כי כל הנתונים יהיו חשופים וגלויים בפני האדם המתבונן  
2 בתוצאות. הפרסום עצמו מהווה בעצם הצגה של התמונה כפי שעלתה מן  
3 המשאל שנערך בין גולשי האתר.  
4 חשוב לי להדגיש כי הפרסום אינו מהווה הבעת עמדה כלשהי על ידי, אלא  
5 הצגת ניתוח סטטיסטי פשוט שנערך באמצעות **צבירת הנתונים**.  
6 ... הרצון לכך כי תוצאות המידרג יהפכו לכלי שרת לציבור, אין בו סתירה  
7 לעובדה כי לא מדובר בסקר מקצועי ... יתרה מכך, העובדה כי דאגתי  
8 לפרסום כל התוצאות באתר ומספר העונים שוללת לחלוטין את טענת  
9 התובעת לפגיעה בשמה הטוב";  
10 (סעיפים 4-7 לתצהירו, שלא נסתר, ושלא היה כלל ניסיון לסתור או ללמוד  
11 מחקירתו התייחסות אחרת מזו של הנתבע 2 לפרטיה ועובדותיה של פרשה זו).  
12  
13 40. אמור מעתה: אין בסקר שביעות רצון זה, אלא מה שיש בו, ומה שהתיימר  
14 לשקף, והוא: כיצד מדרגים גולשים מזדמנים אנונימיים את מידת שביעות רצונם  
15 מרמת השירות הניתנת במוסכי שירות למכוניות בישראל; הא, ותו לא.

### הגנת אמת בפרסום:

17  
18  
19 41. בהיותו סקר שביעות רצון, במהות ובאפיונים האמורים בפרק הקודם, אין  
20 בפרסום הסקר ותוצאותיו אלא מה שיש בהם, קרי – תוצאות וסקירת תוצאות של  
21 סקר שביעות רצון, הנעשה לפי השתתפות גולשים מזדמנים באתר האינטרנט של  
22 הנתבעים, יהיו אשר יהיו זיקותיהם לרכב זה, ריקעם, מניעיהם, מספרם, קרבתם  
23 זה לזה, מספר הפעמים של הגעתם למוסכים עליהם הביעו דעתם, וכיוצא באלה  
24 גורמים שאינם בשליטת הנתבעים, ושלא התיימרו לשלוט עליהם בסקר שביעות  
25 רצון זה, כטיבו, כהגדרתו, כאפיוניו וכ'מקצועיותם' ו'נייטרליותם' של ממלאי



## בתי המשפט

ת.א. 53255/03

בית משפט השלום בתל אביב-יפו

תאריך: 15.11.05

בפני: כב' השופט טל שחר

1 הסקר, שלא היתה יומרה להכתיר בשתי תכונות אחרונות אלה את הסקר כבנוצות  
2 לא לו.

3

4 42. הכתבה מכילה **אמת בפרסום**, ולא במובן של התיימרות לשיקוף האמת  
5 האובייקטיבית והאבסולוטית על רמת השירות במוסכי מותגי רכב שונים (אם  
6 קיימת אמת כזו בכלל), אלא במובן של **שיקוף אמתי ונכון של תוצאות הסקר**, סקר  
7 שביעות הרצון של גולשי האתר מהשירות במוסכי שירות של מכוניות בישראל, כפי  
8 שהתגבש מקבלת תוצאות מילוי השאלונים ע"י ממלאיהם המזדמנים.

9

10 זה הקריטריון כאן להיות המדובר באמת מתפרסמת.  
11 בהחלט ייתכן, כי אבוי לה לאותה אמת, וכי מאחורי חלק מהשאלונים הממולאים  
12 עומדים מניעים פסולים או שקרים, אך פרסום התוצאות **כלשונן** וכמוצען  
13 האריתמטי העולה משאלוני הסקר כפשוטם – הוא הקובע לענייננו.

14

15 43. לא הובאו עדים וראיות, על שאחוז הגולשים, שהיו ממלאים אינטרסנטיים  
16 ומוטי-דעה של השאלונים, עולה על אחוז מקובל בסקרים בכלל ובסקרי שביעות  
17 רצון שכאלה בפרט.

18

19 44. לא הובאו עדים שהודו במילוי אינטרסנטי ומוטה-דעה של השאלונים, ולא  
20 ברור אם בכלל קיימים כאלה בשיעור משמעותי לסטיית תקן מקובלת בסקרים  
21 שכאלה, ובחריגה ממנו.

22

23 45. לא הובאו ראיות על כך שלגבי פיאט היו כוונות זדון בשיעור על זה שהיה, אם  
24 בכלל, כלפי מי מסוגי המכוניות האחרות.

25



## בתי המשפט

ת.א. 53255/03

בית משפט השלום בתל אביב-יפו

תאריך: 15.11.05

בפני: כב' השופט טל שחר

1 לא הוכח כי התוצאות אכן אינן נכונות (אבסולוטית) כביכול כלפי פיאט, או כי  
2 פיאט ראויה למיקום ולדירוג גבוה יותר בסקר שביעות רצון של בעלי מכוניות  
3 פיאט בישראל, לגבי מידת שביעות רצונם מהשירות שהם מקבלים במוסכי השירות  
4 של פיאט בישראל !.

