

בעניין:

1. ארתור פרנק ת.ג. 017532995
  2. אסף קרקו ת.ג. 025648809
- על-ידי ב"ב עוה"ד עוגד שטרן, אסף רנצלר ופרח רוטלר  
ממשרד ש. הורוביץ ושות', עו"ד  
שדרות רוטשילד 45-41, תל-אביב 65202  
טל: 03-5670666, פקס: 03-5660974

המבקשים

- נגד -

1. אולסייל.קום בע"מ ח.פ. 512799727  
רחוב נתיבות 3, מחלף הסירה, הרצליה 46103
2. נענע 10 בע"מ ח.פ. 513910869
3. נטוויזן בע"מ ח.צ. 511930190  
מרכז אומגה, מרכז תעשיות מדע, חיפה 31905
4. סמייל מדיה בע"מ ח.פ. 512833195  
רחוב אלכסנדר ינאי 1, פתח-תקווה 49277
5. וואלה שופמיינד בע"מ ח.פ. 512896739  
רחוב שנקר 11, הרצליה 46725
6. גט איט בע"מ ח.פ. 512885369  
דרך בן גוריון 30, רמת-גן 52573
7. היולט-פקרד (ישראל) בע"מ ח.פ. 511009342  
רחוב דפנה 9, רעננה 43662
8. אמפא מוצרי צריכה בע"מ ח.פ. 513094060  
רחוב גיבורי ישראל 10, נתניה 42504
9. אלקטרו ויסטה בע"מ ח.פ. 510459092  
רחוב הסיבים 19, פתח-תקווה 49517
10. קריסטל מכונות ומוצרי חשמל בע"מ ח.פ. 520033937  
רחוב הסיבים 19, פתח-תקווה 49517
11. בי.אס.אייצ' מכשירים ביתיים בע"מ ח.פ. 513102178  
רחוב נח מוזס 13, תל-אביב 67442
12. ברימאג דיגיטל אייג' בע"מ ח.צ. 511786378
13. דיגיטל אייג' בע"מ ח.פ. 512381641  
רחוב השקמה 19, אזור 58001
14. שאוב לורנץ בע"מ ח.פ. 512946120  
רחוב המשביר 20 חולון 58857
15. ישפאר מוצרי צריכה בע"מ ח.פ. 513777813  
רחוב ספיר 7, הרצליה 46852

16. און ליין סחר ושיווק (אור) בע"מ ח.פ. 511671745
17. און ליין סחר ושיווק (פ"ת) מילניום בע"מ ח.פ. 510715964  
רחוב המגשימים 3, פנת-תקווה 49348
18. קנט לי (1997) בע"מ ח.פ. 512476268
19. לי ונט בע"מ (בפירוק) ח.פ. 511778490  
רחוב סחרוב 12, ראשון לציון 75707
20. טלראן תקשורת (1986) בע"מ ח.פ. 511133142  
רחוב הסדן 10, חולון 58815
21. י.ג. סלפטור (1983) בע"מ ח.פ. 511008807  
רחוב נירים 3, תל-אביב 67015
22. אלודו בע"מ ח.פ. 511453839  
רחוב הנציב 32, תל-אביב 67015
23. אס.די.קיי סחר בע"מ ח.פ. 511307852  
רחוב אלנבי 36, תל-אביב 63325
24. 4 אייצ' סחר בינלאומי ישיר בע"מ ח.פ. 512128224
25. אייצ' אנד אייצ' תקשורת בע"מ ח.פ. 513231563
26. פוטו סטודיו ניסים בע"מ ח.פ. 511551715  
רחוב קרית המדע 4, הר החוצבים, ירושלים 97776
27. ח.י. אלקטרוניקה ורכיבים בע"מ ח.פ. 511119778
28. ח.י. מחשבים בע"מ ח.פ. 512202920  
רחוב התע"ש 14, כפר-סבא 44425
29. טרקלין חשמל בע"מ ח.פ. 510598857  
רחוב הנביאים 25, חיפה 33104
30. אנרגיים בע"מ ח.פ. 511220519  
רחוב נתיבות 3, הרצליה 46103
31. וואלה טורס בע"מ ח.פ. 513845461  
רחוב מנרת המאור 8, תל-אביב 67448
32. דיזינהויז יוניתורס תיירות 1975 בע"מ ח.פ. 510722937  
רחוב המלאכה 3, תל-אביב 67215
33. תגה מגם בע"מ ח.פ. 520034166  
קרית עתידים, ת.ד. 58122, תל-אביב 61580
34. י.שלום בע"מ ח.פ. 511460214  
רחוב צלנוב 19, תל-אביב 66048
35. א.ב.סקאי סחר בינ"ל בע"מ ח.פ. 513509026  
רחוב סחרוב 5, ראשון-לציון 75707
36. ט.ב. דסל שיווק בע"מ ח.פ. 512092065  
רחוב זיבוטינסקי 103, רמת-גן 52553
37. א.טל-דן בע"מ ח.פ. 511533309

רחוב תלל 3, חיפה 33073

38. א.א. סופר החזקות בע"מ ח.פ. 512685561
39. סופר אבי בע"מ ח.פ. 511314288  
רחוב אלנבי 122, תל-אביב 65818
40. איקס מרקט בע"מ ח.פ. 513458539  
רחוב דרואנוב 5, תל-אביב 63143 (אצל שמואל זיואיט)  
/או אזור התעשייה ברקן 12, ברקן 44820
41. ויטוריו דיזואני בע"מ ח.פ. 513766386  
מ.ל.ט. א.ת. דרומי 5214, נתניה 60950 (מול תחנת רכבת בית יהושע)
42. ש.מ.א.ר. יו.א.ס.אקספורט גרופ (מזה"ת) בע"מ ח.פ. 512810367  
רחוב קויפמן 2, תל-אביב 68012
43. ל.ש.פיוצר שיווק והפצה בע"מ ח.פ. 513271908  
רחוב האלון 2, יבנה 81543
44. מוצרי חשמל חצי חינם בע"מ ח.פ. 513768093  
רחוב האורגים 16, אשדוד 77609
45. מריונט אלקטרוניקה בע"מ ח.פ. 512656380  
רחוב וולפסון 59, תל-אביב 66042
46. סיטי ספורט בע"מ ח.פ. 511234239  
רחוב האשלג 22, חיפה 32951
47. סנדין אלקטריק בע"מ ח.פ. 511357576  
רחוב ידידיה פרנקל 75, תל-אביב 66049
48. פינארט בע"מ ח.פ. 512665670  
רחוב תשמונאים 88, תל-אביב 67133
49. פרוסמן אלקטרוניקה (1990) בע"מ ח.פ. 511440307  
רחוב שטנר 3, גבעת שמואל, ירושלים 91340
50. יחיאל שזר בע"מ ח.פ. 510588056  
שדרות ההסתדרות 182, חיפה 32960
51. גולן ווסט ליין בע"מ ח.פ. 511541252  
רחוב אימבר 7, פתח-תקווה 49001
52. שריג אלקטריק בע"מ ח.פ. 511447013  
אזור תעשייה נשר, ת.ד. 841, רמלה 72107
53. א.א. מבט בע"מ ח.פ. 513672527  
רחוב אודם 6, פתח-תקווה 49170
54. יניד מערכות בע"מ ח.פ. 511732893  
רחוב דוד נבון 39, מגשימים 56910
55. סיגו רהיטים בע"מ ח.פ. 513436808  
רחוב יד חרוצים 20, ירושלים 93420
56. סלון קזז בע"מ ח.פ. 511904302

רחוב הגליל 20, טבריה 14200

57. יחיאל אסולין ת.ז. 022661813

58. רהיטי אור

59. רהיטי אור עיצובים

רחוב העופרת 6, א.ת. אשדוד 77605

60. סי.אנד.אם – אי.בי.אס בע"מ ח.פ. 513355818

דיזינגוף סנטר, בניין צפוני קומה 2, תל-אביב

61. ניופאן בע"מ ח.פ. 511133696

62. אלמור אודיו בע"מ ח.פ. 513317396

63. ניופאן לייף בע"מ ח.פ. 510144645

64. מייטק אירופה בע"מ ח.פ. 513757229

רחוב רוזינסקי 14, ראשון לציון 75706

65. המלך דוד תעשיות מזרנים בע"מ ח.פ. 512052960

רחוב האצ"ל 39, ראשון לציון 75706

66. קסטל בורוכוב בע"מ (בפירוק) ח.פ. 511258279

אצל: מפרק החברה, מר רושיל בורוכוב

מרחוב הגפן 91, נווה ימין 44920

67. מיכאל קסלסי ת.ז. 057991234

68. לין סנטר

69. לין סנטר סחר

70. חיבורים מוצרים שאוהבים

ת.ד. 87, בית דגן 50250

#### המשיבות

### בקשה לאישור תובענה ייצוגית

המבקשים מתכבדים להגיש לבית המשפט הנכבד בקשה לעשות שימוש בסמכותנו לפי חוק תובענות ייצוגיות, תשס"ו-2006 ולאשר את התובענה, המוגשת בד בבד עם בקשה זו, כתובענה ייצוגית.

לבקשה זו מצורף כרך נספחים. כל הנספחים המצורפים לבקשה מהווים חלק בלתי נפרד הימנה.

#### א. פתח דבר

1. עניינה של התובענה – והבקשה לאשרה כיייצוגית – הינו במעשי רמאות והטעייה חמורים, המבוצעים באתרי מכירות פומביות באינטרנט. עסקינן בחמשת האתרים הגדולים והמובילים במדינת ישראל, המרכזים בידם למעלה מ-85% מכלל הסחר האלקטרוני במדינה, ומכאן גם החומרה הרבה שיש ליחס למעשים אלו.

הענתק החלק הרלוונטי מהדו"ח התקופתי לשנת 2006 של המשיבה מס' 3, בו היא מעריכה את נתח השוק של המשיבות 1-5 ב-85%, מצורף כנספח "א" לבקשה ומהווה חלק בלתי נפרד הימנה.

2. בשקדנות ובמאמץ מרובים הצליחו המבקשים לאסוף ראיות, המוליכות למסקנה הגיונית אחת ויחידה: המשיבות נוקטות בדרכי רמייה פסולות, על-מנת להעלות באופן מלאכותי את מחירי הזכייה במוצרים המוצעים למכירה במכירות הפומביות באינטרנט, ועל-מנת למנוע ממשותתפים במכירות הפומביות זכייה כדין במוצרים, במחירים שנחשבים על-ידן ל"נמוכים מידי". **הדבר נעשה באמצעות הפעלת משותתפים פיקטיביים, המגישים הצעות פיקטיביות במכירות הפומביות.**
3. הלקוחות המשותתפים במכירות הפומביות (והמבקשים בתוכם) מניחים, כי לא קיימת בהן התערבות בלתי הוגנת מצד האתרים המנהלים אותן ו/או מצד הספקים המציעים למכירה את מרכולתם במסגרתן. המשותתפים במכירות הפומביות מניחים, וזכאים להנית, כי כל המשותתפים במכירה, אשר מציעים הצעות לרכישת המוצר, הינם משותתפים אמיתיים, אשר אכן מעוניינים ברכישתו; כל כל הצעה שמוצעת במכירה הפומבית אכן משקפת את רצונו הכן של משותתף אמיתי לרכוש את המוצר במחיר שהוצע על-ידו; וכי מחיר הזכייה וזכות הזוכה נקבעים על-ידי משותתפים (אמיתיים) במכירה הפומבית, בדרך של תחרות בין הצעות (אמיתיות), כך שההצעה (האמיתית) הגבוהה ביותר זוכה.
4. דא עקא, כפי שעולה בבירור מהנתונים אשר נאספו על-ידי המבקשים, במכירות הפומביות המתנהלות באתרי האינטרנט המופעלים על-ידי המשיבות 1-6 מוגשות הצעות פיקטיביות לרכישת מוצרים, על-ידי משותתפים פיקטיביים, המופעלים על-ידי המשיבות או מי מהן. מטרת ההצעות הפיקטיביות הינה להעלות באורת מלאכותי ובלתי חוקי את מחירי הזכייה במוצרים, ולמנוע זכיית משותתפים במוצרים, במחירים שנחשבים על-ידי המשיבות ל"נמוכים מידי".
5. המשיבות הטעו, ביודעין, את ציבור המשותתפים במכירות הפומביות, באופן חמור ובוטה, כאשר הציגו בפניהם מצג שווא, כאילו המכירה הפומבית הינה זירת התמחרות כשרה, הוגנת ואמינה. האמת, מתברר, הינה אחרת לחלוטין: **המשיבות מתערבות במכירות, מציעות הצעות פיקטיביות מטעמן ומעלות באופן מלאכותי ופסול את מחירי הזכייה במוצרים הנמכרים בהן.** בעשותן כן, פוגעות המשיבות אנושות בכללים הבסיסיים ביותר של מסחר הוגן.
6. אין ספק, שמעשי המשיבות מסבים נזק רב לציבור המשותתפים במכירות הפומביות. הגשת הצעה פיקטיבית, במטרה להעלות את מחיר המוצר המוצע למכירה, מונעת, למעשה, את רכישתו בתנאי שוק הוגנים, ומסבה למשותתפים במכירה הפומבית נזק של ממש. המשותתף (האמיתי) שזכה במוצר נאלץ לשלם עבורו מחיר גבוה מהמחיר אותו היה זכאי לשלם, אלמלא התערבותו של המשותתף הפיקטיבי. במקרים אחרים, המשותתף הפיקטיבי הוא אשר "זוכה" במוצר, ובכך מונע ממשותתף אמיתי לזכות במוצר (במחיר נמוך יותר, כמובן). בנוסף, כל ציבור המשותתפים במכירות הפומביות נפגע בכך שהוא מכלה את זמנו בהשתתפות במכירות פומביות המנוהלות בדרכי רמייה, מבלי שהוא יודע שיש מי שדואג "לסדר" אותו.
7. אין צורך להרחיב במילים אודות טובת ההנאה שמפיקים הספקים, המציעים את מרכולתם למכירה במסגרת המכירות הפומביות, ממעשי המרמה הללו. בין היתר, התערבותם במכירות הפומביות מעלה את מחירי המוצרים הנמכרים במסגרתן ומונעת מכירה במחירים שנחשבים בעיניהם ל"נמוכים מידי".
8. כמובן שגם האתרים נהנים ממעשי המרמה הללו. אלמלא השימוש במשותתפים פיקטיביים, מחירי הזכייה במוצרים היו נמוכים יותר, כך שמכשיר המכירה הפומבית המוצע והמנוהל על-ידי אותם

משתמשים שונים. אין להניח, שבאתר פי1000 ישנם הרבה משתמשים הנושאים את השם הפרטי "אסתר", ושם המשפחה של כולם מתחיל באות "ז".

כך גם בנוגע למשתמש ששמו המוצג הינו "ש,הראל". באותה תקופה של חודשיים, במהלכם זכה "ש,הראל" ב- 23 מוצרים, היו באתר פי1000 29 זכיות של משתמשים הנושאים את השם הפרטי "הראל". 23 מהזכיות היו של "ש,הראל" והיתר של ארבעה זוכים אחרים. נוכח נתונים אלו, בלתי סביר בעליל להניח, ש- 23 זכותיו של "ש,הראל" הן זכיות של הרבה משתמשים שונים. אין להניח, שבאתר פי1000 ישנם הרבה משתמשים הנושאים את השם הפרטי "הראל", ושכלום שם משפחה המתחיל באות "ש".

89. קיימת דרך נוספת לאיתורם של המשתתפים הפיקטיביים במכירות הנערכות באתר פי1000. בחלק גדול מהמכירות הנערכות באתר פי1000 (כמו גם באתרים אחרים) מוגשות הצעות מחיר באמצעות שיטת ה-Auto Bid (סוכן אוטומטי). סוכן אוטומטי הינו כלי להגשת הצעות מחיר לרכישה במכירות פומביות באופן אוטומטי, מבלי שיהיה צורך להקלידן למחשב בזמן אמת. בשיטה זו, המשתמש קובע מראש את המחיר המקסימלי אותו הוא מוכן לשלם עבור המוצר, והמערכת מתחילה, חמש דקות לפני מועד סיום המכירה, להגיש עבור המשתתף הצעות עד למחיר המקסימלי שבחר. באתר פי1000, כאשר המערכת מתחילה להגיש הצעות עבור המשתתף, המועד אשר נרשם כמועד הגשת ההצעה איננו המועד בו המערכת הגישה בפועל עבור המשתתף את ההצעה, אלא המועד בו המשתתף הפעיל את הסוכן האוטומטי, היינו, המועד בו המשתמש הקליד את המחיר המקסימלי שהוא מוכן לשלם עבור המוצר. בנסיבות אלה, ניתן לזהות על נקלה, באמצעות עיון במועדי הגשת הצעות המחיר של המשתתפים במכירות, את ההצעות שהוגשו על-ידי הסוכן האוטומטי (שאינו המועד הנרשם כמועד הגשת הצעות המחיר אינו המועד בו הוגשה ההצעה בפועל על-ידי המערכת, אלא מועד מוקדם יותר), וכן ניתן לדעת מתי המשתמש הפעיל את הסוכן האוטומטי.

