

בבית המשפט המחוזי
מרכז-לוד

ת"צ

תובענה ייצוגית

בעניין שבין:

שחר דוד, ת"ז מס' 038779849

שכתובתו לצורך ההליך: רח' הארבעה 28, תל אביב-יפו; טל': 076-5384224

ע"י ב"כ עוה"ד משה בן דרור מ.ר. 73944 או ינון חימי מ.ר. 74148, ממשרד בן-דרור, חימי ושות' (BD|H| & CO.)

מרח' הארבעה 28, מגדל צפוני, קומה 5, תל אביב-יפו, 6473925 טל': 076-5384224; פקס: 077-4702056; דוא"ל: Yhimilaw@outlook.com; bendrormlaw@outlook.com

התובע

- נגד -

1. **בלדי בע"מ, ח.פ. 511226136**

שכונת קרוונים, רח' לאון שרייבר, תימורים, 7986000 דוא"ל: info@baladi.co.il; LIRON@BALADIMEAT.CO.IL

2. **בלדי רחובות בע"מ, ח.פ. 516207958**

רח' דניאל עמוס 17, רחובות, 7642616 דוא"ל: Odelia.b@baladi.co.il

ע"י ב"כ עו"ד מוחמד מואסי

טל' נייד: 050-2124904; דוא"ל: muasilaw@gmail.com

הנתבעות

יום החתימה על המסמך: 22.09.2025

סוג התביעה ונושאה: תובענה ייצוגית בהתאם לפרט 1 לתוספת השניה לחוק תובענות ייצוגיות, תשס"ו-2006, תביעה נגד עוסק, כהגדרתו בחוק הגנת הצרכן, בקשר עם ענין שבינו לבין לקוח.

רשימת הסעדים: צו עשה, פיצוי, מינוי בודק.

סכום התביעה האישית: 172.5 ₪ (בצירוף ריבית והצמדה).

סכום התביעה הייצוגית: מעל 2.5 מיליון ₪, לא ניתן להערכה מדויקת.

סכום האגרה: 6,399 ₪ (מחצית ראשונה) לפי פרט 11ב לתוספת לתקנות בתי המשפט (אגרות), תשס"ז-2007.

קיומו של הליך נוסף שהתובע צד לו או היה צד לו בקשר עם מסכת עובדתית דומה: לא קיים הליך נוסף בין הצדדים בבית המשפט, בקשר עם מסכת עובדתית דומה.

הזמנה לדין: הואיל וה"ה שחר דוד, הגיש בקשה לאישור זו נגדכן, אתן מוזמנות להגיש תשובה לבקשת האישור והתובענה הייצוגית בתוך 90 ימים מיום שהומצאה לכן תובענה זו. לתשומת לבכן, אם לא תגישו כתב תשובה במועד, אזי תהיה לתובע הזכות לקבל פסק דין שלא בפניכן.

כל ההדגשות במובאות שלהלן אינן במקור אלא אם נאמר אחרת.

עמוד 1

חלק שני: תמצית הטענות

התובע, מר שחר דוד (להלן ולעיל: "**התובע**" או "**מר דוד**"), הוא אזרח מן היישוב, לקוח של החברה, שנפגע מהתנהלותה. יצוין, כי מר דוד הגיש מספר בקשות לאישור תובענות כייצוגיות בעבר.

הנתבעת 1, בלדי בע"מ והנתבעת 2, בלדי רחובות בע"מ (להלן: "**הנתבעת 1**", "**הנתבעת 2**", וביחד "**הנתבעות**" או "**החברה**"), בהתאם למידע מאתר המרשתת של החברה בכתובת <https://baladi.co.il>, היא אחת מחברות המזון המובילות בישראל ועוסקת בייצור, ייבוא ושיווק מוצרי מזון מגוונים (מוצרי בשר ודגים טריים וקפואים, ירקות ופירות קפואים, בצקים ועוד). חנות המפעל של החברה מצויה בקרית מלאכי (תימורים). הזמנות אונליין ניתן לבצע מאתר המרשתת של החברה בכתובת <https://baladimeat.co.il>.

סעדים בתמצית:

- (א) לתת **צו עשה** כנגד המשיבות, אשר יורה להן להפחית את משקל האריזה המלא במוצרים אותם הן מוכרות ללקוחותיהן על פי משקל; לסמן על גבי כל אריזות המוצרים את משקלם/תכולתם (בין אם משווקים על ידן באופן ישיר ובין אם משווקים על ידן באמצעות קמעונאים/משווקים אחרים); ולהציג על גבי מוצרי המשיבות או אריזתם, את מחירם הכולל;
- (ב) **למנות בודק**, אשר יבדוק את היקף ההפרות, משך ההפרות, היקף חברי הקבוצה שניזוקו מן ההפרות היקף הנזק לחברי הקבוצה והיקף התעשרותן של המשיבות מההפרות;
- (ג) להורות למשיבות **לפצות את הקבוצה** ולחייב את המשיבות **להשיב לחברי הקבוצה** את הפרשי הסכומים שנגבו ביתר ושלא כדין כתוצאה מההפרות (בצירוף ריבית והצמדה);
- (ד) לחלופין או במצטבר, להורות על מתן כל סעד אחר, שבית המשפט הנכבד יראה לנכון וימצא מתאים בנסיבות העניין, שיש בו לפצות את חברי הקבוצה בגין הנזקים כתוצאה ממעשיהן ומחדליהן של המשיבות, כפי שיפורטו בבקשה זו, לרבות, קביעת "פיצוי לטובת הציבור", כהוראת סעיף 20(ג) לחוק תובענות ייצוגיות;
- (ה) להורות כי ההחלטה בבקשה זו ונוסחה יפורסמו בשני עיתונים יומיים בשפה העברית, וכן לתת הוראות נוספות כפי שימצא לנכון בדבר אופן הפרסום כאמור ולקבוע, כי המשיבות יישאו בהוצאות הפרסום;
- (ו) להורות על תשלום גמול הולם לתובע בשיעור של 5% מסכום הפיצוי לציבור כפי שיפסק בתיק, וכן לקבוע את שכר הטרחה של באי כוחו, בשיעור שבין 15% - 25% מהפיצוי לקבוצה, כפי שנקבע ברע"א 2957/17 **סופרגז חברה ישראלית להפצת גז נ' שורצמן** (17.3.2024), ובהתאם לתועלת העתידית שתושג במסגרת בקשת תובענה זו, אם תושג;
- (ז) לתת הוראות נוספות בדבר הדיון בתובענה כפי שימצא בית המשפט הנכבד לנכון.

העובדות המקנות סמכות לבית המשפט:

עמוד 2

לבית המשפט הנכבד הסמכות העניינית לדון בתובענה זו נוכח סכומה. כמו כן, לבית המשפט הנכבד הסמכות המקומית לדון בתובענה זו, שכן לנתבעת סניף במחוז מרכז.

העובדות בתמצית:

עניינה של תובענה זו הוא בפרקטיקה השיטתית והפסולה של המשיבות (להלן: "**החברה**"), אשר מבצעות גביה ביתר בקשר עם מוצרים אותם הן מוכרות על פי משקל (בסניפים ובאתר המרשתת בכתובת <https://orders.baladimeat.co.il> (להלן: "**אתר החברה**"). החברה מפרה את הוראות הדין בכך שבעת שקילת המוצרים לצורך חישוב מחירים הכולל היא לא מפחיתה את מלוא משקל האריזה (כגון: קופסה, ניילון וכיוצ"ב), באופן שפוגע בכלל לקוחותיה באופן מובהק.

כמו כן, החברה מפרה באופן גורף את חובתה בקשר עם ציון משקל (תכולה) המוצרים (הבשר, הדגים ועוד) שלה הנמכרים כפי שהיא מוכרת ומשווקת אותם לקמעונאים/משווקים. בעשותה כן, החברה מחסירה מהצרכנים מידע, פוגעת ביכולתם של הלקוחות הרוכשים את מוצריה לבצע השוואה פשוטה של מחירי המוצרים המיוצרים/משווקים/הנמכרים על ידה (במישרין או בעקיפין) ולקבל החלטה צרכנית נבונה בשל היעדר הגילוי והמידע על אודות התכולה/משקל של המוצרים.

בנוסף, החברה מפרה באופן גורף את חובתה להציג על גביי המוצרים הנמכרים בסניפיה, את מחירים. בעשותה כן, פוגעת החברה ביכולתם של לקוחותיה לבצע השוואה פשוטה של מחירי המוצרים הנמכרים על ידה ולקבל החלטה צרכנית נבונה, תוך שהחברה מתעשרת שלא כדין וחוסכת את העלויות הכרוכות בסימון מוצריה, וכן מותירה לעצמה את האפשרות לשנות (ולהעלות) מחירים, באופן הפוגע בציבור באופן מובהק.

יצוין כי חרף הודעת החברה לפיה בכוונתה להשיב למכתב ההתראה שנשלח אליה, החברה לא עשתה כן, ולכן תובענה זו מוגשת ללא עמדת החברה.

חלק שלישי: פירוט הטענות והעובדות

רקע

עניינו של התובע – מר דוד

ביום 19.2.2025 רכש מר דוד מס' מוצרים בסניף החברה בתימורים. ראו להלן חשבונית עבור הרכישה:

בחי' בע"מ אתר דובי 1, מס' חשבים ת.ד: 511228136	
08:27 19/02/2025	מס' חשבים
4328403	מס' חשבים
מכר מלך	מס' חשבים
*חשבים חשבות מס קבוצה: 18328880	
שם	מחיר
מס' חשבים קבוצה	מס' חשבים קבוצה
35.43	710
מס' חשבים	מס' חשבים
18.80	2
18.80	1
38.80	2
מס' חשבים	מס' חשבים
6	מס' חשבים
לתשלום: 114.83	
87.60	מס' חשבים
17.83	מס' חשבים
114.83	מס' חשבים
מס' חשבים מס' חשבים	

עמוד 3

זפח 1 - העתק חשבונית עבור הרכישה של התובע מיום 19.2.2025 (סניף תימורים).

מר דוד הבחין כי בסניף תימורים לא היו מדבקות מחיר על המוצרים, ולא הופיע סימון הנוגע לתכולת המוצרים שונים (מיעוט המוצרים מסומן מבחינת תכולה) (ר' למשל המוצר "מיני אסאדו" שרכש), באופן שגרם למר דוד אי נוחות והקשה על מר דוד לבצע השוואה ראויה בין מוצרי החברה לבין מוצרים אחרים (מוצרים אחרים שמסומנים עם תכולה ומחיר כך שניתן לדעת כמה משלמים עבור כל 100 גרם מוצר; במקרה של מוצרי החברה, לא מצוינת התכולה על גבי המוצר, ברוב המוחלט של המקרים). מר דוד סבל מחוסר נוחות בשל היעדר היכולת להשוות בין המוצרים כאמור, וכפי הנראה ספג גם נזק כלכלי.

. בנוסף, מר דוד הבחין כי אין כל התייחסות להפחתת משקל האריזה בקבלה. לאחר שמר דוד שקל את המוצר "מיני אסאדו", גילה כי אכן, החברה לא מקזזת את משקל האריזה (המשקל ברוטו של המוצר היה 710 גרם והמשקל כפי שהופיע על משקל "טיפש" של התובע הוא 709 גרם, כלומר, לא היתה הפחתה כלל):



זפח 2 - העתק תמונה של שקילה שבוצעה על ידי התובע של המוצר "מיני אסאדו" מהקניה שערך ביום 19.2.2025.

. אריזת ואקום כמו זו של המוצר "מיני אסדו" שוקלת כ-20 ג', ומכאן שנגרם למר דוד נזק בשל אי קיזוז משקל האריזה בסך של 1 ₪.

. בנוסף, ביום 24.3.2025, רכש מר דוד מס' מוצרים בסניף החברה ברחובות.

. יוער בהערת אגב כי ההזמנות אונליין של החברה באתר <https://baladimeat.co.il> מתבצעות מסניף החברה ברחובות כפי שעולה מצילום המסך שלהלן:

עמוד 4



מר דוד הבחין כי גם בסניף רחובות לא היו מדבקות מחיר על המוצרים, ולא הופיע סימון הנוגע לתכולת המוצרים השונים שרכש. ראו למשל תמונות של דגים ובשר ללא סימון (חלק קטן מהמוצרים עם סימון תכולה, אך לא עם סימון מחיר):



זפח 3 - העתק תמונות שצילם התובע ביום 24.3.2025 בסניף רחובות (דיסק און קי עם סרטונים יצורף לעותק קשיח).

מר דוד אף הבחין כי אין כל התייחסות להפחתת משקל האריזה בקבלה:

עמוד 5



זפח 4 - העתק חשבונית עבור הרכישה של התובע מיום 24.3.2025 (סניף רחובות).

- . אריזת שניצלים כמו זו שרכש מר דוד שוקלת כ-20 ג' (ראו בהמשך הדברים), ומכאן שנגרם למר דוד נזק בשל אי קיוז משקל האריזה בסך של 1.1 ₪. בנוסף, מגשית "לבבות" שוקלת 11 ג' ומכאן שנגרם למר דוד נזק בשל אי קיוז משקל האריזה בסך של 0.4 ₪.
- . על מנת לבחון האם מדובר במקרים נקודתיים או שמא בהפרות רוחביות, מר דוד ביצע רכישות נוספות בסניפי החברה במהלך תקופה ארוכה, ואף מרכישות אלה עלה כי החברה מפרה את הוראות הדין באופן רוחבי ושיטתי.
- . כך, מר דוד ביקר ורכש מוצרים בסניף רחובות כפי שיפורט להלן.
- . מר דוד ביקר ביום 8.4.2025 בסניף רחובות, שקל את המוצר "סטייק אנטריקוט" והבחין כי לא בוצע קיוז אריזה (למען הסר ספק יובהר כי לא בוצעה שקילה של יתר המוצרים; המשקל ברוטו של המוצר כפי שנשקל על משקל "טיפש" הוא 546 ג' וזה המשקל המופיע בקבלה; המשקל נטו של המוצר הוא 537 ג' בלבד):



זפח 5 - העתק תמונות מהרכישה שבוצעה ביום 8.4.2025, סניף רחובות.

- . מר דוד ביקר ביום 14.5.2025 בסניף רחובות, שקל את המוצר "פרגית שלם" והבחין כי לא בוצע קיוז אריזה; מר דוד אף שקל את המוצר "שניצל פרימיום" וגילה כי היתה הפחתה כלשהי, חלקית בלבד, של משקל האריזה (למען הסר ספק יובהר כי לא בוצעה שקילה של יתר המוצרים; המשקל ברוטו של הפרגית זהה למשקל המופיע בחשבונית ומכאן שלא היתה הפחתה; המשקל ברוטו של השניצל היה גבוה ב 20 ג' בלבד, בעוד שהאריזות שוקלות כ-50 ג').