5  
6 לא הוצג סקר, שיכלה התובעת להזמין ביצועו או לבצע בעצמה, כלפי המאגר  
7 השמי הנכון והאמת, לשיטתה, של רוכשי פיאט בישראל, שיש בו כדי ללמד על כך  
8 שבסקר מקצועי, תקף ומדעי, לשיטתה, הנערך תחת אמות המידה הנכונות  
9 והמבוקרות, לשיטתה, משיגה פיאט תוצאות טובות בהרבה מאלה שהשיגה בסקר  
10 שביעות הרצון הנוכחי, אודות רמת השירות במוסכי השירות שלה.

11  
12 לא הופרך כי אכן מדובר ב"אלפי דו"חות" של בעלי מכוניות, כלשון הכתבה,  
13 שכלולים בסקר שביעות הרצון, כעדות הנתבע 2 (עמ' 16 ש' 14), ואף ענבי מאשרת כי  
14 "בסך הכל היו אלפי התייחסויות לכלי רכב שונים" (עמ' 3 ש' 9-10) (בדיוק כפי  
15 שכתבו הנתבעים בפתיח לעמוד הראשון שבכתבה), ולריק תקף על כך ב"כ התובעת  
16 את הנתבעים בסעיף 3 למכתב ההתראה שלו מיום 21.7.03 (נספח ד' לתצהיר בן  
17 מרדכי), ולריק הותקף היגד זה בסעיף 9 לכתב התביעה ובסעיף 4 לתצהיר בן מרדכי.

18  
19 לא נסתר, כי כל שחפצו הנתבעים לעשות, הוא לתת לגולשים עוד כלי לדעת מה  
20 אחרים חושבים על הפקטור הנסקר (עמ' 17 ש' 21), ולתת עוד כלי הערכת לצרכנים  
21 (עמ' 18 ש' 1), שאינו כלי מסחרי (עמ' 18 ש' 2), ולשמוח אם כתוצאה מכך תיווצר  
22 אפשרות לשיפור דברים בענף הרכב (עמ' 17 ש' 22-23).

23  
24 אם קיימת ביקורת של גולשים על מוסכי שירות מסוימים של פיאט – לא הוכח  
25 כי הנתבעים חבים בגינה, ואין די בהסכמים דוגמת נספח ג' לתצהיר בן מרדכי, כדי



## בתי המשפט

ת.א. 53255/03

בית משפט השלום בתל אביב-יפו

תאריך: 15.11.05

בפני: כב' השופט טל שחר

- 1 להבטיח איכות השירות בכל מוסכי פיאט לאורך זמן, ועניין הוא לרמת הפיקוח של  
2 התובעת ומשרד התחבורה לענות בכל הנוגע לשיפור במוסכים אלה, אם אכן נדרש.  
3
- 4 51. העובדה שלגבי דגם מסוים של פיאט היתה התייחסות של גולש אחד בלבד, וכי  
5 היה זה רכב 'בלתי קיים', כטענת התובעת (סעיף 10.1 לכתב התביעה), אינה  
6 רלוונטית לתוצאות הסקר, שכן אין מדובר בממצא מרעיש לגבי הסקר בכללותו,  
7 וכהבהרת הנתבעים – נראה בעליל שמדובר בטעות הקשה והקלדה של אותו גולש,  
8 שהחליף בסימון המקדמי לשאלון עצמו בין "בנזין" לבין "דיזל", ברכב מסוג פיאט  
9 דובלו, ותו לא, ולולא החלפה זו – קיים בהחלט רכב מסוג ספציפי זה בין דגמי פיאט  
10 הנסקרים, ופרסום דף התוצאות כפי שהוא, לרבות שגיאתו האותנטית של אותו  
11 גולש – אכן משווה לסקר זה יתר אמינות ואותנטיות (סעיף 20 לתצהיר הנתבע 3),  
12 ולא כטענת התובעת.  
13
- 14 52. משהוצג השאלון עצמו (ת/6), המאפשר מתן דירוג של אחת מתשע חלופות לכל  
15 פקטור נסקר (מ-1 עד 5, 'בקפיצות' של חצאי ציון) (כשכאמור, תביעה זו ופסק דין  
16 זה עוסקים רק בתשובות לשאלה אודות "שביעות רצון מהשירות במוסך  
17 המורשה"), וכשבראש השאלון פרטים נוספים שעל המדרג למלא, וכשברם 'הגעתו  
18 לשאלון זה עליו למלא בחלק מובנה בו גם פרטים מזהים אישיים נדרשים (עמ' 19  
19 ש' 17-19) ומספר טלפון (עמ' 19 ש' 10-11) – פוחתת במידה משמעותית האפשרות  
20 של שימוש לרעה בשאלון או של הטיה קבוצתית מרוכזת או של זיוף תוצאותיו;  
21
- 22 53. לכך יש להוסיף במיוחד את אמצעי האמינות היחסית ואמצעי הבטיחות  
23 היחסית והניפוי, שהפעילו הנתבעים, בדמות האפשרות למלא שאלון כזה רק פעם  
24 אחת מאותו מחשב (עמ' 19 ש' 7), ובדמות משאלי הדגימה שנעשו עם גולשים לשם  
25 אימות אותנטיות מילוי השאלון (עמ' 19 ש' 9-10), ובדמות תיכנות המערכת למצב





