

בבית המשפט המחוזי בירושלים  
בענין שבין :

ת"א

מיכאל אוזרוב, ת.ז. 303594915  
ע"י ב"כ עוה"ד שמעון דיסקין  
מרח' בן יהודה 3, ירושלים 94624  
טל' 02-6251807, 054-4750654 פקס' 02-6255678  
דואר אלקטרוני : shdyskin@gmail.com

המבקש

נגד

ניופאן לייף בע"מ  
מרח" רוזינסקי 14, ראשון לציון 75706

המשיבה

בקשה לאישור תובענה ייצוגית

רקע עובדתי

1. המשיבה הינה, למיטב ידיעתו של המבקש, חברה הרשומה בישראל והעוסקת, בין היתר, ביבוא מכשירי חשמל ואלקטרוניקה.
2. ביום 06.05.07 הזמין המבקש מכשיר מיקרוגל מדגם GRUNDIG GMO-20 (להלן: "המכשיר") בחנות אינטרנטית "כריש", ושילם סך של 438 ש"ח. רצ"ב אישור הזמנה מחב' LAST PRICE, אשר תחילה הוזמן בה מכשיר המיקרוגל, וקבלה מחנות או.אי.ג'י שיווק והפצה בע"מ ומסומנים באותיות א' ו-ב' בהתאמה.
3. המבקש הכיר את שם החברה הגרמנית GRUNDIG מלפני עשרות שנים, והיה ידוע לו כי החברה הינה בעלת מוניטין בתחום ייצור מוצרי חשמל ואלקטרוניקה ביתיים.
4. המבקש אף נכנס לאתר האינטרנט של המשיבה ומצא כי אכן מדובר לכאורה במכשירים מתוצרת חברת GRUNDIG הגרמנית המפורסמת. רצ"ב דף אינטרנט מאתר המשיבה ומסומן באות ג'.
5. דף האינטרנט של המשיבה, המוקדש לחב' GRUNDIG נושא כותרת "5 דברים שכדאי לדעת על גרונדיג" ונאמר בו, בין היתר, כדלקמן:

**1. לפני למעלה מ- 60 שנה הוקמה חברת גרונדיג בגרמניה, ע"י מקס גרונדיג. תחילת דרכו הייתה בתור טכנאי במעבדת אלקטרוניקה. כשהמוצר הראשון שפיתחו היה מערכת לבדיקת מכשירי רדיו רסיבר.**