90. מהראיות אשר נאספו על-ידי המבקשים עולה, כי קיימים מקרים רבים בהם מספר סוכנים אוטומטיים הופעלו באתר פי1000 בסמיכות זמנים, לצורך השתתפות במספר מכירות פומביות. כך למשל, תוך ארבע דקות במהלך יום 25.3.2007 הופעלו חמישה סוכנים אוטומטיים, כולם למכירות של הספק אס.די.קיי סחר בע"מ. הסוכן הראשון הוכנס בשעה 14:47:19, השני בשעה 14:48:14, השלישי בשעה 14:49:20, הרביעי בשעה 14:50:23 והחמישי בשעה 14:51:12.

91. כדוגמא נוספת נציג את הרצף הבא: תוך שמונה דקות במהלך יום 12.12.2006 הופעלו שישה סוכנים אוטומטיים, כולם למכירות של הספק ברימאג דיגיטל אייג' בע"מ. הסוכן הראשון הוכנס בשעה 9:45:10, השני בשעה 9:48:32, השלישי בשעה 9:49:19, הרביעי בשעה 9:50:19, החמישי בשעה 9:52:05 והשישי בשעה 9:52:55.

92. יוער, כי מלבד שני הרצפים שאוזכרו לעיל קיימים רצפים רבים נוספים במכירות של הספקים אס.די.קיי סחר בע"מ וברימאג דיגיטל אייג' בע"מ. כן קיימים רצפים דומים במכירות פומביות של ספקים אחרים.

93. רצף ההפעלה של הסוכנים האוטומטיים, תוך זמן קצר, ולצורך השתתפות במכירות של אותו ספק, מוכיח אף הוא שמדובר בהפעלה של משתתפים פיקטיביים. מהדוגמא שהוצגה לעיל עולה המסקנה,

- אתרים, ושעליו פרנסתם, היה נהפך לפחות כדאי עבור הספקים, והללו היו מוכנים, על כן, לשלם לאתרים עמלות נמוכות יותר בעד שירותיהם.
9. במעשיהם אלו מתעשרים האתרים והספקים, שלא כדין, על חשבון ציבור המשתתפים במכירות הפומביות.
10. כפי שיוכח בבקשה זו להלן, המשיבות או מי מהן היו מודעות היטב לכך שמעשיהן הינם בלתי כשרים. לפיכך, ניסו להסוותם בדרכים שונות, במטרה להקשות על גילוי מעשי התרמית. למרבה המזל, לא כל ניסיונות ההסוואה צלחו, ומעשי המרמה אותרו בחלקם על-ידי המבקשים.
11. חשוב להדגיש: העניין המועלה בבקשה דנן הינו בגדר **תופעה נרחבת ביותר**. מעשי המרמה וההטעיה המבוצעים על-ידי המשיבות הינם **בהיקף כמותי וכספי עצום**. מהנתונים שנאספו על-ידי המבקשים עולה, כי בחלק בלתי מבוטל מכלל המכירות הפומביות המנוהלות באתרי המשיבות 1-6 נעשה שימוש בהצעות פיקטיביות. על בסיס הראיות שנאספו על-ידי המבקשים ניתן לומר בפסקנות, **שחלק ניכר מהספקים המציעים למכירה את מרכולתם במכירות הפומביות הנערכות באתרי המשיבות 1-6 נהנים משימוש בהצעות פיקטיביות, וכי מידי חודש נערכות אלפי מכירות פומביות שדבק בהן אותו פסול**.
- מובן, כי רק לאחר חשיפת מלוא הנתונים הרלוונטיים על-ידי המשיבות ניתן יהיה להיווכח בהיקפה המלא של תרמית ענק זו, הנמשכת זה שנים.
12. במקביל להגשת בקשה זו מוגשת בקשה למתן צו מניעה זמני, האוסר על האתרים לשנות ו/או למחוק ו/או לעשות כל דיספרופורציה בנתוני המכירות הפומביות האגורים אצלם או אצל מי מטעמם, וזאת על-מנת שניתן יהיה לגלות את היקפה המלא של התרמית, לאתר את כלל הניזוקים כתוצאה ממעשי המשיבות ולחשב את גובה הנזק שנגרם לכל אחד מחברי הקבוצה שייצוגה מתבקש.
- על כל פנים, וללא שום קשר להליך הבקשה למתן צו מניעה זמני ולתוצאותיו, כל המשיבות לבקשה זו מוזהרות להקפיד לשמור על שלמות המידע המצוי בידיהן, בכל הנוגע לעניין המועלה בבקשה ובתובענה. האיסור האזרחי והפלילי על השמדת מסמכים ומידע שעשויים להוות ראיה בהליך דנן בוודאי מוכר להם.
13. טיעוניהם של המבקשים במסגרת בקשה זו יובאו בהתאם לראשי הפרקים הבאים:
- 13.1. **בפרק ב'** נציג את הצדדים לבקשה.
- 13.2. **בפרק ג'** תוצג התשתית העובדתית העומדת בבסיס הבקשה. בתחילה, יוצגו מאפייני שיטת המכירה המיוחדת המכונה "מכירה פומבית". לאחר מכן, יפורטו הממצאים העולים מהראיות אשר נאספו על-ידי המבקשים, ובעיקר – הממצאים המעידים על התערבותם של משתתפים פיקטיביים, המופעלים על-ידי המשיבות או מי מהן, במכירות הפומביות הנערכות באתרי המשיבות 1-6.
- 13.3. **בפרק ד'** יוצגו ביתר הרחבה מקצת הראיות המלמדות על קיומם של משתתפים פיקטיביים במכירות הפומביות הנערכות בכל אחד מהאתרים המופעלים על-ידי המשיבות 1-6.

- 13.4. **בפרק ה'** יוצגו ביתר הרחבה מקצת הראיות המלמדות על קיומם של משתתפים פיקטיביים במכירות הפומביות בהן מוצעים למכירה מוצרים של כל אחד מהספקים המשיבות 70-7.
- 13.5. **בפרק ו'** יוצגו עילות התביעה כנגד המשיבות.
- 13.6. **בפרק ז'** יוצגו הניזוקים, הזכאים והסעדים להם זכאים חברי הקבוצה שייצוגה מתבקש.
- 13.7. **בפרק ח'** נראה, כי בענייננו מתקיימים כל התנאים הקבועים בחוק תובענות ייצוגיות לאישור התובענה הייצוגית דנן. תחילה תוגדר הקבוצה שייצוגה מתבקש. לאחר מכן נראה, כי קיימת שאלות עובדתיות ומשפטיות המשותפות לכלל חברי הקבוצה וכי תובענה ייצוגית הינה הדרך היעילה וההוגנת להכרעה במחלוקת שהתובענה מעוררת. עוד נראה, כי קיימים סיכויים גבוהים לזכייה בתובענה, וכי קיים יסוד סביר להניח שעניינם של חברי הקבוצה ייוצג וינהל בדרך הולמת ובתום לב. לבסוף יתואר ההיקף המוערך של התובענה הייצוגית.

## ב. הצדדים לבקשה

14. המבקש 1, מר ארתור פרנק, בעל תואר ראשון במדעי החברה עם התמחות במדעי המחשב ומערכות מידע, הינו בעל ניסיון של כשבע שנים בפיתוח תוכנה, מערכות מידע ואינטרנט בחברות תוכנה שונות. המבקש 2, מר אסף קרקו, בעל תואר ראשון בכלכלה ובמדעי המחשב, הינו בעל ניסיון של כשבע שנים בפיתוח תוכנה בחברות תוכנה שונות. לשני המבקשים הבנה טובה של תחום מערכות המידע.
15. המבקשים הינם צרכנים המשתתפים, מזה שנים, במכירות פומביות הנערכות באתרי המשיבות 6-1, כמו גם באתרים נוספים, בהן מוצעים למכירה מוצריהם של הספקים, המשיבות 70-7, ושל ספקים נוספים. המבקשים הינם בגדר "לקוחות", כמשמעות המונח בפריט הראשון לתוספת השנייה לחוק תובענות ייצוגיות.
16. המשיבה מס' 1, אולסייל.קום בע"מ, מפעילה את אתר האינטרנט המצוי בכתובת [www.olsale.co.il](http://www.olsale.co.il) (להלן – "אולסייל"), במסגרתו נערכות מכירות פומביות בהן נמכרים מוצרים שונים.
17. המשיבה מס' 2, נענע 10 בע"מ, מפעילה כיום, והמשיבה מס' 3, נטוויזן בע"מ, הפעילה עד לאחרונה, את אתר האינטרנט המצוי בכתובת [www.nanashops.co.il](http://www.nanashops.co.il) (ובזמנים הרלוונטיים לתובענה גם את האתר המצוי בכתובת [www.netaction.co.il](http://www.netaction.co.il)) (להלן, ביחד – "נענעשופס"), במסגרתם נערכו ונערכות מכירות פומביות בהן נמכרים מוצרים שונים.
18. המשיבה מס' 4, סמייל מדיה בע"מ, מפעילה את אתר האינטרנט המצוי בכתובת [www.p1000.co.il](http://www.p1000.co.il) (להלן – "פי1000"), במסגרתו נערכות מכירות פומביות בהן נמכרים מוצרים שונים.
19. המשיבה מס' 5, וואלה שופמינד בע"מ, מפעילה את אתר האינטרנט המצוי בכתובת [www.walashops.co.il](http://www.walashops.co.il) (להלן – "וואלהשופס"), במסגרתו נערכות מכירות פומביות בהן נמכרים מוצרים שונים.



20. המשיבה מסי' 6, גט איט בע"מ, מפעילה את אתר האינטרנט המצוי בכתובת [www.getit.co.il](http://www.getit.co.il) (להלן – "גטאיט"), במסגרתו נערכות מכירות פומביות בהן נמכרים מוצרים שונים. יצוין, כי לאתרונה חדלה המשיבה מסי' 6 לערוך מכירות פומביות באותה.
21. כל אחת מהמשיבות 1-6 מפעילה אתרי אינטרנט נוספים, המצויים בכתובות אחרות, לעיתים על בסיס הסכמי שיתוף פעולה עם אתרי אינטרנט אחרים. התובענה והבקשה דגן מתייחסות גם לאתרים אלו. כדוגמא בלבד, ומבלי למצות, נציין כי המשיבות 2-3 מפעילות גם את האתרים הנמצאים בכתובות [www.glatshops.co.il](http://www.glatshops.co.il), [www.azgshops.co.il](http://www.azgshops.co.il), [www.argshops.co.il](http://www.argshops.co.il), [www.hazira-globes.co.il](http://www.hazira-globes.co.il), [www.shops.hevre.co.il](http://www.shops.hevre.co.il) ובערוץ 333 בטלוויזיה בכבלים, כי המשיבה מסי' 4 מפעילה גם את האתרים הנמצאים בכתובות [www.msnshops.co.il](http://www.msnshops.co.il) ובכתובת [www.nety.co.il](http://www.nety.co.il), וכי המשיבה מסי' 31 מפעילה גם את האתר הנמצא בכתובת [www.wallatours.co.il](http://www.wallatours.co.il), שהינו, באופן מעשי, חלק מהאתר המופעל על-ידי המשיבה 5 (שהינה חברת האם של המשיבה 31).
22. המשיבות 1-6 ואתרי האינטרנט שהן מפעילות יקראו להלן גם – "האתרים".
23. המשיבות 7-70 הינן משווקות מוצרים שונים, והן מכרו ו/או מוכרות את מרכולתן באמצעות מכירות פומביות הנערכות באתרים, כהגדרתם לעיל, וכן באתרי אינטרנט נוספים בהן נערכות מכירות פומביות (להלן – "הספקים").
24. המשיבות כולן מוכרות נכס או נותנות שירות דרך עיסוק, ועל כן כל אחת מהן הינה בגדר "עוסק", כהגדרת המונח בחוק הגנת הצרכן, תשמ"א-1981.

## ג. התשתית העובדתית העומדת בבסיס התובענה

### ג(1) מכירות פומביות – כללי

25. ענף המכירות הפומביות המקוונות ברשת האינטרנט הינו, מטבע הדברים, ענף כלכלי צעיר באופן יחסי, אשר גדל וצומח באורח ניכר ככל שחולף הזמן.
26. מכירה פומבית מקוונת איננה שונה בהרבה ממכירה פומבית מסורתית, המתנהלת מחוץ לרשת האינטרנט. מכירה פומבית המתנהלת באתר אינטרנט הינה למעשה זירת מסחר אלקטרונית, בה מוצר או שירות מסוים מוצע למכירה על-ידי ספק. אתר האינטרנט הוא זה אשר מארגן, מנהל ומפעיל את המכירה הפומבית. זמן הפתיחה וזמן הסגירה של המכירה הפומבית מוגדרים ומפורסמים מראש. המשתתפים המעוניינים לרכוש את המוצר או השירות המסוים נכנסים לזירה ומגישים הצעות מחיר לרכישתו. בסיום המכירה, בעל הצעת המחיר הגבוהה ביותר מוכרז כזוכה במוצר או בשירות. הסכום המשולם על-ידי הזוכה במכירה הפומבית מועבר לספק (ולעיתים האתר הוא גם הספק), ואילו אתר האינטרנט מקבל מהספק עמלה בעד שירותיו, הנקבעת בדרך כלל כאחוז מסכום העסקה.
27. מכירה פומבית בכלל, ומכירה פומבית באינטרנט בפרט, מושתתת על מספר עקרונות יסוד. החשוב שבהם הוא עקרון ההגינות הבסיסי, לפיו לא קיימת התערבות בלתי הוגנת במכירות הפומביות, מצד האתרים המנהלים אותן ו/או מצד הספקים המציעים למכירה את מרכולתם במסגרתן. מעקרון זה

מתבקש, שכל המשתתפים אשר מציעים הצעות לרכישת המוצר הינם משתתפים אמיתיים, אשר אכן מעוניינים ברכישתו תמורת המחיר שהציעו (להלן – "משתתף אמיתי" /או "משתמש אמיתי"); כי כל הצעה המוצעת במכירה הפומבית אכן משקפת את רצונו הכן של משתתף אמיתי לרכוש את המוצר במחיר שהוצע על-ידו, כך שמחיר הזכייה משקף נאמנה את הביקוש למוצר; וכי מחיר הזכייה וזהות הזוכה נקבעים על-ידי משתתפים (אמיתיים) במכירות הפומביות, בדרך של תחרות בין הצעות (אמיתיות), כך שהצעה (האמיתית) הגבוהה ביותר זוכה.

28. התנהלות המכירה הפומבית באופן הוגן ואמין, ללא כל התערבות פסולה מצד האתרים או הספקים, מהווה את אחד השיקולים המרכזיים אשר מניעים את הציבור להשתתף במכירות הפומביות. **על אחת כמה וכמה על עסקינן במכירה פומבית מקוונת**, שבה המשתתף אינו יכול לפגוש פנים אל פנים את המתחרים בו.

29. "מכירה פומבית" אשר אינה מבוססת על תחרות אמיתית בין משתמשים אמיתיים, כלל אינה יכולה להיקרא "מכירה פומבית".

30. האתרים, המודעים לכך שמדובר בשיקול מכריע מבחינתם של הלקוחות, מתהדרים בכך שהמכירות הפומביות המערכות אצלם מנוהלות באופן הוגן ואמין. רוב האתרים אף מצהירים במפורש, כי קיים איסור על גורמים בעלי אינטרס להשתתף במכירות הפומביות.

31. במרבית המקרים, התמחרות הוגנת במכירות פומביות באינטרנט תביא לכך שמחיר הזכייה במוצר יהיה אטרקטיבי. זאת מכיוון שהלקוחות הם אלו אשר קובעים את המחיר המקסימאלי שהם מוכנים לשלם עבור המוצר, ומטבע הדברים מחיר זה יהיה נמוך מהמחיר שבו הם יכולים להשיג את אותו מוצר במכירה רגילה.

