

"דה-מרקר" תובע אפליקציה: "מעשה הונאה"

פרסומת ברשת לאפליקציה השנויה במחלוקת MySmarty מתחזה לאתר "דה-מרקר" • הדומיין רשום על שם הבעלים שגיב קורן, אבל באפליקציה טוענים: המתחרים שלנו עשו את זה

אורן פריסקו | 08.08.2017 | 1

ברת הוצאת עיתון הארץ בע"מ הגישה בחודש שעבר תביעה נגד חברת סמארט וואי קלאב ישראל בע"מ ונגד בעליה, שגיב קורן ויורם אדרי. העיתון טען, באמצעות עורכי-הדין דור ליאונד ושרון נתן, כי החברה יצרה "פרסום מפוברק" שנחזה להיות פרסום באתר "דה-מרקר", כשבמרכז הפרסום עומדת אפליקציה בשם MySmarty, שיצרה החברה.

"הפרסום המפוברק", שעלה לאוויר בכתובת www.themarker.info, נועד ליצור את הרושם כי מערכת "דה-מרקר" בדקה את האפליקציה ומצאה אותה בעלת ערך רב, נטען בכתב התביעה. "מעשה זה, אשר נעשה תוך הטעיה מכוונת, הוא מעשה הונאה של ממש", נטען עוד. בעיתון טענו כי הפרסום המפוברק נועד להשיא רווחים לבעלי האפליקציה, כמו גם לשנות את התדמית השלילית שדבקה בחברה, שכן זו תוארה בפרסומים רבים כמי שפועלת בשיטת תרמית המכונה "פירמידה".



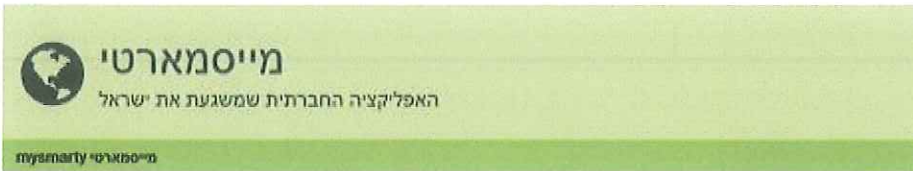
העין השביעית פונה לקוראיה ומבקשת את עזרתם

תרמו עכשיו לעין השביעית ועזרו לנו להמשיך לפקוח עין

תרמו לעין השביעית

ב"דה-מרקר" בדקו ומצאו כי הדומיין themarker.info רשום על שמו של שגיב קורן, ועל כן הגישו את התביעה נגדו ונגד החברה שבעלותו. בעיתון דורשים מהם פיצוי בסך 150 אלף שקל והסרה של הפרסום המפוברק מהרשת.

בחברת סמארט וואי דוחים מכל וכל את הטענה של "דה-מרקר" כאילו יש קשר בינם ובין הפרסום המפוברק. "אין הנתבעים אחראים בכל דרך שהיא לכתובתה ופרסומה של הכתבה באתר המרשתת", נטען בכתב ההגנה, "ואם נעשה שימוש בשם 'דה-מרקר', שימוש זה לא נעשה על-ידי הנתבעים או מי מהם". לדברי החברה ובעליה, מתחריהם העיקשים הם ששתלו, לכאורה, את הכתבה המפוברקת בדומיין שנחזה להיות זה של אתר "דה-מרקר".



אפליקציה חברתית? האומנם? יאנוס לבדוק

מאת: אורן דורי

לא בכל יום יצא לך לאת ולסקר אפליקציה חדשה שהצליחה לסחוף מדינה שלמה. אפליקציית מייסמארטי שנועדה לספק חוויית שימוש מיטבית בכל קרית "אוף לין" מגישה לישראל. בינתיים עשרות אלפי עסקים ברחבי העולם משתמשים בה.

אפליקציה מייסמארטי היא אפליקציה חדשה שפיתחו יחד עם ישראלים, המאפשרת לכל לקוח לתקשר עם בית עסק דרך מערכת צ'אט מתקדמת. מן הצד השני, דרך אפליקציית מייסמארטי לעסקים יש אפשרות לכל בית עסק לפרסם דף נחיתה חיומי ולכל לקוח למצוא ביתר קלות את בית העסק, לנווט אליו, להתקשר, להזמין שולחן או סייק-אפאי ואפילו לספק עסקים על פי רצונו של הלקוח.

עד לסגור זה נשמע טוב, נ?

לקחנו לשיחה אישית את יוסי החברה. מר קורן,

קורן החל את דרכו לפני כשנתיים ללא ניסיון קודם או הון עצמי ופיתח שיטת "מימן המונים" אשר גייסה כספים מן הציבור ולא ממשקיעי יחיד. עבור אפליקציית smarty

אז מה מיוחד את המערכת שפיתחה מייסמארטי?

"הפרסום המפוברק" בכתובת themarker.info

Latest comments

12.03 / 13:37
[זה פשוט מאוד מדובר הזה](#)
 והמחיר לתוצרים חופשי מדהים

06.03 / 18:19
[כל הכבוד לאפליקציה](#)
 מייסמארטי. העין הזו
 ... שלמה יענוב

05.03 / 22:06
[אפשר לעשות ככה הכל... פשוט](#)
 בכלל מדהים

05.03 / 14:30
[אני חושב שזה גאון ישראלי](#)
 שרואים כמה חושבים על הנוש
 ...

[Write comment](#)

Share this page

- [Share on Facebook](#)
- [Share on Twitter](#)
- [Share on Google+](#)

עוד טוענים הנתבעים, באמצעות עו"ד עמוס טיין, כי הדרישה של "דה-מרקר" לפיצוי בסך 150 אלף שקל "מוגזמת ומופרכת מיסודה", שכן ממילא עלות פרסום כתבה באתר "דה-מרקר", באמצעות **משרד יחסי-הציבור של ברק רום**, עומדת על 2,500 שקל. כדי לתת תוקף לטענה זו צורף מייל שנשלח ממשרד יחסי-הציבור של רום.

לפי המייל, משרדו של ברק רום מציע, כ"מחירי מינימום כדי שניצור שת"פ קבוע", כתבות פרסומיות בעלות של בין אלף ל-2,500 שקל, תלוי באתר. עד היום אכן פורסמו כתבות פרסומיות רבות על האפליקציה, בין היתר באתרים "**ישראל היום**", **nrg**, "**ביזפורטל**" ו"**בחדרי חרדים**".

"אין כל הסבר הגיוני לצורך' שהנתבעים יפרסמו כתבה באיכות כל-כך נמוכה, כדוגמת הכתבה מושא התביעה, עת שהנתבעים יכולים לשלם 1,000 שקל, סכום סביר למטרת פרסום עסקי לכל הדעות, וזאת בעבור כתבת תמיד ב'ידיעות אחרונות' או באתר 'ביזפורטל', או כאמור סך של 2,500 שקל לכתבה אצל התובעת ['דה-מרקר']", נטען בכתב ההגנה.

כמו כן דוחים הנתבעים את הטענה כי האפליקציה שלהם היא תרמית בשיטת "פירמידה". לדבריהם, "מעולם לא הוגשה כל תביעה ו/או כתב אישום כלשהו כנגד מי מהנתבעים בגין טענות אלה".

58593-05-17

* * *