עמוד 6

**זפח 6 - העתק תמונות מהרכישה שבוצעה ביום 14.5.2025, סניף רחובות.**

. מר דוד ביקר ביום 15.5.2025 בסניף רחובות, שקל מוצרים שונים וגילה כי לא היתה הפחתה כלל או כי היתה הפחתה מזערית שאינה משקפת את משקל האריזה: "פילה בקר" (בקבלה 845 ג', במשקל הביתי 844 ג'); "מרגז" (בקבלה 851 ג', במשקל הביתי 852 ג'); "לבבות" (בקבלה 604 ג', בתמונה 608 ג'); "עצמות" (בקבלה 2.15 ק"ג, במשקל הביתי 2.146 ק"ג); "כבד עוף" (בקבלה 702 ג', במשקל הביתי 706 ג') (למען הסר ספק יובהר כי לא בוצעה שקילה של יתר המוצרים; מפאת חוסר מקום, התמונות יצורפו כנספח).

זפח 7 - העתק תמונות מהרכישה שבוצעה ביום 15.5.2025, סניף רחובות.

. כך, מר דוד ביקר ורכש מוצרים בסניף תימורים כפי שיפורט להלן.
 . מר דוד ביקר ביום 24.2.2025 בסניף תימורים, שקל מוצרים שונים וגילה כי לא היתה הפחתה כלל או כי היתה הפחתה מזערית שאינה משקפת את משקל האריזה: "סלמון פילה" (בקבלה 1.616 ק"ג, במשקל הביתי 1.616 ק"ג); "צלעות" (בקבלה 1.675 ק"ג, במשקל הביתי 1.674 ק"ג); "אמנון פילה" (בקבלה 1.076 ק"ג, במשקל הביתי 1.073 ק"ג); "אנגוס" (בקבלה 784 ג', במשקל הביתי 793 ג') (מפאת חוסר מקום, התמונות יצורפו כנספח). מרכישה זו של מר דוד אף ישנו תיעוד לפיו מוצרים רבים (ארוזים מראש) לא היו מסומנים עם מחירים ו/או תכולה (מבלי למצות): בקבוקי שתיה, בשר טרי (הקופאית אף מציינת בצורה מפורשת בסרטונים כי שוקלים רק בקופה).

זפח 8 - העתק תמונות מהרכישה שבוצעה ביום 24.2.2025, סניף תימורים.

. מר דוד ביקר ביום 6.6.2025 בסניף תימורים, שקל מוצרים שונים וגילה כי לא היתה הפחתה כלל או כי היתה הפחתה מזערית שאינה משקפת את משקל האריזה: "לבבות" (בקבלה 861 ג', בתמונה 860 ג'); "צלעות" (בקבלה 1.295 ק"ג, במשקל הביתי 1.297 ק"ג); "אמנון" (בקבלה 636 ג', במשקל הביתי 633 ג'); "כנפיים" (בקבלה 1.218 ק"ג, במשקל הביתי 1.215 ק"ג); "שוקיים" (בקבלה 1.146 ק"ג, במשקל הביתי 1.149 ק"ג); (למען הסר ספק יובהר כי לא בוצעה שקילה של יתר המוצרים; מפאת חוסר מקום, התמונות יצורפו כנספח).

זפח 9 - העתק תמונות מהרכישה שבוצעה ביום 6.6.2025, סניף תימורים.

עמוד 7

מר דוד ביקר ביום 27.6.2025 בסניף תימורים, שקל מוצרים שונים וגילה כי לא היתה הפחתה כלל או כי היתה הפחתה מזערית שאינה משקפת את משקל האריזה: "זרוע" (בקבלה 875 ג', במשקל הביתי 875 ג'); "כרעיים" (בקבלה 2.651 ק"ג, במשקל הביתי 2.654 ק"ג); "לבבות" (בקבלה 945 ג', בתמונה 945 ג'); "קורנביף" (בקבלה 1.381 ק"ג, במשקל הביתי 1.378 ק"ג); "כנפיים" (בקבלה 1.440 ק"ג, במשקל הביתי 1.437 ק"ג); "לברק" (בקבלה 761 ג', במשקל הביתי 684 ג'); "סלמון מנות" (בקבלה 826 ג', במשקל הביתי 812 ג'); "חזה עוף פרוס" (בקבלה 1.194 ק"ג, במשקל הביתי 1.206 ק"ג); "פרגיות" כפי הנראה הפרגיות נשקלו קודם האריזה (בקבלה 1.496 ק"ג, במשקל הביתי 1.507 ק"ג); (למען הסר ספק יובהר כי לא בוצעה שקילה של יתר המוצרים; כמו כן בוצעה שקילה של מגשית שחורה ריקה ונקיה, ועלה כי היא שוקלת 11 ג'; מפאת חוסר מקום, התמונות יצורפו כנספח). מרכישה זו של מר דוד אף ישנו תיעוד לפיו מוצרים רבים כמו הבשר קפוא לסוגיו (ארוזים מראש) והבשר הטרי לא היו מסומנים עם מחירים ו/או תכולה. הקופאית אף מציינת בצורה מפורשת בסרטונים כי על המוצר עצמו לא שמם מחיר משום שיש שלטים.

פח 10 - העתק תמונות מהרכישה שבוצעה ביום 27.6.2025, סניף תימורים.

יצוין, כי מר דוד שקל חלק מן האריזות עצמן (לאחר ייבוש, בסניף של שופרסל בעיר יבנה), ועלו הממצאים שלהלן: אריזת הפרגית: 16 ג', אריזת השניצל 22 ג', אריזת הקורנביף 26 ג'; אריזת לברק 12 ג'. כמו כן, מחוות דעת שהוגשו בתיקים דומים עלה כי אריזות הוואקום נעות בין כ-10 ג' ל- כ-20 ג'; והאריזות של מוצרי קבוצת א-ת (אריזות פלסטיק כחולות) שוקלות כ-40 ג'.

פח 11 - העתק דוח המעבדה שהוגשה בת"צ 36672-12-24 בלאו נ' מרב - מזון כל בע"מ; נספח 12 - העתק ז המעבדה שהוגשה בת"צ 57651-07-23 אלבז נ' מגה קמעונאות בע"מ ואח'; נספח 13 - העתק דוח המעבדה זוגשה בת"צ 29967-12-24 כהן נ' ויקטורי רשת סופרמרקטים בע"מ.

עוד נבקש לצרף, למען היעילות, מספר דוגמאות מאתר המרשתת של החברה בכתובת <https://baladi.co.il> למוצרים שקילים (ללא סימון תכולה), ארוזים מראש, של החברה (בתמונות מסוימות יופיעו גם מוצרים ארוזים מראש, לגביהם החברה ציינה את התכולה, למשל "שומן כבש" ומוצרים מ"סדרת המאה". מוצרים אלה לא חלק מהתובענה).

פח 14 - העתק דוגמאות למוצרים שקילים (ללא סימון תכולה), ארוזים מראש.

מן האמור לעיל עולה כי החברה מפרה באופן שיטתי את הוראות הדין.

משקל אריזה: ראשית, החברה מפרה את הוראות הדין כאשר עובדיה שוקלים את המוצרים הנמכרים במשקל, מבלי לאפס את המשקל טרם השקילה או מבלי להפחית את משקל האריזה (למשל במקרים של מוצרים ארוזים מראש בוואקום או במגשיות ואף באריזות פלסטיק וכו'), וכך החברה גובה מהלקוחות תשלום גם עבור האריזות, בהתאם למחיר המוצר אותו הם רוכשים (למשל, אם מוצר מסוים נמכר במחיר 3.8 ₪ ל- 100 גרם, מחיר האריזה יהיה לפי 3.8 ₪ ל- 100 גרם, ובהתאם למשקל האריזה. ככל שמחיר המוצר גבוה יותר, כך משלם הלקוח בגין האריזה סכום גבוה יותר). לא נעלם מעינינו, כי במקרים מסוימים ישנה הפחתה מסוימת של משקל, אולם מדובר בהפחתה שאינה תואמת את משקל האריזה בפועל; **שנית,** החברה פועלת בניגוד להוראות הדין, בכך שעובדיה גובים תשלום עבור האריזות אך אינם מציגים ומפרטים את מחיר האריזות ללקוחות, כנדרש על פי הדין; **שלישית,** אין פירוט (לא על גבי האריזה ולא בחשבונית) מה מתוך המחיר הכולל הוא מחיר המוצר ומה מחיר האריזה.

עמוד 8

סימון תכולה: הוראותיו הברורות של התקן קובעות, כי על אריזה של מוצר מזון ארוז מראש יש לרשום את התכולה שלו. בשים לב לכך שעובדתית, לחברה מוצרי מזון ארוזים מראש, לרבות מוצרי בשר ודגים קפואים שהיא מייבאת ומשווקת לרשתות קמעונאיות שונות ו/או בעצמה, עליהם היא לא סימנה את תכולתם, מתבקשת המסקנה כי החברה הפרה את הדין. יודגש כי עילה זו מתייחסת הן למוצרי החברה הנמכרים בסניפים שלה והן למוצרי החברה הנמכרים ברשתות שיווק אחרות. חשוב לציין כי מחדלה של החברה לסמן את הכמות של המוצרים שהיא משווקת (כיבואנית, כיצרנית או כקמעונאית) מונע מצרכנים לקבל החלטה מושכלת בביצוע רכישותיהם במיוחד בכל הנוגע למבצעי כמות (הנחה של X אחוזים שמוגבלת לסך רכישה במשקל Y ו/או מחיר מיוחד של X ש"ל ל-Y קילו של מוצר) שהם מבצעים מאוד נפוצים למוצרים מעין אלו, ואף מבצעים שהחברה עורכת עבור לקוחותיה על מנת למשוך את קהל הקונים.

סימון מחירים: חרף ההוראות הברורות בסעי' 17 לחוק הגנת הצרכן, החברה - באופן בוטה ונרחב - אינה מטביעה מחירים על גבי המוצרים או על גבי אריזתם. המדובר בעשרות רבות ואף מאות מוצרים, בסניפיה השונים של החברה.

פנייתו של מר דוד אל החברה קודם להגשת הבקשה לאישור

לאור הפרות הדין הגורפות והרוחביות של החברה כאמור לעיל, מר דוד פנה ביום 27.6.2025 אל החברה במכתב התראה לפני הגשת תובענה ייצוגית, זאת באמצעות משרד הח"מ (להלן: "מכתב ההתראה").

במכתב ההתראה הובהר, כי בשל הפרות הדין הברורות, מר דוד שוקל להגיש בקשה לאישור תובענה כייצוגית מכוח זכותו שבדין. יחד עם זאת, מר דוד בחר לפנות אל החברה בפניה מוקדמת על מנת לבחון את עמדתה בקשר עם הסכמה על מינוי בודק.

פח 15 - העתק מכתב ההתראה שנשלח לחברה ביום 27.6.2025.

ב"כ החברה ביקש מס' ארכות להשיב למכתב ההתראה אך בסופו של דבר לא השיב לגופו של עניין עד למועד כתיבת שורות אלה.

עילות תביעה

מעשיה של החברה כפי שנסקרו לעיל, מקימים למר דוד ולקבוצה מספר עילות תביעה, כפי שיפורט להלן.

אי הפחתת מלוא משקל האריזה

סעיף 17 לחוק הגנת הצרכן

בסעיף 17א לחוק הגנת הצרכן, הוגדר המונח "מחיר כולל". בסעיף 17ב לחוק הגנת הצרכן גם נקבע כי יש להציג על גביי טובין הנמכרים את מחירם הכולל. בהקשר זה ראוי להפנות גם להנחיית הממונה על הגנת הצרכן. ביום 25.12.2012 פרסמה הממונה על הגנת הצרכן הנחיה שכותרתה "הנחיות ממונה - מכירת צורת הנארז בבית העסק" (להלן: "הנחיית הממונה").

פח 16 - העתק הנחיית הממונה.

במסגרת הנחיית הממונה, נקבעו ההוראות הבאות:

עמוד 9

- מקום בו המוצר האמור לעיל, טרז באריזה בבית העסק לפני מסירתו לצרכן, תחול ההנחיה תכאה –
1. בכל מקרה, על העוסק להניח את האריזה על גבי המשקל, לאפס את המשקל ורק אז לחתום את המוצר בכמות שביקש הצרכן. איפוס המשקל מחויב בין אם העוסק גובה תשלום עבור האריזה ובין אם לאו.
 2. אם העוסק גובה תשלום עבור האריזה עליו להציג לצרכן את מחירה.
 3. הצגת המחיר תהיה על האריזה ואם האריזה מוצבת מאחורי דלפק רחוק מעין הצרכן, על העוסק להעמיד שלט בסמוך למקום מסירת המוצר ללקוח, המגלה לצרכן מהו מחיר האריזה.
 4. מחיר האריזה יהיה מחיר רגיל כגון, 20 אג' ולא אחוז מסוים ממשקל המוצר.
 5. המחיר הסופי המודבק על המוצר יהיה מחיר הכולל את מחיר האריזה, תוך פירוט מה מנותן המחיר הכולל הוא מחיר המוצר ומחיר מחיר האריזה.

. עוד הובהר על ידי הממונה, כי:

"הפרת ההנחיה כאמור לעיל, מהווה עבירה של אי הצגת מחיר של האריזה בניגוד לסעיף 17ב וכן עבירה של הטעיה בניגוד לאמור בסעיף 2 לחוק".

. בענייננו, כאמור, החברה מחייבת את הלקוח על משקל האריזה ומטעה אותו, בניגוד להנחיית הממונה, ותוך התעשרות שלא במשפט. בנוסף יצוין, כי החברה לא מגלה ללקוח את מחיר האריזה, ולא קובעת מחיר קבוע על האריזה, אלא מחשבת אותו כאחוז מסוים ממשקל האריזה. באשר למחיר האריזה, כאמור לעיל, החברה לא הציגה הודעה לפיה תבוצע הפחתה פחותה, גם במקרים בהם משקל האריזה גבוה יותר, או הודעה לפיה משקל האריזה יהיה חלק מעלות המוצר. אף לו החברה היתה עושה כן (ולא כך הדבר), הרי שחיוב משתנה של משקל האריזה, ולא מחיר קבוע, הוא חיוב שלא כדין, בהתאם לאמור בסעיף 4 להנחיית הממונה. כך גם קבע בית המשפט בת"צ (באר שבע) 44841-08-16 **רותם צור נ' א.מ. יוסף תבל מרכז אירועים בע"מ** (החלטה המקבלת את בקשת האישור מיום 12.5.2020) (להלן: **"עניין יוסף תבל"**), בעמ' 11 שורות 12-17 להחלטה:

- לענייננו, סבורני, על רקע האמור, כי יש לפרש את הוראות סעיף 17 לחוק הצגת הצרכן, המחייבות עוסק בהצגת מחיר כולל בגין טובין שהוא מוכר, כאסורות על המשיכה, לחשב את מחירי דברי המאכל הארוזים על פי המשקל הכולל גם את האריזות. במכפלת המחיר ליחידת משקל של דבר המאכל אין כמובן מניעה, כי המשיכה תגבה תשלום עבור האריזות, אלא שאז, מחיר האריזות צריך להיות נקוב מראש, וכמובן, אין לקבל, כי יהא תלוי במחיר המאכל שיארז באריזה.

