



הצגת מחירים במהלך "מכירה מיוחדת"

ת"צ 37456-06-13 סלע נ' אפריל – רשת חנויות קוסמטיקה ובשמים בע"מ

ביום 8.11.2016 אישר בית המשפט המחוזי בתל אביב-יפו הסדר פשרה בתובענה ייצוגית שעניינה הצגת מחירי מבצע על-ידי רשתות פארם.

המבקשות (התובעות הייצוגיות) טענו כי המשיבות, שתי רשתות פארם, נוהגות כדרך קבע להציג מחירים של מוצרי קוסמטיקה ובישום כמחירי מבצע אחרי הנחות הניתנות ביחס למחירים המצוינים על גבי מוצרים אלה. אלא שלטענת המבקשות, המחירים לפני מבצע הם מחירים בדויים שבהם המוצרים לעולם אינם נמכרים, ולכן שיעורי ההנחה שהרשתות נותנות בדויים גם הם. מכאן, שהמחיר לאחר ההנחה הוא למעשה המחיר האמיתי של המוצר, והצגתו כמחיר מבצע מטעה את הצרכנים.

המבקשות טענו בין היתר כי המשיבות הפרו את הוראותיו של חוק הגנת הצרכן, התשמ"א-1981, ובפרט הוראת סעיף 15, המחייב עוסק המכריז על מכירה מיוחדת להבהיר את מחירי המוצרים אצלו לפני המכירה ואת שיעור ההנחה או המחיר לאחר ההנחה, וסעיף 2, האוסר על עוסק לעשות דבר, במחדל או במעשה, העלול להטעות צרכן בכל עניין מהותי.

בית המשפט פסק כי **מחירי מחירון, מחירים מומלצים ועוד המוטבעים על-גבי המוצר אך אף פעם לא שימשו תמורתו, בוודאי לא ערב המכירה, אינם יכולים להיחשב "מחירים לפני המכירה" כמשמעות המילים בחוק.** עם זאת, בעוד שעמדת המחוקק ברורה בנוגע לכך שמכירה מיוחדת לא תימשך למעלה מ-35 ימים ומחיר המוצר במהלכה ייגזר מהמחיר שבו נמכר בפועל לפני המכירה המיוחדת, **המחוקק לא קבע מפורשות מהי התקופה המינימאלית שבה המוצר אמור להימכר במחיר הרגיל לפני תחילתה של המכירה המיוחדת.**

בית המשפט דן בטענתן של רשתות הפארם, שלפיה נוסח החוק מאפשר להציב את משך הזמן המינימלי האמור אפילו על 24 שעות, וקבע כי מדובר בפירוש "רזה" של החוק, אשר ספק אם עומד בחובה לנהוג בתום לב מכוח דיני החוזים הכלליים.

הצדדים הגיעו להסדר פשרה אשר אושר על-ידי בית המשפט, שלפיו יוצג במהלך כל השנה המחיר שבו המוצר נמכר בפועל, כאשר ההנחות במכירה מיוחדת תינתנה ביחס למחיר שבו נמכר המוצר לצרכן ערב המכירה המיוחדת.

הרחבה בנוגע לכללים הנוגעים לפרסום והצגת מחירי מבצעים נמצאת בהנחיות של הממונה על הרשות להגנת הצרכן ולסחר הוגן מיום 30.4.2013, כפי שסקרנו ב**ניוזלטר בחודש יוני 2013**.