

גלובס און ליין – 15-16 בפברואר 2010

גלובס
זירת העסקים של ישראל

ציוץ מסוכן



השיחה של מחר

עו"ד שי ברנוב

לדוגמה, טוויט המכיל לינק לאתר תערוכה שבו מציגה החברה אינו בעייתי על פניו. לעומת זאת, פרסום טוויטים עם הפניות סלקטיביות לניתוחי אנליסטים שסוקרים בצורה אוהרת את פעילות החברה טומנים חשיפה ממשית לחברה.

על אף האתגרים המשפטיים המורכבים, קיימים פתרונות. ראשית, בעזרת אנשי מקצוע הכרחי להגדיר אסטרטגיה: מטרות ושימושים של חשבון הטוויטר של החברה. יש להתמקד בסיכונים הפוטנציאליים שנוצרים כתוצאה מכך. מומלץ לבחון את מדיניות החברה ביחס לפרסום מידע

השימוש בטוויטר לא שונה משימוש בכל אמצעי תקשורת אחר וככזה, חוקי ניירות הערך האמריקנים חלים עליו. לדוגמה, אחד הכללים בדיני ניירות ערך אמריקנים קובע שיש להימנע מאי ציון עובדה מהותית שהיעדרה עשוי לגרום להטעיה. במגבלות התווים המוקצית לטוויט (140

רשתות חברתיות, בלוגים ומיקרו בלוגים דוגמת פייסבוק, מייספייס וטוויטר, אינם אפיוזדה חולפת. השימוש בהם על-ידי חברות לצורך מטרות מסחריות הולך וגובר. לפי סקר שנעשה לאחרונה, 73 חברות מה"פורצ'ן 100", מפעילות חשבון טוויטר, לעומת 54 באוגוסט 2009. גם מספר החברות הישראליות המשתמשות בטוויטר כדי לקדם את עסקיהן עולה בצורה מתמדת. בעבר אסרו חלק מהחברות את השימוש ברשתות חברתיות לצורך קידום עסקיהן, אולם העלייה הדרמטית בשימוש ברשתות אלה וברשת בכלל, הביא רבות מהן לשנות את הגישה והמדיניות לנושא.

כיום, תאגידים רבים מפרסמים בלוגים, פותחים ומפעילים חשבון פייסבוק וחשבון טוויטר גם יחד. כאמור, גם חברות ישראליות מיישרות קו עם התופעה. לפחות 6 מהחברות הישראליות הרשומות למסחר בנאסד"ק, מנהלות חשבון טוויטר – צ'ק פוינט, קליקסופטוור, ג'קדה, אודיוקורדס, וולטייר ואלווריון. השימוש בטוויטר ע"י חברות נעשה לשלוש מטרות עיקריות: שיווק, פרסום ויחסי משקיעים. חדשות וחידושים, הישגים, מוצרים ומבצעים – כולם מועברים בטוויט. בנוסף, טוויטר משמש את החברות כאמצעי נוסף להפצת מידע בזמן אמת: מאסיפות בעלי מניות ועד שיחות ועידה רבעוניות בהן נידונות התוצאות הכספיות של החברה.

מספר החברות הישראליות המשתמשות בטוויטר עולה בצורה מתמדת. על אותן חברות להיות מודעות גם לסכנות שבשימוש בו

(DISCLOSURE POLICY) לאור השימוש בחשבון טוויטר. יש להגדיר מספר מצומצם של עובדים בחברה שרשאים לפרסם טוויטים מחשבון החברה, כמו גם הליך אישור הפרסום וקביעת תהליכי בקרה פנימיים (לפני או אחרי הפרסום), בכדי לזהות חשיפות פוטנציאליות וחריגה מנהלי החברה. ●

הכותב הוא שותף במשרד ZAG/S&W, שבבעלות 'משרד זיסמן, אהרוני, גייר ועדי קפלן ושות'

תווים), מגבלה זו הופכת לקושי אמיתי. יתרה מזאת, העובדה שטוויט מתפרסם בתפוצה רחבה באופן מידי ובלתי ניתן לאחר מכן לעריכה או מחיקה, מגדילה את החשיפה המשפטית לחברה. במסמך שפורסם ב-2008 ע"י רשות ניירות הערך האמריקנית מפורטות שורת מגבלות הנוגעת למדיניות שימוש באתרים ע"י חברות ציבוריות. יצוין כי ביחס לשימוש בהפניה בלינק לאתר של צד שלישי, רשימת מגבלות שהופכת את היישום בטוויטר בידי חברות לבעייתי.