פח 17 - העתק החלטת בית המשפט המחוזי בב"ש בעניין יוסף תבל.

. וראו גם עמדת היועץ המשפטי בעניין **סטופ מרקט**, אשר מסר כי לדידו הפרקטיקה של הצבת שלט, לא מרפאה את העוולה של הצורך בהפחתת משקל האריזה, זאת בעת שהתנגד להסכם הפשרה שהונח בפני בית המשפט המחוזי בחיפה.

. עוד ראו בהקשר זה, את עמדת הרשות להגנת הצרכן, אשר הוגשה בת"צ (שלום חי) 58615-10-18 **שמואלי נ' יינות ביתן בע"מ ואח'** (24.2.2023), אשר הבהירה כי על עוסק לקזז משקל אריזה גם אם אינו עולה על 10 ג' (ראו גם סעי' 15 לעמדת הרשות להגנת הצרכן), וכי הכללת משקל האריזה במחיר המוצר הנמכר על פי משקל מהווה הטעיה בכמות המוצר ומשקלו וכן הטעיה במחיר:

עמוד 10

16. כפי שמרשט לעיל בהרחבה, חל איסור שלא להפחית את משקל האריות מהמשקל הכולל של המוצר עם אריותו. ככל שבוצעו של המשיבות לנכות חשלים עבור אריות המוצר, עליון להציג לצרכן את המחר, ולעמוד בדרישות המפורטות בתנחיות.

17. הכללת משקל האריות במחיר המוצר הנמכר על פי משקל מרווח השעית הפחתה המוצר ובמשקל, שכן הצרכן סיכל במעל מוצר במשקל נמוך יותר ובכמות פחותה מהמשקל שבניט הוא שילם. כמו כן, מרווח משקל זה השעית במחיר, מכיוון שהצרכן משלם עבור המוצר מחיר גבוה יותר, המגלם גם את משקל האריות, שאיט הואם למחיר שחיה אמר לשלם בעבור משקל המוצר שרכש במעל, כפי שהוצג בשלט המחר.

18. זאת ועוד, אופן התנהלות הנמכר של המשיבות מביא לידי כך שהצרכנים משלמים מחיר שונה עבור אותה האריות. כך, ברכישת 100 גרם מוצרים שמחירים ל-100 גרם נבדח יותר, הצרכן ישלם עבור אותה אריות מחיר גבוה יותר, וברכישת כמות וחה של מוצרים שמחירים ל-100 גרם נמוך יותר, ישלם מחיר אחר. לשען חסר ספק, מכירת מוצר וחה במחירים שונים מרווח הטעיה במחיר והפרה של סעיף 13א(2) לחוק. אי הפחתה משקל אריות מהווח הטעיה לעניין כמות המוצר ומשקלו, ומאווח הפרה של סעיפים 13א(2) ו-12 לחוק.

19. יובהר, כי על חששק לקוח את משקל האריות (ובכל שמוצרי המוצר שמאיר בכמה אריות כגון חבנני נייר או נילון) – את משקל הכולל של האריות) גם כאשר מדובר במשקל וניח, ככל שמשקל זה ניתן לויחוי על-ידי מבסיר השקילה.

20. עוד יובהר, כי לשיטת הרשות, גם משקל של מוחות מ-10 גרם אינו בהכרח משקל וניח, ואי-הפחתתו פתווח הטעיה, שכן הצרכן מסכל עבור המחר ששילם כמות קטנה מהכמות שאותה חיה וכאי לקכל עבור, בהתאם למידע שמוצג בפניו עבור לרכישה. בחקשר זה נוכיר את שטאמר בחקשר של חוק הגנת הצרכן.

. הרשות סיכמה את עמדתה בציינה את הדברים הבאים :

21. עמדת הרשות היא, כי הגנה על ציבור הצרכנים מפני חפרת איסור הטעיה במחיר או במשקל, היא עניין בעל חשיבות וערך ציבורי רב. זאת ועוד, משהצרכן מוטעה לסבור כי האריות ניתנת לו חינם, וכי הוא משלם על המוצר בלבד, ומשתחא מוטעה לסבור כי רכש בכסף כמות גדולה יותר של מוצר משיים מזו שניהנה לו בפעל, יש לומר כי חששק חפיק רווח שאיננו כדיון מהתנהלותו. בחקשר זה נוכיר, כי אחת ממטרות דיני הגנת הצרכן היא מניעת התעשרדות שלא כדיון מצד גופים כלכליים גדולים על חשבון היחיד, וזאת בפרט נוכח פערי הכוחות המובנים בין צדדים אלה. יצויין, כי בכל שהכמות הנמכרת ללא הפחתה משקל האריות גדלה, חרווח שמפיק חששק, אגב התנהלות באופן מטעה, גדל אף הוא.

פח 18 - העתק עמדת הרשות בת"צ (שלוס חי') 18-10-58615 שמואלי נ' ייונת ביתן בע"מ ואח'.

. מן המקובץ לעיל עולה, כי החברה הפרה את החובה הקבועה בסעיף 17 לחוק הגנת הצרכן.

ות תביעה נוספות בקשר עם גביית יתר

. **הפרת סעיף סעיף 20(ב) לחוק המכר :** סעיף 20(ב) לחוק המכר, המגדיר את דרך "חישוב המחיר" באופן הבא : "(ב) נקבע המחיר לפי משקל, יחושב לפי המשקל הנקי."

. המשקל הנקי של המוצר, הוא משקלו ללא האריות. כך גם הכריע בית המשפט בעניין **יוסף תבל** בעמ' 11 שורות 24-25 להחלטה, בהמשך לדברים שהובאו לעיל :

24 הדברים לעיל מתיישים גם עם סעיף 20 לחוק המכר הקובע כי יש לחייב את חלקות
25 בהתאם למשקל נטו של דבר המאכל : "נקבע מחיר לפי משקל, יחושב לפי המשקל הנקי".
26

. **הטעיה צרכנית :** סעיף 2 לחוק הגנת הצרכן, אוסר על הטעיה. סעיף 31 לחוק הגנת הצרכן קובע, כי דין מעשה או מחדל בניגוד לסעיף 2 הנ"ל, דינו כדיון עוולה בניזיקין, המזכה את הנפגע בסעד.

עמוד 11

רכיבי העוולה, מתקיימים - במובהק - בענייננו כאן. החברה הטעתה את מר דוד, ואת יתר חברי הקבוצה. כמפורט לעיל, החברה הציגה מצגים מטעים של המחיר הכולל של המוצר, כאשר לא ציינה שמשקל האריזה נוסף למחיר המוצר, או הציגה מצגים מטעים באשר למחיר הסופי של המוצר ובכך מטעה את הצרכנים לחשוב שישלמו מחיר מסוים אך משלמים מחיר אחר על המוצר נטו. מחיר וכמות המוצר, הם בגדר עניין מהותי בעסקה. בהתאם להוראת סעיף 31(א) לחוק הגנת הצרכן, לצורך הוכחת עילת תביעה המקימה לקבוצה המיוצגת זכאות לסעדים הכספיים, המבוקשים במסגרת בקשה זו, נתייחס להלן לשאר היסודות המרכיבים את עוולת ההטעיה, אף שבענייננו ברורים הם מאליהם. בנוסף, לא יכול להיות חולק כי למר דוד ולחברי הקבוצה נגרם נזק כתוצאה מההטעיה המפורטת לעיל, כאשר מדובר בנזק ממוני מובהק של עלות האריזה (או חלק מעלות האריזה); של שקילה ביתר. כמו כן, לחברי הקבוצה גם נגרם נזק בלתי ממוני בגין פגיעה באוטונומיה לאור חוסר האפשרות לקבל החלטה מושכלת אם לרכוש את המוצרים אצל החברה או בכלל, וכן בגין חוסר נוחות, עוגמת נפש, תסכול ואכזבה מהתנהלות החברה כמתואר לעיל לרבות בקשר עם הנזק שנגרם למר דוד.

למר דוד וליתר חברי הקבוצה, נגרם נזק ממוני מובהק, כאשר משקלי האריזות לא הופחתו במלואם. החברה לא מקזזת את מלוא משקל האריזה. במקרים מסוימים, כפי שפורט לעיל, בוצעה הפחתה מסוימת של משקל האריזה, אולם מדובר בהפחתה שאינה תואמת את משקל האריזה בפועל. במיעוט זניח של המקרים שנבדקו, החברה מקזזת משקל אריזה. יובהר, כי למר דוד לא הוצגה לי כל הודעה המודיעה על כך שהחברה שוקלת את האריזה ביחד עם המוצר, ומוסיפה את משקלה למשקל המוצר הכולל מבלי לבצע הפחתה (באופן מלא). מר דוד תובע הן את הנזקים הממוניים שנגרמו לו בסך של 2.5 ₪ (מר דוד לא כלל את הנזקים שנגרמו לו בבדיקות שבוצעו על ידו, אלא רק הנזקים בגין הרכישה הראשונה בכל אחד מסניפי החברה), כשסכום זה מגלם את מחיר האריזות שהוספו או המשקל עליו שילם ביתר. כמו כן, נוכח העובדה שמר דוד גילה בדיעבד שהחברה לא הפחיתה כראוי את משקל המוצרים, חש חוסר נוחות, תסכול ואכזבה מכך שהחברה לא פעלה כלפיו כדין. היעדר חופש הבחירה גם מוגדר כפגיעה באוטונומיה של הלכות. את הנזק הממוני בגין הרגשות השליליים והפגיעה באוטונומיה יעמיד מר דוד על סך של 20 ₪.

בענייננו מתקיים קשר סיבתי, הן עובדתי והן משפטי, בין ההטעיה ובין הנזק. אלמלא הטעתה החברה את מר דוד ואת חברי הקבוצה, היתה בידם יכולת בחירה אמיתית ומושכלת. כך גם, רק בשל מעשי החברה נגרם לחברי הקבוצה נזק ממוני ונזק בלתי ממוני.

התעשרות שלא במשפט: החברה התעשרה על חשבון מר דוד ועל חשבון חברי הקבוצה שלא כדין, והפרה במעשיה ובמחדליה את הוראות חוק עשיית עושר ולא במשפט. לא יכול להיות ספק כי החברה התעשרה בכך שלא הפחיתה את משקל האריזות באופן מלא, וכי ההתעשרות היא על חשבון הלקוחות.

הפרת חובת תום הלב בקיום חוזה ובזכות הנובעת ממנו: סטנדרט ההתנהגות הראוי מצידה של החברה, מחייב אותה להפחית את משקל האריזה כולו ממחירי המוצרים. החברה לא עשתה כן.

הפרת חובה חקוקה: החובות מוטלות על החברה בהקשר זה מכוח חיקוקים, שנועדו לטובתם ולהגנתם של הניזוקים מסוגם של חברי הקבוצה; חברה הפרה את חובותיה על פי הוראות החוק, גרמה לחברי הקבוצה את הנזק אליו נתכוון החיקוק.

עמוד 12

רשלנות: על החברה לנקוט אמצעים נדרשים על מנת שהצרכנים יקבלו את מלוא המידע הנדרש על אודות המוצרים, משקלם, משקל אריזותיהם, המחיר הנגבה עבורם וכו'. כמו כן, באחריות החברה לחייב את לקוחותיה בגין משקל המוצרים (נטו) אותם הם רוכשים, לפקח על המתרחש בסניפים השונים ובמרשתת ולוודא כי היא פועלת בהתאם להוראות הדין, וכן אחראית להפחית משקל נכון של אריזות מוצריה במקרים בהם המוצרים נארזים על ידי צד שלישי כלשהו. מעשיה ומחדליה של החברה גרמו לחברי הקבוצה נזק (כמתואר לעיל), אשר החברה צפתה את התרחשותו ולכל הפחות היה עליה לצפותו.

הפרת החובה לסמן תכולה**סגרת הנורמטיבית - החובה לסמן תכולה ולהציג מחיר ליחידת מידה**

54. כפי שיפורט להלן, חובותיה של החברה לסמן את תכולת המוצרים נובעות מהוראות דין שונות, תקן ישראלי 1145 לסימון מזון ארוז מראש וצו סימון ואריזה של מוצרי מזון. ההוראות השונות בעניין ההצגה של תכולת/משקל המוצרים (וכן ההצגה של מחירי המוצרים לפי יחידות מידה של 100 גרם או ק"ג לפי העניין, אותו גוזרים מהמשקל הכולל) נועדו, בין היתר, לספק לצרכנים מידע נאות על המוצרים אותם הם מבקשים לרכוש ולהביא למצב של אחידות ביחס לאופן הצגת המוצרים וליחסים שבין העוסקים והצרכנים. זאת, על מנת לאפשר לצרכנים לכלכל את צעדיהם, להשוות מחירים, ולבצע קניות נבונות לאחר שקיבלו את המידע הרלוונטי לצורך כך.

55. אלא שבענייננו, החברה לא סיפקה מידע מאוד מהותי זה של משקל/תכולת המוצר, ולא ציינה מה תכולת המוצרים השונים אותם היא מייצרת/משווקת/מוכרת. שני הנתונים החשובים ביותר לצרכן, מהם נגזרת הכדאיות הכלכלית של המוצרים, הם משקל/תכולת המוצר והמחיר שלו – כאשר שני משתנים אלה יוצרים את ה"כדאיות" (או העדרה) של רכישת מוצר כלשהו (שישיית קולה שעלותה 15 שקלים, בוודאי יותר "כדאית" מרכישת בקבוק קולה אחד שעלותו 5 שקלים). נפרט להלן על אודות תקן ישראלי – ת"י 1145 "סימון מזון ארוז מראש" / "Labelling of prepackaged food" (הוגדר לעיל: "התקן" או "תקן 1145"), וכן צו הגנת הצרכן (סימון ואריזה של מוצרי מזון), התשנ"ט-1998 (הוגדר לעיל: "צו סימון ואריזה של מוצרי מזון"), אשר אימצ את הוראות התקן, וקובע בסעיף 2 כי: "סימון מוצר מזון ארוז מראש יהיה כמפורט בתקן ישראלי ת"י 1145".

נספח 19 - העתק תקן 1145.**נספח 20 - העתק צו סימון ואריזה של מוצרי מזון.**

56. הוראות התקן ברורות ולפיהן על היצרן חובה לרשום על גבי מוצר ארוז מראש את התכולה שלו. בענייננו, אין מחלוקת כי מוצרי החברה הם מוצרי מזון ארוזים מראש, שנמכרים לצרכן בדיוק כפי שמספקת אותם החברה ממפעלה (ומוכרת אותם בעצמה) ולא נעשה בהם כל פעולת חיתוך, ולכן החברה/הנתבעת הפרה את הדין כאשר לא סימנה את התכולה של מוצרי מזון ארוזים מראש אלה.