## 2. השתתפות במכירה פומבית

32. ככלל, המעוניין להשתתף במכירה פומבית מקוונת ולהציע הצעה לרכישת מוצר, נדרש להירשם באתר המנהל את המכירה. זהו הליך חד פעמי, בסופו מוקצה ללקוח שם משתמש ייחודי וסיסמה, בעזרתם הוא יוכל לחזור ולבקר באתר ולהציע הצעות נוספות במכירות פומביות אחרות. שם המשתמש הינו תמיד בלעדי למשתמש ספציפי, כך שלא ייתכן כי שני משתתפים ישאו אותו שם משתמש (להלן – "שם משתמש").

33. בנוסף, הליך ההרשמה דורש מהלקוח להקליד מספר נתונים אישיים, כגון: שם פרטי, שם משפחה, מסי תעודת זהות, כתובת וכיו'. בהתאם לנתונים שהוקלדו, בוחר האתר את השם המוצג: זהו הכינוי של הלקוח אשר יוצג בפני המשתתפים האחרים במכירות הפומביות שבהן ישתתף אותו לקוח (להלן – "שם המוצג"). להלן פירוט בדבר השם המוצג, נכון למועד הגשת התובענה, בכל אחד מהאתרים:

33.1 באתר אולטייל: האות הראשונה של שמו הפרטי של המשתמש בצירוף עיר מגוריו.

33.2 באתר נענעשופס: שמו הפרטי של המשתמש בצירוף האות הראשונה של שם משפחתו.

33.3 באתר פי1000: האות הראשונה של שם המשפחה של המשתמש בצירוף שמו הפרטי.

33.4. באתר וואלהשופס: שם המשתמש.

33.5. באתר גטאיט: האות הראשונה של שמו הפרטי של המשתמש בצירוף האות הראשונה של שם משפחתו.

### ג(3). איסוף הראיות על-ידי המבקשים

34. המבקשים הינם לקוחות, אשר, מזה שנים, משתתפים במכירות פומביות הנערכות באתרי המשיבות 1-6 ובאתרים נוספים. בחלוף הזמן הבחינו המבקשים בתופעה שעוררה את חשדם: השניים הבחינו, כי אותם משתמשים (שזוהו על-ידם באמצעות השם המוצג) זוכים שוב ושוב באותם מוצרים. לפיכך התליטו המבקשים לאסוף בצורה שיטתית את נתוני המכירות הפומביות המתקיימות באתרים, ולבדוק האם יש ממש בחשדם.
35. כך אספו המבקשים, ביחס לכל מכירה ומכירה שנכחה על-ידם, נתונים רלוונטיים, כגון: המוצר המוצע למכירה, המתיר ההתחלתי שלו, מועד תחילת המכירה, מועד סיום המכירה, ההצעות המוגשות במהלך המכירה וכמובן – פרטי ההצעה הזוכה.
36. הנתונים האמורים נאספו על-ידי המבקשים באופן שיטתי, לאורך תקופות זמן שונות. מדובר באלפים רבים של פרטי מידע. מטבע הדברים, בבקשה זו יוצגו רק חלק קטן מאוד מהראיות שנאספו על-ידי המבקשים.
37. יובהר וינדגש: מדובר בנתונים המוצגים באתרים לעיני כל דיכפין. כל שעשו המבקשים הוא לאסוף אותם.

### ג(4). הממצאים: התערבות בלתי הוגנת במכירות הפומביות

38. ניתוח הראיות אשר נאספו על-ידי המבקשים אינו מותיר מקום לספק: בכל האתרים קיימת התערבות שיטתית בלתי הוגנת במכירות הפומביות. עיקרה מתבטא בשימוש במשתתפים פיקטיביים, לצורך "הקפצת" מחירים.
39. המסקנה, לפיה באתרים נעשה שימוש נרחב במשתתפים פיקטיביים, מבוססת על מספר אינדיקציות. בראש ובראשונה (אך לא רק) – על ניתוח רשימת הזוכים במכירות הפומביות המתקיימות בכל אתר. כך התברר, כי קיימים משתמשים רבים, אשר זוכים בכמות גדולה מאוד של מוצרים, חלקם זהים, במכירות פומביות של אותו ספק, ובתקופת זמן קצרה מאוד. כפי שעולה בבירור מהדוגמאות שיוצגו בבקשה זו, מדובר באוסף רב של ראיות נסיבתיות המובילות למסקנה הגיונית אחת ויחידה: מדובר במשתתפים פיקטיביים, שלא באמת רכשו את אותם מוצרים.
40. לשם המחשת הדברים תובא להלן דוגמא. משתמש ששמו המוצג הינו: "ד, כפר-סבא" ושם המשתמש שלו הינו david267, השתתף במכירות פומביות של הספק ויטוריו דיוואני בע"מ באתר אולטייל. משתמש זה זכה ב- 13 מערכות ישיבה, שש מערכות מזנון ושלושה חדרי שינה – כולם של המשיבה 41, חברת ויטוריו דיוואני בע"מ, והכל בתקופה של פחות מחודש אחד.

העתק פירוט הזכויות של המשתמש david267 באתר אולסייל בתקופה האמורה מצורף כנספח "ב" לבקשה ומהווה חלק בלתי נפרד הימנה.

41. נתונים אלו מעוררים, עוד על פניהם, חשד כבד, כי מדובר במשתתף פיקטיבי. קשת מאוד להניח, שלקוח אמיתי ירכוש כמות כה גדולה של מוצרים זהים, בתקופת זמן כה קצרה ומאותו ספק. וכי איזה צרכן זקוק ל- 13 מערכות ישיבה!

וכאשר בוחנים את רשימת כל יתר הזוכים במכירות הפומביות של אותו ספק, ויטוריו דיוואני בע"מ, שבה ומתגלה אותה תופעה של "זוכים סדרתיים", והחשד כבר הופך לעובדה. וכאשר מתברר שתופעה זו של "זוכים סדרתיים" קיימת גם אצל ספקים רבים נוספים המציעים למכירה את מרכולתם באותו אתר, העובדה הופכת לעובדה מוצקה, שקשה מאוד להתווכח עימה.

42. קיימות אינדיקציות נוספות לכך שאותם "זוכים סדרתיים" הינם משתתפים פיקטיביים. כך, לעיתים קיימת סדרתיות במבנה שם המשתמש של אותם זוכים סדרתיים. לדוגמא: במכירות של אותו ספק, ויטוריו דיוואני בע"מ, אותרו משתמשים רבים נוספים, אשר זכו בכמות גדולה של מוצרים של ספק זה, שמבנה שם המשתמש שלהם הינו שם פרטי בצירוף המספר 267. כך, ל- david267 שאוזכר לעיל ניתן לצרף, למשל, את haim267, אשר זכה במכירות של הספק ויטוריו דיוואני בע"מ שנערכו באולסייל ב- 21 מערכות ישיבה; yoni267 (שזכה ב- 14 מערכות ישיבה של ספק זה); tzach267 (שזכה ב- 11 מערכות ישיבה של ספק זה); shiri267 (שזכה ב- 11 מערכות ישיבה של ספק זה); rvka267 (שזכה ב- 13 מערכות ישיבה של ספק זה); ori267 (שזכה ב- 12 מערכות ישיבה של ספק זה); ועוד רבים אחרים. כל הרכישות הללו, נזכיר, בוצעו במהלך אותה תקופה של פחות מחודש אחד.

העתק פירוט הזכויות של המשתמשים האמורים באתר אולסייל בתקופה האמורה מצורף כנספח "ג" לבקשה ומהווה חלק בלתי נפרד הימנה.

43. אכן, הסדרתיות במבנה שם המשתמש של אותם זוכים סדרתיים אצל אותו ספק מהווה אינדיקציה נוספת לכך שמדובר במשתמשים לא אמיתיים, המופעלים על-ידי גורם, שלמרבית המזל אינו מגלה יצירתיות רבה בבחירת שמות המשתמש של המשתתפים הפיקטיביים שיצר.

44. אינדיקציה נוספת להיותם של אותם זוכים סדרתיים משתתפים פיקטיביים מצויה בעובדה, שלעיתים קרובות משתמשים אלו זוכים אך ורק במכירות של ספק ספציפי אחד. דהיינו, הם זוכים במכירות של ספק אחד בלבד, ואינם זוכים (קרוב לוודאי גם לא משתתפים) במכירות של ספקים אחרים המציעים מוצרים זהים או תחליפיים. נתון זה מחזק את המסקנה, שמדובר במשתתפים פיקטיביים, שכל ייעודם הינו להתערב במכירותיו של אותו ספק ספציפי. בהמשך יובאו מספר דוגמאות למקרים כאלה.

45. אינדיקציה נוספת להיותם של אותם זוכים סדרתיים משתתפים פיקטיביים מצויה בעובדה, שלעיתים משתתפים פיקטיביים אלו שינו את פרטיהם האישיים (שםם הפרטי או עיר המגורים שלהם) במועד מאוחר למועד רישומם באתר. שינוי הפרטים האישיים של משתתף במכירות הפומביות אינו דבר סביר או הגיוני. אנשים אמיתיים אינם משנים לעיתים קרובות את שמם הפרטי. הזעת מחייבת, שמשתתף המשנה את השם הפרטי שהוקלד על-ידו במסגרת הליך ההרשמה מעוניין להסתיר משהו. בענייננו, האינטרס של האתר או הספק העומד מאחורי המשתתף הפיקטיבי לשנות את פרטיו האישיים ברור:

שינוי הפרטים האישיים מוביל לשינוי השם המוצג. האתר או הספק העומד מאחורי המשתתף הפיקטיבי אינו מעוניין שאותו שם מוצג יופיע פעמים רבות מדי כזוכה במוצרים רבים, שכן הדבר עלול לעורר את חשדם של המשתתפים האמיתיים במכירות הפומביות (כפי שאכן עורר את חשדם של המבקשים). על כן הם פועלים לשינוי השם המוצג בפני המשתתפים האחרים, על-ידי שינוי פרטיהם האישיים של המשתתפים הפיקטיביים. **בדרך זו ניסו האתרים והספקים העומדים מאחורי המשתתפים הפיקטיביים להסוות את פעולות המרמה המבוצעות על-ידם.** למרבה המזל, המבקשים איתרו לפחות חלק ממעשי המרמה הללו, חרף ניסיונות ההסוואה. אכן, ניסיונות ההסוואה מעידים על כך שהאתר או הספק אשר הפעיל את המשתתפים הפיקטיביים **ידע היטב כי מעשיו בלתי חוקיים**, ובדרך זו ניסה להקשות על גילוי התרמית בה נקט. בהמשך יבאו מספר דוגמאות למקרים כאלה.

46. כל האינדיקציות שהוצגו לעיל מובילות למסקנת הגיונית אחת ויחידה: מדובר במשתתפים פיקטיביים, שהופעלו על-ידי האתרים ו/או הספקים, על-מנת "להקפיץ" באופן מלאכותי את מחירי הזכייה ולמנוע זכיית משתמשים אמיתיים במוצרים במחירים שנראו למשיבות יעמוכים מידיים. אין כל הסבר הגיוני אחר אשר יכול להסביר את הנתונים שהוצגו לעיל, ושיוצגו בהרחבה בפרקים הבאים.

47. דווקא: הנתונים המלאים בדבר זהותם של כל אלו שהוכרו כזוכים במכירות הפומביות הנערכות באתרים מצויים בידי המשיבות. במידה ולטענתן המשתמשים אשר יוגדרו להלן כמשתתפים פיקטיביים הינם משתתפים אמיתיים, אזי שיתכבדו ויצגו בפני בית המשפט הנכבד את הקבלות והחשבוניות המוכיחות שבעסקאות אמיתיות עסקינן, וכן יצהירו שקבלות וחשבוניות אלו לא בוטלו מאוחר יותר. אין למבקשים ספק, שהמשיבות אינן יכולות להוכיח באמצעות קבלות וחשבוניות, שמדובר בעסקאות אמיתיות של משתמשים אמיתיים.

48. יתירה מזו: המבקשים מצפים ומקווים, שרוב המשיבות לבקשה דגן יודו בכך שהפעילו משתתפים פיקטיביים. יש להניח ולקוות, שרוב המשיבות לא יעזו להסתבך במתן עדות שקר בפני בית המשפט הנכבד (אם לא בשל הגינותם של המצהירים ויראתם מפני כבודו של בית המשפט, אזי לפחות בשל החשש מחשיפת קלונם במהלך הקירתם הגדויות). ישנם סיכויים טובים, שהשאלה האם במכירות הפומביות שנערכו באתרים הופעלו משתתפים פיקטיביים לא תהיה שנויה במחלוקת בין המבקשים לבין רוב המשיבות.

#### **ג) 5. ממצא נוסף: הסתרת זהותם האמיתית של הספקים**

49. מהראיות אשר נאספו על-ידי המבקשים עלה נתון מדאיג נוסף. התברר, כי לעיתים שם הספק אשר מופיע בפרטי המכירה הפומבית כמי שמציע את המוצר למכירה, איננו באמת שמו האמיתי של הספק המספק את המוצר, אלא שם סתמי אחר, שאינו מלמד על זהותה האמיתית של האישיות המשפטית המוכרת את המוצר.

50. כך למשל, הספק ט.ב. דסל שיווק בע"מ (המשיבה 36), מציע את מוצריו למכירה תחת לפחות שלושה שמות שונים: דסל בע"מ, Top Price ואמריקאן. אדם הרוכש מוצר במכירה פומבית בה המוצר הוצע למכירה כביכול על-ידי חברת Top Price, אינו יודע כי כלל לא קיימת אישיות משפטית כזו, ואינו יודע כי מי שלאמיתו של דבר עומדת מאחורי המכירה הינה חברת ט.ב. דסל שיווק בע"מ.

51. כדוגמא נוספת לממצא האמור נפנה למכירות בהן נכתב, כי הספק המציע למכירה את המוצר הוא א.ס. בע"מ. דא עקא, עיון במרשם רשם החברות מעלה, שאין כלל חברה העונה לשם זה. מבירור שנערך על-ידי המבקשים עולה, כי מדובר בקבוצת חברות אליהם קשור מר אבי סופר. מכיוון שקיימות מספר חברות בקבוצת אבי סופר, לא ניתן לקבוע בוודאות מימי האישיות המשפטית אשר מציעה למכירה את המוצרים תחת השם א.ס. בע"מ.
52. דוגמא אחרת הינה מכירות פומביות בהן שם הספק הינו חברת Comp U Line. מבירור שנערך על-ידי המבקשים עולה, כי בפועל מי שעומדת מאחורי שם זה הינה חברת תגה מגם בע"מ, שהיא – ורק היא – האישיות המשפטית המוכרת את מרכולתה במסגרת אותן מכירות.
53. לעיתים, מספר הח.פ. של הספק המופיע בפרטי המכירה איננו שייך לחברה המוצגת כמי שמציעה למכירה את המוצר, אלא לחברה קשורה אחרת. במקרים אחרים התגלה, כי כלל לא קיימת חברה אשר עונה למספר הח.פ. הרשום בפרטי המכירה.
54. העתקי תדפיסים מאתרי המשיבות 1-6, המדגימים את האמור בפרק זה, מצורפים **נספח "ד"** לבקשה זו ומהווים חלק בלתי נפרד הימנה.
55. ברי, כי בכל אחת מסיטואציות אלו הלקוח איננו יכול לדעת מיחו הספק המציע למכירה את המוצר. בכך עברו המשיבות על האיסורים הקבועים בסעיפים 2(א), 4(ב), 14(א) ו- 14(ג) לחוק הגנת הצרכן, וביצעו כלפי חברי הקבוצה שייצוגה מתבקש עוולה אזרחית על-פי סעיף 31 לחוק הגנת הצרכן, וכן עוולה פלילית בנסיבות מחמירות, על-פי סעיפים 23 ו- 23א לחוק הגנת הצרכן.

