

התובעות:

1. קלרה רוזנפלד ת.ז. 069661569
 2. מיירי עובדיה ת.ז. 069968543
- ע"י ב"כ עוה"ד ד. קירשנבויס ו/או ד"ר א. ערן ו/או י. דה פריז
ו/או ת. הלפרין ו/או א. לוי ו/או י. קירשנבויס ו/או מ. זנאתי
מרח' יורדי הים 1 הרצליה פיתוח 46764
טל': 09-9509927 - פקס: 09-9578068

- נ ג ד -

הנתבעות:

1. לוריאל, גרמניה
באמצעות היבואן חב' אינטרבייטי קוסמטיקס ישראל בע"מ
פארק התעשיה, קיסריה/רח' הצורן 1, נתניה
2. לנקום - סיקוס - קודרי/סדקס, צרפת
באמצעות היבואן חב' אינטרבייטי קוסמטיקס ישראל בע"מ
פארק התעשיה, קיסריה/רח' הצורן 1, נתניה
3. אינטרבייטי קוסמטיקס ישראל בע"מ 511397002
פארק התעשיה, קיסריה/רח' הצורן 1, נתניה

מהות התביעה:

כספית, הצהרתית וצו עשה

סכום התביעה האישית:

₪ 1,388

סכום התביעה הייצוגית:

₪ 1.773,882,000

תובענה ייצוגית

התובעות מתכבדות להגיש לבית המשפט הנכבד כתב תביעה זה על פי חוק תובענות ייצוגיות, התשס"ו – 2006 ועימו בקשה לאישור התביעה כתביעה ייצוגית על פי פרק ו' לחוק הגנת הצרכן תשמ"א – 1981.

פרק א' – בקליפת האגוז

עניינה של תובענה ייצוגית זו בחברות אשר מייצרות ו/או מפיצות מוצרי קוסמטיקה לנשים המבטיחים בפירסומיהם למשתמשות באותם מוצרים "הפחתת עומק הקמטים" בעור הפנים, "תיקון הקמטים" בעור הפנים, "מילוי הקמטים" בעור הפנים, "מניעת קמטים" בעור הפנים, "מתיחת עור" הפנים וכיו"ב, והכל באמצעות פירסום אגרסיבי באמצעי התקשורת ו/או אחרים.

וזאת יודגש – להבטחה ולפיה ניתן "להפחית" ו/או "לתקן" ו/או "למלא" ו/או "למתוח" את עור הפנים באמצעות מוצרי קוסמטיקה – אין כל בסיס מדעי ו/או אחר והמדובר באחיזת עיניים של ממש.

הפירסום המטעה, כאמור, בדבר היכולות המפליגות של **מוצרי הקוסמטיקה** - "להפחית" קמטים ו/או "לתקן" קמטים ו/או "למלא" קמטים ו/או "למנוע" קמטים ו/או "למתוח" את עור הפנים, גורם לרבות רבות של נשים בישראל לרכוש מוצרים אלה, תוך כדי ביזבוז כספי לשווא, ותוך כדי רכישת **אשליה** בלבד בדבר "הפחתה", "תיקון", "מילוי" ו- "מניעה" של קמטים בעור הפנים.

זאת ועוד, "הטיפול" בקמטי עור הפנים באמצעות **מוצרי הקוסמטיקה** שבנדון עשוי לעכב החלטה על ביצוע **פעולות כירורגיות** דוגמת מתיחת פנים, קילוף עור עמוק, הזרקת חומרי מילוי לעור, שיתוק חלקי של שרירי ההבעה ע"י רעלן בוטולינום, באותן נשים אשר נישבו אחר הבטחות השווא מטעם הנתבעות - אשר **הן בלבד** גורמות ל - הפחתה, תיקון, מילוי ומניעה של קמטים בעור הפנים וכפועל יוצא נגרם לציבור הנשים הרוכשות את מוצרי הקוסמטיקה שבנדון סבל מיותר עד לרגע בו יתפכחו ויבינו את גודל האשליה.