## בתי המשפט

ת.א. 53255/03

בית משפט השלום בתל אביב-יפו

תאריך: 15.11.05

בפני: כב' השופט טל שחר

1 בו שאלון המכיל חריגה גדולה מהממוצע 'קופץ' אוטומטית 'החוצה', כשהנתבעים  
2 מבצעים בדיקה מדגמית כלפי 1 ל - 5, ולאחר מכן כלפי 1 ל - 10 מממלאי אותם  
3 שאלונים חריגים 'קופצים' (עמ' 19 ש' 12-16), ובדמות העובדה כי גם 'נקמה  
4 קבוצתית' מערכתית ומאורגנת (היפותטית) כלפי פינט אינה אפשרית שכן גם ברשת  
5 משרדית יש מספר I.P אחד לכל משתמשי הרשת ולא "שמות נפרדים וסיסמאות  
6 ממחשבים נפרדים" (עמ' 19 ש' 19-22), וכשהנתבעים זיהו בפועל (והדבר לא נסתר)  
7 הצבעות סדרתיות מסוימות עם ציונים קיצוניים לחיוב או לשלילה לכל אורכן  
8 ופסלו שאלונים ממולאים שכאלה (עמ' 20 ש' 1-2), כפי שעלולים רמאים לנסות  
9 ולהצליח ברמאותם גם בסקרים טלפוניים וגם בסקרים אחרים שמתבצעים (עמ' 20  
10 ש' 3-4).

11

12 הנתבע 3, בתצהירו, ידע לנקוב במספרן של 300 הצבעות כפולות שאותרו, באמצעות  
13 הפעלת COOKIE לאחר קבלת כל הצבעה באינטרנט, ואלה סוננו אל מחוץ למאגר  
14 התוצאות המצטברות (סעיף 8), וכי למונת פינט הצטברו עשרות שאלוני גולשים  
15 (סעיף 9), כפי שגם ענבי ציינה קיום 85 שאלונים ממולאים כאלה (עמ' 3 ש' 9).

16

17 התובעת לא הביאה לעדות את בעל המוסך בבאר שבע או ראייה אחרת, שיש בה כדי  
18 להפריך את העובדה שגולש, בעל שם או כינוי הנקוב בהערותיו בצד השאלון  
19 המדובר, ציין עובדת מספר פעמים נטענות בהן נאלץ להגיע למוסך פינט בבאר שבע  
20 ובדבר אי שביעות רצונו מהשירות שקבל (עדות בן מרדכי, שתפקידו מתן שירות  
21 "לאחר מכירה" לקוני פינט, בעמ' 7 ש' 16-25), חרף ידיעת היות המדובר במכונת  
22 מסוג פינט פונטו בנזין, ואף לא טרח לציין בתצהירו כי ניסה לאתר קונה מאוכזב  
23 זה (עמ' 8 ש' 1-11), ובכלל לא הובאה ראייה מפריכה כלשהי להתייחסויות שכאלה  
24 בסקר הגולשים, והעד לא ניסה לאתר גולש אחר מאלה שהתלוננו על שירות פגום  
25 ושהיה אפשרי להתחקות אחר זהותו ורכבו (עמ' 8 ש' 15-16).



## בתי המשפט

ת.א. 53255/03

בית משפט השלום בתל אביב-יפו

תאריך: 15.11.05

בפני: כב' השופט טל שחר

1

2 54. עובדה היא, שרק פיאט, מתוך שתי המכוניות העיקריות שבייבוא התובעת,  
3 זכתה למיקום כה נמוך בדירוג הגולשים, והנה **אלפא רומיאו**, שגם היא מיובאת  
4 כאמור ע"י התובעת, זכתה לדירוג גבוה משמעותית מכך, במקום ה-12 מתוך 27  
5 המכוניות המדורגות (בפקטור השירות במוסך המורשה), שהוא מקום מכובד ביותר  
6 ומעל אמצע הדירוג הסופי, ועל כן נחלש ביותר - וממש מתאפס לו - כל טיעון על  
7 קונספירציה או קשר צרכני או קשר משרדי או קשר חברות מתחרות כלפי התובעת  
8 וכנגדה, שהרי אם רצה מאן דהוא לפגוע באופן מאורגן וקיבוצי בתובעת - לא היה  
9 מהלל את אלפא רומיאו בסקר, בהיותה מותג ידוע ויוקרתי בשוק הרכב לא פחות  
10 מפיאט, ושגם היא מיובאת ע"י התובעת עצמה.