57. **סעי' 1 לתקן "תחום התקן"**. הוראה זו מלמדת כי התקן חל מוצרים למכירה קמעונית (שהם המוצרים מושא התובענה, אשר מחולקים ליחידות כל אחת בנפרד אך ורק על ידי החברה, ונארזים מראש אך ורק על ידי החברה, כפי שמוגדר בתקן כמוצר שנועד למכירה קמעונית). התקן מבצע הבחנה בין שני סוגי מוצרים, מוצרים למכירה קמעונית (שהם המוצרים מושא התובענה, אשר מחולקים ליחידות

עמוד 13

כל אחת בנפרד אך ורק על ידי החברה, ונאריזים מראש אך ורק על ידי החברה, כפי שמוגדר בתקן כמוצר שנועד למכירה קמעונית), לבין מוצרים למכירה סיטונית/תעשייתית שהם מוצרים הנמכרים בקילוגרמים גדולים וללא אריזות מופרדות (ולכן לא רלוונטיים לענייננו).

58. באמירה גסה ולצורך הבנת ההבחנה בין מוצרים המיועדים למכירה קמעונית למוצרים המיועדים למכירה סיטונית, נציין כי הפעולה החשובה ביותר היא פעולת החיתוך (או היעדרו) על ידי הקמעונאי. כאשר המוצרים הנמכרים על ידי היצרן (החברה בענייננו) למשווקים הם באריזה אטומה ארוזה הנמכרת כפי שהיא לצרכנים ללא ביצוע חיתוך נוסף, יש להגדירה כמכירה קמעונית, זאת להבדיל מגושי בשר הנמכרים כגוש ענק של מספר קילוגרמים למשווקים, אותן המשווקים חותכים ואורזים מחדש – שאז יש להגדירן כמכירה סיטונית. לענייננו, רלוונטית ההתייחסות ל"מזון ארוז מראש המיועד למכירה קמעונית" ו"למזון ארוז מראש שהוא צירוף יחידות אריזה":

1. תחום התקן

ותקן זה קובע דרישות לסימון מזון ארוז מראש, למעט פירות וירקות לא מעובדים.
 התקן קובע דרישות לסימון מזון ארוז מראש המיועד למכירה קמעונית. כמו כן קובע התקן דרישות סימון למזון ארוז מראש מהסוגים המפורטים להלן, שאינם מיועדים למכירה קמעונית:
 - מזון לייצור תעשייתי (לרבות לאריזה מחדש);
 - מזון באריזה סיטונית;
 - מזון ארוז מראש שתוא צירוף יחידות אריזה⁽¹⁾.

(1) יחידות אריזה שנועדו למכירה קמעונית, כל אחת בנפרד, ונארוזו יחד לצורך חובלה והחסנה בלבד ולא לצורך מכירה קמעונית כמכלול.

59. **סעי' 2.2 אריזה**. הוראה זו קובעת שאריזה היא כל עטיפה של מזון המיועד למכירה קמעונית, וכן קובעת שכל אריזה היא אריזה המיועדת למכירה קמעונית אלא אם נאמר שהיא אריזה "סיטונית" או תעשייתית" (המוצרים מושא ההליך דנן, בעילה זו, אינם נאריזים באמצעות אריזות נוספות על אלה שאורזות אותן החברה):

2.2. אריזה⁽³⁾

כל עטיפה או מכל של מזון המיועדים למכירה קמעונית, שהמזון נארוז בהם כולו או בחלקו.

(3) **בכל מקום** בתקן שמופיע בו המילה "אריזה" בלי המילים "סיטונית" או "מזון לייצור תעשייתי", היא מצינת אריזה המיועדת למכירה קמעונית.

60. **סעי' 2.2 אריזה סיטונית**. הוראה זו מגדירה כי אריזה סיטונית היא אריזה שמוכרים מתוכה לאחר פתיחתה במכירה קמעונית, ולא מיועדת להימכר בשלמותה לצרכן אחד (כלומר, יש לבצע פעולת חיתוך אצל הקמעונאי). בענייננו, כל המוצרים מושא ענייננו בעילה זו נמכרים בשלמותם. המדובר באריזות של בשר/דגים שאינן נפתחות (וממילא לא נמכר מהן לאחר פתיחתן), כך שנקל לקבוע כי אינן "אריזה סיטונית", אלא יש להגדירן כ"אריזה" / "אריזה המיועדת למכירה קמעונית":

2.2. אריזה סיטונית

אריזה שהמזון תארוז בה נמכר מתוכה לאחר פתיחתה במכירה קמעונית. אריזה סיטונית איננה מיועדת להימכר בשלמותה לצרכן אחד ואיננה צירוף של יחידות אריזה, המסומנות כנדרש בסעיף הספנה 3.1.1 של התקן.

עמוד 14

61. **סעיף 2.3 "אריזה מראש"**. סעיף זה מגדיר כי אריזה מראש היא אריזה לפני המכירה הקמעונית ולא בזמן הקנייה, כאשר בענייננו אין מחלוקת כי המוצרים הארוזים מראש, לא נארוזים בזמן הקניה עצמה:

2.3. אריזה מראש

אריזה שחמזון נארו בה לפני המכירה הקמעונית ולא בזמן הקנייה.

62. **סעיף 2.6 "יצרן"**. יודגש כי התקן נוקט רק בהגדרה של יצרן, ולא בהגדרה של קמעונאי, וכל הוראות התקן נועדו לחול על היצרן - החברה בענייננו - ולחייב אותו, שהוא הארוז את המוצרים (כאמור, אין חולק כי המשווקים לא מבצעים פעולת אריזה כלשהי במוצרים מושא ענייננו):

2.6. יצרן

אדם העוסק בין בעצמו ובין בידי אחרים בייצור תעשייתי של מזון, אדם העוסק בעבודה תעשייתית מן

העבודות חדרושות לתהליך הייצור או חדרושות לשם שינוי צורתו, טיבו או איכותו של מזון, ואדם

העוסק באריזתו של המזון.

63. **סעיף 2.14 "תאריך אחרון לשיווק"**. סעיף זה מובא כדוגמה לחובה המוטלת על החברה, היצרן, הזהה במהותה לחובה של סימון התכולה. החברה מסמנת את התאריך האחרון לשיווק, כמי שמכירה בכך שהוראות התקן חלות עליה, אך היא מיישמת רק את חלקן, שכן היא לא מסמנת את התכולה למרות שהיא מודה הלכה למעשה שהתקן כן חל עליה (החברה גם מסמנת את שם היצרן, שם המוצר, הרכיבים, ושאר הסימונים הנדרשים על פי התקן, למעט, כידוע, התכולה):

2.14. תאריך אחרון לשיווק

תאריך אחרון למכירה קמעונית, המאפשר תשופת תחסנות סבירה בבית הצרכן בתנאי ההחסנות המומלצים או המקובלים למוצר, שבה נשמרות באופן מקסימלי תכונותיו האופייניות של המוצר.

64. **סעיף 2.15 "תכולה"**. סעיף זה מגדיר מה היא תכולה שיש על היצרן (החברה) לציין על המוצר, שזה כמות המוצר ללא אריזה, כמות ה"נטו":

2.15. תכולה

כמות המוצר בלא האריזה, מבוטאת ביחידות משקל או ביחידות נפח.

65. **סעיף 3.1.1 קובע**, כי אריזת מוצר ארוז מראש המיועד למכירה קמעונית (שכאמור, היא כל מכירה שאינה סיטונית, מכירה של מוצר שנמכר כפי שהוא ללא הוצאתו מאריזתו), יסומנו הפרטים המפורטים בסעיפים 4-9 בתקן:

3.1. חובה לסמן את הפרטים שלהלן:

3.1.1. על גבי אריזת מזון ארוז מראש המיועד למכירה קמעונית יסומנו הפרטים המפורטים בסעיפים 4-9. אם נדרש, יסומנו גם הפרטים המפורטים בסעיפים 10-12, כמפורט בסעיפים אלה.

66. **סעיף 3.13 קובע**, כי סימון "התכולה" יהיה במקום בולט לעין, כלומר המחוקק נתן חשיבות גבוהה לסימון התכולה של המוצר:

3.13. כל פרטי הסימון הנדרשים בתקן יסומנו על הפנים החיצוניים של האריזה.

שם המזון, התאריך (או לחלופין, ציין המקום על אריזת המוצר שבו מסומן התאריך) והתכולה

יסומנו באותו צד של האריזה המיועד להיות גלוי לעין הצרכן בשעת הצגת המזון למכירה.

הוראות סעיף משנה זה חלות גם על הסימון בלועזית, אם סומן¹⁰.

עמוד 15

67. **סעיף 5 קובע שיש לסמן את שם היצרן, החברה.** התקן קובע שעל היצרן לסמן את שמו. בסעיף 5.3 נקבע, כי מותר לציין את שמו של מי שבא בנעלי היצרן. ממשיך הסעיף ומסבר מה החובות ("כל דין") הקשור בייצור המזון, ומפורט, כך: "לרבות [...] אריזתו, משקלו, סימונו [...]". אך מכך אנו למדים כי החובה לסמן את המוצר חלה על היצרן:

5. שם היצרן, היבואן, המשווק והאורז

5.1. הסימון יכלול ציון גלוי של שם היצרן ושל כתובתו. לחלופין, במקום לסמן את שמו רשאי היצרן לסמן, נוסף על כתובתו, את סימן המסחר הרשום שלו לעניין המוצר שהוא מייצר, ובלבד שסימן המסחר כולל אותיות ואינו מטעה לגבי מהות המוצר.

5.2. הסימון של מוצר מיובא, המשווק בארצות המקורית, יכלול גם את שם היבואן ואת כתובתו.

5.3. מותר לציין על המזון את שמו ואת כתובתו של אדם אחר במקום שם יצרן המזון וכתובתו, אם נקט האדם האחר את כל האמצעים להבטחת קיומו של כל דין הקשור בייצור המזון לרבות ביקורת מתמדת על יוצר המוצר, אריזתו, משקלו, סימונו, שיווקו, הובלתו והסנתו. אם סימן שם אדם אחר במקום שם היצרן, יסמן שם יצרן המזון בקוד.

68. **סעיף 7-ו-7.1 "תכולה".** סעיף זה בתקן, הוא הסעיף המחייב את היצרן אשר אורז את המוצר (החברה בענייננו), לסמן את "התכולה הנקייה (נטו)" על גביי האריזה. נזכיר, כי סעיף 3.1.1 המובא לעיל, קובע כי סעיפים 7-ו-7.1 הם חלק מהסימונים שיש חובה להטביע על אריזות המוצרים. התקן מטיל חובה מפורשת על סימון התכולה של מוצר ארוז מראש (המוצרים מושא הבקשה לאישור – ארוזים מראש, על כך אין מחלוקת).

69. העובדה שנדרש לסמן את התכולה נטו חשובה, מפני שהמשווק אשר מקבל את המוצרים מהחברה לא יכול לסמן לצרכנים את המשקל "נטו" של המוצר אשר מגיע עם אריזה אטומה בלתי ניתנת להפרה. רק היצרן (החברה) יכול לשקול את משקלו הנקי (נטו) של המוצר, לפני שהוא אורז את המוצר:

7. תכולה

7.1. הסימון יכלול את התכולה הנקייה (נטו) של המזון שבאריזה, ביחידות משקל או ביחידות נפח.

70. היעדר סימון התכולה (נטו) של המוצר, מוביל גם לכך שבמקרים שהקמעונאי מוכר את המוצרים לפי משקל, ושוקל את מוצרי החברה בעצמו (שכן התכולה לא מסומנת על גבי המוצרים), מחייב את הצרכנים ביתר, גם עבור משקל האריזה.

71. הפסיקה קבעה שתקן 1145 חל על היצרן, וכי הפרה של התקן מצדיקה את קבלת הבקשה לאישור. כך למשל, בית המשפט המחוזי בתל אביב-יפו קיבל את בקשת האישור לגופה בת"צ (מחוזי ת"א) 2666-05-20 **צפירי פורטנוי נ' טיבון ויל אחזקות בע"מ** (9.1.2024) ("טיבון-ויל"), תוך שהוא קובע כי ת"י 1145 הוא תקן מחייב, וכי הוא חל על יצרן, ועוד נקבע, כי הפרה של התקן מהווה הפרה המסבה נזק ומצדיקה קבלת בקשת האישור. בהחלטה בעניין **טיבון-ויל**, בית המשפט גם מצביע על תכלית של התקן ושל צו סימון מוצרים שאימץ את התקן, ומפנה להליכים רבים בהם התקבלה בקשה לאישור כנגד יצרניות שהפרו את התקן ואת צו סימון מוצרי מזון. בית המשפט מציין בסעיף יב להחלטתו כי תכלית הוראותיו של התקן היא: "לצייד את הצרכנים במידע שבעזרתו יוכלו ללמוד על מהותו של המזון, על תכונותיו ועל רכיביו". עוד מצטט בית המשפט המחוזי בסעיף יב להחלטתו את שנקבע בת"צ (מחוזי ת"א) 1469-02-13 **לוי נ' פסטה נונה בע"מ**, פסקה 15 (26.11.2014) באשר לתכלית של התקן והצו.

72. על החלטתו של בית בהמשפט המחוזי הוגשה בקשת רשות ערעור לבית המשפט העליון, אשר דחה את בקשת רשות הערעור (כב' השופט פרוץ גרוסקופף), והותיר על כנה את הכרעת בית המשפט המחוזי המובאת לעיל, תוך שהוא רואה בתקן ובצו סימון מוצרי מזון כמחייב יצרנים.

נספח 21 - העתק ההחלטה בת"צ (מחוזי ת"א) 20-05-2666 צפריי פורטנוי נ' טיבון ויל אחזקות בע"מ (9.1.2024); נספח 22 - העתק החלטת בית המשפט העליון ברע"א 1998/24 טיבון ויל אחזקות בע"מ נ' צפריי פורטנוי (22.7.2024).

73. התקן מדבר בעד עצמו, ומלמד כי על החברה, היצרנית, לסמן את התכולה של המוצרים שהיא מייצרת ואורזת מראש, כאשר אין מחלוקת כי המוצרים נארזים מראש במפעל החברה, לא מבוצעת בהם כל פעולת אריזה מרגע האריזה במפעל החברה ועד להשלמת הרכישה על ידי הלקוח. המוצרים מגיעים למשווקים השונים כשהם מופרדים ליחידות והם נמכרים לצרכן כפי שהם מבלי לפתוח אותם או לבצע בהם פעולה כלשהי. התקן אשר קובע דרישות לסימון מזון ארוז מראש אומץ על ידי **צו סימון ואריזה של מוצרי מזון (סע' 2).**

74. נתייחס להלן למספר היבטים נוספים המלמדים כי החברה הפרה את הדין ואת התקן.

75. חובת הסימון חלה על היצרן, ולא בכדי. המחוקק הבין כי מוצרים שנארזים מראש, מבלי שתבוצע בהם פעולה כלשהי, נמכרים ללקוחות/הצרכנים כפי שהם. הדברים באו לידי ביטוי בענייננו, כאשר מוצרי החברה נמכרים אצל המשווקים השונים וגם אצלה בסניפים.