#### **ד. פעולות המרמה וההטעיה – הדגמה בנוגע לכל אחד מהאתרים**

56. בפרק זה יוצגו ראיות מפרקי זמן שונים, אשר די בהן על-מנת להוכיח, כי במכירות הפומביות הנערכות בכל אחד ואחד מהאתרים קיימת התערבות של משתתפים פיקטיביים. מדובר בראיות נסיבתיות רבות, אשר בהצטרפותן מובילות למסקנת הגיונית אחת ויחידה: בכל אחד ואחד מהאתרים הנתבעים קיימת התערבות של משתתפים פיקטיביים במכירות הפומביות הנערכות בו.
57. כאמור, במידה והאתרים ירחיבו עוז לטעון שמדובר במשתתפים אמיתיים, אזי הם מוזמנים להציג קבלות וחשבוניות אשר יאששו טענה זו. הנתונים המלאים והאמיתיים מצויים בשליטתם, כך שהימנעותם מהצגתם תדבר בעד עצמה. יש להניח גם, שחלק מאותם משתתפים פיקטיביים הודיעו לאתרים על ביטול זכויותיהם, על-מנת להימנע מתשלום עמלה לאתר. גם נתונים אלו מצויים ברשותם של האתרים.
58. יודגש: מעבר לדוגמאות המועטות אשר יוצגו בפרק זה, קיימות בידי המבקשים ראיות רבות מאוד נוספות לקיומם של משתתפים פיקטיביים. רק חלקן הקטן יוצג בפרק זה ובפרק הבא.
59. עוד יודגש, כי שימוש במשתתפים פיקטיביים נעשה באתרי המשיבות 1-6 גם במכירות של ספקים אחרים מהמשיבות 70-7. על אף שבידי המבקשים ראיות המתייחסות גם לספקים נוספים, הם בוחרים

שלא לחשוף אותם, וזאת על-מנת שיוכלו לעקוב אחר אמיתות הנתונים אשר ימסרו על-ידי המשיבות I-6 במסגרת הליך אישור התובענה הייצוגית.

60. ריכוז הנתונים אשר יוצגו בפרק זה מובא גם בטבלה המצורפת **כנספת "אתרים"** לבקשה ומהווה חלק בלתי נפרד הימנה.

### ד(1). אולסייל

61. תראיות אשר נאספו על-ידי המבקשים אינן מותירות מקום לספק: במכירות הפומביות המתנהלות באתר אולסייל קיימת התערבות של משתתפים פיקטיביים. במכירות הנערכות באתר אולסייל קיימים משתמשים רבים, אשר כל אחד מהם זוכה בכמות גדולה של מוצרים זהים, מאותו ספק ובתקופת זמן קצרה ביותר. הנתונים הינם בלתי מתקבלים על הדעת בעליל, ומובילים למסקנה הגיונית אחת ויחידה: במכירות הפומביות המתנהלות באתר קיימת התערבות של משתתפים פיקטיביים. להלן יבאו מספר דוגמאות:

### 62. דוגמא ראשונה:

62.1. משתמש ששמו המוצג הינו "ז, באר-שבע" ושם המשתמש שלו הינו 99407, זכה בתקופה של פחות מחדש אחד ב- 46 מוצרים (38 מצלמות דיגיטליות, ארבע מצלמות וידאו וארבע מצלמות מקצועיות), כולם הוצעו למכירה על-ידי הספק 4 אייצ' סחר בינלאומי ישיר בע"מ (המשיבה 24). משתתף זה זכה אך ורק במכירות של ספק זה, ולא זכה במכירות פומביות של ספקים אחרים.

62.2. בנוסף למשתמש זה, קיימים משתמשים רבים נוספים, אשר נושאים אותו מבנה של שם משתמש, וזוכים אף הם בכמות גדולה מאוד של מוצרים זהים, כולם מאותו ספק (4 אייצ' סחר בינלאומי ישיר בע"מ), ואינם זוכים במכירות של ספקים אחרים. כך, למשל, משתמש אשר שמו המוצג הוא "ז, הרצליה" ושם המשתמש שלו הינו 99408, זכה בתקופה של פחות מחדש אחד ב- 35 מוצרים (25 מצלמות דיגיטליות, שמונה מצלמות וידאו ושתי מצלמות מקצועיות), כולם הוצעו למכירה על-ידי הספק 4 אייצ' סחר בינלאומי ישיר בע"מ. גם משתמש זה לא זכה במכירות של ספקים אחרים המוכרים באותה תקופה מוצרים זהים או תחליפיים.

62.3. כל אחד משני המשתמשים הללו, כשלעצמו, מעלה חשד כבד בדבר היותו משתתף פיקטיבי, שכן משתמש אמיתי לא ירכוש עשרות מצלמות דיגיטליות. משתמש אמיתי, במיוחד משתמש הזוכה בכמות כה גדולה של מצלמות, סביר להניח שיזכה גם במכירות של ספקי מצלמות דיגיטליות אחרים, ולא יזכה רק במכירות של ספק ספציפי אחד. צירוף הראיות הללו ביחס לכמות נכבדה של משתמשים מוביל למסקנה הגיונית אחת ויחידה: מדובר במשתתפים פיקטיביים.

62.4. מסקנה זו מתחזקת עוד יותר, לנוכח העובדה שקיימת סדרתיות ומבנה זהה בשמות המשתמשים של משתתפים נוספים אשר זכו בכמויות גדולות של מוצרים מספק זה (99407, 99408 שהוצגו לעיל ועוד רבים נוספים כגון: 99401, 99402, 99405 ו-99406).

העתק פירוט הזכויות של המשתמשים האמורים באתר אולטייל בתקופות האמורות מצורף  
**בנספח "ה" לבקשה ומהווה חלק בלתי נפרד הימנה.**

63. דוגמא שנייה:

63.1. משתמש ששמו המוצג הינו "ב, אבן שמואל" ושם המשתמש שלו הינו DR2023, זכה בתקופה של פחות מחודש אחד ב- 19 מוצרים (בכללם: שלושה מכשירי מאמן כושר אישי, שלושה מייבשי שיער ושלושה מעבדי מזון), כולם הוצעו למכירה על-ידי החברות בקבוצת און ליין סחר ושיווק: און ליין סחר ושיווק (אור) בע"מ ואון ליין סחר ושיווק (פ"ת) מילניום בע"מ (המשיבות 16 ו-17). משתמש זה זכה אך ורק במכירות של ספקים אלו, ולא זכה במכירות פומביות של ספקים אחרים.

63.2. כך גם משתמש ששמו המוצג הינו "ג, אביבים" ושם המשתמש שלו הינו DR2024, אשר זכה בתקופה של פחות מחודש אחד ב- 21 מוצרים (בכללם: שני מיחמים לשבת, שני מייבשי שיער, שתי מכונות תספורת, שלושה מסירי שיער, שני קולטי אדים ושתי תחנות מזג אוויר), כולם הוצעו למכירה על-ידי החברות בקבוצת און ליין סחר ושיווק. גם משתמש זה זכה אך ורק במכירות של הספק האמור.

63.3. בדומה, משתמש ששמו המוצג הינו "ר, אופקים" ושם המשתמש שלו הינו DR2025, זכה בתקופה של פחות מחודש אחד ב- 17 מוצרים (ובכללם: שני טוסטרים, שני מגהצים, שני מייבשי שיער ושני שואבי אבק), כולם הוצעו למכירה על-ידי החברות בקבוצת און ליין סחר ושיווק. גם משתמש זה זכה אך ורק במכירות של הספק האמור.

63.4. גם כאן, כל משתמש כזה, כשלעצמו, מעלה חשד כבד בדבר היותו משותף פיקטיבי, שכן משותף אמיתי לא ירכוש כמות כה גדולה של מוצרים, חלקם זהים, בתקופת זמן כה קצרה. בנוסף, סביר להניח שמשותף אמיתי הזוכה בכמות גדולה של מוצרים יזכה גם במכירות של ספקים אחרים, ולא יזכה אך ורק במכירות של ספק אחד. צירוף הראיות ביחס לכמות כה נכבדה של משתמשים מוביל למסקנה הגיונית אחד ויחידה: מדובר במשתתפים פיקטיביים.

63.5. מסקנה זו מתחזקת עוד יותר לנוכח העובדה, שגם כאן קיימת סדרתיות ומבנה זהה של שמות המשתתפים הפיקטיביים (DR2023, DR2024, DR2025 ועוד...).

העתק פירוט הזכויות של המשתמשים האמורים באתר אולטייל בתקופות האמורות מצורף  
**בנספח "ו" לבקשה ומהווה חלק בלתי נפרד הימנה.**

64. דוגמא שלישית:

64.1. משתמש ששם המשתמש שלו הינו konsik\_8 זכה בתקופה של פחות מחודש אחד ב- 17 מוצרים (בכללם: שמונה מיקרופונים אלחוטיים ושישה סטים של רמקולים מפוארים), כולם הוצעו למכירה על-ידי הספק א. טל-דן בע"מ (המשיבה 37). גם כאן, המשתמש זכה אך ורק במכירות של אותו ספק, ולא זכה במוצרים זהים או תחליפיים של ספקים אחרים.



64.2. לא יכול להיות ספק, שהנתונים אודות משתמש זה מעלים חשד כבד בדבר היותו משתתף פיקטיבי. חשד זה אך מתחזק לנוכח העובדה שמשתמש זה השתמש בלא פחות מ- 15 שמות מוצגים שונים (במסגרת 17 המכירות בהן זכה). לעיתים הציג עצמו כ: "ע, בנימינה", לעיתים כ: "י, שפרעם", "ע, תל-אביב-יפו", "יש, מעלה אדומים" ועוד ... . משתמש אמיתי אינו מחליף את שמו הפרטי או את עיר מגוריו, לא כל שכן מספר כה רב של פעמים. המסקנה ההגיונית היחידה הינה שמדובר במשתתף פיקטיבי, אשר פרטיו האישיים הבדויים הוחלפו, במטרה לשנות את שמו המוצג, ובכך לנסות להקשות על גילוי התרמית. אכן, הספק העומד מאחורי משתמש זה ידע כי פעולותיו אינן חוקיות ועל כן ניסה להסוותן.

העתק פירוט הזכויות של משתמש זה באתר אולסייל בתקופה האמורה מצורף כנספח "ז" לבקשה ומהווה חלק בלתי נפרד הימנה.

#### 65. דוגמא רביעית:

65.1. משתמש אשר שמו המוצג יו, בת-ים" ושם המשתמש שלו הינו vzva זכה בתקופה של פחות מחודש אחד ב- 16 מוצרים (מתוכם 15 מצלמות), כולם הוצעו למכירה על-ידי חברת אם.די.קיי סחר בע"מ (המשיבה 23). משתמש זה זכה אך ורק במכירות של ספק זה, ולא זכה במכירות של ספקים אחרים.

65.2. כך, גם משתמש ששמו המוצג הינו יז, רמת השרון" ושם המשתמש שלו הינו robert79 זכה בתקופה של פחות מחודש אחד בעשר מצלמות דיגיטליות, כולן הוצעו למכירה על-ידי חברת אם.די.קיי סחר בע"מ. גם משתמש זה לא זכה במכירות של ספקים אחרים.

65.3. מעבר לשני משתמשים אלו קיימים משתמשים נוספים, אשר אף הם זכו במספר רב של מצלמות מאותו ספק (אם.די.קיי סחר בע"מ), בתקופת זמן קצרה, וכל זאת כאשר הם זוכים אך ורק במכירות של ספק זה. צירוף ראיות אלו מוביל גם כאן למסקנה הגיונית אחת ויחידה: מדובר במשתתפים פיקטיביים.

העתק פירוט הזכויות של שני המשתמשים האמורים באתר אולסייל בתקופה האמורה מצורף כנספח "ח" לבקשה ומהווה חלק בלתי נפרד הימנה.

66. אנו מאמינים, שדי בדוגמאות המועטות אשר הוצגו לעיל, כדי להוכיח מעל לכל ספק, כי במכירות הפומביות הנערכות באתר אולסייל מוגשות הצעות פיקטיביות על-ידי משתתפים פיקטיביים.

#### ד(2). נענעשופס

67. הראיות אשר נאספו על-ידי המבקשים מלמדות, כי, בדומה לאתר אולסייל, גם במכירות הפומביות המתנהלות באתר נענעשופס קיימת, ללא ספק, התערבות של משתתפים פיקטיביים:

68. כאמור לעיל, באתר נענעשופס ייתכנו מצבים בהם קיימים מספר משתמשים בעלי אותו שם מוצג. אולם, גם תוך התחשבות בעובדה זו, הנתונים אשר יוצגו להלן ילמדו בבירור, כי גם באתר נענעשופס נעשה שימוש נרחב בהצעות פיקטיביות המוגשות על-ידי משתתפים פיקטיביים. גם במכירות הנערכות

באתר נענעשופס קיימים משתמשים רבים, אשר כל אחד מהם זוכה בכמות גדולה של מוצרים זהים, מאותו ספק ובתקופת זמן קצרה ביותר. הנתונים הינם בלתי מתקבלים על הדעת בעליל, ומובילים למסקנה הגיונית אחת ויחידה: במכירות הפומביות הנערכות באתר קיימת התערבות של משתתפים פיקטיביים. להלן יובאו מספר דוגמאות:

69. דוגמא ראשונה: משתמש ששמו המוצג הינו "אורך ש" זכה בתקופה של פחות מחודש אחד ב- 30 מצלמות, כולן הוצעו למכירה על-ידי הספק 4 אייצי סתר בינלאומי ישיר בע"מ (המשיבה 24).
70. דוגמא שנייה: משתמש ששמו המוצג הינו "אייל ה" זכה בתקופה של חמישה שבועות ב- 68 מוצרים (בכללם: 42 טלוויזיות, 11 מייבשי כביסה ושלושה תנורים), כולם הוצעו למכירה על-ידי חברות בקבוצת ניופאן (ניופאן בע"מ, ניופאן לייף בע"מ ואלמור אודיו בע"מ) (חמשיבות 61-64).
71. דוגמא שלישית: משתמש ששמו המוצג הינו "אמנון ס" זכה בתקופה של פחות מחודש ב- 30 מוצרים (בכללם: 17 טלוויזיות), כולם הוצעו למכירה על-ידי חברות בקבוצת ניופאן (ניופאן בע"מ, ניופאן לייף בע"מ ואלמור אודיו בע"מ), בעשרה מוצרים נוספים (בכללם: שישה מדיתי כלים ושלושה תנורים), כולם הוצעו למכירה על-ידי לי ונט בע"מ (בפירוק) בע"מ או קנט לי (1997) בע"מ (המשיבות 18-19), וב- 19 מוצרים נוספים אשר הוצעו למכירה על-ידי הספק טרקלין חשמל בע"מ (המשיבה 29).
72. דוגמא רביעית: משתמש ששמו המוצג הינו "לילך י" זכה בתקופה של כחודש וחצי ב- 15 מוצרים (בכללם: שבע מערכות ישיבה, ארבע כורסאות טלוויזיה ושלוש כורסאות שיאצו), כולם הוצעו למכירה על-ידי חברת ט.ב. דסל שיווק בע"מ (המשיבה 36). בנוסף, משתמש זה זכה אך ורק במכירות פומביות של הספק האמור, ולא זכה במוצרים תחליפיים של ספקים אחרים.
73. דוגמא חמישית: משתמש ששמו המוצג הינו "אלמוג פ" זכה בתקופה של כשבועיים וחצי בלבד בחמש טלוויזיות, כולן הוצעו למכירה על-ידי חברת א.א. מבט בע"מ (המשיבה 53). בנוסף, משתמש זה זכה אך ורק במכירות פומביות של הספק האמור, ולא זכה במוצרים תחליפיים של ספקים אחרים.
74. דוגמא שישית: משתמש ששמו המוצג הינו "יפת ש" זכה בתקופה של פחות מחודש בעשר מצלמות, כולן הוצעו למכירה על-ידי חברת אס.די.קיי סחר בע"מ (המשיבה 23). גם משתמש זה לא זכה במכירות פומביות של ספקים אחרים.
75. כאמור, אף אם נצא מנקודת הנחה שיכולים להיות מספר משתמשים בעלי אותו שם מוצג, עדיין כמות הזכיות הינה בלתי סבירה ומובילה למסקנה הגיונית אחת ויחידה: מדובר במשתתפים פיקטיביים. כדוגמא בלבד, ועל-מנת להיווכח בנכונות המסקנה האמורה, נבחן את המשתמש ששמו המוצג "אלמוג פ". כפי שעולה מהראיות שנאספו על-ידי המבקשים, בתקופת אותם שבועיים, בהם זכה "אלמוג פ" בחמש טלוויזיות, היה באתר נענעשופס רק זוכה אחד הנושא את השם הפרטי אלמוג, הוא "אלמוג פ". בלתי סביר בעליל להניח, שבאתר נענעשופס היו במהלך אותם שבועיים מספר משתמשים בעלי השם הפרטי (הבלתי נפוץ) "אלמוג", ושכולם נשאו שם משפחה המתחיל באות "פ". הדעת נותנת, כי מדובר במשתמש (פיקטיבי) אחד ויחיד, ולא במספר משתמשים שונים.

