

**בית המשפט השלום**  
**ב פ ת ח ת ק ו ה**

בעניין:

**עו"ד עמוס קרן ת.ז. 057118853**

מרח' בית אל א'7, רמת גן 52487  
טל': 03-6703038 פקס': 03-5230004  
דואר אלקטרוני: [aka13@inter.net.il](mailto:aka13@inter.net.il)

**המבקש:**

- נ ג ד -

**כל בו חצי חינם בע"מ ח.פ. 51-148448-7**

**המשיבה:**

מרח' אבן גבירול 22 ראשון לציון

**בקשה לאישור תובענה כתובענה ייצוגית**

בית המשפט הנכבד מתבקש לאשר כתובענה ייצוגית, לפי חוק תובענות ייצוגיות, התשס"ו-2006 (להלן גם: "החוק") את התביעה בתיק העיקרי (להלן גם: "התובענה"), שהוגשה, בד בבד, עם בקשה זו, כנגד המשיבה (להלן גם: "הנתבעת", "חצי חינם") והמצורפת כחלק בלתי נפרד הימנה, על כל נספחיה. לבקשה זו מצורף גם תצהיר.

כמו כן, מתבקש בית המשפט הנכבד:

1. להגדיר את הקבוצה שבשמה הוגשה התובענה (להלן גם: "הצרכן", "הצרכנים", "הקבוצה") ככוללת כל מי שקנה אצל המשיבה אריות "קוקוס טחון" הארוזה על ידי המשיבה (להלן גם: "המוצר") בתוך תקופה של 1.5 שנים עד הגשת תובענה זו.
  2. לקבוע כי עילות התובענה הן, אחת ו/או יותר, כדלקמן:
    - א. הפרת הוראות סעיפים 2(א)(1), 4(א)(3) ו- 6(א) לחוק הגנת הצרכן, התשמ"א-1981 (להלן גם: "חוק הגנת הצרכן").
    - ב. קיום חוזה בחוסר תום לב מצידה של המשיבה תוך הפרת חוק החוזים (חלק כללי), התשל"ג-1973 (להלן גם: "חוק החוזים").
    - ג. התעשרות המשיבה שלא כדין על חשבון הצרכנים תוך הפרת חוק עשיית עושר ולא במשפט, התשל"ט-1979 (להלן גם: "חוק עשיית עושר").
    - ד. כי בהתנהגות המשיבה נפלו פגמים העולים כדי רשלנות, גרימת נזק למבקש ו/או לקבוצה, והפרת חובה חקוקה - סעיפים 2(א)(1), 4(א)(3) לחוק הגנת הצרכן - הכל תוך הפרת פקודת הנזיקין (נוסח חדש) (להלן גם: "פקודת הנזיקין").
3. לקבוע כי:

- א. התובענה מעוררת שאלות מהותיות של עובדה או משפט המשותפות לכלל חברי הקבוצה.
- ב. התובענה הוגשה בתום לב.
- ג. גודלה וסוגה של הקבוצה מצדיק הגשת התובענה כתובענה ייצוגית.
- ד. התובענה הייצוגית היא הדרך היעילה וההוגנת ביותר להכרעה במחלוקת בנסיבות העניין, באשר היא נוגעת לכלל חברי הקבוצה באותה מידה.
- ה. קיים יסוד סביר להניח כי המבקש מייצג בדרך הולמת את עניינם של הנמנים עם הקבוצה.
4. להורות כי:
- א. ההחלטה בבקשה זו ונוסחה יפורסמו בשני עיתונים יומיים ובמקום המיועד להודעות אצל המשיבה ובין היתר לוח מודעות ו/או סמוך למקום ממכר המוצר.
- ב. לקבוע כי המשיבה תשא בהוצאות הפרסום.
- ג. ליתן הוראות נוספות, בנסיבות העניין, כפי שימצא לנכון בית המשפט הנכבד.
5. לקבוע את הסכום שישולם למבקש בגין הטרחה שטרח בהגשת התובענה והוכחתה, בהתחשב, מחד גיסא, בטובת כלל ציבור הצרכנים, ומאידך גיסא, בהרתעת אלו המפרים חוקים, ובין היתר, את חוק הגנת הצרכן.

#### ואלה נימוקי הבקשה:

##### כללי:

6. עסקינן, בקציר האומר, בעילה, לרבות עילה אישית, של הטעיית המבקש והקבוצה וגרימת נזק כספי של חסרון כיס כתוצאה ובגלל ההטעה בקשר עם רכישת המוצר מהמשיבה (להלן גם: "עילת התביעה").
7. חוק הגנת הצרכן ששמו מעיד על מהותו נועד, בין היתר, למנוע הטעיית הצרכן והתעשרות על חשבוננו מתוך ההבנה של "חולשתו היחסית" של הצרכן, אל מול עוסק כנתבעת, והצורך של ציבור הצרכנים בהגנה, ובין היתר לעניין של הקטנת כמות / תכולת מוצר.
8. הפרת חוק הגנת הצרכן ופגיעה בצרכנים, בשיטת "מצליח", ובין היתר, לעניין של הקטנת כמות / תכולת מוצר, משקפים צורך לדיון ופסיקת בית המשפט הנכבד, במיוחד לאחר פרסום עבר של פסקי דין ספציפיים (הנקל סוד בע"מ וגורי בע"מ), על שלל הסנקציות שננקטו כנגד המפרים, שכנראה לא די בהם.
9. הקבוצה ככלל היא צרכנים שחולשתם נובעת מחוסר יכולתם, כאנשים טרודים עם זמן מוגבל ורשימת קניות, לשוב ולבדוק מדי פעם, שהם באים בשערי הנתבעת, כל מוצר וכל אריזה, שוב ושוב, לוודא משקל ולרוב מסתפקים בבדיקת המחיר או מבט חטוף על האריזה לשם זיהוי.
10. ההטעיות הנמשכות תוך ניצול נאמנותם, תמימותם ואמונתם של הצרכנים במשיבה, כי היא נוהגת בציבור הצרכנים בתום לב ובגילוי מלא, לרבות גילוי בעניין של הקטנת כמות / תכולה של אריזה, מחייבות אכיפת הדין כנגד חצי חנינם לרבות באמצעי של תובענה זו.

