

ת"צ: 19-26-4550



אפיק כספי ת.ז. 203695895
מיריל שלומי ת.ז. 022160048
ע"י ב"כ עוה"ד אבירם רחימי ו/או עוה"ד הריאל שלום
מרחוב יגאל אלון 96 תל-אביב 6789140
טל': 03-9444924, פקס: 03-9444924

המבקש 1:

המבקש 2:

- נגזר -

משקאות חינאי ג'ורג' חניות (2004) בע"מ ח.פ. 513510867

מרחוב גולדמן נחום 8, תל אביב יפו 6802908

טבע ספורט קסטל בע"מ ח.פ. 513359059

מרחוב משלנית 27, הרצליה, 4673327

(וביחד: "המשיבות")

המשיבה 1:

המשיבה 2:

עלילות התביעה: הפרת חובה חוקה, עשיית עושר, הטעייה, רשלנות.

הסעד המבוקש: כספי, החרותי, צו עשה.

סכום התביעה האישית: המבקש 1: 58.1 נ"נ והמבקש 2: 76 נ"נ.

סכום התביעה הקבועתי: 5,453,600 נ"נ

בקשה לאישור תובענה ייצוגית

מווגשת בזאת בקשה לאישור תובענה ייצוגית ("הבקשה" או "בקשת אישור") בהתאם להוראות חוק תובענות ייצוגיות, תש"ו-2006 ("חוק תובענות ייצוגיות") ותקנות תובענות ייצוגיות תש"ע-2010 ("תקנות תובענות ייצוגיות").

העתיק התובענה הייצוגית שאישורה מותבקש מצורף כנספח A לבקשת זו ("התובענה הייצוגית").

בבית המשפט הנכבד יתבקש כדלקמן:

- א. לאשר את התובענה הייצוגית.
- ב. להגדיר את הקבועה שבסמה תנוול התובענה ("הקבוצה"), בהתאם להוראות סעיפים 10 ו-14(א)(1) של החוק, באופן הבא:

"כל לקוחות המשיבות שרכשו ממן טובין ו/או מוצריים לגבייהם לא קיימת חובה שבדין

לשםך על פי ייחidot מידה בהתאם לתקנות הגנת הרכנן (מחיר ליחידת מידה) התשס"ח – 2008.

- ג. קבוע כי המבוקשים הינם התובעים המייצגים והח"מ הינם ב"כ המייצגים של הקבוצה.
- ד. קבוע כי עילות התביעה חינן:
- הפרת חובה חוקה – הפרת התקנות הגנת הרכנן (מחיר ליחידת מידה) התשס"ח – 2008 (להלן: "התקנות");
 - הטעיה לפי סעיף 2 לחוק הגנת הרכנן תשמ"א – 1981 (להלן: "חוק הגנת הרכנן");
 - רשות, לפי סעיף 35 לפקודת הנזיקין [נוסחת חדשה] (להלן: "פקודת הנזיקין");
 - עשיית עשר ולא במשפט, בהתאם להוראות חוק עשיית עשר ולא במשפט, תשל"ט-1979; (להלן: "חוק עשיית עשר").

והכל כמפורט בהמשך בקשה דן.

- ה. להורות על הסעדים נגד המשיבות כמפורט בהמשך הבקשת דן, ובכלל זה:
- 1) ליתן צו הצהרתי לפיו הפרו המשיבות את הוראות הדין;
 - 2) להורות למשיבות לטמן את מוצריהם, באתר האינטרנט שלוחן, בהתאם לדרישת התקנות;
 - 3) להורות למשיבות לשלם לחבריו הקבוצה הייצוגית פיצוי בגין הנזק שנגרם להם, המוערך לצורכי הבקשת דן בסכום של 5,453,600 ש"ח (חמשה מיליון, ארבע מאות חמישים ושלוש אלף ושש מאות שקלים ש"ח).
- ו. להורות על פרסום הודעה לחבריו הקבוצה, בהתאם להוראות סעיף 25(א)(1) של החוק, בדבר החלפת בית המשפט לאשר את התביעה כייצוגית ולהייב את המשיבות בעליות הכרוכות בפרסום.
- ז. להורות על תשלום גמול הולם לבקשתם, וכן קבוע את שכר הטרחה של ב"כ, בשיעור יחס שיקבע על ידי בית המשפט הנכבד, כאמור להלן, בתוספת מע"מ כדי.
- ח. לחייב את המשיבות בתשלום הוצאות התביעה.
- ט. ליתן כל הוראה נוספת כפי שייראה לבית המשפט הנכבד לשם הבטחת ניהול הוגן ויעיל של התביעה הייצוגית וכוננו וצדוק בנסיבות העניין.

A. פתח דבר ותמציתו

1. עניינה של בקשה אישור זו – בחטעה CRCNIT, SHITOTIT, SMBATUT HEMISHIVOT נגד ל Kohotim. ודוק. מדובר במקרה רשלני, ובניסיון להטער על חשבון הליקות, תוך הפרת הוראות דין.

2. בחלוקת אגו יzion, כי המשיבות מפורת את הוראות הדין לעניין סימון מחיר ליחידת מידת, בכך שהן אינן מסמנות, על גבי המוצרים המוצעים על ידם, באתר אינטרנט שלhon, את מחיר ליחידת מידת (להלן: **"המוצרים נשוא בקשה אישורי"**).
3. על פי התקנות, אשר נכנסו לתוקף כבר בשנת ב- 2009, נדרשים עסקים בהציג מחיר ליחידת מידת, באשר לכל המוצרים המוצעים על ידם, שהחוק או התקן הרשמי מחייבים להציג על גביהם את הכמות במשקל או במשקל.
4. כמו כן, התקנות קובעות מפורשות, כי החובה בהציג המחיר ליחידת מידת, חלק גם בעסקאות מרוחק:
- "(ב) מחיר ליחידת מידת יסומו על גבי הטוביין או אריזותם או על גבי תווית או שלט הצמודים למדף שמנחים עליו הטוביין ולענין טובי הנמכרים בעסקת מכיר מרוחק מהגדולה בסעיף 14גנו) לחוק, יוצג המחיר ליחידת מידת בצמוד למחיר הטוביין."**
- 5.ברי, כי עסקים נדרשים לסמן באתר האינטרנט שלהם, לפחות כל מוצר הנדרש על פי דין בסימונו המחיר ליחידת מידת באופן בולט, ברור וקריא.
6. על אף הוראות הדין הבורות ועל אף פסיקה רבה ואחדיה בנדון, לגביה נרחיב בחמשך, המשיבות, עושות דין לעצמן ולא מסמנות כלל את המחיר ליחידת מידת של המוצרים המוצעים על ידן בעסקאות מכיר מרוחק, לא באופן ברור וקריא, לא בצדד מוצר, ולא בשום דרך אחרת.
7. יודגש, כי לתקנות, חשיבות רבה במתן האפשרות לצרכן, לבצע רכישה מושכלת, תוך השוואת בין המוצרים השונים, ובבחור את המוצר המתאים והמשתלם ביותר עבורו.
8. בהיעדר פירוט המחיר ליחידת מידת, לצורך אין אפשרות ריאלית, לבצע השוואת בין מוצרים חלופיים המוצעים לו, זאת נוכח העובדה, שלכל מוצר, ישנה אריזה שונה, משקל שונה, גוף שונה - כמוות שונה של יחידות, אל מול מחיר שונה, כך שהצרך אין יכול להעריך מהו מוצר הזול ו/או המתאים לצרכיו.
9. יודגש, כי אין הכרת שהמוצר שמחירו נמוך יותר בין מספר מוצרים חלופיים, הוא דווקא הזול יותר בהתחשב בكمות שבמוצר, אלא ש.criteriaים אחרים מביצעים חשיבות מתמטיים אלו, באשר למאות המוצרים המוצעים להם,טרם כל רכישה בחיי היום יום.
10. משכך, ביקש החוקן להגן על הצרכן, כך שבכל מקום בו יוצע לו מוצר ו/או טוביין, יופיע גם מחירם על פי ייחידת מידת הרלוונטי. כך, רואה הצרכן באופן ברור, מה מחירו "האמתית" של המוצר יוכל הוא להשוות בין יתר המוצרים החלופיים, ובבחור באופן מושכל, איפה מוצר לרכוש.
11. בהיעדר מידע חשוב זה, מנעuta מהצרך האפשרות לבצע רכישה מושכלת ומשתלמת, נגרם לו נזק ממשוני, חסרונו כסיס וכן נפגעת האוטונומיה של רצונו האישי לכלכל את צעדיו.

12. המשיבות לא עמדו בחובתן המפורשת על פי דין וחותעו מכך, על חשבו הracken.
13. על המשיבות לעמוד בחובתם על פי דין, לשנות את התנהוגותן ולסמן את אתרי האינטרנט שלהם, בהתאם לקבע בתקנות.
14. באשר לักษיות הרבים של המשיבות, אשר מנעה מהם האפשרות לבצע רכישה מושכלת ומשתלמת, ושורכו מוצריים שעולות גובהה יותר ממוצריים חלופיים שהיו רוכשים אילולא מחדל המשיבות, נדרש כי אלו יפוצו על נזקם.
15. בית המשפט חכבץ, יתבקש לאשר את התביעה הייצוגית, להורות למשיבות לתקן את הפרות הדין ולפצות את חברי הקבוצה כמפורט לעיל ולהלן.

העובדות הכספיות בקשה

1. **הצדדים**
16. המשיבה 1, הינה חברת העוסקת בשיווק משקאות אלכוהוליים. בעלות המשיבה 1, 9 סניפים בפריטה ארצית ואטר אינטרנט למכרז מרוחק שכתוותו : <http://wineandmore.co.il>.
17. המשיבה 2 (להלן: "טבע קסטלי"), הינה חברת לモוצרי טבע ובריאות, המשווקת לעלota מ- 10000 מוצרים טבעיות, ארגניים ואקולוגיים.
18. בעלות המשיבה 2, 9 סניפים בפריטה ארצית ואטר אינטרנט למכרז מרוחק. המשיבה 2, הינה המפעילה של אתר האינטרנט של טבע קסטל שכתוותו : <https://www.tevacastel.co.il>.

העתק פרטי המשיבות כמפורט בראש החברות מצ"ב נספח 1

19. המבקש 1 הינו צרכן של המשיבה, הנוהג לרכוש מעת לעת משקאות אלכוהוליים.
20. המבקשת 2, הינה צרכנית של המשיבה, המעדיה על עצמה כמי שמשתדרת לשומר על אורח חיים בריא. למען הגלי הנות יזכיר, כי המבקשת 2 היא אימו של הח"מ, ב"כ המבקשים, עוזד הראל שלומי.

עובדות המקרה

21. המבקש 1 התעניין ברכישת משקאות אלכוהוליים מהמשיבה 1.
22. ביום 13 במאי 2019, נכנס המבקש לאתר האינטרנט של המשיבה 1, ובחן את האפשרויות השונות.
23. לבסוף, החליט המבקש 1 לרכוש בקבוק וודקה של חברת **Finlandia** בנפח 500 מ"ל שעלותו באתר

המשיבה 1 - 49.9 ₪.

- ברι, אילו הייתה המשיבה, מסמנת את מוצריה בהתאם לתקנות, היה יכול המבוקש 1 להבחן בклות, כי בעבור המשקה שבחור הוא שילם סך של 10 ₪ על כל 100 מ"ל משקה, בעוד התאפשר לו, לבצע רכישה חסכונית ונדאית יותר, לרכוש את אותו מוצר, בונפה שונה ובמחיר נמוך יותר לכל 100 מ"ל משקה, כלהלן:
- .24. במקומות המוצר שרכש המבוקש 1 - בקבוק Finlandia בנפח 500 מ"ל, המוצע באתר המשיבה 1, במחיר 49.90 ₪, יכול היה המבוקש 1 לרכוש:
- 25.1 בקבוק בנפח 700 מ"ל בעלות 59 ₪ - או היה משלם 8.4 ₪ ל-100 מ"ל.
- 25.2 בקבוק בנפח 1 ליטר בעלות 79 ₪ - או היה משלם 7.9 ₪ ל-100 מ"ל.
- .26. אלא שבמקומות זאת, וכটואתה ממהדלה של המשיבה 1, שילם המבוקש סך של 10 ₪ על כל 100 מ"ל של וודקה ה- Finlandia שרכש.
- .27. ברι, כי נוכח מחדלה של המשיבה 1, ביצע המבוקש 1 רכישה פחותה כדיית כלכלית, ושילם למעשה מחיר גבוה יותר על כל 100 מ"ל משקה שרכש. פער זה, הוא נזקן של המבוקש 1, ועומד עמו כנו על סך של 2.1 ₪ לכל 100 מ"ל משקה שרכש, ובס"כ הכל, נזקן המבוקש בגין רכישה זו בסך של 10.5 ₪.
- .28. ביום 27 במאי 2019, התעניין המבוקש 1 ברכישת מספר משקאות נוספים מאתר המשיבה 1.
- .29. המבוקש 1, נכנס לאתר המשיבה 1, אך התקשה במהלך ביצוע החזמנה, להשוות בין המוצרים החלופיים השונים ולבצע את העסקה המשתלמת ביותר.
- .30. יודגש, כי באתר המשיבה 1, יכול הצרכן לרכוש מספר בקבוקים מאותו סוג, בגודלים שונים ובמחירים משתנים, כאשר אין הכרח, שהבקבוק שנפחו גדול יותר, יהיה דזוקן מחירו ליחידת מידת נמוך יותר. כך למשל, כמו פיעם באתר המשיבה 1, בקבוק וודקה של המותג וו ג'ז, בנפח 750 מ"ל בעלות של 99 ₪ ערכו 13.2 ₪ ל-100 מ"ל, בעודו הבקבוק בנפח של ליטר, עולה באתר המשיבה 149 ₪, ערכו 14.9 ₪ ל-100 מ"ל, קרי, הבקבוק הגדול יותר, המכיל תוספת של 250 מ"ל, עולתו ליחידת מידת - גבולה יותר.
- .31. לבסוף, רכש המבוקש 1 מספר מוצרים, כמפורט להלן:
- 31.1 בקבוק גיוני ווקר שחור 700 מ"ל, בעלות של 105 ₪ - 15 ₪ ל-100 מ"ל.
- 31.2 בקבוק וודקה Pinlandia 700 מ"ל, בעלות 59 ₪ - 8.4 ₪ ל-100 מ"ל.
- 31.3 רביעיית בירה סן מגיל 330 מ"ל, בעלות 32 ₪ - 2.42 ₪ ל-100 מ"ל.

32. המבוקש 1 קיבל את המוצריים לבתו, ובעת שבתו את החשבוניות שקיבל משליח המשיבה 1, חס באין ווותה, שכן לזכרוונו, בקבוק הוודקה Pinlandia 500 מיל שרכש מהמשיבה 1 זמן קצר קודם לכן, עליה כמעט אותו דבר כמו בקבוק ה-700 מיל שרכשה זה עתה.
33. המבוקש 1 החליט לבזוק את העניין, הציג במחשבונו, נכנס לאתר המשיבה 1 והחל לעזרך השוואת של המוצריים השונים שרכש לפי מחירם ליחידות מידת.
34. להפתעתו, גילה המבוקש 1, כי שגה בבחירה המוצריים שרכש בשתי ההזדמנויות שביצעו מהמשיבה 1, ולמעשה המוצריים שרכש לא היו חסכוניים ולא היו משתלים.
35. כך למשל, במקום בקבוק הגוני ווקר שחור 700 מיל, שרכש המבוקש 1 בעלות של 105 נק - 15 נק ל-100 מיל. המבוקש 1 יכול היה לבצע עסקה כדאית יותר ולרכוש:
- 35.1 בקבוק גוני ווקר שחור 1 ליטר, בעלות של 135 נק - 13.5 נק ל-100 מיל.
- 35.2 המבוקש ניזוק בגין רכישה זו בסך של 1.5 נק לכל 100 מיל משקה, הוא הפער בין העסקה המשתלמת שהיא מבצע לו ידע את המחיר הריאלי של המוצר שבחור. ובכך הכל ניזוק המבוקש 1 בגין רכישת בקבוק זה בסך של 10.5 נק.
36. כך למשל, במקום בקבוק וודקה Pinlandia 700 מיל, בעלות 59 נק שרכש המבוקש – 8.4 נק ל-100 מיל. המבוקש 1 יכול היה לבצע עסקה כדאית יותר ולרכוש:
- 36.1 בקבוק וודקה Pinlandia 1 ליטר, בעלות 79 ש"ח נק - 7.9 נק ל-100 מיל.
- 36.2 המבוקש ניזוק בגין רכישה זו בסך של 0.5 נק לכל 100 מיל משקה, הוא הפער בין העסקה המשתלמת שהיא מבצע לו ידע את מחירו הריאלי של המוצר שבחור. ובכך הכל ניזוק המבוקש 1 בגין רכישת בקבוק זה בסך של 4 נק.
37. כך למשל, במקום ובייעת בירה סן מג'ל 330 מיל כ"א, בעלות 32 נק - 2.42 נק ל-100 מיל. המבוקש 1 יכול היה לבצע עסקה כדאית יותר ולרכוש:
- 37.1 שישיית בירה סן מג'ל בנפח 330 מיל כ"א, בעלות 29.90 נק - 2 נק ל-100 מיל.
- 37.2 המבוקש ניזוק בגין רכישה זו בסך של 0.52 נק לכל 100 מיל משקה, הוא הפער בין העסקה המשתלמת שהיא מבצע לו ידע את מחירו הריאלי של המוצר שבחור. ובכך הכל ניזוק המבוקש 1 בגין רכישת בקבוק זה בסך של 6.86 נק.
38. המבוקש 1 יכול היה לרכוש מאתר המשיבה, את אותם המוצריים, בנפחים שונים, ובכך לשלם מחיר נמוך יותר ליחידת מידת. ניזוק האישי של המבוקש 1, במסגרת רכישה זו מאתר המשיבה, עומד על הפער שבין המחיר ששילם לבין המחיר שהוא משלם לכל 100 מיל, לו ביצע את העסקה המשתלמת יותר, נזק זה הינו בסך 21.3 נק.

.39. **המבחן 1, אף יכול היה לרכוש את אותן המשקאות, רק ממוגנים שונים ובמחיר משתלם יותר.**

40. **צילומי מסך של המוצרים בעניין המבחן 1, מאתר המשיבה 1 מצ"ב בנספח 3**

אילו הייתה המשיבה 1 עומדת בחובתה שבדין, ומסמנת את מחירם של המוצרים לפי מחיר ליחידה מידיה, יהיה יכול המבחן 1, בנקל, להעריך את עלותם הרייאלית של המוצרים, ובתוך שכך לרכוש את אותן מוצרים, בנפח שונה, ובמחיר משתלם יותר, או מוצרים דומים של מותגים אחרים, זולים יותר.

.41. **זיהוי. בתרשישותה מעמידת החובתה לחציג מידע מלא ומדויק, הכוללת את המחיר ליחידה מידיה של כל מוצר ומוצר המוצע על ידה, מנעה המשיבה 1, מרכבתה, את האפשרות לעורך השוואת בין המוצלים החלופיים השונים, ובתוך שכך לבחור את העסקה המשתלמת והכזאית ביותר עבורם.**

בהתנהלותה זו כמפורט לעיל, הפרה המשיבה 1 את חובתה שבדין. בין היתר הפרה המשיבה את הוראות התקנות, חוק עשיית עורך, פקודת הנזקון וחוק הגנת הרכנן, באופן המקיים למבחן 1 ולהחברי הקבוצה עילית תביעה ממשית נגדה.

המבחן 2 והמ回事ה 2

.43. המבחן 2, נחשפה לפירסומיطبع קסטל, כניסה לאתר האינטרנט של החברה במטרה להזמין משלוח של מוצרים קוסמטיקה וטואלטיקה טבעים ואו ארגניים ואו בראים, למקום העבודה ברחובות.

.44. בעת שבhana את המוצרים השונים שבאתרطبع קסטל, הבדיקה המבחן 2, כי ישנים מוצרים רבים חלופים בכל קטgorיה, במחרירים שונים ובדלים שונים. המבחן התתקשתה לחשב את מחירם הרייאלי של כל מוצר ומוצר, שכן באתרطبع קסטל אין סימון של המחיר לפי יחידת מידיה.

.45. כך לדוגמה, באתר האינטרנט שלطبع קסטל, תחת הלשונית "שמפו" ניתן למצוא, עשרות מוצרים שונים, המוצעים בשלל מידות, גדלים ומחרירים, כדלקמן: שמפו 414 מ"ל בעלות 57 נ"ח ; שמפו 517 מ"ל בעלות 56 נ"ח ; שמפו 237 מ"ל בעלות 55 נ"ח ; שמפו 500 מ"ל בעלות של 59 נ"ח ; שמפו 400 מ"ל בעלות של 53 נ"ח ; שמפו 450 מ"ל בעלות של 44 נ"ח .

.46. כמו גם, המשיבה 2 משוקת מוצרים, המגיעים במספר גדלים. כך למשל, מסיכה לשיער משמן קיק ארגניה, נמכרת באתר המשיבה בנפח של 350 מ"ל ובמחיר של 500 מ"ל וכו'.

.47. המבחן 2 התתקשתה לחשב את שוויו האמתי של כל מוצר ומוצר, זאת לאור ריבוי המוצרים, הנדלים,(midot) והמחירים השונים של כל מוצר ומוצר.

.48. לאור מורכבות הדבר, ברור, כי ללא סימון המחיר ליחידה מידיה, לא יכול ערכן לבצע רבישה מושכלת תוך השוואת בין המוצרים השונים ובבחירה המוצר הטוב ומהשתלם ביותר עבורו.

המבקשת 2, יותרה על האפשרות של חישוב פרטני באשר למוצרים הריאלי של מאות המוצרים שבאתר טבע קסטל, ווכשה לבסוף מספר מוצרים באתר המשיבה 2 שנראו לה זולים ומשתלמים. בסך הכל, הזמינה המבקשת 2 ביום 6 במאי 2019, 5 מוצרים לאתר טבע קסטל בעלות כוללת של 230.8 ₪, כדלקמן :

49.1 סבון אירופי סנדי 75 גרם בעלות של 25 ₪ - 33.3 ₪ ל- 100 גרם (להלן: "הסבון הקשייח").

49.2 מסיכה לשיער ממשן קיק ארגניה, 350 מ"ל בעלות של 49 ₪ - 14 ₪ ל- 100 מ"ל (להלן: "המסיכה לשיער").

49.3 מרכז אבלון אורגניקס אורגני, 325 מ"ל בעלות של 46.80 ₪ - 14.4 ₪ ל- 100 מ"ל (להלן: "המרכז").

49.4 קרם ידים רימוניים, 48 גרם בעלות של 55 ₪ - 114.5 ₪ ל- 100 מ"ל (להלן: "קרם חידתיים").

49.5 סבון ידים אבלון אורגניקס אורגני, 355 מ"ל בעלות של 36 ₪ - 10 ₪ ל- 100 מ"ל (להלן: "סבון חידתיים").

49.6 דמי משלוח בסך 19 ₪.

העתק החשבוניות בעניין המבקשת 2 מצ"ב בנספח 4

.50. המבקשת 2, קיבלה את המוצרים נושא ההליך בעניינה ועשתה בהם שימוש.

.51. בהמשך להמליצה שקיבלה המבקשת 2, שקרה להחליף/רכוש בנוסף, קרם ידים, נכנתה לאתר המשיבה 2 ובחנה בשנית, את המוצרים שבאתר האינטראנט של המשיבה 2.

.52. המבקשת 2, הטעינה בקרם ידים מבית סמדר בונפה 100 מ"ל ובעלות של 70 ₪, אשר הינו מוצר חלופי, לקרם חידאים שרכשה.

.53. המבקשת 2, הבחינה כי המוצרים המוצעים באתר המשיבה תחת לשונית "קרם ידים", מוצגים בגודלים שונים ובמחקרים שונים, החלטה לבצע אישוב באמצעות מחשבון, על מנת לבדוק את עלותם הריאלית של המוצרים החלופיים רבים.

.54. המבקשת 2, גילתה, כי ערכו האמתי של המוצר שרכשה: קרם ידים רימוניים, 48 מ"ל בעלות של 55 ₪, הוא 114.5 ₪ ל- 100 מ"ל.

.55. בהינתו, שקרם ידים של סמדר בונפה 100 מ"ל, עולה באתר המשיבה 2, 70 ₪, הרי שהמבקשת 2, שילמה סך 22 ₪ יותר (בעבור 48 מ"ל) משתייתה משלמת לו היתה רוכשת את קרם ידים החלופי ותחול יותר, אשר התאים גם הוא לצרכיה, ואף הועדר עליו.

.56. המבקשת 2, לא ערכה חישוב פרטני של מאות המוצרים שבאתר המשיבה 2, אך ניתן לראות כי תחת

כל קטגוריה של מוצרים שבאתר המשיבה ישנו מבחר רב של מוצרים, בעלי תכונות דומות – חלופיים, כשלצרכן אין אפשרות ריאלית לעורך חישוב של ערכות האמתי, פר' יחידת מידע.

.57. בנוסף על כן, המשיבה 2 משוקת את אותם המוצרים בדיק, בגדים שונים.

ציומי מסך של המוצרים נשוא היליך לאתר האינטרנט של המשיבה 2 מצ"ב נספח 5

.58. מלאה בהגשתה רעה ותסכול, לאור חוסר האוניות בו נמצאה נוכחות העדר יכולתה לבצע רישיה מושכלת ומשתלמת, הבינה המבוקשת 2, כי נוכחות מחדלה של המשיבה 2, היא רכשה מוצרים יקרים יותר מалו שהיתה רוכשת, וכי עקב לכך נגרם לה חיסרון כס.

.59. בבדיקה שנערכה באתר המשיבה 2, במסגרת, חושב מחירם האמתי של המוצרים החלופיים אשר יכולה לרכוש המבוקשת 2 מطبع כסTEL, לו הייתה יודעת את שווים האמתי. תוצאותיה של בדיקת זו כפי שיבא להלן, מוכיחים את הנזק הממוני שנגרם לבקשת 2 ומנגד את התועשותה שלא כדין של המשיבה 2, כדלקמן:

.60. כך למשל, במקום הסבון הקשי שרכשה המבוקשת 2, בעלות ריאלית של 33.3 ₪ ל- 100 גרם, יכולה להיות לרכוש, בין היתר, מארז סבונים טבעיים, 450 גרם בעלות 40 ₪ – לפי 8.8 ₪ ל- 100 גרם או 6.6 ₪ ל-75 גרם, ובכך הייתה חוסכת סך של 18.4 ₪, מהו סכום נזקה בגין רכישת מוצר זה.

.61. כך למשל, במקום המרכיב שרכשה, יכולה הייתה המבוקשת 2 לרכוש, בין היתר, מרכיב שיעור ביוטין אבלון אורגנิกס, 397 מ"ל בעלות של 50 ₪ – 12.5 ₪ ל-100 מ"ל, ובכך הייתה חוסכת סך של 6 ₪, סכום נזקה בגין רכישת מוצר זה.

.62. כך למשל, במקום המיסיכה לשיעור שרכשה, יכולה היה המבוקשת 2 לרכוש לאתר המשיבה 2, בין היתר, את אותו מוצר בדיק, מסיכת קיק לשיעור של חברת ארגניה, בנצח של 500 מ"ל ובעלות 53 ₪ – 10.6 ₪ ל-100 מ"ל, ובכך הייתה חוסכת 3.6 ₪ על כל 100 מ"ל מוצר. באך הכל נזקתה המבוקשת 2, בגין רכישת מוצר זה, בסך של 12.6 ₪.

.63. כך למשל, במקום הסבון לידיים שרכשה המבוקשת 2, יכולה היה המבוקשת 2 לרכוש סבון ידיים ג'יסון נטורל, 473 מ"ל בעלות 38 ₪ – 8 ₪ ל-100 מ"ל מוצר, ובכך הייתה חוסכת סך של 2 ₪ על כל 100 מ"ל סבון ידיים, פרי כי המבוקשת 2, низקתה בגין רכישת מוצר זה ומתואמת מחדל המשיבה, בסך של 7 ₪.

ציומי מסך של המוצרים החלופיים לאתר המשיבה 2 מצ"ב נספח 6

.64. המשיבה 2, לא עדשה בחובתה על פי דין, לא ציינה את מחירי המוצרים המוצעים לקהל לקוחותיה באתר האינטרנט שלה, במחיר ליחידת מידע. בכך, מנעה המשיבה 2, מל Kohoutovit, שם חבריו הקבוצה הייצוגית, את האפשרות הריאלית לבצע רכישה מושכלת ומשתלמת. המשיבה 2, התusahaanה מכדר, וחברי הקבוצה מנגד, ניזקנו.

ג. המיישור הנורטטיבי - עילות התבוננה העומדות למקשיטים ולחברי הקבוצה

ראשית, ובכדי לעמוד על חשיבותה של התקינה הנוגעת להציג המחיר לייחידת מידה, להלן דבריו של הממונה להגנת הצרכן, עו"ד יצחק קמחי, כפי שפורסם ע"י משרד התרבות:

"**חשיבות סימנו מחיר לייחידת מידה היא בכך שהצרבן יוכל מעתה לדעת מה מחירו האמתי של כל מוצר. להשוות בין מוצרים ולברר את הבדיאות הכלכלית שלהם עבورو. הממונה על הגנת הצרכן מצין כי לרוב הצרכנים אינם יודעים, אלא אם כן הם מבעירים חשיבות מתמטיים, מה מחירו האמתי של מוצר ואירוע, ה מוצעות לנו באירועות חיסכון, הן לא תמיד חסכונות לצרכן. עוד מצין ה ממונה על הגנת הצרכן, כי קיימות תופעה פסולה לפחות, מבלתי יידע א ת הצרכן, מקרים יקרים אשר תאפשר מוצר באירוע אולם מחירו אינו מופחת בהתאם והצרבן ממשך לשלם את אותו מחיר על תכלה פחותה יותר.**"

66. מסקנותיו של הממונה על הגנת הצרכן כמפורט לעיל, עלות בקנה אחד עם פסיקות בתיהם המשפט, כך למשל בת"צ (מחוזי י-ס) 51139-05-16 יair akshtein נ' ג.מ מעין אלפינט (07) בע"מ (פורסם בנבו, 20.12.2017), בו בית המשפט המחוזי הנכבד, קיבל את בקשה אישור וקבע:

"**המשיבה איננה מחייבת כי תקנות מחיר לייחידת מידה אין מקומות אצלת. קיימות אפשרויות סבירה שיובילו בתבוננה, כי על המשיבה לקיים את הוראות התקנות, וכי קיומן מהווות עוללה של הפרת חובת חוקה. המידע אודות מחיר לייחידת מידה, שתמשיבה נמנעת לבארה מלמוסרו, עשוי להיחשב במידע מהותי שאי מסירתו עולה כדי הטעיה. בהינתן הימנעותה השיטיתית, לבארה, של המשיבה מסימנו מחיר לייחידת מידה, ניתן לקבוע כי קיימות אפשרויות סבירה שטענות בדבר עשויה עוישר ולא במשפט תוכנה בתמך ותוכרענה לטבות תקבוצה. אף אם הערצת הייקפו של הסעודה הכספי לבארה איננה פשוטה, לא מדובר בנסיבות בלתי אפשרית.**"

ראה גם בעניין ת"צ (מחוזי חי) 17-01-1507 עינת נ' שופמיינד בע"מ (פורסם בנבו, 06.05.2018) (להלן: "ענין שופמיינד"), בו אישר בית המשפט הנכבד בבקשת אישור תביעה כינזוגית, נגד אתר האינטרנט "וואלה שופס", בגין אי סימנו מחיר לייחידת מידה:

"**עוד הבהיר ב"כ המשיבה בדיון שהתקיים ביום 18.5.2017, כי הוא מאשר שאתר המשיבה נכנס להגדלת "מכר מרוחק". אולם, המשיבה טוענת, כי החובת שבתקנות מחיר לייחידת מידה לסימנו המחיר לייחידת מידה בעסקאות מכר מרוחק, חל על רשות שיווק שמבצעות מערך מכירות גם באינטרנט, וכן על חניות שיטה הרצפה שלתן (למעט שטח מופלץ ותחום המשמש להחנסה בלבד), גדול מ-100 מ"ר, אך לא על המשיבה, שאינה דשת שיווק, ואין לה חנות פיזית. המשיבה טוענת, שהזובר נלמד מעין פרוטוקול ועדת הכללה של הכנסתת מיום 10.6.2008,**

לפיו ניתנה לרשויות השיווק חצי שנה להিיערכות, כך שהבונונה בתקנות ב"עלסקת מכר מרוחק" היא רק לרשות שיווק המפעילה מערך מכירות באינטרנט. כמו כן, יושב ראש הוועדה תבהיר למשתתפי היישיבה, כי אין כוונה להחיל את התקנות על אתרי אינטרנט בכלל. יט. אין כדי לקבל טענה זו של המשيبة. לשון תקנות מחיר ליחידת מידת ברורה, ולא מסווגת, ואינו לצמצם את הוראות התקנות על דרך פרשנות שאינה מתיישבת עם לשון התקנות, שכן תקנה 6(א) קובעת שהתקנות חלות "וכן על הצעה של טובין, הצגתם או מכירותם בעסקת מכר מרוחק, מהגדלתה בסעיף 14ג(ג) לחוק", כאשר אין סיגוג כלשהו המצביע על סיגוג התקנות כך שהן חלות בעסקת מכר מרוחק רק על רשות שיווק. בנוסח, המיליה "וכן", באת לרבות, כך שהתקנות חלות גם על חנות שטח הרצתה שלא גדול מ-100 מ"ר וגם על עסקת מכר מרוחק. כמו כן, המילים "הצעה של טובין, הצגתם או מכירותם" חזרות בשני חלקית של תקנה 6(א), אף חוזרת זו מצביעה על תחולתה של התקנת שני המקדים בנפרד. לא עולה מלהשוויה התקנה דרישת בלשוני בדבר שטח גדול מ-100 מ"ר, או שמצויבר ברשות שיווק, מאשר המדייר ב"הצעה של טובין, הצגתם או מכירותם בעסקת מכר מרוחק".