2. ב-1946, עם תחילת הפעילות של חברת גרונדיג, הומצא הרדיו הראשון הכולל מעגל חשמלי אחד לגלי רדיו קצרים, בינוניים וארוכים. הרדיו הפך למוצר הנמכר ביותר.
3. 1955 היתה השנה שגרונדיג פיתחה את מצלמת הטלויזיה הזעירה ביותר בעולם.
4. גרונדיג הייתה ספקית הטלויזיות הצבעוניות הרשמית של אולימפיידת (כך במקור – ש.ד.) מינכן. כ-9,000 טלויזיות גרונדיג הוצבו במתחם האולימפיאדה.
5. בשנת 1990 גרונדיג הייתה הראשונה להציג טלויזיה הקולטת שדורי לוויין ואף הייתה הראשונה ששיווקה בישראל טלויזיות עם טיונר היפרבנד לקליטת שידורי כבלים".
6. בתחית דף האינטרנט מצוי הקישור "למגוון מוצרי גרונדיג" המוביל לתיאור המוצרים הנמכרים בשם זה בישראל. רצ"ב דף אינטרנט המוקדש למכשירי המיקרוגל ומסומן באות ד' ולמכשיר GMO-20 ומסומן באות ה'.
7. עם קבלת המוצר מצא המבקש כי על גבי האריזה של המכשיר כתוב "שם היצרן: גרונדיג". רצ"ב צילום האריזה ומסומן באות ו'.
8. גם על תעודת האחריות רשום ששם היצרן הינו גרונדיג. רצ"ב העתק תעודת האחריות ומסומן באות ז'.
9. על המכשיר עצמו מופיע כיתוב GRUNDIG באותיות גדולות ובצד האחורי של המכשיר אין סימון פרטי היצרן, אלא רק סימון מקום הייצור בסין. רצ"ב צילום ומסומן באות ח'.
10. שבועות אחדים לאחר קבלת המוצר שוחח המבקש עם בא כוחו, שביקר בדירתו במסגרת חברית, ואז נחשף לבעיה אפשרית של זהות היצרן של המכשיר.
11. המבקש החל לחקור בנושא, והתברר לו כי בראשית שנות 2000 חב' GRUNDIG נקלעה לקשיים כלכליים, ובשנת 2003 הפסיקה כל פעילות יצרנית עצמאית. הפעילות נרכשה על ידי שתי חברות, בריטית וטורקית, והייצור מבוצע על ידי יצרנים שונים.
12. למרות זאת, המשיבה מפרסמת את המוצרים כ"תוצרת GRUNDIG" הן בעצמה והן באמצעות צדדים שלישיים. חיפוש הביטוי "תוצרת GRUNDIG" באינטרנט באמצעות מנוע חיפוש GOOGLE הניב 343 תוצאות. רצ"ב העתק מתוצאות החיפוש ומסומן ט'.
13. במיוחד תמוה הדבר בכל הקשור במכשירי המיקרוגל. החיפוש באינטרנט העלה כי באף מדינה אחרת לא מוכרים מכשירי מיקרוגל תחת שם GRUNDIG, וככל הנראה, חב' GRUNDIG מעולם לא ייצרה מכשירי מיקרוגל.
14. יצוין כי הבדיקה באתר השוואת המחירים ZAP העלתה כי למבקש הייתה אפשרות לקנות מכשיר מיקרוגל בנפח זהה במחיר החל מ-284 ש"ח עם פיקוד אנלוגי או מכשיר מיקרוגל בעל תכונות זהות (בעל פיקוד דיגיטלי ונפח זהה) במחיר החל מ-359 ש"ח, ובמחיר

- 390 ש"ח מכשיר מתוצרת חברה קוריאנית HYUNDAI בעל נפח גדול יותר ועיצוב מושך ומודרני. רצ"ב דף השוואת המחירים ומסומן י'.
15. כאשר נודע למבקש כי הוטעה בדבר זהות יצרן המכשיר, פנה למשיבה והודיע לה כי ברצונו להחזיר את המכשיר תמורת החזרת התשלום ששילם, וכי לא ישתמש במכשיר כאשר בכוונתו להיערך להחזרתו כנגד קבלת החזר כספי. רצ"ב העתק הפניה מיום 28.05.07. מסומן באות י"א. עד ליום הגשת התביעה לא נתקבלה תשובה כלשהי.
16. בנוסף, רצ"ב פניותיו הקודמות של ב"כ המבקש בשם לקוח אחר בעניין דומה, אשר אף עליהן לא נתקבלה כל תשובה (מסומנות י"ב).

### רקע עובדתי – סיכום

17. המשיבה מייבאת ומשווקת מוצרי חשמל אלקטרוניקה, אשר נמכרים בארץ בשם GRUNDIG.
18. המשיבה אף מציינת מפורשות כי שם יצרן מוצרים אלה הינו GRUNDIG, בין היתר באמצעות סימון על אריזות המוצרים ובתעודות אחריות.
19. באתר האינטרנט שלה, מפרסמת המשיבה פרטים שונים המתייחסים לעברה המפואר של חב' GRUNDIG, מבלי לציין כי החל משנת 2003, החברה אינה פעילה בתחום ייצור מוצרי החשמל והאלקטרוניקה.
20. לאמיתו של דבר, מוצרים המשווקים על ידי המשיבה כ"תוצרת GRUNDIG" מיוצרים על ידי יצרן או יצרנים בלתי-ידועים, אשר המשיבה מסתירה את זהותם.
21. לא נמצא שום סימן לכך שהמשיבה מנסה בדרך כלשהי למנוע את ההטעיה ולהביא לידיעת ציבור הצרכנים את המידע הנכון בדבר זהות היצרן, אלא נהפוך הוא, הרושם הוא כי מדובר בהטעיה מכוונת של ציבור הצרכנים.