התובעות יטענו, כי הנתבעות הפרו את חובת איסור ההטעה ובכך נפגעו וכי קיים קשר סיבתי בין הפרת האיסור לבין הפגיעה, שממנה הן סובלות.

פרק ב' - הצדדים

1. התובעות הינם "צרכן", כמשמעות ביטוי זה בחוק הגנת הצרכן, התשמ"א - 1981 (להלן: "החוק").
2. התובעות סובלות מבעיות של קמטים בעור הפנים.
3. התובעות, בדומה לנשים רבות אחרות המודעות למראן החיצוני, הלכו שבי אחר הפירסומים הרבים של הנתבעות ולפיהן למוצרי הקוסמטיקה המיוצרים ו/או המופצים בישראל תחת המותגים "RENERGIE MORPHOLIFT", ו- "WRINKLE DE-CREASE" יכולות מפליגות ב - "הפחתה" קמטים, "תיקון" קמטים, "מילוי" קמטים ו"מתיחת עור" הפנים.
4. התובעות או מי מהן רכשו מאת הנתבעות את מוצרי הקוסמטיקה נשוא התובענה שבנדון המשווקים **ברישיון משרד הבריאות** במטרה לשפר את הקמטים שבפניהן - ולשווא.
5. התובעת 1 רכשה את המותג "RENERGIE MORPHOLIFT" והשתמשה בו במשך 3 חודשים.
- רצ"ב תצהיר התובעת 1 - כנספח א'.
6. התובעת 2 רכשה את המותג "WRINKLE DE-CREASE" והשתמשה בו במשך כחודשיים.
- רצ"ב תצהיר התובעת 2 - כנספח ב'.
7. הנתבעות הינן "עוסק" כמשמעות ביטוי זה בחוק ו/או היבואניות ו/או המפיצות ו/או היצרניות של מוצרי הקוסמטיקה.

פרק ג' - העובדות המקימות את עילת התביעה

- 8.1 8. בפרסומים הנרחבים בעתונות בהתייחס למוצר "RENERGIE MORPHOLIFT" המיוצר על ידי הנתבעת 2 והמשווק על ידי הנתבעת 3 מתייחס לנשים בגיל "40+" נאמר כדלקמן:

- "בשנות ה – 40 לחייך את מטופחת, שומרת על כושר ואורח חיים בריא. את משקיעה בעצמך ובטיפוח עורך ומוטרדת משינויים במתאר הפנים, מרפיון העור ומקמטים. חשוב לך לטפח את עורך כדי לשמור עליו מוצק ומתוח. בהשראת המגמות החדשות בכירורגיה פלסטית פיתחו מעבדות המחקר המתקדמות של לנקום את RENERGIE MORPHOLIFT סידרה חדשנית למלחמה בקמטים וברפיון העור. 25,000 מיקרוליפטס מבצעים מתיחת פנים מורפולוגית נקודתית ומדוייקת ללא סכין מנתחים.
 - **אפקט מתיחה דרמטי ללא ניתוח, לקמטים מופחתים, פנים מוצקות ומעוצבות מחדש"**
 - "מתיחת פנים מרופולוגית בדיוק מילימטרי. העור שלי מתוח ומוצק - אני מנצחת את כח המשיכה"
 - "אפקט מתיחה דרמטי ללא ניתוח לקמטים מופחתים, פנים מוצקות, מעוצבות מחדש, מראה צעיר יותר"
- 8.2 בעלון לצרכן המצורף למוצר "RENERGIE MORPHOLIFT" נאמר כדלקמן:

"RENERGIE MORPHOLIFT

קדם טיפוח פעיל לעיצוב מחדש של תווי הפנים

מתיחה – מיצוק – נגד קמטים

עכשיו את יכולה לנצח את כח המשיכה

הזמן החולף מותיר את אותותיו על פנים בדרך מאד מסויימת.