**1. הפרת חובה חוקקה - המשיבות הפרו את תקנות הגנת הצרכן (מחיר ליחידת מידת)
תשס"ח-2008**

68. ביסוד הבקשה Dunn עומדת עילית הפרת חובה חוקקה, כקבוע בפקודת הנזיקין [נוסח חדש] בסעיף 63.
69. ודוק. המשיבות הפרו את התקנות, אשר נקבעו לתוקפן ביום 1.1.2009, והקובעות כי עסק המציג או מוכר טובין מסוימים לצרכן, יציג את מחירים ליחידת מידת לרבות כאשר הטובי נמכרים "בעסקת מכר מרוחק" זהינו דרך אתר אינטרנט.
70. בפרט, המשיבות הפרו את סעיף 2(א) לתקנות - הקובע כי עסק המציג, מציג או מוכר טובין מסוימים לצרכן, חייב להציג את מחירים של הטובי ליחידת מידת, כדלקמן:
- "(א) עסק המציג טובין במפורט מהלן לצרכן, מציגים או מוכרים, יציג את מחירים ליחידת מידת:
(1) טובין הנמכרים בתפוזות;
(2) טובין ארוזים מראש, שלפי חיקוק או תקן רשמי חובה לציין על גביהם את כמותם.
(ב) על אף האמור בתקנת משנה (א), מחירים של מוצרי מזון ארוזים ומוצרי קוסמטיקה שימושיים או נפחים קטן מ-1 ק"ג או 1 ליטר, יהיה ליחידת מידת של 100 גרם או 100 מיליליטר.
71. בנוסף למצוינות התקנות, כי הוראות אלו יחולו על כל פרסום של מוצרים המוצעים במסגרת עסקת מכר מרוחק, בסעיף 6 לתקנות, כדלקמן:

(א) **תקנות אלה יחולו על הצעה של טובין, הצגתם או מכירתם, בחנות אשר שטח הרצפה שלה, למעט שטח מופרד ותוך המשמש להחסנה בלבד, גידול מ-100 מטרים מרובעים וכן על הצעה של טובין, הצגתם או מכירתם בעסקת מכור מרוחק, בהגדرتה בסעיף 14(ג) לחוק.**

בר依, כי אין עוררין שהמשיבות, שלא סימנו את המוצרים המשווקים על ידן, באתר האינטרנט שלהם, במחיר ליחידת מידת, הפרו את הוראות הדיון לעניין סימון מחיר ליחידת מידת, בדומה לקביעת בית המשפט הנכבד, במסגרת אישור הבקשה הייצוגית שהוגשה בעניין ת"ץ (מחוזי מרכז) 13-10-51551-**51551-13 יהודה מנצור נ' מאג קמעונאות בעמ** (פורטם בנבו, 25.03.2015), כדלקמן:

"בעניינו חובת סימון המחיר ליחידת מידת נקבעו בחיקוקיט, כפי שהובאו לעיל, חוק הגנת הצרכן, כשמו בן הוא, נועד להגנתו של הצרכן. ההוראות נושא הדיון בפרט נועדו לאפשר לצרכו לעורך קניות בקרה מושכלת וזאת על ידי מתן כלים לשוואות קלה וזמינה בין מחיריים של מוצרים על פי ייחידות מידת, על מנת לתגify לחלטה מיטבית, איזה מוצר לרבותו, וזאת על פי כלל הנזtones הרלבנטיים לצרכן, כפי שפרטתי לעיל, לבארה לצורך של הדיון הוכח לבארה כי המשיבה הפרה את החיקוקיט הרלבנטיים בכל הנוגע לסימון מחיר ליחידת מידת."

ולענין הגדרתה של עסקת מכור מרוחק, ראה את קביעת בית המשפט הנכבד בעניין שופמיינד, כדלקמן:

"המשיבה שופמיינד בעמ היא חברת המפעילה אתרי מכירות מקוונים המשמשים פלטפורמה למסחר אלקטרוני וביניהם אתר האינטרנט הייעוד בשם "וואלה שופס". ודוק: "אין חולק כי העסקאות המבוצעות באתרים הינם עסקאות מסווג "מכר מרוחק" בהגדתו בסעיף 14 ג' לחוסן הגנת הצרכן. התשמ"א - 1981".

בר依, כי המשיבות דכאן, מורות כל אחת בנפרד את הוראות התקנות, באופן שיטתי, עת הן אין מציגות כלל באתר הסקור המקוונים שלתוכן את מחירי המוצרים ליחידת מידת.

בכך מונעות המשיבות מצרכניהם, את האפשרות לבצע רכישה מושכלת ומשתלמת, תוך השוואה בין מחירי מוצרים חלופיים דומים או זמינים הנמכרים באזיות ובגדלים שונים.

התשובה לשאלת מהו מוצר חלופי / דומה, חינה אובייקטיבית אך גם טובייקטיבית, ובכל מקרה, בית המשפט הנכבד אינו נדרש לכך בשלב זה של ההליך הייצוגי.

ראה בקשר זה, פסיקת בית המשפט הנכבד עת אישר את בקשר האישור בעניין נ"ז, כדלקמן:

"סימון המחיר ליחידת מידת מאפשר לצרכן לבצע את השקלול הרاءי מבחרינו לגביו בלבד ושיקול, ולכן בא-סימון המחיר ליחידת מידת, נגעה יכולתו של הצרכן לעריכת השקלול הרاءי מבחרינו לצורך בחירת המוצר המתאים ביותר לצרכיו ולדרישותיו. כת. אכן, לכל צרכן יש העדפות שונות, וייתכן וישנם צרכנים

שייעדיפו מוגן מסוים על פני מותגים אחרים, גם כאשר המחיר ליחידת מידת של המוצר מוגן זה יתא גובה יותר, ואכן קיימים קשיים להתקנות בדייעבד אחר השיקולים של כל צרכן וצריכן בזמן אמיתי. יתרון ואפקטיב קשיים לשחרר את מוחרי המוצרים הרלוונטיים בנסיבות זמן נתונה, ואולם יש להחותר את סוגיותו בירורו הנזק הפרטני לשלב בירור התובענה הייצוגית, וכן המדבר בעטם שיש בו כדי להביא לאי-אישורה של התובענה הייצוגית. בנוסף, יש להשאיר לשלב ניהול התובענה הייצוגית, את השאלה מהם מוצרים דומים? שכן, צרכן המבקש לרשותו, למשל, מזון לבבים לכבל עיר קטן, לא יבקש לבצע השוואת מזון לבבים לכבל בוגר גדול, וצריכן המבקש לרשותו זול, לא יבצע השוואת עטם בשמיים יקרים. כמו כן, יהא מקום ליתן את הדעת לעובדה, כי לגבי בשמיים בנפח של 100 מ"ל, צוין, למעשה, המחיר ליחידת מידת, שכן נפח המוצר הוא 100 מ"ל ומתאר ליחידת מידת של 100 מ"ל הוא המחיר הסופי של אותו מוצר. כאמור, לשיקולים אלה, ולশיקולים דומים אחרים, יהא מקום ליתן את הדעת בשלב ניהול תליך התובענה הייצוגית.

ג.2. הטעיה לפי ס' 2 לחוק הגנת הצרכן

- סעיף 2 לחוק הגנת הצרכן משמש עוגן לתכילת החוק בכללותו – הגנה על הלקות, בין היתר על ידי קביעת איסור שבמקרה או במקרה הגורר עמו הטעיה של הלקות:

"2. איסור הטעיה"

(א) לא יעשה עסק דבר – במעשה או במחצית, בכתב או בעל פה או בכל דרך אחרת –
העלול לטעות לקוח בכל עניין מהותי בעסקה (להלן – הטעיה);

79. המשיבות הפכו את סעיף 2 לחוק הגנת הצרכן לעניין איסור הטעיה, ואת סעיף 4 לחוק העוסק בחובת הגוף של עסק. זאת, שלא צינו המשיבות באתר האינטראקט שלחן, את מחרם של המוצרים לפי ייחידת מידת. בחרפת חובה חוקה זו, הטעו המשיבות לכותותיהם, לעניין ערכם האמיטי של המוצרים אותם רכשו בהשוואה למוצרים חלופיים אחרים.

80. ברור כי מחירים הריאלי של המוצרים נשוא ההליך, נוגע לעניין מהותי בעסקה.

81. לפי סעיף 31(א) לחוק הגנת הצרכן, הנסיבות המשיבות מהווות עולמה לפי פקודת הנזקין.

82. ראה בהקשר לעילת הטעיה שבאי סימון מחיר ליחידת מידת, את קביעת בית המשפט הנכבד בעניין ת"ץ (מחוזי י-ס) 16-05-51139 אקסטין נ' ג.מ מעין אלף (07) בע"מ (2017.12.14), כדלקמן:

"אשר לטענה לטעיה צרכנית – אף כי טענה זו אינה מובלת באותה מידת שטענה בדבר הפרת חובה חוקת, הרי שנראה שמדובר במקרה אין לשול אלפירות סבירה שגם היא תוכרע לטובות המבקש במידת הצורך. זאת על שום שהחוק אוסר על הטעיה גם במקרה והמיידע אודות מחיר ליחידת מידת, שהמשמעות נמנעת

לכואורה מלמוסטו, עשוי להיחשב כמיידע מהותי שאי מסירתו עליה כדי הטעיה."

ג.3 עשיות עשר ולא במשפט

.83. התנהלות המשיבות מחייבת עשיית עשר ולא במשפט בהתאם להוראות חוק עשיית עשר ולא במשפט, תשל"ט-1979.

.84. סעיף 1(א) לחוק עשיית עשר ולא במשפט, תשל"ט-1979 מורה כדלקמן:

"(א) מי שקיבל שלא על פי זכות שבדין נכס, שירות או טובת הנאה אחרת (להלן – הזכיה) שבאו לו מאדום אחר (להלן – המזבחה), חייב למשיב למזכה את הזכיה, ואם השבת בעין בלתי אפשרית או בלתי סבירה – לשלם לו את שווייה."

בבסיס "עשיות העשר" עומדים שלושה יסודות מרכזיים:

85.1 התעשרות (קבלת טובת הנאה, נכס או שירות);

85.2 ההתעשרות של האחד באח על חשבו الآخر;

85.3 שלא על פי זכות שבדין.

.86. היסוד הראשון – ההתעשרות, הינו יסוד עובדתי. בעניין זה אין מחלוקת, כי המשיבות קיבלו תשלום בעבור מכירת המוצריםמושא תובענה זו.

.87. היסוד השני – על חשבו الآخر, המשיבות הציגו מצג חסר בגין דרישת הדין, ובכך מנעו מלוקחותיהם, לעורך רכישה מושכלת ומשמעותית.

.88. היסוד השלישי – "שלא על פי זכות שבדין" – כמפורט לעיל, המשיבות הפרו בין היתר את פקודת הנזיקין ואת חוק הגנת הצרכן, מכיוון שהתעשרו לנויה על פי זכות שבדין.

.89. בזאת עלתה התנהלות המשיבות כדי עשיית עשר ולא במשפט – המשיבות התעשרו שלא כדין על חשבו לפקודותיהן.

.90. בהתאם כאמור לעיל, ובנסיבות דומות, ראה פסיקת בית המשפט הנכבד בעניין ת"צ (מחוזי מרכז) 13-10-51551 יהודית מנצור נ' מגה קמעונאות בע"מ (פורסם בנבו, 25.03.2015), במסגרתו אישר בית המשפט הנכבד בקשה לאישור תובענה כיצוגית בגין אי סימנו מחר ליתיזות מידה, בין היתר בעילה של עשיית עשר, כדלקמן:

"המשיבה פلتה בתגובהה בהרחבה כי "סימנו המחייב על גבי המוצרים הינו תהליך מורכב, המחייב תיאום בין מערכות מידע ועובדים רבים, בין היתר נכח כמהות המוצרים האדריכלית בסביבה של המשיבה, כמו גם בשיטם לב לשינויים המחייבים התוכפים הנובעים מהתחרות בשוק הקמעונאות" (סעיף 8 בתגובה).
פרק ג(2) לתגובה מתארת המשיבה את השתלשלות יישום התקנות בסביבה,

את שיטות הטיסמו שהפעילה, את המעבר לשיטת הקידוד הכפול ורכישת 4,000 מקודדים בעלות של 105 ש"ח למקודד, וכן את התאמות המערבות במגוון הדורبات העובדיים ופיתוח מערכות מידע ממוחשבות והתאמתן למקודדים. המשيبة אף מצינית כי המעבר לשיטת הקידוד הכפול היה כרוך בהשקעת משאבים לא מבוטלים (סעיף 43 לתגובה). ניתן למצוות באמור תיימוכין לבארה לטענתה המבוקשת כי יש עליות נכבדות לטיסמו המוצרים. נראה לבארה גם שיש טעם בטענתה המבוקשת כי עליות אלה מגולגלות על הצרכנים (אמור בנספח מב' לבקשתה), כל שעליות הטיסמו מצויו ביחס למוחרי המוצרים, למראות שחלק ניכר מהם לא סומו לבארה, הרי שיש בכך להקים לבארה לקובוצה, עילה של עשיית עשר.

91. בהקשר לאמור לעיל, ברור כי גם סיימו מחיר לפי ייחידת מידת באתר האינטרנט של המשיבות, הינה פועלה הכרוכה בעליות שכר, בין היתר של מתכנתים ומעצבים.

ג. רשות

92. התנהלות המשיבות, מעשיהם ומחדריהם אף עלים כדי רשות, בהתאם להוראות סעיפים 35 ו-36 של פקודת הנזיקין.

93. כך ובין היתר, המשיבות נהגו, עשו וחדלו באופן החרוג מהאופן בו מצווה עסק סביר לנוהג בנטיות העניין; המשיבות התרשלו כלפי חברי הקבוצה שלא景德ו בחובתן לסמן את מוצריהם במחיר לפי ייחידת מידת.

94. בהקשר זה יובהר כי היה על המשיבות לוודא כי כל המוצרים והטובי הנמכרים על ידן, מסומנות במחיר עדכני ובמחיר ליחידת מידת בהתאם להוראות הדין.

95. אין מחלוקת כי לעניין זה חבות המשיבות בחובת זהירות מושגת וקונקרטיבית כלפי לקוחותיהם. עסק סביר, המציג מצג בפני לקוחותיו, חב בחובת זהירות כלפים, להציג את כל הפרטים והמידע, הדורושים על פי דין.

ד. הנזק שנגרם למבקר ולחברי הקבוצה

96. בהתאם המפרה, הסבו המשיבות למבקרים לחבריו הקבוצה חן נזק ממוני והן נזק שאינו ממוני.

- ראה בהקשר זה, פסיקת כב' השופטת שי אלמגור בת"ץ (מחוזי ת"א) 14982-12-11 רוקח ני James Richardson Proprietary Ltd (25.5.2014) :

"אשר לנזק שהسبה ההפרה – המבוקשת תובעת מן המשيبة פיצוי חן על הנזק הממוני שלטענה נגרם לה לחבריו הקבוצה חן על הנזק שאינו ממוני, ואמנם נזק יכול להתבטא לויגמה גם באבדון נכס וגם בחיסור מנחותו של הנזק (ראו סעיף 2 לפקודת הנזיקין). ביום ניתנו" [...] להכיר בפגיעה שתיגרם לצרכן ביכולתו לקבל

מידע, שיאפשר לו להשות מחרירים ורכוש את המוצר שבו יחפות על יסוד שיקולי מחיר, איכות ושאר שיקולים שהם רלוונטיים להחלטה צרכנית, נזק שהוא בגין פיצוי בתובענה מעין זו שלפנינו [...] (פרשת הראל [הכוונה לת"א (מחוזי חיפה) 1169/07 הראל נ' שטראוס מחלבות בעמ' (20.10.2010) – י.ג.], נזק מסווג זה התיכוון חיקוק.)

1.4 נזק ממוני

98. נזק ממוני של המבקשים ושל חברי הקבוצה, הינו הפער בין הסכום ששילמו למשיבות בעבור המוצרים שרכשו, לבין המחיר שהיו משלימים על מוצר חלופי שעלהו לייחד מידה נזקה יותר, ושבשל התנהלות המשיבות, לא התאפשר לאותם חברי קבוצה לרכוש.
99. וזק. אי סימנו מחיר לייחד מידה, פוגע קשות ביכולתו של הצרכן לבצע רכישה מושכלת וכדאית. יתרה מכך, מטעה את הצרכן לבצע עסקאות שאינן כדאיות, וכפועל יוצא, גורר פגיעה ממונית ישירה בכיסו של הצרכן. ראו בעניין זה, פסק דין של בית המשפט הנכבד במסגרת אישור הבקשה לתביעה יציגית בנסיבות דומות, בהליך ת"ץ (מחוזי ת"א) 12-11-14982 רוחת נ' JAMES RICHARDSON PROPRIETARY LTD (פורסם ב公报, 25.5.14),uldman:

"בתקשר זה אצין שהמשיבה טוענת כי בחינת המוצרים הנמכרים באירועות החיסכון הגודלות בחנוiotיה לצד אותם מוצרים באירועות הקטנות מthan מעלה מחיר המוצר לייחד מידה zol יותר באירועה הגדולה. טענה זו לא הוכחה, ואולט הכל שהדבר נוגע לטובלרונו הוכח כי מחירם של 100 גל' באירועה הגדולה zol מחייבים באירועה הקטינה. עדין זכותו של הצרכן לדעת מהו פער המוצרים ואם הוא מצדיק את רכישת המוצר באירועה הגדולה, בלי שיטורך לצורך חישוב בנסיבות עצמו, כדי לקבל החלטה מושכלת טרם הקנייה. ניכר שאיתור חברי הקבוצה שלהם נגרם נזק ממש וכי מינו זה אינס פשוטים כל עיקר. על כל פנים לאורך הדיון בבקשת אישור שומה לעילנו לזכור כי,, כאשר אחד מיסודות העילה מוא נזק [...] די בכך שהמבקש יראה כי לאוורה נגרם נזק" (סעיף 4(ב)(1) לחוק תובענות יציגיות). בבש"א (מחוזי ת"א) 24655/06 (ת"א 2537/06) פרchan נ' מולטיוק בעמ', פסקה 46 (פורסם בא"ש, [פורסם ב公报], 09.02.2009) ציין בבוד השופט ד"ר עמירם בניימיינி כי מקומו של שאלות על הנזק שנגרם לחבריו הקבוצה בגל פרסומי המשيبة, אשר המבקש טען כי הם מטעים, ועל האופן שבו תוכח מידת החשיבות שייחסו לפרט שבו הוטעו, איינו בדין בבקשת לאישור. הוא נימק זאת בכך שאוון סוגיות רלוונטיות,, [...] לسعدים ולדרבי החומחה,, והעלתה את האפשרות ש,,[...] ניתן היה להוכיח עניינים אלו באמצעות סקר צרכני, או תוך הסתמכות על חזקות שונות [...]. אין בכך כדי להבシリ אישור התובענה היציגית, בשל העדר הומוגניות של הקבוצה התובעת". ניתן שבעת הדיון בתביעה לגופה תוכל המבקשת להציג חוות דעת מומחה שתסייע לפלה את הקבוצה לקבוצות משנה לפי העדפותיהם של הצרכנים. לעת עתה מצאתי שקיים אפשרות סבירה

כִּי תַּקְבִּל טָעֵנָה שֶׁגָּרָם לְתֹזֶק כָּלָשָׂהוּ. בִּיטּוּיו הַמִּדְוקָךְ שֶׁל תֹּזֶק שָׁאוֹנָה לְחַבְּרִי
הַקְּבוֹצָה כּוֹלֶט וְכִימּוֹתוֹ בְּפְרוֹטֶרֶולֶט הַס עֲנֵינִים שִׁישׁ לְהַוְּתִיר לְזִיוּן בְּגַוְּפַי הַתּוֹבָעָה."

100. לאור האמור לעיל, נזק הממוני של המבקשים, הינו כדלקמן:

101. המבקש 1

101.1 בגין הרכישה הראשונה שביצעו המבקש 1 מהמשיבה 1, ביום 13 במאי 2019, נזק המבקש,¹ כאמור לעיל, בסך של 10.5 ₪.

101.2 בגין הרכישה השנייה שביצעו המבקש 1 מהמשיבה 1, ביום 27 במאי 2019, נזק המבקש,¹ כאמור לעיל, בסך של 21.3 ₪.

101.3 בסה"כ נזקו הממוני של המבקש 1, הינו בסך 31.8 ₪.

102. המבקשת 2

102.1 בגין הרכישה שביצעה המבקשת 2 מאתר המשיבה 2, נזקה היא, כאמור לעיל, בסך של 66 ₪, הוא סך נזקה של המבקשות 2.

2.4 נזק לא ממוני

103. כדי, נזקים בלתי ממוניים הוכרו בפסקה כברי תביעה; כך בכלל, ר' סעיף 2 לפקודות הנזיקין, לפיו נזק הינו: "אבדון חיים, אבדון נכס, נורות, רוחה גופנית או שם-טוב, או חיסור מהם, וכל אבדון או חיסור היוצאים באלה"; וכך גם בתובענה יציגות ר' ע"א 1338/97 תנובה נ' ראבי, פ"ד נזק 673(4) (פסקה 11 לפסק-דין של כבוי השופטת נאור):

"... איני סבורת שעליינו לקבוע, כי רק נזק ממוני יכול להצדיק תביעה יציגות.
لتובע נגרם, לכארה, נזק לא ממוני שאיננו עניין של מה בכך, ודין בכך כדי להבהיר את התביעתו בתביעה יציגות."

ר' גם: תש (ת"א) 12-07-47729 אילת הלר נ' ליימן שלישל בע"מ (פורסם בנבו- פסק דין מיום 20.11.13).

104. עקב הפרת המשפט את הדין, נגרמו למבקשים ולחברי הקבוצה נזקים לא ממוניים, הנובעים, בין השאר, מתחזות הכספי, הפגיעה באוטונומיה וועוגמת הנפש שנגרמה להם, בכך שמנעה מהם האפשרות לבצע, בהתאם לדרישות הדין, השוואת בין המוצרים, ובתוך שכך – לבחור את המוצרים שהכי מתאימים לצורכיהם ולתקציבם.

105. ראו בהקשר זה את שנקבע בעניין ת"ק (תביעות קטנות אי) 16-09-53798 לייאת ביטון פז נ' הוט מובייל תקשורת בינלאומית בע"מ (פורסם בנבו, 24.04.2017), בעמוד 8:

"רביישת חבילת השיחות המזולגות, או מה שמכונה "חבילת חוויל משתלם" מהוות כריאת חווה בין התובעת לנتابעת. סעיף 39 לחוק החוזים (חקק כללי), תשל"ג – 1973 קובע כדלקמן: "בקיים של חייב הנובע מחוזה יש לנוחוג בדרך מקובלת ובתוקם לב; והוא הדין לגבי שימוש בזכותו הנובעת מחוזה". נוכח קביעותי העובדות, במתואר לעיל, הגעתו למסקנה כי הנتابעת לא עלתה בתום לב בקיים חיוביה על פי החוזה שנכרת בינה לבין התובעת. הנתבעת הטעתה, למעשה, את התובעת במהלך תקופה ההתקשרות בינו לבין המעתה (מידע שעומד בסתיויה לתובען השיחות שהתקיימו בין התובעת לנتابעת). התנהלות זו אינה התנהלות לקחוותת ראייה, מנוגדת לעקרון תום הלב ומהוות הפרלה של היחסים שנכרת בין הצדדים. בנסיבות אלו, ועל פי הוראת סעיף 13 לחוק החוזים (טרופות בשל הפרת חוזה), תשל"א – 1971, התובעת זכאיות לפיצויים גם בגין נזק שאינו נזק ממש ואשר גרם בנסיבות מהפרת היחסים שנכרת בינוין."

106. לאור האמור לעיל, המבוקשים מעריכים את נזק הלא ממוני, שליהם ושל יתר חברי הקבוצה, בסך של 10 ₪ לכל רביישה.

107. לאור האמור לעיל, יעריכו המבוקשים את נזק הלא ממוני, כדלקמן:

107.1 המבוקש 1: אשר ביצעה שתי רכישות מאתר המשיבה 1 – נזק לא ממוני בסך 20 ₪.

107.2 המבוקשת 2: אשר ביצעה רכישה אחת מאתר המשיבה 2, נזק לא ממוני בסך 10 ₪.

108. مكان שוכן התביעה האישית במסגרת בקשה אישור זו, תינו כدلולן:

108.1 סך נזקו האישלי, הממוני ושהינו ממוני של המבוקש 1, הינו 51.8 ₪.

108.2 סך נזקה האישלי, הממוני ושהינו ממוני, של המבוקשת 2, הינו 76 ₪.

ד. נזק קבועתי

בהתאם, ובכפוף למוגבלות המוגנות, תבוצע להלן הערכת מספר חברי הקבוצה והשווי המוערך של תביעות חברי הקבוצה.

על פי סקר שערך מכון TNS בשנת 2017 עולה כי למעלה מ-70% מהנשאלים ציינו שהם קונים אונליין, כי זה זול קל וחותס זמן יקר. היקפי השליקה באינטרנט בישראל, כמפורט בסקר, נאמדים בכ- 11 מיליארד ₪ בשנה, כאשר 84% מהישראלים מעידים כי הם קונים מוצרים קמעונאים באינטרנט והמספר הזה עולה בקצב מהיר משנה לשנה.

העתק כתבה באתר כלכלי בנושא הרגלי הצריכה של ישראלים באינטרנט מצ"ב נصفת 7

111. עוד יצוין, כי קיימת הוכחה נוספת לכך שצרכנים רבים נפגעו והוטעו בשל כך שלא צוינו באתרי מכון מרוחק, מחרירים ליחידת מידיה, זאת עליה מסקר "אורייניות פיננסית" שערכה הלשכה המרכזית לסטטיסטיקה (בשנת 2012) בקרוב יישראליים בני 20 ומעלה - לפיו 80% מהישראלים דיווחו שתמונות השוואת של מחירי מוצרים לפני הקנייה.

עותק סקר "אורייניות פיננסית" שערכה הלשכה המרכזית לסטטיסטיקה (בשנת 2012) בקרוב יישראליים בני 20 ומעלה מצ"ב נספח 8

112. המבחן 1 והמשיבה 1

112.1 על פי נתונים ذן אנד ברדסטורייט לשנת 2012, שוק המשקאות האלכוהוליים בישראל (למעט יינות), מכnis כ-3 מיליארדי ש"ח בשנה.

112.2 המבחן 1, יעריך בזיהירות, כי למשיבה 1, נתח שוק של 0.5% משוק המשקאות חריפים בישראל, השווה להכנסות בסך 15,000,000 ש"ח בשנה.

112.3 למשיבה שניפים רבים בפרישה ארצית, ועל כן, יעריך המבחן 1, כי רק 10% מהכנסות המשיבה 1, הינם באמצעות עסקאות מכור מרוחק, קרי, 1,500,000 ש"ח בשנה.

112.4 בנוסף, יעריך המבחן 1, כי גובה עסקה ממוצעת באתר המשיבה 1, הינו בסך 150 ש"ח.

112.5 על פי כל האמור לעיל, יעריך המבחן 1, כי ל��וחות המשיבה 1, מبالغים באמצעות אתר האינטרנט שלה, 10,000 עסקאות בשנה.

112.6 בנוסף, המבחן 1, לוקח בחשבון את תוכנות סקר אורייניות פיננסית כמובא לעיל, לפיו 80% מהישראלים דיווחו שהם עורכים השוואת מחירי מוצרים לפני הקנייה. ברי, כי להערכת המבחן 1 מונחים לגבי הקבוצה בעניין המשיבה 1, 70,000 חברים; (10,000 ש"ח בשנה).

112.7 בנוסף וכמפורט לעיל, מעריכ המבחן 1 את נזק האישי של כל חבר בקבוצה, בעניין המשיבה 1, בסך של 51.8 ש"ח;

112.8 ברי, כי בהתאם לכך, מעריכ המבחן 1 את הנזק הקבוצתי בעניין המשיבה 1 בסך של 2,900,000 ש"ח.

113. המבחן 2 והמשיבה 2

114. על פי נתונים שפירסם משרד החקלאות ופיתוח הכפר, החטיבה למחקר, כלכלת אסטרטגיה, שווי שוק המוצרים הארגנוגניים בישראל מוערך בכ- 300 מיליון ש"ח בשנה.

עותק דו"ח התפתחות השוק הארגנוגני – שפירסם משרד החקלאות ופיתוח הכפר, החטיבה למחקר, כלכלת אסטרטגיה בשנת 2011 מצ"ב נספח 9

115. בהתבסס על כתבה שפורסמה ביום 12 במרץ 2015, באתר "זה מפרק", המשיבה 2, מחזיקה ביחד עם מספר חנויות קטנות בתהום, ננתה שוק של 23% מנתה השוק האורגני בישראל.

עותק הכתבה באתר "זה מפרק" מ-10 בנספח 10

116. המבוקשת 2, תעריך באופן שמוני Ci נתח השוק האורגני של המשיבה 2, היינו 5% בלבד, ובהתאם לכך, יוערכו הכנסותיה בסך 15 מיליון ₪ לשנה בלבד.

117. בהתבסס על הערכה, לפיה סל רכישה מהמשיבה 2, היינו בממוצע 250 ₪ לרכישה. הרי שבהתאם לכך, מבוצעות כ-60,000 רכישות לשנה, מהמשיבה 2.

118. למשיבה 2, מספר סניפים למכר ישיר, פרי, המבוקשת 2 תעריך כי רק 10% מהיקף הכנסותיה של המשיבה 2 מבוצע באמצעות האתר האינטרנט שלה, קרי, 6000 הזמנות בשנה. בנוספ', תעריך המבוקשת 2, כי בהתאם לסקר אוריניות פיננסית כמוoba לעיל, לפיו 80% מהישראלים דיווחו שם ערכיהם השווה של מחירי מוצרים לפני הקניה, מספר חברי הקבוצה בעניינה של המשיבה 2, היינו 4,800, בשנה, וכ-33,600 באשר לכל תקופת התובענה.

119. בהינתן כי היקף הנזק האישי של כל חבר בקבוצה, כפי שהערכתה המבוקשת 2, היינו בסך 76 ₪ כאמור לעיל, וכי להערכת המבוקשת 2 מונחים חברי הקבוצה בעניין המשיבה 2, 33,600 חברים;

120. פרי, כי בהתאם לאמור לעיל, מעריכה המבוקשת 2 את הנזק הקבוצתי בעניין המשיבה 2 בסך של 2,553,600 ₪.

121. מطبع הדברים, מלוא הנזונים הרלבנטיים בדבר חברי הקבוצה, מספרם והנזק שנגרם להם בשל אי עמידת המשיבות בחוראות הדין מצויים בידי המשיבות, ולא בידי המשיבים. יושט נא אל לב כי מדובר בעולה נשכחת ועל כן צפוי הנזק גדול, ככל שלא ישנו המשיבות מהתנהלותן.

122. המשיבים שומרים על זכותם לתקן הערכה זו בהתאם לנזונים שיתקבלו מה המשיבות, במסגרת ניהול החיליך.

123. למען הזירות יצוין, כי גם במקרה בו לא ניתן יהיה לאתר את הנזק הקבוצתי במידוק; ניתן יהיה לבצע חישוב של נזק זה באמצעות כלים סטטיסטיים, או בדרך של אומדן; ר' עא 345/03 ריברט נ' יורי המנוח משה שם זיל (פורסם בנבו- פסק דין מיום 7.6.07) :

"עקרונית ניתן לקבוע את הנזק בתובענות ייצוגיות בלבדים שנוגут אשר מיושמות בבקשת רוחבה של מצביים. מן הצד האחד עומדת, נקודות מוצא, דרך ההוכחה הקבועה בסעיף 20(א)(2) לחוק תובענות ייצוגיות ובתקנות גירות ערץ, לפיה מוכחת הנזק באמצעות הגשת תצהירים על-ידי כל אחד חברי הקבוצה. דברי הוכחה נוספות, אשר קרויבות במידה להליך האינדיידואלי, מבוססות על קביעות נזקו של כל אחד חברי הקבוצה אך זאת, ללא ניהול הליך מפורט של הגשת תצהירים, אלא באמצעות חישוב בללי המבוסס על נזונים עובדיתיים שאינם שונים בחלוקת או

ניתנים להוכחה פשוטה. ניתן, כמובן, לשלב בין שתי הדריכים, על-ידי התווית מוסחה כללית שתוישם, לגבי כל אחד מיחדי הקבוצה, על-פי הנתונים המיוחדים הנוגעים לו. מן העבר الآخر, קיימות דרכים נוספות לקביעת הפיזוי, המבוססות על קביעת סכום הנזק הכלול שנגרם לקבוצה כולה באמצעות שיטות שונות שפורטו לעיל. לבסוף, במקרים בהם לא ניתן לחשב את הנזק (אך שאין חולק כי נגרם), **קיימת אפשרות לקבוע את סכום הפיזוי גם על דרך האומדן.**"

.124. במקורה הצורך, אף ניתן יהיה למנות רוחח או בודק מטעם בית המשפט, אשר יבחן הנתונים המצוים כאמור, בידי המשיבות.

.125. לעומת זאת, אם קושי אפשרי באיתורם של חברי הקבוצה, איןנו מהווה מכשול בשלב אישור הבקשה הייצוגית, בדברי פרופ' אי' קלמנט במאמרו אי' קלמנט **קוויים מנהיים לפרשנות חוק התובענות הייצוגית, התשס"ו-2006**, הפלקליט מט(1) 131 (2006), בעמ' 141:

"השאלת מי הם החברים בקבוצה שוטענת כי נעשתה כלפייה עוללה, אינה צריכה להיפתר בשלב האישור. ניתן להגדיר את הקבוצה ככוללת את כל מי שפועל בדרך של התניינית שירות בשירותים כלפיו, ולהשאר את זהיות המדוקיק של חברי הקבוצה לשלב שלאחר הכרעה בשאלות המשותפות בתובענות הייצוגית. יתרה מכך, גם אם לאחר מתן הכרעה כאמור לא ניתן לזהות את חברי הקבוצה, יכול בית המשפט להורות על מתן כל סעיף אחר לטובת הקבוצה, מלאה או חלקה או לטובת הציבור, כאמור בסעיף 20(ג) לחוק. מכאן שבעיית הזהויות אינה שוללת את אישורה של התובענה הייצוגית."

ה. התיקיינות התנאים הנוספיםiae לאישור התובענה בתובענה הייצוגית

ה.1. התובענה נכללת בעניינים המפורטים בתוספת השניה לחוק

.126. הגשת תובענה הייצוגית מכוח חוק תובענות הייצוגית תאפשר בהתאם בגון עניינים המנויים בתוספת השניה לחוק, או בעניינים בהם נקבע מפורשות בחוק כי ניתן להגשים בגין תביעה הייצוגית. כאמור בסעיף 3(א) לחוק:

"לא תוגש תובענה הייצוגית אלא בתביעה ממפורט בתוספת השניה או בעניין שנקבע בהוראת חוק מפורשת כי ניתן להגשים בו תובענה הייצוגית."