11

12 55. על כן, תשובות בן מרדכי בהקשר זה בעדותו (עמ' 9 ש' 2-15), על סיבת אי  
13 התביעה 'בשם' אלפא רומיאו, שלדעתו (וליתר דיוק - למשאלת לבו האנושית  
14 והנוגעת ללב) ראוי לה המיקום בחמישייה הראשונה, ועל אי התביעה 'בשם' לנצ'יה,  
15 שמקומה נפקד כליל בדף התוצאות ובכתבה (והמיובאת אף היא ע"י התובעת),  
16 וטענתו כי נפקד מקומה רק משום שהכותב השמיט אותה, ולא משום שציונה נמוך  
17 מזה של פיאט וכי הדירוג הסתיים במקום ה-27 ולא נמשך לגבי מכוניות מעוטות  
18 התייחסויות - אינן משכנעות כלל, בלשון המעטה.

19

20 56. אבסורדית ובלתי מהימנת לחלוטין, על כן, היא תשובתו וטענתו, לפיהן גם לו  
21 דורגה פיאט במקום ה-12, כמו "אחותה" המיובאת אלפא רומיאו, גם אז היה  
22 תובע בתביעת דיבה זו לגבי פיאט, ורק לו דורגה במקום הראשון היה נמנע  
23 מהגשתה (עמ' 11 ש' 14-21), והדבר נסתר מכוח העובדה שלא הוגשה תביעה בגין  
24 אלפא רומיאו למרות שזכתה רק במקום ה-12, ושבעתיים בולטת תשובה זו  
25 באבסורדיות חסרת המהימנות העולה ממנה, לאור העובדה שלא הוגשה תביעת



## בתי המשפט

ת.א. 53255/03

בית משפט השלום בתל אביב-יפו

תאריך: 15.11.05

בפני: כב' השופט טל שחר

1 דיבה בגין הציון, הנמוך יותר מזה של פיאט, שקבלה מכונית לנצייה שבייבוא  
 2 התובעת והמזוהה לטענתו עם התובעת (עמ' 12 ש' 10-11), ושאבסורד לטעון כי  
 3 דווקא לגביה לא מזיק הסקר לתובעת (עמ' 12 ש' 7), כמו גם לגבי 7 סוגי פיאט שכלל  
 4 לא נכללו התייחסויות גולשים לגביהן (עמ' 11 ש' 24 – עמ' 12 ש' 3).

5  
 6 57. אבסורדית ובלתי מהימנת על פניה, היא טענתו, כי לו נערך סקר שביעות רצון  
 7 על פי רשימת קוני פיאט ידועה ומהימנה, ולו היו תוצאותיו מצוינות – גם אז "לא  
 8 הייתי מפרסם נתונים כאלה החוצה גם אם היו מצוינים" (עמ' 13 ש' 1-4), וכי היה  
 9 רואה בפרסום תוצאות מצוינות שכאלה בבחינת הוצאת דיבה (כך!) (עמ' 13 ש' 7-9),  
 10 והדבר מנוגד ללגיטימיות שהוא קושר (עמ' 10 ש' 18 – עמ' 11 ש' 22) לשימוש פיאט  
 11 פנדה בתואר "מכונית השנה באירופה" בשנת 2004 (נ/1).

12  
 13 58. הוא מודה כי לא ידוע לו על יבואנית כלשהי שהתערבה בגרימת הטיית תוצאות  
 14 סקר שביעות רצון זה (עמ' 11 ש' 3-9).

15  
 16 חשובה הודאת בן מרדכי, כי אין התובעת טוענת שנתוני הכתבה מזויפים לעומת  
 17 התוצאות שהתקבלו באתר האינטרנט (עמ' 14 ש' 20-22), ואינו טוען לזיוף כלשהו  
 18 (עמ' 15 ש' 1), ואינו מכחיש את העובדה שהנתבעים פרסמו בדיוק את הנתונים  
 19 שנתקבלו באתר האינטרנט מהגולשים (עמ' 14 ש' 25-26), וחשובה הודאתו כי  
 20 "אינני אומר שכתבת התוצאות אינה משקפת את התפלגות המשיבים הנכונים"  
 21 (עמ' 15 ש' 5), וכל שנותר הוא להבין לרעו ולנווד לאנושיות משאלת לבו וללואיליות  
 22 שהוא חש כלפי מעבידתו בהשיחו מעמקי לבו באופן נוגע ללב, כי "מה שאני אומר  
 23 שזאת לא האמת האבסולוטית הראויה לפיאט" (עמ' 15 ש' 6), ואת האמת  
 24 האבסולוטית הלכאורית והיחסית הזו – לא התיימר סקר שביעות רצון הגולשים  
 25 לשקף או להשיג כלל.