11. חולשתם של חברי הקבוצה, גם באה לביטוי, באשר ליכולתם לתבוע ולממש זכותם אינדיבידואלית, שכן הם טרודים בהקדשת זמנם לעבודה, לימודים, בעיות פרנסה, קיום כלכלי, משפחה, התבססות בחברה, וכי כך שגישתם לבית המשפט הנכבד אינה קלה.
12. עבור הצרכנים כציבור, חשיבות מימוש זכות הגישה לבית המשפט הנכבד רבה, בהתחשב בחוסר מודעותם של הצרכנים, לעצם קיום הפגיעה הלכאורית והעדר אמון ביכולתם הפרטנית לכלית להתמודד מול המשיבה, כך שאם לא תאושר התובענה הייצוגית, רבים מחברי הקבוצה לא יגישו תביעות אישיות לבית המשפט כנגד הנתבעת.
13. מדובר בהפרה מתמשכת של הדין, תוך קיפוח זכויות צרכנים והפקת רווחים ולכן לתובענה הייצוגית ולאישורה חשיבות חברתית, כלכלית וציבורית שיש בהן לעודד צרכנים שזכויותיהם נפגעות להצטרף ולממש זכויות כקבוצה.
14. התובענה הייצוגית תחסוך התדיינויות, זמן משפטי יקר ותמנע מתן פסקי דין סותרים.

#### התקיימות התנאים לאישור כתובענה ייצוגית:

15. למבקש עילת תביעה והוא רשאי להגישה.
16. קיים קשר סיבתי ברור בין התנהגות, מעשי ומחדלי חצי חינם בביצוע ההטעיה, לבין הנזק שנגרם למבקש ו/או לקבוצה, הכל כמפורט בגוף בקשה זו.
17. עילת התביעה באה בגדרי סמכותו של בית המשפט הנכבד.
18. בתביעת המבקש יש שאלות מהותיות של עובדה או משפט המשותפות לכלל חברי הקבוצה - מדובר בצרכן מתוך קהילת צרכנים אשר חווה פגיעה, משותפת ודומה לשלהם, ממונית ושאינה ממונית, גם בזכויותיו, כמו בזכויותיהם, כצרכן וקונה על פי הדינים החלים, גם בכיסו, כמו בכיסם, וגם באוטונומיה שלו לגבי קניינו, כמו בשלהם לגבי קניינם, עקב קניית המוצר אצל המשיבה.
19. אין שוני בנסיבות הפרטניות ובנימוקים של כל החברים בקבוצה לגבי דרישתם וזכאותם לסעד הנתבע על ידי המבקש בגין עילת התביעה - קרי - החזר הסך ששולם ביתר, עקב ההטעיה של חצי חינם במכירת המוצר.
20. בחינת הדין הרלבנטי והנסיבות העובדתיות והמשפטיות המהותיות המשותפות לחברים בקבוצה, מעלה כי, יש אפשרות סבירה שהשאלות המשותפות לכל חברי הקבוצה יוכרעו לטובת הקבוצה כיוון שלמבקש ראיות מוצקות רלבנטיות בדמות האריזות וחשבונית.
21. גודלה של הקבוצה מצדיק, ואף מחייב אישור התובענה כיייצוגית מה גם שתובענה ייצוגית הינה הדרך היעילה וההוגנת להכרעה במחלוקת בנסיבות העניין גם מכיוון שהקבוצה מונה מאות אלפי חברים והסכום שכל אחד ואחת מהם זכאי להשבתו קטן בצורה יחסית אל מול ההוצאה לממשו או בגלל חוסר מודעותם של רבים מחברי הקבוצה לזכאותם לבוא בדרישות ו/או בתביעות כגון זו.
22. "דוקטרינת היעילות" מצדדת באישור התובענה כיייצוגית, לאור גודלה הרב של הקבוצה, על מנת למנוע הגשת מסי רב של תביעות, תוך הצפת בתי משפט, שתגרום לגזילת ובזבז זמן שיפוטי יקר.

23. קיים יסוד סביר להניח כי עניינם של כלל חברי הקבוצה ייוצג וינהל בדרך הולמת ובתום לב, ללא משוא פנים ובמאמץ לסייע לבית המשפט הנכבד, בידי מבקש, עו"ד במקצועו, בעל ניסיון במגוון הליכים, שהגיש תביעתו בתום לב, ושמעבר לזכותו האישית אינו בעל עניין נוסף בתביעה, אינו משרת ואו בעל מניעים נסתרים הנוגדים את עניין חברי הקבוצה או טובתם בעניין התביעה ואין לו מניע נסתר לפגוע בחצי חנם.

24. אין בפנקס התובענות הייצוגיות תובענה ייצוגית או בקשה לאישור תובענה כייצוגית אשר השאלות המהותיות של עובדה או משפט המשותפות לחברי הקבוצה המתעוררות בה כולן או חלקן זהות או דומות בעיקרן לשאלות כאמור המתעוררות בבקשה זו.

#### הצדדים:

1. התובע, עורך דין במקצועו, נמנה על קהל הלקוחות של הנתבעת מזה שנים וקנה את המוצר מהנתבעת.
2. הנתבעת הינה תאגיד, חברה פרטית מוגבלת העוסקת באריזה ואו שיווק ואו ממכר של מצרכים ומוצרים שונים, לרבות באמצעות רשת מרכולים.

#### תיאור העובדות המקימות את עילות התביעה האישית והייצוגית:

25. התובע, כמו גם חברי הקבוצה, קנה ב"חצי חנם", בשנת 2008, קוקוס טחון, מסי פעמים טרם שהבחין כי המשקל, הנקוב על גבי האריזה של המוצר, הוקטן, ברם, המחיר נשאר זהה וכך גם האריזה.