.127. התוספת השניה מפרט מספר עילות על פי זה ניתן להגשים תובענה הייצוגית, לעניינו, רלוונטיות העילה הקבועה בסעיף 1:

"תביעה נגד עסק, מהגרתו בחוק הגנת הצרכן, בקשר לעניין שבו ל Koh, בין אם התקשרו בעסקה ובין אם לאו."

.128. פשיטה כי המשיבות הינו בבחינת "עסק", המבוקשים הינם "לקוחות" ורכישת המוצריים נשוא

בקשה זו מהווים "עניינים שבין העוסק לבין הלקוח".

ה.2 התובענה מעוררת שאלות מתחיות של עובדה או משפט המשותפות לכל חברי הקבוצה ויש אפשרויות סבירה שהן תוכרענה בתובענה לטובת הקבוצה

התובענה מעוררת שאלות מתחיות משותפות, שלא לומר יותר גם של עובדה וגם של משפט ; לרבות : .129

129.1 האם המשיבות הפרו את תקנות הגנת הצרכן לעניין סימון מחיר ליחידת מידת ;

129.2 האם המשיבות הטעו את ליקוחותיהם ;

129.3 האם המשיבות התרשלו ;

129.4 האם חברי הקבוצה נזוקו כתוצאה מהפרת הדין ;

129.5 האם המשיבות התעשרו שלא כדי על חשבו חברי הקבוצה.

וזו : על-פי ההלכה הפסקה, הרי שבכל הקשור לדרישה לקיומו של שאלות משותפות לחבריו הקבוצה ذי בכך שהשאלות העיקריות העומדות במקודם הדין תהינה משותפת לחבריו הקבוצה ולא נדרשת זהות מוחלטת בכל השאלות העומדות להכרעה.

ראתה גם רע"א 4556/94 רמי טצת נ' אברהם זילברשץ, פ"ד מט(5) 774, בעמ' 788 ; תא (חי) 08-797-
חגי קרן נ' זי.בי.אס. שירוטי לוין (1998) בע"מ (פורסם בנבו, 23.07.2009)).

ה.3 תובענה ייצוגית היא הדרך הייעלה וההוגנת להכרעה בחלוקת בנסיבות העניין

היתרון בניהול תובענה ייצוגית בשאלות משותפות עולה על חיסרון (ככל שקיים), הנובע מושנות בין התובעים בשאלות אחרות (ככל שקיים).

הucha למעשה אין כל חופה אמיתית אחרת בסדרי הדין – כגון ניהול תובענות נפרדות וצירוף תובעים – לצורך בירור זכאותם של חברי הקבוצה ותביעותיהם.

השאלות העיקריות שבחלוקת מצריומות בירור משותף וזאת בשים לב לגודל הקבוצה, ולעובדיה כי הנזק האישី אשר-arע לכל אחד מבעלי הקבוצה אינו גדול דיו לניהול הליך אישי, לכך שאין לחבריו הקבוצה אינטראס, תמרץ, נגשנות או יכולת, להגשים תביעה עצמאית ולהשകיע בה זמן ומשאבים כספיים.

ה.4 קיים יסוד סביר להניח כי עניינים של כלל חברי הקבוצה יוצע ויונח בדרך הולמת ובתום לב

בקשת אישור מניהה תשתיית ראייתית ומשפטית מוצקה לטענות המבוקשים.

התובענה מבוססת על הוראות דין ברורות וחד משמעויות ועל הטענות לא חוקית בניגוד לאוthon

הוראות ותוקף הפרtanן מצד המשיבות.

136. המבקשים מגישים את הבקשה לאישור בתום לב, על מנת להגן על חברי הקבוצה; בכך לודא כי אלו יפוצו על נזקם, בכך למנוע את המשך החותנהלות המפרה ובכך למנוע הישנות תופעת מעין אלו בעתיד.

137. המבקשים רואים ומוכלים לשמש כתובעים ייצוגיים, מוכנים ליטול על עצם את המטלה הרצינית של ניהול הлик בשם תובעים אונומיים והם נוכנים להשיקו את מרכזם והתשומות הנדרשות לשם כך.

138. ב"כ המייצגים הינם עורכי דין מנוסים בתחום הליטיגציה המשחרית-ازוחית ובעלי ניסיון ספציפי בתחום התובענות הייצוגית ויש בהםם, כדי לשרת נאמה את עניינם של חברי הקבוצה שייצוגו מתבקש.

1. הגמול המוצע של המבקשים המייצגים ושכ"ט המוצע של ב"כ המייצגים

139. מוצע כי שכ"ט והגמול יקבע בהתאם לתועלת שתושג לחבריו הקבוצה מניהול הлик וכי בקביעת סכומים אלו יתחשב בית המשפט הנכבד בעניינים שלහן:

139.1 התועלת שתצמיח לחבריו הקבוצה ולצייר הלקחות כולל כתוצאה משינוי התנהלות המשיבות;

139.2 סכום הפיצוי שיפסק בשל ניהול התובענה;

139.3 החשיבות שיש בתובענה מבחן ציבורית והיותה בבחינתם כל מרתייע מפני הפרות דומות בעתיד, הן על ידי המשיבות והן על ידי גופים כדוגמתן.

140. בשלב זה והואיל ולא ברור היקף התועלת הציבורית וסכום הפיצוי, נתונים שנמצאים כאמור בידי המשיבות, אין זה מנורוי לנקוב בתנאים מסוימים בדבר הגמול ושכ"ט והמבקשים שומרים על זכותם לעשות כן, לאחר שהנתונים הרלבנטיים ימסרו על ידי המשיבות.

סוף דבר

141. בהתאם להוראות סעיף 5(א)(2) של החוק, המבקשים בדקו ולא מצאו בפנקס תובענות ייצוגיות פרטיה בקשה אחרת לאישור או תובענה ייצוגית אחרת נגד המשיבות, אשר השאלות המהותיות של עובדה או משפט המשותפות לחבריו הקבוצה המתעוררות בה, זהות או דומות בעיקר לשאלות המתעוררות בבקשתה דכאן.

142. לבית המשפט הנכבד הסמכות המקומית והענינית לדון בתובענה לאור סכום התביעה וחוראות סעיף 5(ב)(1) לחוק.

.143. בקשה זו נטמכת בתצהيري המבוקשים.

.144. לאור כל האמור לעיל, מותבקש בית המשפט הנכבד לחזורות כאמור ברישא של הבקשה.


הראל שלמה, עו"ד
מ.ר 77513
ב"כ המבוקשים


אביירם רחימי, עו"ד
מ.ר 18234
ב"כ המבוקשים

מ\ג\ו\א\ג\ו\א\ג 1-918\4\3\1

תצהיר

אני חח'ם אפיק בספי נושא ת.ז. מס' 203695895 לאחר שהזהרתי כי עלי לאמור את האמת וכי אהיה צפוי לעונשים הקבועים בחוק אם לא אעשה כן, מצהיר בזאת כדלקמן:

1. אני עשה תצהيري זה במסגרת הлик ת"ץ, שהגשתי נגד חברת **משכאות חינאי ג'ורג'** חנויות בע"מ (2004) בע"מ ת.פ. 513510867 (להלן: "המשيبة 1") וכן נגד חברת **טבע ספורט קסטל בע"מ** ת.פ. 513359059 (וביחד: "המשיבות"), בעניין אי סימון מחיר ליחידת מידת העובדות המפורטות בתצהيري זה ידועות לי באופן אישי. הטענות המשפטיות נסמכות על ייעוץ משפטי שקיבלתי.
2. עניינה של בקשת אישור זו – בהטעה CRCNIT, שיטתי, שמבצעות המשיבות נגד לקוחותיהן. ודוק. מדובר במקרה רשלני, ובניסיון להתעשר על חשבון הלקוח, תוך הפרת הוראות הדין.
3. בклиפת אגו זצון, כי המשיבות מפרות את הוראות הדין לעניין סימון מחיר ליחידת מידת בערך שאינו מסמן, על גבי המוצרים המוצעים על ידם, באתר אינטרנט של הלקוח, את המחיר ליחידת מידת כל מוצר ואו טובין (להלן: "**המורים נשוא בבקשת האישור**").
4. על סמך ייעוץ משפטי שקיבلت, על פי התקנות, אשר נכנסו לתוקף כבר בשנת ב- 2009, מדרשים עסקים בהציג מחיר ליחידת מידת, באשר לכל המוצרים המוצעים על ידם, שהחוק או התקן הרשימים מחייבים להציג על גביהם את הכמות במשקל או בוגף.
5. כמו כן, התקנות קבועות מפורשות, כי החובה בהציג המחיר ליחידת מידת, החל גם בעסקאות מכר מרוחק:

"(ב) מחיר ליחידת מידת ישומן על גבי הטובי או אריזותם או על גבי תווית או שלט הצמודים למדף שמנחים עליו הטובי ולענין טובין הנמכרים בעסקאות מכר מרוחק בהתאם בסעיף 4ו(ג) לחוק, יוצג המחיר ליחידת מידת בozoן למחירו הטובי."

6. ברי, כי עסקים מדרשים לסמן באתר האינטרנט שלהם, לצד כל מוצר הנדרש על פי דין בסימון המחיר ליחידת מידת באופן בולט, ברור וקריא.
7. המשיבות, עושות דין לעצמן ולא מסמנות כלל את המחיר ליחידת מידת של המוצרים המוצעים על דין בעסקאות מכר מרוחק, לא באופן ברור וקריא, לא בצד ל מוצר, ולא בשום דרך אחרת.
8. יודגש, כי לתקנות, חסיבות רבה במתן האפשרות לצרכן, לבצע רכישה מושכלת, תוך השוואת בין המוצרים השונים, לבחור את המוצר המתאים והמשתלם ביותר עבורו.
9. בהיעדר פירוט המחיר ליחידת מידת, לצורך אין אפשרות ריאלית, לבצע השוואת בין מוצרים חלופיים המוצעים לו, זאת נוכח העובדה, שלכל מוצר, ישנה אריזה שונה, משקל שונה, נפח

שונה - כמוות שונה של ייחודות, אל מול מחיר שונה, כך שהצרקן אינו יכול להעריך מהו המוצר הוזל ו/או המתאים לצרכיו.

11. יודגש, כי אין הכרת שהמוצר שמחירו נמוך יותר בין מספר מוצרים חלופיים, הוא דווקא הוזל יותר בהתחשב בדמיות שבמוצר, אלא שצרקנים אינם מבצעים חישובים מתמטיים אלו, באשר למאות המוצרים המוצעים להם, בטרם כל רפישה בחיי היום יום.

12. משכך, ביקש המחוקק להன על הצר肯, כך שבכל מקום בו יוצע לו מוצר ו/או טוביין, יופיע גם מחירים על פי ייחודה המידה הרלוונטי. כך, רואת הצר肯 באופן ברור, מה מחירו "האמיתי" של המוצר יוכל הוא להשוות בין יתר המוצרים החלופיים, ולבחר באופן מושכל, איזה מוצר לרכוש.

13. בהיעדר מידע חשוב זה, נמנעת מהצורך האפשרות לבצע רכישה מושכלת ומשתלמת, גרטם לו נזק ממשוני, חסרון כסס וכן נגיעה לאוטונומיה של רצונו האישי לככלל את צעדיו.

14. המשיבות לא עמדו בחובטן המפורשת על פי דין והתעשרו לכך, על חשבו הצר肯.

15. על המשיבות לעמוד בחובטם על פי דין, לשנות את התנוגות ולסמן את אתרי האינטרנט שלחן, בהתאם לקבוע בתקנות.

16. באשר ללקוחות הרבים של המשיבות, אשר נמנעה מהם האפשרות לבצע רכישה מושכלת ומשתלמת, ושרכשו מוצרים/ים שעולות גבולה יותר ממוצרים חלופיים שהיו רוכשים אילולא מחדל המשיבות, נדרש כי אלו יפוצו על נזקם.

17. המשיבה 1, הינה חברת העוסקת בשיווק משקאות אלכוהוליים. בעלות המשיבה 1, 9 סניפים בפריסה ארצית ואתר אינטרנט למכרז מרוחק שכתוותו :
<http://wineandmore.co.il>

18. אני צר肯 של המשיבה 1, הנוהג לרכוש מעט לעת משקאות אלכוהוליים.

19. התעניינתי ברכישת משקאות אלכוהוליים מהמשיבה 1.

20. על כן, ביום 13 במאי 2019, נכנסתי לאתר האינטרנט של המשיבה 1, ובחנתי את האפשרויות השונות.

21. לבסוף, החלטתי לרכוש בקבוק וודקה של חברת **Finlandia** בנקה 500 מ"ל שעולתו באתר המשיבה 1 - 49.9 ₪.

22. בדיעבד נודע לי, כי אילו הייתה המשיבה 1, מסמנת את מוצריה בהתאם לתקנות, הייתה יכולה להבחן בקלות, כי בעבר המשקה שבחרתי שילמתי סך של 10 ₪ על כל 100 מ"ל משקה, בעוד התאפשר לי, לבצע רכישה חסכונית וצדאית יותר, לרכוש את אותו מוצר, בנקה שונה ובמחיר נמוך יותר לכל 100 מ"ל משקה, כלהלן :

23. במקום המוצר שרכשתי - בקבוק **the-Finlanadida** בנקה 500 מ"ל, המחיר באתר המשיבה 1, במחיר 49.90 ₪, יכולתי לרכוש :

24. בקבוק בנקה 700 מ"ל בעלות 59 ₪ - אז הייתי משלם 8.4 ₪ ל-100 מ"ל.

25. בקבוק בוגר 1 ליטר בעלות 79 ₪ - אז הימי משלם 7.9 ₪ ל-100 ₪.
26. אלא שבמקומות זאת, וכותזאה מחדלה של המשיבה 1, שילמתי סך של 10 ₪ על כל 100 ₪ של וודקה **Finlandia** שרכשתי.
27. בר, כי נוכח מחדלה של המשיבה 1, ביצעתי רכישה פחותה כדיית כלכלית, ושילמתי מעשה מחיר גבוה יותר על כל 100 ₪ משקה שרכשתי. פער זה, הוא הנזק שנגרם לי, ועומד עסן על סך של 2.1 ₪ לכל 100 ₪ משקה שרכשתי, ובסך הכל, ניזוקתי בגין רכישה זו בסך של 10.5 ₪.
28. ביום 27 במאי 2019, נכנסתי לאתר המשיבה 1, והתענייתי ברכישת מספר משקאות נוספים.
29. התבקשתי במהלך ביצוע החזמנה לאתר המשיבה 1, להשוות בין המוצרים החלופיים השונים ולבצע את העסקה המשתלמת ביותר.
30. יודגש, כי באתר המשיבה 1, יכול הרצין לרוכש מספר בקבוקים מאותו סוג, בגודלים שונים ובמחירים שונים, כאשר אין הכרח, שהבקבוק שנפתחו גדול יותר, יהיה דזוקא מהיר יותר מידת מידה נמוך יותר. כך למשל, כמפורט לעיל, בקבוק וודקה של 750 ₪, בערך 13.2 ₪ ל-100 ₪, בעודו הבקבוק בוגר, לעומת בקבוק גיוני ווקר שחורה 700 ₪, בעלות 14.9 ₪ ל-100 ₪, קרי, הבקבוק הנזול יותר, המכיל תוספת של 250 ₪, לעומת מידת מידה - גבואה יותר.
31. לבסוף, רכשתי מספר מוצרים, כאמור להלן:
- 31.1. בקבוק גיוני ווקר שחורה 700 ₪, בעלות של 105 ₪ - 15 ₪ ל-100 ₪.
- 31.2. בקבוק וודקה **Pinlandia 700** ₪, בעלות 59 ₪ - 8.4 ₪ ל-100 ₪.
- 31.3. רביעיית בירה סן מג'ל 330 ₪, בעלות 32 ₪ - 2.42 ₪ ל-100 ₪.
- העתק החשבוניות בענייני מצ"ב בנטפק 2 לבקשת האישור**
32. קיבלתי את המוצרים לביתי, ובעת שבחןתי את החשבוניות שקיבلتி משליח המשיבה 1, חשתי באין נוחות, שכן לזכרוני, בקבוק הווודקה **Pinlandia 500** ₪ שרכשתי רק זמן קצר קודם לכן, עלה כמעט דבר כמו בקבוק ה-700 ₪ שרכשתי זה עתה.
33. החלטתי לבדוק את העניין, הצדידתי במחשבון, נכנסתי לאתר המשיבה 1 והתחלתי לערוך השוואה בין המוצרים השונים שרכשתי לאלו החלופיים, לפי מחירים ליחידת מידת.
34. להפתעתו, גילתי, כי שגיתי בבחירה המוצרים שרכשתי לשתי החזנות שביבצעתי קודם ממשיבה 1, ולמעשה המוצרים שרכשתי לא היו חסכניים ולא היו משתלמים.
35. כך למשל, במקוטב בקבוק גיוני ווקר שחורה 700 ₪, שרכשתי בעלות של 105 ₪ - 15 ₪ ל-100 ₪, יכולתי לבצע עסקה כדיית יותר ורכוש:
36. בקבוק גיוני ווקר שחורה 1 ליטר, בעלות של 135 ₪ - 13.5 ₪ ל-100 ₪.

37. ניוקתי בגין רכישה זו בסך של 1.5 ש"ל לכל 100 מ"ל משקה, הוא הפער בין העסקה המשתלמת שהייתי מבצע לו ידעת את המחיר הריאלי של המוצר שבחורת. ובכך הכל ניוקתי בגין רכישת בקבוק זה בסך של 10.5 ש"ל.
38. כך למשל, במקום בקבוק וודקה Pinlandia 700 מ"ל, בעלות 59 ש"ל שרכשתי – 8.4 ש"ל ל-100 מ"ל. יכולתי לבצע עסקה כזו יותר ורכוש:
39. בקבוק וודקה 1 Pinlandia ליטר, בעלות 79 ש"ח – 7.9 ש"ל ל-100 מ"ל.
40. ניוקתי בגין רכישה זו בסך של 0.5 ש"ל לכל 100 מ"ל משקה, הוא הפער בין העסקה המשתלמת שהייתי מבצע לו ידעת את מחירו הריאלי של המוצר שבחורת. ובכך הכל ניוקתי בגין רכישת בקבוק זה בסך של 4 ש"ל.
41. כך למשל, במקום רביעית בירה טן מגיל 330 מ"ל, בעלות 32 ש"ל – 2.42 ש"ל ל-100 מ"ל. יכולתי לבצע עסקה כזו יותר ורכוש:
42. שישית בירה טן מגיל בנפח 330 מ"ל כ"א, בעלות 29.90 ש"ל – 2 ש"ל ל-100 מ"ל.
43. ניוקתי בגין רכישה זו בסך של 0.52 ש"ל לכל 100 מ"ל משקה, הוא הפער בין העסקה המשתלמת שהייתי מבצע לו ידעת את מחירו הריאלי של המוצר שבחורת. ובכך הכל ניוקתי בגין רכישת בקבוק זה בסך של 6.86 ש"ל.
44. ברי, כי יכולתי לרכוש מאתר המשיבה 1, את אותן המוצרים, בנפחים שונים, ובכך לשלם מחיר נמוך יותר ליחידת מידה. נזקי האיש, בMagnitude רכישה זו מאתר המשיבה 1, עומד על הפער שבין המחיר ששילמתי לבין המחיר שהייתי משלם לכל 100 מ"ל, לו ביצעת את העסקה המשתלמת יותר, נזק זה הינו בסך 21.3 ש"ל.
45. יתרה מכך, אף יכולתי לרכוש את אותן המשקאות, רק ממותגים שונים ובמחיר משתלם יותר.
- צילומי מסך של המוצרים בעניין המבוקש 1, מאתר המשיבה 1 מצ"ב נגף 3 לבקשת האישור
46. אילו הייתה המשיבה 1 עומדת בחובתה שבדין, ומסמנת את מחירם של המוצרים לפי מחיר ליחידת מידה, הייתי יכול, בנקל, להעריך את עלותם הריאלית של המוצרים, ובתוך שכך לרכוש את אותן מוצרים, בנפח שונה, ובמחיר משתלם יותר או לרכוש משקאות דומים של מותגים אחרים, זולים יותר.
47. נזק. בהתרשותה מעמידתה בחובתה להציג מידע מלא ומדויק, הכוללת את המחיר ליחידת מידה של כל מוצר ומוצר המוצע על ידה, מנעה המשיבה 1, מצרכנית, את האפשרות לעורך השוואה בין המוצרים החלופיים השונים, ובתווך שכך לבחור את העסקה המשתלמת והכבדה ביותר עבורם.

48. בהתבסס על ייעוץ משפטי שקיבلت, בהתנהלותה זו כמפורט לעיל, הפרה המשיבה 1 את חובתה שבדין. בין היתר הפרה המשיבה את הוראות התקנות, חוק עשיית עשור, פקודת הנזקון וחוק הגנת הצרכן, באופן המקיים לי ולחברי הקבוצה עילית תביעה ממשית נגדה.

48.1. בגין הרכישה הראשונה שביצעתி מהמשיבה 1, ביום 13 במאי 2019, נזוקתי, בסך של 10.5 ₪.

48.2. בגין הרכישה השנייה שביצעתי מהמשיבה 1, ביום 27 במאי 2019, נזוקתי, בסך של 21.3 ₪.

48.3. **בסה"ב נזקי הממוני, הינו בסך 31.8 ₪.**

49. עקב הפרת המשיבות את הדין, נגרמו לי ולחברי הקבוצה נזקים לא ממוניים, הנובעים, בין השאר, מתחושת הкус, הפגיעה באוטונומיה ועוגמות הנפש שנגרמה לנו, בכך שנמנעה מأتנו האפשרות לבצע, בהתאם לדרישות הדין, השוואת בין המוצרים, ובתווך שכן – לבחור את המוצרים שהכי מתאימים לצרכינו ולתקציבנו.

50. לאור האמור לעיל, אני מעריך את הנזק הלא ממוני, שלי ושל יתר חברי הקבוצה, בסך של 10 ₪ לכל ריביטה, 1-10 ₪ בסה"ב, בגין שתי הרמישות.

51. **מכאן ששלכום התביעה האישי של חברי הקבוצה בענייני, במסגרת בקשה אישור זו, הינו בסך 51.8 ₪.**

52. בהתאם, ובכפוף למגבלות המובנות, תבוצע להלן הערכה של מספר חברי הקבוצה והשווי המוערך של תביעות חברי הקבוצה.

53. על פי סקר שערך מלון TNS בשנת 2017 עולה כי למעלה מ-70% מהනשאים ציינו שהם קונים אונליין, כי זה זול קל ווחסן זמן יקר. תיקני חסילה באינטרנט בישראל, כמפורט בסקר, נאמדים בכ- 11 מיליארדים בשנה, כאשר 84% מהישראלים מעדיטים כי הם קונים מוצרים קמעונאים באינטרנט והמספר הזה עולה בקצב מהיר משנה לשנה.

העתק כתבה לאתר כלכלי בתחום הרגלי הצריכה של ישראלים באינטרנט **מצ"ב בנספח 7** לביקשת האישור

54. עוד צוין כי קיימת הוכחה נוספת לכך שצרכנים רבים נפגעו וחוטטו בשל כך שלא צוינו באתרי מכיר מרוחק, מחיריים ליתדמת מידת. זאת עולה מסקר "اورייןוט פיננסית" שערכה הלשכה המרכזית לסטטיסטיקה (בשנת 2012) בקרב ישראלים בני 20 ומעלה - לפיו 80% מהישראלים דיווחו שהם עורכים השווה של מחיריים מוצרים לפני הקנייה.

עותק סקר "אורייןוט פיננסית" שערכה הלשכה המרכזית לסטטיסטיקה (בשנת 2012) בקרב ישראלים בני 20 ומעלה **מצ"ב בנספח 8** לביקשת האישור

55. על פי נתוני דן אנדר בדיסטריט לשנת 2012, שוק המשקאות האלכוהוליים בישראל (למעט יינות), מכנייס כ-3 מיליארדים ₪ בשנה.

56. אני עורך בוחרות, כי למשיבה 1, נתח שוק של 0.5% משוק המשקאות החרייפים בישראל, השווה להכנסות בסך 15,000,000 ש"ב בשנה.
57. למשיבה סניפים רבים בפרישה ארצית, ועל כן, אני מערך, כי רק 10% מהכנסות המשיבה 1, הינט באמצעות עסקאות מכירת מרוחק, קרי, 1,500,000 ש"ב בשנה.
58. בנוסף, אני מערך, כי גובה עסקה ממוצעת מאתר המשיבה 1, הינו בסך 150 ש"ב.
59. על פי כל האמור לעיל, אני מערך, כי לקוחות המשיבה 1, מבצעים באמצעות האינטרנט שלה, 10,000 עסקאות בשנה.
60. בנוסף, אני לוקח בחשבון את תוצאות שקר אוריגיניות פיננסית כמובא לעיל, **לפיו 80% מהישראלים דיווחו שהם עורכים השוואת מחירי מוצרים לפני הקנייה.** ברי, כי להערכתני מונחים חברי הקבוצה בעניין המשיבה 1, 70,000 חברים ; (10,000 בשנה).
61. בנוסף וכמפורט לעיל, אני מערך את נקי האיש שלי ושל כל חבר בקבוצה, בעניין המשיבה 1, בסך של 51.8 ש"ב ;
62. **ברי, כי בהתאם לכך, אני מערך את הנזק הקבועתי בעניין המשיבה 1 בסך של 2,900,000 ש"ב.**
63. מطبع הדברים, מלוא הנගנים הרלבנטיים בדבר חברי הקבוצה, מספרת והנזק שנגרם להם בשל אי עמידת המשיבה בהוראות הדין מצויים בידי המשיבה, ולא בידי. יושם נא אל לב כי מדובר בעולה נשכת ועל כן צפוי הנזק לגודל, ככל שלא תנסה המשיבה מהנהלתה.
64. אני שומר על זכותי לתקן הערכה זו בהתאם לנוגדים שיתקבלו מהמשיבה, במסגרת ניהול החקלאן.

זהושמי, זו חתימתו ותוקן תצהירו אמת.



אפיק כספי

אישור

הנני מאשר כי ביום 4 ביוני 2019 הופיע בפני, במשרדי בריחי יגאל אלון 96 בת"א, מר אפיק כספי נושא תא. ר. 203695895, ולאחר שהזהרתי כי עלי לומר את האמת וכי יהיה צפוי לעונשים הקבועים בחוק אם לא יעשה כן, אישר את נכונות תצהירו הנ"ל וחותם עליו בפני.



הראן שולמה שלטאי, עו"ד
כם. רישיון 77513

תצהיר

אני חת"מ מריי שלומי נושא ת.ז. מס' 800400162220 לאחר שהזהרתי כי עלי לאמור את האמת וכי אήיה צפוי לעונשים הקבועים בחוק אם לא אעשה כן, מצהיר בזאת כדלקמן:

1. אני עושה תצהيري זה במסגרת הлик"צ, שהגשתי נגד חברת **משכאות חינאי ג'ורגי** חנויות (2004) בע"מ ח.פ. 513510867 (להלן: "המשיבה 1") וכן נגד חברת טבע ספורט קסטל בע"מ ח.פ. 513359059 (להלן: "טבע קסטל" או "המשיבה 2" וביחד: "המשיבות"), בעניין אי סימון מחיר ליחידת מידת.
2. העבודות המפורחות בתצהيري זה ידועות לי באופן אישי. הטענות המשפטיות נסמכות על **יעוץ משפטי** שקיבלתי.
3. עניינה של בקשת אישור זו – בהטעה כרכנית, שיטות, ש揆אות המשיבות נגד לקוחותיהן. ודוק. מדובר במקרה רשלני, ובניסיון להתעשר על חשבון הלקוח, תוך הפרת **חוראות הדין**.
4. בклиפת Ago צוין, כי המשיבות מפרות את הוראות הדין לעניין סימון מחיר ליחידת מידת, בכך ששון אינן מסמנות, על גבי המוצרים המוצעים על ידים, באתר אינטרנט שלhon, את המחיר ליחידת מידת של כל מוצר ו/או טובין (להלן: "**המוצרים נושא בקשת האישור**").
5. על סמך **יעוץ משפטי** שקיבלתי, על פי התקנות, אשר נכנסו לתוקף כבר בשנת ב- 2009, נדרש עסקים בהציג מחיר ליחידת מידת, באשר לכל המוצרים המוצעים על ידים, שהחוק או התקן הרשמיים מחייבים להציג על גביהם את הכמות במשקל או במשקל.
6. כמו כן, התקנות קובעות מפורשות, כי החובה בהציג המחיר ליחידת מידת, חלק גם **בעסקאות מכר מרוחק**:

"(ב) מחיר ליחידת מידת יסומן על גבי הטוביין או אריזותם או על גבי
תוויות או שלט הצמודים למדף שמוניים עליו הטוביין ולענין טובין
הנכלרים בעסקת מכר מרוחק בתגדותה בסעיף 4ו(ג) לחוק, יוצג
מחיר ליחידת מידת בצדodem למחיר הטוביין."

7. ברי, כי עסקים נדרשים לטמן באתר האינטרנט שלהם, לצד כל מוצר הנדרש על פי דין בסימון המחיר ליחידת מידת באופן בולט, ברור וקריא.
8. המשיבות, עושות דין לעצמן ולא מסמנות כלל את המחיר ליחידת מידת של המוצרים המוצעים על ידן בעסקאות מכר מרוחק, לא באופן ברור וקריא, לא בצדodem למוצר, ולא בשום דרך אחרת.
9. יודגש, כי לתקנות, חשיבות רבה במתן האפשרות לצרכן, לבצע רכישה מושכלת, תוך השוואה בין המוצרים השונים, לבחור את המוצר המתאים והמשתלם ביותר עבורו.
10. בהיעדר פירוט המחיר ליחידת מידת, לצורך אין אפשרות ריאלית, לבצע השוואה בין מוצרים חלופיים המוצעים לו, זאת נוכח העובדה, שלא כל מוצר, ישנה אריזה שונה, משקל שונה, נפח

שונה - כמוות שונה של ייחידות, אל מול מחיר שונה, כך שהצרוך אינו יכול להשעריך מהו המוצר
הוזל ו/או המתאים לצרכיו.

11. יודגש, כי אין הכרת שהמוצר שמחירו נמוך יותר בין מספר מוצרים חלופיים, הוא דווקא
הוזל יותר ביחס למחירו שבסוגו, אלא שרכנים אינם מבצעים חישובים מתמטיים אלו,
באשר למאות המוצרים המוצעים להם, בטרם כל רכישה בחיי היום יום.
12. משכך, ביקש המחוקק להגן על הצרכן, כך שבכל מקום בו יוצע לו מוצר ו/או טובין, יופיע גם
מחיר על פי ייחידת המידה הרלוונטי. כך, רואה הצרכן באופן ברור, מה מחירו "האתייתי"
של המוצר ויכול הוא להשוות בין יתר המוצרים החלופיים, ולבחור באופן מושכל, איזה
מוצר לרכוש.
13. בהיעדר מידע חשוב זה, נמנעת מהצרכן האפשרות לבצע רכישה מושכלת ומשתלמת, נגרם לו
נזק ממוני, חסרונו כסיס וכן נפגעת האוטונומיה של רצונו האישי לככלל את צעדיו.
14. המשיבות לא עדדו בחובטן המפורשת על פי דין והתעשו מכך, על חשבון הצרכן.
15. על המשיבות לעמוד בחובטם על פי דין, לשנות את התנהגותן ולסמן את אתרי האינטרנט
שלחן, בהתאם לקבוע בתקנות.
16. באשר לักษות הרבים של המשיבות, אשר נמנעה מהם האפשרות לבצע רכישה מושכלת
ומשתלמת, ושרכשו מוצרים/ים שעולות גבולה יותר מ מוצרים חלופיים שהיו רוכשים אילו
מחצל המשיבות, נדרש כי אלו יפוצו על נזקם.
17. המשיבה 2, הינה חברה למוציאי טבע ובריאות, המשווקת לעלota מ- 10000 מוצרים טבעיות,
אורגניים ואקוולוגיים.
18. בבעלות המשיבה 2, 9 טניפיטס בפריסה ארצית ואתר אינטרנט למכר מרוחק. המשיבה 2, הינה
הפעילה של אתר האינטרנט של טבע קסטל שכתובותו : <https://www.tevacastel.co.il>
העתק פרטי המשיבות כמפורט בראש החברות מצ"ב בנספח 1 לבקשת האישור
19. אני צרכנית של המשיבה, שמשתדلت לשומר על אורח חיים בריא. למען הגליוי חנאות אצין,
כי אני אימנו של ב"כ המבקשים, עוזיד הראל שלומי.
20. נחשfteי לפרסומי טבע קסטל, נכנסה לאתר האינטרנט של החברה במטרה להזמין משלוח
של מוצרים קוסמטיקה וטואלטיקה טבעיות ו/או אורגניים ו/או בריאים, למקום העבודה
ברוחבות.
21. בעת שבחןתי את המוצרים השונים שבאתר טבע קסטל, הבחנתי, כי ישנם מוצרים רבים
חלופיים בכל קטgorיה, במחירים שונים ובגדלים שונים. אך התקשתי לחשב את מחירים
הרייאלי של כל מוצר ומוצר, שכן באתר טבע קסטל אין סימון של המחיר לפי ייחידת מידה.
22. כך לדוגמה, באתר האינטרנט של טבע קסטל, תחת הלשונית "שמפו" ניתן למצוא, שירות
מוצרים דומים, המוצעים בשלל מידות, גדלים ומחירים, כלהלן: שמו 414 מ"ל בעלות 57

ש; שמפו 517 מ"ל בעלות 56 ש; שמפו 237 מ"ל בעלות 55 ש; שמפו 500 מ"ל בעלות של 59 ש; שמפו 400 מ"ל בעלות של 53 ש; שמפו 450 מ"ל בעלות של 44 ש.

23. כמו גם, המשיבה 2 משוקת מוצרים, המגיעים במספר גדלים. כך למשל, מסיכה לשיער משמן קיק ארגנינה, נמכרת באתר המשיבה בונח של 350 מ"ל ובונח של 500 מ"ל וכו'.

24. הקושי בחישוב מחירו הריאלי של כל מוצר, חל, לאור ריבוי המוצרים, הגדים, המידעות והמחירים השונים של כל מוצר ומוצר.

25. לאור מרכיבות הדבר, ברור, כי ללא סימונו המחיר ליחידת מידת, לא יכול צרכן לבצע רכישה מושכלת תנך השוואה בין המוצרים השונים ובבחירה המוצר הטוב והמושלם ביותר עבורו.