### הגדרת הקבוצה

22. לדעת המבקש, כל מי שרכש מוצר המיובא והמשווק על ידי המשיבה תחת שם GRUNDIG, מבלי שהמוצר יוצר על ידי הברת GRUNDIG הגרמנית ומבלי שזהותו של היצרן האמיתי הובאה לידיעתו באופן מפורש וברור, הוטעה על ידי המשיבה באותו אופן שהוטעה המבקש עצמו, וזכאי להימנות עם הקבוצה שברצונו של המבקש לייצגה בתובענה זו.
23. כל הנתונים בדבר מספר המוצרים הנמכרים מצויים בידיעתה הבלעדית של המשיבה, ובמסגרת הליכים אלה היא תתבקש לגלות אותם כדי שתמונה שלמה וברורה תיפרש בפני בית המשפט הנכבד.

24. להערכת המבקש, מדובר בקבוצה בסדר גודל של כ- 100,000 צרכנים, אשר רכשו מוצרים שונים המשווקים ידי המשיבה תחת שם GRUNDIG, ב- 7 השנים האחרונות, ולכל הפחות משנת 2003, מועד בו הפסיקה חב' GRUNDIG את פעילותה היצרנית.
25. לחילופין, ואם יתברר כי חלק מהמוצרים שנמכרו בתקופה זו אכן יוצרו על ידי חב' GRUNDIG הגרמנית, יש לכלול בקבוצה רק את הצרכנים שרכשו מוצרים המשווקים תחת שם GRUNDIG, אשר בפועל יוצרו על ידי יצרנים אחרים.

#### מסגרת נורמטיבית

26. שתי מערכות דינים חולשות על יחסי הצדדים בתיק. דיני הגנת הצרכן קובעים מקדמת דנא איסור חמור על הטעיית הצרכן בפרט מהותי של עסקה צרכנית, כאשר זהות היצרן הוכרה מפורשות כפרט מהותי (ס' 2 (א) (6) לחוק הגנת הצרכן, תשמ"א – 1981 (להלן: "חוק הגנת הצרכן").
27. המערכת השניה הינה דיונית, ולאחרונה חלו בה שינויים מרחיקי לכת עם חקיקת חוק תובענות ייצוגיות, תשס"ו – 2006 (להלן: "חוק תובענות ייצוגיות").
28. חוק תובענות ייצוגיות ביטל את ההסדרים הפרטניים לגבי תובענות ייצוגיות בתחומים שונים, ובכלל זה בתחום הצרכנות, וקבע מערכת דינים אחידה וברורה לכל סוגי תובענות ייצוגיות תוך הרחבת האפשרויות להגשתן.
29. השינוי הגדול שחל עם חקיקת חוק תובענות ייצוגיות מתבטא בהסטת מרכז כובד המשקל מהתובע הייצוגי ועילתו האישית לנושא התובענה, כך שתובענה שתימצא ראויה לבירור תוכר כייצוגית גם בהעדר עילה אישית (ר' ס' 8 (ג) (1) ובייחוד ס' 8 (ג) (2) לחוק תובענות ייצוגיות וכן א. קלמנט "קווים מנחים לפרשנות חוק תובענות ייצוגיות" הפרקליט מט (1) 131, 151).
30. לדעת המבקש, השינוי האמור מביא גם לשינוי בסדר שבו על בית המשפט לבדוק את התנאים והשיקולים להכרה בתובענה ייצוגית.
31. למעשה, השיקול המכריע צריך להיות מעתה הפוטנציאל הטמון בתובענה לקידום המטרות המפורטות בס' 1 לחוק תובענות ייצוגיות. עם זאת, נראה כי הדרך הנכונה היא להתחיל מבדיקת התנאים המפורטים בס' 8 (א) (1) ו- 8 (א) (2) לחוק תובענות ייצוגיות בזיקה למטרות שבס' 1.
32. קבע בית המשפט שהתובענה ממלאה אחר התנאים שבס' 8 (א) (1) ו- 8 (א) (2) לחוק והכרתה תקדם את המטרות המפורטות בס' 1, עליו לגשת לבדיקת נתוניו של המבקש הספציפי, האם מתקיימת בו עילה אישית ואם הוא ראוי להיות תובע ייצוגי ולייצג את כל חברי הקבוצה.

