

שלחו להדפסה

גודל פונט

משפט

בארץ

חשיפת "כלכליסט": העסק המפוקפק של יורי גיא־רון חברת פרסום בבעלות ראש לשכת עורכי הדין ואשתו כנרת עשתה עד 2005 רווחים נאים מרכישת שטחי פרסום למודעות מין בעיתונים. גיא־רון גם לא דיווח לחברי הלשכה כי בחברה מועסקים שני אחיה של העוזרת האישית שלו, שבעבורה נלחם להשיג שכר גבוה מתקציב הלשכה

ענת רואה

09:58, 22.11.09

122 תגובות

בשנת 2002, כחמש שנים לפני שנבחר לראשות לשכת עורכי הדין, הקים עו"ד [יורי גיא־רון](#) עם כמה עורכי דין נוספים מחלקה משפטית מיוחדת במשרד עורכי הדין שלו, שמטרתה היתה הענקת סיוע משפטי חינם בנושא זכויות אזרח והגנה על אוכלוסיות חלשות. כשנתיים לאחר מכן התרחבה הפעילות וגיא־רון ייסד את "מרכז השופט חיים כהן להגנה על זכויות אדם".

גיא־רון, אשר באותן שנים שימש גם נציג לשכת עורכי הדין בוועדה למינוי שופטים, אף פעל לשנות את שם משרדו ל"אדם עורכי דין", שם שמבטא את הקשר לזכויות אדם. מאחר שכללי האתיקה של עורכי הדין מחייבים שהפירמה תיקרא רק על שם חבריה, גיא־רון לא התעצל, פנה למשרד הפנים ושינה את שמו ליורי אדם גיא־רון - מהלך שהכשיר את כינוי המשרד בשם "אדם" וסייע לבסס את תדמיתו כמגן זכויות החלשים.

אלא שתחקיר שערך "כלכליסט" חושף ממצאים שאינם עולים בקנה אחד עם תפיסת עולם הדוגלת בהגנה על חלשים. לפי ממצאי התחקיר, במקביל לתקופה שבה פעל גיא־רון במרץ במסגרת משרד אדם ומרכז חיים כהן להגנה על זכויות אדם, הוא נהנה מהכנסה צדדית גדולה ממכירת שטחי פרסום שיועדו למודעות המציעות שירותי מין. מקורביו באותה תקופה מעריכים שההכנסה הזאת הצטברה לסכומים של מיליוני שקלים.

העיסוק התבצע באמצעות חברת ג.פ אפיקי שיווק, חברת פרסום ושיווק בבעלותם המשותפת של גיא־רון ואשתו, כנרת (פרי). השניים מחזיקים בחברה בחלקים שווים, וכנרת משמשת מנכ"לית החברה.

חברת ג.פ אפיקי שיווק מכרה שטחי פרסום למודעות מין עד שנת 2005 לערך, המועד שבו תיקון לחוק חיסל את השוק הזה בעיתונות הכתובה, ולטענת גיא־רון המועד בו נודע לאשתו עליהן. גיא־רון טוען כי הוא עצמו כלל לא עסק בענייני החברה באופן אישי. החברה גם העניקה למפרסמים שירותי גרפיקה ועימוד למודעות, ולמעשה היתה גורם שתיווך בין לוחות המודעות של העיתונים לבין מכוני ליווי, שהזמינו באמצעות ג.פ את המודעות שביקשו לפרסם.

עובד לשעבר בחברת ג.פ תיאר ל"כלכליסט" את מערך העבודה השוטפת. מדבריו עולה שהחברה היתה מעין מתווכת בין לוחות המודעות בעיתונים לבין מכוני הליווי, שהזמינו

ממנה את המודעות. לדברי אותו עובד, התכנים למודעות של מכוני הליווי היו מתקבלים בטלפון ובפקס, וגם היתה מספקת גם שירותי גרפיקה למודעות. לצורך כך היא אף העסיקה בשכר מעצבים גרפיים. "באחד הימים הגיעו למשרדי החברה נערת ליווי והסרסור שלה, שהחל לחלק למעצב הוראות לגבי אופן עיצוב המודעה שלהם", מספר העובד. "הייתי אז סטודנט צעיר ונזקקתי לעבודה, אבל זה הרגיש כמו כסף מלוכלך. לאחר האירוע עם הסרסור לא יכולתי להמשיך לעבוד שם, וכעבור יום או יומיים התפטרתי".

עובדת נוספת שעבדה אז בחברה אומרת: "אני לא יודעת מה ראש לשכת עורכי הדין ידע או לא ידע לגבי פעילות החברה, אבל ברור שמנהלת החברה (כנרת פרי. ע"ר) אמורה היתה לדעת היטב מה טיב המודעות".