76. להשלמת התמונה יצוין, כי ישנן רשתות שיווק ששקלו את מוצרי החברה בעצמן (שכן החברה לא סיפקה אותם עם סימון התכולה), אך זאת נעשה עם משקל האריזה (מפני שלא מוציאים את הבשר/הדגים של החברה מאריזתם) באופן שפגע בלקוחות – כך שנפגעו כלל הלקוחות שרכשו את מוצרי החברה, הן הלקוחות שרכשו את מוצרי החברה שלא סומן תכולתם כלל (במרבית רשתות השווק), והן הלקוחות שרכשו את מוצרי החברה אך חויבו על משקל ה"ברוטו" עם האריזה ולא על משקל ה"נטו" כנדרש על פי דין.

77. התקן מחייב את היצרן לסמן את משקל האריזה, מפני שהוא גם הגורם היעיל ביותר לסמן את המוצר "נטו", המשקל ה"נקי". כמובא לעיל, סעיף 7.1 לתקן קובע שהתכולה הנקובה צריכה להיות "נטו", כלומר ללא אריזת המוצר. כדי שהמשווקים יסמנו את תכולת המוצר חלף היצרן, הם צריכים לקבל את המשקל המדויק של כל אריזה ואריזה, ולהפחית את המשקל המדויק מהמשקל הכולל של המוצר הארוז מראש המסופק על ידי החברה.

78. עוד יוטעם, כי במקרים בהם המשווק הוא שנאלץ לסמן את המשקל/תכולה בשל העובדה שהחברה לא סימנה את תכולתו מראש – הצרכנים חויבו ביתר מפני שהמשקל שנמדד כלל את אריזת המוצרים, והמשקל ה"נקי/נטו" שהלקוחות חויבו, לא היה המשקל הנקי אלא כלל גם את אריזת המוצר. גם במקרים בהם משווקים שמוכרים את המוצרים על פי משקל, שוקלים בעצמם, הם מחייבים, בפועל, ביתר, מפני שמטבע הדברים לא יכולים לפתוח את המוצרים ולשקול אותם "נטו", ואז לארוז אותם מחדש.

79. באשר לסימון מחיר ליחידת מידה - מכוח סעיפים 17ב(ה) ו- 37 לחוק להגנת הצרכן, תוקנו ביום 1.1.2009 תקנות מחיר ליחידת מידה, אשר מגדירות מהי "יחידת מידה" וקובעות באילו מקרים חובה

עמוד 17

על עוסק להציג את מחירי מוצריו "ליחידת מידה". "ליחידת מידה" הוגדרה בתקנות מחיר ליחידת מידה, כדלקמן: "בתקנות אלה, "מחיר ליחידת מידה" – המחיר הכולל ל-1 קילוגרם, 1 ליטר, 1 מטר, 1 מטר מרובע של טובין". היעדר סימון התכולה על ידי החברה, פגע ביכולת של הקמעונאים לסמן מחיר ליחידת מידה, מפני שלא הייתה את התכולה שלהם. על חשיבותן של תקנות מחיר ליחידת מידה, ניתן ללמוד גם מכך שהמחוקק קבע במפורש בסעיף 22ג(39) לחוק הגנת הצרכן, כי כאשר תאגיד "לא הציג, נוסף על המחיר הכולל או במקומו, את המחיר ליחידת מידה, משקל או נפח", הוא צפוי לשאת בעיצום כספי משמעותי בסך של 22,530 ₪ לכל הפרה.

80. כן ראוי להתייחס בהקשר זה לפסיקת בתי המשפט, אשר קבעה זה מכבר, כי עצם הפגיעה ביכולתו של הצרכן לקבל החלטות צרכניות מושכלות ולהשוות בין מוצרים שונים מהווה נזק שיש לפצות עליו. ראו החלטתו של בית המשפט המחוזי, בת"צ 14982-11-12 **רוקח נ' JAMES RICHARDSON PROPRIETARY LTD** (25.4.2014) (פסקה 6 עמ' 7, שם); ע"א 1415/13 **ל.ב. נ' היינץ רמדיה בע"מ** (22.7.2014), עמ' 20 לפסק דינה של כב' השופטת ד' ברק ארז, באמירת אגב; ת"צ 3404-08-16 **פרידמן נ' אסם השקעות בע"מ** (22.8.2017); ת"צ 51741-09-16 **פלוטקין נ' שופרסל בע"מ** (18.7.2017).
81. ראו בהקשר זה גם את פסק הדין בעניין ת"צ 24915-08-22 **בן סהל נ' סטופ מרקט בע"מ** (10.7.2024) לגבי הפרת סימון, בסעי' 23-17:

17. [...] השאלה היא אפוא אם לכאורה נגרם לצרכנים נזק עקב אי-ציון המחיר ליחידת מידה. בשלב זה, התשובה לשאלה זו היא בחיוב. כפי שראינו לעיל, החובה לציין את המחיר ליחידת מידה קבועה בדין, ותכליתה המוצהרת היא הגנה על הצרכנים; זאת, כ"חלק מחובת גילוי רחבה המוטלת על עוסקים מכוח דיני הגנת הצרכן" (רע"א 4481/20 קירשנר נ' לוינשטיין [נבו] (6.6.2023)). תקנות יחידת מידה "נועדו לאפשר לצרכן לערוך קניות בצורה מושכלת וזאת על ידי מתן כלים להשוואה קלה וזמינה בין מחירים של מצרכים על פי יחידות מידה, על מנת להגיע להחלטה מיטבית, איזה מוצר לרכוש, וזאת על פי כלל הנתונים הרלבנטיים לצרכן" (עניין מנצור הנ"ל). תפיסת היסוד של תקנות יחידת מידה היא שהיכולת להשוות בין מוצרים – השוואה בין מותגים שונים או בין משקלים שונים של מותג אחד – היא כלי חשוב בצמצום פערי המידע שבין עוסק וצרכן, בייצור וודאות ומניעת הטעיה, ובהקלה על ביצוע רכישה נבונה. אמנם, תאורטית, הצרכן יכול לבצע חישוב בעצמו, אך ההנחה היא כי רבים מהלקוחות לא יעשו כן במעמד הקנייה. כפי שנפסק באחת הפרשות, "... סביר להניח כי חישוב ההפרש בהעדר המחיר ליחידת מידה הוא משימה שחלק מהלקוחות מתקשים בה, חלקם נכשלים בה כליל וחלקם מוותרים עליה, אם מפאת חיפזון ואם מסיבה אחרת" (ת"צ (מחוזי ת"א) 14982-11-12 **רוקח נ' James Richardson Proprietary Ltd** [נבו] (25.5.2014)). כך היה במקרה של המבקש, כפי שתיאר בעדותו. לדבריו הוא רכש מוצר באריזה גדולה, מתוך מחשבה – שהתבררה כשגויה – כי הדבר כדאי מבחינה כלכלית. לאחר שמיעת עדותו של המבקש נחה דעתי כי הוא הוכיח לכאורה שנגרם לו נזק – אותו נזק שתקנות יחידת מידה נועדו למנוע (וכי קיימת לו עילת תביעה אישית כנדרש לפי סעיף 4 לחוק תובענות ייצוגיות); וכך גם ללקוחות נוספים, שרכשו מוצרים מהמשיבה, ואשר מבחינתם השיקול של מחיר ליחידת מידה הוא רלבנטי להחלטה מושכלת. יודגש: אין בידי לקבל את טענת המשיבה, כי עצם העובדה שהמבקש לא ניסה לחשב בעצמו את המחיר ליחידת מידה במועד הקנייה, שוללת מניה וביה את קיומם של הטעיה ושל נזק. טענה זו מתעלמת מתכלית התקנות ומההיגיון הצרכני שביסודן – צמצום פערי מידע בין העוסק לצרכן, מתן כלי פשוט ונוח לביצוע השוואת מחירים, ומניעת הטעיה – ומבקשת למעשה להעביר את הנטל מן העוסק לצרכן. 19. ער אני לקשיים באיתור הלקוחות שניזוקו מההפרה הנטענת, ובכימות הנזק הממוני שהוסב להם. המשיבה הפנתה בהקשר זה לפסק הדין בעניין מוחיילוב הנ"ל, שם עמד בית המשפט המחוזי – במסגרת אישור הסכמי פשרה – על כך שישנם צרכנים שלא נגרם להם נזק, בין משום שערכו

בעצמם את חישוב המחיר ליחידת מידה, בין משום שהמחיר ליחידת מידה לא היה שיקול דומיננטי בהחלטה לרכוש את המוצרים שרכשו. "נוכח שיקולים אלו" – כך כתב שם בית המשפט המחוזי – "קשה, לכאורה, להתחקות אחר נזיקה הממוני, אם בכלל, של חברי הקבוצה ומכל מקום נראה, כי עניין זה טעון בחינה פרטנית, אשר לא ניתן לקיימה במסגרת הליך ייצוגי". 20. עם זאת, מאז פסק הדין בעניין מוחילוב (שניתן כאמור בבקשה לאישור הסכמי פשרה), התקבלו לא אחת בקשות אישור שביסודן טענה להפרת תקנות יחידת מידה, זאת הן ביחס לנזק לא ממוני (ראו עניין רוקח הנ"ל), הן ביחס לנזק ממוני (ראו עניין מנצור הנ"ל). כפי שכתב בית המשפט המחוזי לאחרונה: "בתי המשפט אישרו ניהול תובענות ייצוגיות בעילת הפרת החובה להציג מחיר ליחידת מידה ואף אישרו בהליכים רבים הסדרי פשרה והסדרי הסתלקות מתוגמלים על יסוד עילה זו" (ת"צ (מחוזי ת"א) 34791-08-21 אקסלרוד נ' פרמייר ים המלח מעבדות קוסמטיקה בע"מ [נבו] (21.11.2023)), והאסמכתאות שם). פסיקת בתי המשפט בסוגיה זו עולה בקנה אחד עם התפיסה הרווחת כיום, שלפיה קשיים בחישוב הנזק המדויק אינם מובילים בהכרח לסיכול אישור תובענה ייצוגית; ובמקום שבו הראה המבקש כי לכאורה נגרם לו נזק עקב פרסום מטעה, וכי יש יסוד להניח שלקוחות נוספים הוטעו (גם אם לא ידוע מספרם), תיוותרנה השאלות הנוגעות להיקף הנזק לחברי הקבוצה, ולהוכחת הקשר הסיבתי, לשלב הדיון בתובענה גופה (ראו למשל רע"א 4486/18 James Richardson Proprietary Ltd נ' יעיש כהן [נבו] (1.7.2019); עניין הר פז הנ"ל, פסקאות 67-71 לפסק הדין). עוד אדגיש, כי אחת התכליות של דיני הגנת הצרכן היא "לחזק את האוטונומיה של הצרכן, על ידי הבטחת יכולתו לקבל החלטה מושכלת, בין היתר באמצעות קבלת מלוא המידע הרלוונטי" (עניין הר פז הנ"ל). לאחרונה נפסק בהליך שנסב על הטעיה לגבי מחירו הרגיל של מוצר, כהאי ליסנא: "ביחס לנזק שאינו ממוני, הרי שכמובהר לעיל, במצב של הטעיה לגבי המחיר הרגיל, הדרך היחידה שעומדת בפני הצרכן כדי לברר את מחירו הרגיל של מוצר – וממילא, להשוות מחירים – עוברת בעריכת משא ומתן עם נציגי החנות. אלמלא ההטעיה הנדונה, הצרכן היה מתוודע למחיר הרגיל כבר בעת שנחשף למוצר עצמו, באופן שהיה מאפשר לו להשוות מחירים ולקבל החלטה מושכלת, ללא הטרחה שכרוכה מבחינתו בניהול משא ומתן כאמור. כמו כן, ההטעיה במקרה דנן מובילה כאמור למצב שבו הצרכן מתהלך בחנות בלי לדעת את מחיריהם הרגילים של המוצרים. כך, מעבר לטרחה של הצרכן בשל הצורך לקיים בירור ומשא ומתן עם נציגי החנות, ההטעיה לגבי המחיר הרגיל מסבה לצרכן תחושות שליליות, דוגמת בלבול, תסכול ובזבוז זמן" (עניין הר פז הנ"ל, פסקה 59 לפסק הדין). 22. בכך אין כדי לומר שכל מקרה של אי-גילוי נתון מסוים לציבור הלקוחות מצדיק מניה וביה פסיקת פיצוי בגין נזק לא ממוני (ראו לאחרונה ע"א 737/23 בורשטיין נ' טמבור פולימרים בע"מ [נבו] (2.1.2024)). בעניינו, בשלב זה נתתי את דעתי לכך שהפסיקה אינה שוללת מראש את קיומו של נזק לא ממוני במקרים שבהם נגרעת מן הלקוחות היכולת להבין – ללא צורך בביצוע פעולות נוספות ומכבידות – את מחירו "האמיתי" של מוצר, ולבצע בנקל השוואת מחירים. לפיכך מצאתי שלא לקבוע מסמרות בשלב זה, ולהותיר את נושא הנזק הלא ממוני להמשך בירור בגדרי הדיון בתביעה לגופה. 23. לגבי עילות התביעה, אציין כי הפרת החובה בדבר הצגת המחיר ליחידת מידע מקימה עילת תביעה לפי פקודת הנזיקין (ראו סעיף 31(א) לחוק הגנת הצרכן), ועשויה לכאורה לבוא בגדרי עוולת הפר חובה חקוקה, רשלנות, חוסר תום-לב במשא ומתן, והטעיה צרכנית (על-דרך המחדל) לפי סעיף 2(א) לחוק הגנת הצרכן (ראו גם עניין קירשנר הנ"ל, פסקה 4 לפסק הדין; עניין יעיש כהן הנ"ל, פסקאות 19-20 לפסק הדין; עניין מנצור הנ"ל, פסקאות 28-29 להחלטה). אדגיש שוב כי אין מחלוקת שבתביעות המושתתות על טענה בדבר הטעיה יש צורך בקיומו של קשר סיבתי לנזק הנתען, ואני מפנה בהקשר זה לאמור לעיל. לגבי העילה לפי חוק עשיית עושר – על פניו ספק אם יש מקום או בסיס לעילה זו במקרה דנן, אולם מכיוון שהנושא לא לובן די הצורך בשלב זה, ובשים לב לפסיקה קודמת (ראו עניין יעיש כהן הנ"ל, פסקה 21 לפסק הדין; עניין מנצור הנ"ל, פסקה 30 להחלטה), מצאתי להותיר את שאלת התקיימות יסודותיה של עילה זו, ככל שיידרש, לדיון בתובענה גופה."