26. חצי חנם מכרה את המוצר עד שנת 2007 (או בסמוך) באריזה של 250 גרם ובמחיר של 2.99 ₪.

27. חצי חנם החלה למכור את הקוקוס הטחון, לאחר שנת 2007 (או בסמוך) באותה האריזה ואו באריזה דומה לחלוטין, למעט ציון משקל שונה, באותו מחיר של 2.99 ₪, אך בכמות / תכולה מופחתת של 200 גרם.

28. חצי חנם עדיין מוכרת את המוצר באריזה של 200 ג' ומסי הבר-קוד 7290003485680 שהיה על אריזת ה- 250 גרם של המוצר נשאר בשימוש לאריזת ה- 200 גרם של המוצר.

29. על גבי אריזת ה- 200 גרם אין כל גילוי לגבי השינוי בכמות / תכולה שהופחתה.

30. אריזת ה- 250 וה- 200 של המוצר זהות לחלוטין, במראה, צבעים ובכיתוב, למעט ציון המשקל השונה.

31. הפחתת הכמות של המוצר מ- 250 גרם ל- 200 גרם – קרי – הפחתה של 20%.

32. מחיר המוצר לא הופחת על ידי הנתבעת, לא יחסית ולא בכלל, וכך, בעצם ההפחתה בכמות, הועלה למעשה, בצורה סמויה, מחיר המוצר לצרכנים, ובין היתר לתובע.

#### חישוב זכות המבקש וחברי הקבוצה

33. חישוב אריתמטי, של חלוקת המחיר 2.99 ₪ ל- 250 גרם, מראה כי מחירו של גרם עובר להקטנת הכמות = 0.01196 ₪ ואילו לאחר ההקטנה, 2.99 ₪ לחלק ל- 200 גרם = 0.01495 ₪ ומכאן לחלק ל- 0.01196 = 1.25 – קרי – שינוי והעלאה סמויה של 25% במחיר המוצר.

34. הנוק שנגרם למבקש ואשר הוא זכאי להשבתו הוא 25% מסך של 2.99 ₪ = 0.7475 ₪ לאריות מוצר.
35. המבקש מעריך כי רכש בשנה וחצי האחרונות בחצי חינם, שהן לערך פרק הזמן שהמשיבה מוכרת את המוצר המופחת בכמות / תכולה, כ- 4 אריות מוצר, כך שהנוק המצטבר לו זכאי המבקש להשבה עומד על 2.99 ₪.
36. לשם חישוב מקורב, ככל שניתן, של זכות חברי הקבוצה, חקר ובדק המבקש, ובין היתר, מחקרי משרד התמי"ת, נתוני אשראי צרכני, סקרים ענפיים, מיקום רשת המרכולים של המשיבה ופרסומים שונים של הלשכה המרכזית לסטטיסטיקה.
37. מהמקובץ עולה כדלקמן:
- א. לחצי חינם יש רשת מרכולים המונה 6 סניפים: 1 בפתח תקוה, 2 בחולון ו- 3 בראשון לציון – חרף פריסתם הגיאוגרפית ונגישותם לבעלי כלי רכב עיקר הלקוחות שלהם נמנים על אלו המתגוררים במחוזות מרכז ותל אביב.
- עותק פרסום סניפי חצי חינם המצ"ב והמסומן "א" מהווה חלק בלתי נפרד הימנו
- ב. בישראל כ- 7,116,700 איש ואישה ובהם אוכלוסיית הצרכנים בני ה- 15+ מונה כ- 5,053,100.
- עותק פרסום הלמ"ס עמ' 6 המצ"ב והמסומן "ב" מהווה חלק בלתי נפרד הימנו
- ג. במחוזות מרכז ותל אביב מתגוררים כ- 40% מאוכלוסיית המדינה כך שמס' הצרכנים (בני 15+) עומד על 2,021,240.
- עותק פרסום הלמ"ס עמ' 5 המצ"ב והמסומן "ג" מהווה חלק בלתי נפרד הימנו
- ד. לחצי חינם יש "נתח מכירות" של כ- 15% מהמכירה ברשתות כך שמדובר בכ- 303,186 צרכנים בקבוצה (נתוני 2006 שפורסמו ב- 2007).
- עותק מחקר תמי"ס עמ' 20 המצ"ב והמסומן "ד" מהווה חלק בלתי נפרד הימנו
- ה. עדכון הלשכה המרכזית לסטטיסטיקה, סמוך ליום הגשת התביעה, מראה על גידול יחסי של 3% באוכלוסיית ישראל, מ- 7,116,700 ל- 7,337,500, כך שהקבוצה, בהתאמה, מונה כ- 312,281 צרכנים.
- עותק פרסום אינדיקטורים המצ"ב והמסומן "ה" מהווה חלק בלתי נפרד הימנו
38. ולכן, בהתחשב כי זכות המבקש היא ל- 2.99 ₪ ואם תתקבלנה טענות המבקש וחצי חינם תחויב בתשלום הסכומים שנגבו ביתר עקב ההטעה, יהיו זכאים חברי הקבוצה לתשלום על פני 1.5 שנים לאחור, סך הנאמד ב- 933,720 ₪.
39. לא למותר לציין כי בחג הפסח נרכשות כמויות גדולות של קוקוס טחון, המהווה חומר גלם עיקרי ובסיסי לעוגות ועוגיות כשרות לפסח, נתון שלא בא ולא יכול לבוא לביטוי בחישובים לעיל, אך מהווה נתון חשוב להבנת היקף הרווח, שלא כדון, למשיבה וגודל הנוק, שהולך ומתעצם, לצרכנים הנאמנים.
40. הנתונים המלאים והמדויקים לגבי המכירות של המוצר בקשר עם הקבוצה, בזמן הרלבנטי לתביעה אינם גלויים ומהווים סוד מסחרי של חצי חינם, ברם, בירור היקף המכירות והסכומים המדויקים /או הסכום הכולל של התובענה הייצוגית יהיה ניתן לחישוב בפשטות במסגרת בירור התובענה וההליכים בגידרה.