## בתי המשפט

ת.א. 53255/03

בית משפט השלום בתל אביב-יפו

תאריך: 15.11.05

בפני: כב' השופט טל שחר

1

2 59. עובדה היא, ובן מרדכי מודה בה (עמ' 11 ש' 10-13), כי פיאט זכתה אמנם  
3 לדירוג כאחרונה בין 27 המכוניות המדורגות ע"י בגולשים, בהקשר האמור של  
4 שירות מוסכיהן, אך גם **ציונה (3.4) אינו נמוך כלל** ועיקר, שהרי הוא גבוה ממיצוע  
5 טבלת ההערכה (2.5), וגבוה מכל יתר המכוניות שכלל לא זכו להיכלל בין 27  
6 המכוניות הראשונות בדירוג, וגם הפרש הדירוג בין פיאט לבין הקודמות לה –  
7 לרבות הראשונה שזכתה בדירוג 4.5 בלבד, אינו דרמטי, ומכל שכן שאין היא מצויה  
8 בפער ניכר ממרבית הקודמות לה, **שרובן המכריע מחזיקות בדירוגי 3.5 עד 3.9**  
9 **בלבד**, קרי – **עד 5 עשיריות בלבד** מעל פיאט בציון המוענק.

10

11 60. הנתון של מספר הגולשים שמילאו שאלון לגבי כל אחד ואחד מתוצרי  
12 המכוניות 'המשתתפת' בסקר שביעות הרצון ולגבי כל אחד ואחד מסוגי המשנה  
13 (הדגמים) הספציפיים של אותו תוצר (לפיאט, דרך משל, הוברר שקיימים 34 דגמים  
14 וסוגי מכוניות בישראל: עמ' 11 ש' 24) – לא זו בלבד שאינו נתון נעלם או נסתר או  
15 מוצנע בכתבה ובנספחיה, אלא – כפי שעולה מעמודי אסופת נספחי ב' לתצהיר  
16 התובעת עצמה, מפי בן מרדכי) – מדובר בנתון מספרי המתנוסס באותיות של  
17 קידוש לבנה בראש כל עמוד נתונים לגבי כל אחד ואחד מסוגי המשנה ומהדגמים  
18 של תוצרי הרכב המדובר.

19

20 בראש כל דף כזה, אליו מגיעים **בגלישה ישירה** מלוח התוצאות ומבחירת סוג הרכב  
21 המדובר, כתוב בבירור "הצביעו 15 אנשים" או "הצביעו 56 אנשים" או "הצביעו 2  
22 אנשים", וכו', ולא נותר לקורא אלא להסיק לבד את מסקנת שיעור התקפות  
23 הסטטיסטית מנתון מספר המשתתפים המצביעים, ביחס לממצאי ריכוז דעתם,  
24 ואין כאן הטעיה או הוצאת לשון הרע.

25



## בתי המשפט

ת.א. 53255/03

בית משפט השלום בתל אביב-יפו

תאריך: 15.11.05

בפני: כב' השופט טל שחר

1 61. אין גם מחלוקת, כי תוצרי רכב (כל דגמיו, ביחד, של רכב מתוצר מסוים) שלא  
2 נאספו לגביהם שאלונים כלל או שהיו לגביהם שאלונים במספר זעום בלבד –  
3 מצויים אי שם "מתחת" לדירוג פיאת בדף תוצאות הסקר וכלל לא נכנסו לרשימת  
4 תוצאות הסקר, כפי שכן מרדכי עצמו משער, ובצדק, וכפי שקרה גם לגבי התוצר  
5 הידוע לנצייה (עמ' 11 ש' 24 – עמ' 12 ש' 3), שלתובעת, מפי בן מרדכי, התחמקות  
6 תמוהה מלהסביר מדוע לא הוגשה תביעה בגין תוצר רכב זה, המיובא על ידה  
7 והמזוהה לטענתה עם שמה (עמ' 12 ש' 11-1).

8

9 62. אין מקום לייחוס הטעיה כלפי הקוראים, באבחנה בין **כותרת המשנה** של  
10 הכתבה לבין גופה, שכן החלק **העיקרי** של לשון הרע המיוחסת נשוא התביעה הוא  
11 דווקא **במשפט הסיום** שלה, בתחתית העמוד הראשון של הכתבה, ואליו מגיעים  
12 מדרך הטבע רק בקריאת הכתבה **כולה**, וגם כותרת המשנה אינה אלא תמצית נכונה  
13 והוגנת של טבלת המדרוג שהתקבלה מסקר שביעות הרצון, וטבעי שתוצר רכב  
14 מסוים יהא בראש המדרוג, כפי שטבעי שתוצר רכב אחר יהא בסופו, והפעם איתרע  
15 מזלה של התובעת לסגור רשימה טבלאית זו, ביחד עם מכוניות רבות וטובות  
16 אחרות, שמצויות כמעט באותה תוצאה אריתמטית של דירוג, כמותה.

17

18 63. מסלף ומטעה הוא טיעון התובעת, בסעיף 10 לתצהיר בן מרדכי, לפיו כביכול  
19 "פורסם בכתבה" כי "**בעלי רכב פיאת בישראל מקבלים את השירות הגרוע**  
20 **בישראל**".