עד כה ניתן היה להעניק לעור פניך מראה צעיר יותר אך ורק על ידי טיפול מתיחת פנים ממוקד. וכעת, פיתחו מעבדות המחקר של לנקום, באמצעות גישה חדשנית את RENERGIE MORPHOLIFT טיפול קוסמטי מהפכני הפועל למתיחת עור הפנים.

בהשראת הטכניקות החדשניות ביותר המשמשות את תחום כירורגית היופי, מבצע RENERGIE MORPHOLIFT אלפי פעולות מתיחה מיקרוסקופית הגורמות למתיחת עורך ולמיצוקו. קמטים מוחלקים באופן נראה לעין. לעור מוענקת תחושת מוצקות. תווי הפנים נראים מעוצבים מחדש. בואי נסתכל לאמת בפנים. העור שלך נראה שוב צעיר, כמו עוצב מחדש ..."

- רצ"ב פירסומי המוצר והעלון לצרכן – **כנספח ג'.**

9. על גבי אריזת המוצרים "WRINKLE DE-CREASE COLLAGEN FILLER" ו- "WRINKLE DE-CREASE" המיוצרים על ידי הנתבעת 1 והמשווקים על ידי הנתבעת 3 נאמר כדלקמן:

- "טיפול אינטנסיבי להפחתת קמטים"
- "מפחית את הקמטים על פני שטח העור ממלא את הקמטים מבפנים טיפול ליום וללילה לקמטים עמוקים".
- "כדוריות קולגן הינן מולקולות בעלות יכולת חדירה וספיגה באפידרמיס (שכבת העור העליונה). במגע עם מים, המצויים באופן טבעי בעור, תופחות כדוריות הקולגן עד פי 9 מגודלן המקורי. כתוצאה מכך, יום אחר יום, הקמטים מתמלאים מבפנים באופן הנראה לעין".
- "מהשימוש הראשון: הקמטים על שטח פנים העור מוחלקים באופן נראה לעין. לאחר שבוע: הקמטים נראים מלאים.

לאחר 3 שבועות: הקמטים מופחתים באופן ניכר."

- "מתקן קמטים וקמטי הבעה כבר לאחר השעה הראשונה"
- "יעילות מוכחת כנגד הקמטים הבולטים, יום אחרי יום WRINKLE DE-CREASE" סרום מתקן את הקמטים לאורך המצח ובזויות העיניים – יעילות מוכחת ע"י 76% נשים"
- "תוצאות מרהיבות מהשימוש הראשון".

- רצ"ב אריזות ופירסומי המוצר "WRINKLE DE-CREASE" - כנספת ד'.

10. ד"ר ליפשיץ מומחה למחלות עור קובע בחו"ד המצורפת לתובענה שבנדון באופן ברור וחד-משמעי את המסקנות הבאות:

- מדובר בתכשירי לחות שמורכבים ממים, חומרים בעלי מרקם שומני, מתחלבים, חומרים מקני מרקם, חומרי שימור ובישום. תכשירים אלה משפיעים רק על רמת הלחות של שכבת הקרן (השכבה החיצונית של העור המתקלפת באופן רציף). רמת הלחות של שכבת הקרן מאפשרת פיזור אור המקנה לעור מראה חלק יותר. תכשירים אלה יכולים להפחית את עומק הקמטים רק באופן שולי, מינימאלי וזמני וזאת ע"י הרטבת שכבת הקרן במים וע"י שמירת הלחות בתוך שכבת הקרן בעזרת המרכיבים השומניים שכלולים בתכשירים.

- אין בתכשירים מרכיב כלשהוא שיכול להסיג במידה משמעותית את המרכיב המהותי של קמטי העור – הפגיעה בסיבים בשיכבת הדרמיס (שכבת העור הפנימית לאפידרמיס).

- אין עדות מחקרית לפעילות קרם כלשהו בהפחתה משמעותית של קמטים.