41. העלאת המחיר הסמויה כתוצאה משינוי והפחתת כמות / תכולת המוצר כאמור גרמה וגורמת גם כיום לחצי חינם להתעשר שלא כדין על חשבון המבקש והחברים בקבוצה.
42. קיומם של פרסומים על פסקי דין בנושא הפחתת כמות ופניות הממונה על הגנת הצרכן לעוסקים בנושא, דברים שנפלו על אוזניים ערלות, אצל המשיבה, מלמדים על חוסר תום לב וכוונה להתעשר שלא כדין על חשבון המבקש ו/או החברים בקבוצה.
43. המבקש מעריך, כי חצי חינם עדיין מוכרת את המוצר מבלי להודיע לצרכנים על השינוי והפחתת הכמות / תכולה בו גם כיום. אשר על כן, בקשה זו כוללת עתירה לסעד של צו המורה לחצי חינם לפרסם ולהודיע לצרכנים, על השינוי וההפחתה כאמור, בדרך של הודעה ופרסום בעיתונים יומיים ו/או בסמוך למקום הממכר של המוצר ברשת המרכולים של המשיבה ו/או על גבי המוצר עצמו ו/או בכל דרך רלבנטית לעניין.
44. די בכך, בשלב זה, כדי להקים זכות לכאורית שיש למבקש כמו גם לקבוצה, בהצביעו על סכומים ששולמו ביתר ושלא כדין, בנסיבות העניין כמתואר בגוף הבקשה.

#### הסעדים:

45. מן המקובץ עולה כי המבקש והחברים בקבוצה זכאים מבית המשפט הנכבד לסעדים כדלקמן:
- א. צו לחישוב ותשלום הסך שנגבה ביתר מהצרכנים תוך הטעייתם כמתואר לעיל ו/או לפיצוי הצרכנים בדרך של הגדלת תכולת המוצר ללא עלות נוספת ו/או בכל דרך ראויה וצודקת.
- ב. צו מניעה קבוע האוסר על חצי חינם להעמיד למכירה את המוצר ללא ציון בולט על שינוי והקטנת הכמות / תכולה.
- ג. לפסוק למבקש גמול ראוי כתובע ייצוגי תוך שקלול טרחתו ונשיאתו בעול הגשת התביעה בשם הקבוצה, כלל טובת הציבור והרתעת מפרי חוק.
- ד. לקבוע שכ"ט עוה"ד והוצאות ההליכים בשיעור שלא יפחת מ- 15% מכל סך שייפסק לטובת הקבוצה בתוספת מע"מ כשיעורו בדין ולחייב את חצי חינם בתשלומים כאמור.
- ה. כל פסק דין הצהרתי, צו ו/או סעד ראוי וצודק כפי שימצא לנוכח ליתן בית המשפט הנכבד בנסיבות העניין.

#### לסיכום:

46. מהטעמים שפורטו לעיל, מתבקש בית המשפט הנכבד לאשר את התובע כמייצג, את התביעה כתובענה ייצוגית ואת ניהולה של התובענה בדרך זו.
47. מן הדין ומן הצדק להיעתר לבקשה.

  
 עמוס קרן, עו"ד



רשימת סניפים

שעות הפתיחה בסניפים:

ימים א' - ה': משעה 7:00 עד 23:00 ובהתאם לקהל הלקוחות בחנות

יום ו' וערבי חג: משעה 6:00 עד 17:00 ובהתאם לקהל הלקוחות בחנות



בקרוב סניף חדש  
בהוד השרון...



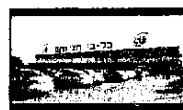
חצי חינם הוד השרון

ראשון לציון



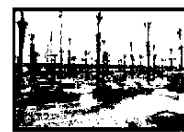
חצי חינם ראשון לציון -  
הלח"י 16

פתח תקווה



חצי חינם פתח  
תקווה - הירקון 58

חולון



חצי חינם חולון -  
מרכבה 31

ראשון לציון



חצי חינם ראשון לציון -  
משה לוי 8

ראשון לציון



חצי חינם ראשון לציון -  
הכשרת הישוב 3

חולון

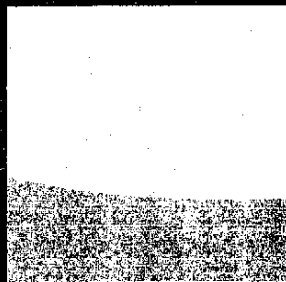
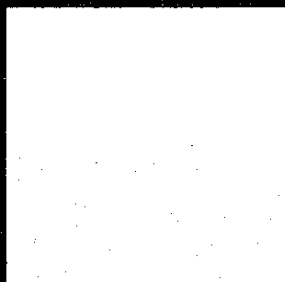
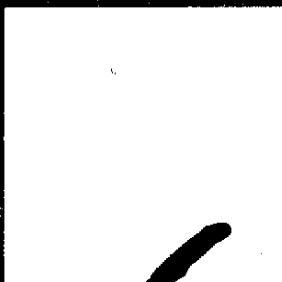


חצי חינם חולון -  
הכישור 22



2007

ישראל





# נתוני מפתח

## עבודה ושכר

**2006**  
 5,053,100 אוכלוסיית בני 15+ - סך הכל

2,809,700	כוח העבודה האזרחי
55.6%	כוח העבודה האזרחי מסך בני 15+
61.1%	גברים
50.4%	נשים
91.6%	מועסקים מכוח העבודה האזרחי
8.4%	בלתי מועסקים מכוח העבודה האזרחי
7,576	שכר ממוצע למשרת שכיר (ש"ח)

**מקבלי גמלאות וקצבאות מהמסד לביטוח לאומי**

<b>2006</b>	
728,921	גמלאות זקנה ושאיירים
143,599	מענק לידה
82,676	דמי לידה
2,297,301	קצבת ילדים
130,341	דמי הבטחת הכנסה
55,941	דמי אבטלה