21

22 מדובר ב'ציטוט' בלתי נכון, שכן אין אמירה כזו ואין היגד מילולי כזה בכתבה, זולת  
23 הקביעה החזותית כי פיאת דורגה במקום ה-27 והאחרון מבין 27 המכוניות  
24 שהגולשים מצאו לנכון לדרג בסקר שביעות רצונם מהשירות במוסכי השירות,  
25 וכשלאחר 27 מקומות מדורגים אלה קיימים עוד תוצרי רכב לא מעטים שלא דורגו



## בתי המשפט

ת.א. 53255/03

בית משפט השלום בתל אביב-יפו

תאריך: 15.11.05

בפני: כב' השופט טל שחר

1 כלל (ולנציה המפורסמת היא רק אחד מהם, כמו גם (וארשה לעצמי להוסיף את  
2 אלה שהם בבחינת מן המפורסמות שאינן צריכות ראייה ובגדר ידיעה שיפוטית  
3 ונחלת הכלל) – אוסטין, ביואיק, רולס רויס, ניסאן, יגואר, לנדרובר, ג'יפ,  
4 אוטוביאנקי, קאיה, אולדסמוביל, דודג', דאייהו, לאדה, סאאב, ועוד, שמן הסתם  
5 דורגו 'מתחת' לפיאט או הרחק מאחוריה או נעדרו שאלוני גולשים כלל או כי  
6 נתקבלו לגביהן שאלונים במספר זעום, **כך שפיאט היא במקום ה-27, שמעל חציון**  
7 **ומעל ממוצע הדירוג האפשרי, ובהחלט יש 'מאחוריה' עוד כעשרים תוצרי רכב**  
8 **קיימים, וגם ציונה האריתמטי – 3.4 מתוך 5 – אינו ציון 'גרוע' כלל ועיקר.**

9

10 64. בהערת אגב אוסיף, כי עיון בעמודי אסופת נספחי ב' לתצהיר בן מרדכי מעלה,  
11 כי דגמים של פיאט זכו בדירוג גבוה ובממוצע גבוה ביחס לפקטורים נשאלים, לרבות  
12 ובמיוחד בפקטור הנשאל של "שביעות רצון כללית", הרבה מעבר לדירוגה בדף  
13 תוצאות הסקר אודות שביעות רצון מהשירות במוסכי השירות, וממוצע 'ציוני'  
14 פיאט באותם פקטורים אחרים מעלה אותה בעליל אל מעבר למקום ה-27 נשוא  
15 הכתבה, וגם נתונים **מחמיאים יותר** אלה היו לנגד עיני כל קורא וגולש שרצה לבחון  
16 אותם, בייחוד לקראת רכישה אפשרית של דגם פיאט מסוים בו התעניין, או מתוך  
17 סקרנות לגבי "מה חושבים עמיתיו לרכישה קיימת" של דגם פיאט שכבר קנה.

18

19 65. לא הופרך, כי כל שעשו הנתבעים הוא **לדווח** על תוצאות סקר שביעות הרצון  
20 של הגולשים, ללא ניתוח מרחיב ותוספות, אלא בביצוע **ממוצע אריתמטי פשוט** (עמ'  
21 16 ש' 20-24), כשניתוח הנתונים הוא בעצם **רק ריכוזם האריתמטי** כאמור (עמ' 17  
22 ש' 3-10), בתור קול אחד לכל תשובה, ותו לא (עמ' 17 ש' 13-17).

23

24

25

הגנת קיומו של עניין ציבורי :



## בתי המשפט

ת.א. 53255/03

בית משפט השלום בתל אביב-יפו

תאריך: 15.11.05

בפני: כב' השופט טל שחר

1

2 66. לא יכול להיות חולק, כי עומדת לימין הנתבעים ההגנה כי "היה בפרסום עניין  
3 ציבורי", בהיות המדובר בנושא של מידת שביעות רצונם של בעלי מכוניות בישראל  
4 מרמת השירות של מוסכי השירות לרכב.

5

6 זה נושא הנוגע למאות אלפי בעלי מכוניות בישראל, לפחות פוטנציאלית, גם אם  
7 היקף הגולשים, הקוראים את הכתוב באתר אינטרנט של הנתבעים, או 'המרפרפים  
8 לתוכו' בקריאה חלקית או מקוטעת, הינו קטן בהרבה, וגם אם אין מדובר בהעמקה  
9 מחקרית או בסקר מדעי.

10

11 67. שילובם של "אמת בפרסום", כאמור לעיל, ביחד עם קיומו של "עניין ציבורי"  
12 כזה – מוביל לתחולת ההגנה המשולבת שבסעיף 14 לחוק, העומדת לימין הנתבעים  
13 לגבי הפרסום הנוכחי, גם אם היו קיימים בו פרטי לוואי שאין בהם פגיעה של ממש  
14 ואשר לגביהם לא הוכחה כביכול אמיתותם של אותם פרטי לוואי, כלשון הסיפא  
15 לסעיף 14 לחוק.