- לטיפול בקמטים (עמוקים) נדרשות פעולות כירורגיות כמו מתיחת פנים או קילוף עור עמוק או לחלופין הזרקת חומרי מילוי לעור או לחלופין שיתוק חלקי של שרירי הבעה ע"י רעלן בוטולינום. לעיתים נדרש טיפול משולב בכל הנ"ל להשגת השפעה מיטבית להצרת מראה הפנים ולהעלמת הקמטים.

- רצ"ב חו"ד ד"ר ליפשיץ – כנספת ה'.

11. מחו"ד ד"ר ליפשיץ עולה, כי פירסומי הנתבעות בהתייחס למוצרי הקוסמטיקה הינם מטעים על פניהם וכי התנהלות הנתבעות כלפי כלל הצרכנים גובלת בהטעה, שבצידה אך כוונת רווח על גבו של ציבור הצרכנים, תוך כדי הטעתם.

12. לא זו אף זו, הנתבעות 1 ו- 3 אף העלימו מידיעת התובעות, כמו גם מידיעת ציבור הצרכנים בישראל הרוכשים את מוצריהן, את העובדה כי בניגוד לפירסומיהן בישראל בהתייחס למוצר "WRINKLE DE-CREASE" ולפיו מוצר זה "מפחית" את הקמטים ו- "ממלא מבפנים" את הקמטים ו- "מתקן" את הקמטים, כאשר בתוך 3 שבועות "הקמטים מופחתים באופן ניכר" וכן כי למוצר "יעילות מוכחת כנגד הקמטים הבולטים" ו- "יעילות מוכחת ע"י 76% נשים" – וכ"ז ללא הגבלה ו/או מיגבלה כלשהיא, הרי שבפירסומי הנתבעת 1 בחו"ל בהתייחס למוצר זה מציינת הנתבעת 1 את ההערה כדלקמן:

"COLLAGEN FILLER HAS BEEN DEVELOPED TO REDUCE THE APPEARANCE OF WRINKLES: IT HAS NOT BEEN PROVEN TO PERMANENTLY REDUCE THEM".

(ההדגשים שלי – ד.ק.).

- רצ"ב פירסום הנתבעת 1 בחו"ל – כנספת ו'.

13. הפירסום הרחב והאגרסיבי למוצרי הקוסמטיקה שבנדון על ידי הנתבעות, תוך כדי ניצול מצוקתן של ציבור הנשים בגילאי 30 ואילך הסובלות מקמטים בפניהן והמבקשות לשמור על מראה צעיר ועור פנים חלק ונקי מקמטים – מבוצע תוך כדי הבטחה שבעיות הקמטים שבפניהן **תיפתרנה** בעקבות השימוש במוצרי הקוסמטיקה, תוך כדי "חיסכון" בביצוע פעולה כירורגית רפואית, וכאמור בפירסומי הנתבעת 2:

"אפקט מתיחה דרמטי ללא ניתוח..."

14. הפירסומים המטעים **אינם מציינים** שמדובר בתכשירי לחות בלבד – המשפיעים רק על רמת הלחות של שיכבת הקרן (השיכבה **החיצונית** של העור המתקלפת באופן רציף) והיכולים אך להפחית את עומק הקמטים בשיכבה זו באופן **שולי**, **מינימאלי** ו**זמני** – עד **להעלמות** הלחות המצויה בתכשיר מן העור.

15. הפירסומים המטעים **אינם מציינים** שבתכשירים שבנדון **לא מצוי מרכיב כלשהוא** היכול ו/או המסוגל להשפיע על המרכיב המהותי של הקמטים בעור והוא – **הפגיעה בסיבים בשיכבת הדרמיס** (שיכבת העור הפנימית לאפידרמיס).

16. הפירסומים המטעים **אינם מציינים** כי **אין כל עדות מחקרית** לפעילות של **קרם** כל שהוא בהפחתה משמעותית של קמטים.