עמוד 19

82. הנה כי כן, הוראות התקן והתקנות נועדו, בין היתר, להביא למצב של אחידות ביחס לאופן הצגת המוצרים ברשתות שיווק השונות - בענייננו הצגת תכולת המוצרים, וכן הצגת מחירי המוצרים לפי יחידות מידה (של 100 גרם או ק"ג לפי העניין) - על מנת לאפשר לצרכנים לכלכל את צעדיהם, להשוות מחירים, ולבצע קניות נבונות לאחר שקיבלו את המידע הרלוונטי לצורך כך. ברור כי אי הצגת התכולה ואי הצגת המחיר ליחידות מידה מהווה הפרת הדין וגורמת נזק בר פיצוי. הפרת התקנות והתקן כנוצר לעיל, מנעה ומונעת מהצרכנים, בין היתר, לבצע החלטה מושכלת באשר לרכישת המוצרים, ומובילה לכך שלקוחות רוכשים את מוצרי החברה מבלי לדעת מה משקל המוצר אותו הם מקבלים תמורת המחיר ששילמו, ומבלי שתהא להם האפשרות להשוות, לפני הרכישה וגם אחריה, בצורה מלאה ונוחה בין עלות אותו מוצר לבין מוצרים חלופיים

הפרת ת"י 1145 והפרת צו סימון ואריזה של מוצרי מזון; הפרת חובה חקוקה

83. מהמפורט לעיל עולה (ואין צורך לחזור על הדברים), כי במעשיה ובמחדליה, החברה הפרה את תקן 1145 בכך שלא סימנה את תכולת מוצריה, ובכך גם הפרה את צו סימון ואריזה של מוצרי מזון. הפרת ההוראות הללו על ידי החברה מהווה עוולה של הפרת חובת חקוקה. בחינת יסודות הסעיף כפי שתפורט להלן, מראה מעבר לכל ספק כי כל יסודות העוולה מתקיימים בענייננו: בהתאם להוראותיו של התקן והצו, מוטלת על החברה החובה להציג/לסמן את תכולת המוצרים; אין ספק כי החוק, התקנות והצווים הקובעים את אופן הצגת המשקל/תכולת המוצרים, נועדו אך ורק כדי להגן על ציבור לקוחות החברה (לרבות הפוטנציאלים), ובהם מר דוד; החברה הפרה את חובותיה כאשר לא הציגה את המשקל של המוצרים; בשל הפרותיה של החברה, נגרמו למר דוד ויתר חברי הקבוצה נזק ממשי, הן נזק ממנוי והן נזק לא ממנוי; ברי שהנזק שנגרם הוא בדיוק הנזק אותו התכוון המחוקק למנוע.

84. בענייננו, סבלו הצרכנים הן נזק ממנוי והן נזק שאינו ממנוי. הנזק הממנוי שנגרם לחברי הקבוצה נובע מההפרש בין המוצרים שרכשו למוצרים תחליפיים זולים יותר או למוצרים זולים יותר של חברות מתחרות. אילו החברה היתה פועלת כדיון, לא מן הנמנע כי הצרכנים (לפחות חלקם) לא היו רוכשים את המוצרים של החברה, אלא היו רוכשים מוצרים תחליפיים זולים יותר, או לחלופין היו קונים כמות קטנה יותר מהם; הנזק הממנוי השני שנגרם לחברי הקבוצה נובע מכך שהם לא יכולים ליהנות כדבעי ממבצעים מבוססי כמות או אחוזי הנחה בלי לדעת מראש מה משקל המוצרים ולהיערך לכך. הנזק שאינו ממנוי שנגרם לחברי הקבוצה, נובע משלילת היכולת שלהם לבצע השוואה ראויה של מחירי המוצרים שרכשו. לחברי הקבוצה נגרמו חוסר נוחות, תסכול ורגשות שליליים מכך שלא צוין משקל המוצרים ומחירם לפי יחידת מידה, כך שלא היו יכולים לדעת מה העלות הריאלית של המוצרים ביחס למשקלם (בהשוואה למוצרים אחרים ועבור 100 גרם מוצר).

85. עוד ראוי לציין בהקשר זה, כי גם לקוחות פוטנציאלים, שהתעניינו במוצרי החברה, אך בסופו של יום לא רכשו את מוצרי החברה לאור העובדה שלא הוצג להם משקל המוצרים או המחיר ליחידת מידה, נפגעו בראש נזק זה, בשל העובדה שנמנעה מהם האפשרות להשוות את המחירים כפי שהורה המחוקק.

86. הגם שיש להניח כי נגרם לצרכנים מסוימים נזקים ממנויים (למשל כאשר הם לא נהנים כראוי ממבצעי כמות כמוסבר לעיל), מר דוד יתמקד בנזק הבלתי ממנוי, בשל הקושי לבחון את הכדאיות של המוצר (מחיר בהשוואה לכמות) וכן הקושי לבצע השוואה ראויה של מחירי המוצרים (שהם נגזרת של המשקל). היעדר הסימון והקושי להשוות גרמו לו חוסר נוחות, תסכול ורגשות שליליים מכך. את הנזק הבלתי

עמוד 20

ממוני יעמיד מר דוד בהקשר זה בסך של 50 ₪, בגין היעדר היכולת לבצע השוואה יעילה ונוחה כמו גם נוכח הרגשות השליליים שחש מכך שהחברה לא מסמנת את משקל (תכולה) המוצרים.

87. הקשר הסיבתי בין ההטעיה לנזק אף הוא ברור מאליו, שכן ההצגה של מוצרי החברה ללא התכולה/משקל שלהם, הובילה לכך שנמנעה מלקוחות החברה ולקוחותיה הפוטנציאליים, חברי הקבוצה, האפשרות לערוך השוואה בין מחירי המוצרים הנמכרים לעומת מוצרים אחרים לגביהם מתקיימות הוראות הדין, כמפורט לעיל, וכך הם ניזוקו בראשי הנזק השונים.

עילות תביעה נוספות בקשר עם אי-סימון תכולה

88. **הטעיה ואי גילוי** : מעשיה ומחדליה של החברה כלפיי מר דוד וכלפי יתר הצרכנים אשר נמנים על חברי הקבוצה, עולים לכדי הטעיה לפי הוראות סעיף 2(א) לחוק הגנת הצרכן הקובע כי הטעיה (בדרך של היעדר גילוי) היא כל מעשה או מחדל העלולים להטעות את הצרכן בכל "עניין המהותי" לעסקה. אי הצגת התכולה של המוצרים, מהווה הפרה של חובת הגילוי כלפי הצרכנים אשר צורכים את מוצרי החברה (לרבות הפוטנציאליים), המקשה ומסכלת את יכולתם לבצע קנייה נבונה וכן לערוך השוואה נוחה בין מחירי מוצרים הנמכרים על ידי החברה לבין מוצרים דומים, זהים או תחליפיים. למותר לציין, כי תכולת המוצר וכדאיות רכישתו מהווה עניין מהותי בעסקה, כפי שאף צוין בסעיף 2(א) לחוק הגנת הצרכן אשר קובע, כדלקמן. בכך שהחברה לא ציינה את משקלם של המוצרים, היא פגעה ביכולת הצרכן לעמוד על טיבם ואיכותם של המוצרים וכן על התמורה המשולמת בעבור המוצרים. מאליו גם מובן, כי המשקל והמחיר מהווים חלק נכבד מן המידע על הנכס הרלוונטי להתקשרות בעסקה. אשר על כן, במעשיה ובמחדליה הטעתה החברה את מר דוד וחברי הקבוצה בעניין מהותי, כהגדרתו בחוק הגנת הצרכן. כפי שעולה מן האמור אף מתקיים בענייננו רכיב הנזק והקשר הסיבתי בין ההפרה לבין הנזק.

89. **התעשרות שלא במשפט** : במעשיה ובמחדליה המתוארים לעיל התעשרה החברה שלא כדין על חשבון מר דוד ויתר חברי הקבוצה. כאשר החברה נמנעת מלפרסם/להציג את תכולת המוצרים ומונעת בכך את הצגת מחיריהם לפי יחידת מידה (במקרים מסוימים), היא מסכלת או מקשה על לקוחותיה לבצע השוואת מחירים, ובכך מובילה לכך שהצרכנים רוכשים את מוצריה שלעתים הם יקרים יותר. לו החברה היתה פועלת כדין ייתכן שהלקוחות כלל לא היו רוכשים את מוצרי החברה ובכך החברה מתעשרת ברכישות שלא היו מבוצעות לו היתה פועלת כדין. הלקוחות היו משווים את מוצריה למוצרים אחרים, ובוחרים לרכוש מוצרים אחרים מה שהיה מאלץ אותה להוריד מחירים. העדר הורדת המחירים מהווה אף היא התעשרות שלא כדין של החברה. בנוסף, התעשרה החברה בכך שחסכה את המשאבים הכרוכים בשקילה וסימון התכולה על כלל המוצרים במפעל שלה. דהיינו: החברה התעשרה מן לקוחותיה, שלא על פי זכות שבדין, באופן בלתי צודק, תוך הפרה ברורה של הוראות הדין. אשר על כן, עומדת למר דוד וליתר חברי הקבוצה עילת תביעה מכוח חוק עשיית עושר ולא במשפט.

90. **הפרה של חובת תום הלב במשא ומתן** : סטנדרט התנהגות ראוי מצידה של החברה, מחייב אותה לנקוט בזהירות יתירה כאשר היא מציגה (או נמנעת מכך) מידע מהותי בנוגע למוצרים שהיא מייצרת/משווקת/מוכרת, ולהקפיד על גילוי מלא של כל המידע הרלוונטי ללקוחותיה, על מנת לאפשר להם לכלכל את צעדיהם ולבצע קניות נבונות. מהאמור לעיל עולה, כי גם חובתה של החברה לנהוג כלפי חברי הקבוצה, לקוחותיה, בתום לב – הופרה, וכי הם זכאים לפיכך לכל סעד שיקבע בית המשפט הנכבד בגין הפרה זו.

3.: הפרת החובה לסמן מחיר

המסגרת הנורמטיבית - החובה להציג מחיר על גבי המוצר

91. חובתה של החברה לפרסם מחירים על גבי מוצרים, נובעת מהוראות הקבועות בחוק הגנת הצרכן. סעיף 17 לחוק הגנת הצרכן, שכותרתו "חובת הצגת מחיר על טובין והמחיר המחייב", קובע כי "א) עוסק המציע, המציג או המוכר טובין לצרכן יציג על גביהם או על גבי אריזתם את מחירם הכולל [...]". חוק הגנת הצרכן מגדיר את המונח "המחיר הכולל" במסגרת [סעיף 17א](#) לחוק הגנת הצרכן, כדלקמן: "מחיר הכולל את סך כל התשלומים בעבור נכס או שירות ואת סך כל המסים החלים עליהם או על מכירתם והנגבים על ידי עוסק, לרבות- (1) מס ערך מוסף, אגרות או תשלומי חובה; (2) כל תשלום אחר הנלווה לרכישת אותו נכס או שירות, בלי שניתנת לצרכן אפשרות מעשית לוותר עליו במסגרת העסקה". במסגרת ע"א 14597-07-18 **הרשות להגנת הצרכן ולסחר הוגן נ' בילי האוס בע"מ** (10.6.2020), קבע בית המשפט המחוזי בתל אביב-יפו, כדלקמן:

"המונח 'המחיר הכולל' מוגדר בסעיף 17א לחוק כ'מחיר הכולל את סך כל התשלומים בעבור נכס או שירות...' אכן, מטרתו העיקרית היתה למנוע מצב בו הקונה יופתע לרעה בקופה, כשיתברר לו שעליו לשלם תוספות נוספות על המחיר המצוין עליו. ברם, זו אינה המטרה היחידה. בנוסף למטרה זו, קיימת מטרה נוספת, והיא שהצרכן יידע מה בדיוק המחיר שעליו לשלם לאחר ההנחה. המחוקק רצה להבטיח שכל קונה יוכל לדעת בדיוק מה המחיר הסופי והוא לא יצטרך לערוך חישוב בעצמו. המטרה אינה רק למנוע 'הפתעה לרעה' בקופה, אלא גם לפשט ולהבהיר לקונה מה בדיוק המחיר לאחר ההנחה, מבלי שהוא יצטרך 'לפתוח מחשבון' ולהתחיל לחשב חישובים. באופן זה מתגשמת אחת ממטרות החוק 'להביא לידיעתו מידע מלא ככל האפשר על טיב העסקה שהוא עומד לעשות' (מתוך המבוא להצעת חוק הגנת הצרכן, תש"ס-1980 (חוברת 1469, 16.7.80)). מגמת החוק היא להרחיב את חובת הצגת המחירים, לפשטה ולהיטיב עם הצרכן. הכוונה של המחוקק היא להועיל ולהגן על הצרכנים, תוך העמקת והרחבת החובה שהמחירים יגולו באופן ברור ואחיד. לכן, הגדרת הביטוי 'המחיר הכולל' כ- 'מחיר הכולל את סך כל התשלומים בעבור הנכס' צריך להיות מפורש כמחיר הסופי ולא המחיר לפני ההנחה. רק ציון המחיר לאחר הנחה, מביא לידיעת הצרכן את 'המידע המלא' אודות המחיר האמיתי שעליו לשלם עבור המוצר".

92. באופן דומה, בת"צ (מחוזי ת"א) 14247-06-14 **בועז גדיש נ' מחסני מזון - חינוס פלוס בע"מ** (6.12.2017), קבע בית המשפט המחוזי בתל אביב-יפו, כי תכלית החוק היא לאפשר לצרכן להשוות מחירים של מוצרים שונים בצורה מושכלת בהתבסס על מידע מלא ואחיד אודות מחירי המוצרים, על מנת להגיע להחלטה מיטבית איזה מוצר לרכוש, וזאת על פי המחיר המלא אותו יידרש הצרכן לשלם בבואו לקופה. וראו את שנקבע בדנ"א 5712/01 **יוסף ברזני נ' בזק, חברה ישראלית לתקשורת בע"מ**, נז"מ (6) 385 (2003), כי חוק הגנת הצרכן נועד לחזק את האוטונומיה האישית של הצרכן ואת זכותו לכבוד על-ידי הבטחת יכולתו לבחור בחירה מושכלת במוצר ובשירות על-ידי כך שיקבל את כל המידע האמיתי הרלוונטי. כן ראוי להתייחס בהקשר זה לפסיקות בהן נקבע, כי עצם הפגיעה ביכולתו של הצרכן לקבל החלטות צרכניות מושכלות ולהשוות בין מוצרים שונים מהווה נזק שיש לפצות עליו. כך נקבע, כי חוסר נוחות מאי קיום הדין (כבענייננו, מאי סימון המוצרים), והפרת הדין עצמה, גורמת לנזק בר פיצוי המצדיק את קבלת הבקשה לאישור [בת"צ 50124-05-19 **בורשטיין נ' טמבור פולימרים בע"מ** (30.11.2022) נקבע, כי עצם הפרת הדין (שם, אי עמידה בתקן), גורמת לפגיעה באוטונומיה ונזק בלתי ממוני הראוי לפיצוי, ובהתאם, התקבלה שם בקשת האישור (ראו עמ' 31-32 לפסק הדין); בת"צ 54941-09-19 **נייגוז נ' ישרוטל בע"מ ואח'** (11.9.2022), התקבלה בקשה לאישור שעניינה אי הצגת המע"מ במחיר הכולל, כאשר נקבע, כי ללקוחות נגרם נזק בלתי

עמוד 22

ממוני מעצם הפרת המשיבה את החובה להציג מחיר כולל מע"מ (ראו סעי' 45 להחלטה); בת"צ -51324-03-14 **יהודה נ' Hewlett-Packard Company** (3.5.2017) נקבע, כי אי עמידה בהוראות הסימון, גורמת לאי נוחות המצדיקה את קבלת הבקשה לאישור (ראו עמ' 18-19 לפסק הדין).