### התאמת התובענה לס' 8 (א) (1) לחוק תובענות ייצוגיות

33. השאלה המהותית המרכזית העומדת ביסוד התובענה היא שאלת ביצוע ההטעיה על ידי המשיבה בדבר זהות היצרן של המוצרים שהיא מייבאת ומשווקת בארץ תחת שם GRUNDIG.
34. מדובר בשאלה בעלת פן עובדתי - מעשים ומחדלים של המשיבה הקשורים למסירת המידע בדבר זהות היצרן לציבור הצרכנים, ופן משפטי - התאמת אותם מעשים ומחדלים לדרישות חוק הגנת הצרכן ותקנות לפיו.
35. מאחר ודרישת ס' 8 (א) (1) הינה קיום שאלות משותפות "של עובדה או משפט (ההדגשה אינה במקור - ש.ד.)", והמידע בדבר זהות היצרן נמסר בדרכים אחידות לכלל ציבור הצרכנים, כמפורט לעיל, נראה שלא יכולה להיות מחלוקת של ממש בדבר התקיימות התנאי הראשון.
36. התנאי השני שבאותו סעיף מתייחס לאפשרות שהשאלות המשותפות יוכרעו לטובת הקבוצה.
37. מהאמור לעיל עולה כי המשיבה מציגה בדרכים שונות, במפורש ובהשתמע, מצג כי המוצרים המשווקים על ידה תחת שם GRUNDIG מיוצרים על ידי החברה הגרמנית המפורסמת בעלת אותו שם.
38. מאחר וס' 2 (א) (6) לחוק הגנת הצרכן אוסר על מעשים או מחדלים העלולים להטעות את הצרכן, לא נראה שיש אפשרות כלשהי שהמשיבה לא עברה על החוק, גם אם לא מדובר בהטעיה מכוונת. לאמיתו של דבר, קשה מאוד להגיע למסקנה שאין כוונה להטעות, כאשר על אריות מוצרים מסמנים פרטים מטעים בדבר זהות היצרן, שלא לדבר על כל מעשיה ומחדליה של המשיבה במצטבר, ולהם קו משותף אחד - יצירת הרושם כי מדובר במוצרים המיוצרים על ידי החברה הגרמנית הותיקה.

### התאמת תובענה לס' 8 (א) (2)

39. לא זו בלבד שמדובר בדרך היעילה וההוגנת להכרעה במחלוקת, אלא בדרך היחידה האפשרית, ולו מן הטעם של ציבור הצרכנים אין כלים לגילוי ההטעיה. למבקש נודע על ההטעיה בדרך מקרה, כמפורט לעיל, וייתכן שבדרך זו או אחרת הדבר ייודע לצרכנים ספורים נוספים, אבל אין כל יסוד להניח שבלא הכרת תובענה ייצוגית דבר ההטעיה יגיע לידיעת רבים. בהעדר מידע רלוואנטי בנוגע לזכות אין כל דרך לממשה, גם כאשר הזכות קיימת מבחינה אובייקטיבית.
40. מאחר ומדובר בדרך היחידה, היא מיניה וביה הופכת לדרך היעילה וההוגנת, בהעדר כל דרך אחרת שתהיה יעילה והוגנת יותר.
41. עם זאת, גם כשלעצמה דרך תובענה ייצוגית הינה יעילה והוגנת במקרה זה. יעילות התובענה תהיה בכך ששאלת ההטעיה תוכרע בהליך אחד, וההגנות - בכך שההכרעה

תהיה אחידה ובלתי-תלויה ביכולת הייצוג המשפטי של כל צרכן וצרכן. גם למשיבה עצמה עדיף להגיע להכרעה ברורה בהליך אחד, ללא צורך להתגונן מול עשרות אלפי תביעות.