17. הפירסומים המטעים **אינם מציינים** כי על מנת **לתקן ולמנוע** קמטים – יש לבצע **פעולות כירורגיות** כגון מתיחת פנים או קילוף עור עמוק או הזרקת חומר מילוי לעור או שיתוק חלקי של שרירי ההבעה על ידי רעלן בוטולינום, באשר מוצרי הקוסמטיקה שבנדון **אינם מסוגלים** "לתקן" ו/או "למלא" ו/או "למנוע" קמטים, ובכך מוטעה ציבור הצרכנים לרכוש את מוצרי הקוסמטיקה שבנדון, תחת לבצע **טיפול כירורגי** המסוגל לתקן ו/או למנוע את קמטים.

18. הנתבעות דורשות עבור מוצרי הקוסמטיקה שבנדון סכומים נכבדים מציבור הנשים בישראל, תוך כדי ניצול מצוקתן של ציבור הנשים ותוך כדי הונאתן.

פרק ג' – עילות התביעה

19. התובעות יטענו, כי במעשיהן ובמחדליהן הפרו הנתבעות חובות עשה וחובות לא תעשה, שהיו מוטלות עליהן מכח הוראת החוק כדלקמן: (כל האמור בפרק זה בלשון הווה מתייחס לכל המועדים הרלוונטיים לתובענה, קרי – תקופת שלוש השנים שקדמו להגשת תביעה זו ונאמר בלשון הווה מטעמי נוחות הקריאה בלבד).

20. **הטעיה:** התובעות יטענו, כי הנתבעות לא פרסמו ו/או אינן מפרסמות, שיעילותם המדעית של מוצרי הקוסמטיקה שבנדון ל"תיקון" ו/או "מילוי" ו/או "מניעת" קמטים לא הוכחה במחקרים רפואיים מבוססים, כמו גם לא פרסמו ו/או אינן מפרסמות את העובדה שרכיבי מוצרי הקוסמטיקה שבנדון **אינם מסוגלים** להשיג את המרכיב המהותי של קמטי העור – דהיינו – הפגיעה בסיבים בשיכבת הדרמיס (שיכבת העור הפנימית לאפידרמיס), ולפיכך התנהגותן עולה כדי הטעיה במובן סעיף 2 (א) ו- 2 (א) (4) לחוק:

2 (א) **איסור הטעיה** (תיקון תשמ"א, תשמ"ח, תשנ"ג, תשנ"ט, תש"ס):

"לא יעשה עוסק דבר – במעשה או במחדל, בכתב או בעל-פה או בכל דרך אחרת – העלול להטעות צרכן בכל עניין מהותי בעסקה" (להלן: "**הטעיה**")

(4) "השימוש שניתן לעשות בנכס או בשירות, התועלת שניתן להפיק מהם והסיכונים הכרוכים בהם".

21. הנתבעות מסתירות מידיעת הציבור כי המחקרים עליהם הן מסתמכות בפירסומיהן נועדו לבדוק את **רמת שביעות הרצון** מן המוצרים בלבד ו/או מחקרים רפואיים שאינם מבוססים.