## רמת חיים

<b>2006</b>	הצאה כוללת לתזונה למשק בית לאחד ש"ח	11,133
100.0%	סך הכל	42,108
16.6%	מזון	14,582
21.4%	דיוור	5.9
10.4%	אחזקת הדירה ומשק הבית	2.1
3.9%	ריהוט וציוד לבית	13,997,100
3.4%	הלבשה והנעלה	5,054,600
5.1%	בריאות	1,985
13.6%	חינוך, תרבות ובידור	717
20.7%	תחבורה ותקשורת	25,138
4.9%	מוצרים ושירותים אחרים	3.53
12,345	הכנסה נספית ברוטו למשק בית לאחד ש"ח	
100.0%	סך הכל	
75.5%	מעבודה	
4.3%	מהון	
7.5%	מפנסיה וקופות גמל	
12.7%	מקצבאות ומתמיכות	
אחת חסן כל משקי הבית	בעלות על מוצרים בני-קיימה למשק בית	10
68.5%	מזגן	121
37.4%	מייבש כביסה	353
65.8%	מחשב	53
54.6%	מנוי לאינטרנט	87
33.2%	מדיח כלים	35,730
18.5%	מקפיא	28,550
16.3%	שתי מכיניות ויותר	5,805
		477,175

## חינוך

<b>תשס"ז 2006/07</b>	תלמידים וסטודנטים - סך הכל	2,129,216
100.0%	סך הכל	
19.2%	גני ילדים	
39.0%	חינוך יסודי	
28.6%	חינוך על-יסודי (חטיבת ביניים ותיכון)	
2.5%	מוסדות על-תיכוניים לא-אקדמיים	
4.3%	מוסדות להשכלה גבוהה שאינם אוניברסיטאות	
5.7%	אוניברסיטאות	
0.7%	מוסדות אחרים	
130,287	כוחות הוראה-סך הכל <sup>1)</sup>	
11,865	חינוך קדם-יסודי (גננת בחינוך הרשמי)	
68,028	חינוך יסודי	
24,781	חטיבת ביניים	
39,295	חטיבה עליונה	

<sup>1)</sup> חורה ומיר בכל שלל חינוך בוגר ויאלו בסך הכל - כמעט אחת כלבד.

## שירותי בריאות

<b>2006</b>	מיטות בבתי חולים	1,659,500
	מזה: מיטות לאשפוז כללי	3.74
	שיעור מיטות ל-1,000 תושבים	
	מזה: שיעור מיטות לאשפוז כללי ימי אשפוז	
	מזה: ימי אשפוז כללי	
	שיעור ימי אשפוז ל-1,000 תושבים	
	מזה: שיעור ימי אשפוז כללי	
	רופאים (עד גיל 65) <sup>1)</sup>	
	שיעור רופאים (עד גיל 65 ל-1,000 תושבים) <sup>1)</sup>	

<sup>1)</sup> רופאים בעלי רישיון ולא בהכרח עוסקים ברפואה

## משפט וסדר ציבורי

<b>2006</b>	שופטים בבית המשפט העליון	10
	שופטים בבתי משפט מחוזיים	121
	שופטים בבתי משפט שלום	353
	שופטים בבתי דין לעבודה	53
	דיינים בבתי דין רבניים	87
	בעלי רישיון לעריכת דין	35,730
	משטרת ישראל	28,550
	שירותי בתי הסוהר	5,805
	תיקים שנפתחו במשטרה	477,175

## אוכלוסייה

**2006**  
 7,116,700 אוכלוסייה - סך הכל (סוף שנה)

3,517,300	זכרים
3,599,400	נקבות
	קבוצות גיל נבחרות
28.4%	14-0
9.9%	+65
1.8%	גירול אוכלוסייה שנתי
66.8%	מזה: ריבוי טבעי
91.8%	אוכלוסייה עירונית
310.5	צפיפות אוכלוסייה (נפשות בקמ"ר)

## משקי בית

<b>2006</b>	מספר משקי בית	2,007,300
	ממוצע נפשות למשק בית	3.34
	משקי בית של נפש אחת	17.7%

## משפחות

<b>2006</b>	מספר משפחות	1,659,500
	ממוצע נפשות למשפחה	3.74

## הגעה טבעית

<b>2006</b>	שיעור נישואין גולמי (ב-2005)	5.9
	גיל נישואין חצוי (בנישואין ראשונים) - חתנים (ב-2005)	27.3
	גיל נישואין חצוי (בנישואין ראשונים) - כלות (ב-2005)	24.2
	לידות חי	148,170
	שיעור ילודה גולמי	21.0
	שיעור פריון כולל	2.88
	פטירות	38,666
	שיעור תמותה גולמי	5.5
	שיעור תמותת תינוקות	3.9
	תוחלת חיים - זכרים	78.5
	תוחלת חיים - נקבות	82.2

"ב"

**מדינת ישראל, לפי מחוז**

**מיקום:** ישראל נמצאת בקצה הדרומי-מערבי של יבשת אסיה, באגן המזרחי של הים התיכון, והיא משתרעת בין קווי הרוחב 29°-33° מצפון לקו המשווה.

**שטח המדינה:** 22,072 קמ"ר (משנת 1967 כולל מזרח ירושלים, משנת 1982 כולל הנולן).  
**שטח יבשתי:** 21,643 קמ"ר  
**שטח ימות:** 429 קמ"ר (שטח הכנרת 164 קמ"ר ושטח ים המלח 265 קמ"ר).