### קידום מטרות החוק

42. עם מתן תשובה לשאלות המתעוררות בס' 8 (א) (1) ו-8 (א) (2) לחוק תובענות ייצוגיות, ניתן עתה לבדוק עד כמה התובענה הייצוגית, ככל שתוכר, תקדם את מטרות החוק שבס' 1.

א. **מימוש זכות גישה לבית המשפט.** בלעדי התביעה הייצוגית יתקשו חברי הקבוצה לממש את זכותם לגישה לבית המשפט בעניין הנדון משלושה טעמים הבאים:

(1) כאמור לעיל, סביר להניח כי רוב רובו של הציבור אינו מודע כלל למעשה ההטעיה, ולו מן הטעם הזה הצרכנים הבודדים נעדרים כל יכולת להביא את עניינם להכרעה שיפוטית.

(2) המשיבה משווקת מגוון מוצרים שמחיריהם נעים בין עשרות לאלפי שקלים. ברוב רובם של המקרים מדובר בתביעות פוטנציאליות בסכומים נמוכים שאינם מצדיקים ניהול תביעות פרטניות.

(3) יש להניח שבין רוכשי המוצרים גם נציגי שכבות בעלות סטטוס סוציו-אקונומי נמוך, אשר גישתן לשירותים משפטיים מוגבלת.

אין ספק שהתובענה הייצוגית תפתור את כל שלוש הבעיות ותאפשר גישה נוחה למערכת המשפטית לכל חברי הקבוצה, מבלי שיצטרכו לגלות בעצמם את המידע הרלוואנטי שמוסתר מהם על ידי המשיבה, ללא טרחה וללא סיכונים כלשהם.

ב. **אכיפת הדין והרתעה בפני אכיפתו.** מדובר במטרה בעלת חשיבות עליונה, גם אם בחוק היא תופסת רק את המקום השני ברשימת המטרות. לא ייתכן מצב שבו המשיבה מטעה באופן שיטתי ולאורך זמן את ציבור הצרכנים, מבלי שבית המשפט יתן את דעתו על כך ולא ימנע את המשך ההטעיה בעתיד. זאת ועוד, המשיבה הינה אחד מהיבואנים הגדולים של מוצרי החשמל והאלקטרוניקה בארץ, אם לא הגדול ביותר ובביצוע ההטעיה היא נותנת דוגמה שלילית ליבואנים אחרים. פסק דין עקרוני בעניין איסור ההטעיה יהיה בגדר אות אזהרה חמור לשאר העוסקים בתחום ואמצעי הרתעה יעיל.

43. **מתן סעד הולם לנפגעים מהפרת הדין.** מאחר וכאמור לעיל, יש יסוד להניח כי הנפגעים מהפרת הדין אינם מודעים כלל להטעיה ולכך שנפגעו, רק הכרת תובענה ייצוגית תאפשר להם לקבל סעד שהם זכאים לו כתוצאה מההטעיה.

44. **ניהול יעיל, הוגן וממצה של תביעות.** מאחר והמשיבה מעבירה את המידע המטעה בדרכים אחידות לכלל ציבור הצרכנים, ולא באמצעות מו"מ פרטני עם כל אחד ואחד מהם, הכרעה בהליך אחד תהיה יעילה לאין-שיעור מהכרעות באלפי ועשרות אלפי הליכים פוטנציאליים. יש להניח שהצדדים בתובענה ייצוגית יעשו מאמץ מירבי להביא בפני בית

המשפט את מלוא החומר העובדתי ולמצות את הטיעון המשפטי, כך שלבית המשפט ינתנו כל כלים להגיע להכרעה הנכונה והמבוססת היטב.

### תובע ייצוגי

45. אמנם, כאמור לעיל, תובענה ייצוגית יכול שתוכר גם מבלי שתימצא עילה אישית לתובע הספציפי, או שהתובע לא יוכר כתובע ייצוגי ראוי, אלא שבמקרים אלה התובע הייצוגי יוחלף בתובע ייצוגי אחר (ס' 8 (א) (1) ו-8 (א) (2) לחוק תובענות ייצוגיות).
46. לדעת המבקש, הוא התובע הייצוגי המתאים באופן מובהק לייצג את קבוצת הצרכנים.