22. כמו כן, הנתבעות הפרו את הוראות סעיף 7 לחוק, הקובע **איסור הטעיה בפירסומת** – כמפורט בסעיפים 8-19 לעיל.
23. **אי גילוי**: התובעות יטענו, כי **אי גילוי** העובדה, שמוצרי הקוסמטיקה שבנדון לא הוכחו כיעילים במחקרים מדעיים מבוססים ל"תיקון" ו/או "מילוי" ו/או "מניעת" קמטים, כמו גם אי גילוי העובדה שרכיבי מוצרי הקוסמטיקה שבנדון **אינם מסוגלים** להשיג את המרכיב המהותי של קמטי העור – דהיינו הפגיעה בשיכבת הדרמיס (שיכבת העור הפנימית לאפידרמיס) - הינה הפרה של חובת הגילוי הקבועה בסעיף 4 (א) (1) יחד עם 4 (ב) לחוק:
4. **חובת הגילוי לצרכן** (תיקון תשמ"ח)
- (א) עוסק חייב לגלות לצרכן -
- (1) כל פגם או איכות נחותה או תכונה אחרת הידועים לו המפחיתים באופן משמעותי מערכו של המוצר.
24. **ניצול מצוקה**: התובעות יטענו, כי לאור שכיחות תופעת קמטי הפנים אצל נשים בגילאים +30, מנצלות הנתבעות עובדה זאת ומפרסמות את מוצרי הקוסמטיקה שבנדון באופן אגרסיבי ומטעה בדבר יכולתם המופלאה "לתקן" קמטים, "למלא" קמטים ו"למנוע" קמטים.
25. הנתבעות מצאו כר פורה לעשיית רווחים קלים ומהירים, תוך ניצול מצוקת פלח גדול מציבור הנשים בישראל, הסובל מקמטים בפנים.
26. בנסיבות העניין ולאור המפורט בתובענה זאת, הרי שלתובעות יש, לכאורה, סיכויים טובים להצליח בתביעה.

פרק ד' – חישוב הנזק

27. **הנזק לתובעת 1**: עלות חודשית 384 ₪. משך השימוש 3 חודשים ובסה"כ 1,052 ₪.
- הנזק לתובעת 2**: עלות חודשית 168 ₪. משך השימוש חודשיים ובסה"כ 336 ₪.
28. הנזק לכלל ציבור הצרכנים מחושב כדלקמן:
- בגילאים 50 – 30 מונה האוכלוסיה בישראל עפ"י נתוני הלישכה המרכזית לסטטיסטיקה 895,900 נשים.
29. התובעות מעריכות כי 50% מן הנשים בישראל בגילאים 50 – 30 (447,950 נשים) השתמשו ו/או משתמשות במוצרים למניעת ו/או למילוי ו/או להפחתת קמטים בפנים ומתוך כל אלה כ – 40%, קרי כ – 179,180 צרכניות רכשו את מוצרי הקוסמטיקה שבנדון אצל הנתבעות למטרת "מניעה" ו/או "מילוי" ו/או "הפחתת" קמטים וזאת בעלות חודשית ממוצעת של 275 ₪ לצרכן ובסה"כ שולם על ידם כ – 49,274,500 ₪ לחודש, כ – 591,294,000 ₪ לשנה וכ – 1,773,882,000 ₪ בשלוש השנים בהן משווקים המוצרים בישראל.

פרק ה' – הסעדים המבוקשים

30. נוכח המפורט בתובענה שבנדון יתבקש כב' ביהמ"ש הנכבד להורות לנתבעות להתייצב לדין ולחייבן כדלקמן:
- א. להצהיר כי הנתבעות הטעו את הצרכנים כמפורט בתובענה שבנדון.
- ב. ליתן צו למתן חשבונות, שיורה לנתבעות לגלות את כל הסכומים, ששולמו להן על ידי הצרכנים בתמורה למכירת מוצרי הקוסמטיקה שבנדון.
- ג. לפצות את הצרכנים ו/או להשיב להם את סכום התביעה.

31. כמו כן, יתבקש כב' ביהמ"ש הנכבד להשית על הנתבעות את הוצאות התובעות ושכ"ט עו"ד בשיעור שלא יפחות מ - 20% מהסכום שיפסק ו/או ממחזור העסקאות של מוצרי הקוסמטיקה נשוא התובענה בתוספת מע"מ כחוק במועד התשלום בפועל, והכל בצירוף הפרשי הצמדה וריבית כדין עד יום התשלום בפועל.
32. יחד עם הגשת תביעה זו, מוגשת לכב' ביהמ"ש הנכבד בקשה לאישור התובענה כתובענה ייצוגית, מכח חוק תובענות ייצוגיות, התשס"ו – 2006.

ד.קירשנבוים, עו"ד
ב"כ התובעות