26. יותרתי על האפשרות של חישוב פרטני באשר למחירי הריאלי של מאות מוצרים שבאתר טבע קסטל, ורכשתי לבסוף מספר מוצרים מאתר המשיבה 2 שנראו לי זולים ומשותלים. בסך הכל, הזמנתי ביום 6 במאי 2019, 5 מוצרים מאתר טבע קסטל בעלות כוללת של 230.8 ש, כדלקמן:

26.1. סבון אירודי סנדייל 75 גרם בעלות של 25 ש - 33.3 ש ל- 100 גרם (להלן: "הסביר תקשיח").

26.2. מסיכה לשיער משמן קיק ארגנינה, 350 מ"ל בעלות של 49 ש - 14 ש ל- 100 מ"ל (להלן: "הסביר לשיער").

26.3. מרכז אבלון אורגנิกס אורגני, 325 מ"ל בעלות של 46.80 ש - 14.4 ש ל- 100 מ"ל (להלן: "הסביר תմרכיב").

26.4. קרם ידים רימוניים, 48 גרם בעלות של 55 ש - 114.5 ש ל- 100 מ"ל (להלן: "קרם הידיים").

26.5. סבון ידיהם אבלון אורגנิกס אורגני, 355 מ"ל בעלות של 36 ש - 10 ש ל- 100 מ"ל (להלן: "סבון הידיים").

26.6. דמי משלוח בסך 19 ש.

העתק החשבונית בענייני מצ"ב בדף 4 לבקשת האישור

27. קיבלתי את המוצרים נשוא ההליך בענייני ועשיתי בהם שימוש.

28. בהמשך להמלצת שקיבלת, שקلت להחלף/לרכוש בנותף, קרם ידים, لكن ננטשתי לאתר המשיבה 2 ובחנתי בשנית, את המוצרים שבאתר האינטרנט של המשיבה 2.

29. התעניינתי בקרם ידים מבית סמדר בונח 100 מ"ל ובעלות של 70 ש, אשר הינו מוצר חלופי, לקרם הידיים שרכשתי.

30. הבחנתי כי המוצרים המוצעים באתר המשיבה 2 תחת לשונית "קרם ידים", מוצגים בגדים שונים ובמחירים שונים, וכן החלמתי לבצע חישוב באמצעות מחשבון, על מנת לבחון את עלותם הריאלית של המוצרים החלופיים הרבה.

31. גיליתי, כי ערכו האמיטי של המוצר שרכשתי: קרם ידים רימוניים, 48 מ"ל בעלות של 55 ש"ן, הוא 114.5 ש"ן ל- 100 מ"ל.
32. בחריתנו, שקרם ידים של סמזר בנפח 100 מ"ל, עולה באתר המשיבה 2, 70 ש"ן, הרי ששילמתי סך 22 ש"ן יותר (בעבור 48 מ"ל) משחitti משלמת לו הייתי רוכשת את קרם הידים החלופי והזול יותר, אשר התאים גם הוא לצרכי, ואף הוודף עלי.
33. לא ערכתי חישוב פרטני של מאות המוצרים שבאתר המשיבה 2, אך ניתן לראות כי תחת כל קטגוריה של מוצרים שבאתר המשיבה 2 ישנו מבחר ורב של מוצרים, בעלי תוכנות דומות – החלופיים, כאשרן אין אפשרות ריאלית לעורך חישוב של ערכם האמיטי, פר' ייחידת מידת.
34. נוסף על כך, המשיבה 2 מושוקת את אותם המוצרים בדיקוק, בגודלים שונים.
35. צילומי מסך של המוצרים נשוא ההליך מאთר האינטראקט של המשיבה 2 מצ"ב בדף 5 לבקשת אישור
36. מלואה בהרגשה רעה ותסכול, לאור חוסר האונים בו נמצאה נוכת העדר יכולתה לבצע רכישה מושכלת ומשתלמת, הבנתי, כי נוכח מחדלה של המשיבה 2, רכשתי מוצרים יקרים יותר מалו שהייתי רוכשת, וכי עקב כך נגרם לי חיסרונו כיס.
37. בבדיקה שנערכה באתר המשיבה 2, במסגרת, חשב מחירם האמיטי של המוצרים החלופיים אשר יכולתי לרכוש מطبع קסטל, לו הייתי יודעת את שווים האמיטי. תוצאתה של בדיקת זו כפוי שיווא להלן, מוכיחים את הנזק הממוני שנגרם לי ומגדר את התועשותה שלא כדין של המשיבה 2, כלהלן:
- כך למשל, במקום הסבון הקשי שרכשתי, בעלות ריאלית של 33.3 ש"ן ל- 100 גרם, יכולתי לרכוש, בין היתר, מארז סבונים טבעיים, 450 גרם בעלות 40 ש"ן – לפי 8.8 ש"ן ל- 100 גרם או 6.6 ש"ן ל-75 גרם, ובכך הייתי חוסכת סך של 18.4 ש"ן, הוא סכום נזקי בגין רכישת מוצר זה.
- כך למשל, במקום המרכיב שרכשתי, יכולה הייתי לרכוש, בין היתר, מרכיב שעיר ביוטין אבלון אורגנิกס, 397 מ"ל בעלות של 50 ש"ן – 12.5 ש"ן ל-100 מ"ל, ובכך הייתי חוסכת סך של 6 ש"ן, סכום נזקי בגין רכישת מוצר זה.
- כך למשל, במקום חסיכה לשיער שרכשתי, יכולתי לרכוש מארז המשיבה 2, בין היתר, את אותו המוצר בדיקוק, מסיכת קיק לשיער של חברת ארגניה, בנפח של 500 מ"ל ובעלות 53 ש"ן – 10.6 ש"ן ל-100 מ"ל, ובכך הייתי חוסכת 3.6 ש"ן על כל 100 מ"ל מוצר. בסך הכל נזוקתי, בגין רכישת מוצר זה, בסך של 12.6 ש"ן.
- כך למשל, במקום הסבון לידיים שרכשתי, יכולתי לרכוש סבון ידיים ג'ייסון נטורל, 473 מ"ל בעלות 38 ש"ן – 8 ש"ן ל-100 מ"ל מוצר, ובכך הייתי חוסכת סך של 2 ש"ן על כל 100 מ"ל סבון ידיים,ברי כי הנזק שנגרם לי בגין רכישת מוצר זה וכתוכאה ממוחלט המשיבה, בסך של 7 ש"ן.
- צילומי מסך של המוצרים החלופיים מארז המשיבה 2 מצ"ב בדף 6 לבקשת אישור
41. המשיבה 2, לא עמדה בחותמה על פי דין, לא צינה את מחيري המוצרים המוצעים לקהל לקוחותניתה באתר האינטראקט שלה, במחיר ייחידת מידת. בכך, מנעה המשיבה 2, מלוקחותנית,

הס חברי הקבוצה הייצוגית, את האפשרות הריאלית לבצע רכישה מושכלת ומשתלמת. המשيبة 2, התעשרה מכך, וחברי הקבוצה מנגד, ניזוקו.

42. בהתנהלותן המפוארת, הסבו המשיבות לSubviewsים ולהבעלי הקבוצה חן נזק ממוני והן נזק שאינו ממוני.

43. נזקם הממוני של המSubviewsים ושל חברי הקבוצה, הינו הפער בין הסכום ששילמו למשיבות בעבור המוצרים שרכשו, לבין המחיר שהיו משלמים על מוצר חלופי שעולתו ליחידת מידיה נמוכה יותר, ושבשל התנהלות המשיבות, לא התאפשר לאותם חברי קבוצה לרכוש.

44. בגין הרכישת שביצעתם לאתר המשيبة 2, נזקי הכלול, כאמור לעיל, הינו בסך של 66 ש"ח.

45. עקב הפרת ממשיבות את הדין, נגרמו לSubviewsים ולהבעלי הקבוצה נזקים לא ממוניים, הנובעים, בין השאר, מתחותת הכספי, הפגיעה באוטונומיה וועוגמת הנפש שנגרמה להם, בכך שמנעה מהם האפשרות לבצע, בהתאם לדרישות הדין, השוואת בין המוצרים, ובתוך שכך – לבחור את המוצרים שהכי מתאימים לצורכייהם ולתקציבם.

46. לאור האמור לעיל, **Subviewsים מעריכים את נזקם ללא ממוני, שלחתם ושל יתר חברי הקבוצה, בסך של 10 ש"ח לכל רכישה.**

47. אני, שביצעתם רכישה אחת לאתר המשيبة 2, נגרם לי נזק לא ממוני בסך 10 ש"ח.

48. **לאור האמור לעיל, הרי שסכום התביעת האישי שלי הינו על סך 76 ש"ח.**

49. בהתאם, ובכפוף למוגבלות המובנות, תבזע להלן הערכה של מספר חברי הקבוצה והשווי המוערך של תביעות חברי הקבוצה.

50. על פי סקר שערך מכון TNS בשנת 2017 עולה כי למעלה מ-70% מהנשאלים ציינו שהם קונים אונליין, כי זה זול קל ותוסך זמן יקר. היקפי השליקה באינטרנט בישראל, כמפורט בסקר, נאמדים בכ- 11 מיליארד ש"ב בשנה, כאשר 84% מהישראלים מעידים כי הם קונים מוצרים קמעוניים באינטרנט והמספר הזה עולה בקצב מהיר משנה לשנה.

העתק כתבה מאתר כלכリスト בנושא הרגלי הצריכה של ישראלים באינטרנט **מצ"ב בנספח 7** לבקשת האישור

51. עוד צוינו כי קיימת הוכחה נוספת לכך ש依法追究ים רבים נפגעו וחוטטו בשל כך שלא צוינו באתרי מסחר מרוחק, מחיריים ליחידת מידיה. זאת עולה מסקר "اورיגיניות פיננסית" שערכה הלשכה המרכזית לסטטיסטיקה (בשנת 2012) בקרב ישראלים בני 20 ומעלה - לפיו 80% מהישראלים ذיווחו שהם עורכים השווה של מחירי מוצרים לפני הקנייה.

52. עותק סקר "אוריגיניות פיננסית" שערכה הלשכה המרכזית לסטטיסטיקה (בשנת 2012) בקרב ישראלים בני 20 ומעלה **מצ"ב בנספח 8** לבקשת האישור

53. על פי נתוני שיפורט משרד התקנות ופיתוח החקלאות, החטיבה למחקר, כלכלה וסטרטגיה, שווי שוק המוצרים הארגניים בישראל מוערך בכ- 300 מיליון ש"ב בשנה.

עותק דו"ח חתפות השוק הארגני – שפירסם משרד החלקות ופיתוח הכפר, החטיבה למחקר, כלכלה ואסטרטגיה בשנת 2011 מצ"ב בנספח 9 לבקשת אישור

54. בהתבסס על כתבה שפורסמה ביום 12 במרץ 2015, באתר "זה מפרק", המשיבה 2, מתחזיקה ביחד עם מספר חנויות קטנות בתחום, ננתה שוק של 23% מנתה השוק הארגני בישראל.

עותק הכתבה באתר "זה מפרק" מצ"ב בנספח 10 לבקשת אישור

55. אני אעריך באופן שMRI, כי נתה השוק הארגני של המשיבה 2, הינו 5% בלבד, ובהתאם לכך, יערכו הכנסותיה בסך 15 מיליון ₪ בשנה.

56. בהתבסס על הערכה, לפיו סל קנייה מהמשיבה 2, הינו בממוצע 250 ₪ לרכישה. הרי שבהתאם לכך, מבוצעות כ-60,000 רכישות בשנה, מהמשיבה 2.

57. למשיבה 2, מספר סניפים למכר ישיר,ברי, אני מעריכה כי רק 10% מהיקף הכנסותיה של המשיבה 2 מבוצע באמצעות אתר האינטרנט שלה, קרי, 6000 הזמנות בשנה. בנוסף, אני מעריכה, כי בהתאם לסקר אורייניות פיננסית כmoboa לעיל, לפיו 80% מהישראלים דיווחו שהם עורכים השוואות של מחירי מוצרים לפני הקנייה, מספר חברי הקבוצה בעניינה של המשיבה 2, הינו 4,800 בשנה, וככ-33,600 באשר לכל תקופת התובענה.

58. בהינתן כי היקף הנזק האישי של כל חבר בקבוצה, הינו בסך 76 ₪ כאמור לעיל, וכי להערכתני, מוניטם חברי הקבוצה בעניין המשיבה 2, 33,600 חברים ;

59. ברי, כי בהתאם לאמור לעיל, אני מעריכה את הנזק הקבועתי בעניין המשיבה 2 בסך של 2,553,600 ₪.

60. המבקשים מגישים את הבקשה לאישור בתום לב, על מנת להגן על חברי הקבוצה; בכדי לוודא כי אלו יפוצו על נזקים, כדי למנוע את המשך החרתנות המפלה ובכדי למנוע הישנות תופעות מעין אלו בעתיד.

61. המבקשים ראויים ויכולים לשמש כתובעים ייצוגיים, מוכנים ליטול על עצמן את המטלה הרצינית של ניהול הליך בשם תובעים אונומטיים והם נכוונים להשקיע את מרצו והתשומות הנדרשות לשט כך.

62. ביבם המציגים הינם עורכי דין מנוסים בתחום הליטיגציה המשפטית-אזורית ובבעלי ניסיון ספציפי בתחום התובענות הייצוגית ויש בכותם, כדי לשרת נאמנה את עניינם של חברי הקבוצה שייצוגה מתבקש.

63. בהתאם להוראות סעיף 5(א)(2) של החוק, המבקשים בדקנו ולא מצאו בפנקס תובענות ייצוגיות פרטី בקשה אחרת לאישור או תובענה ייצוגית אחרת כנגד המשיבה, אשר השאלה מהחותיות של עובדה או משפט המשותפות לחבריו הקבועה המתעוררות בה, זהות או דומות בעיקרן לשאלות המתעוררות בבקשתה דכאן.

64. מטיבם הדברים, מלא הנתונים הרלבנטיים בדבר חברי הקבוצה בענייני, מספרם והנזק שנגרם להם בשל אי עמידת המשיבה בהוראות הדין מצויים בידי המשיבה 2, ולא בידי יושם

נא אל לב כי מדובר בעולה נמשכת ועל כן צפוי הנזק גדול, ככל שלא תשנה המשיבה 2 מהתנהלהותה.

65. אני שומרת על זכותי לתקן הערכה זו בהתאם לנזונים שיתקבלו מהמשיבה 2, במסגרת ניהול החק.

זהושמי, זו חתימתו ותוכנן תצהירתי אמת.

מירי שלומי

אישור

הנני מאשר כי ביום 5 ביוני 2019 הופיעה בפניי, במשרדיה ברח' יגאל אלון 96 בת"א, מيري שלומי, המוכרת לי אישית, ולאחר שהזהرتה כי עלייה לומר את האמת וכי תהיה צפואה לעונשים הקבועים בחוק אם לא תעשה כן, אישרה את נכונות וczairah הנ"ל וחתמה עליו לפניי.

יגאל שלומי, עו"ד
מכ. ראשון 77513 נס"

מ/ט 4-75143

רשימת נספחים

<u>תיאור הנספח</u>	<u>נספח</u>
העתק פרטי המשייבות כמפורט בראש החברות	'1
העתק חשבונית בעניין המבוקש 1	'2
צילומי מסך של המוצרים בעניין המבוקש 1, לאתר המשيبة 1	'3
העתק חשבונית בעניין המבוקשת 2	'4
צילומי מסך של המוצרים נושא ההליך לאתר האינטרנט של המשيبة 2	'5
צילומי מסך של המוצרים התלופיים לאתר המשيبة 2	'6
העתק כתבה לאתר כלכלי בנושא הרגלי הצריכה של ישראלים באינטרנט	'7
עותק סקר "אוריגיניות פיננסית" שערכה חלשה המרכזית לסטטיסטיקה (בשנת 2012) בקרב ישראלים בני 20 ומעלה	'8
עותק דיווח התפתחות השוק הארגוני – שפירסם משרד החלקאות ופיתוח הכפר, החטיבה למחקר, כלכלה וסטרטגיה בשנת 2011	'9
עותק הכתבה באתר "זה מפרק"	'10

נספח 1'

העתיק פרטי המשכיות כמפורט בראש החברות

גישות הtantן אונליין

Israeli Corporations Authority

משרד המשפטים

תאגידים Online (א) מידע ושרותים מקוונים

מידע ושרותים מקוונים

ניתן לחפש לפי מספר תאגיד או שם תאגיד. המידע כאמור, ניתן ללא עלות וכשיורט לציבור. מידע זה עשוי להיות חסר, בלתי מדויק או בלתי מעודכן. לברור המידע והדוחות שהוגשו לרשות החברות או לרשות השופיות כדרש בחקק, לרבות לעניין כתובת החברה/השותפות, יש לעיין בטנק התאגיד (<https://ica.justice.gov.il/Request/OpenRequest?rt=ExposeDocumentsCompany>)

שם חברה	<input type="text"/>
מספר חברה	<input type="text"/>
	513510867
אתר	<input type="text"/>

תוצאות חיפוש - מספר חברה: 513510867

2 מספר... 2 שי

...67 ס... מ...

פרטיה תאגיד

שם בערבית:

משכאות חינמי ג'ורג' חניות (2004) בעמ'

שם באנגלית:

HINAWI GEORGE BEVERAGES STORES (2004) LTD

תאריך התאגדות:

11/02/2004

טיור חברה:

מטרת החברה:

לעסוק בסוגי עסק שפורטו בטנקן

חברה ממשלתית:

מוגבלת:

לא

מוגבלת

אין

חוות אגרה:

כתובת

כתוב:

תל אביב - יפו

רחוב:

גולדרמן נחום

מספר:

8

מיקוד:

6802908

תדר:

ארץ:

ישראל

אזור:

פעולות נוספת

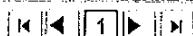
אחזור אישור תשלום

טפטום פניות לרשות

הזמנת תיק

הפקת נסח חברה

הזמנת מסמכים



1 - 1 מתוך 1 פריטים

לתשומתך **לבך, הפעולות המבוצעות עליך באתר נשמרות למשך בקורת איכות ושיפור השירות לאזרה.**

| [לאתר משרד המשפטים](http://index.justice.gov.il/Units/RasutHataagidim/Pages/default.aspx) | אחר רשות התאגידים (<http://index.justice.gov.il/>)
 | [אתר רשם החברות](http://index.justice.gov.il/Units/RasutHataagidim/units/RashamHachvarot/Pages/default.aspx) (<http://index.justice.gov.il/>)
 | [יצירת קשר עם משרד](http://index.justice.gov.il/Units/RasutHataagidim/ContactUs/Pages/default.aspx) (<http://index.justice.gov.il/>)
 כל הזכויות שמורות 2019 משרד המשפטים © מס' גרסה: 4.1.0 | דפדפן: Chrome 74

גישת תאגידיים Online

Israeli Corporations Authority

משרד המשפטים

תאגידיים Online (/) מידע ושרותים מקוונים

מידע ושרותים מקוונים

ניתן לחפש לפי מספר תאגיד או שם תאגיד. המידע כאמור, ניתן לא ללוות זכירות לציבור. מידע זה עלול להיות חסר, בלתי מדויק או בלתי מעודכן. לבירור המידע והדוחים שהוגשו לרשות החברות או לרשות השופיון כנדרש בחוק, לרבות לעניין כתובת החברה/השותפות, [יש לעמוד בתקן התאגיד](https://ica.justice.gov.il/Request/OpenRequest?rt=ExposeDocumentsCompany) (<https://ica.justice.gov.il/Request/OpenRequest?rt=ExposeDocumentsCompany>)

שם חברה	<input type="text"/>
מספר חברה	<input type="text"/> 513359059
אתר	<input type="text"/>

תוצאות חיפוש - מספר חברה: 513359059

ד מספר... ד ש

...59... ט...

פרטי תאגיד

שם בעברית:

טבע ספורט קומפל בע"מ

שם באנגלית:

תאריך התאגדות:

05/01/2003

תיאור חברה:

משרתו החברה:

לעסוק בסוגי עסק שיפורתו בתקנון

חברה ממשלתית:

מגילה:

חוות אגרה :

כתובת

לא

מוגבלת

אין

"ישוב"
הרכילה
רחוב:
משכית
מספר:
27
מיקוד:
4673327
ת.ד.ן:
ארץ:
ישראל
אצל:

פעולות נוספות

 אחזור אישור תשלום סטטוס פניות לרשם הזמנה תיק הפקת נסח חברה הזמנה מסמכים

1 - 1 מטר 1 פריטים

 להשנתם לבן, הפעולות המבוצעות על ידה באתר נשמרות לצורך בקרת איכות ושיפור השירות לאזרוח.

| [לאתר משרד המשפטים \(1\)](http://index.justice.gov.il/Units/RasutHataagidim/Pages/default.aspx) | אתר רשות התאגידיים (<http://index.justice.gov.il/Units/RasutHataagidim/Pages/default.aspx>)
 | [אתר רשם החברות \(<http://index.justice.gov.il/Units/RashamHachvarot/Pages/default.aspx>\)](http://index.justice.gov.il/Units/RashamHachvarot/Pages/default.aspx)
 ייצרת קשר (<http://index.justice.gov.il/Units/RasutHataagidim/ContactUs/Pages/default.aspx>)
 כל הדרכות שמורות 2019 משרד המשפטים © מספר גירסה: 4.1.0 דף: 74 Chrome 74

נספח 2'

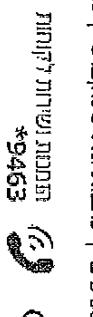
העתק חשבוניות בעניין המבוקש 1

נספח 3'

צילומי מסך של המוצרים בעניין המבוקש 1, מאתר המשיבה 1

וואשי | אולדת | צ'ארליše | גנבה | סטראם | מבדות ווילעטן | טהון ליקוקטן | עגב אחינו בג לאגנטנרט

WINE & MORE
וינס אנד מורס מסלול



טלפון: 03-5463

טלפון:

מוצאים משלימים | משקאות חרופים | משקאות קלים | משקאות אוניברסיטאי

לן היבר \leftarrow ייחודי יבש יין - פינלנדיא פינלאנדייה יאנקה \rightarrow יין 500 מ"ל

פינלנדיא ח'ר 500 מ"ל

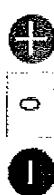
איך יצא: פינלנד | מהירה: 500 מ"ל | אלכוהול: 40%
וילג'ה פינלאנדייה שעשויה משלוחם המזון ומכור ואמאקס
הולדתיה מהקלים בתים (Rajamaki) שם מחזקת החקלאות (Kajaani)



לן היבר
העללה של
סמיון 0.00.00
האך כל ובצע הומה

משלוחם במזון משלוחם במזון משלוחם במזון
משלחן מהר - פון 2 יין עסדקון
הרשאה בסולו
תקיעות אטנטנות מאה 1978

ס-55
ל 49.90



אות קלים

מוצרים משלימים

סעימות ואנו

משקאות אמרכיה

149 ₪
₪ 169

+

0

-

+

0

-

וודקה Finlandia - פינלנדיה 1 ליטר



וודקה Smirnoff - סmirnoff פרימיום

700 מ"ל



וודקה Laplandia - Laplandia 1 ליטר



₪ 79
₪ 99

₪ 55

₪ 89

וודקה Finlandia - Finlandia 500 מ"ל



וודקה Finlandia 700 מ"ל - Finlandia 700 מ"ל



וודקה Finlandia 200 מ"ל - Finlandia 200 מ"ל



וודקה 49.90
₪ 55

₪ 59
₪ 75

₪ 29.90

וודקה חוסקי סטנדרט 700 מיל - 1 ליטר



וודקה Choski Standard 700 מיל -
Russian Standard



ketel one



אשע | אודוט | צור קשור | הגעה | סנפירים | מתנות ותערובת מזקצץ | מוגזם לטעות | עקט או רעום כו באנטומרים

WINE&MORE
וינס אנד מואר

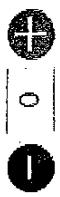
טלפון: 03-9463
טלפון משלול: 03-9463
ויה אמה מומפעל

יינה	מצעמים לשבעעת	ביהת	משקאות תריפום	משכאות קרים	מוצאים משלימים	תשקיאות אונריה	ס
------	---------------	------	---------------	-------------	----------------	----------------	---

לך רמתה ↗ מילויים ↘ ווילון ↙ מילויים ↗ רמתה ↘

וילן 700 פולמיה ג'רל Finlandia
איך יצא: פינלנד | מילוי: 700 מיל | ארכובה: 40%
סדק פינלאנדי משעירה בעלת 6 ניגרות נוגה. את
הדרקה מהתליים בתום מלחמת הבלטני ומperf ריאנמאל
הדרקה שונ מלחמת הגדה (Rajamaki).

ווכשים ב- Wine&More
השכלה הימנה מיל 450 מיל
משקה מהר - טר 2 טר נסחים
ריכשה בתולה
תקינה אטמיונית מיל 1978



ל 59



העללה של

אל

הcart ותצע הווה

הcart

הcart

הcart

הcart

הcart

משקאות מיל 450 מיל גאנטס
משקה מיל 450 מיל גאנטס
ריכשה בתולה
תקינה אטמיונית מיל 1978

אלאן | אולדת | שאר קשייל | הצעה | סטיפס | כרטיסות ומטבעות מזאכוי | מזקאות ללקוחות | ערךם אחריהם ום באנטנרג

WINE & MORE
מגאזרי גודל, משקאות

מה אתה מטעש? *9463
טלפון: 03-5463-1111
דרכון: 03-5463-1111

משקאות אנרכיות	0
----------------	---

יוגת	1
------	---

דרכון: 03-5463-1111
טלפון: 03-5463-1111

ליסר פולנייה 1 - Finlandia
אוקטובר | ינואר | אפריל | יוני | אוקטובר | נובמבר | דצמבר
ווקה פולנייה משנענלה גמלת 6 שנות גנטו. אונ
ראג'אמאך מיללים ובחם ממקה האפב לאג'אנק
(Rajamäki) שב מומת התמזה.

ווקה פולנייה - **Wine&More**
המושים ים בדוחה מעד פל
שלוחות הימן - פל 2 גראן
רושאה בסונה
תקצעת אנטוינט מאן
1978



ל 79



הציגו לה	0.00 ש"ח
הציגו לה	0.00 ש"ח

משקה גם בהתנהלות
טלפון: 03-5463-1111
דרכון: 03-5463-1111

99-99

טם

מיצרים משלימים | משקאות אנרכיה | שעממות אוור

55

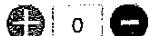
0

0

וורקה רוסקי סטנדарт - 1 ליטר



₪ 79

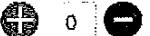


וורקה רוסקי סטנדарт 700 מיל -

Russian Standard



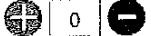
₪ 59



keter one 700 מיל

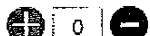


₪ 89

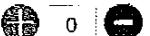
וורקה ואן גוך קלאסיק - 1 ליטר
Van Gogh Classic

₪ 129

₪ 139

וורקה לאגן קריםון וורקה לנינט אוף
Legen of Kremlin Kremlin 750 מיל

₪ 109



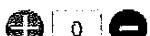
וורקה קלמין פרומיס אודס 1 ליטר



₪ 169

וורקה קלמין אולד קלאסיק אפוי 700
מיל

₪ 99



וורקה פאל-750 מיל



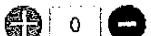
₪ 99



ויאן ניר קרמל 750 מיל



₪ 99



בירות

תבאותן 37 ביראות שפ | סדר

בירה X

שישית בירה San Miguel - סן מיגל חול 6 בקבוקים 250 מ"ל 0 - ₪ 29.90 ₪ 42	שישית בירה Red Star - טלבוון ארם 330 מ"ל (6 בקבוקים) 0 - ₪ 36 ₪ 45	שישית בירה Weihenstephan - וויינטפן 330 מ"ל (6 בקבוקים) 0 - ₪ 49.90 ₪ 69.95
שישית בירה Stella Artois - סטלה ארטז אורטה ארטז 330 מ"ל (6 בקבוקים) 0 - ₪ 32 ₪ 48	שישית בירה San Miguel - סן מיגל חול 500 מ"ל 0 - ₪ 39.90	שישית בירה San Miguel - סן מיגל חול 4 מ"ל (6 בקבוקים) 0 - ₪ 32
שישית בירה Heineken - היינקין חול (6 בקבוקים) 330 מ"ל 0 - ₪ 30	שישית בירה Goldstar - גולדסטאר חול 330 מ"ל 0 - ₪ 30	בירה Kasteel Rouge - קאסטל רוז חול 330 מ"ל (6 בקבוקים) 0 - ₪ 30

סן מיגל:

- (9)
- בירה (5)
- לא יתגעה (5)
- כח (4)
- זר (2)

טויו בירה מישראלי:

- גולדסטאר (2)

טוניבריה מירזילם:

- וושטוף (1)
- סבוג (1)
- קוטבון (2)
- ז'אנל (3)
- סול (1)
- קאמל ח' (1)
- הישק (2)
- ל' (2)
- דנמ (1)
- חרסום (1)
- המארן (1)
- ספונטני (1)

מוצרי משקאות	משקאות ארכובה	סעודות ואורו	סעודות פה בירה	סעודות וארוחה
330 מ"ל (6 בקבוקים)	330 מ"ל (6 בקבוקים)	330 מ"ל (6 בקבוקים)	330 מ"ל (6 בקבוקים)	330 מ"ל (6 בקבוקים)
				
₪ 32 ₪ -39.90	₪ 42 ₪ -45	₪ 29.90 ₪ -45		
שישית בירה Leffe Brown - ליף בראון 330 מ"ל (6 בקבוקים)	שישית בירה Leffe Blonde - ליף בלונד 330 מ"ל (6 בקבוקים)	שישית בירה Goldstar - גולדסטאר לא טוגטננט 330 מ"ל (6 בקבוקים)		
				
₪ 39.90 ₪ -60	₪ 39.90 ₪ -48	₪ 42		
הונדרן (330 מ"ל) - ששייה	רביעית בירה Maredsous 330 מ"ל - חדתון סודיפל 330 מ"ל (4 בקבוקים)	רביעית בירה Duvel 330 מ"ל - דובל 330 מ"ל (4 בקבוקים)		
				

אשי | מותג | צהוב | גראן | סבון | מוגרולו | מילו | שעם | טעון | מוגרולו | מילו | מוגרולו | מילו

WINE & MORE
וינו, אוכל ו更多精彩

טלפון: 03-9463 | דואיל: more@more.co.il | סינטס: 03-9463

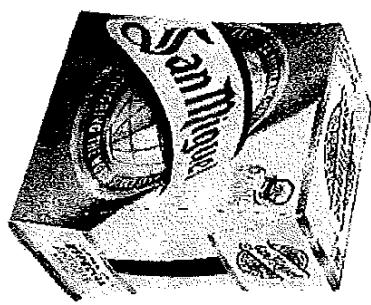
וינה	וינטה לוטה ווינה	וינטה לוטה ווינה	וינטה לוטה ווינה	וינטה לוטה ווינה
------	------------------	------------------	------------------	------------------

(לרכישת בירה 250 מילוי ק.מ. או יותר שיעור השילוח נזקק)

שייטנית בירה San Miguel (סן מיגל 250 מילוי בקבוקים)

אך ייעור: 03-9463 | מילוי: 250 מילוי | כשר | אלומחה: 5.4%

₪ 29.90
0
-



הן כל בצע המותג
סאנטיגו מילו
הענלה של סאנטיגו מילו

טלפון: 03-9463 | דואיל: more@more.co.il | סינטס: 03-9463
כתובת: מדרון 2, תל אביב - מילוי: 450 מילוי ק.מ. או יותר | כשר | אלומחה: 5.4%
YEAR 1973 SINCE LAUNCH

+

-

Line Share

WINE&MORE
הנאה גירור מסיבאת

ראש | אודם | רחנא | טעם | מתה מלחין נאכטהו | עקט אונטן באלנטן
לונט שונט שונט זונט זונט 39463
טלפון נספחן

בונט | מצעם לשבעון | משקאות חיטוי | תזאים שלטנים | תזאמן ארגיאן | צה

לעגלה שען סט מילר 330 ml - San Miguel בונט < בונט >

4) סן מילר 330 ml (בעית בירה (ביבוקט))

5.4%: ג'לון און צ'רן 330 ml (בונט סטטד)

וינס&מואר (בונט סטטד)

וינס&מואר 450 ml (בונט סטטד)
טבילה מילר זון 2 ml (בונט סטטד)
רָאֵלָה בְּרָהָה
1978 לאן אונטן זון

האַסְטִוְתְּה
העֲגָלָה שְׁלֵי
סְטַטְּדְּ 0.00.00 שֶׁלְׂמַד



₪ 32
 0



ליקות שעננו מוציא הז קון זן

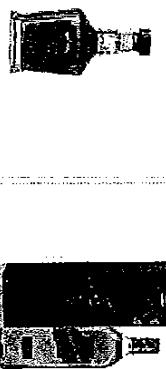


₪ 0 - ₪ 319	₪ 0 - ₪ 329	₪ 0 - ₪ 179
-------------	-------------	-------------

ט' - Jack Daniels Single barrel
לעאטל טולו גראן גראן

Johnnie Walker Black Label ₪329
לעאטל נאשנער גראן גראן

Tomintoul 15 years



₪ 0 - ₪ 249	₪ 0 - ₪ 135	₪ 0 - ₪ 379
-------------	-------------	-------------

ט' - Johnnie Walker Red ₪249
ט' - 700 מיל ליטר

ט' - Johnnie Walker Red ₪249
ט' - 200 מיל ליטר

ונוחות

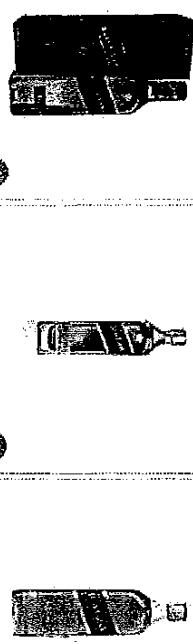


₪ 0 - ₪ 69	₪ 0 - ₪ 35	₪ 0 - ₪ 159
------------	------------	-------------

ט' - Johnnie Walker Black Label ₪69
ט' - 700 מיל ליטר

ט' - Johnnie Walker Blue Label ₪35
ט' - 750 מיל ליטר

ונוחות



₪ 0 - ₪ 105	₪ 0 - ₪ 499	₪ 0 - ₪ 95
-------------	-------------	------------

ט' - Jameson ₪105
ט' - 700 מיל ליטר

ט' - Johnnie Walker Double Black ₪499
ט' - 500 מיל ליטר

ט' - Johnnie Walker Double Black ₪95
ט' - 450 מיל ליטר

למיין | מזון ומשקאות | קניות ותירות

מזהב לימיין: מילוי נזק ליום יומיון. מילוי נזק ליום יומיון. מילוי נזק ליום יומיון. מילוי נזק ליום יומיון.