16

17

18

19

20

### תום לב הנתבעים:

21

22 68. למרות רמיזות התובעת בין השיטין, ולמרות אמירתה התמוהה, בסעיף 14  
23 רישא לכתב התביעה, על כך שהפרסום מצד הנתבעים נעשה "בכדי לפגוע" בתובעת  
24 או בפיאט (אמירה שהתובעת עצמה אינה מאמינה בה, ככל הנראה, לפי עובדת



## בתי המשפט

ת.א. 53255/03

בית משפט השלום בתל אביב-יפו

תאריך: 15.11.05

בפני: כב' השופט טל שחר

1 הסתפקותה בתביעת הפיצוי הסטטוטורי המופחת, המוענק בחוק למקרה של  
2 הוצאת לשון הרע שנעשתה **שלא** "בכוונה לפגוע", ושממילא לא הוכחה כל הוצאת  
3 לשון הרע), - הנה **נשללות בחומר הראיות כל כוונה כזו וכל זדון או רצון לפגוע**  
4 **בתובעת או התמקדות כלשהי בה או איסוף מגמתי של נתונים או ניתוח ממוקד של**  
5 **הנתונים כלפיה או כלפי פיאט**, ולא נשלל קיומו של תום לב מלא מצד הנתבעים  
6 בהתנהלותם לקראת הפרסום ובגיבוש תוכנו הסופי.

7

8 69. עובדה היא, כי הנתבעים הסתפקו (לפחות באותו שלב ובאותו עיתוי) בפרסום  
9 תוצאות סקר שביעות הרצון רק לגבי הפקטור הנשאל, של מידת שביעות הרצון של  
10 הגולשים מהשירות במוסכי השירות של המכוניות השונות בישראל, ולא פרסמו מי  
11 מתוצאות סקר שביעות הרצון לגבי יתר הפקטורים נשוא השאלון, שבחלקם היה  
12 גרעין פוטנציאלי 'מזיק' בהרבה למותגי הרכב הכלולים במדרגי הגולשים ובניתוחם  
13 הפוטנציאלי הנצפה של נתוני אותם שאלוני דירוג.

14

15 70. למרות אי פרסום התנצלות מצד הנתבעים, לה עתרו במכתב בא כוחם אל  
16 הנתבעים (נספח ד' לתצהיר בן מרדכי), אין נשלל בכך – חרף עתירת ב"כ התובעת  
17 בסעיף 11 לסיכומי התשובה של ב"כ התובעת) – תום הלב של הנתבעים, שכן האמור  
18 בסעיף 17(א) לחוק בהקשר זה נסבים על מקרה בו "פורסמה לשון הרע", וכאן  
19 הופרך שמדובר בלשון הרע, כך שנימוק ב"כ התובעת אינו מחזיק מים.

20

21 71. בקיום תום לבם של הנתבעים תומכים גם דברי בן מרדכי, בעדותו האמורה,  
22 בה שלל כל אפשרות שהנתונים מזויפים או כי הנתונים המפורסמים אינם תואמים  
23 ככפפה לנתונים שנתקבלו מאיסוף אריתמטי של תוצאות השאלונים כפי שהם (עמ'  
24 14 ש' 20-26), ושלל כל ניתוח מגמתי או מסלף בטקסט שבכתבה ובהשוואתו לנתוני  
25 השאלונים עצמם, ככתבם וכלשונם (עמ' 15 ש' 1-5).





## בתי המשפט

ת.א. 53255/03

בית משפט השלום בתל אביב-יפו

תאריך: 15.11.05

בפני: כב' השופט טל שחר

1

2

### הגנת חובה חברתית, מקצועית ועיתונאית:

3

4 72. ועומדת לימין הנתבעים חזקת תום הלב גם מכוח טענתם לקיומה של חובה  
5 מקצועית ועיתונאית צידם בנושא שיש בו עניין חברתי וצרכני טהור, לקיים משאל  
6 צרכנים שכזה וסקר שביעות רצון שכזה עם מידרג המתקבל בו לגבי מוסכי שירות  
7 לרכב בישראל, כלשון **סעיף 15(2) לחוק**, מה-גם, שכלפי קהל הקוראים והגולשים  
8 שלהם היתה לנתבעים חובה מוסרית, ואף חוקית, לפרסם מידע כזה, גם במגבלות  
9 הידועות מראש ולכל דכפין, של שיקוף 'האמת' 'האבסולוטית' הגלומות בסקר  
10 שביעות רצון לכאורי שכזה, שכל מי שעניו בראשו יכול להסיק את מסקנותיו  
11 האישיים לגבי מידת תקפותם 'האבסולוטית' של ממצאיו ולגבי מידת 'הכיסוי'  
12 הסטטיסטי של 'נכונות' תוצאותיו ביחס לכלל בעלי הרכב בישראל.

13

14 73. ומכוח כל אלה – עומדת לימין הנתבעים גם **ההגנה המשולבת מחלופות רכיב**  
15 **תום הלב (סעיף 15 רישא לחוק)** המוטבע בפרסום הכתבה, והכל בצד קיומה של  
16 הגנת האמת בפרסום, שלא הופרכה ע"י התובעת כלל.

17

18

### הנזק:

19

20 74. לא בכדי ויתרה התובעת מראש על הוכחת נזק, שלטענתה נגרם לה.  
21 אין בידה בדל ראייה על גריעה ממכירותיה כתוצאה מהכתבה.  
22 לא הובאה עדות חיצונית מפי מי שהושפע 'לרעתה' או לרעת פיאת כתוצאה  
23 מהכתבה.