כך גם בנוגע למשתמש ששמו המוצג הינו "יפת ש". באותה תקופה של חודש ימים, במהלכם זכה "יפת ש" בעשר מצלמות, היו באתר נענעשופס 12 זכויות של משתמשים הנושאים את השם הפרטי "יפת". כאמור, עשר מתוך 12 הזכויות הן של המשתמש "יפת ש" והשתיים הנותרות הן של משתמש בשם "יפת ב". נוכח נתונים אלו, בלתי סביר בעליל להניח, שעשר זכויותיו של "יפת ש" הן זכויות של כמה משתמשים שונים. השם יפת איננו שם נפוץ, ועל כן בלתי סביר שבאתר נענעשופס היו באותה תקופה כמה אנשים שונים הנושאים את השם הפרטי "יפת", וששם המשפחה של כולם מתחיל באות "ש".

76. בנענעשופס קיימת גם תופעה נרחבת של עשיית שימוש באותו משתתף פיקטיבי במכירות פומביות של מספר ספקים, כפי שיודגם להלן:

77. דוגמא שביעית: משתמש ששמו המוצג "סרגיי ק" זכה בתקופה של שלושה ימים בלבד ב- 24 מוצרים (בכללם: שמונה טלוויזיות, שלושה כיריים, שלושה מייבשי כביסה, שני תנורים ושני מקררים). המוצרים הוצעו למכירה על-ידי הספקים הבאים: טרקלין נט (טרקלין חשמל בע"מ), א.א. מבט בע"מ, ניופאן בע"מ, לי ונט בע"מ (אשר פועלת כיום כקנט לי (1997) בע"מ), וי.א.ס. גי בע"מ (לא נמצאה ברשם החברות חברה העונה לשם זה) וגרנדטק ישראל (ג.ק.ע. השקעות ויזום בע"מ).

ודוק: בתקופת שלושת ימים אלו, היה רק **זכה אחד בלבד** אשר שמו הפרטי הוא "סרגיי": אותו "סרגיי ק". בלתי סביר בעליל להניח, שבמכירות באתר נענעשופס השתתפו כמה משתמשים בעלי השם הפרטי "סרגיי", ושכלולם שם משפחה המתחיל באות "ק". הדעת נותנת שלא מדובר ב- 24 משתמשים שונים, ואף לא במספר קרוב לכך.

78. דוגמא שמינית: משתמש ששמו המוצג "רון ח" זכה בתקופה של שלושה ימים בלבד ב- 15 מוצרים (בכללם: שלושה מדיחי כלים, שלושה מייבשי כביסה ושני מקררים). המוצרים בהם זכה משתמש זה הוצעו למכירה על-ידי אותה קבוצת ספקים שהוצגה בדוגמא הקודמת.

בתקופת שלושת ימים אלו, היו באתר שלושה זוכים אשר שמם הפרטי הינו "רון". "רון פ", אשר זכה במוצר אחד, "רון מ", אשר זכה אף הוא במוצר אחד, ו- "רון ח", אשר זכה ב- 15 מוצרים. נוכח נתונים אלו, אין זה סביר שקיימים הרבה משתמשים שונים ששםם הפרטי "רון" וששם משפחתם מתחיל באות "ח". אין ספק ש"רון ח" הינו משתתף פיקטיבי.

79. דוגמא תשיעית: משתמש ששמו המוצג "שרית א" זכה בתקופה של שבעה ימים בלבד ב- 45 מוצרים (בכללם: עשרה תנורים, תשע טלוויזיות, חמישה מייבשי כביסה וארבע מדיחי כלים). גם כאן, המוצרים הוצעו למכירה על-ידי אותה קבוצת ספקים בדיוק.

גם במקרה זה הנתונים מלמדים, שהשם "שרית" איננו נפוץ כל-כך. במהלך אותו שבוע, היו רק שני זוכים הנושאים את השם הפרטי "שרית": "שרית מ" שזכתה בשני מוצרים ו"שרית א" שזכתה ב- 45 מוצרים. נוכח העובדה שישנם רק שני משתמשים ששםם הפרטי הוא שרית, אין זה סביר, כי יהיו באתר נענעשופס 45 משתמשים (או אפילו עשרה או חמישה) אשר שמם הפרטי הוא שרית וששם משפחתם מתחיל באות "א". אין ספק ש"שרית א" הינו משתתף פיקטיבי.

80. הענתק פירוט הזכויות של המשתמשים המאוזכרים בפרק זה באתר נענעשופס בתקופות האמורות מצורף **בנספח "ט"** לבקשה ומחווה חלק בלתי נפרד הימנה.

81. לנוכח הראיות הנבחרות שהוצגו לעיל, לא יכול להיות ספק, כי גם במכירות הפומביות הנערכות באתר נענשופס מוגשות הצעות פיקטיביות על-ידי משתתפים פיקטיביים.

### ד(3). פי1000

82. הראיות אשר נאספו על-ידי המבקשים מלמדות, כי גם במכירות הפומביות הנערכות באתר פי1000 קיימת, ללא ספק, התערבות של משתתפים פיקטיביים.

83. בדומה לאתר נענשופס, גם באתר פי1000 ייתכנו מצבים בהם קיימים מספר משתמשים בעלי אותו שם מוצג. אולם, גם תוך התחשבות בעובדה זו, הנתונים אשר יוצגו להלן ילמדו בבירור, כי גם באתר פי1000 נעשה שימוש נרחב ביותר בהצעות פיקטיביות המוגשות על-ידי משתתפים פיקטיביים. גם במכירות הנערכות באתר פי1000 קיימים משתמשים רבים, אשר כל אחד מהם זוכה בכמות גדולה של מוצרים זהים, מאותו ספק ובתקופת זמן קצרה ביותר. הנתונים הינם בלתי מתקבלים על הדעת בעליל, ומובילים למסקנה הגיונית אחת ויחידה: במכירות הפומביות הנערכות באתר קיימת התערבות של משתתפים פיקטיביים. להלן יובאו מספר דוגמאות:

84. דוגמא ראשונה: משתמש ששמו המוצג הינו "ז,אסתר" זכה בתקופה של פחות מארבעה חודשים ב- 23 מוצרים (בכללם: 11 מקררים, שמונה מכונות כביסה ושלושה מדיחי כלים), כולם הוצעו למכירה על-ידי הספק ברימאג דיגיטל אייגי בע"מ (המשיבה 12). משתמש זה זכה אך ורק במכירות של הספק האמור, ולא זכה במוצרים זהים או תחליפיים במכירות פומביות של ספקים אחרים.

85. דוגמא שנייה: משתמש ששמו המוצג הינו "ב,תמי" זכה בתקופה של פחות מחודש אחד בשמונה מצלמות וידיאו, כולן הוצעו למכירה על-ידי הספק אס.די.קיי סחר בע"מ (המשיבה 23). גם משתמש זה זכה אך ורק במכירות של ספק זה, ולא זכה במכירות פומביות של ספקים אחרים.

86. דוגמא שלישית: משתמש ששמו המוצג הינו "ש,הראל" זכה בתקופה של חודשיים בלבד ב- 23 מוצרים (11 מייבשי כביסה, שש מכונות כביסה ושישה מקררים), כולם הוצעו למכירה על-ידי הספק קריסטל מכונות ומוצרי חשמל בע"מ (המשיבה 10).

87. דוגמא רביעית: משתמש ששמו המוצג הינו "ג,דרור" זכה בתקופה של חודשיים וחצי בלבד בעשרה מוצרים (שבע מערכות ישיבה מעור ושלוש כורסאות טלוויזיה), כולם הוצעו למכירה על-ידי הספק ט.ב. דסל שיווק בע"מ (המשיבה 36).

88. כאמור, אף אם נצא מנקודת הנחה שיכולים להיות מספר משתמשים בעלי אותו שם מוצג, עדיין כמות הזכיות הינה בלתי סבירה ומובילה למסקנה הגיונית אחת ויחידה: מדובר במשתתפים פיקטיביים.

כדוגמא בלבד, ועל-מנת להיווכח בנכונות המסקנה האמורה, נבחן את המשתמש ששמו המוצג "ז,אסתר". כפי שעולה מהראיות שנאספו על-ידי המבקשים ביחס לאתר פי1000, באותה תקופה של ארבעה חודשים, במהלכם זכה "ז,אסתר" ב- 23 מוצרים, היו באתר פי1000 31 זכיות של משתמשים הנשאים את השם הפרטי "אסתר". כאמור, 23 מתוכן היו של "ז,אסתר" והיתר היו של ארבעה זוכים אחרים. נוכח נתונים אלו, בלתי סביר בעליל להניח, ש- 23 זכיותיו של "ז,אסתר" הן זכיות של הרבה

שביום 25.3.2007 דאג הספק אס.די.קיי סחר בע"מ להפעיל חמישה סוכנים אוטומטיים לצורך השתתפות בחמש מהמכירות הפומביות שלו עצמו, וזאת על מנת להבטיח שאף משתתף אמיתי לא יוכל לזכות במוצרים המוצעים באותן מכירות במחיר נמוך מזה שנקבע על-ידו.

94. הנה כי כן, הנתונים אשר התגלו בדרך זו מהווים ראיה נוספת לקיומם של משתתפים פיקטיביים במכירות המתנהלות באתר פי1000.

95. העתק פירוט הזכיות של המשתמשים המאוזכרים בפרק זה באתר פי1000 בתקופות האמורות מצורף **כנספח "י"** לבקשה ומהווה חלק בלתי נפרד הימנה.

96. העתק פירוט רצף הסוכנים האוטומטיים המאוזכרים בפרק זה מצורף **כנספח "יא"** לבקשה ומהווה חלק בלתי נפרד הימנה.

#### ד(4). וואלהשופס

97. הראיות אשר נאספו על-ידי המבקשים מלמדות, כי גם במכירות הפומביות הנערכות באתר וואלהשופס קיימת, ללא ספק, התערבות של משתתפים פיקטיביים. להלן יובאו מספר דוגמאות:

98. דוגמא ראשונה: משתמש ששם המשתמש שלו yoaavdbg (נזכיר, כי באתר וואלהשופס השם המוצג הינו שם המשתמש הייחודי של המשתתף) זכה בתקופה של חמישה שבועות בלבד בעשר חופשות לחו"ל, כולן הוצעו למכירה על-ידי הספק וואלה טורס בע"מ (המשיבה 31). אין זה סביר להניח, שמשתתף אמיתי יזכה בעשר חופשות לחו"ל במהלך תקופה כה קצרה.

המסקנה שמדובר במשתתף פיקטיבי מתחזקת, כאשר בוחנים את יעדי החופשות ומועדיהן. מתוך עשר החופשות בהן זכה אותו משתמש, שמונה חופשות הינן לאותה תקופת זמן (חופשת הפסח תשס"ז) ולחמישה יעדים שונים. ברור מעל לכל ספק, כי משתמש אשר זוכה בחופשה בפראג, חופשה בבודפשט, שתי חופשות באנטליה, שתי חופשות באינסטנבול ושתי חופשות בבורגס, כולן בחופשת הפסח, איננו משתתף אמיתי.

99. דוגמא שנייה: משתמש ששם המשתמש שלו ashedav זכה בתקופה של כשלושה חודשים ב- 8 מוצרים (5 כיריים גז, 2 קולטי אדים ותנור), כולם הוצעו למכירה על-ידי לי ונט בע"מ (בפירוק) בע"מ או קנט לי (1997) בע"מ (המשיבות 18-19). משתמש זה זכה אך ורק במכירות של לי ונט, ולא זכה במוצרים אחרים או תחליפיים במכירות פומביות של ספקים אחרים.

100. דוגמא שלישית: משתמש ששם המשתמש שלו quit7x זכה בתקופה של כחודש ב- 5 מצלמות דיגיטליות, כולן הוצעו למכירה על-ידי הספק אס.די.קיי סחר בע"מ. משתמש זה זכה אך ורק במכירות של אס.די.קיי סחר בע"מ.

101. קיימים משתמשים רבים אשר זכו בכמות גדולה של מוצרים, מאותו ספק, הן באתר וואלהשופס והן באתר אולטייל. אין ספק שגם אלו משתתפים פיקטיביים, כפי שידגם לחלן.

**דוגמא רביעית:** משתמש ששם המשתמש שלו estizig השתתף במכירות של הספק ברימאג דיגיטל אייג' בע"מ באתר וואלהשופס. משתמש זה זכה בתקופה של שלושה חודשים בארבעה מקורים ושלוש מכונות כביסה, כולם הוצעו למכירה על-ידי ברימאג דיגיטל אייג' בע"מ. משתמש זה זכה אך ורק במכירות של ברימאג דיגיטל אייג' בע"מ, ולא זכה במוצרים אחרים או תחליפיים במכירות פומביות של ספקים אחרים.

משתמש זה זכה גם במכירות פומביות שנערכו באתר אולטייל בתקופה של פחות מחודש אחד ב- 40 מוצרים (15 מקורים, 13 מכונות כביסה, ארבעה מדיות כלים, ארבעה תנורים, שתי טלוויזיות, מזגן אחד ומייבש אחד), כולם הוצעו למכירה על-ידי אותו ספק, "דיגיטל אייג' בע"מ" (אשר הינה חברה שהתמזגה עם חברת ברימאג דיגיטל אייג' בע"מ).

אין ספק, אפוא, שהמשתמש estizig הינו משתתף פיקטיבי שברימאג דיגיטל אייג' בע"מ דאגה להפעיל הן באתר וואלהשופס והן באתר אולטייל.

יושם אל לב, כי בפרק ד(3) שלעיל הוצג המשתתף הפיקטיבי "ז,אסתר", שהשתתף במכירות פומביות באתר פי1000 זוכה ב- 23 מוצרים, גם הם – כולם – של הספק ברימאג דיגיטל אייג' בע"מ. אם יותר לנו להעלות ניתוח מלומד, המשתמש "ז,אסתר" מאתר פי1000 איננו אלא "estizig" מאתר אולטייל ומאתר וואלהשופס.

**דוגמא חמישית:** משתמש ששם המשתמש שלו mam784 השתתף אף הוא במכירות של הספק ברימאג דיגיטל אייג' בע"מ באתר וואלהשופס. משתמש זה זכה בתקופה של פחות משלושה חודשים בשני מקורים ושתי מכונות כביסה, כולם הוצעו למכירה על-ידי ברימאג דיגיטל אייג' בע"מ. גם משתמש זה זכה אך ורק במכירות של ספק זה, ולא זכה במכירות של ספקים אחרים.

משתמש זה זכה בכמות גדולה של מוצרים מאותו ספק גם במכירות פומביות שנערכו באתר אולטייל. משתמש זה זכה בתקופה של פחות מחודש ב- 58 מוצרים (19 מקורים, 18 מכונות כביסה, שמונה מדיות כלים, שש טלוויזיות, שלושה תנורים, שני מזגנים ושני מייבשי כביסה), כולם הוצעו למכירה על-ידי הספק דיגיטל אייג' בע"מ.

**דוגמא שישית:** משתמש ששם המשתמש שלו les8814 השתתף במכירות של הספק ישפאר מוצרי צריכה בע"מ באתר וואלהשופס. משתמש זה זכה בתקופה של פחות משבועיים בשלוש טלוויזיות, כולן הוצעו למכירה על-ידי ישפאר מוצרי צריכה בע"מ. גם משתמש זה זכה אך ורק במכירות של ספק זה, ולא זכה ולו במוצר אחד במכירות של ספקים אחרים.

משתמש זה זכה בתקופה של שבועיים בלבד בשש טלוויזיות נוספות במכירות של אותו ספק, ישפאר מוצרי צריכה בע"מ, שנערכו באתר אולטייל.

105. תועק פירוט הזכיות של המשתמשים המאוזכרים בפרק זה באתר וואלהשופס ובאתר אולטייל בתקופות האמורות מצורך כנספת "יב" לבקשה ומהווה חלק בלתי נפרד הימנה.

106. הנה כי כן, אין ספק שגם במכירות הפומביות הנערכות באתר וואלהשופס קיימת התערבות של משתתפים פיקטיביים.