למיין | מזון ומשקאות

	לפי 109 ₪	לפי 79 ₪	
	לפי 149 ₪	לפי 99 ₪	
	לפי 165 ₪	לפי 165 ₪	

למיין | מזון ומשקאות 1800-750-750

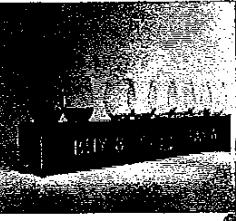
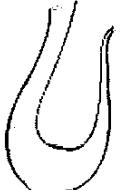
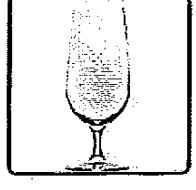
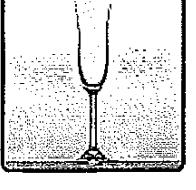
למיין | מזון ומשקאות



למיין | מזון ומשקאות

	לפי 165 ₪	לפי 165 ₪	
	לפי 180 ₪	לפי 115 ₪	
	לפי 180 ₪	לפי 115 ₪	

למיין | מזון ומשקאות 1800-750-750

 ₪ 499	 ₪ 295	 ₪ 969
ידל דקנטר אקסטרים  ₪ 1,250	ידל סט 4 כוסות סוייר לאחים + דקנטר סוייר מתנה  ₪ 299	ידל סט 2+6 קברנה  ₪ 969
מאת כוסות בורדו 644 מיל דמס קואטורי (6 כוסות)  ₪ 249	סס דקנטר קריסטל דם FIRE  ₪ 199	ידל דקנטר אדום  ₪ 1,390
מאת כוסות ויסקי דמס נברד-קבה (9 כוסות)  ₪ 70	ידל סט 2+6 יינטם קברנה  ₪ 940	מאת כוסות נראפה דמס קלאסיק (6 כוסות)  ₪ 95

נספח 4'

העתק החשבוניות בעניין המבוקשת 2

טכז נסורת דודל בעמ' מ

ויליאם

המנופים הרצilia 46725
 ח"מ, 5133590599,
 נסורת: 09-9566108,
 טלפונים: 09-9567185,
 ת谐בניהם מ/אטלנט 1642663,
 תאריך קניה: 07/05/2019
 11:30
 סכום: 00 ()
 טלפונים: 0502187180
 כתובת: ביל"ו 15 תחנה

פריט	שם	סכום
	סקולן איזודר סנגל	25.00
	עמינכ שיר שמו זי	49.00
	654749351673	46.80
	סקולן ג'רי לאונרדו	36.00
	654749354308	55.00
	קרם דריימר רוגרוי 4001638088459	19.00
		20999

סה"כ פריטים: 6

230.80

סכום ח"כ מת"ז: 197.26
 33.54 מתוך 17.00%
 תשלום

אשרי

עטקה חתימה לבך
 מס' מס' ר"פ: 2650194
 ג'רסת תומכנית: ABS-596-4S
 שם כרטיס: ויזה כה
 מס' כרטיס: 4843*****
 בתוקף עד: 10/2024
 מס' שובר: 52001252
 סוכנת אישור: ויליה
 סוכנת אישור: חברת האשראי
 מס' אישור: 235563
 מלה: שם
 סוכנות: ויליה
 סכום: 230.80

קלאי: מלי כה

שניהם פתייה
 א-ה 0730 על 2300
 יומ 1 - 0730-06 רביע שנה 26 ני' שנה
 מושך רכון שנה לאחר שבת-עד 2300
 חוויה שנקחת טבע קשלא !

נספח 5'

ציירומי מסך של המוציארים נשוא ההליך מאוחר האינטראקטן של
המשיבה 2

סל הנקודות שלי (ט)



נובת הנקודות שלכם ריקה כרגע.

<p>טבון שיער יוטפוליט קרטין זיבך (500 מ'ל – אורה... ₪59.00 + טיעונני – 1 + תוספת לטל"</p>	<p>טבון חומאת שאמן וקוקוס (500 מ'ל ארגונדאם ₪59.00 + טיעונני – 1 + תוספת לטל"</p>	<p>טבון ארגנטינית לשיער 500 מ'ל עוגות ₪59.00 + טיעונני – 1 + תוספת לטל"</p>
<p>אלבה מסכת לחות גדריריה לפייר צ'ס גודם מושה ₪59.00 + טיעונני – 1 + תוספת לטל"</p>	<p>טבון טפלת לשיער גאנט (500 מ'ל ארגנטינה ₪59.00 + טיעונני – 1 + תוספת לטל"</p>	<p>טבון לשיער ללא שיפוץ (250 מ'ל ארגונדאם ₪59.00 + טיעונני – 1 + תוספת לטל"</p>
<p>טבון קון לשיער 500 מ'ל ARGANIA ₪53.00 + טיעונני – 1 + תוספת לטל"</p>	<p>אלבה חומאת קפוקו לשיער לחותה ALBA גודם גאנט ₪57.00 + טיעונני – 1 + תוספת לטל"</p>	<p>טבון ארגן אבק (500 מ'ל) אורגונדאם ₪58.00 + טיעונני – 1 + תוספת לטל"</p>
<p>טבון חומאת תיאלארונית ושייטון ARGANIA 500 מ'ל ₪53.00 + טיעונני – 1 + תוספת לטל"</p>	<p>טבון חומאת תיאלארונית וקרופין ARGANIA 500 מ'ל ₪53.00 + טיעונני – 1 + תוספת לטל"</p>	<p>טבון לשיער ארגן 500 מ'ל ARGANIA ₪53.00 + טיעונני – 1 + תוספת לטל"</p>

(ט) חדשות ועדכונים

רכ – ס' מ' לזרה
גניות 12 ייחוז ומילוי
אפקט קוואטרנו-קונטן
[ללא גלולט]
רכ – ס' מ' לזרה
גדירות 2 יח' ומענה

מסיבת שעיר שמן קיק (350 מ"ל) ארוגניה

[1] + הסופה לסל

מסיפה לשיער משמן קיק ארוגניה

מסיפה טביה לחיזוק השיער

מסיפה לשיער משמן קיק, מחזקת את שושני השיער במרקם של נשרת שעיר מעודדת שיקום לשיער כסוף. שמן הקיק ירעם במכוניות החזילות לבך ולעיר, לשימוש פימי וחיצוני כחומר. אזהרת התוכנות החשובות של ריא האוכלת של להזרר הנבבה החשכנית של תער ותולול לחומן, אך משמש רבתות לטיפול בכוכוות, חחכים, פקי העור, הגנה וטיפול השיער. מרחת שמן הקיק על הקרקע מטהרת שערת צימוח השיער, בעל טיפות השיער הוא משמש כרכיב נסוך מאד במנון מסיכום.



מוצר שיער שמן קיק (350 מ"ל) ארוגניה
(המונה לצרך מהouse)

תכולה:
360 מ"ל

מחיר: ₪ 49.00

+ הסבוב הנחות ממות

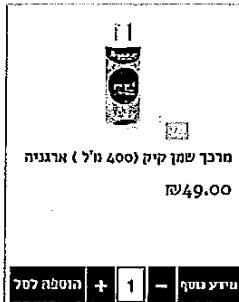
הנחות שימוש:
יש ל)throwsה על השיער טשר הוא רטב לאחר חיפוי, להמתין כ- 3-15 דקות
ואשף

צרוך ארגניה ARGANIA

אולוי גם זעניזען אוות...

④) חדשות ועדכונות

טביה ניטרלית
טביה ניטרלית
טביה אופטימום
טביה ניטרלית
טביה ניטרלית
רוכב ב- 10 ש"ח לימייה
קניות 12 ימיות ומעלה



מוצר שמן קיק (400 מ"ל) ארוגניה
מחיר: ₪ 49.00



טביה לשיער סדרה הארגולה 350
היל Eclove 333.50



טביה לשיער סדרה שיקום SEAKURA 138.00

[1] - הסופה לסל

[1] - הסופה לסל

[1] - הסופה לסל

סל הקניות שלי (0)

אגלה הקניות שלכם ריקה ברגע.

סל הקניות שלי (5)

עגלת הקניות שלכם ריכת כבוי



 סבון סבוני הונגריה מריה לבנזר סבון מריה לבנzer 250 גרם ₪24.00	 סבון מרינה בונטונה פול וורקס סבון מרינה 350 גרם ₪24.00	 סבון טבלי זכרו לבנון סבון טבלי 100 גראם ₪24.00
 סבון מושך דם נקי 100 גראם HESTIA ₪10.00	 סבון מושך אורה ניון כרום ECOLOVE ₪16.50	 סבון מושך אורה ניון כרום ESTER ₪17.90
 סבון מושך פגנולה 100 גראם WELEDA ₪32.90	 דר.SOAP שampoo חישוק דר.SOAP ₪48.00	 סבון מושך אלורה טבעי 500 HESTIA ₪10.00
 סבון מושך פשחתוי 125 גראם WELEDA ₪25.00	 סבון אורה סדרת 75 גראם WELEDA ₪25.00	 סבון מושך פגנולה 100 גראם WELEDA ₪32.00
 סבון מושך פגנולה 75 גראם WELEDA ₪12.00	 סבון מושך פשחתוי 75 גראם WELEDA ₪15.00	 סבון מושך גליצורי 75 גראם WELEDA ₪25.00

5) חדשות ועדכונים

וה-ב- 10 שע"ה לחייה
בקיטית ו- צידורית ומילוי
מְקַדֵּשׁ כִּזְבָּרֶלְעֶדְןַּן
מְלֹאת לְמַלְאָכָה
ונ-ב- 10 שע"ה לחייה
קדוקות 2 מילודות (מעלוי)

[לarnings and updates](#)

סבון איזורודן סבון 75 גרם מדימיקס

ראשי / סואליטה פיבת / סבן טזק / סון איזורודן סבון 75 גרם מדימיקס

- [] + הוסף להסל

טלפון הקניות שלו (o)

סבון מוצק סנדל מדימיקס Medimix

סבון מוצק טבי עם שמן סנדולור ולוי נסחתה איזורודית

סבן מוצק מודמייקס מושך מגחחים ושמן סנדולור ואשר סבן בכני אשר מוחאים לשליטה לנקי ולפקי. הסון מכל שמן סנדולור ארור מסיע לשפרה על עור מוגן מפגנוטיפיה (כגון עור) וכן על העור אף נקי. בדומה, הסון מוחיא לאיגטם והוולדם מאקונה צוין שאווא מתקה את עור החטים מליבש אותו. חוכם שור על תרור מיפוי קוקס שוגם כון תרורת מסיע להתחדשות העור ומתקה תמושה של עור זהורה, חלק ועיפוי.



תכולה:

75 גרם

סבון איזורודן סבון 75 גרם מדימיקס (תמונה)
לצורן המשמשנוזר אדרת 5.25.00
נוזר מזימיקס (Medimix)

יתרונות ופעולות סבון מוצק מודמייקס Medimix:

- מבוסס על נסחתה איזורודית יחידה.
- מסיע להתחדשות העור.
- מסיע לאירועים הולמים וואקנה לא מיבש את העור.
- מוגן והוחש על עור זהורה, חלק ועיפוי.
- עור לטמור על העור מען פגעים שוגם, כון תרורת משאייר רחמת גוף נעים.

* לאחר הפעשה מומלץ ללחוץ על משפט בטש.

2) חדשות ועדכונים

העסקים ג'יל

ביבי אופטיטום

כרכישן

טיפיפודיק

רוק ב- 10 ש"ח למדדה

בגדיות זו ייחודה וועליה

[אזרחות מהויר-פלוינס]

אולי גם יעבדו אותך ...

 סבון מודמייקס איזורודן 75 גרם טיזוקס 15.00 ש"ח	 סבון מודמייקס איזורודן 75 גרם טיזוקס 24.00 ש"ח	 סבון מודמייקס מושחהן 125 גרם טיזוקס 25.00 ש"ח
---	---	--

סל הקניות שלי (5)



ഉള്ള ക്രെഡിറ്റ് കാർഡ് വിലക്ക് കാബറ്റ്.

<p>קרם ידיים שקדום לעור רגש 50 מיל ולידה מיל 49.90 ₪</p> <p>מיצע גנוף - + 1 - + הוסף לסל</p>	<p>קרם ידיים 50 מיל - דר האושקה מיל 50.00 ₪</p> <p>מיצע גנוף - + 1 - + הוסף לסל</p>	<p>קרם ידיים 50 מיל ECOL ארגני אטורי עלוגרת 50 מיל 24.00 ₪</p> <p>מיצע גנוף - + 1 - + הוסף לסל</p>
<p>קרם ידיים רימוננס מיל 55.00 ₪</p> <p>מיצע גנוף - + 1 - + הוסף לסל</p>	<p>קרם ידיים ני הלילה וולרה 50 מיל מיל 55.00 ₪</p> <p>מיצע גנוף - + 1 - + הוסף לסל</p>	<p>קרם ידיים אבליפחה טיפולי 50 מיל סטט טבע מיל 25.00 ₪</p> <p>מיצע גנוף - + 1 - + הוסף לסל</p>
<p>קרם פוליגנום לתיירים סודוקות מיל 23.00 ₪</p> <p>מוץ גנוף - + 1 - + הוסף לסל</p>	<p>קרם ידיים סנדון - וולרה מיל 40.90 ₪</p> <p>מוץ גנוף - + 1 - + הוסף לסל</p>	<p>קרם פוליגנום לתיירים סודוקות - מיל 45.00 ₪</p> <p>מוץ גנוף - + 1 - + הוסף לסל</p>

50) חזנות ועדכונות

בקניות 26 ייחודי ומיוחד
במוניות גברטינו אקספרס
בק- 99 ש"ח ליחודה
בקניות 3 ייחודי וועלוי
הדרושים לנטופן
+ אחריאו/ה מתקנת מוניטיס
+ אוחם"ש/ית



וורת טבע בלב השדר
5-700-700-1-1

מוצר בטיחותי וסגולית שואלטקה לאיל הון מושפי מהונת טפרואטם מינוליט זטטיטים כל היצירט בטחון מיוחד

קרם ידיים רימוניים

/ קוטמייקה מבצעה / קרם ידיים / קרם ידיים רימוניים

הוסף לטול + -

סל הנקודות שלי (0)

0 הנקודות שלך ריהה כרגע.

טיפול עשיר ומפנק בעוצמת קרם ידיים רימוניים משקם של וולדה.

קרם ידיים מסיע באיזון ומידוש עור הידיים בעוצמת תערובת יהווית של מרכיבים טבעיים, עשירים בנדדי הפצען, המסייעת להלום נמקי הזם, תומכת בשיקום והתחדשות העור ולטראה בריא של עור הידיים בכל גיל.

שמן זרעי רימונים אורגני, מסיע במצוק העור ותומך בהגנתו מפני דלקלים חומשיים והארוי לחדקנות. חומאת שיאה ארגנטינה וערבות שמנois טביניים כדוגמת שמן אבקה, שמן זית ושמן חמנית מגינות על עור הידיים מפני אובדן לחות וופני הוליבשות ושארו אותו רך, קטיפתי וחולק.



קרם ידיים רימוניים (המונה לצורך הממתקה)

נקיי בחולון-505901

מחיר אונליין: 55.00 ₪

חסנו של 5 ש"ח בקבינה או אינטראנה

יצרן: וולדה (Weleda)

אולי גם יעניבנו אותו...

④ חדש ועצובניים

בקניות 12 יחידות ומעלה

חדש! חטיף חלבון טבעוניים

Egg PROTEIN

רף ב- 12.5 ש"ח לירידה

בקניות 12 יחידות ומעלה

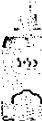
חדש! מברשת ציפוי חלבון ללא

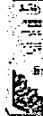
בל

 <p>קרם גוף טוטלי - לבידוד 122.00 ₪</p>	 <p>סבון וסום גולל 500 מ"ל ECOLOVE החקלאית הא... 721.40 ₪</p>	 <p>קרם גוף סן ניל לבידוד 52.00 ₪</p>
<input type="button" value="+"/> <input type="button" value="1"/> <input type="button" value="-"/> מינימל	<input type="button" value="+"/> <input type="button" value="1"/> <input type="button" value="-"/> מינימל	<input type="button" value="+"/> <input type="button" value="1"/> <input type="button" value="-"/> מינימל

סל הנקודות שלי (5)

עליה הנקודות שלם וריקה כרגע.

 סבון פנוי לדין ויום נס 150 מ"ל טבוג בעג	 סבון ידיהם פעמייה פרחים לבנים של נבל 16.50 מ"ש	 סבון ידיהם צמח ריח הדורות 18.00 מ"ש
---	--	---

 סבון ידיהם ג'ייסון טבעי 38.00 מ"ש	 ג'ולדcrest ג'ייסון 76.00 מ"ש	 סבון פנוי טבעי אכלייפה לא 55 מ"ש טבוג בעג
---	--	---

 קטריס-ארכטיק-תרוחץ נוזלי לנש ולפנטס 200מ"ל 54.00 מ"ש	 סבון צמחים להחזה ירדן 60.00 מ"ש	 סבון ידיהם ג'בלון אורגני ארגניט 34.00 מ"ש
---	---	---

 סבון פנוי 150 מ"ל עטוד הניל 40.00 מ"ש	 ג'ולדcrest אכלייפה ארגניט אורגניט 44.00 מ"ש	 קמדוט סבונאות תרוחץ פנים 125 54.00 מ"ל
---	---	--

(4) חדשות ועדכונות

נוסף!

ר' ב- 10 ש"מ ליחודה

בקטורי 12 וחזרות ומעלה

נקודות קניות וטאטלן!

פונה גלעדי!

רכ ב- 25 ש"מ ליחודה

תפוסה לפ' שם המוצר או דופש לפ' יזון המזון שלום אורה/ת, התחרבות או הרשמה



מוצן קוסמטיקה טואלטיקה לגיל הרך מוספי תזונה ספורטאים טיפולים יסומיים כל הארגנים במחירים מיוחדים

טלפון טלפוניה צבאי / סבן יידיים / סבן יידיים ארגון ארגוניקס אורגניך
טלפון טלפוניה צבאי / סבן יידיים / סבן יידיים ארגון ארגוניקס אורגניך

סבן יידיים אבלון אורגנิกס אורגניך

אילם הקניות שלכם ריקה נרצע.

הוסף לסל + - 1 ↘

אפשרויות בחירה... ↘

יש לבחור אפשרויות מבין:

סל הקניות שלי (0)

סבן יידיים לבנדר אורגניך.

מתקה ומון בלחות את עור הידיים מיוצר מ-100% ריבים טבעיים.
סבן יידיים לבנדר המטהר ומורען את עור הידיים ומון אותם בלחות.
בכל שטפה.
מכיל מצוות שמן לבנדר, ציפורני חתול, אל-אוראה ויטמין E המזינים בלחות
ומטפחים את עור הידיים.



סבן יידיים אבלון אורגנิกס אורגניך (ממונה
לצורך המלצה)

מחיר: 5.50 ₪

מחיר: 5.50 ₪

חסכון של 6 ש"ח בקנה אינטגרטנו

צרו אבלון אורגניקס (Avalon Organics)

④) חדשנות ועדובנים

��יין במחירים מיוחדים

חיפוי חלון

אול' גם יוניברנו אותו...

קרם יידיים סנדווין - זולדת

40.90 ₪/מ'

ג'ל רחצה אבלון אורגנิกס אורגניך

44.00 ₪/ל

ג'ל לbijou פנויים סדרת ויטמין C

50.00 ₪/ל

סל הקניות שלי (c)

ת שיכס ריקה נרגע

 מוכר שמן צוק (400 מل) ארגניה 49.00	 מוכר חומץ תכופית 525 מל אלון אורגניך 52.40	 מוכר לשיעור דיל ג'ויסון בטול 55.00
מיעטנות + 1 - הוסף לסל	מיעטנות + 1 - הוסף לסל	מיעטנות + 1 - הוסף לסל
 מוכר ארגני Lovis 35.90	 מוכר ארגני תה יוק 500 מל עדות 37.00	 מוכר סודם וצ'ה חום 450 מל ARGANIA 44.00
מיעטנות + 1 - הוסף לסל	מיעטנות + 1 - הוסף לסל	מיעטנות + 1 - הוסף לסל
 מוכר חומצת פיאלארונית ושיאת ARGANIA 450 מל 34.00	 מוכר חומצת פיאלארונית ושיאת ARGANIA 450 מל 34.00	 מוכר לשיעור שעדר חקלקה לאא ...Ecolo סולס 500 מל 35.00
מיעטנות + 1 - הוסף לסל	מיעטנות + 1 - הוסף לסל	מיעטנות + 1 - הוסף לסל
 מוכר שער 500 מל נילי 22.90	 מוכר סדרה חסגולת 500 מל Ecolos 25.00	 מוכר 500 מל נישמר נרא 27.00
מיעטנות + 1 - הוסף לסל	מיעטנות + 1 - הוסף לסל	מיעטנות + 1 - הוסף לסל

40 חדשנות ועדכונים

רכ ב-10 ש"ח ליחודה
3okinot 12 וזרות ומעילין
ארכטיק קוונטן קאנטרי
וונה בלטנשטיין
רכ-ב-25 ש"ח ליחודה
כניות 2 וזרות מילין

שלום אורחות, הנקודות או הרשמה



סודר קומטיקת שאלתך לגידור שטפי גזהה סטרואט מיטילם יטמיין כל היזונט במלוי מיר

טלפון 1-700-700-532
כתובת עבג בלט תיעוד

סדרת מרכיב אבלון אורגני ארגני

ראשי / טאלטיקה טביעה / מברך / סדרת מרכיב אבלון אורגני ארגני

+/- 1 - < > אפשרויות כחורה... יש לבחור אפשרויות מבין:

סל הנקודות שלי (0)



עגלת הקניות שלכם ריקה נרגע.

סדרת קומטיק ארגני אבלון ארגני ארגני

בחירה: עץ התה / לבנדר / לימון

סדרת מרכיב אבלון אורגני ארגני (תמונה)
לכורך מהותה

טיפוח והזנת השיער בחולות. מיצ'ר מרכיבים סבילים ואנרגים. מרכיב מעשר בשיכום אחריה, שען וחוגה ומאתה שיאת המזימים את השיער בחולות ומעשירים בויטמינים. מכל לא פרטני חונה שיערnat אט סב' השערה ומעשר בואוג'ה 3 ואומגה 6 וויטמין E המשמש כางני אוקסידנט ומשקם, לשיער מטופח בינהו נפלא. וויטמין E לשיער עץ התה - מסיע בהרגעת הקrkftת ועור מואר. מעניק מראה שיער בריא וזהה. מכל תיפות שען עץ התה, שען אקליפטוס, מנטה שיא, וויטמין E, אלורה. מרכיב לשיער ? בנדרא - מוט להונת השיער בחולות ומעניק מראה נבריק ור. מכל תיפות שען לבנדר, אלורה וסוסאנן. מרכיב לשיער לימון - מחאים לשיער שמן, סופח שמנינות, שומר על צבע הלבונין. מעניק מראה ביאר. מכל תיפות צמחים, קומטיק, חיטה, זהובנה.

תכולה:
325 מ"ל.

מחיר אונליין: ₪44.00
סהבון של 8 ש"ח בקניה באנרגטן

שם: אבלון אורגניטקס (Avalon Organics)

④ חדש ועדכונים

- נברנדרא
- טיפוח עור
- רק ב- 10 ש"ח לחרזה
- קניות 12 ימים ומעלה
- אונליין קניות קומטיק
- הזדה לילא...

אולוי גם ועבידינו אותו ...

 מרכיב טרי ועץ התה 450 מ"ל ₪44.00	 מרכיב שיער לאשה 500 מ"ל - מודר ₪36.00	 מרכיב שיער שיבולת שעל משקם WELEDA מ"ל 200 ₪62.00
--------------------------------------	---	--

נספח 6'

ציורי מסך של המוצרים החלופיים באתר המשיבה 2

נדול טקסס O N O A Ⓛ Ⓜ

חיפוש לפי שם מוצר או  שולם אורחות, התחרות או הרשמה



טלפון טלטן בלב השם
טלפון טלטן בלב השם 1-700-700-532

מוצן קוטנייה סואלטיקת לבייל האון חומרי מתנה טרומיאם מיטליס וטומיפט בכיארטיס בפהיר מיזה
ARGANIA מסיכת קיק לשיער 500 מ"ל
ראשי / פאלאזיה נבנית / חומגה לשישו / טבבון קהה לשיער 500 מ"ל ARGANIA

+ **-** **1** **הוסף לסל**

סל הקניות שלי (0)



עליה הנקודות שלכם ייקף ברגע.

מסיכת לשיער מסדרת קיק של ARGANIA

להזוק שורש השיערה



מסיכת קיק לשיער 500 מ"ל ARGANIA
(חומר לבן מהחומרה)

תכולה:

500 מ"ל

מחיר אונליין: ₪ 59.00

חסכון של 6 ש"ח בקנייה באינטרנט

שין: ARGANIA (ARGANIA)

④ חדשות ועדכונים

מattività אופטיום

לברר רצף

טבבון צויה

רכ ב- 10 ש"ח ליום

בקניות או מיזדים ומייעוד

אנטיק נוואר קומפלט

הוראות שימוש:

לאחר חיפוי, לפני במבינות נאותיות לאורך כל השיער. להמתן כ-5 דקות וושטוף היטב במים טריים.

אולי גם ענדינו אותך ...

לוייסו סבון מוצק טבעי שלישייה

ללא טעם טרייה / סבון צחוק / דבון טבון מוצק טרי לבשיש
שארכון טבון נבדב הבשר 1-700-700-532

שם זה אוטם במלוא התiego	
 McCabe שמן מוצק מהלייאי, אולו וענין אותן להסתבל על ...	
	סבון מוצק קלנדולס 500 גרם WELEDA ₪32.90
	סבון מוצק אורגניך ברונר ₪17.90
	סבון מוצק לבוגר 500 גרם WELEDA ₪32.00
מיזוג:+ טוניק+- בוספה לשליל	מיזוג:+ טוניק+- בוספה לשליל

סל הנקודות שלי (o)

עגלת הקניות שלכם וריקה ברגע.

ארוך סבונים טבעיים עשירים

לאבליס LOVLIS

סבן מוצק טבעי מבית LOVLIS, מעושר בשפרם אורגנים גנריים ומensus על ריכושים טבעיים אורגנים. הסוכן מופיע מוגע את עור, מעיד דיזון והתחזקת תissues.



תכונה:

150 גרם לסבון

לוייסו סבון טבעי שלישייה (תמונה לנקה מההשו)

מיזוג אוון: ₪50.00 ₪50.00

יתרונות סבן מוצק מבית לאבליס:

- לא נסוה על בעלי חיים
- לא נצבעת מלואטיים
- לא אלרגונול
- לא ריכיבם בן החוץ
- לא SLS
- לא חומכנים
- איז מכך אלומינום וורפין גליקול

חווארות שימוש:

מתאים לשימוש צמחיומי

④ חדשנות ועדכניות

ז' – 10 ש"ח ליחידה
בקיטו 12 יחידות ומלילה
לביקות קניות או כרטיסים
זהב כלכלי!!!
רק – 25 ש"ח ליחירה
בקיטו 2 יחידות ומיללה
כחשף אנרגיה טבעוניים.

היווטש ליפוי שם המוצר או חופש לפוי ייצור המוצר

לעון קוסמטיקה טואלטיקה נאילון חטפי חזה ספורטאים מינימליסטי ושמינימליסטי כל מיני מינימליסטי

קְסָטָן®

אזהרת תעבורה בלב העיר
טלפון 1-700-700-53

קרם ידיים 100 מ"ל סמדר

ב/קוטנשיקה תעשייה / קרם ידיים / קרם ידיים סמדר מ'ג טבון

הטפה לסכום: 1 - + -

סל הקניות שלי (0)



כל הקניות שלכם ריקה כרגע.

קרם ידיים מבית סמדר



קרם ידיים 100 מ"ל סמדר (טמונה לצורן
המחשה)

תכולה:
100 מ"ל

מחיר אונליין: 55.00 ₪

צרו: סמדר (SEMADAR)

מחרוזות קרם ידיים מבית סמדר:

- מוצר סמדר מיוצרים תחת תהליכי פיתוח וייצור מוקפדים מאוד על ידי המתוקם המומחיים ביצור של תותחן תואוגרי האירופי והכוהה ECOCERT.

הוראות שימוש:

מטפים לשימוש יומיומי

(*) חדשות ועדכונות

רק ב- 10 ש"ח ליחידה
ב浛ייה 12 יחידות ומלאה

אבטחת קניון קובלן

חדרה מלטוטן

רק ב- 325 ש"ח ליחידה

בקנייה 2 יחידות ומלאה

חדשונו גנרטור וריאנט

אולי גם יעבדינו אותך...

חיפוש לפי שם המוצר או

מזהם קוסטמייקה טואלטיקה ניגיל ג'רץ מוטפי חוויה שפושיאם תינוקים ויתמנים ביל היצוגים במנייר מיוחד



וורת עבש בלב השער
1-700-500-700

/ טואלטיקה שבעה / סבון נולי / סבון יוניליפטיקון ג'טול

סבון ידיים ג'יסון נטורל

+ 1 - ↘ ↗

יש לבחור אפשרות מבין:

סבון ידיים ג'יסון נטורל

רשות לבחרה: לבנדר / אלורה

סבון ידיים אל-וורה ממתק בענייניות את כפותידיים, מרגע עור ממורח
ומעשיך אותו בלחות.
מעורר טבילה-וורה טבעיות, המכילות שמן חמנון, ייטקי ופאו ויטמין B6. לא
פארבניט, ללא SLS, ללא פטרוכטיכלים מזוקים.

תכולה:

473 מ'ל



סבון ידיים ג'יסון נטורל (תמונה לטעון
המשה)

טלפון: 03-525-500-500
מחיר: ₪ 38.00

חסכון של 7 ₪ ש"ח בקנייה באינטרנט

יעזון: ג'יסון נטורל (Jason Natural)

אולי גם יעניינו אותך ...

סבון ידיים לעור יבש וצדוק 500 מ'ל ₪ 21.40	סבון ידיים צמחוני ריח הדרים לבנים של כליל 16.5 ₪ 16.50	סבון ידיים צמחוני ריח הדרים ₪ 18.00

סל הקניות שלי (0)

ת הקניות שלכם ריקת כרגע.

④ חדש ועדכניים

נק ב-25% ש"ח לחידה
בקניות 2 יחידות ומעלה!

חדש טיפ-אנג'יה לטבעוניים

RAW BITE

ללא גלוטן וללא לקטוז, 500 ארגנינים.
נק ב- 12.5% ש"ח לחידה
דריזה זו בוגריה וטווידר

קסטן®

מוצן קוסמטיקה טריאליסטיון ניגל הורן אופטי תומזה טפרואטיט מירלט ז'טמייט ב'ג' היצרים במחירים מיוחדים
מרכיב שיער ביוטין-קומפלקס ויטמין B אבלון אורגני
 ראייה: טואלטיקה בוטית / מרכז / גווני שיער ביוטין-קומפלקס ויטמין B אבלון אורגני

הוסף להלן **+** **1** **-**

סל הקניות שלך (0)



עללה הקניות שלכם ריקה כרגע.

- מרכז הבוטני של אבלון מכיל ביוטין, קומפלקס ויטמין B ו-C, פרוטאין חיה ואות כל החסמים והמנחים המדריכים שיש בסבוג שמרניים דם ל夸קופט, שעדרם לשיקום שיער, מעודדים מיחזור חודשת של שיער, מהזקם את שער השיער ומונעים נשרת שיער. לשיער בריא, מלא, רך ומלא ברק וחיות.
- עשורות שיפטם נצחים כגון: שיבולת שועל, קלגדולה, קומוניל, גור, אבוקדו, ליקון עגבניה, שמן עץ אדר, דזומין, פטשלי, חווינה, לימון, ליים, שמן אסכולית, שמן תפוח, אקליפטוס, גרכינון, לבנודר, ווער ועוד.
- משלם את פעולת השיטמו תוך ריכוך השיער וסתימת קשיים בשיער.



תכולה:
מ"ל 397

מרכז שיער ביוטין-קומפלקס ויטמין B
אבלון אורגני (תמונת לזרוך המCHASE)

מחיר - 99.99 ₪

מחיר אחר: 950.00 ₪

מבחן של 9.9 ₪ בקנה אאנרגטנו
ישראל אורגניצס (Avlon Organics)

אולי גם יונרינו אומן ...

(*) הדשות ועדכונות

לומה למלא...!

רכ ב-325 ש"ח לירידת

בקיטות 2 מחרוזות ומלון

דשל תפוי נרגעה בענינים

RAW BITE

ללא גלוטן וללא קרוטון, 100% אורגניים.

רכ ב- 2.5 ₪ ו- 3.5 ₪ לירידת

 <p>שיטמו ביוטין - קומפלקס ויטמין B אבלון אורגני... 50.00 ₪</p> <p>הוסף להלן + 1 -</p>	 <p>ביוטין 50 מ"ג 50 טבליות - 54.00 ₪ 45.00 ₪ בקנה 2 יח' ומלאה</p> <p>הוסף להלן + 1 -</p>	 <p>ר' בוטן גנישום 60 קפלריה 149.90 ₪</p> <p>הוסף להלן + 1 -</p>
---	--	--

נספח 7'

העתק כתבה מאתר כלכלייט בנושא הרגלי הצריכה של
ישראלים באינטרנט

אינטרנט 2018: הישראלים מוכרים לווטסאפ, מתרכזים מהביקון וגולשים מגיל אפס

הדו"ח השנתי של בזק, שנחשף בכנס תשתיות תקשורת 2030 של כלכלייט, מגלה שינויים בהרגלי הרשות שלנו: הציבור הישראלי משתמש בפייסבוק לחיפוש המלצות, מעדיף את הסולורי על פני המחשב לצפייה בסרטים, לא מאמין בקריפטו ומחבר את ידיו לאפליקציות מובייל עוד טרם מלאה שנה לחייהם

עומר כביר 26.12.18 11:36

הישראלים קונים ברשת, הצעירים בווטסאפ ובאינסטגרם, ואת הילדיים אי אפשר לנתק מפורטנייט - אלו הן כמה מהתובנות המרכזיות שאפשר לzechot בדו"ח האינטרנט השנתי של בזק, שנחשף היום בכנס תשתיות תקשורת 2030 של כלכלייט.