93. ראו גם את שנקבע בת"א 1169-07 **הראל נ' שטראוס מחלבות בע"מ** (20.10.2010): "יכולתו של הצרכן להשוות מחירים היא נשמת אפה של צרכנות, וכל הגבלה או מניעה של יכולת זו כמוה כפגיעה ביכולתו לקבל החלטות צרכניות מושכלות... המבקשת טענה שהנזק שנגרם לה הוא העדר אפשרות להשוות את מחירי המוצרים למחירי מוצרים אחרים, דבר שהיה אפשרי אם המשיבות היו מסמנות את אריזות המוצרים כנדרש על פי התקן. נזק כזה אמנם אינו נזק ממוני או רכוש, אך הוכר בפסיקה כנזק שיש לפצות עליו [...]" [וראו גם ת"צ 14982-11-12 **רוקח נ' JAMES RICHARDSON PROPRIETARY LTD** (25.4.2014), פס' 6, עמ' 7; ת"צ 24915-08-22 **בן סהל נ' סטופ מרקט בע"מ** (10.7.2024), סעי' 16-12; ע"א 3849/20 **טמיר ואח' נ' סלקום ישראל בע"מ** (30.5.2023), פס' 7].

94. ניתן להניח, כי אחד הטעמים המרכזיים שהובילו את החברה שלא לסמן את מוצריה, הוא גם חיסכון במשאבים הגבוהים הכרוכים בכך. בתי המשפט הכריעו כי אי סימון מוצרים כדין במטרה לחסוך במשאבים, מהווה טעם המצדיק קבלת הבקשה לאישור, ופיצוי חברי הקבוצה במשאבים שנחסכו על חשבונם. ראו לעניין זה את הכרעתו של בית המשפט המחוזי מרכז-לוד **בעניין HP** (ראו עמ' 20-22 לפסק הדין); וראו גם את פסק דינו של בית המשפט המחוזי במסגרת ת"צ 7066-03-21 **אולג ציפורין נ' הוט מובייל בע"מ** (7.6.2021) (להלן: "**הוט מובייל**"), שם נפסק פיצוי לציבור בסכום של 2,400,000 ₪ המהווה 75% מרווחי המשיבה שם (הוט מובייל), שהם למעשה החסכון הכספי של אי שליחת חשבוניות בדואר לחלק מלקוחותיה, אשר אמורים היו לקבלן באמצעות הדואר.

95. כן ראו את שנקבע בת"צ (ת"א) 47928-10-13 **הר פז נ' עמוסי נגר יבוא ושיווק עוגן בע"מ** (26.8.2019) (להלן: "**עמוסי**"): "לא בכדי נחקק סעיף 17 לחוק הגנת הצרכן, שתכלית הוראתו לפטור את הצרכן מעריכת חישוב כזה או אחר ולאפשר לו להשוות השוואה מושכלת את מחיריהם של מוצרים שונים, כדי להגיע להחלטה הטובה ביותר איזה מהם לרכוש ואצל מי". עוד נקבע **בעניין עמוסי**, כי אף אלמלא היה המבקש שם מסתמך על המחיר, הוא בכל זאת זכאי לפיצוי, ובלשון ההחלטה: "יש הסוברים שדרישת ההסתמכות דינה להתבטל מאחר שאינה מועילה להגשמת תכליתו של הדין המהותי וגם מכבידה שלא לצורך, פוגעת בהרתעה ועוד" (ראו עמ' 52 לפסק הדין **בעניין עמוסי**). על פסק הדין **בעניין עמוסי** הוגשו מספר ערעורים ובקשות ערעור, במסגרת ע"א 6930/19 (הליך מאוחד עם רע"א 7085/19, רע"א 7090/19, רע"א 7107/19, רע"א 7157/19, רע"א 7183/19, רע"א 7187/19) **הר פז ואח' נ' נגב קרמיקה שיווק (1982) בע"מ ואח'** (6.2.2023). בית המשפט העליון הותיר את ההכרעה של בית המשפט המחוזי על כנה, וקבע מספר קביעות החשובות לענייננו, הן לעניין חובת סימון המוצרים, והן לעניין הנזק מאי סימון כדין. ראו סעי' 43, 44, 48, 51, 75, 76, 78 לפסק דינו של בית המשפט העליון.

96. למען הסר ספק שההוראה רלוונטית גם לגביי החברה יצוין, כי ב"כ של התובע (הח"מ) פנה אל הרשות בשאלה לגביי תחולת הוראות סעיף 17 לחוק הגנת הצרכן, כאשר מדובר ברשתות קמעונאיות גדולות. הרשות להגנת הצרכן העבירה לח"מ את תשובתה, וצירפה את הוראות החוק הרלוונטיות (הנזכרות לעיל). מוצרים הנמכרים אצל החברה לא מוחרגים מהוראות סעיף 17 לחוק הגנת הצרכן, ועליה להציג

עמוד 23

את המחיר על גביהם. זאת ועוד. התשובה של הרשות להגנת הצרכן עולה בקנה אחד עם פעולות האכיפה שלה. כך לדוגמה, ביום 24.3.2021 בוצעה ביקורת בבית העסק רב שיווק מזון בע"מ בכתובת ז'בוטינסקי 18 קריית מלאכי, במסגרתה הרשות הטילה עיצום בגין אי סימון מחיר על גביי המוצרים (ראו סעי' 3 לעיצום ולדו"ח המצורף כנספח 2 להלן).

נספח 23 - העתק תשובת הרשות בצירוף המסמכים שמפרטים את הוראות הדין הרלוונטיות; נספח 24 - העתק דו"ח הרשות להגנת הצרכן ולסחר הוגן אגף עיצומים כספיים בקשר עם הביקור מיום 24.3.2021.

החברה חוסכת ממון רב בכך שלא מסמנת את מוצריה (מחיר ותכולה)

97. כאמור, החברה פועלת בניגוד לדין כאשר היא מוכרת את מוצריה מבלי שמוטבע עליהם מחיר או מסומנת התכולה, במטרה לחסוך מיליוני שקלים הכרוכים בסימון מוצריה, על חשבון חברי הקבוצה.

98. עלויות הסימון של מחירי המוצרים (נוסף על העלויות בסימון התכולה) הן משמעותיות מאוד. מנהל מחקר וכלכלה של משרד התעשייה, המסחר והתעסוקה, ביצע מחקר שכותרתו "חוק סימון מחירים: סקירת מצב בעולם, המגמות המסתמנות והערכת השפעת החוק על המחירים לצרכן" (להלן: "דו"ח המחקר").

נספח 25 - עמודים רלוונטיים מדו"ח המחקר.

99. במסגרת דו"ח המחקר הוסבר, כי העלויות של סימון המחיר על גביי המוצרים הן משמעותיות, באופן שמסביר מדוע החברה העדיפה לחסוך הוצאות אלה על חשבון חברי הקבוצה [ר' טבלה מס' 4 לדו"ח, בהקשר לעלויות (עמ' 85 לדו"ח המחקר)].

100. מחקר זה חשוב לענייננו בהיבט נוסף - המחקר מלמד כי המחוקק מודע לעלויות של סימון המחירים על גביי המוצרים, והחליט כי זו הדרך הראויה לסמן מחירי מוצרים, על אף העלות הכרוכה בכך. זאת ועוד. במסגרת דו"ח המחקר הוסבר, כי אחת ההשפעות הגלומות בסימון מחיר על גבי מוצרים, היא שהרשתות לא ישנו מחירים בשל הטרחה שכרוכה בכך. כך למשל הוסבר בעמ' 65 לדו"ח המחקר:

כך לדוגמה, אם השופרמקט מחליט לשנות את מחירו של מיץ TROPICANA, באיזוה במשקל נתון של 1.20Z, או חבט כמנוב צריך לשנות את המחיר הכפוף על חבט המחיר הסופי על המדף. אבל בנוסף לזה, הקטעוטי גם חייב לעדכן את הוויית המחירים הסופיים על כל אחת מאריות המיץ המונחות על מדפי רחנות למכירה. כפי שצראה בפרק הבא, חובה זו מייקרת את תהליך שינוי מחירים עבור קמעונאי E באופן משמעותי. נזכרת לכך שהקטעוטי יידון פחות שיתוי מחירים בספצעי.

101. דהיינו, לא די בכך שהחברה התעשרה בחסכון העלות של סימון המוצרים, היא גם מאפשרת לעצמה גמישות בביצוע שינויים במחירים, שלרוב כוללים העלאות מחירים.

102. דוח מחקר נוסף פורסם בשנת 2021 על ידי הכלכלנית הראשית. גם שם, העלויות של סימון המוצרים מגיעות לסכום של כ-500,000 ₪ לשנה לסניף, כך שהחיסכון על חשבון הציבור הוא אדיר.

הוצאות פתוחות סליה		הכנסות (אחידות)	
מחיר (אחידות)	הוצאות	מכר	הכנסות
214,591	0.52%	286	קנסות
4,853	0.01%	6	הכנסות נוספות
55,147	0.13%	74	הכנסות נוספות
9,375	0.02%	13	הכנסות
750	0.00%	1	הכנסות
23,002	0.06%	31	הכנסות
307,718	0.75%	410	הכנסות

הוצגו סטודיוס ונהוגה בישראל
סרטים ותעלות תעריכי כדורסל סטודיוס ונהוגה בישראל
לחלוצים

מלכות ישראל
המלך דוד

וכך גם לגביי שינוי מחירים:

[illegible]

103. עוד ראוי לציין, כי התנהלות החברה יוצרת תחרות לא הוגנת מול עוסקים אחרים, אשר מסמנים מחירים על גבי המוצרים או על גבי אריזתם, ומשקיעים משאבים רבים עבור כך. בדיון שהתקיים בכנסת ביום 16.1.2023, דנו בהוראה לפיה יש לסמן כל מוצר ומוצר, ולא ניתן להסתפק בשלט. ראו למשל דברים ח"כ אלי דלל (הליכוד) בעמ' 46 לפרוטוקול:

”וצריך לחלק את זה לשניים. אחד, הנושא של עלויות. האם באמת, אם אנחנו מורידים עלויות, זה יתגלגל לצרכנים, וצריך לראות האם באמת העלויות האלה, ההורדה שלהן היא נכונה. למשל, אני לא בעד להוריד את הסימון על המוצר. זה כל כך חשוב, ואני רוצה לומר לכם, כשאני רוצה לראות מחירים בקפואים כי שם אין פתקים, אני אף פעם לא מגיע - ואני אקדמאי, מהנדס - לא מגיע לסימון על המוצר כי שם זה מסומן על המקרר בצד”.

נספח 27 - העתק עמודים רלוונטיים מתוך פרוטוקול מס' 2 משיבת ועדת הכלכלה יום שני, כ"ג בטבת התשפ"ג (16 בינואר 2023), שעה 9:30.

104. כך ברור, כי סימון על גביי המוצרים הוא חשוב במיוחד עבור ציבור הלקוחות המוחלשים יותר של החברה, כגון קשישים. יפים לעניין זה דברי המחוקק בוועדת הכלכלה הנזכרת לעיל שם הובהר, כי יש חשיבות למדבקה על המוצר ולא ניתן להסתפק באמצעים חלופיים (אותם הציעו רשתות המזון בוועדת הכלכלה; הצעות אלה נדחו. עניין סימון המחירים בכותרות בימים אלה ממש¹). ראו מתוך עמוד 33 לפרוטוקול הנ"ל: "כשהם לוקחים מוצר שיש עליו מדבקה, ויש זקן שיודע בדיוק כמה זה עולה, אף אחד

<https://www.ynet.co.il/economy/article/bizappivlx>

עמוד 25

לא יסביר לי שיעשו שם מנגנון אוטומטי, והזקן הזה, יהיה לו קל יותר להשוות את המחיר". מאליו ברור, כי אין כל קושי לסמן את מחירי המוצרים וכי הסיבה בגינה החברה לא מסמנת מחירים על גביי המוצרים עצמם, היא כדי לחסוך את המשאבים הכרוכים בכך. בהקשר לכך שאין קושי מעשי לסימון, ומדובר רק בחסכון ההוצאות הכרוכות בכך על ידי החברה, ראוי להפנות לעמ' 33-34 לפרוטוקול הדיון בוועדת הכלכלה המצורף לעיל. לאור האמור לעיל, התעשרותה של החברה שלא כדן והחיסכון על גבי הציבור מגיע לכדי סכומים משמעותיים ביותר. נזק זה יש להשיב לציבור בהתאם לפסקי הדין בעניין HP ובעניין הוט מובייל.

הפרת הוראות סעיף 17 לחוק הגנת הצרכן

105. כמוסבר לעיל, סעיפים 17 - 17ב לחוק הגנת הצרכן קובעים, כי כאשר מציגים מוצר לציבור, יש לסמן על גביו או על גביי אריזתו את מחירו הכולל. החברה הפרה באופן נרחב ורוחבי את החובה של הצגת המחיר על גביי המוצרים. על מנת שלא נמצא חסרים יצוין, כי המחוקק קבע מספר חריגים צרים בתוספת לתקנות הגנת הצרכן (כללים שונים לפרסום מחירי נכסים ושירותים), תשנ"א-1991, לגביהם מותר להציג שלט ולא לסמן על גביי המוצרים עצמם. אולם, המוצרים בבקשה זו לא נכנסים לחריגים הצרים שבתקנות הנ"ל. יודגש, כי תכלית החקיקה, נועדה כדי לאפשר ללקוחות להשוות מחירים גם לאחר הרכישה. הסימון על המוצרים מאפשר ללקוחות לדעת מה מחיר המוצר כאשר הם עם עגלת הקניות, וגם בבית לאחר הרכישה. המחוקק ציין זאת שחור אל גביי לבן בעת חיקוק החוק. המחוקק הבהיר, כי יש לסמן על גביי המוצרים עצמם ורק במקרים חריגים (שלא מתקיימים בענייננו), ניתן לא לסמן על גביי המוצר עצמו. יפים לעניין זה סעיפים 14-15 לעמדה המשלימה של הרשות להגנת הצרכן מיום 29.11.2023 (מצ"ב להלן):

14. על התכלית בדבר סימון הצגת המחיר על גבי הטובין היסודי כבר בפרוטוקולים נדוניי וועדת הכלכלה: במיק. כך לשלש ראוי דבריו של דוד תדמור, הממונה על החובלים העסקיים דאן, בוועדת הכלכלה מיום 24.3.1998:

"ישני סיוות לסימון: הראשון, למעשה לבני אדם שיקראו מחיר לרע בעת הקניית מה מוצרי המוצר. זה לניסיון. אבל יש שטורח ושיטה, וזה לאפשר השוואת מחירים נוחת אחרי הקנייה. נותנת חומרת לחימום, לפי הבדיקות שלט, הכל עניין של מידת המחיר. כמפור של דבר. רק סיפור מחירים מאפשר השגת טובה מאוד של עתה רמסדות האלה".