**גבול יבשתי:** אורך הגבול הכולל 857 ק"מ.

**קו החוף:** אורך חוף הים התיכון 194 ק"מ.  
 אורך חוף הים האדום כ-12 ק"מ.



**מקרא**

- מחוז ירושלים
- מחוז הצפון
- מחוז חיפה
- מחוז המרכז
- מחוז תל אביב
- מחוז הדרום

**ערים גדולות  
(מעל 100,000 תושבים)  
(סוף 2006)**

מספר תושבים	עיר	מיקום
733,300	ירושלים	1
384,400	תל אביב-יפו	2
266,300	חיפה	3
222,000	ראשון לציון	4
204,200	אשדוד	5
185,400	באר שבע	6
184,200	פתח תקווה	7
173,800	נתניה	8
167,100	חולון	9
147,900	בני ברק	10
129,700	רמת גן	11
120,400	בת ים	12
107,800	אשקלון	13
104,500	רחובות	14

**שטח, אוכלוסייה וצפיפות אוכלוסייה, לפי מחוז, 2006**

מחוז	שטח (קמ"ר)	אוכלוסייה <sup>(1)</sup>	צפיפות אוכלוסייה (נפשות לקמ"ר)
סך הכל	22,072 <sup>(2)</sup>	7,116,700	310.5
	100.0%	100.0%	
מחוז ירושלים	2.9%	12.2%	1,332
מחוז הצפון	21.0%	16.9%	269
מחוז חיפה	3.9%	12.1%	998
מחוז המרכז	5.9%	23.8%	1,307
מחוז תל אביב	0.8%	16.9%	6,997
מחוז הדרום	65.5%	14.3%	72

<sup>(1)</sup> 3.7% מכלל האוכלוסייה מתגוררים ביישובים יהודיים באזור יהודה והשומרון.  
<sup>(2)</sup> כולל שטח הימות.

**נקודה נמוכה ביותר:** ים המלח - 419 מ' מתחת לפני הים.  
**נקודה גבוהה ביותר:** הר החרמון - 2,224 מ'.

**נהר יחידי בישראל:** הירדן - כ-250 ק"מ.  
**נחלים עיקריים:** אלכסנדר, בשור, חדרה, ירקון, סער, קישון ושורק.



**משאבים טבעיים:**  
 חומרי גלם לבנייה ולסלילה - חצץ ואבן, חול, סרכר, חרסית, גיר, גבט וטוף.  
 חומרי גלם לתעשייה - אשלג, ברום, מגנזיום, מלח, פוספטים, חול, חרסית וגיר.  
 מקורות אנרגיה - גז טבעי, פצלי שמן.





מינהל מחקר וכלכלה  
משרד התעשייה, המסחר והתעסוקה

**רשתות שיווק מזון בישראל:  
נתח מכירות, דיוקן הקונים והשוואה בינלאומית**

**רוני בר-צורי**

על המחברת

רוני בר-צורי, מרכזת המחקר בתחום הצרכנות במינהל מחקר וכלכלה בתמ"ת

ספטמבר 2007

התבוננות בפלחי השוק של הקונים ברשתות השיווק מלמד כי פלח הקונים הגדול ביותר הוא פלח הקונים ברשת שופרסל, אשר לאחר איחודה עם רשת קלאבמרקט<sup>1</sup> מקיפה כ- 30.8% מציבור הצרכנים. נתח השוק של הקונים בשופרסל בלבד ובחנויות הלווין שלה הכוללות את שופרסל שלי, שופרסל דיל, היפרנטו, שופרסל ביג, קוסמוס, נט-סל, קוסמוס למהדרין, זול למהדרין יוניברס קלאב מגיע ל- 24.1%, ושל קוני קלאבמרקט (לשעבר), הכולל את חצי קופה, ג'מבו אימפריה, זול-פה מגיע ל- 6.6%.

פלח השוק השני בגודלו הוא פלח הקונים ברבוע הכחול המהווים 19.6% מכלל הצרכנים והוא כולל את חנויות סופר סנטר, מגה, שפע שוק, קואופ, שפע מהדרין. הפלח השלישי של הקונים ברשתות הוא של קונים ברשתות המזון העצמאיות<sup>2</sup> המהווים כחמישית מכלל הצרכנים. פלח זה ניתן למיין לשני פלחים משניים: האחד- צרכני ה"רשת הרביעית" הכוללת 7 רשתות מזון פרטיות: את קבוצת רמי לוי- שיווק השיקמה, סופר דוש, אבא ויקטורי, מחסני השוק, מחסני להב, יוחננוף, [חצי חנים, שהקונים בה מהווים 14.9% מכלל הקונים] ואילו הפלח המשני הנוסף ברשתות העצמאיות הוא פלח הקונים ברשתות פרטיות אחרות ששייכות אליהן בין היתר רשתות כגון, חביב, טיב טעם, ברכת הארץ, יד- יצחק, פרש- מרקט, קואופ ישראל, יוניברס קלאב ואחרים והן מקיפות 4.7% מהצרכנים. רשתות אלו כוללות הן רשתות של חנויות עממיות ובחלקן הן חנויות של רשתות מגזריות המיועדות למגזרי אוכלוסייה שונים כגון: רשת ברכת רחל המכוונת לחרדים ורשת טיב טעם המכוונת יותר לעולי חבר העמים. (רי' נספח ו').

### 2.3 הצרכן לפי סוג החנות של מקום הקניה העיקרי של מזון

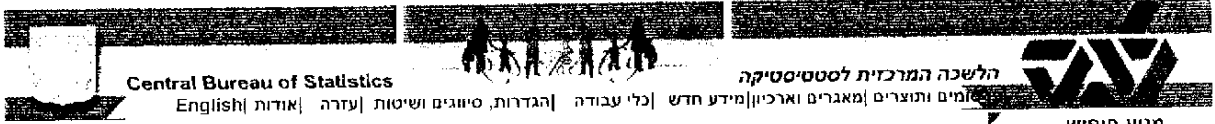
אפיון הצרכן י נערך בשני משורים:

האחד- השוואה בין צרכנים הקונים ברשתות שיווק לעומת מי שקונים בחנויות שכונתיות. השני- השוואה בקרב צרכני הרשתות בין צרכנים הקונים ברשתות השיווק הוותיקות (שופרסל ורבע כחול) לבין הקונים ברשתות החדשות (הרשת הרביעית ורשתות עצמאיות אחרות).