קראו עוד בכלכלייט:

- [ה בגין' כבש את הרשות: נטפליקפ השולטת על חותם הפס העולמי](#)
- [ה האינטרנט הוא פער: המחבר שחוש את הקרע החברתי דרך הרגלי הגלישה](#)
- [מכשירי אנדרואיד גולשים מהר יותר מהאייפון, של אפל](#)

לפי הדוח, נכון להיום יש בישראל 6.6 מיליון גולשים שצורכים ממוצע שМОנה גיגה-בייט ביום בחיבור אינטרנט נייח בלבד (עליה שנתיות של 30%). 78% מהגולשים מבצעים קניות ברשת, 71% שומרים מסמכים וקבצים בענן ו-36% משלים עם מזיקה דיגיטלית. המידע בדו"ח מבוסס על נתונים אנוליטיקה שאספו מערכות בזק השונות וスクר שער מכון TNS בקרב 1,300 גשאים בני 13 ומעלה, תוך שימוש דגש על מנת יציג לכל המגזרים בחברה הישראלית.

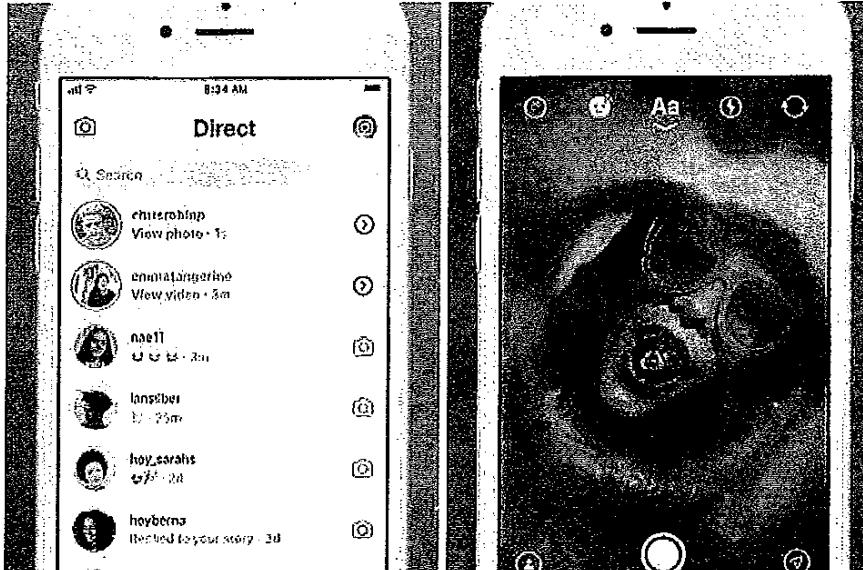
"אפשר לראות שכמעט בכל התחומים יש מגמה של גידול", אמר סמנכ"ל התקשרות התאגידית של בזק, גיא הדס. "גדול בשימושים, גדול בעומק של השימוש באינטרנט. אנחנו עושים שימוש בהרבה יותר רבדים. מעוניין לראות איך כמות הצריכה צומחת בקצב הנಡי". אם רואים גידול של 30% במספר הגיגה-בייט, אולי כמות מידע עצומות. אתה מגיע למאות גיגה בחודש למשפה, ואם זו משפה שיש לה תלוייה באינטרנט כבר מדובר על אלף גיגה בחודש בממוצע. אנחנו שומרים יותר בענן, שומרים יותר מזיקה ברשת, מוכנים לשלם הרבה יותר, הרבה יותר פתוחים להעיבר חלק נכבד מהחיים בעולם הדיגיטלי".



כיצד גולשים ישראלים? צילום: שאטרסטוק

נתונים מעניינים עוסקים בשרות החברתיות שבתואן פעילים בני נוער (13 עד 18). הדוח מחזק את ההערכות שהצעירים עשויים את פיסבוק, והרשת החברתיות נמצאת זה השנה שנייה בירידה בשיעור בני הנוער הפעילים בה: 61% בלבד לעומת 63% ב-2017. ואולם, מדובר בירידה מתונה יחסית לעומת 2016 – עדות לכך שהאפקט של פרשת קימברידג' אנגליטיקה והשערויות שבעקבותיה על צעירים לא היה דרמטי במיוחד.

חשיבות יוטר: אף שפיסבוק עצמה בירידה והיא נמצאת במקום השלישי ברשימת הרשות החברתיות הפופולריות בקרב הנוער, שתי השחקניות במקום הראשון שייכות גם הן לפיסבוק; ווטסאפ עם שיעור שימוש של 95% (לעומת 93% ב-2017) ואינסטגרם עם 88% (לעומת 72%). יתרון שלזינוק בפופולריות של אינסטגרם תרם פורמתו הסטוריות: 61% מהנוער מעליים סטורי לפחות פעם בשבוע, ו-21% לפחות פעם ביום.



צילום: אינסטגרם

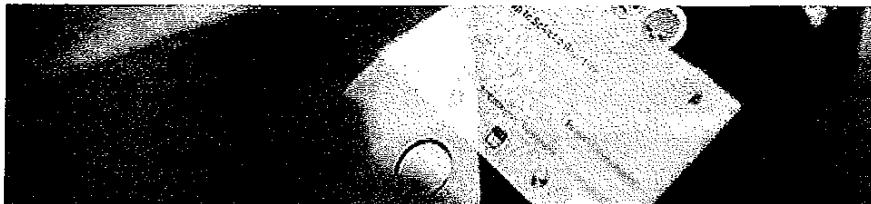
לפייסבוק, למעשה, יש הגמוניה מהותית על הפעולות של נוער בשרות החברתיות. המתחרה הגדולה ביותר לשירותים של פיסבוק היא סנאפץ', אבל שיעור השימוש בה עמד משנה חליפה על 38% בלבד, והאפליקציה גם נמצאת בירידה לעומת 2017 (אך עמד שיעור השימוש על 50%). טלגרם עשתה הרבה רעש השנה, ותפסה גתוח שוק של 21% מקרב הנוער (האפליקציה לא נבדקה בשנים קודמות). דואק אצל TikTok (לשעבר Musical.ly) שפרצה למודעה השנה ירד שיעור השימוש מ-20% ב-2017 ל-18% ב-2018. אולי היא כבר לא מגניבת מספיק.

מה עושים בפייסבוק?

גם אחרי שנה של משברים פייסבוק הוא עדין כמעט פופולרי בעבר ישראלים רבים, ו-89% מהמנשאים סבורים שהקווילות ברשות החברתיות שימושיות. הפעולות הפופולריות ביותר בפייסבוק היא חיפוש המלאות (39% מהמנשאים השיבו שהיא משקפת את התנהוגותם השנה האחרון), ואחריה התכתבות במסנג'ר עם משפחה ומכרים (36%), העלאת תמונות (35%), כתיבת פוסטים (34%), פעילות בקבוצות ובקהילות (33%) ופניה לחברות מסחריות (31%).

"פייסבוק הופכת מרשת חברתיות אישית לרשת חברתיות קהילתית", אמר הדס. "אנחנו מעתים משתפים הרבה פעילות, כותבים פחות פוסטים אישיים או משתפים תמונות. אנחנו עושים יותר פעילות קהילתית: מתחברים יותר לקבוצות של השכונה או הgan, שואבים הרבה יותר מידע אינפורטימי בפייסבוק, מרגשים שזה מקום שבו אפשר לקבל מידע אובייקטיבי. בסעמו כל המשפחה לטויל בדרך אפריקה בספטמבר, ואת רוב המידע לטויל השגתי מקבוצה של דרום אפריקה".



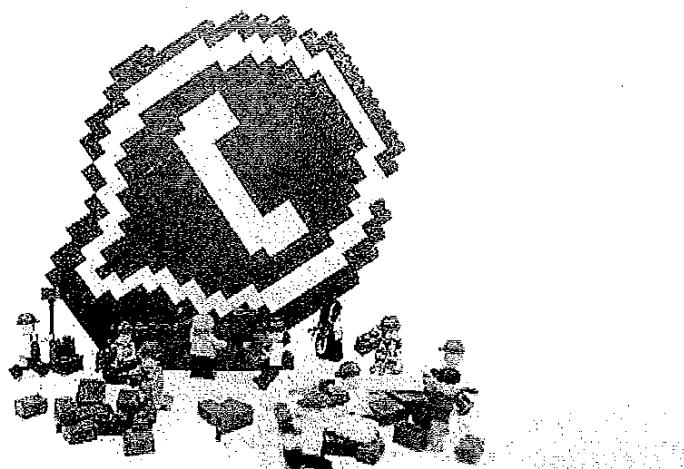


מחפשים המלצות, מעמידים חוויה קהילתית צילום: שאטרסטוק

עם זאת, נראה שהמודעות לפיק ניו ננתנה את אותה ושיעור הגולשים שנוהגים לצורך חדשות ברשות חברותית לאורך זמן ירד מ-48% ב-2017 ל-37% השנה. בנוסף, רק 50% מהגולשים אמרו שהם חובבים שיצירות של עיתונאים הם אמינים.

הדו אמר שהירידה קשורה לשינוי שביצעה פייסבוק באלאgorיתם, שצמצם את החשיפה את אתרי חדשות כחלק מהמלחמה בפייסבוק ניו: "זו דוגמה קלאסית לכך שכഫיסבוק החליטה שהיא מטפלת בפייק ניו ניו היא יכולה לטפל בה. היא הצליחה בהחלטה אחת להויר את כמות צריית החדשות באופן מובהק. מצד שני, רואים את אמון הגבוח של הציבור ביצירות של עיתונאים, שבוורך כל האמון בעיתונות מאוד נמוך. העובדה שעיתונאים מקבלים הרבה החשיפה ברשותות זה חלק ממשמעותי, אולי אפילו מרכזי בעבודה שלהם. כשרואים את עמית סגל, נדב איל או רביב דורך מציעים רואים את זה כאמין חסיטי".

פייסבוק עדין מתנסה בדרכים להוין את ווטסאפ, אותה רכשה ביותר מ-20 מיליארד דולר, והוא צפויו לשלב פרסוםות באפליקציה בשנה הבאה, בעמוד Status (המקבילה של ווטסאפ לסטורי) בלבד. אבל יש מי שלא מחקה, ולפי הדוח' כמעט אחד מכל שני גולשים, 44%, נתקלו בשנה האחרונות בפרסומות בווטסאפ. לא מדובר בפרסומות רשמיות של האפליקציה (שכן אלו עדין לא הושקו), אלא ככל הנראה בהודעות ספאם שנשלחו למשתמשים ללא ידיעה או אישורה של פייסבוק. מדובר בבעיה פוטנציאלית שהחברה צריכה למצוא למשך לתמודד אותה.



הפרסומות כבר שם. ווטסאפ צילום: שאטרסטוק

לרשותות החברתיות היה מקום נרחב בבחירה המוגזיפיות שנערכו השנה, ו-54% מהגולשים סברו שהיה להן השפעה רבה על ההחלטה בחירות. 40% מהנשאלים נחשפו או שמעו על מועמדים דרך הרשותות החברתיות - שכן רק לשלטי חוצות (50%) ובווה משמעויות מסוימים כמו שיחות עם מקרים (32%), דרך המקומון (31%) או פשוט באמצעות היכרות אישית עם המועמד (24%).

"רשותות חברותית הן המקור השני המשמעותי ביותר להיחשפות למועדים, ובעומק שלתן ממשמעויות יותר משלטי חוצות", אמר הדס. "ובאמת רוב הגולשים חשבים לרשותות יש השפעה. אתה לא יכול להתמודד בלי להיות ברשות, ואם לא תהיה מצליח ואפקטיב אתה כנראה גם לא תהיה ראש העיר".

18% מהגולשים גם פנו לשירות לפוליטיקאים בפייסבוק כדי לתמונת להביע מחאה או לשאול שאלה. בקרב גולשים מהperfירה היה שיעור הפניה גבוהה במיוחד ועדיין על 30%.

וזמינו ו- עייפות / צפייה, / עונמת %טכ ב/בו שבזווון במושב (זיאן, / עונמת %טכ / טמאו טפון -%טכ / מושוב ב-2017). יתכן, כתוצאה מעבר למכשורים עם מסכים של שישה איןץ' יותר, והירידה שחלה במחירותם.

איפה צופים בתוכנים? הסלון הוא עדין המקום הפופולרי ביותר: 75% מהבוגרים (18 ומעלה) - 72% מהנעור אמרו שהם נוהגים לצפות שם בויזיאנו. 71% מבני הנער נוהגים לצפות גם במייטה, לעומת 49% מהבוגרים. 39% מהנעור - 16% מהבוגרים צופים בתוכן בתחום תחבורת ציבורית - 30% מהנעור - 14% מהבוגרים בשירותים.

נטפליקס רשותה השנה החרונה גידול משמעותי, ושיער החדרה של שירות הסטרימינג זינק מ-7% ב-2017 ל-18% השנה. בנוסף, 62% מבני הנער ו-64% מכלל הנשים אמרו שהם משתמשים בהמלצות הצעיה של נטפליקס, לעומת 27% בלבד מהגברים. "18% נראה לא הרבה, אבל זו קפיצה של 157% בשנה, וזה גם לא מאד רוחק מהנתונים בארה"ב שם הנתחה של נטפליקס הוא 23%", הוסיף הדס.



נטפליקס במחשב צילום: בלומברג

ווטסאפ, שלא במתכוון, היא האפליקציה החשובה ביותר בעבר גברים ישראלים, ו-78% אמרו שלא יסכימו לוותר עליה. לעומת זאת, במקום השני, יש רק 47% גברים שלא יותר עליה, ואחריה פיסבוק עם 40%. המיל הוטיק, עם 22% במקום הרביעי, חשוב יותר מגברים מיזוגים שסוגר את החמשייה הראשונה עם 21%. את החמשייה השנייה, פתוחות אפליקציות חניה, מוניות ותחבורה ציבורית (16%), אחריה אינסטגרם (10%), אחריו חדשות (7%), משחקים (6%) ומוזיקה (6%).

ספוטיפי התקבלה בחום בישראל ובשנת השקתה כבר הגיעו לשיעור חדרה של 14%. עם זאת, רק 21% מהגברים מודים דרך דרך אפליקציות אחרות (יעודים) (בקרב מערך השיעור גבוה יותר ועומד על 35%) - נמוך מחדידי שעמך השיעור על 22%. אבל דוגא יוטיוב הוא היעד המודף לצרכי מוזיקה עם 43%. ערכיו המזיקה בטלוויזיה מושכים 8% מהגברים, ונחתה קטן אך עקשני של 6% עדין מזמן לשירים באמצעות תקליטורים.

20% מהבוגרים ו-37% מהנעור עושים שימוש בסיטיוניות הקוליות השונות, כאשר בקרוב בעלי האיפון שיעור הנשאלים שעובדים עם סירי עומד על 41% ו-74% בהתאם - נתון מעוני בהתחשב בכך שシリ נחשבת למואלה ומקדמות פחות ממתחרותיה. הנעור גם מנצח יותר את יכולות הקשר של הסمارטפון, עם שיעור שימוש של 52% באפליקציות בריאות וכושר לעומת 30% בקרוב הבוגרים.

הபופולריות של שירות הויזיאנו ממשיכה להתרחב בתמדה, וב-2018 27% מהבוגרים ו-33% מהנעור אמרו שהם מוצאים שירות כזו לפחות פעם בשבוע (לעומת 25% לשני המזרים ב-2017). (2017). 23% מהבוגרים ו-61% מהנעור גם התנסות השנה האחרון שיחת וידאו קבוצתית, כאשר 2% מהבוגרים ו-12% מהנעור נוהגים לעשות הרבה שיחות קבוצתיות.

בכל הנוגע למודעות לבתיות בנהיגה רשם שיפור מוחשי: רק 13% אמרו שהם נוהגים לקרוא או לשלוח הודעות בעט נהיגה, לעומת 19% ב-2015 (אין נתונים השוואתיים מ-2016 ו-2017).

את מי נוהגים משתמשים לצלם בשבועו ממוצע? שלא במתכוון משפחה וחברים במקום הראשון עם 69%, ואחריהם איזוריהם חשובים (31%), גופים, חיות וطب (31%), מקרים משעשעים (27%), סלפי (27%) ואוכל (20%). תוצאות סלפי אולי לא מזרגות גבורה, אבל זו הקטגוריה היחידה שצמיחה לעומת 2015 עד מדה על 24% (אין נתונים השוואתיים מ-2016 ו-2017).

ישראלים אוהבים לנקות בראשת, ו-80% השיבו שביבטו בשנה האחרונות קנייה מקוונת, ושליש באמצעות הסمارטפון. 64% מהנשאלים גם השיבו שביבטו את רוב הקניות באינטרנט ישראלים. החזאה המרבית המוצעת גדלה בשנה שחלפה אלף שקלים ל-1,400 שקלים. עם זאת, האמון באתר הקניות לא גדל ו-61% אמרו שהם לא שומרים כלל את פרטי האשראי בראשת.

איפה מתחילה מוצר כשרוצים לנקות? לא בהכרח בגוגל, שרק 31% מהגולשים סימנו כיוד המועדף לכך. מרבית הגולשים (37%) מעדיפים להתחיל את החיפוש באתר הסחר המקוון עצמו. 26% נוספים עושים זאת באתר השוואת מחירים כמו זאפ, ו-4% בלבד בפייסבוק.



הקניית כובען ממשיכת לצמה צילום: שאטרסטוק

הപופולריות של הסмарטפוןutz כאמצעי לביצוע תשלומים ופעולות פיננסיות אחרות נמצאת בקצב צמיחה. 42% השתמשו באפליקציות העברת כספים, 39% שילמו באמצעות אפליקציות חניה ותחבורה ציבורית, 20% הפקדו ערך דרך הסмарטפון ועוד 15% השתמשו באפליקציות תשלומיות של בתי עסק. המספרים יפים, אך מראים שיש עוד דרור ארוכה על מנת להפוך את הסмарטפון לכל פיננסי מרכז של מרבית האוכלוסייה.

השערים של ביטקון ומבעות קרייפטו אחרים היו השנה האחראנה בכניסה חופשית, ואין ספק שליחס הציבורו אלהם יש יד בכור. רק 5% עושים שימוש במטבע קרייפטו, ו-44% הסכימו עם האמרה "אף אחד לא אמרת מבין מה זה ביטקון ואיך אפשר לעבוד עם זה" (לעומת 38% שלא הסכימו ו-18% שהבינו ניטרליות). האם כדאי להשך עם מבעות קרייפטו? 46% אמרו שלא, ורק 19% שכן. אבל הסkeptיות הגדולה ביותר הייתה ביחס לשאלת האם מטבעות קרייפטו הם אמצעי התשלום של העתיד: חצי מהנשאלים אמרו שלא וכ-30% השיבו שאינם יודעים.

אם אפשר לעשות כסף מהאינטרנט? 28% מהגולשים (ו-34% מהנעור) טענו שהם מרוויים כסף בראשת. זאת, באמצעות ביקורת ומטען ביקורת לאתרים (12%), מכירת מוצרים (10%), השארת חוות דעת על שירותים ומוצרים (10%), צפיה בפרסומות (7%), פרסום תגובות חברותיות (7%), הצגת פרסומות בפייסבוק או בערוץ יוטיוב (4%) והאזנה למוזיקה של אמנים חדשים (3%).

"שאלת ראה שרק 5% עשו אי פעם שימוש בביטקון, אתה מבין שזה לא זה, זה לא שם", אמר הדס. "אבל זה לא שאנחנו לא מוכנים להיכנס לעולם הפיננסי דיגיטלי. אין לנו בעיה לבצע שם פעולות כספיות ובנקאיות, אבל אנחנו מספיק ערנויים שלא להיכנס לכל הרفتקה. זה לא שמקבלים בברכה קדמה, אבל היא צריכה להיות מאוד מיוחדת."



משתנים כמו העומדים הכבדים בכבישים וכליים טכנולוגיים מתקדמים הופכים את העבודה מהבית לפופולרית יותר. 33% מכלל הנשאלים, 39% מהצעירים (בני 18 עד 34), 38% מהגברים אבל רק 29% מהנשים הצהירו שהם עובדים מהבית לעתים קרובות.

הפופולריות של בתים חכמים בישראל ממשיכה לצמוח באופן מודז. 19% אמרו שהם משתמשים במוצרים לבית חכם שאפשר לשלוט בהם דרך דרכ אפליקציה, לעומת 15% ב-2017 ו-10% ב-2016. הערים, מנגד, חכמת הרבה פחותה. כשהתבקשו נשאלים לדרג בסולם של 1 עד 10 עד כמה היישוב שבו הם מתגוררים הוא עיר חכמה התקבל ממוצע ארצי נכשל של 3.7 בלבד. רק ארבעה ערים קיבלו ציון גבוה במיוחד: תל אביב (5.8), כפר סבא (5.7), באר שבע (5.6) חולון (5.4).

אפליקציות מובייל לפני גיל שנה

שכבותם שהילדים תקווים מול פורטניט כל החופש? זה לא הדמיון שלכם, ואתם לא לבד. 37% מהנעור אמרו ששחקו במשחק כל יום במהלך החופש הארוך. המוכרים ביותר (30%) גם הוציאו על המשחק 357 שקל ממוצע. הפופולריות של פורטניט היא חלק מתרנד רחב יותר של עלייה בפופולריות של משחקים. ב-2018, 47% מהנעור הגדיינו עצם כגימרים לעומת 38% ב-2017.

מנגד, יש גם שימוש נרחב ברשת ככלו ללמידה. 92% הצהירו שהם משתמשים ביוטיוב לצורך לימודים, למשל בעת הכנת שיעורי בית או לצורך הכנה ל מבחנים, כאשר 57% עושים זאת בתדירות גבוהה ו-35% בתדירות נמוכה.



פורטניט צילום מסך

אחת השאלות המטרידות בסקר בדקה מתי הייתה הפעם הראשונה שהורים אפשרו לילדים לצפות בוידאו או לשחק בסמארטפון. 28% אמרו שעשו זאת לפני גיל שנה, 26% בין גיל שנה לשנתיים ו-46% אחרי גיל שנתיים. מדובר בתנאים מצערניים מאד, שכן לילדיים מתחת לגיל שלוש אין מה לחפש בסמארטפון. הם לא צריכים לצפות שם בוידאו, ובוודאי שלא לשחק בו במקרים.

אף שמחקרים מתריעים מפני חשיפה לא מבוקרת ובלתי מוגבלת למסכים, המודעות הציבורית לכך דזוזה בירידה. 43% אמרו שהם לא מגבילים את זמן המסך של הילד (לעומת 26% ב-2017), ו-8% נוספים מאפשרים זמן מסך של בין 3 ל-5 שעות ביום (לעומת 11%). רק 36% מציגים מגבלת הגיונית של שעתיים ביום (לעומת 50%) ו-13% לא מאפשרים זמן מסך כלל (לעומת 14%). יתכן שהסתיבה לכך היא ש-30% מההורים לא חושבים שיש חסרונות בחשיפה ממושכת למסכים. הורים אחרים, מנגד, ציינו את החשש לפגיעה בריאותית כחומרן groot ביותר (26%), ולאחריו פגעה ביחסים חברתיים (17%), התמכרות (24%), בעיות קשב וריכוז (14%), חוסר בפעילות גופנית (9%), חשיפה לתכנים לא ראויים (9%), וכן החשיבה (8%) וקרינה יתרה (3%).

"אולי ההורים אבדו את היכולת או את הרצון להתמודד, אולי כמות האמצעים והתקציב מתקשה על ההורים", אמר הדס. "ללא ספק כמות התוכן שעניינט אותנו, כמוות המידע והקישורים שאחנו יוצרים דרך רשותות חברותיות עצומה מאוד, יש משיכה אחרת של ההורים שמאפשרים לילדים יותר גישה למסרים".

נספח 8'

עותק סקר "اورיגיניות פיננסית" שערכה הלשכה המרכזית
לסטטיסטיקה (בשנת 2012) בקרב ישראלים בני 20 ומעלה

הודעה לעיתונות

אתר: il.il דוא"ל: info@cbs.gov.il פקס: 02-6521340 www.cbs.gov.il

ירושלים, י"ט בחשוון תשע"ג
4 בנובמבר 2012
297/2012

סקר אורייניות פיננסית: ידע, דעתו והתנהלות בנושא פיננסים

Financial Literacy Survey: Knowledge, Opinions and Behavior in Financial Issues

מצאים עיקריים בקרב בני 20 ומעלה:

התנהלות בנושא פיננסים:

- חסכנות לטוח האורך / לגיל הפרישה: מחצי בני ה-20 ומעלה דיווחו שיש להם קרן פנסיה, לכשליש יש קופת גמל ול-22% יש ביטוחי מנהלים.
- ביטוחים: ל-67% יש ביטוח בריאות ו/או סיעוד, ול-40% יש ביטוח מבנה דירה.
- 80% דיווחו שהם עורכים השוואת מחירי מוצרים לפני הקנייה.
- 62% הגדירו את עצם כיוטר חסכנות מאשר בזבונים.
- 45% דיווחו על קושי בכיסוי ההוצאות החודשיות השוטפות.

השוואה בין-לאומיות:

- אחוז הישראלים המעדיפים חסוך לטוח רחוק על-פני הזאת הכספי בהווה גבוה מהממוצע הבין-לאומי.
- בקיומם של הישראלים בנושא כדוגמת חישובי ריבית, אינפלציה, תשואה מול סיכון בהשקעות נמוכה מהממוצע הבין-לאומי.

סקר אורייניות פיננסית בוצע ע"י תלשכה המרכזית לסטטיסטיקה, בהזמנת המועצה הלאומית לכלכלה ובשותפות עם משרד האוצר ובנק ישראל. הסקר נערך בחודשים ינואר 2012 ועד מאי 2012, בקרב מדגם ארצי מייצג שכלל כ-2,000 בני 20 ומעלה.

נתוני הסקר משמשים לקביעת מדיניות ממשלתית בתחום החינוך הפיננסי ובהתאם להמלצות ארגון ה- OECD.

הודעה זו מתיחסת לידע ולדעת של בני 20 ומעלה בנושא פיננסים והוא ממשיכת הودעה קודמת שהתמקדה בהתנהלות הפיננסית ובמצבי הפיננס של בני 20 ומעלה.

אוריגיניות פיננסית מה?

אוריגיניות פיננסית הינה היכולת לקרוא, לנתח, להבין ולדעת על גורמים כלכליים-פיננסיים המשפיעים על הרווחה הכלכלית של הפרט. היא כוללת את היכולת להעריך אפשרות כלכלית, להשתמש בכוסף בצורה נכונה, לתכנן את העתיד, לפעול בהתאם בהווה ולהציג בצורה מושכלת לשימושם כלכליים.

רמת האוריגיניות הפיננסית של אוכלוסייה ישראל, במונחים של ידע, דעתות והתנהלות נבחנה בשאלון הכלול 102 שאלות במגון רוחב של היבטים פיננסיים – לשאלון הסקר.

חסכון והשקעה

תרשים 1: אחוז בעלי ההשקעות



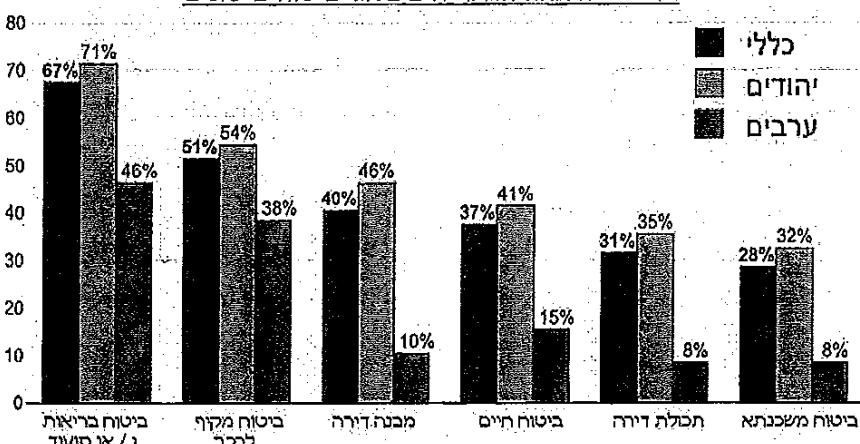
- 57% מקרוב בני ה- 20 ומעלה דיווחו שיש ברשותם תוכנית חסיכון או פיקוד בנק.
- מחצית מבני ה-20 ומעלה דיווחו שיש להם קרן פנסיה.
- קרן השתלמות קופת גמל מצויה ברשות % 37 ו- 35% מהאוכלוסייה בהתאם.
- 14% דיווחו שיש להם השקעות באגרות טוב או במוגנות. 8% דיווחו שיש ברשותם קרן נאמנת או תעוזת טל.

המחליט העיקרי בבחירה בין מסלולי השקעה או חברות פיננסיות

שליש מהנכים דיווחו שהמחליט העיקרי בבחירה בין מסלולי השקעה או חברות פיננסיות הינו בן הזוג. בקרב הגברים דיווחו רק 9% שהמחליט העיקרי הינו בת הזוג.

ביטוחים

תרשים 2: אחוז המבוטחים בסוגי ביטוחים שונים



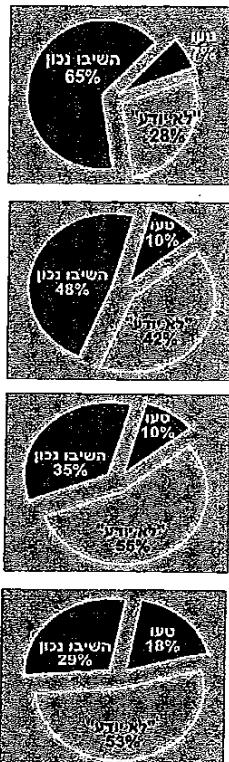
מבין סוגי הביטוחים שנחקרו בסקר, ביטוח הבריאות וביטוח הסיעוד¹ (שניהם או אחד מהם) הינו שכיח ביותר (67%). עוד עולה מהסקר, שבקרב היהודים אחד המבוטחים גבוה יותר מזה שבקרב העerbim בכל סוג הביטוחים שנבחנו בסקר.

¹ "תכן והאחוז הגבוה של ביטוחו הבריאותי / או הסיעודطبع מכך חלק מהנדגים כללו בתשובהם גם את הביטוחים המשלימים הנמכרים בקופהות החולים".

בחירת הידע

- 59% מהנדגים ידעו לחשב נכון ריבית שנתית של 2% מסכום של 1,000 ₪.
- בחישוב ריבית דרייבית, ידעו 29% שבתום שנתיים יצא סכום הגובה מ- 1,100 ₪ בתוכנית חסוך של 1,000 ₪ עם ריבית שנתית של 5%.

תרשים 3: ידע כללי בנושאים כלכליים²

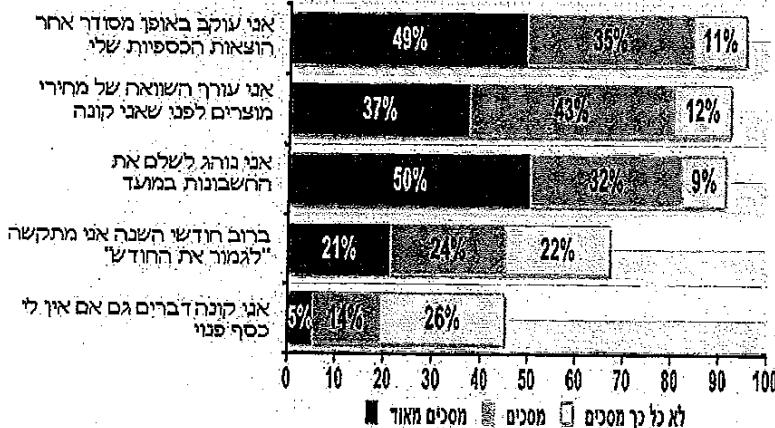


דיעות בנושאים כלכליים²

- 65% השיבו באופן נכון על המשפט: "כאיינפלציה גבולה עוללה יוקרה מהותית בנסיבות". 28% לא ידעו לענות אם המשפט נכון או לא נכון.
- 48% השיבו באופן נכון על המשפט: "ההשקעה עם תשואה גבוהה היא על פי רוב השקעה בסיכון גבוהה". 42% לא ידעו לענות אם המשפט נכון או לא נכון.
- 35% השיבו באופן נכון על המשפט: "ניתן להקטין את הסיכון בתיק השקעות באמצעות קניית מגוון רחב של מוצרים פיננסיים". 55% לא ידעו לענות אם המשפט נכון או לא נכון.
- 29% השיבו באופן נכון על המשפט: "ריבית פרימיום היא גבולה יותר מהריבית הנקבעת ע"י בנק ישראל". 53% לא ידעו לענות אם המשפט נכון או לא נכון.

הצהרות התנהגותיות

תרשים 4: מידת ההסכמה עם משפטיים בנושא הווצאות וקניות



- 84% הסכימו או הסכימו מאוד עם המשפט "אני עוקב באופן מסויד אחר ההוצאות הכספיות שלי".
- 82% מהאוכלוסייה נהוגים לשלם את החשבונות במועד.
- 81% הסכימו או הסכימו מאוד עם המשפט "אני עורך השוואת של מחירים מטרלים לפני שאני קונה".
- 19% הסכימו או הסכימו מאוד עם המשפט "אני קונה דברים גם אם אין לי כסף פנוי".

² כל המשפטים שהצביעו בפני הנדגמים הינם משפטיים נכון.

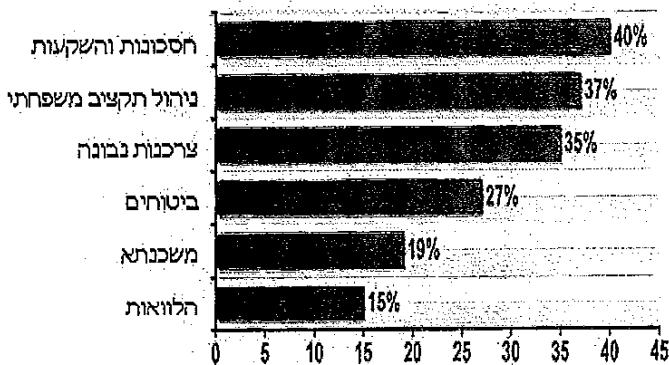
תרשים 5: מידת ההסכמה עם משפטים בנוגע לחסכונות והשקעות



- 62% מסכימים או מסכימים מאוד עם המשפט "אני יותר חסכ מאשר מבורך [בזבז]"
- 44% אינם מוכנים לחתם סיכון בהשקעות כספיות.
- 40% מעדיפים לחסוך לטוחה הרחוק מאשר להוציא כסף היום.

