

# Litigation and Class Actions

## גילוי נאות בדבר תוכן שיווקי/ממומן ברשת האינסטגרם - ייצוגיות בתחום הצרכנות



תוכן שיווקי ממומן סובב את חיינו הדיגיטליים כמה פעמים ביום: לעתים התוכן הממומן משולב כחלק מתכניות ריאליטי או תכניות אירוח בערוצי הטלוויזיה המסחריים; לפעמים הוא מופיע באתרי האינטרנט של גופי החדשות השונים; בסרטונים של זמרות וזמרים פופולריים (#פנתרה); כחלק משוברי הקופות הכי גדולים בהוליווד (קאט וקלוד-אפ על שעון היוקרה של ג'יימס בונד במהלך סצינה מותחת); ואפילו בקלטות ומופעי ילדים.

אינסטגרם הנושאת אופי כלכלי-מסחרי מובהק היא אחת מהפלטפורמות המזוהות ביותר עם תוכן ממומן. ב-feed וב-stories אצל כולנו מופיעים כדבר שבשגרה תכנים ממומנים. המפרסמים משתמשים בפלטפורמה זו כחלק ממדיניות הפרסום שלהם ויש אפילו משפיענים. וזו אשר זהו עיקר פרנסתם. (גם רשויות המס זיהו זאת, אך זהו נושא נפרד שמצריך דיון בפני עצמו...).

לפני כחמש שנים הוגשה לבית המשפט המחוזי בירושלים בקשה לאישור תובענה כייצוגית שיצאה כנגד התוכן השיווקי באינסטגרם, וביקשה להציגו כהטעיה צרכנית על דרך של "פרסום סמוי". במילים פשוטות, נטען כאילו משתמש האינסטגרם הסביר לא מבין שבפוסט שהוא מעיין בו משולב תוכן ממומן. בטענה המרכזית הזו, תמך גם היועץ המשפטי לממשלה, שהתייצב בהליך והגיש עמדתו.

בפסק הדין שניתן לאחרונה, אמנם אישר כב' השופט רם וינוגרד, את הסתלקות המבקשות מהבקשה לאישור התובענה כייצוגית, בין היתר נוכח קשיים ניכרים בבקשה עצמה, אך בד בבד אישר בית המשפט את הסכמת הצדדים לפיה לפוסטים המתאימים יתווסף מעתה "גילוי נאות", המבהיר כי מדובר בתוכן ממומן ומציג את שם הגורם המסחרי הרלוונטי.

הפרסום ב- new media בכלל ובאינסטגרם בפרט מעלה שאלות הנובעות בין היתר, מההבדלים שבין הפלטפורמות המסורתיות לבין הפלטפורמות הדיגיטאליות החדשות, כמו גם האופי של משתמשיהם השונים.

פסק דינו של בית המשפט המחוזי בירושלים מאיר זרקור על הפרקטיקה של תוכן ממומן ברשת האינסטגרם, ומיד מייצר שאלות-משנה, אשר יש ליתן עליהן את הדעת בשעה שמפרסמים מעוניינים להשתמש בפלטפורמת האינסטגרם:

- האם יש חובה לתת גילוי נאות על תוכן ממומן באינסטגרם? ואם כן, איך?
- מה אחריות המשפיען אשר מפרסם את הפוסט?
- מה לגבי מה שקורה בפייסבוק? בטיקטוק? בטוויטר? ואפילו הוואטסאפ?
- מה אם מדובר באדם שקיבל מוצר להתנסות והתבקש להביע את דעתו עליו?
- מה אם מדובר במשפיען המציג מוצר ללא שהתבקש לעשות זאת?

מה שבטוח הוא שנושא זה מצוי בראשית הדרך ועוד נכונות התפתחויות. ייתכן שגם המחוקק יפסיל שרולים יעסוק באסדרה רוחבית של העניין, אך בינתיים הנושא מחייב משנה זהירות.

**אנו מזמינים אתכם לפנות אלינו לכל שאלה ו/או התייעצות בנושא.**



דניאל ברלב, עו"ד בכיר  
[Danielb@Gornitzky.com](mailto:Danielb@Gornitzky.com)



תום אלקלעי, שותף  
[toma@gornitzky.com](mailto:toma@gornitzky.com)