**הקונים ברשתות השיווק לצואת הקונים בחנות השכונתית** ניתן לאפיין ולבדל את אוכלוסיית הקונים ברשתות השיווק, המהווה, כאמור כ- 70% מכלל הקונים לעומת הקונים בחנות השכונתית: חלקם של הוותיקים מקרב הקונים ברשתות הגיע ל- 82.5%,

<sup>1</sup> תמונת הרשתות נכונה ל-2006, וכן ר' נספח ג'

"T"



תפרסם ראשי - אינדיקטורים עיקריים

מנוע חיפוש

נתונים אחרונים

מעודכן ל - 24/11/2008

מדד המחירים לצרכן אוקטובר 2008 בסיס 100=2006

מדד המחירים לצרכן אוקטובר 2008 שינוי לעומת חודש קודם

אינדוקסיה לסוף ספטמבר 2008

מס' מועסקים ישראלים רבע שני 2008 (מנוחה עונתיות)

אחוז הבלתי מועסקים רבע שני 2008 (מנוחה עונתיות)

שכר חודשי ממוצע למשרת שכיר - משרות של ישראלים אוגוסט 2008

שכר חודשי ממוצע למשרת שכיר - כולל משרות של עובדים זרים

הוצאה לצריכה פרטית לופש ברבע שלישי 2008

שער חליפין (ממוצע חודשי) של הדולר אוקטובר 2008

יצוא סחורות - אוקטובר 2008

יבוא סחורות - אוקטובר 2008

תוצר מקומי גלמי (תמ"ג) רבע שלישי 2008 במחירים שוטפים

107.1
0.1 %
אלף 7,337.5
אלף 2771.0
5.9 %
ש"ח 8,095
ש"ח 7,925
ש"ח 15,319
ש"ח 3,687.2
\$ 3,087.5 במיליוני
\$ 4,846.4 במיליוני
185,714 מיליוני ש"ח

- חברה ואוכלוסייה
- משקי בית ומשפחות
- עבודה ושכר
- כלכלת ישראל
- ענפי הכלכלה
- סביבה ואזור
- ממשל ושלטון מקומי
- השוואות בין-לאומיות

פרופיל סטטיסטי של ישראל ב- OECD

נתונים כלכליים לפי תקן IMF

לקט אינדיקטורים כלכליים לחודשים האחרונים

אינדיקטורים עיקריים להתפתחות המשק 2007-2002



RSS

פנת עיתון  
מנוע חיפוש  
מאגרים ופנת עזרה  
מנוע חיפוש



Copyright 1997 - 2008 The State of Israel. All Rights Reserved. | number: 052-5230004 | 1997 - 2008

ה"

## תצהיר

אני הח"מ, עמוס קרן ת.ז. 057118853 (להלן גם: "המבקש", "התובע"), לאחר שהוזהרתי לומר את האמת וכי אהיה צפוי לעונשים הקבועים בחוק אם לא אעשה כן, מצהיר בזה בכתב כדלקמן:

1. תצהיר זה ניתן לתמיכה בתביעתי נגד חצי חניס בע"מ (להלן גם: "הנתבעת", "חצי חניס") – (להלן גם: "המשפט", "התביעה"), ובבקשתי לאישור תביעתי כתובענה ייצוגית (להלן גם: "הבקשה"), בבית המשפט המחוזי בפתח תקוה ולהגדרת הקבוצה שבשמה הוגשה התובענה (להלן גם: "הצרכן", "הצרכנים", "הקבוצה") ככוללת כל מי שקנה אצל המשיבה אריזת "קוקוס טחון" הארוזה על ידי המשיבה (להלן גם: "המוצר") בתוך תקופה של 1.5 שנים עד הגשת תובענה זו.

2. תצהירי זה ניתן למיטב ידיעתי ואמונתי ולאחר חקירה ודרישה.

### המטריה המשפטית

1. הפרת הוראות חוק, ובין היתר: הגנת הצרכן, התשמ"א – 1981, סעיפים 2(א)(1)(2), 2(ב), 4(א)(3) ו-6(א) (להלן גם: "החוק"), חוק החוזים (חלק כללי), התשל"ג-1973, חוק עשיית עושר ולא במשפט, התשל"ט-1979 ופקודת הנזיקין (נוסח חדש) – רשלנות והפרת חובה חקוקה (סעיפים 2(א)(1)(2), 4(א)(3) לחוק).

### כללי:

3. עסקינן בהטעייתי בקשר עם רכישת אריזת "קוקוס טחון", ההטעיה נגרמה בעקבות חקטנת כמות / תכולת המוצר מ- 250 גרם ל- 200 גרם ללא עדכון או יידוע הצרכנים בגילוי על האריזה ו/או שינוי האריזה ו/או שינוי הכיתוב על האריזה.

### תיאור העובדות המקימות את עלת התביעה

2. אני, בשלן ואופה חובב, רכשתי מנתבעת בשנת 2008 מס' פעמים את המוצר, בסניף חולון ו/או פתח תקוה, בטרם הבחנתי לתדהמתי כי המשקל הנקוב על גבי האריזה, ככל שהיה זכור לי מקניות עבר של המוצר, הוקטן, ברם, המחיר נשאר זהה וכך גם האריזה.

3. מבדיקה שערכתי, לאחר שגיליתי כי המוצר "הצטמצם" והמחיר לא, נתחוור כדלקמן:

א. הנתבעת מכרה את המוצר עד שנת 2007 (או בסמוך) באריזה של 250 גרם ובמחיר של 2.99 ₪.

ב. הנתבעת החלה למכור את אותו מוצר ממש, לאחר שנת 2007 (או בסמוך) באותה האריזה ו/או האריזה דומה, גם באותו המחיר של 2.99 ₪, אך בכמות / תכולה מופחתת של 200 גרם.

ג. הנתבעת עדיין מוכרת את המוצר באריזה של 200 ג'.

ד. מס' הבר-קוד 7290003485680 שהיה על אריזת ה- 250 גרם של המוצר נשאר בשימוש לאריזת ה- 200 גרם של המוצר.