הנשאים הכספיים בהם מעוניינים הישראלים להרחיב את ידיעותיהם

תרשים 6: הנושאים המבוקשים להרחבת הידע

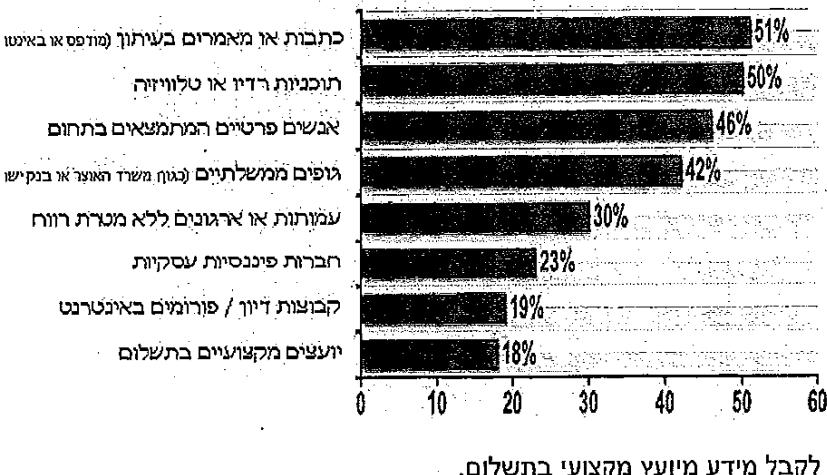


- מבין הנשאים הכספיים שצויט בסקר, הנושא המועדף ביותר להרחבת הידעו הינו חסכונות וההשקעות (40%).

- הנושא השני בסדר העדיפויות להרחבת הידעו הינו ניהול תקציב משפחתי (37%), ואחריו צרכנות גבונה (35%).
- 22% ממשתתפי הסקר ציינו שהם אינם מרגשים כלל צורך להרחב את הידע שלהם בנושאים כספיים.

מקורות המידע מהם מעוניינים הישראלים להרחיב את ידיעותיהם בנושאים פיננסיים וכלכליים

תרשים 7: מקורות המידע המבוקשים



- כמחצית מאוכלוסיית בני ה- 20 ומעלה מעדיפים להרחב את ידיעותיהם באמצעות כתבות או מאמראים בעיתון (מודפס או באינטרנט) או באמצעות תוכניות רדיו וטלוויזיה.

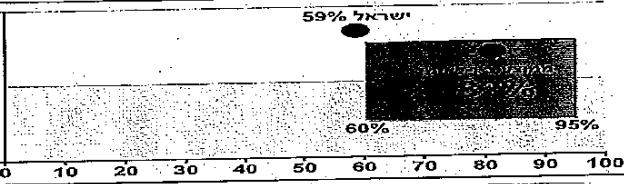
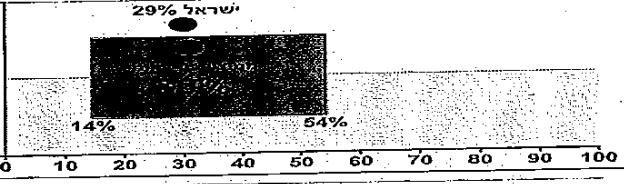
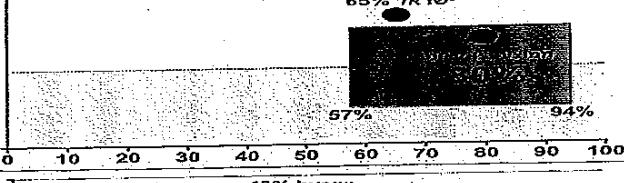
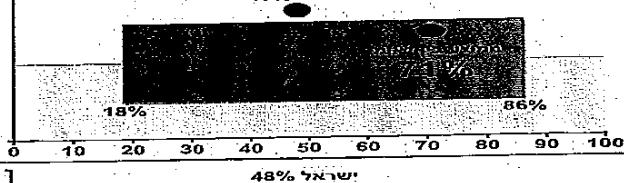
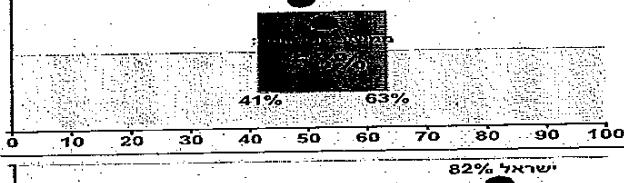
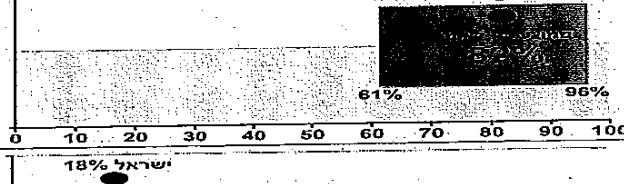
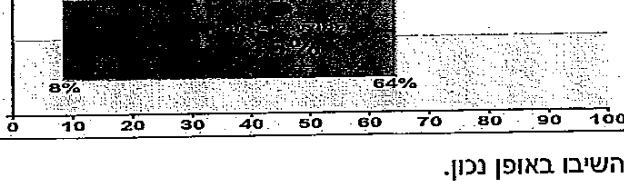
- 42% מהאוכלוסייה דיווחו שהם מעוניינים לקרוא או לקבל מידע מגופים ממשלתיים כגון משרד האוצר או בנק ישראל.

- 18% דיווחו שהם מעוניינים לקרוא או לקבל מידע מיעץ מקצועי בתשלומים.

השוואה בין לאומית

ארגון- OECD ערך לאחרונה פילוט לצורך השוואת בין-לאומית בנושא פיננסים. בפילוט השתמשו 14 מדינות מגוונות - מפותחות וModelPropertyות - במספר שאלות זהות³.

mahsawat ha'urur shenmaza basker ha'yisraeli bnosaim ha'shoniim bi'chus le'urur ha'mikstimali, le'urur ha'mamatzu ve'urur ha'mikstimali she'kiblu ha'mdinot shahstatpo basker⁴, nitn la'orot shel-pi rov ha'ideu voha'tnahot shel ha'yisraelim ai'na chriga / ao domha le'mamatzu shel ha'mdinot shahstatpo b'hsho'ah ha'b'in-laomiyah.

נושא	תיאור השאלה	מיקומה של ישראל ביחס למדיונות שהשתתפו בהשוואה
1. חישוב ריבית Interest paid on a loan	חישוב ריבית שנתית של 2% לתוכנית חסוך של 1,000 ש"ל למשך שנה.	
2. חישוב ריבית דרבית Compound interest	חישוב ריבית שנתית של 5% לתוכנית חסוך של 1,000 ש"ל למשך שנים.	
3. הגדרת אינפלציה Definition of inflation	בainflatsiya goba'ah u'la yoker hamihya b'mehirot	
4. תשואה וסיכון Risk and return	השׂקה עם תשואה גבוהה היא על פי רוב השקעה בסיכון גבוהה	
5. מגוון השקעות Diversification	pitn la'ekutin at ha'sicun batik ha'skuvot b'amutzut kinyit magon rachav shel morarim finansim	
6. תשלום חשבונות בזמן Pays bills on time	abi noag l'shem am ha'chabonot b'moud	
7. חסוך לטווח הרחוק Attitudes towards the longer term	ani meudif lo'hotzia cosf ha'im m'ashar le'hoskor lato'ach harok	

* בסעיפים 1-5 מצין האחוז את חלקם של הנדגמים שהשיבו באופן נכון.

³ השאלות בסקר הישראלי דומות מבחינה תוכנית, עם זאת ישנים הבדלים בינוי השאלות להשפי על התוצאות ההשוואתיות.

⁴ המדינות שהשתתפו בהשוואה הן: בריטניה, גרמניה, נורווגיה, אירלנד, פולין, פרו, אלבניה, דרום אפריקה, אסטוניה, הונגריה, ארמניה, צ'כיה, מלזיה ואי הבוטולה הבריטיתם. לפירוט נסוף ראה: http://www.mfcr.cz/cps/rde/xbcr/mfcr/OECD_MeasuringFinancialLiteracy_2012.pdf.pdf

נספח 9'

עותק דו"ח התפתחות השוק האורגני – שפירסט משרד
החלקות ופיתוח הכפר, החטיבה למחקר, כלכלה
וסטרטגיה לשנת 2011



התפתחות השוק האורגני – עם דגש על תוכרת ארגנית מן החוץ

רוני הרשקביץ, נובמבר 2011

הגדרה⁽¹⁾ – החקלאות הארגנית הינה מערכת ייצור התומכת בבריאות הקרקע, במערכות האקולוגיות ובבני האדם. החקלאות זו מסתמכת על תהליכי אקלוגים כמו מחזיר ושימור מגוון המינים תוך התאמה לתנאים המקומיים מבל' להשתמש בחומרים מזיקים לאדם ולסביבה. החקלאות זו משלבת ידע מסורתי, חדשני ומדעי לטובות הסביבה המשותפת ומעודדת הוגנות ואיoctות חיים למעורבבים.

העבודה נעשתה למטרת השוואת מצבה של ישראל בתחום החקלאות הארגנית למדינות אחרות בעולם בדגש על תוכרת ארגנית מן החוץ, זאת מכיוון שבישראל הייצור הארגנימן חמי קטן מאוד.

הסטודנטים לייצור אורגני נקבעים על ידי כל מדינה ומדינה בתבסס על תקנים בסיסיים אותם מספק ארגון הגLOB爾 IFOAM – הארגון מאחד יותר מ-750 ארגונים החברים ב-116 מדינות שונות.

על פי הארגון, ב-160 מדינות בעולם קיימת כיום החקלאות הארגנית. 1.8 מיליון חקלאים מייצרים את המוצרים הארגניים. שטחי הגידולים העולמיים והייצור משתנים על פני שטח של 372 מיליון דונם, מהוות 0.9% מסך שטחי החקלאות העולמיים (תרשים מס' 1). הגידולים החקלאיים בפרטם בעליית החולשים על השטח הנרחב ביותר – היבט קפה (5.4 מיליון דונם), זיתים (4.9 מיליון דונם), קקאו (2.6 מיליון דונם) אגוזים וגפניים (2 ו-1.9 מיליון דונם, בהתאמה).

הצריכה הגובואה ביוטר לנפש היא בדנמרק, שוודיה ואוסטריה⁽²⁾. שווי השוק המוערך לשנת 2009 הוא 54.9 מיליארד דולר (40 מיליארד יורו), המדינות בהן המכירות הגובאות ביותר הן ארה"ב (17.8 מיליארד יורו), גרמניה (5.8 מיליארד יורו) וצ'כיה (3 מיליארד יורו)⁽³⁾.

ישראל

העיסוק בחקלאות ארגנית בישראל מוסדר בחיקיקה שנכנסה לתקוף בספטמבר 2008⁽⁴⁾. התקן הארגני מבצע על ידי שר החקלאות בהתייעצות עם משרד הבריאות, המשרד להגנת הסביבה והארגון לחקלאות ארגנית. החיקיקה בישראל אקו"יילנטית לחיקקה האירופית בכל הנוגע לייצור תוכרת ארגנית מן הצומח. כתת החיקיקה הארגנית חלה על תוכרת ארגנית מן הצומח בלבד. תקנות המסדרות את הייצור הארגני מהחי נמצאות בתהליך אישור של ועדת הכלכלת השכנסת.

הגופים המוסמכים על פי חוק לאישור ובקרה של תוכרת ארגנית הם: "אגראיר בע"מ", "סקאל ישראל" פיקוח והתעדה", "המכון לבקרה ואיכות אי.קי.ס." ו"דרך המעבדה בע"מ". מכיוון שהתקיקקה הארגנית חלה רק על תוכרת מן הצומח בלבד, איסוף הנתונים על מוצרים ארגניים מן החוץ אינו מפותח דיו וכן לא נמצא בראשית הפריטים הנבדקים על ידי הלמ"ס⁽⁵⁾.

גודל שטחי החקלאות הארגנית הוא כ-81,000 דונם (2010), שהם מהווים 2.7% מסך השטח החקלאי. קיימים 34 יוצרים מוסמכים של תוכרת ארגנית⁽⁶⁾. כמות יצוא התוצרת הארגנית לא עلت בין השנים 2009 ל-2010, אך מכיוון שסר הייזוא הכלול של תוכרת חקלאית ירד ב-80 אלף טון ניתן לומר שהיחסות של החקלאות הארגנית – עלתה. אחוז הייזוא של תוכרת ארגנית מסך הייזוא של תוכרת חקלאית עומד על כ-8.2%, לעומת 0.6% בשנת 2009⁽⁷⁾.

השוק הארגני בישראל פוחת מפותח בהשוואה לרוב השוקים באיחוד האירופי ולשוק בארה"ב. גודל השוק מוערך בכ- 300 מיליון ש"ח (2010)⁽⁸⁾ והצריכה הממוצעת לאדם מוערכת בכ-8 יורו לשנה ומORITY מוצרי החקלאות הארגנית מסך מכירות מוצר המזון עומדת על כ-0.6%⁽⁹⁾.

¹ מתוך – ארגון לחקלאות ביולוגית ארגנית בישראל – נובמבר 2011

² 2011 http://shop.ifoam.org/bookstore/product_info.php?cPath=25&products_id=549

³ Source: FiBL and IFOAM; for total global market: Organic Monitor; for certifiers: Organic Standard/Grolink.

⁴ מתוך: אתר ארגון החקלאות הארגנית נובמבר 2011

⁵ מתוך אתר: <http://shabatim.lagvatatzoma.org.il> נובמבר 2011

⁶ סיכום שנת 2010 חקלאות ארגנית, המנהלה להסמכת גופי אישור ובקרה, 2010

⁷ השירותים להגנת הצומח והלם".



מגמות עולמיות

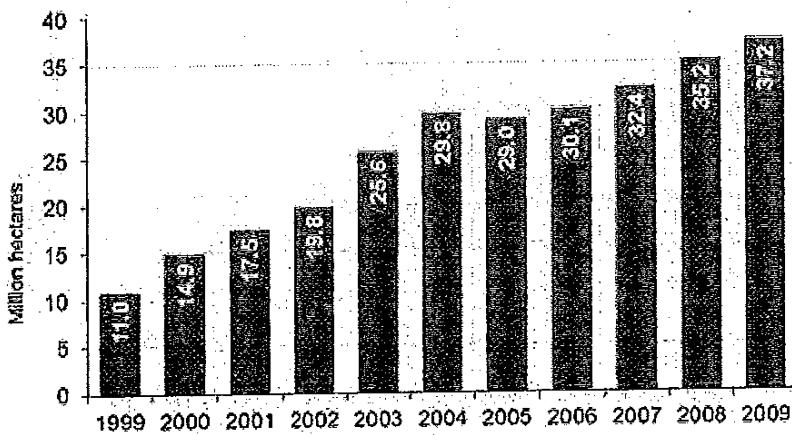
בשנים האחרונות חלה עלייה גבואה בשטחים החקלאיים אשר מיועדים לחקלאות ארגנטית, מצד הצרכים מזון איכוטי ובריאומי יותר, אשר נדרש לעמוד בתנאים מחמירים, מצד היצרנים רוח נאה לתוצרתם, פרמיית הרוח מספקת רווחיות לחקלאי וזכפת להגדלת שטחי הייצור. הן היצרנים והן הצרכים מרווחים מכך אם מטעמים אידיאולוגים או מטעמים כלכליים וכן גם המגמה של שמירה על איכות הסביבה - מעצמה. החלק היחסי של שטחי החקלאות הארגנטית באיחוד האירופי מונה 4.7% מסך שטחי החקלאות באיחוד (טבלה מס' 1).

באירופה, המדינות בעלות שיעורי השטחים לגידולים ארגנטינאים בגובהם ביותר הן אוסטריה, שוודיה ואסטוניה. מגמת הקהילה האירופית הינה להגיע לשיעור של 10% גידולים ארגנטינאים עד שנת 2015. כאמור, ישן מדינות אירופאיות שכבר הגיעו לעד זה (תרשים מס' 4).

טבלה מס' 1: החלק היחסי של שטחי החקלאות הארגנטינית מסך שטחי החקלאות - 2009⁽¹⁾

Region	Agr. land (ha)	Share of the region's total agr. Land
Africa	1'026'632	0.1%
Asia	3'581'918	0.3%
Europe	9'259'934	1.9%
European Union	8'346'372	4.7%
Latin America	8'558'910	1.4%
Oceania	12'152'108	2.8%
Northern America	2'652'624	0.7%
Total	37'232'127	0.9%

תרשים מס' 1: התפתחות שטחי גידול בחקלאות הארגנטינית בעולם בשנים 1999 - 2009



⁸ מתוך: משוב חקלאות, גלון מס' 273, אוקטובר 2011 עמ' 34.

⁹ השירותים להגנת הצומח: 11. 4. EU Annual Report EU 2009-2010 final VERSION 11. 4. נובמבר 2011

¹⁰ מספר תושבים בישראל, למ"ס - סקר הוצאות משקי הבית 2010.



State of Israel

Ministry of Agriculture and Rural Development
Research, Economy and Strategy Division

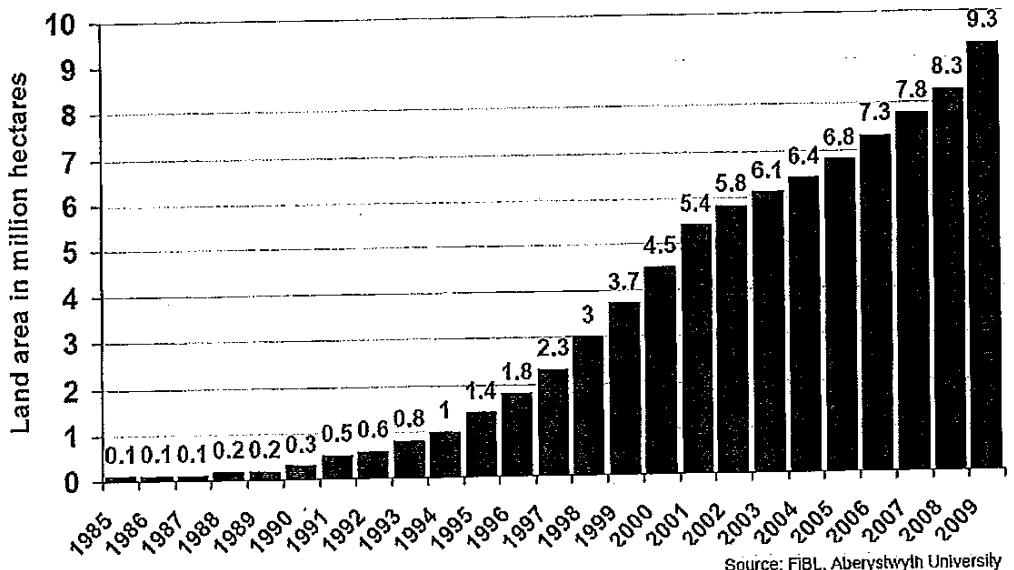
מדינת ישראל

משרד החקלאות ופיתוח הכפר
החטיבה למחקר, כלכלה ואסטרטגיה

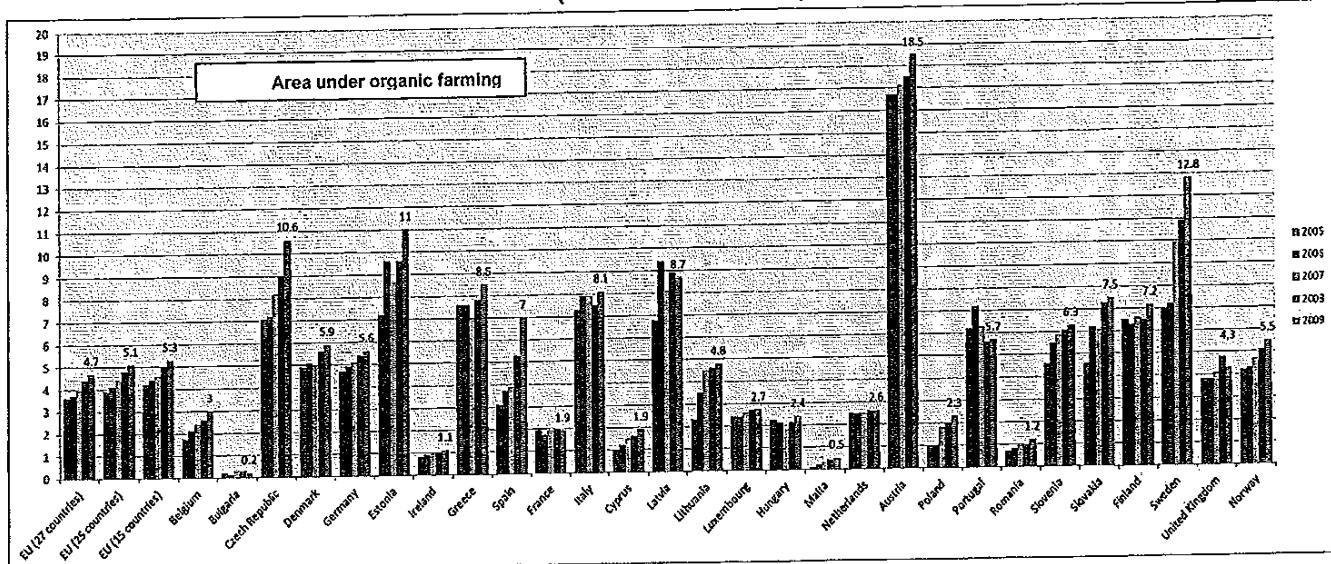


- 3 -

תרשים מס' 2: התפתחות שטחי הגידול בחקלאות האורגנית במדינות אירופה בשנים 1985 - 2009



תרשים מס' 3: אחוז שטחי הגידול האורגני מsurface השטח החקלאי במדינות האיחוד האירופי
(בשנים 2005 - 2009 - 2005 - 2007 - 2009)



עיבוד ל-EUROSTAT: Area under organic farming 2011

תרשים מס' 3 מציג את שטחי הגידול האורגני (Area under organic farming) אשר על פי תקנות האיחוד האירופי No834/2007 (EC), הינם שטחים המעובדים באופן אורגני, בהם שיטת הייצור שמה דגש גובה על הגנת הסביבה. השימוש בתשומות כימיות או סיבוטיות כגון דשנים, חומרי הדברה או תוספים ומוצריהם רפואיים שונים (כגון הורמוניים) אסורם בהחולט. שטח נכלל בתרשימים זה רק אם עמד בתקנות אלו.⁽¹²⁾



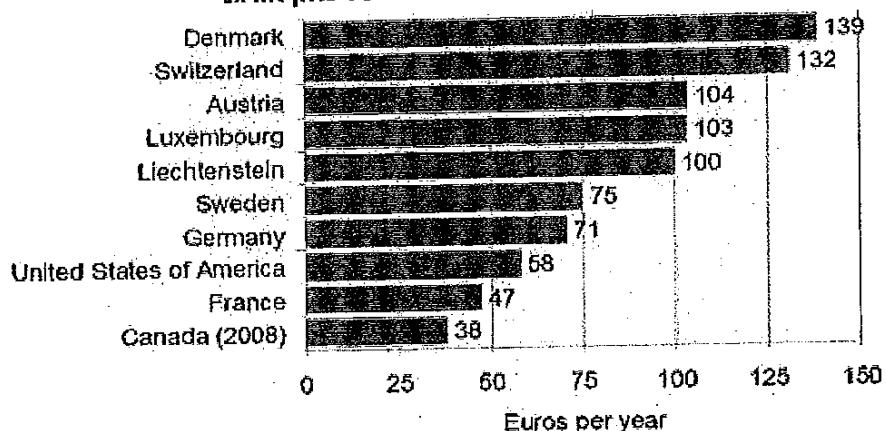
State of Israel

Ministry of Agriculture and Rural Development
Research, Economy and Strategy Divisionמדינת ישראל
משרד החקלאות ופיתוח הכפר
החטיבה למחקר, כלכלה ואסטרטגיה

- 4 -

אירופה

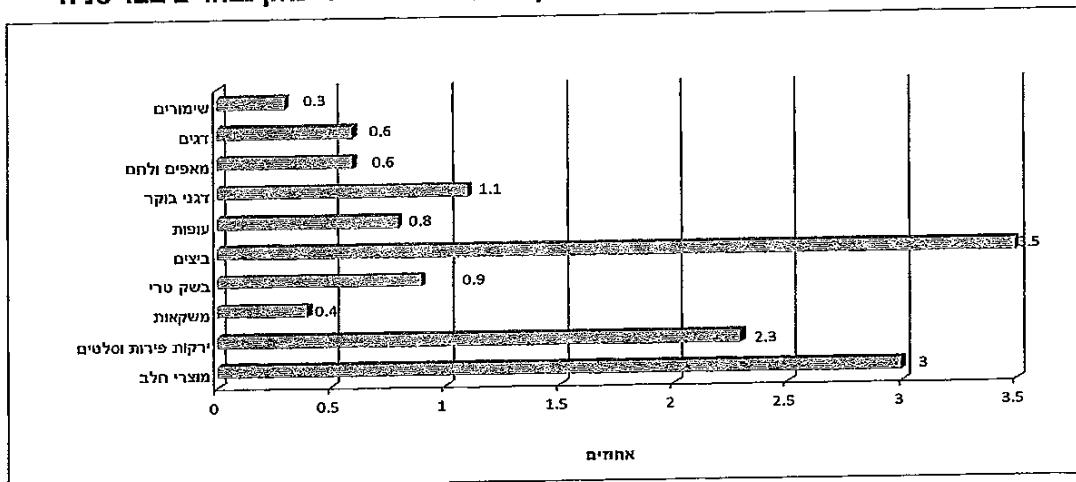
ערך הצריכה של המוצרים האורגנים באירופה מוערך ב-18.4 מיליארד אירו (2009) כאשר הצריכה הגבוהה ביותר היא בגרמניה ועומדה על 5.8 מיליארד אירו, מיד אחריה ניצבת צרפת עם צריכה מוערכת של 3.04 מיליארד אירו ולאחר מכן בריטניה שצרכתה מוערכת ב-2.07 מיליארד אירו, הצריכה הגבוהה ביותר לנפש (תרשים מס' 4) היא בדנמרק (139 אירו לאדם) שוודיה (132 אירו לאדם) ואוסטריה (104 אירו לאדם)⁽¹³⁾

תרשים מס' 4: צריכה לנפש של מזון אורגני

Source: FIBL, Aberystwyth University

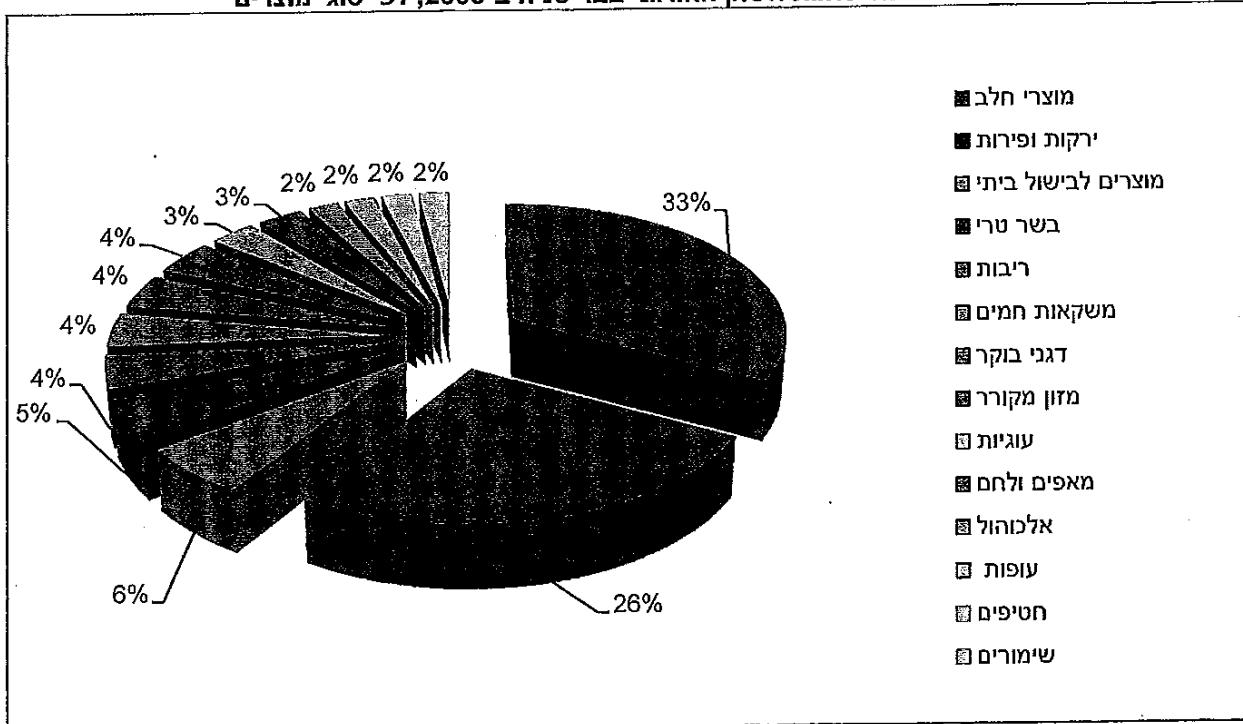
בריטניה⁽¹⁴⁾ - 4.3% מסך השטח לגידול חקלאי היוו אורגני בבריטניה. צפוי צמיחה לשנת 2011 הוא 2% - 4%. חלק ממזמי מזון 33% משוק המוצרים האורגנים. פירות וירקות מהווים 26% מסך שוק המוצרים האורגנים. ב-2009 היה ערך הצריכה בבריטניה 2.1 מיליארד אירו, סכום זה מהוות ירידת בצריכה מכיוון שבשנת 2008 רמת הצריכה הגיעה ל-2.5 מיליארד אירו ושטחי החקלאות האורגניות 4.8% מסך שטחי הגידול. צריכת המוצרים האורגנים לנפש מעורכת בבריטניה ב-40.8 אירו לאדם.

המשבר הכלכלי פגע במיוחד במדינה זו וגרם לעליית מחירים ולהחלשת המטבח. עליה מחירי המזון בכלל הולטה את מחירי המזון האורגани והפכה אותו לפחות נגיש לכלל האוכלוסייה.

תרשים מס' 5: אחוז המוצרים האורגנים מסך המכירות של מזון מזון נבחרים בבריטניה



תרשים מס' 6: התפלגות השוק האורגני בבריטניה ב-2009, לפי סוג מוצרים



דנמרק^(15,16,17) – שווי השוק ב-2008 הוערך ב- 724 מיליון אירו וצריכת המזון האורגני במדרגה הינה הגבוהה ביותר ועומדת על 139 אירו לנפש בשנה. 5.8% מסך השטח החקלאי מוקדשים לחקלאות אורגנית – מעל הממוצע של מדינות אירופה. מכירות מוצריו החקלאות הארגניות מהוות 6.7% מסך המכירות של מוצריו המזון. קבוצת המוצרים הגדולה ביותר אשר נרכשת היא חלב ומוצריו המהווה 34.6% מסך שוק החלב. גידולי הדגנים הארגניים מהווים 13% מכלל השוק. שוק הביצים מהווה כ- 10% מסך הביצים הנמכרות בדנמרק (על פי נתונים מטעם הלשכה המרכזית לסטטיסטיקה של דנמרק, אולם על פי ה-DAFC⁽¹⁸⁾ הנתון הנוכחי הוא 20%).

שווייה⁽¹⁸⁾ – שווי השוק ב-2008 הוערך ב- 623 מיליון אירו. שוודיה נמצאת במקום החמישי בקטגוריה של סך המזון האורגני הנוצרף לנפש בסך 75 אירו לנפש בשנה. שטחי הגידול של החקלאות הארגנית הינו כ- 3.4-3.5 מיליון דונם מהווים 10.8% מסך שטח החקלאות. מכירות מוצריו החקלאות הארגניות מהוות 3.4% מסך המכירות של מוצריו המזון. בקטגורית המוצרים הארגניים הנפוצים ביותר מכלל המוצרים הארגניים נמצא מוצר חלב וביצים במקום הראשון ומהווים 34%, אחריהם ירקות מהווים 15%, פירות מהווים 14% ולחתם ודגנים אשר מהווים 9%.

¹¹ FiBL Aberystwyth University 2009

¹² מתוך תקונה: EC-No 889/2008 של האיחוד האירופי.

¹³ Willer, H. & Kilcher, L. (2011): The World of Organic Agriculture. Statistics and Emerging Trends 2011
IFOAM, Bonn, & FiBL, Frick

¹⁴ Organic market report soil association 2010

¹⁵ הלשכה המרכזית לסטטיסטיקה- דנמרק נובמבר 2011

¹⁶ Danish Agriculture and Food Council (DAFC) נובמבר 2011

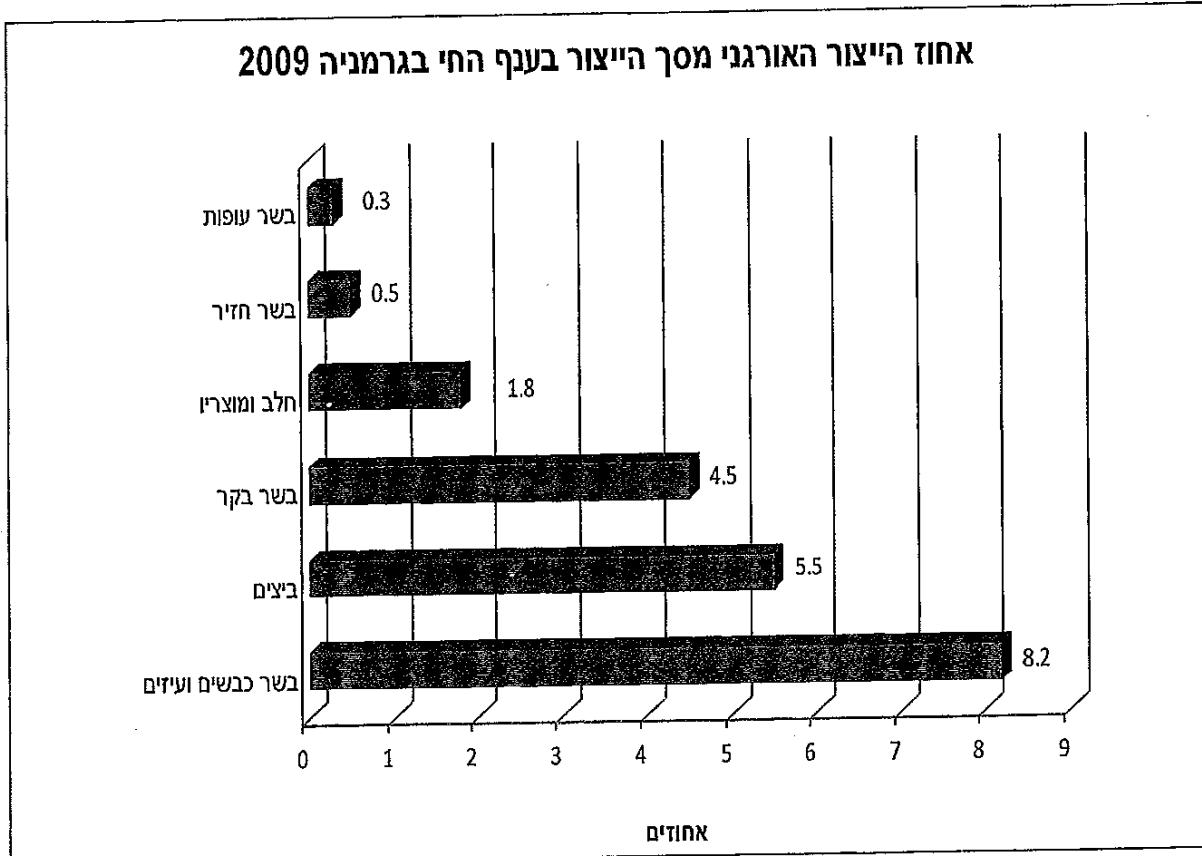
¹⁷ מתוך האתר organic monitor נובמבר 2011

¹⁸ The World of Organic Agriculture – FiBL and IFOAM page:144



גרמניה^(19,20,21) – זהו השוק הגדול ביותר באירופה אשר מספק את צרכינו על ידי תוצרת מקומית ויבוא. ב-2010 גדל השוק הגרמני ב-2%, מכיוון שמהירות התוצרת הארגנטית קטנה באחוז וונוף המכירות עלה ב-3%. בגרמניה יש עשרה מיליון דונם של קרקע חקלאית אורגנית המהווים 6.16% מכל השטח החקלאי, וזהו עלייה של אחד מאזנת 2009 בשטחי הגידול. מכירות מוצרי החקלאות הארגניות מהוות 3.4% מכל המכירות של מוצרי המזון. הצריכה בגרמניה עומדת על 71 אירו לנפש בשנה. בתרשים מס' 7 מוצג אחוז הייצור הארגני מכל הייצור בענף הח'י בגרמניה.

