

הורו לשיים רטיות על העין הלא נכונה - ויפצו

רטיות אופטיקלוד לעין עצלה שווקו בעבר בטעות עם הוראות הפוכות • הפיצוי לצרכנים: 3 מיליון שקל

מאת ליטל דוברוביצקי

עין תחת עין. חברות כמיפל 3M, ששיווקו רטיות לעין עצלה, צפויות לשלם סך כולל של כ-3 מיליון שקל ל-15 אלף צרכנים (כ-200 שקל לצרכן). כך נודע ל"ממון". זאת במסגרת הסדר פשרה שהושג לא-חר בקשה לאישור תביעה ייצוגית נגדן, משנת 2012. לפי ההסדר החב-רות יעבירו גם תרומה של כ-70 אלף שקל למרכז הישראלי לכלבי נחיה לעיוורים.

הבקשה לתביעה ייצוגית הוגשה בשם קטין והוריו בטענה של הטעיה שנפלה בחפיסות רטיות צבעוניות לעין עצלה מסוג אופטיקלוד ששיווקו הנתבעות בישראל בין 2011 ל-2012. הטענה הייתה כי על החפיסות נכתב בטעות שיש להדביק את הרטייה על העין העצלה. באמצעות עורכי הדין אביתר קציר וג'ורא אבן צור טענו הקטין והוריו כי ההתוויה הרפואית היא בדיוק הפוכה. יש להדביק את הרטייה על העין הבריאה כדי לאמן את העין העצלה. מנגה, הנתבעות סברו כי בכל מקרה לא היה יכול להיגרם מה-נוק כתוצאה מה-



ילד עם עין עצלה (אילוסטרציה). כל צרכן יקבל 200 שקל

צילום: אילוסטרציה

העלות הממוצעת היא 50 שקל. הסדר פשרה הוגש לבית המשפט ביולי האחרון, אולם בית המשפט העיר הערות בנוגע לו. שלשום הצ-דרים הגישו הודעה משותפת לשופטת שושנה אלמגור על פיה הם מאמצים את השינויים. בית המשפט טרם אישר את הסדר הפשרה. עוה"ד קציר ואבן צור יקבלו שכר טירחה של כ-300 אלף שקל ואילו הקטין והוריו יקבלו 60 אלף שקל. את כמיפל ייצג עו"ד ער פר לריש ממשרד ראבר בנקל. את 3M ייצג עו"ד דני כביר ממשרד מ.פירון.

איך מקבלים פה כסף?

אם רכשתם במועד הרלוונטי - בין אוקטובר 2011 ליולי 2012 - את אחד משלושת המוצרים של החברות: אופטיקלוד רגיל, אופטיקלוד ג'וניור ואופטיקלוד מיני מאויר - אתם זכאים לפיצוי.

מה שצריך לעשות הוא לשלוח לכאן כוח התובעים כנאמני ההסכם (עוה"ד קציר ואבן צור) הצהרה תחומה לפיה בתקופה המדוברת רכשתם את אחד משלושת הדגמים וכן לצרף אליה אישור רפואי של רופא עיניים, לפיה בתקופה הרלוונטית סבלתם אתם או בן משפחה שלכם מעין עצלה והומלץ על שימוש ברטייה. אין צורך במשלוח חשבוניות.

lital-do@yedioth.co.il

על גבי העין הבריאה. מכאן שבכל הנוגע למטופלים הפונים לרופא אין כל חשיבות לכיתוב על אריזת המוצר. יש לציין כי עוד באוגוסט 2012 פעלו הנתבעות לשינוי הכיתוב. לא-חר הגשת התביעה נעשה ריקול של כל החפיסות שהופצו והכיתוב שונה. בהמשך מינה בית המשפט בודק מור מחה כדי להעריך כמה צרכנים השת-משו במוצר ומהי העלות הממוצעת של החפיסה. הבודק קבע שמדובר בכ-15 אלף צרכני קצה להם נמכר המוצר וכי

כיתוב העלול להיחשב כשגוי, שהרי המטופלים מקבלים הנחיות מהרופאים לגבי השימוש ולא מהכיתוב. החברות הנתבעות ביצעו סקר בניהולו של פרופ' אבי דגני במסגרתו עלה כי 97.1% מ-70 רופאי העיניים שנשא-לו מסרו כי הם נוהגים להרגיש למטופלים שיש לשים את הרטייה



עו"ד ג'ורא אבן צור



עו"ד אביתר קציר