

שלחו להדפסה

גודל פונט

משפט

בארץ

אתרי המכרזים באינטרנט ניצחו בביהמ"ש: "לא הוכח שהיו משתתפים פיקטיביים"

המחוזי בת"א דחה תביעה ייצוגית מ-2007 כנגד 6 אתרי מכירות ועוד 64 ספקי מוצרים, בה נטען להתערבות שיטתית ובלתי הוגנת במכירות

מארק שון

09:36, 02.06.11

15 תגובות

בית המשפט המחוזי בתל-אביב דחה אתמול (ד') תביעה ייצוגית גדולה שהוגשה כנגד 70 גופים הקשורים לאתרי מכירות פומביות באינטרנט. התביעה הוגשה נגד שישה אתרי מכירות ועוד 64 ספקי מוצרים, בטענה שבכל האתרים קיימת התערבות שיטתית ובלתי הוגנת במכירות, המתבטאת בשימוש אסור במשתמשים פיקטיביים לצורך העלאת מחירים.

• [בואו להתעדכן ולהגיב בפייסבוק של כלכליסט](#)

בפסק דין ארוך ומנומק מאוד דחה השופט יהודה פרגו את כל טיעוני התובעים ומתח ביקורת על התנהלותם. "גם התובעים אשר הקדישו לכך זמן רב לא היו מסוגלים להציג בפני בית המשפט ראיות ישירות על השתתפות פיקטיבית ומסקנתם מתבססת על אינדיקציות שונות, אשר התברר שאינן נכונות או אינן מספיקות לאיתור משתתף פיקטיבי", נכתב בהחלטה, "בהתחשב שלאורך 10 שנים מדובר בכמות אדירה של מכירות פומביות ובזכויות רבות שמומשו, המסקנה המתבקשת היא כי גם אם היתה השתתפות כלשהי בלתי כנה, היא היתה בשולים ולא השפיעה על התוצאה הכוללת".

הבקשה לאשר את התביעה כייצוגית הוגשה בשנת 2007 נגד האתרים המובילים, ביניהם נענע 10, אולטייל, וואלהשופס, סמייל מדיה ועוד עשרות ספקי סחורה דוגמת אמפא, קריסטל וישפאר. את התביעה הגישו ארתור פרנק ואסף קרקו על-ידי משרד ש.הורוביץ. התובעים טענו בזמנו כי אם לא היו משתמשים במשתתפים פיקטיביים - מחירי הזכייה במוצרים היו נמוכים יותר.

לא הביאו מומחים

השופט מתח ביקורת בין היתר על העדר מומחה מצד התובעים. "הסקת המסקנות בנושאים הנדונים יכולה להעשות רק על ידי מומחים בדבר", כתב השופט, "התובעים העתיקו בעצמם את הנתונים מאתרי המכירות מבלי שנעזרו במומחים אשר ידריכו וינחו אותם. בעזרת עורכי דינם החליטו מהן האינדיקציות על פיהן ייבחנו הנתונים".

קרקו הוא בעל תואר ראשון בכלכלה ומדעי המחשב, ואילו פרנק הוא בעל תואר ראשון במדעי החברה עם התמחות במדעי המחשב ומערכות מידע. שניהם ציינו בתביעה כי הם בעלי נסיון של כשבע שנים בפיתוח תוכנה. "לא שוכנעתי כי יש להם ידע מתאים כדי לכתוב ולפתח תוכנת מחשב אשר תביא בפני ביהמ"ש את כל הנתונים הרלוונטיים לצורך הסקת מסקנות בנושאים שבמחלוקת", כתב השופט, "בעדותו טען קרקו כי ניתן לפתח תוכנה אשר תאתר משתתפים פיקטיביים אך הוא לא עשה כן. מדוע?? ספק בעיני אם הדבר אפשרי. כנראה שלא. אחרת היו עושים זאת אתרי המכירות כדי למנוע השתתפות פיקטיבית".

במהלך הדיונים הודה יאיר שמש, המנכ"ל והבעלים של אתר אולטייל, כי ללא קשר לתביעה הייצוגית חלה האטה בנושא של המכירות הפומביות. "מכיון שהפעילות היתה הפסדית לאורך כל השנים, ולא ראינו שזה הולך להשתנות, החלטנו בהדרגה להפסיק

את הערוץ של המכירות פומביות", אמר שמש בעדות. השופט ציין בהחלטה כי כך נהג גם אתרי מכירות אחרים אשר החליפו או צמצמו את היקף המכירות הפומביות.

התובעים חוייבו לשלם לכל אחד מ-70 הנתבעים הוצאות בגובה 25 אלף שקל. סמייל מדיה יוצגה באמצעות עו"ד דוד לשם, נטוויז'ן על ידי משרד צבי אגמון, וואלה שופס על ידי עו"ד שרון רביב. את התובעים ייצגו עורכי הדין עזגד שטרן וד"ר אסף רנצלר.

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