האחים של העוזרת האישית

חברת ג.פ אפיקי שיווק הוקמה ב-1994 תחת שם אחר, ונרכשה על ידי בני הזוג גיא-רון ב-1996. הלקוח הקבוע של החברה לאורך השנים היה קופת חולים מאוחדת. בראשית העשור הנוכחי החלה ג.פ להיכנס לתחום הפעילות של מודעות לוח, ובהמשך גם מודעות לשירותי ליווי. לעיסוק במודעות האלה יש מוניטין מפוקפקים, אבל הוא טמן בחובו רווחים גבוהים. מחירן של מודעות כאלה היה אז פי ארבעה ממחירה של מודעת לוח "רגילה" באותו שטח. למען ההגינות, ראוי לציין שעד לתיקון בחוק שאסר פרסום מודעות מסוג זה, כמעט כל העיתונים היומיים חטאו בפרסומן, והן הופיעו במאות במקומונים של סוף השבוע.

בג.פ הועסקו במשך שנים ארוכות האחים אוהד ואלמוג אוזן. אלמוג הועסק בה במשך כ-13 שנים כמנהל צוות הפרסום, עד שפרש במאי 2007, כאשר גיא-רון כבר היה בעיצומו של קמפיין הבחירות שבסיומו נבחר לראשות הלשכה. אוהד אוזן משמש עד היום מנהל השיווק הבכיר של החברה.

אוהד ואלמוג אוזן הם אחיה של עו"ד אביטל אוזן, העוזרת האישית של גיא-רון מאז מונה לראש הלשכה. זוהי אותה עוזרת שמינויה עורר ביקורת פומבית חריפה נגד גיא-רון, שביקש לאשר לה שכר חודשי בגובה 17 אלף שקל ברוטו אף שהיתה עדיין רק עורכת דין טרייה שהגיעה לתפקיד היישר מטקס ההסמכה.

במהלך הדיונים על תקציב הלשכה ל-2008, חודשים אחדים לאחר שגיא-רון התמנה לראש הלשכה, הוא ביקש להקצות תקציב של 280 אלף שקל להעסקת עוזרת אישית. לנוכחים בישיבות הוצג מצג שלפיו לתפקיד העוזרת מיועדת עורכת דין בעלת כמה שנות ניסיון, יוצאת משרד ש. הורוביץ. באותו זמן היתה אביטל אוזן מתמחה של גיא-רון, ואמורה היתה לגשת באפריל 2008 למבחני ההסמכה של לשכת עורכי הדין.

חודשים ספורים לאחר מכן, במרץ 2008, חשף "כלכליסט" כי גיא-רון מתכוון למנות לתפקיד את אוזן, וזו תיכנס לתפקידה מיד לאחר הסמכתה כעורכת דין ותקבל את מלוא השכר שאושר עבור עורכת הדין ממשרד ש. הורוביץ. מדובר בשכר דומה לזה שממנו נהנים מנהלי המחוזות בלשכה, חלקם בעלי ותק של עשרות שנים במקצוע.

לא מעט גורמים בתוך הלשכה ניסו להתקומם על השכר שהיה גבוה כמעט פי שלושה מהשכר ששילם לה גיא-רון כשהועסקה על ידו באופן פרטי כעוזרת, ולאחר מכן כמתמחה. גיא-רון הדף את כל מבקריו, והתקציב אושר לבסוף. בשום שלב לא חשף גיא-רון ולו ברמז בפני חבריו כי אחד מאחיה של העוזרת האישית הועסק עד לא מכבר בחברה שבבעלותו, ואילו אחיה השני עדיין מכהן בחברה בתפקיד בכיר. בהצעת התקציב ל-2010 עודכן שכרה של העוזרת, כך שעלותו תהיה 297 אלף שקל, 17 אלף יותר מבשנה שעברה.

אגב, האח אלמוג אוזן לא נטש את תחום מודעות המין. מיד עם פרישתו מג.פ הוא הקים עם שני שותפים נוספים את כריזמה שיווק ופרסום בע"מ, הפועלת בין היתר

בפרסום למכונני ליווי.

מי שרוצה, למשל, לפרסם במגזין "בננה", שכל תכניו הם מודעות זנות בוטות במיוחד והוא מחולק חינם בפיצוציות ובנקודות חלוקה נוספות, מופנה למספר טלפון הזהה למספר הטלפון בחברת כריזמה של אלמוג אוזן. גם מי שרוצה לפרסם באתר הפורנוגרפי banana.co.il מופנה למספר הטלפון של כריזמה.

מולו ישנה לקמפיין של מיליונים

באביב 2007 נכנס להילוך גבוה קמפיין הבחירות של גיא־רון לראשות הלשכה. שאלה שנותרה לא פתורה מאז ועד היום היא סוגיית המימון לקמפיין העצום שהוביל אז גיא־רון.

גיא־רון הציג את עצמו תמיד כאדם מן היישוב, שאיננו בעל אמצעים כלכליים מיוחדים, בוודאי לא בסדר הגודל של עורכי דין מבוססים בעלי משרדים. כך, למשל, כאשר ביקש את אישור התקציב לעוזרת האישית, אמר כי "אני לא בעל אמצעים כראשי לשכה קודמים", וסיפר לנוכחים כי הוא נוסע ב"ולו ישנה".