### עילה אישית

47. המבקש הוטעה על ידי המשיבה לחשוב כי המוצר שהוא קנה הינו מתוצרת החברה הגרמנית הותיקה המפורסמת GRUNDIG. ההטעה בוצעה כלפי המבקש באותן דרכים שהיא מתבצעת לגבי כלל ציבור הצרכנים: באמצעות שימוש בשם המטעה GRUNDIG, שעה שלא מדובר בתוצרת GRUNDIG, מידע בלתי-שלם באתר האינטרנט של המשיבה הגורם למעיין בו להגיע למסקנה מוטעית, סימון מטעה של שם היצרן על האריזה המוצר, מידע כוזב בדבר זהות היצרן בתעודת האחריות.
48. בנסיבות אלה וכאשר המשיבה הינה בגדר "עוסק", המבקש הינו בגדר "צרכן" כמשמעות המונחים האלה בחוק הגנת הצרכן ובניגוד לס' 2 (א) (6) לחוק הגנת הצרכן עשתה המשיבה דבר העלול להטעות בדבר זהותו של היצרן, יטען המבקש כי יש לו עילה אישית כנגד המשיבה, המזכה אותו לסעדים המפורטים בחוק הגנת הצרכן ובפקודת הנזיקין.
49. כתוצאה מההטעה נפגעה זכותו של המבקש לאוטונומיה במובן הזה שנפגמה יכולתו לבצע את בחירתו באופן מושכל, וכתוצאה מכך נגרם לו נזק מאחר וקנה מכשיר שלא היה קונה לו ידע כי אינו מתוצרת חב' GRUNDIG.
50. בנסיבות אלה המבקש זכאי לביטול המכר לפי ס' 32 (א) לחוק ולהחזר מלא של מחיר הרכישה תמורת החזר מכשיר המיקרוגל למשיבה, כאשר על בית המשפט הנכבד להאריך את המועד הנקוב בס' 32 (א) לביטול המכר, וזאת מאחר ולצרכן מצוי אין כל כלים לגלות את ההטעה תוך שבועיים מיום רכישת המכשיר ולמבקש עצמו עובדת ההטעה באקראי.
51. לחילופין, זכאי המבקש לפיצוי על הנזק שנגרם לו עקב ההטעה כאשר נזק שווה למחיר המכשיר ששילם בניכוי דמי שימוש ראויים בגין תקופת השימוש במכשיר.
52. לחילופי חילופין, זכאי המבקש לפיצוי על נזק בלתי-מוני בסכום שהוא פונקציה של סכום הרכישה, ואשר שיעורו ייקבע ע"י בית המשפט, כאשר לדעת המבקש השיעור הראוי לא יפחת מ- 20% מסכום הרכישה.

53. המבקש יטען, כי כלל חברי הקבוצה זכאים לאותם סעדים שהוא זכאי להם, כמפורט בפרק זה.

54. בנוסף ולחילופין, יטען המבקש כי יש לחייב את הנתבעת לסעד לציבור בהתאם לס' 20 (ג) לחוק תובענות ייצוגיות.

### **תום לב והלימות הייצוג**

55. המבקש מגיש את התובענה בתום לב ובכוונתו וביכולתו להמשיך ולנהל אותה בתום לב ולקדם באופן הטוב ביותר את האינטרס של כלל חברי הקבוצה.

56. לב"כ המבקש ניסיון קודם בתחום תובענות ייצוגיות, ובכלל זה, בתובענות ייצוגיות בנושאים דומים.

57. רצ"ב תצהיר המבקש ונוסח כתב התביעה (הנספחים) לכתב התביעה ולבקשה זו הינם זהים ומצורפים פעם אחת).

אשר-על-כן מתבקש בית המשפט הנכבד להכיר את התובענה הייצוגית ולאשר לתובע לייצג את כלל חברי הקבוצה.

---

שמעון דיסקין, עו"ד,  
ב"כ המבקש.