107. הראיות אשר נאספו על-ידי המבקשים מלמדות, כי גם במכירות הפומביות הנערכות באתר גטאיט קיימת, ללא ספק, התערבות של משתתפים פיקטיביים.
108. בדומה לאתרים נענעשופס ופי1000, גם באתר גטאיט ייתכנו מספר משתמשים בעלי אותו שם מוצג. אולם, גם תוך התחשבות בעובדה זו, הנתונים אשר יוצגו להלן ילמדו בבירור, כי גם באתר גטאיט נעשה שימוש נרחב בהצעות פיקטיביות המוגשות על-ידי משתתפים פיקטיביים. גם במכירות הנערכות באתר גטאיט קיימים משתמשים רבים, אשר כל אחד מהם זוכה בכמות גדולה של מוצרים זהים, מאותו ספק ובתקופת זמן קצרה ביותר. הנתונים הינם בלתי מתקבלים על הדעת בעליל, ומובילים למסקנה הגיונית אחת ויחידה: במכירות הפומביות הנערכות באתר קיימת התערבות של משתתפים פיקטיביים. להלן יובאו מספר דוגמאות:
109. דוגמא ראשונה: משתמש ששמו המוצג הינו "ה.מ." זכה בתקופה של חמישה ימים בלבד בשש מצלמות, כולן הוצעו למכירה על-ידי חברת אס.זי.קיי. סחר בע"מ. משתתף זה זכה אך ורק במכירות של ספק זה ולא זכה במכירות פומביות של ספקים אחרים.
110. דוגמא שנייה: משתמש ששמו המוצג הינו "כ.ל." זכה בתקופה של שבוע אחד בשש טלוויזיות, כולן הוצעו למכירה על-ידי חברות בקבוצת ניופאן (ניופאן לייף בע"מ, אלמור אודיו בע"מ, מייסק אירופה בע"מ). משתתף זה זכה אך ורק במכירות של החברות בקבוצת ניופאן.
111. דוגמא שלישית: משתמש ששמו המוצג הינו "א.ת." זכה בתקופה של פחות מחודש ימים בתשעה מוצרים. שבעה מתוך תשעת המוצרים בהם זכה (ארבע מכונות כביסה ושלושה מקררים) הינם מוצרים שהוצעו למכירה על-ידי חברת ברימאג דיגיטל אייג' בע"מ.
112. דוגמא רביעית: משתמש ששמו המוצג הינו "ל.ע." זכה בתקופה של פחות מחודש ימים בשבע טלוויזיות, כולן הוצעו למכירה על-ידי חברות בקבוצת ניופאן (ניופאן בע"מ וניופאן לייף בע"מ).
113. דוגמא חמישית: משתמש ששמו המוצג הינו "ע.ד." זכה בתקופה של פחות משלושה שבועות בתשע מצלמות דיגיטליות, כולן הוצעו למכירה על-ידי הספק 4 אייז' סחר בינלאומי ישיר בע"מ.
114. העתק פירוט הזכויות של משתמשים אלו באתר גטאיט בתקופות האמורות מצורף כנספח "יג" לבקשה ומהווה תלק בלתי נפרד הימנה.
115. הנה כי כן, אין ספק שגם במכירות הפומביות הנערכות באתר גטאיט נעשה שימוש נרחב בהצעות פיקטיביות המוגשות על-ידי משתתפים פיקטיביים.

#### ד(6). דרישות המידע מהאתרים

116. הראיות שהוצגו לעיל מובילות למסקנה חד-משמעית ברורה: במכירות הפומביות הנערכות באתרי המשיבות 6-1 קיימת התערבות של משתתפים פיקטיביים המגייסים הצעות פיקטיביות. אין דרך אחרת לראות את הדברים.

117. דא עקא, במידה ומי מהאתרים יעז לטעון, חרף נתונים חד-משמעיים אלו, כי עסקינן במשתתפים אמיתיים, שאכן רכשו את המוצרים בהם זכו, אזי הוא נדרש להציג ראיות אשר יאששו טענה זו, ובכלל זה את הראיות שלהלן:

117.1. אישור מחברת כרטיסי האשראי לביצוע החיובים נשוא כל אחת מהזכויות המוצגות בבקשה זו, בצירוף הצהרה על כך שאף חיוב לא בוטל מאוחר יותר.

117.2. חשבוניות, קבלות ותעודות משלוח המעידות על ביצוע בפועל של הרכישות נשוא כל אחת מהזכויות המוצגות בבקשה זו.

117.3. חשבוניות וקבלות המעידות על קבלת עמלות מהספקים, בגין הרכישות נשוא כל אחת מהזכויות במכירות הפומביות המוצגות בבקשה זו.

117.4. נתונים אודות שם המשתמש הייחודי של הזוכים ששמו המוצג מובא בבקשה זו (נכלל שמדובר באתרים נענעשופס, פיסט 1000 וגטאיט).

117.5. נתונים אודות שיעורי הביטול של זכויות במכירות הפומביות של כל אחד מהספקים הנתבעים.

118. הימנעות מי מהאתרים מהצגת ראיות אלו בתמיכה לטענתו תוביל למסקנה הראייתית המתבקשת.

### ה. פעולות המרמזה וההטעיה – הדגמה בנוגע לכל אחד מהספקים

119. בפרק זה יוצגו דוגמאות מפרקי זמן שונים, אשר די בהן על-מנת להוכיח (ובוודאי בהצטרפן לדוגמאות האחרות המוצגות בבקשה זו), כי במכירות הפומביות בהן מוצעים למכירה מוצרים ושירותים על-ידי הספקים, המשיבות 70-7, קיימת התערבות של משתתפים פיקטיביים. מדובר בראיות נסיבתיות רבות, אשר בהצטברותן מובילות למסקנה הגיונית אחת ויחידה: במכירות הפומביות של כל אחד ואחד מהספקים הנתבעים קיימת התערבות של משתתפים פיקטיביים.

120. חשוב להדגיש, כי המבקשים מעריכים שהספקים הנתבעים עושים שימוש במשתתפים פיקטיביים לא רק במכירות פומביות הנערכות באתרי המשיבות 6-1, אלא גם במכירות הפומביות הנערכות באתרים אחרים. התביעה כנגד הספקים מתייחסת לכלל המכירות הפומביות בהן מכרו את מוצריהם תוך שימוש במשתתפים פיקטיביים, ללא תלות בזהות האתר בו נערכה המכירה הפומבית. נכוונתו של כל אחד מהספקים לעשות שימוש במשתתפים פיקטיביים איננה תלויה בזהות האתר שבו נערכה המכירה הפומבית. על כן, הזקה על ספק שהוכח שעשה שימוש במשתתפים פיקטיביים באתר פלוני, כי עשה שימוש במשתתפים פיקטיביים גם באתר אלמוני.

121. יובהר וידגש, כי לעיתים האתרים מציעים בעצמם מוצרים למכירה במכירות פומביות המנוהלות על-ידם, כך שעל אף שהשימוש במונח "ספקים" במסגרת בקשה זו מתייחס ברוב המקרים למשיבות 70-7, מובן שהוא כולל גם את האתרים, שעה שחם פועלים כספקים המציעים מוצרים למכירה בעצמם. על כן, יש לראות את כל עילות התביעה נגד הספקים וכן את הסעדים המבוקשים בבקשה זו נגד הספקים, כמתייחסים גם לאתרים, המשיבות 6-1, בכובעם כספקים.



122. ראוי לציין, כי גם ביחס לספקים, כמו ביחס לאתרים שאוזכרו בפרק ד' לעיל, בידי המבקשים ראיות רבות נוספות, מעבר לאלו שיוצגו בפרק זה, לשימוש שהם עושים במשתתפים פיקטיביים. אולם, המבקשים בוחרים שלא לחשוף את מלוא הראיות שבידיהם, וזאת על-מנת שיוכלו לעקוב אחר אמיתות הנתונים אשר יימסרו על-ידי האתרים ועל-ידי הספקים במסגרת הליך אישור התובענה הייצוגית.
123. מכיוון שהראיות לקיומם של משתתפים פיקטיביים במכירות הפומביות של כל אחד מהספקים הנתבעים דומות במהותן לראיות שהוצגו בפרק ד' לעיל, ועל-מנת שלא לייגע ולפגוע ברצף הקריאה של הבקשה דנן, מובאות הראיות בנספח "ספקים" לבקשה, המהווה חלק בלתי נפרד הימנה.
124. הראיות המוצגות בנספח "ספקים" מובילות למסקנה חד-משמעית ברורה: במכירות הפומביות בהן מוצעים למכירה מוצרים על-ידי הספקים הנתבעים קיימת התערבות של משתתפים פיקטיביים, המגישים הצעות פיקטיביות. אין דרך אחרת לראות את הדברים.
125. דא עקא, במידה ומי מהספקים יעז לטעון, הרף נתונים חד-משמעיים אלו, כי עסקינן במשתתפים אמיתיים, שאכן רכשו את המוצרים בהם זכו, אזי הוא נדרש להציג ראיות אשר יאששו טענה זו, ובכלל זה את הראיות שלהלן:
- 125.1. חשבוניות, קבלות ותעודות משלוח המעידות על ביצוע בפועל של הרכישות נשוא כל אחת מהזכויות במכירות הפומביות שלו המוצגות בבקשה זו.
- 125.2. אישור מחברת כרטיסי האשראי לביצוע החיובים נשוא כל אחת מהזכויות במכירות הפומביות שלו המוצגות בבקשה זו, בצירוף הצהרה על כך שאף חיוב לא בוטל מאוחר יותר.
- 125.3. חשבוניות וקבלות המעידות על תשלום עמלות לאתרים, בגין הרכישות נשוא כל אחת מהזכויות במכירות הפומביות שלו המוצגות בבקשה זו.
- 125.4. נתונים אודות שיעורי הביטול של זכויות במכירות הפומביות שלו.
126. הימנעות מי מהספקים מהצגת ראיות אלו בתמיכה לטענתו תוביל למסקנה הראייתית המתבקשת.

## 1. עילות התביעה

### (1) עילות התביעה נגד האתרים

127. נוכח הראיות שהוצגו לעיל, אין ספק שבמכירות הפומביות הנערכות בכל אחד מהאתרים קיימת התערבות של משתתפים פיקטיביים.
128. המבקשים יטענו, כי הכנסת ההצעות הפיקטיביות על-ידי המשתתפים הפיקטיביים נעשית במשותף על-ידי האתרים והספקים, וכי האחריות לכך רובצת במשותף על שניהם. לעניין זה אין נפקא מינה אם הספק הוא זה שמכניס בפועל את ההצעה הפיקטיבית, מתוך הסכמה שבשתיקה של האתר, או שהאתר עושה זאת, מתוך הסכמה שבשתיקה של הספק. גם אין נפקא מינה אם הספק הוא זה שמכניס בפועל

את ההצעה הפיקטיבית, ללא ידיעתו של האתר, שכן על האתר רובצת החובה להבטיח את הגינות ואמינותן של המכירות פומביות שהוא מנהל.

129. לפיכך, אף אם יוכח, כי הפעלת המשתתפים הפיקטיביים בוצעה על-ידי הספקים בלבד, לא יהא בכך כדי לפטור את האתרים מאחריותם לנזקים שנגרמו לציבור בגין מעשי הספקים. האתרים ידעו על התערבותם של המשתתפים הפיקטיביים, ולחלופין – היה עליהם לדעת על כך, והם לא פעלו למיגורה של התופעה ולהפסקת ההתערבות הבלתי תוגנת במכירות שהם מנהלים.

130. לא יכול להיות ספק, שהאתרים היו מודעים היטב לקיומם של המשתתפים הפיקטיביים במכירות הפומביות שהם עורכים, ולחלופין בלבד – שהיה עליהם לדעת על כך. כל הנתונים שהוצגו לעיל היו ברשותם ובידיעתם של האתרים. כל בדיקה, גם הפשוטה ביותר, כל פיקוח, ולו המינימלי ביותר, בהכרח היו מעלים את הממצאים אשר הוצגו לעיל. גם הנתונים אודות שיעורי הביטול של הזכיות היו בידיעתם של האתרים, ובוודאי שהדליקו אצלם נורה אדומה (אם לא אורגן שלם של אורות אדומים). כאשר האתרים נשאלו על-ידי עיתונאים, הם טענו שהם אכן מפקחים על כך שלא תהיה התערבות בלתי תוגנת במכירות הפומביות הנערכות על-ידם, וחלקם אף טענו שהפסיקו את הקשר עם ספקים שהשתתפו, שלא כדין, במכירות הפומביות שלהם.

131. האתרים הציגו מצג, בין היתר בתקנונים הנערכים על-ידם, כאילו הם מפקחים באופן תדיר על הנעשה במכירות הפומביות ועושים כל שנדרש על-מנת שהמכירות הפומביות ינוהלו באופן חוקי, הוגן ואמין. כיום אין עוד ספק, שמדובר במצג שווא.

132. אכן, על האתרים הייתה מוטלת החובה לפקח, לבדוק ולנקוט בכל האמצעים הנדרשים על-מנת לוודא שהמכירות הפומביות מתנהלות באופן חוקי, הוגן ואמין. משלא עשו כן – הרי שעוולו כלפי ציבור המשתתפים במכירות הפומביות, ובכך מתבטאת אחריותם כלפיו.

133. להלן יוצגו, בקצרה בלבד, עילות התביעה העיקריות נגד האתרים:

### הפרת חוזה

134. בין האתרים לבין המשתתפים במכירות הפומביות קיים הסכם, בין מפורש ובין מכללא, לפיו האתרים מתחייבים, כי המכירות הפומביות שהם מנהלים יתנהלו באופן הוגן, אמין וחוקי. על כן, מתוקף תפקידם – ועל-מנת למלא את התחייבותם האמורה – מחויבים האתרים לדאוג לכך שכל המשתתפים במכירות הפומביות יהיו משתתפים אמיתיים. כן מחויבים האתרים לבקר ולפקח באופן רציף על המכירות הפומביות שהם מנהלים, ולעשות ככל שביכולתם על-מנת למגר תופעות של הגשת הצעות פיקטיביות על-ידי משתתפים פיקטיביים. בוודאי שאסור היה לאתרים להגיש בעצמם, או באמצעות מי מטעמם, הצעות פיקטיביות במכירות שהם מנהלים.

135. באתרי המשיבות 1-6 קיימים תקנונים, המסדירים את תנאי החשתתפות במכירות וכן את התחייבויות האתרים כלפי המשתתפים במכירות. תקנונים אלו מהווים חוזה אחיד. לצד תנאים מקפחים, שככלל, בתי המשפט אינם אוכפים אותם (ואין לאוכפם גם בענייננו), קיימת גם התחייבות מפורשת של האתרים, כי לא תהיה כל התערבות פסולה, מטעם גורמים בעלי עניין, במכירות הפומביות:

"אנו מכירים בכך שמסחר הוגן היא מאבני היסוד של אתר קניות. לפיכך אנו מתחייבים שלא להתערב במכירות ו/או להפעיל מערכת אוטומטית אשר תתערב כאמור".

העתק דף האינטרנט האמור מצורף כנספח "צז" לבקשה ומהווה חלק בלתי נפרד הימנה.

137. אין ספק, שהתחייבויות אלו נותרו ריקות מתוכן. כל אחד מהאתרים הנתבעים הפר, באופן יסודי, את ההסכם, המפורש והמכללא, שקיים בינו לבין כל אחד מחברי הקבוצה שייצוגה מתבקש (לרבות המבקשים).

#### טעות והטעיה

138. במעשיהם ובמחדליהם המתוארים לעיל הטעו האתרים את ציבור המשתתפים במכירות הפומביות (לרבות המבקשים), וגרמו לו להשתתף במכירות הפומביות שהם מנהלים, וכן לרכוש מוצרים במחירים גבוהים מאלה שהוא היה זכאי לשלם. מעשים ומחדלים אלה מהווים הטעיה כאמור בסעיף 15 לחוק החוזים (חלק כללי), תשל"ג-1973.

139. לחלופין בלבד – הציבור השתתף במכירות הפומביות המתנהלות באתרים ו/או רכש במסגרתן מוצרים, עקב טעותו לחשוב שהמכירות מפותחות על-ידי האתרים ומנוהלות באופן הוגן ואמין. מכיוון שניתן להניח שלולא הטעות הציבור לא היה משתתף במכירות ו/או רכש מוצרים במסגרתן, והאתרים ידעו על כך (ולחלופין – היה עליהם לדעת על כך) – עומדת לכל אחד מיחדי הציבור (לרבות למבקשים) הזכות לבטל את החוזים האמורים, כאמור בסעיף 14 לחוק החוזים (חלק כללי).