עם זאת, במענה לפניית "כלכליסט" טוען גיא־רון כי נשא בעצמו ב-75% מעלות הקמפיין שלו - שאותה הוא מסרב לחשוף. לפי הערכות, עלות הקמפיין של המתמודדים הבולטים לבחירות לראשות הלשכה ב-2007, וגיא־רון ביניהם, הסתכמה בכ-2 מיליון שקלים.

יצוין כי בחוק לשכת עורכי הדין אין הגבלות כלשהן על הוצאות בעת בחירות לראשות הלשכה, ואין גם דרישות שקיפות או חובה לחשוף את רשימת התורמים. בדו"ח שפרסם מבקר המדינה אליעזר גולדברג עוד ב-1999 הוא מתח ביקורת על חוסר השקיפות בלשכה ועל אי-ההגבלה של סכומי תרומות, וקבע כי ראוי לקבוע הוראות מפורטות בחקיקה. ההמלצות הללו לא יושמו עד היום. לפיכך גיא־רון אינו עובר על החוק, לא בעצם גיוס התרומות ולא בסירובו לפרסם את רשימת עורכי הדין שתרמו לו כספים ואת הסכומים שתרמו.

תחקיר "כלכליסט" מגלה כי גיא־רון קיבל תרומות בסכומים גבוהים בהרבה מכפי שהוא מנסה להציג, והתורמים המרכזיים היו עורכי דין בכירים המקורבים אליו. התורם הגדול ביותר היה עו"ד ד"ר שלמה כהן, ראש הלשכה הקודם המקורב מאוד לגיא־רון, שתרם לפי הערכות מאות אלפי שקלים. תורמים גדולים נוספים היו עו"ד רון גזית, שתרם לפי הערכות גם הוא סכומים גדולים, ועו"ד צבי פירון, שהיה היחיד שהסכים להצהיר על סכום תרומתו: 100 אלף שקל. כהן וגזית מסרבים גם כיום לחשוף את גובה הסכום שתרמו לגיא־רון למימון הקמפיין.

לאחר בחירתו של גיא־רון מונה גזית על ידי המועצה הארצית בלשכה לתפקיד המשנה לראש הלשכה. פירון התמנה לראש המוסד לבוררות של הלשכה.

אף שכאמור אין כיום מגבלה חוקית על סכומי תרומות בבחירות לראשות לשכת עורכי הדין, נדמה שהסוגיה מעלה שאלה ערכית בדבר הלגיטימיות של הענקת תרומות בסכומים גבוהים, אשר אינם חשופים לעיני הציבור. לדברי גורם משפטי, "גם באין מגבלה חוקית, אם מישהו תורם למשל 700 אלף שקל עולה שאלה האם זה תקין או ראוי, והאם זה לא פוגע בעצמאותו של מקבל התרומה ובשיקול הדעת שלו".

איך שילמו לפעילים?

וכאן המקום לחזור לאוהד אוזן, כדי ללמוד על האופן שבו הועברו כספי התרומות. במכתב שנשלח בדואר אלקטרוני בתום מערכת הבחירות שיגר אוזן, מנהל השיווק של ג.פ. אפיקי שיווק, הודעה לפעילים במטה הבחירות של גיא־רון והודיע לכם כי "את המשכורות הפעם ישלם היו"ר - יורי גיא־רון. המשכורות מיורי כידוע בצ'קים ולא

בהעברה בנקאית כפי שהיה בג.פ או משלמה כהן. המשכורות יישלחו בדואר, מי שרוצה בכל זאת לקחת אישית את הצ'ק חייב להודיע לי במיידית".

מהמייל הזה עולה לכאורה כי חברת ג.פ אפיקי שיווק, עו"ד שלמה כהן וגיא־רון העבירו במישרין את משכורות הפעילים בהעברה בנקאית. מאחר שכספי תרומה ללשכה אינם מוכרים על ידי רשויות המס כהוצאה מוכרת, לא ברורה מה הסיבה לכך שזו הדרך שנבחרה להעברת התשלום לפעילים, בהנחה שכך אמנם הועבר התשלום.

מומחי מס טוענים כי דרך המלך לטיפול בתרומות במצב כזה היא באמצעות העברת כספי התרומות לחשבון תרומות ייעודי. כך גם נשמר שיקול הדעת למקבל התרומה מה לעשות עם הכסף.

רשות המסים מסרה כי מבחינתה, כל עוד התרומות מדווחות כתרומות ולא כהוצאה, אין חשיבות לאופן ביצוע התשלום. כל התורמים מסרו במענה לפניית "כלכליסט" כי תרומותיהם דווחו כדין.

[קבלו ישירות למייל שלכם את החדשות האחרונות בתחום המשפט. לחצו להרשמה](#)