

**יבוא, יצוא ומה שביניהם**

**סקירות וחידושים בענייני חוק ומשפט**

עו"ד גיל נדל, ראש תחום יבוא, יצוא וסחר בינלאומי במחלקת מיסים ותגמול בכירים

**בית המשפט: הטעייה לבדה לא תביא לאישור תובענה ייצוגית**

עו"ד גיל נדל, עו"ד דייב זיתון, עו"ד ורו"ח אורית חניה

#### **רקע:**

בסקירה זו נתאר את החלטתו של בית המשפט המחוזי בבאר שבע, אשר דן בבקשה לאישור תובענה ייצוגית נגד חברה המשווקת מוצרי מזון, בטענה להפרת תקנות סגולות ריפוי ובניגוד לאיסור להטעות צרכנים. בית המשפט קבע כי למרות שהחברה הפרה את הדין, אין לאשר את התובענה כייצוגית, היות ולא הוכח כי נגרם נזק לציבור.

#### **עובדות המקרה וטענות הצדדים:**

התובע הייצוגי טען כי החברה המשווקת הפרה, בין היתר, את תקנות סגולות ריפוי, כך שיחסה לדגני הבוקר המשווקים על ידה סגולות ריפוי כגון "...העשויים לתרום לבריאות הלב". בנוסף, נטען על ידי התובע הייצוגי כי פרסום זה נגוע בהטעייה צרכנית ובאופן העלול לגרום לנזק צרכני מצריכת מוצר זה, וזאת בשל צריכת כמות הנתרן בדגני הבוקר.

החברה המשווקת טענה כי אין בסימון על דגני הבוקר כדי להביא לכך כי צריכתם "תמנע מחלה", ולכן אין בכך סימון אסור על פי הדין.

בנוסף, הדגישה החברה המשווקת כי סימון דגני הבוקר והכיתוב על ידה הינו ראוי ובלתי מטעה. החברה המשווקת לא הסתירה מהצרכנים כל מידע החשוב להם לצורך קבלת החלטה מודעת האם לצורך את המוצר אם לאו.

#### **החלטת בית המשפט:**

בית המשפט לא אישר את הגשתה של התביעה הייצוגית.

ראשית, התייחס בית המשפט לכך כי כאשר נקבע שפרסום המוצר הינו כזה מייחס סגולות ריפוי, מתקיימת גם עילת ההטעייה לפי חוק הגנת הצרכן, וזאת מבלי צורך לבחון את השאלה האם תוכנו של הפרסום נכון.

בנוסף בית המשפט התייחס לחזקה הקיימת בתקנות ייחוס סגולות ריפוי, לפיה פרסומת שמזכירה איבר או חלק בגוף עוברת על האיסור וכך מייחסת סגולות ריפוי למוצר. נבהיר כי הטוען נגד הוראה זו יכול לנסות ולסתור אותה. לכן, בכל הנוגע לפרסומים שהופיעו על ארזית דגני הבוקר, בהם צוין איבר או חלק של גוף האדם או סימון מסוג זה, קבע בית המשפט כי די במלל זה כדי להפר את תקנות סגולות ריפוי ולייחס סגולות ריפוי למוצר.

לאור האמור, קבע בית המשפט כי התובע הייצוגי הצליח להוכיח קיומה של הפרת הוראה חוקית ביחס לפרסומים שביצעה החברה המשווקת בדגני הבוקר, על דרך של ייחוס סגולות ריפוי למוצר. לצד הפרת הוראה חוקית הנ"ל היה בפרסום האמור כדי להטעות את ציבור הצרכנים.

עם זאת, בית המשפט דחה את בקשתו של התובע הייצוגי לאשר את הגשת התביעה הייצוגית, וזאת לאור סוג הפיצוי (הנזק הממוני והלא ממוני) אותו ביקש התובע הייצוגי לקבל.

בנוגע לנזק הממוני, בית המשפט קבע כי אין לדחות את סוג הפיצוי אותו ביקש התובע הייצוגי, שהינו השבת הסכומים ששולמו בגין רכישת דגני הבוקר, הואיל והמוצרים נצרכו על ידי התובע הייצוגי וחברי הקבוצה, ולא נטען לגביהם השבה או החזרה. התובע הייצוגי וחברי הקבוצה צרכו את המוצרים והפיקו מהם את מלוא ההנאה

והתועלת. עוד קבע בית המשפט כי מתן פיצוי בגין מוצר שנצרך יש בו כדי להעשיר את התובע הייצוגי וחברי הקבוצה על חשבון החברה המשווקת.

בנוגע לנזק הלא ממוני, בית המשפט קבע כי לא נתקיימו נסיבות המצדיקות מתן פיצוי לתובע הייצוגי ולחברי הקבוצה. הפרסום המייחס למוצר סגולות ריפוי והמטעה, הסתכם בפגיעה באוטונומיה של רצון הצרכן מאחר שנמסר לו מידע מטעה למוצר שאלמלא אותו מידע יכול שהיה מעדיף מוצר אחר. פגיעה מסוג זה, אינה מתגבשת עד לכדי הפגיעה הנדרשת במקרים אלה לצורך ניהול תביעה ייצוגית, כגון נזק תוצאתי סובייקטיבי המתבטא בתחושות שליליות כגון רגשות שליליים, של כעס או עלבון בשל שלילת חופש הבחירה.

לאור האמור, קבע בית המשפט כי אין די בקיומה של הטעיה או הפרת החובה החקוקה מבלי שנלווה אליה "דבר מה נוסף" כדי להקים עילת תביעה בגין פגיעה באוטונומיה, בפרט כאשר בפועל לא נגרמה לתובע הייצוגי או לחברי הקבוצה כל פגיעה ממשית נטענת.

[ת"צ (מחוזי באר שבע) 21624-12-13, פסק-דין מיום 15.12.16, בפני השופטת רחל ברקאי. ב"כ הצדדים - לתובע הייצוגי - עו"ד ד"ר אמיר קמינצקי ועו"ד ליאורה קמינצקי-פורת. לחברה - עו"ד נועם רוני ועו"ד תום אלקלעי ממשרד גורנצקי]

\* \* \*

**הסקירה לעיל הינה בבחינת תמצית. המידע הכלול בה נמסר למטרות אינפורמטיביות בלבד ואין במידע כדי להוות ייעוץ משפטי. לקבלת פרטים נוספים, אנא פנו לעו"ד גיל נדל - ראש תחום יבוא, יצוא וסחר בינלאומי במחלקת מיסים ותגמול בכירים. בדוא"ל [Gill.Nadel@goldfarb.com](mailto:Gill.Nadel@goldfarb.com) /או בטלפון 03-6089979.**