#### חוסר תום לב

140. מעשיהם ומחדליהם המתוארים לעיל של האתרים מהווים הפרה של החובה לנהוג בתום לב. הפרת חובת תום הלב מהווה הפרת חוזה, ובנוסף היא מעמידה לחברי הקבוצה גם עילת תביעה עצמאית. אין ספק, שמתן אפשרות להגשת הצעות פיקטיביות במכירות הפומביות שהם מנהלים, באופן חוזר ונשנה, איננה התנהגות ישרה, הגונה או מקובלת.

#### הטעיה על-פי חוק הגנת הצרכן

141. במעשיהם ובמחדליהם המתוארים לעיל עברו האתרים על האיסור הקבוע בסעיף 2 לחוק הגנת הצרכן, תשמ"א-1981. האתרים הטעו את הציבור (לרבות את המבקשים) לחשוב, כי המכירות הפומביות מפותחות על-ידם וכי הן מתנהלות בצורה הוגנת ואמינה, ללא השתתפות משתתפים פיקטיביים המגישים הצעות פיקטיביות. אין ספק שמדובר בעניין מהותי ביותר לכל מי שמשתתף, או שוקל להשתתף, במכירה פומבית.

#### ניצול מצוקת הצרכן

142. במעשיהם ובמחדליהם המתוארים לעיל, עברו האתרים גם על האיסור הקבוע בסעיף 3(ב) לחוק הגנת הצרכן. האתרים ניצלו את בורותו של הצרכן (לרבות את בורותם של המבקשים עד לשלב מסוים), שלא

יכול היה לגלות באופן סביר כי במכירות הפומביות שבהן הוא משתתף מתחרים מולו גם משתתפים פיקטיביים, כדי לקשור עימו עסקה להשתתפות במכירה הפומבית ו/או לרכישת המוצר המוצע במסגרתה, בתנאים שהינם לבטח בלתי מקובלים ובלתי סבירים, וכן לשם השגת תמורה העולה על התמורה המקובלת.

### תרמית

143. כמפורט לעיל, האתרים הציגו בפני הציבור (לרבות בפני המבקשים) מצג שווא כוזב, כאילו הם מפקחים על המכירות הפומביות שהם עורכים, כאילו המכירות מתנהלות בצורה הוגנת ואמינה וכאילו כל המשתתפים בהן הינם משתתפים אמיתיים. לנוכח האמור לעיל אין ספק, שמצג כוזב זה הוצג על-ידי האתרים בידעם שהוא כוזב, ולחלופין – באין אמונה באמינותו, ולחלופי חילופין – מתוך קלות ראש, כשלא אכפת להם אם אמת הוא או כוזב, והכל בכוונה שהציבור יפעל על-פי מצג שווא כוזב זה. מצג שווא זה היה מכוון להטעות את הציבור, בפועל אף הטעה אותו, וגרם לציבור (לרבות למבקשים) לנזק ממון. אכן, הציבור השתתף במכירות הפומביות שנערכו באתרים, תוך שהוא טובר בטעות, כי המכירות הפומביות מפקחות על-ידי האתרים ומתנהלות ללא כל התערבות בלתי הוגנת. בכך הוא הוטעה, ועקב הטעה זו הוא סבל נזק ממון. בכך עוולו האתרים כלפי הציבור בעוולת התרמית, כאמור בסעיף 56 לפקודת הניקין [נוסח חדש].

### רשלנות

144. במועשיהם ובמחדליהם המתוארים לעיל עוולו האתרים כלפי ציבור המשתתפים במכירות הפומביות בעוולת הרשלנות, כאמור בסעיף 35 לפקודת הניקין. האתרים ידעו, ולכל הפחות היה עליהם לדעת, שהמכירות הפומביות שהם עורכים מתנהלות שלא כדין. האתרים חייבים בחובת זהירות מושגית וקונקרטיית כלפי חברי הקבוצה שייצגה מתבקש. היה על האתרים לפקח על המכירות הפומביות, להבטיח שלא תהיה בהן התערבות בלתי הוגנת, ואם הם לא מצליחים בכך – להודיע לציבור על קיומם של המשתתפים הפיקטיביים, שמטרתם להעלות באופן מלאכותי את מחירי הזכייה במוצרים המוצעים למכירה. האתרים הפרו את חובתם, ועל כן עליהם לפצות את הציבור בגין הנזק שנגרם לו עקב כך.

### עשיית עושר ולא במשפט

145. מעשיהם ומחדליהם המתוארים לעיל של האתרים הביאו לכך שהם קיבלו, שלא על-פי זכות שבדין, טובות הנאה, ובכך התעשרו שלא כדין על חשבון חברי הקבוצה.

146. אלמלא השימוש במשתתפים הפיקטיביים, מחירי הזכייה במוצרים היו נמוכים יותר, כך שמכשיר המכירה הפומבית המוצע והמנוהל על-ידי האתרים, ושעלו פרנסתם, היה נהפך לפחות כדאי עבור הספקים, והללו היו מוכנים, לפיכך, לשלם לאתרים עמלות נמוכות יותר בעד שירותיהם. אכן, העדר פיקוח אפקטיבי על המכירות, והשימוש במשתתפים פיקטיביים, תרם ליכולתן של המשיבות 1-6 להמשיך ולהפעיל את האתרים ולגרור את הרווחים שהפיקו מהם. אלמלא השימוש במשתתפים פיקטיביים היו המשיבות 1-6 זוכות לקבל לידן הרבה פחות עמלות, והכנסות אחרות (כמו הכנסות מפרסום), משקיבלו בפועל. מובן, כי מעצם השימוש במשתתפים הפיקטיביים זכו האתרים, שלא כדין,

בטובת הנאה. עליהם להשיב לחברי הקבוצה את אותה טובת הנאה, דהיינו את הרווחים שהפיקו כתוצאה מן המעשים והמחדלים האמורים.

## 2) עילות התביעה נגד הספקים

147. נוכח הראיות שהוצגו לעיל, אין ספק שבמכירות הפומביות בהן הציעו הספקים למכירה את מרכולתם קיימת התערבות של משתתפים פיקטיביים.
148. משותתפים פיקטיביים אלו הופעלו הן על-ידי הספקים הנתבעים והן על-ידי האתרים הנתבעים. כפי שהוסבר כבר לעיל, האחריות לכך רובצת על שניהם. גם אם יוכח, כי במקרה זה או אחר הפעלת המשתתפים הפיקטיביים בוצעה בפועל על-ידי אתר, ולא על-ידי ספק, לא יהא בכך כדי לפטור את הספק מאחריותו, שכן אסור היה לו לשתף פעולה, ולמכור את מרכולתו, באמצעות אתר שמרמה את לקוחותיו.
149. להלן יוצגו, בקצרה בלבד, עילות התביעה נגד הספקים.

### הפרת חוזה

150. בעצם העמדת מרכולתם למכירה במסגרת מכירות פומביות התחייבו הספקים כלפי המשתתפים באותן מכירות (לרבות כלפי המבקשים), כי לא יתערבו בצורה כלשהי במכירות, וכי ימכרו את המוצר המוצע למכירה לבעל החצעה הגבוהה ביותר. הגשת הצעות פיקטיביות מטעמם, במטרה להעלות את מחיר הזכייה, ולמנוע זכייה משתמשים אמיתיים במחירים שנחשבים בעיניהם ל"נמוכים מדי", מהווה רמאות לשמה, וממילא הפרה יסודית ובוטה של אותה התחייבות.
151. יוער בהקשר זה, כי גם ההתחייבויות שנטלו על עצמם הספקים כלפי האתרים, שלא להתערב בצורה כלשהי במכירות, ניתנת לאכיפה על-ידי ציבור המשתתפים במכירות הפומביות; בהיותה התחייבות לטובתם. בנוסף, קיימת התחייבות ישירה של הספקים כלפי ציבור המשתתפים במכירות הפומביות לפעול לפי הוראות תקנוני האתרים, האוסרות על השתתפותם במכירות. הפרת הוראות התקנונים מהווה הפרת חוזה כלפי חברי הקבוצה שייצוגה מתבקש.

### טעות והטעה

152. במעשיהם ובמחדליהם המתוארים לעיל הטעו הספקים את ציבור המשתתפים במכירות הפומביות (לרבות את המבקשים), וגרמו לו לחשתתף במכירות פומביות שבו נמכרים מוצריהם בתרמית, וכן לרכוש את המוצרים במחירים גבוהים מאלה שהוא היה זכאי לשלם. מעשים ומחדלים אלה מתווים הטעה כאמור בסעיף 15 לחוק החוזים (חלק כללי).
153. לחלופין בלבד – הציבור השתתף במכירות הפומביות של הספקים ו/או רכש במסגרתן מוצרים, עקב טעותו לחשוב שהמכירות מתנהלות באופן חוגן ואמין, ללא התערבותם הפסולה של האתרים. מכיוון שניתן להניח שלולא הטעות הציבור לא היה משתתף במכירות ו/או רכש מוצרים במסגרתן, והספקים

ידעו על כך (ולחלופין – היה עליהם לדעת על כך) – עומדת לכל אחד מיחידו הציבור הזכות לבטל את החוזים האמורים, כאמור בסעיף 14 לחוק החוזים (חלק כללי).

### חוסר תום לב

154. מעשיהם ומחדליהם המתוארים לעיל של הספקים מהווים הפרה של התובה לנהוג בתום לב. הפרת חובת תום הלב מהווה הפרת חוזה, ובנוסף היא מעמידה לחברי הקבוצה גם עילת תביעה עצמאית. אין ספק, שהגשת הצעות פיקטיביות במכירות הפומביות שבהן הם מוכרים את מרכולתם, באופן חוזר ונשנה, איננה התנהגות ישרה, הגונה או מקובלת.
155. גם תהליך ההתמחרות במסגרת כל מכירה ומכירה הינו חלק מהליך המשא ומתן בין המשתתפים במכירה לבין הספק. הגשת הצעות פיקטיביות על-ידי הספק מהווה הפרה של חובת תום הלב בניהול משא ומתן במסגרת מכירה פומבית.
156. אכן, המעשים והמחדלים של הספקים המתוארים לעיל, ובכללם: הגשת הצעות פיקטיביות מטעמם; הסתרת עובדת קיומם של משתתפים פיקטיביים; ויצירת מצג שווא לפיו כל ההצעות הן הצעות אמיתיות שהוצעו על-ידי משתתפים אמיתיים, מהווים התנהגות חסרת תום לב מובהקת.

### הטעיה על-פי חוק הגנת הצרכן

157. במעשיהם ובמחדליהם המתוארים לעיל עברו הספקים על האיסור הקבוע בסעיף 2 לחוק הגנת הצרכן. הספקים הטעו את הציבור (לרבות את המבקשים) לחשוב, כי המכירות הפומביות מתנהלות בצורה חוגגת ואמינה, ללא השתתפות משתתפים פיקטיביים המגייסים הצעות פיקטיביות, וכי התחרות בין ההצעות המוגשות במסגרת המכירה הינה תחרות בין הצעות אמיתיות של משתמשים אמיתיים המעוניינים באמת ובתמים לרכוש את המוצר מהספק. אין ספק שמדובר בעניין מהותי ביותר לכל מי שמתנתף, או שוקל להשתתף, במכירה פומבית.

### ניצול מצוקת הצרכן

158. במעשיהם ובמחדליהם המתוארים לעיל עברו הספקים גם על האיסור הקבוע בסעיף 3(ב) לחוק הגנת הצרכן. הספקים ניצלו את בורותו של הצרכן (לרבות את המבקשים) עד לשלב מסוים, שלא יכול היה לגלות באופן סביר כי במכירות הפומביות שבהן הוא משתתף מתחרים מולו גם הספקים עצמם, באמצעות משתתפים פיקטיביים, כדי לקשור עימו עסקה להשתתפות במכירה הפומבית ו/או לרכישת המוצר המוצע במסגרתה, בתנאים שהינם לבטח בלתי מקובלים ובלתי סבירים, וכן לשם השגת תמורה העולה על התמורה המקובלת.

### תרמית

159. הספקים הציגו בפני הציבור (לרבות בפני המבקשים) מצג שווא כוזב, כאילו המכירות מתנהלות בצורה חוגגת ואמינה ללא התערבות בלתי חוגגת כלשהי. לנוכח האמור לעיל אין ספק, שמצג כוזב זה הוצג על-ידי הספקים מתוך ידיעה ברורה שהוא כוזב, ולחלופין – באין אמונה באמיתותו, ולחלופי חילופין –

מתוך קלות ראש, כשלא אכפת להם אם אמת הוא או כזב, והכל בכוונה שהציבור יפעל על-פי מצג שווא כוזב זה. מצג שווא זה היה מכוון להטעות את הציבור, בפועל אף הטעה אותו, וגרם לציבור (לרבות למבקשים) לנזק ממון. אכן, הציבור השתתף במכירות הפומביות של אותם ספקים, תוך שהוא סובר בטעות, כי המכירות הפומביות מתנהלות ללא כל התערבות בלתי הוגנת מטעמם. בכך הוא הוטעה, ועקב הטעה זו הוא סבל נזק ממון. בכך עוולו הספקים כלפי הציבור בעוולת התרמית, כאמור בסעיף 56 לפקודת הניזוקין [נוסח חדש].

### רשלנות

160. במעשיהם ובמחדליהם המתוארים לעיל עוולו הספקים כלפי ציבור המשתתפים במכירות הפומביות בעוולת הרשלנות, כאמור בסעיף 35 לפקודת הניזוקין. הספקים ידעו, ולחלופין בלבד – היה עליהם לדעת, שהמכירות הפומביות בהן נמכרת מרכולתם מתנהלות שלא כדין, שכן מוגשות במסגרתן הצעות פיקטיביות. הספקים חייבים בחובת זהירות מושגית וקונקרטית כלפי חברי הקבוצה שייצוגה מתבקש. היה על הספקים להימנע מהתערבות בלתי הוגנת במכירות. הספקים הפרו את חובתם, ועל כן עליהם לפצות את הציבור בגין הנזק שנגרם לו עקב כך.

### עשיית עושר ולא במשפט

161. מעשיהם ומחדליהם המתוארים לעיל של הספקים, הביאו לכך שהם קיבלו, שלא על-פי זכות שבדין, טובות הנאה, ובכך התעשרו שלא כדין על חשבון חברי הקבוצה.

162. אלמלא השימוש במשתתפים הפיקטיביים, מחירי הזכייה במוצרים היו נמוכים יותר. אלמלא השימוש במשתתפים פיקטיביים היו הספקים מקבלים תמורה נמוכה יותר בעד המוצרים שמכרו במסגרת המכירות הפומביות, וכן גאלצים למכור מוצרים נוספים במחירים אטרקטיביים. מובן, כי מעצם השימוש במשתתפים הפיקטיביים זכו הספקים, שלא כדין, בטובות הנאה. עליהם להשיב לחברי הקבוצה את אותן טובות הנאה, דהיינו את הרווחים שהפיקו הודות למעשיהם ומחדליהם האמורים, לרבות ההפסדים שנמנעו מהם.

## ז. הניזוקים, הזכאים והסעדים המגיעים לחברי הקבוצה

### ז(1). הניזוקים והזכאים בגין מעשי ומחדלי המשיבות

163. השימוש במשתתפים פיקטיביים, וההתערבות הבלתי הוגנת במכירות הפומביות, פגעו והסבו נזק רב לציבור המשתתפים במכירות הפומביות שנערכו באתרים.

164. ראשית, השימוש במשתתפים פיקטיביים הסב נזק למשתתפים שזכו במכירה פומבית בה הייתה התערבות של משתתף פיקטיבי. אלמלא התערבותו של המשתתף הפיקטיבי במכירה, הם היו זוכים במוצר במחיר נמוך יותר.

בפרט נבקש להסב את תשומת הלב למכירות בהן ההצעות האחרונות לרכישת המוצר היו של משתתף פיקטיבי ושל משתמש אמיתי, ובסופן משתמש אמיתי זכה במוצר. אלמלא המשתתף הפיקטיבי היה

מתערב ומציע הצעות פיקטיביות, המשתמש האמיתי היה זוכה במוצר, בשלב מוקדם יותר, על בסיס ההצעה האחרונה שהציע לפני שהוא והמשתתף הפיקטיבי נותרו המתחרים היחידים. קרי, המשתמש האמיתי היה זוכה במוצר במחיר נמוך מהמחיר בו זכה בו בסופו של דבר. נוקם הכספי של משתתפים אלו הינו, לכל הפחות, ההפרש שבין מחיר הזכייה בפועל לבין גובה ההצעה האחרונה שהציע המשתתף האמיתי לפני שהוא והמשתתף הפיקטיבי נותרו המתחרים היחידים באותה מכירה.