24



## בתי המשפט

ת.א. 53255/03

בית משפט השלום בתל אביב-יפו

תאריך: 15.11.05

בפני: כב' השופט טל שחר

1 75. למרות הנטען בתצהיר בן מרדכי (סעיף 11, בזיקה למכתב ב"כ התובעת מיום  
2 21.7.03, שצורף כנספח ד' לתצהירו) – לא נכללת כלל בכתב התביעה עתירה לחיוב  
3 הנתבעים בפרסום התנצלות כלשהי. נראה, כי התובעת לא ראתה נזק, או לא ראתה  
4 צורך בהקטנת נזק, ע"י התנצלות כאמור.

5  
6 76. לא בכדי הסתפקה בתביעת פיצוי סטטוטורי, ולא בכדי – חרף הנקיבה בהיות  
7 המדובר בפרסום שבוצע "בכדי לפגוע" (סעיף 14 רישא לכתב התביעה) – נתבע פיצוי  
8 סטטוטורי שאינו כפל הפיצוי (סעיפים 7א' + ג' לחוק).

9  
10 77. מכל מקום, משנשללת כל חבות כלפי התובעת, ומשאינן לראות בכתבה  
11 ובנתוניה (בכותרת המשנה ובמשפט הסיום, שהם נשוא התביעה) בבחינת הוצאת  
12 לשון הרע כלפי התובעת – הרי באין חבות - גם אין פיצוי, אף לא פיצוי סטטוטורי,  
13 כולו או חלקו.

### לקראת סיום:

14  
15  
16  
17 78. לא בכדי אין חברת פיאט, יצרנית הרכב, מנויה בין התובעים בתיק זה, ולא  
18 בכדי לא הגישה תביעה נפרדת בגין הכתבה (ולא נטען אחרת).

19  
20 טוב היה לה לתובעת שתתעלם מסקר שביעות רצון זה, על חסרונותיו הגלומים  
21 באפיוניו ובטיבו, שנסקרו לעיל, כפי שהתעלמו ממנו (ולא נטען אחרת) חברות  
22 ויבואניות אחרות, ששמן אוזכר בהקשרים ישירים בלתי מחמיאים, כמו מיצובישי  
23 וצימפיון, וכפי שהתעלמו ממנו יצרניות רכב ויבואניות רכב, שמכוניות היבוא שלהן  
24 מדורגות אף הן במקומות הנמוכים בסקר, ושחלקן "ידועות בציבור" לחיוב, בעלות  
25 מותג, נתח שוק, מחזור מכירות, נפוצות ופופולאריות, במידה לא פחותה משל



## בתי המשפט

ת.א. 53255/03

בית משפט השלום בתל אביב-יפו

תאריך: 15.11.05

בפני: כב' השופט טל שחר

1 התובעת ופיאט, או קרובות אליהן, כמו, הס מלהזכיר: מיצובישי שבמקום 12 (3.9),  
 2 סיטראן שבמקום 12 (3.9), רנו שבמקום 12 (3.9), ב.מ.וו שבמקום 16 (3.8), סובארו  
 3 שבמקום 16 (3.8), פולקסוואגן שבמקום 16 (3.8), אופל שבמקום 21 (3.6), פורד  
 4 שבמקום 21 (3.6), פיזיו שבמקום 21 (3.6), קרייזלר שבמקום 26 (3.5).

### לסיכום:

#### 79. התביעה נדחית.

היא אחת מאותן תביעות, אשר טוב היה לה שלא תוגש, משתוגש.

80. ניהולה, הגנת הנתבעים כלפיה, הכנת כתבי בי-דין, הכנת הראיות, חקירת  
 עדים, ניהול ישיבות בית המשפט והכנת הסיכומים שבכתב – כל אלה הצריכו את  
 הנתבעים לשכור שירותי עורכי דין ולשלם בממון עבורם, ואין דרכם של עורכי דין  
 לעמול ללא שכר, מן הסתם.

לאור שיקולים אלה, ולאור תוצאת ההתדיינות ונימוקי פסק דין זה, ומשבגין בש"א  
 189985/04 שנמחקה בהסכמה, הוסכם כי שכי"ט עו"ד ייקצב ע"י בית המשפט  
 במסגרת פסק הדין הנוכחי (כאמור בסעיף 10 לעיל), - אני מחייב את התובעת לשלם  
 לנתבעים, לכולם ביחד (עקב הייצוג המשפטי המשותף), שכי"ט עו"ד כולל בסך  
 25,000 ₪, בצירוף מע"מ כחוק ובצירוף הפרשי הצמדה וריבית שנתית צמודה  
 מירבית כחוק מהיום ועד ליום התשלום בפועל.

המזכירות תשגר עותקי פסק דין זה לב"כ הצדדים.

**בתי המשפט****ת.א. 53255/03****בית משפט השלום בתל אביב-יפו****תאריך: 15.11.05****בפני: כב' השופט טל שחר**

1

2

ניתן בהעדר הצדדים, היום – 15.11.05,

3

4

**טל שחר, שופט**