15. ראוי גם דבריו של מנכ"ל הרשות להגנת הצרכן דאן, יוסי שא נס:

"...צריך לפסור פקט מאד מוצרים שאין היינו לסמן אותם... יש לי כן למחנת טבעה גופותים שהם בעד סימון מלא, כן למשל ידיעת המחיר מיד וללא צורך בחיפוש תיום מבזבזים המון זמן על חיפוש המחיר. יש בלען, ויש מוצרים שמסומנים ויש כאלה שלא מסומנים, ויש כחיים שלך תקרא אותם ולקח דקות יקרות על כל סופר לרע את מחירי, גם אם אני יודע את המחיר, גם אם תעשה מחיצות, מה שחיה רצוי לעשות מזמן, ונס אם יש שכל בי כל מחיצה, גם אז, ברנצ עתודתי את המפרץ המסדה, עמחיל את מחירי, ביטק שחלמתי לאידן סימון או לפניה אחריה לתשעות בין מחיר דומה, אני צריך לרוץ לפרקוד שבעמא מחיצה פונה ואני מבלת יום שלם בפוטומרקט. בינו אצלכם לפני שנת וחצי וכתנו את תשיטת קריילנו אחת, יש לו כל הקוננו שלכם מלפני שנת וחצי, ולא נחישו את תשיטת שלם ככה. יי (עני 22 לפרוטוקול מספר 248 על ישיבת ועדת הכלכלה, מיום 24.3.1998, תכנסת הארבע עשרה).

106. גם במחקר שצורף לעיל על ידי הכלכלנית הראשית, הלקוחות ציינו שחשוב להם מאוד לדעת את המחיר בשלב שאחרי שהרכישה, ולכן חשוב שהסימון יהיה על גביי המוצר עצמו:

[illegible][illegible]

107. בענייננו, לא יכול להיות ספק שהחברה מפרה באופן גורף את החובה לסמן את המחיר על גבי המוצרים, לרבות מוצרים שלא נכנסים לחריגים הצרים של התקנות הני"ל. יצוין כי החוק ברור מאוד, וקובע שיש לסמן מחיר על המוצר עצמו ולא די בהצגת שלט לצד המוצרים.

עילות תביעה נוספות בקשר עם סימון מחיר

108. **הטעיה ואי-גילוי לפי חוק הגנת הצרכן**: החברה עוולה כלפי לקוחותיה בעוולה של הטעיה ובעוולה של אי גילוי, ופעלה בניגוד לדין. מצגיה ומחדליה של החברה כלפיי מר דוד וכלפי יתר הצרכנים אשר נמנים על חברי הקבוצה, כפי שנפרשו לעיל, עולים לכדי הטעיה. אי הצגת מחירים על גבי המוצרים, מהווה הפרה של חובת הגילוי כלפי צרכני החברה, מקשה על הצרכנים, מסכלת את יכולתם לבצע קנייה נבונה ולערוך השוואה נוחה בין מחירי המוצרים הנמכרים על ידי החברה לבין מחירי מוצרים דומים (זהים או תחליפיים שמוכרת החברה או שנמכרים ברשתות שיווק מתחרות). למותר לציין, כי מחיר המוצר מהווה עניין מהותי בעסקה. תכלית סעיף 2(א) לחוק הגנת הצרכן נועדה לאפשר לצרכנים לכלכל את צעדיהם ולקבל החלטה מושכלת באשר להתקשרות בעסקה (בחירת סוג המוצר והכמות). מאליהם גם מובן, כי המחיר הוא חלק נכבד מן המידע על הנכס הרלוונטי להתקשרות בעסקה.

109. לחברי הקבוצה נגרמו סוגי נזקים שונים: הנזק הממוני הראשון נובע מהפער שבין מחירי מוצרים הנמכרים אצל החברה לעומת מוצרים דומים, זהים או תחליפיים - אילו החברה היתה פועלת כדן, ברי כי הצרכנים (לפחות חלקם) היו עורכים השוואה טובה יותר בין המוצרים השונים הנמכרים על ידי החברה ורוכשים מוצרים שעלותם פחותה; הנזק הממוני השני נובע מפער המחירים של החברה, שהם גבוהים יותר מאשר היו אילו החברה הייתה מסמנת את מוצריה כדן. ויוסבר. כמובא לעיל, סימון המחיר על גביי המוצרים, מביא מאליו להקפאת מחירים ואי העלאה שלהם לפרק זמן מסוים, לאור העלויות הכרוכות בסימון המוצרים (ראו עמ' 65 לדוגמה למחקר שבוצע על ידי משרד התעשייה, המסחר והתעסוקה, המצ"ב לעיל). ללקוחות נגרם נזק בדמות הפער שבין מחיר המוצרים שנרכשו, לבין מחיר המוצרים שהיה אמור להיות במצב דברים בו לחברה לא הייתה הגמישות בהעלאת המחירים; הנזק

עמוד 27

שאינו ממוני שנגרם לקבוצה, נובע מהעובדה שהחברה לא פרסמה לקהל לקוחותיה את המידע הנחוץ לצורך ביצוע השוואת מחירים או ביחס למחירי המוצרים אצל רשתות שיווק מתחרות. הקשר הסיבתי בין ההטעיה לנזק אף הוא ברור מאליו, שכן ההצגה שלא כדין של החברה, הובילה לכך שהצרכנים ניזוקו בראשי הנזק השונים הממוניים והבלתי ממוניים שפורטו לעיל. בשל התנהלות החברה, מר דוד התקשה להשוות את מחיר המוצרים, והיה לו קושי ברכישה, באופן שגרם לו חוסר נוחות, קושי בהשוואת המחירים וככל הנראה גם נזק כלכלי (נזק אותו קשה לאמוד ועל כן יתמקד בנזק הבלתי ממוני). תחושות אלה גרמו למר דוד ולחברי הקבוצה נזק בלתי ממוני בשל שלילת היכולת שלי לבצע השוואה ראויה של מחירי המוצרים ובשל התסכול שחש. מר דוד יעמיד את הנזק הבלתי ממוני שנגרם לו בשל הרגשות השליליים, חוסר הנוחות והטרחה בגין אי סימון המוצרים בסך מוערך של **100 ₪**.

110. **הפרת חובה חקוקה**: החובה מוטלת על החברה **מכוח החוק**, כפי שפורט לעיל; אין ספק כי סעיפי החוק הרלוונטיים מחוק הגנת הצרכן, נועדו אך ורק כדי להגן על ציבור לקוחות החברה ולקוחותיה הפוטנציאליים, ובהם מר דוד; החברה הפרה ומפרה את החובה המוטלת עליה; בשל הפרותיה של החברה, נגרמו למר דוד וליתר חברי הקבוצה הן נזקים ממוניים והן נזקים לא ממוניים; ברי כי הנזק שנגרם הוא בדיוק הנזק אותו התכוון המחוקק למנוע.

111. **הפרה של חובת תום הלב במשא ומתן**: סטנדרט התנהגות ראוי מצידה של החברה, מחייב אותה לנקוט בזהירות יתירה בכל הנוגע לפרסום מחירי מוצריה, ולהקפיד על גילוי מלא של כל המידע הרלוונטי ללקוחותיה, על מנת לאפשר להם לכלכל את צעדיהם ולבצע קניות נבונות.

הקבוצה המיוצגת והנזק שנגרם לה

1. כאמור לעיל, בעניינו, לחברי הקבוצה נגרמו נזקים ממוניים ובלתי ממוניים. החברה מוכרת ומובילה בתחומה, ועל כן גם אם נניח נזק ממוצע של 70 ₪ ללקוח (ממוני ולא ממוני), בתקופה של 7 שנים, ו – 50 רכישות ליום (באופן ממוצע) בכל אחד מהסניפים של החברה (כולל המרשתת), מדובר על נזק קבוצתי אשר חוצה באופן ניכר את רף ה – 2.5 מיליון ₪ במהלך התקופה הרלוונטית.

1. נזכיר כי החברה לא השיבה למכתב ההתראה שנשלח אליה לגופו של עניין ועל כן לא עלה בידי מר דוד להעריך את סכום הנזק באופן מדויק יותר. ברור אפוא כי לא מדובר בחישוב מדויק כלל ועיקר, שכן יש שוני בין לקוח אחד לאחר, ובין רכישה אחת לאחרת, ומדובר בנתונים גסים מאוד שכן אין באפשרות מר דוד להעריך את הנתונים בצורה מדויקת. לא יכול להיות ספק כי בידי החברה קיימים הנתונים הרלוונטיים על בסיסם ניתן יהיה לחשב את הנזק הקבוצתי באופן מדויק, לאחר מינוי בודק.

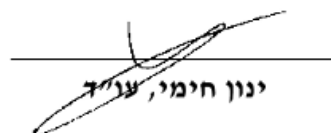
1. כידוע, על פי ההלכה, הכרעה בעניין חישוב וכימות גובה הנזק הקבוצתי, אינה נדרשת בשלב הבקשה לאישור התובענה כייצוגית, אלא רק לאחריה, במקרה שתאושר. לסיום פרק זה, יטען מר דוד שעניינו והבדיקות השונות מלמדים על הרחבתיות של הפרת החברה כך **שכלל לקוחות החברה נפגעו באופן דומה, הן בסניפי החברה והן באתר המרשתת של החברה** - מכיוון שבהזדמנויות שונות התרחשו העוולות המתוארות בתובענה זו, מכיוון שהרכישות מאתר המרשתת של החברה כמו גם הרכישות בסניפי החברה נשקלות, נאורות ומחויבות בסניפי החברה, ומכיוון שהחברה פועלת במתכונת של רשת לה מטבע הדברים מערכות מחשוב דומות בכל הסניפים, הרי הגיונית יותר הסברה כי ההתנהלות שהייתה לגבי מר דוד, אירעה גם עם יתר לקוחות החברה (הן אלה שרכשו אונליין והן אלה שרכשו בסניפי החברה), ואם

עמוד 28

החברה מבקשת לטעון אחרת, יש להעביר את הנטל לטענה זו לכתפיה. כמו כן, סימון התכולה של המוצרים לא מבוצע כבר בשלב האריזה במפעל, כך שההפרה היא רוחבית וזוהי בפעילותה של החברה כיצרנית, כיבואנית או כקמעונאית. מר דוד יטען, כי זהו בדיוק מסוג המקרים בהם קבע בית המשפט העליון כי יש להעביר את נטל הראיה מהמבקש למשיבה בקשר ליתר הלקוחות.

סוף דבר

1. מן המקובץ לעיל עולה, באופן ברור וחד משמעי, כי דינה של התובענה להתקבל.
1. אשר על כן, מתבקש בית המשפט הנכבד להורות על מתן סעדים, לטובת הקבוצה כפי שהוגדרה, הכל כפי שפורט ברישא לתובענה זו; ליתן הוראות בדבר גילוי מסמכים, או כל הוראה אחרת לפי שיקול דעתו, הנדרשת לשם המשך בירור התובענה כייצוגית.



ינון חימי, ע"ד



משה בן דרור, ע"ד

בן-דרור, חימי ושות' (BD|H| & CO.)
ב"כ התובע

תוכן עניינים

מס'י	שם הנספח	עמ'
1	העתק חשבונית עבור הרכישה של המבקש מיום 19.2.2025 (סניף תימורים)	33
2	העתק תמונה של שקילה שבוצעה על ידי המבקש של המוצר מיני אסאדו מהקניה שערך ביום 19.2.2025	35
3	העתק תמונות שצילם המבקש ביום 24.3.2025 בסניף רחובות	37
4	העתק חשבונית עבור הרכישה של המבקש מיום 24.3.2025 (סניף רחובות)	42
5	העתק תמונות מהרכישה שבוצעה ביום 8.4.2025, סניף רחובות	44
6	העתק תמונות מהרכישה שבוצעה ביום 14.5.2025, סניף רחובות	47
7	העתק תמונות מהרכישה שבוצעה ביום 15.5.2025, סניף רחובות	49
8	העתק תמונות מהרכישה שבוצעה ביום 24.2.2025, סניף תימורים	53
9	העתק תמונות מהרכישה שבוצעה ביום 6.6.2025, סניף תימורים	58
10	העתק תמונות מהרכישה שבוצעה ביום 27.6.2025, סניף תימורים	62
11	העתק דוח המעבדה שהוגשה בתצ 36672-12-24 בלאו נ' מרב - מזון כל בעמ	71
12	העתק דוח המעבדה שהוגשה בתצ 57651-07-23 אלבז נ' מגה קמעונאות בעמ ואח	88
13	העתק דוח המעבדה שהוגשה בתצ 29967-12-24 כהן נ' ויקטורי רשת סופרמרקטים בעמ	116
14	העתק דוגמאות למוצרים שקילים (ללא סימון תכולה), ארוזים מראש	128
15	העתק מכתב ההתראה שנשלח לחברה ביום 27.6.2025	142
16	העתק הנחיית הממונה	168
17	העתק החלטת בית המשפט המחוזי בבש בעניין יוסף תבל	170
18	העתק עמדת הרשות בתצ 58615-10-18 שמואלי נ' יינות ביתן בעמ ואח	186
19	העתק תקן 1145	193
20	העתק צו סימון ואריזה של מוצרי מזון	226

מס'	שם הנספח	עמ'
21	העתק ההחלטה בתצ (מחוזי תא) 20-05-2666 צפריר פורטנוי נ' טיבון-ויל אחזקות בעמ (9.1.2024)	237
22	העתק החלטת בית המשפט העליון ברעא 199824 טיבון ויל אחזקות בעמ נ' צפריר פורטנוי (22.7.2024)	255
23	העתק תשובת הרשות בצירוף המסמכים שמפרטים את הוראות הדין הרלוונטיות	266
24	העתק דוח הרשות להגנת הצרכן ולסחר הוגן אגף עיצומים כספיים בקשר עם הביקור מיום 24.3.2021	275
25	העתק עמודים רלוונטיים מדוח המחקר	278
26	העתק הדוח משנת 2021	320
27	העתק עמודים רלוונטיים מתוך פרוטוקול מס 2 משיבת ועדת הכלכלה יום שני, כג בטבת התשפג, 16 בינואר 2023	364

נספח 1

**העתק חשבונית עבור הרכישה של
המבקש מיום 19.2.2025 (סניף
תימורים)**

עמ' 33

נספח 1

בד"ר בע"מ
אפרן דלגובי 1, מוסב חיפאים
ת.ס: 811228138

08:27 18/02/2025

מס'ד:

4328403

קאמ:

שגור בל"ר

מבילת:

"מק"ר
לשטובות מס קבולת: 18328890

שם	מחיר	כמות	לחשולם
דלי חספוד עם ג... 48.90	710	35.43	
קבב מנדש 400 ... 8.90	2	18.80	
קבב בל"ר 500 ג... 18.90	1	18.90	
לדגט סמטרוח פ... 18.90	2	38.80	
סה"כ פריטים	6		

לחשולם: 114.93

87.40

מחיר חי"כ במג"מ

17.53

מג"מ 14.87%

114.93

בד"ר מוסב

שם: אפרן דלגובי בע"מ

נספח 2

**העתק תמונה של שקילה שבוצעה על
ידי המבקש של המוצר מיני אסאדו
מהקניה שערך ביום 19.2.2025**

עמ' 35

נספח 2