לצורך הדגמת חישוב גובה הנזק המינימאלי במקרה כזה, ניקח את מכירה פומבית מס' 9189526 אשר התנהלה באתר אולסייל, בה זכה משתמש ששם המשתמש שלו smd777 (ואנו מניחים לצרכי הדוגמה שמדובר במשתתף אמיתי) במכונת כביסה בסכום של 1,301 ש"ח. במכירה זו הייתה התערבות של משתתף פיקטיבי ששם המשתמש שלו הינו estizig. אלמלא התערבותו של estizig במכירה, מכונת הכביסה הייתה נרכשת על-ידי המשתמש smd777 במחיר האחרון אותו הציע לפני שהוא והמשתתף הפיקטיבי נותרו המתחרים היחידים, היינו במחיר של 941 ש"ח. מכאן, שלמשתמש smd777 הוסב נזק בסך של 360 ש"ח.

העתק פירוט מכירה מס' 9189526 מצורף כנספח "צח" לבקשה ומהווה חלק בלתי נפרד הימנה.

165. שנית, השימוש במשתתפים פיקטיביים הסב נזק למשתתפים שלא זכו במכירה פומבית בה "זכה" משתתף פיקטיבי. אלמלא התערבותו של המשתתף הפיקטיבי, היה משתמש אמיתי זוכה במוצר (במחיר נמוך יותר, כמובן, ממחיר הזכייה של המשתתף הפיקטיבי).

בפרט נבקש להסב את תשומת הלב למכירות בהן ההצעות האחרונות לרכישת המוצר היו של משתתף פיקטיבי ושל משתמש אמיתי, ובסופן המשתתף הפיקטיבי זכה במוצר. אלמלא המשתתף הפיקטיבי היה מתערב ומציע הצעות פיקטיביות, המשתמש האמיתי היה זוכה במוצר על בסיס ההצעה האחרונה שהציע לפני שהוא והמשתתף הפיקטיבי נותרו המתחרים היחידים. נוקם הכספי של משתתפים אלו הינו, לכל הפחות, ההפרש בין מחיר השוק של המוצר שהועמד למכירה לבין סכום ההצעה האחרונה אשר הוצעה על-ידי המשתמש האמיתי לפני שהוא והמשתתף הפיקטיבי נותרו המתחרים היחידים באותה מכירה.

לצורך הדגמת חישוב גובה הנזק המינימאלי במקרה כזה, ניקח את מכירה פומבית מס' 8948276 אשר התנהלה באתר אולסייל, בה זכה משתתף פיקטיבי ששם המשתמש שלו הינו estizig בטלוויזיה פלאזמה בסכום של 7,501 ש"ח. אלמלא התערבותו של estizig במכירה, הטלוויזיה הייתה נרכשת על-ידי המשתמש האמיתי האחרון שהציע הצעה לרכישת המוצר, aviv33, במחיר האחרון אותו הציע לפני שהוא והמשתתף הפיקטיבי נותרו המתחרים היחידים, היינו במחיר של 6,801 ש"ח. מכאן, שלמשתמש aviv33 הוסב נזק בגובה ההפרש בין שווי השוק של הטלוויזיה לבין הסך של 6,801 ש"ח.

העתק פירוט מכירה מס' 8948276 מצורף כנספח "צט" לבקשה ומהווה חלק בלתי נפרד הימנה.

166. שלישית, השימוש במשתתפים פיקטיביים הביא לעשיית עושר ולא במשפט של המשיבות. על המשיבות מוטלת החובה להשיב לציבור המשתתפים במכירות הפומביות בהן הייתה התערבות של משתתף פיקטיבי את טובות ההנאה, לרבות הרווחים, שצמחו להן כתוצאה מהשימוש במשתתפים הפיקטיביים.



167. **רביעית**, השימוש במשתתפים פיקטיביים הסב נזק ממוני ובלתי ממוני לכלל המשתתפים במכירות הפומביות בהן הייתה התערבות של משתתף פיקטיבי. אותם משתתפים הוטעו לחשוב שהמכירות הפומביות מנוהלות באופן אמין והוגן, וכי כל המתחרים בהן הינם משתתפים אמיתיים. המשתתפים בזבוז את זמנם ומשאביהם בהשתתפותם במכירות שונות לחלוטין מאלה שהן נחזו להיות. הטעייתם של משתתפים אלו הינה בגדר פגיעה באוטונומיה של הפרט, ובכלל זה פגיעה בזכותו של כל צרכן השוקל השתתפות במכירה פומבית לקבוע כיצד ישקיע את זמנו ומשאביו. אכן, ציבור המשתתפים במכירות הפומביות היה זכאי לדעת על קיומם של משתתפים פיקטיביים, על מנת שיוכל לקבל החלטה מושכלת ומודעת בשאלת השתתפותו במכירות. מעשי ההטעיה והרמייה של המשיבות מקימים לציבור המשתתפים במכירות הפומביות זכאות לפיצויים.

### **ז(2). תפקידם המיוחד של באי-כוח המבקשים בהליך הענקת הסעדים לחברי הקבוצה**

168. הענקת הסעדים להם זכאים חברי הקבוצה בגין תרומת-הענק שנחשפה במסגרת בקשה זו מחייבת חשיפת מידע ונתונים המצויים בידי המשיבות, וכן ביצוע פעולות של איתור כלל המשתתפים הפיקטיביים וכלל הזכאים לסעד.

169. בית המשפט הנכבד יתבקש למנות את באי-כוח המבקשים למפקחים מטעם חברי הקבוצה שייצוגה מתבקש, ולבעלי סמכויות וכוחות ביחס למשיבות, בכל הנוגע להליך מתן הסעדים לחברי הקבוצה, והכל תחת פיקוחו של בית המשפט הנכבד.

170. לאחר קבלת המידע הרלוונטי מהאתרים, לא מן הנמנע שיהיה מקום להוסיף ספקים נוספים לרשימת הנתבעים, והמבקשים שומרים על זכותם לעשות כן.

### **ז(3). הסעדים המבוקשים בגין מעשי ומחדלי המשיבות**

171. מעשיתן ומחדליהן של המשיבות, כפי שתוארו לעיל, מקימים לחברי הקבוצה שייצוגה מתבקש זכאות לקבלת הסעדים הנתבעים בכתב התביעה:

171.1. הצהרה, כי אסור היה למשיבות להשתתף, באופן ישיר או עקיף, במכירות הפומביות הנערכות באתרים.

171.2. מתן צו האוסר על המשיבות להשתתף, באופן ישיר או עקיף, במכירות הפומביות הנערכות באתרים.

171.3. הצהרה, כי אסור היה לספקים להשתתף, באופן ישיר או עקיף, במכירות הפומביות בהן נמכרו מוצרים המוצעים למכירה על-ידם.

171.4. מתן צו האוסר על הספקים להשתתף, באופן ישיר או עקיף, במכירות פומביות בהן נמכרים מוצרים המוצעים למכירה על-ידם.

## ח. הבקשה לאישור התובענה הייצוגית

172. בית המשפט הנכבד מתבקש לעשות שימוש בסמכותו לפי חוק תובענות ייצוגיות ולאשר את התובענה, המוגשת בד בבד עם בקשה זו, כתובענה ייצוגית.
173. בקשה זו מוגשת מכוח הפריט הראשון בתוספת השנייה לחוק תובענות ייצוגיות, שעניינו תביעה נגד עוסק, כהגדרתו בחוק הגנת הצרכן, בקשר לעניין שבינו לבין לקוח, בין אם התקשרו בעסקה ובין אם לאו. בענייננו, אין ספק שהן הספקים והן האתררים עונים להגדרה של "עוסק" (ימי שמוכר נכס או נותן שירות דרך עיסוק, כולל יצרן), ואילו המבקשים, כמו גם כל יתר חברי הקבוצה שייצוגה מתבקש, הינם בגדר "לקוחות".
174. לחלופין בלבד מתבקש בית המשפט הנכבד להכיר בתובענה זו כתובענה ייצוגית מכוח פרק ו' לחוק הגנת הצרכן, תשמ"א-1981.

### ח(1). הגדרת הקבוצה שייצוגה מתבקש

175. קבוצת התובעים שייצוגה מתבקש הינה כל מי שהשתתף במכירה פומבית שנערכה באיזה מאתרי המשיבות 1-6, ושהוגשה בה הצעה של משתתף פיקטיבי.
176. המבקשים שומרים על זכותם לתקן את הגדרת הקבוצה, לאור הנתונים שיימסרו על-ידי המשיבות במסגרת הליך אישור התובענה הייצוגית.

### ח(2). הומוגניות, יעילות והוגנות

177. הנושא המועלה בתובענה מתאים להיות נידון בדרך של תובענה ייצוגית. עסקין בשאלות עובדתיות ומשפטיות המשותפת לכלל חברי הקבוצה שייצוגה מתבקש. בבסיס התובענה עומדת השאלה העובדתית האם במכירות הפומביות שהתנהלו באתרי המשיבות 1-6 השתתפו משתתפים פיקטיביים שהציעו הצעות פיקטיביות, ואם התשובה לכך חיובית – מתעוררת השאלה האם חברי הקבוצה זכאים לסעדים המבוקשים במסגרת התובענה.
178. הקבוצה שייצוגה מתבקש הינה הומוגנית ביותר, והיא כוללת את כלל הנפגעים ממעשיהן ומחדליתן של המשיבות.
179. הדיון בעניין המועלה בתובענה בדרך של תובענה ייצוגית הינו יעיל והוגן. שאלת עצם קיומה של תרמית-הענק המוצגת בתובענה, ושאלת הסעדים להם זכאים חברי הקבוצה בגין מעשי ומחדלי המשיבות, צריכות, ועדיף, שתתבררנה בהליך קיבוצי אחד. הראיות הדרושות להוכחת הטענות המועלות בתובענה מצויות בידי המבקשים, ויש להניח שאינן מצויות בידי חברי הקבוצה שייצוגה מתבקש. העניין המועלה בתובענה הינו בגדר תופעה נרחבת ביותר. מעשי המרמה וההטעיה המבוצעים על-ידי המשיבות הינם בחיקף כמותי וכספי עצום. על בסיס הראיות שנאספו על-ידי המבקשים ניתן לומר בפסקנות, שחלק ניכר מהספקים המציעים למכירה את מרכולתם במכירות הפומביות הנערכות באתרי המשיבות 1-6 נהנים מהשימוש בהצעות פיקטיביות, וכי מידי חודש נערכות אלפי מכירות פומביות שדבק בהן אותו פסול. הנזק שנגרם לכל פרט בקבוצה הינו פעוט מכדי להגיש עליו תביעה נפרדת, ובכל מקרה לחברי

הקבוצה, כבודדים, אין את היכולת, המשאבים, הראיות או הכלים לתבוע את נזקיהם בגין מעשיהן ומחדליהן של המשיבות. אשר על כן יהא זה יעיל ומוצדק לפסוק בשאלות העובדתיות והמשפטיות שבמחלוקת בהליך אחד, שיצור מעשה בי-דין בין המשיבות לבין כלל חברי הקבוצה.

180. אישור התובענה הייצוגית. דגן יתרום תרומה משמעותית גם להרתעת ספקים ואתרי מכירות פומביות מלהמשיך לפגוע בצורת חמורה בציבור הלקוחות.

181. אכן, בכל מובן מעשי, התובענה הייצוגית הינה הדרך היחידה לעמידה על זכויותיהם של חברי הקבוצה שייצוגה מתבקש.

### ח(3). סיכויים לכאוריים לזכייה בתובענה

182. יש לקבוע, על סמך הטיעונים שפורטו לעיל, כי סיכויי התובענה הינם טובים מאוד. קיימת יותר מאפשרות סבירה בלבד ששאלות מהותיות המשותפות לקבוצה יוכרעו בתובענה הייצוגית לטובת חברי הקבוצה.

183. כפי שהוכח בבירור לעיל, טענות המבקשים כלפי המשיבות מבוססות על ראיות נסיבתיות רבות ומגוונות, המובילות למסקנה הגיונית אחת ויחידה: המשיבות מפעילות משתתפים פיקטיביים, המגוישים הצעות פיקטיביות במכירות הפומביות הנערכות באתרים. הדבר נעשה במטרה להעלות באופן מלאכותי את מחירי הזכיה במוצרים המוצעים למכירה במכירות הפומביות, ועל-מנת למנוע ממשתתפים במכירות הפומביות זכייה כדן במוצרים, במחירים שנחשבים על-ידי המשיבות ל"נמוכים מידי".

184. יש לומר, אפוא, כי קיימת אפשרות סבירה, ואף למעלה מכך, שהתובענה תוכרע לטובת חברי הקבוצה.

### ח(4). תום לב וייצוג ראוי

185. המבקשים הינם בעלי הכלים והידע הנדרשים, על-מנת להוכיח את מעשי המרמה וההטעיה המבוצעים על-ידי האתרים והספקים. אם הדבר יידרש, הם יהיו נכונים להיעזר גם במומחים אחרים, שהינם בעלי הבנה בנושאים שיתעוררו במסגרת התובענה. המבקשים כבר הוכיחו במעשיהם עובר להגשת התובענה, כי הם נכונים ומסוגלים להשקיע ממרצם, מזמנם ומכספם על-מנת לייצג נאמנה את עניינם של חברי הקבוצה, ולשמש להם לפה. המבקשים, שהינם משתתפים ותיקים במכירות פומביות הנערכות באתרים, מעריכים ומאמינים שאף הם נפלו קורבן למעשי המשיבות, והשתתפו במכירות פומביות בהן הוגשו הצעות פיקטיביות. למבקשים נגרמו אותם נזקים שנגרמו לחברי הקבוצה שייצוגה מתבקש, הם בעלי אותה עילת תביעה וזכאים לאותם סעדים.

186. הבקשה מוגשת בתום לב. העניין המועלה בה נבדק ביסודיות, לאורך תקופת זמן ניכרת. המבקשים מאמינים, כי הם ובאי-כוחם, שהינם עורכי דין ותיקים ומנוסים ממוסד מבוסס ובעל מוניטין, מוכשרים ויכולים לייצג את הציבור בצורה נאמנה.

ח(5). ההיקף המוערך של התובענה הייצוגית

187. על-פי הראיות שנאספו על-ידי המבקשים, היקפה של התובענה הייצוגית הינו עצום ורב. עסקינן בתרמית-ענק, שהינה בגדר שיטה ממש, שנקטה במשך שנים על-ידי המשיבות. מדובר במאות אלפי מכירות פומביות "נגועות" בהן נעשה שימוש במשתתפים פיקטיביים. מדובר במאות אלפי גולשים, חברי הקבוצה שייצוגה מתבקש, שנפגעו ממעשי המשיבות.
188. אין ספק שסכום התובענה הייצוגית, המוערך על-ידי המבקשים במיליונים רבים של שקלים, מצוי בגדרי סמכותו של בית משפט נכבד זה.
189. מובן, כי רק לאתר חשיפת מלוא הנתונים הרלוונטיים על-ידי המשיבות ניתן יהיה להיווכח בהיקפה המלא של תרמית ענק זו, הנמשכת זה שנים.

ט. סוף דבר

190. אשר על כן יתבקש בית המשפט הנכבד לאשר את התובענה הייצוגית, וליתן הוראות מתאימות אחרות בקשר לניהול התובענה. בסיום ההליך יתבקש בית המשפט הנכבד לפסוק למבקשים גמול מיוחד, וכן שכר טרחה לבאי-כוחם.
191. בנסיבות המפורטות לעיל, משנהנו המשיבות משך שנים מסכומים שגבו שלא כדין, תוך ביצוע מעשי הטעייה ורמייה חמורים מאין כמותם, יהא זה מן הדין ומן הצדק להורות כמבוקש, ולחייב את המשיבות בהוצאות הבקשה, לרבות בשכ"ט עו"ד בצירוף מע"מ כדין.
192. בקשה זו נתמכת בתצהיריהם של המבקשים.




פרח רוסלר, עו"ד  
מ.ר. 38116



אסף רנצלר, עו"ד  
מ.ר. 26706

ש. הורוביץ ושות'  
באי-כוח המבקשים



עוזג שטרן, עו"ד  
מ.ר. 7429

תל-אביב, היום 2 בחודש ספטמבר שנת 2007