תרשים מס' 7:



DIANA SCHAACK, The German Organic Market 2010, AMI – AGRARIAN MARKET INFORMATION COMPANY

Source: BLE 1994-2009, BÖLW 2010¹⁹

The World of Organic Agriculture – FiBL and IFOAM page 142-143²⁰

DIANA SCHAACK, The German Organic Market 2010, AMI – AGRARIAN MARKET INFO²¹



צפון אמריקה (22,23)

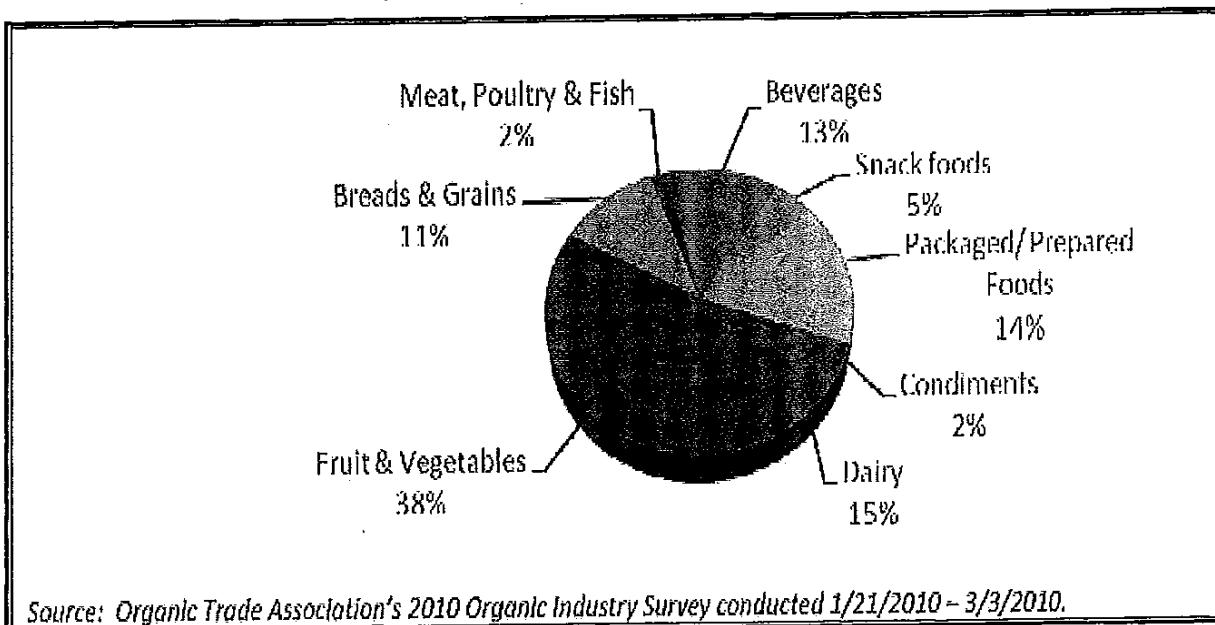
שטחי הגידול הארגניים בצפון אמריקה משתרעים על 27 מיליון דונם מתוכם 20 מיליון דונם בארה"ב ו-7 מיליון דונם בקנדה.

ארה"ב - בשנת 2010 המשיך השוק האורגני בארה"ב לגדול וזאת למרות מצבה הירוד של הכלכלת. השוק האורגני עלה ב-5.1% עם סך מכירות של 26.7 מיליארד דולר או 17.83 מיליארד אירו (לא כולל מוצרים נייקון אורגנים). המכירות בשוק האורגני גדלו מ-1 מיליארד דולר בשנת 1990 ל- 26.7 מיליארד דולר בשנת 2010. הצמיחה הגדולה ביותר נצפתה בענף הפירות והירקות הארגניים שחלקו היחסני בחקלאות האורגנית הוא כ-38% (תרשים מס' 8) ומהוות 11% מסך מכירות הפירות והירקות בארה"ב (שנת 2009), הקטגוריה השניה בגודלה - חלב ומוצריו מהוות 2.7% מסך מכירות מוצרים החלב.

ביצים אורגניים מהוות 1.5% מסך הביצים המיוצרות, ובשר בקר מהוות 0.2% מסך בשר הבקר המיוצר בארה"ב (תרשים מס' 9).

నoon-ל-2008 מכירות מוצרים החקלאות האורגניות מהוות 3.7% מסך המכירות של מוצרים המזון בארה"ב. למרות המשבר הכללי - עלה מספר החניות והרשומות אשר משוקות את המוצרים האורגנים נבעיר התפתחו מחלוקת בראשות הסופרמרקטים אשר מוכרים מוצרים אורגנים. יחד עם הגברת הנגישות, הגברת קידום המכירות באמצעות קופונים ובידול המוצרים האורגנים, הצלית השוק האורגני לאלווה את המשבר הכללי.

תרשים מס' 8: התפלגות השוק האורגני בארה"ב-2009, לפי סוג מוצרים



The World of Organic Agriculture – FiBL and IFOAM page: 186-189 .22
2011 – נובמבר [Organic Trade Association's 2011 Organic Industry Survey](#) .23



תרשים מס' 9: אחוז ראשי בעלי חיים האורגנים מסך בעלי החיים ב-2008

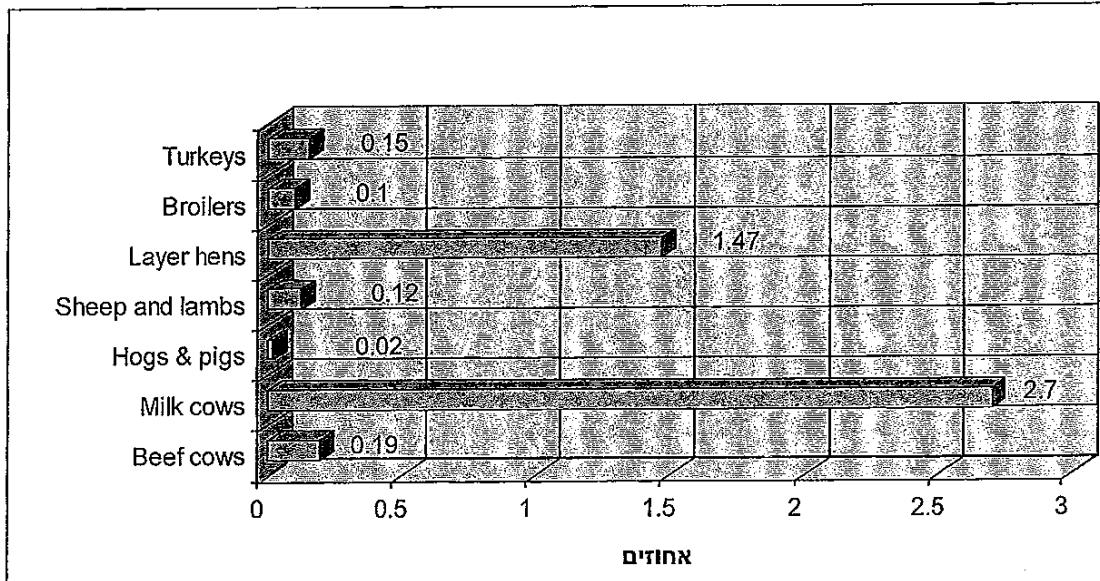
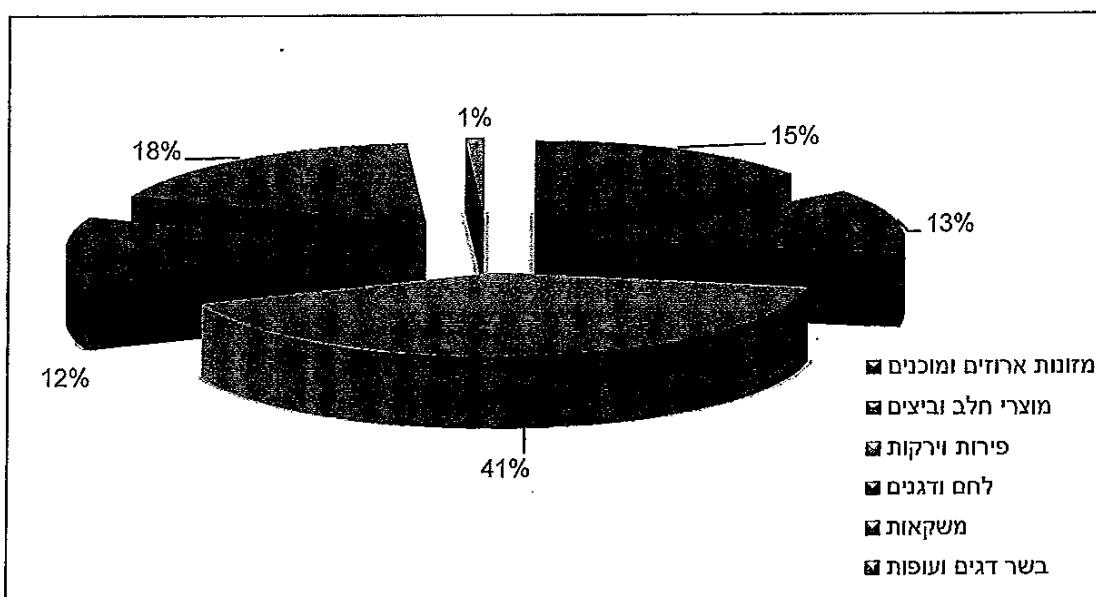


Table 5-U.S. certified organic livestock, 2008, by State. USDA

קנדה- מכירות של 1.3 מיליארדים אירו ב-2009. בקנדה 0.93% מהשטח החקלאי מוקדש לייצור אורגני. פירות וירקות, בדומה לנורווגיה, מהווים ייחדי 41% מההמקל היחסית של שוק החקלאות האורגנית.

תרשים מס' 10: התפלגות מכירות מזון אורגני בסופרמרקטים בקנדה ב-2010, לפי סוג מוצרים



organic foods Canada, October 14, 2010



אוקיאניה⁽²⁴⁾

מאגדת בתוכה מדינות כמו אוסטרליה ניו-זילנד, פיג', פפואה ניו גינি, טונגה ועוד. סה"כ 8,500 יצורי מזון אורגани.

אוסטרליה - 120 מיליון דונם חקלאות אורגנית והיקף מכירות המוערך ב-2011 ב-620 מיליון דולר. המוצרים הארגניים הנפוצים ביותר הם פירות וירקות אך ניתן למצוא גם בקר, כבשים, עופות ודבש שמחירים גבוהים ב-25% מהמחיר התזרעתי שאינה ארגנית.

למרות שטחי הגידול הארגניים באוסטרליה מהווים 40% משטח החקלאות הארגנית העולמי, החלק היחסי של החקלאות הארגנית באוסטרליה מכל החקלאות עומד רק על אחוז אחד. הסיבה לכך נועצה בכך שבחלק ניכר מהשתת שוכנות חוות מרעה. אוסטרליה וכן זילנד הן ייצניות חשובות בשוק הבשר הארגני – בשר בקר, כבש וכן – קיוי, יין, תפוחים וירקות.

ניו-זילנד - 1.24 מיליון דונם והיקף המכירות מוערך ב-160 מיליון דולר (2009). הייצור הארגני של מוצר חלב ובשר מוערך בפחות מאשר אחד מכל הייצור.



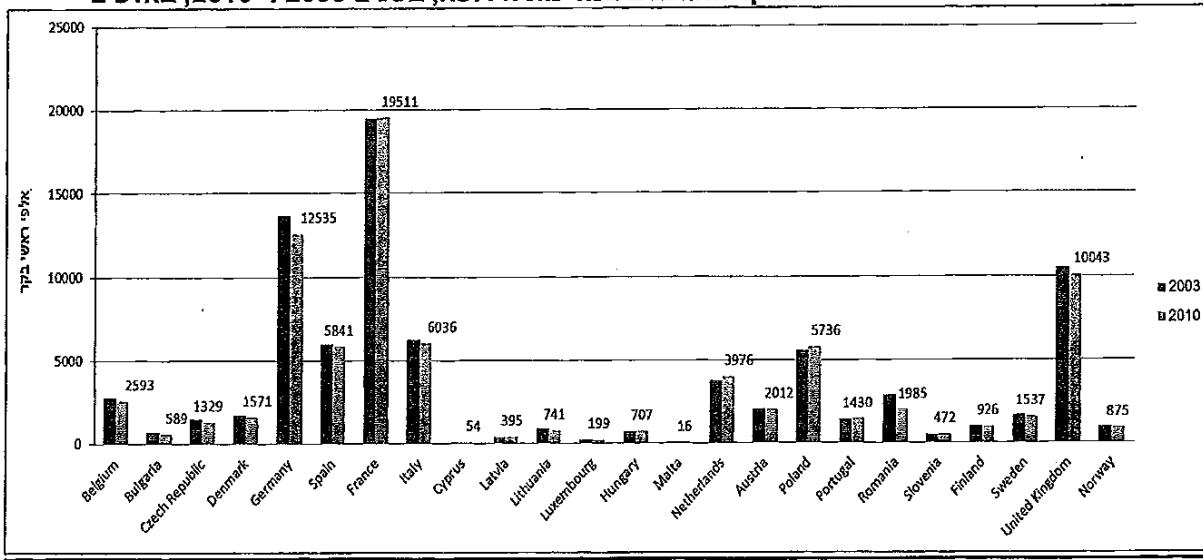
לסיכום

מזון ארגני נתפס כיום עלי-ידי חלק מהצרכיםים חמוץ בראש ואיכותי יותר. בדרך כלל לייצור המזון הארגני עלויות גבוהות יותר בהשוואה לייצור מזון רגיל וזאת בעקבות העליות הנגדות. מיבולים נמוכים יותר, הצורך בייצור ידיים עבדות, מוצרן הזנה יקרים ועוד. המשבר הכלכלי העולמי שפרץ בשנת 2008 האט את הצמיחה במדינות רבות, אך מגמת הצמיחה ברוב השוקים המשיכה (השוק הבריטי הוא יוצא דופן), אם כי בשיעורים צטענים יותר.

את השפעת המשבר הכלכלי ניתן לראות במצומם "يיצור ראשי הבקר במדינות אירופה השונות" (תרשים מס' 11), ככל הנראה עקב מחירם הגבוה של עלויות ההזנה והטיפול של בעלי חיים אלו. את המשך מגמת הצמיחה העולמית ניתן לחסוך לכך שצריכים מפותחים מודעתות הרבה יותר בעקבות פרסום באמצעות התק绍ורת, ועלית המודעתות בוגרנו לחשיבותן מקור המזון אותו הם צריכים.

בריטניה הייתה המדינה אשר סבלה במיוחד במיזוג מהמשבר הכלכלי והיקף המכירות הקמעוניות בתמונה ירד באופן משמעותי. האבטלה ועלית מחירי המזון הובילו לצמיחה שלילית של השוק האורגני בשנים 2009 ו-2010. למעשה הייתה ירידת משמעותית בערכי המכירות של מוצר המזון הארגני, מלבד הקטגוריה של מוצר המזון הארגני לティינוקות שצמיחה ב-10%. חלקו היחסי של מוצר הארגני לティינוקות מסך המכירות הקמעוניות של מוצר המזון לティינוקות מהוות ב-2010 כ-25%

תרשים מס' 11: מספר ראשי הבקר הארגניים במדינות אירופה, בשנים 2003 ו-2010, באלפים



בטבלה מס' 2 (בעמוד הבא) סיכום נתונים על השוק הארגני של המדינות שהוצעו בסקירה. קיימים הבדלים גדולים בצריכה ובחשיבות החקלאות הארגניות במדינות השונות. הצריכה לנפש של מוצר ארגני בכל המדינות המוצגות בטבלה גבוהה באופן משמעותי מאשר לצריכה בישראל. הצריכה של ביצים ומוצרן הלב ארגניים בדנמרק גבוהה במיוחד. לעומת זאת, הצריכה של מוצר הלב בגרמניה ובוטניה מהוות פחות מ-5% מסך הצריכה בקטגוריה. הייצור של בשר בקר ארגני בארץ, יתכן בעקבות המשבר הכלכלי.

השוק הארגני בישראל פוחת מפותח בהשוואה למרכיב השוקים באיחוד האירופי ולשוק בארה"ב. ההוצאה הממוצעת בישראל נמוכה ועומדת על כ-8 אירו לנפש בשנה (כ-42 ש"ח), לעומת זאת בארה"ב כ-71 אירו בגרמניה.

ישראל ובמדינות אחרות (פרט לדנמרק) הייצור והצריכה של מוצרים ארגניים מן הח' קטן יחסית ומגיע לרוב לאחוזים בודדים בלבד. בגרמניה יש חשיבות יחסית גודלה לייצור של ביצים וביצים בשיטה אורגנית, לעומת זאת ייצור קטן בלבד של עופות וחזירם. סביר להניח שהגורם העיקרי המסביר את ההבדלים בין הענפים השונים הוא הפרש בעליות הייצור



בממשק ארגני בהשוואה לממשק הקונבנציוני. בנוסף, יתרון הבדלים בביטחון לקבוצות מוצרים שונות. כך למשל במדינות רבות הביקוש לפירות וירקות ארגנים טריים ולמזון תינוקות יחסית גבוהה בהשוואה לקבוצות מזון אחרות.

טבלה מס' 2: השוואת מדדים שונים לשוק הארגני במדינות שונות

ישראל	ארה"ב	גרמניה	דנמרק	שוודיה	בריטניה		מדדיהם כלליים לשוק הארגני
300 מיליאן ש"ח	17,830	5,800	724	623	2,065		שווי השוק במליאון אירו
2.7	0.57	6.13	5.8	10.8	4.3		אחוזים מסך שטח הגידול החקלאי
0.6	3.7	3.4	6.7	3.4			מכירות מוצרי התקלאות הארגנטית מסך מכירות מוצרי המזון
8	58	71	139	75	40.8		צריכה לנפש- (באירו לאדם בשנה) ^{xx}
							מדדיהם לשוק הארגני לבילי ח"ם*
1.5	1.5	5.5	10		3.5		אחוז בייטים ארגנטית מסך מכירות הביצים
***0.2	2.7	1.8	34.6		3.0		אחוז חלב ומוצרי מסך מכירות מוצרי החלב
0	0.2	4.5			0.9		בשר בקר ארגנט מסך מכירות מוצרי בשר הבקר
**0.1	0.10	0.3			0.8		עופות ארגנט מסך מכירות העופות
**1.4	0.12	8.2					כבדים ועיזים ארגנט מסך מכירות הצעאן
0	0.02	0.5					תvizים ארגנט מסך מכירות החזירים
^0							דגים ארגנט מסך מכירות דגים
****0	32,650	12,535	1,571	1,537	10,043		מספר ראשי הבקר בממשק ארגני - 2010 באלפים

: נתונים לאמינים

* הנתונים עברו גרמניה, ארה"ב וישראל מבוססים על מספר בעלי חיים בממשק הארגני מסך הייצור. במדינות האחרות מדובר על המכירות הקמעונאיות של תצורת ארגנט מסך המכירות של קטגוריות המוצר.

** ישראל- הנתונים חושבו על פי הדוח "התפתחות החקלאות הארגנטית בישראל", אשר עודכן ע"י אורי אדר- מדריך ארכי לחקלאות ארגנטית (2006) נתונים מהלמ"ס (משנת 2006).

*** חלב ומוצרי- מעצת החלב (קיימת רפת אחת המיצרת כ-3 מיליון ליטר, 2011)

**** ראש בקר- התאחזות מגדי הבקר

^ דגים ארגנטים - אין כלל, בעבר גודלו דגי בריכה ארגנטים בקיבוץ גבע.

xx מידע מעודכן: ישראל לשנת 2010, שאר המדינות לשנת 2008.

נספח 10'

עותק חכמתה מאוצר "זה מזכיר"

הטרנד גוע? רשותות המזון הארגני מתקומות - והמחירים גבוהים

פערו המהיר בין סל ארגני לרגיל מגעים ל- 75% ומהירות הירקות והפירות הארגניים גבוהים עד פי 4 מהתוצרת רגילה

12.03.2015 11:41 מאת: רותי לוי, ערי דברת-מדרי

עד לפני שנה-שנתיים מזמן ארגני היה אחד הטרנדים הבולטים בענף המזון, השוק אמן היה קטן עדין, אך הצג שיער גודל מרשימים של שירותים אוזוניים בשנה, בעוד שוק המזון הכללי צמיח באחוזים בודדים בלבד, אם בכלל. רשותות המזון הגדילו ימיורו על המזון הארגני. הראשונה שבחן היתה אלון רבע כחול, שב-2009 רכשה כ- 51% מרשת עדן טבע מרקט ופיתחה אותה. בשנים שבחן הרווחיות של רשותות מגה סבלה מנינוח מתונות ואף מהפסדים, עדן טבע מרקט הייתה פינה של אוור בתוצאות הקדרות, גם הרשות המתחרה, שופרסל, החליטה לרכוב על האל. ב-2011 היא רכשה את רשות ארגנטין מרקט תමורת 31 מיליון שקל, ובמסך היא משלבת מתחמי בריאות בסביבה תחת המותג גרי.

המצב הכלכלי בשנתיים האחרונים, שהביא להאטיה בצריכה בשוק המזון כולל, לא פסח על השוק הארגני. בעוד הארכנים קונים פחות ווערים לרשותות מזילות, הגידול במכירות השוק הארגני נכנס לקיפאון, וכיום הוא עדין ממהו, לפי הערכות בענף, פחות מ- 1% ממניות שוק המזון.

"ב-2004–2008 הייתה עליה של 25%-30% במכירות בשוק המזון הארגני בשנה. המשבר הכלכלי של 2008 האט את קצב הצמיחה ל- 9%-12% – מצב טוב שעדיין לעומת השוק הכללי – ואולם בשנתיים האחרונות השוק 'בסטאג'ץ', מספר גיא פרוביזו, מוג"ל ומיסד עין טבע מרקט. לדבריו, העובה שאנו גוזל בשוק הביאה למשמעות חדשנות ולכך שאין כמעט של שחקנים ומוציאים חדשים לשוק. גם בשוק המזון הרגילי אנחנו רואים את הצורך בצריכה וגטיה של הצרכנים לרכוש מוצרים במחייריים נמוכים יותר", מוסיף פרוביזו. "זה לא שמי' שקנה מזון ארגני הפיסק לך'pot, אבל לא מצטרפים לקוותה חדשים. הצלחנו להגדיל דיספרטיט את מכירות הירקות והפירות שלמי, אבל רק מכך שھצענו במשך תקופה ארוכה ירקות ארגניים ב- 5 שקלים לפחות".

בפגיעה לדוגמה העולמית בראין-ב'-TheMarker שהתקיים עמו לפני כשלוש שנים, הביע פרוביזו אמון גדול בעתיד התהום הארגני, והראה כי בכונתו להכפיל את מספר הסניפים של עדן טבע מרקט בתוך שלוש שנים. ואולם מאז, מספר סניפים העצמאים של הרשות דזוקא הצטמצם מ- 11 לתשע, ומספר החניות הכלול של עדן טבע מרקט, כולל המחלקות בתוך סניף מוגה, לא צמח. "אנו מודח שלא חdziינו בכך את הצפי להתרחש. סברתי שעד עתה המזון הארגני יהווה כבר 2% לפחות מהמכירות של כל שוק המזון, ולא 1% בלבד. מכיוון שההווים אינם אומח במכירות, לא הרגשנו שיש סיבה לפתיחה עד סניפים, אבל אנחנו מתחכו לפתוח הרבה יותר", לסתהו הרגהה גוחלת בטעון סניף מוגה בעיר.

גם שופרסל ניבאה לארגנטין מרקט עתיד מזרה, כשהרשאה אותה מנתה רשות הטבע שמונה סניפים, ובנגוד להצהרות של שופרסל על כוונתה לפתחה שלושה סניפים נוספים, ארגנטין מרקט מונה כיום שישה סניפים בלבד. שופרסל כן הרחיב את המותג גרי – מחלקות ארגניות בתוך סניף שופרסל – וכיום מוצאות מחלקות גרי ב- 47 מסנפי הרשת.

بعد שבישראל שוק המזון הארגני תקין, בעוד הוא נמצא במגמת גידול. נתוח המזון הארגני בארה"ב כיום הוא 4.5% מכלל מכירות המזון במדינה, לעומת כ- 3.2% לפני כשנתיים, ובגרמניה לזמן הארגני נתוח של 6% מכלל מכירות המזון. "הגידול בארה"ב התרחש במקביל לשיפור במצב הכללי במדינה. בגרמניה חל גידול בשנתיים האחרונות, לאחר שהשוק הארגני המסורתי היה תקוע שנים על 4%. אנחנו מקווים שגם המזב ישתפר, ולא תמיד יקם רק את הזול, אלא ירצה מוצרים בריאים ואיכותיים יותר", אמר פרוביזו.

40 שקל לפחות תפוחי עץ מזון ארגני מקשור למזונה בריאה ולאחריות סביבתית, אך גם למוצרים גבוהים. סקר שערךן באربع רשותות הטבע המובילות מראה את רמת המותגים גבוההה. מהשווה בין מחירי מזון יבשים – הכול פטטה, קינואה, כוסמת, עדשים, בורגול, ביצים, קטשוף ושמן דית – לבין דגימות המזינים עם המותגים הנכאים ביותר שנמצאו ברשותות הרגילה ובargingה הארגונית, עליה כי קיים פער של 75% בין הסל הארגוני לרגיל.

בירוקות ופירות שדרגמו בערך טבע מarket, בארגניך מarket ובницаת הדזובדקן נמצאו פערים של מאות אחוזים לעומת מקבילים הרגילים בשרותות השיווק. כך, למשל, עגבניות שאין ארגניות נמכרות בשרותות השיווק ב- 2.90 שקלים ל乞"ג, ואילו, עגבניות ארגניות נמכרות ב- 6.90-5.90 שקלים - פער של עד 138%; מחיר קישואים רגילים הוא 6.90 ל乞"ג, לעומת 16.90-14.90 שקלים - פער של עד 184%.מעט הרגנסיות ארגניות, שנמכרים באקו"ד, בטסות ופלפלים אדומים, שהם יקרים בעשרות אחוזים, מחרי כל הפירות והירקות הארגניים גבוהים פי שניים ממקביליםיהם שאינם ארגניים.

כך, מחיר הרגנסיות הארגניות הזולות ביותר שנמצאו מבין הרשותות היה גבוה ב- 118%, מבנהו רגילות, וערך המהירים בין הגירים הרגילים לארגנים הם 193% יותר. תפוחי עץ, שנמכרים בשרותות השיווק ב- 7.90 שקלים ל乞"ג, גוזחהו באוטו הים בגרטסם הארגניות בשרותות המתמחות בסוגים הגבוהים פי שלושה (24.90 שקל). נשמעו יקרים? עוד לא הגיעו לטבע קסתל, על ק"ג תפוחי עץ ארגניים בטבע קסטל גשלמו 40.70 שקל - פי חמישה מטופחי עץ שנמכרים בסיפוי שופרסל דיל.

השיטה של טבע קסטל שמעוררת את הרציניות
עם שבעה סניפים בלבד, טבע קסטל חשבה שחקנית קטנה. لكن הופענו לא潦ות שדווקא הרשות האזאת מטהפיינט במתן מוחרים חריגת זמוניות סימון מוחרים אנטיצרכנית. בשונה משאר הרשותות, טבע קסטל אינה מוכרת את הירקות שלא בתפזרות. קישואים, עגבניות, מלפפון, פלפלים, אבוקדו ולימוגים נמכרים באזיות קטנות שעלה גברון תושית מחיר ב שקלים וללא סימון משקל. נזהה מצב העניים, קשה אף בלתיאפשר לצרכנים לאמוד את מחירו האמיטי של המוצר שלפניהם.

למשל, חמישה פלפלים אדומים נמכרו בטבע קסטל ב- 15.90 שקל - מחיר גובה יחסית למקבילה הארגנית בשרותות המתחרה (9.90 שקלים ל乞"ג), אלא שהחמיר אין חושף את גודל הפער, שכן משקלם של חמישה הפלפלים שבחരיה הוא 470 גרם בלבד. במלים אחרות, המחיר הוא 33.80 שקל ל乞"ג - כמעט פי 3.5 מהחולפה הארגנית. החסרה המידע על המשקל של המוצר, אינה רק מונעת מהऋיכים להשווות מוחרים ולאחר החלטה שколה, אלא גם מפחיתה בפועל רמת הרגשות שלם למחיר. מפתיעו אולי יותר שהפרקטי הדעת נותרה לחלוון מעינו של הרגולוון, בהחרגוינו ירקות ופירות מוחן סימון המחרים. "בגיאוד לציפיות, כוים אין שום חראות חזק שאסורה על התופעה", מסביר רון רגב-כביר, סמנכ"ל המחבר והמשנה למנכ"לות ארגן אמן הציבור. "התיקן לשינוי איזור לא צל על פירות וירקות בלתי-מעובדים, וחוק הגנת הרצן, שקבע סימון מוחר לחיות מודה, החל רק על מוצאים שחייבים בסימן יירקות ופירות באזיות היא חדשה וייחודית התקן. יתכן שהכחש נובע מכך שהמcejיה של יירקות ופירות באזיות היא חדשה ולמוכיה של יירקות ארגניים, בעוד התקן רוחק מלהיות חדש".

לפי אמן הציבור, גם אם אין חובה חוקית - לעסוק יש חובה מסורת מול הציבור. "זה לא גיטימי לחיות יקר, כל עוד שונאים לערוך את הכלים להבן זאת זה. נטפל בעניין מול טבע קסטל, אך גם נטפל מול מכון התקנים לעדכון התקן", מוסיף רגב-כביר. טבע קסטל מסירה בתגובה: "הרשות מוכרת לkokothiat את הירקות והפירות באופן 'יחס' ושונה משאר הרשותות. הירקות והפירות עוגרים מין קפודוי ואחרו מין אරדים בתהלה מיוחד, כשהאריזה היא אקלואגית, שקופה ומטביחה את שמירת הטריות עד 14 ימים. מוצרים אלה שונים לטובה באיכותם ונשמר על אויר חייהם ביחס לירקות ופירות בתפזרות, لكن לא יהיה זה נכון או הולן להשווות ביניים בין סחוורה בתפזרות. "ונגהלה טבע קסטל שעבדת בכל ימות השנה עם אמן הציבור ותובחן אותם באופן משותף, לאור פניה זו, כיצד ניתן להמשיך ולשמור את האיכות הגדולה בגין של הירקות ולהמשיך לספק לkokothiat את השירותים היידידותי והנוח ביוטר".

הבדיקה העלה כי בין מוצרים דומים בשרותות יש שונות אחוזים, אך בראייה של סל מלא, רמת המוחרים מצאה דומה יחסית. סל של 18 מוצאים ועוד 12 ק"ג של יירקות שונים תונצח בשלוש רשותות הטבע הגדיות ב- 506-501 שקל, יוצאת דופן היא טבע קסטל, שהציגו מחירים גבוהים לא רק בסל הירקות, אלא גם במרבויות המוצרים האחרים שנבדק. מחיר הסל הכספי בשרותה הגע ל- 673 שקל - גבוהה ב- 34% מהמתחרחות. טבע קסטל מסירה בתגובה: "עיקר הקניות בשרות (כ- 80%) מתבצע על ידי חברי מועדון, הזכאים להטבות, בהן שירות מוצרים בהנחה של 10%-25%, ו- 5% הנחה על יתר המוצרים, כולל יירקות. הנהלת הרשות בודקת את המוחרים ועל המתחרים ומקפידה להיות תחרותית".

כך בדקם

הבדיקות התבכעה ב- 9 במרץ 2015 בסיפוי הרשותות בתל אביב - עדן טבע מarket בסיפוי גן העיר, טבע קסטל בסיפוי דיזנגוף-פרישמן, נצית הדזובדקן באבן גבrol וארגניך מרקט בסיפוי שניקן. כן הובצעה דיווחת בקיותה במתמחם גריין בטור סניף שופרסל של ברוחוב ויצמן, שבה התקבלו מוחרים זמינים. במוגדים שנמצאו בכל החניות דגם מחיר המוגן, ובמוגדים שבמהלך היה קיימ מגן רחב של מותגים ואפשרות של מותגים פרטיים מודלים - כגון, ספקט, בורגאל, כסומת וביצים - נחרר המוצר הזהי ביוטר על המדף. ככל, רשותות המזון הארגני מטבחות על ת מהיל לקוקות קבוע, כמו גם כל הרשותות הצהירו בפינט ש- 80% יותר מכירחותן מטבחות על ידי חברי מועדון, שנחנים מהנחה

של כ-5%. כדי לאפשר השוואה הוגנת בין הרשותות, המתיירים המוצגים בכתביה נאוסף
ללא הנחות הימיננות לחברי מועצהן.