- ה. על גבי אריזת ה-200 גרם אין כל גילוי לגבי השינוי בכמות / תכולה שהופחתה.
- ו. אריזת ה-250 וה-200 של המוצר זהות לחלוטין, בצבעים ובכיתוב, למעט ציון המשקל השונה.
- ז. הפחתת הכמות של המוצר מ-250 גרם ל-200 גרם – קרי – הפחתה של 20%.
- ח. מחיר המוצר לא הופחת על ידי הנתבעת, וכך, בעצם ההפחתה בכמות הועלה למעשה, בצורה סמויה, מחיר המוצר לצרכן, ובין היתר לי.
4. צירפתי, לכתב התביעה ולבקשה, אסמכתאות לתמוך בטענותיי לגביי ההטעייה כאמור ובין היתר: צילומי אריזות וחשבונית.


#### חישוב זכותי וזכות חברי הקבוצה

5. חישוב אריתמטי, של חלוקת המחיר 2.99 ₪ ל-250 גרם, מראה כי מחירו של גרם עובר להקטנת הכמות = 0.01196 ₪ ואילו לאחר ההקטנה, 2.99 ₪ לחלק ל-200 גרם = 0.01495 ₪ ומכאן 0.01495 לחלק ל-0.01196 = 1.25 – קרי – שינוי והעלאה סמויה של 25% במחיר המוצר.
6. הנזק שנגרם לי ואשר אני זכאי להשבתו הוא 25% מסך של 2.99 ₪ = 0.7475 ₪ לאריזת מוצר.
7. אני מעריך כי רכשתי בשנה וחצי האחרונות, שהן לערך פרק הזמן שהנתבעת מוכרת את המוצר המופחת בכמות / תכולה, כ-4 אריזות מוצר, כך שהנזק המצטבר לו אני זכאי להשבה עומד על 2.99 ₪.
8. לשם חישוב מקורב, ככל שניתן, של זכות חברי הקבוצה, חקרתי ובדקתי, ובין היתר, מחקרי משרד התמי"ת, נתוני אשראי צרכני, סקרים ענפיים, מיקום רשת המרכולים של המשיבה ופרסומים שונים של הלשכה המרכזית לסטטיסטיקה.
9. מהמקובץ עולה כדלקמן:
- א. לחצי חינם יש רשת מרכולים המונה 6 סניפים: 1 בפתח תקוה, 2 בחולון ו-3 בראשון לציון – חרף פריסתם הגיאוגרפית ונגישותם לבעלי כלי רכב עיקר הלקוחות שלהם נמנים על אלו המתגוררים במחוזות מרכז ותל אביב.
- ב. בישראל כ-7,116,700 איש ואישה ובהם אוכלוסיית הצרכנים בני ה-15+ מונה כ-5,053,100.
- ג. במחוזות מרכז ותל אביב מתגוררים כ-40% מאוכלוסיית המדינה כך שמס' הצרכנים (בני 15+) עומד על 2,021,240.
- ד. לחצי חינם יש "נתח מכירות" של כ-15% מהמכירה ברשתות כך שמדובר בכ-303,186 צרכנים בקבוצה (נתוני 2006 שפורסמו ב-2007).
- ה. עדכון הלשכה המרכזית לסטטיסטיקה, סמוך ליום הגשת התביעה, מראה על גידול יחסי של 3% באוכלוסיית ישראל, מ-7,116,700 ל-7,337,500, כך שהקבוצה, בהתאמה, מונה כ-312,281 צרכנים.

10. ולכן, בהתחשב כי זכותי היא ל- 2.99 ש"ח ואם תתקבלנה טענותיי וחצי חינם תחויב בתשלום הסכומים שנגבו ביתר עקב ההטעיה, יהיו זכאים חברי הקבוצה לתשלום על פני 1.5 שנים לאחור, סך הנאמד ב- 933,720 ש"ח.
11. לא למותר לציין כי בחג הפסח נרכשות כמויות גדולות של קוקוס טחון, המהווה חומר גלם עיקרי ובסיסי לעוגות ועוגיות כשרות לפסח, נתון שלא בא ולא יכול לבוא לביטוי בחישובים לעיל, אך מהווה נתון חשוב להבנת היקף הרווח, שלא כדין, למשיבה וגודל הנזק, שהולך ומתעצם, לצרכנים הנאמנים.
12. הנתונים המלאים והמדויקים לגבי המכירות של המוצר בקשר עם הקבוצה, בזמן הרלבנטי לתביעה אינם גלויים ומהווים סוד מסחרי של חצי חינם, ברם, בירור היקף המכירות והסכומים המדויקים ואז הסכום הכולל של התובענה הייצוגית יהיה ניתן לחישוב בפשטות במסגרת בירור התובענה וההליכים בגידרה.

### לסיכום:

4. מדובר בהתנהלות שיטתית של הנתבעת, שיטה חסרת תום לב, שלא בדרך מקובלת ונטולת הגינות, אשר פוגעת בקבוצה מחד ומעשירה את הנתבעת מאידך, ויש להתייחס לכך בחומרה רבה לאור מאזן הכוחות בין חברי הקבוצה והנתבעת.
5. אכיפת הדין והרתעה מפני הפרתו חשובים במקרה זה לא רק לגבי חברי הקבוצה אלא גם לגבי עוד צרכנים ועוסקים בנסיבות דומות.
6. אישור התובענה כיצוגית יתן הזדמנות אמיתית לקבל את המגיע לקבוצה ולי מהנתבעת דבר שספק אם היה יכול להתמשש בדרך של תביעה רגילה בהתחשב בנזק-זוטא ליחיד הקבוצה אל מול עלות הרמת נטל ההוכחה וההתמודדות.
7. אני מאמין כי סכויי ההצלחה של התובענה רבים, בנסיבות העניין ונוכח משקל הראיות.
8. זה שמי, זו חתימתי ותוכן תצהירי אמת.

  
 עמוס קרן

### אישור

הנני מאשר כי ביום 25.11.08 הופיע בפני עו"ד קרן עמוס, במשרדי שברחוב אבן גבירול 68 תל אביב, מר עמוס קרן, המוכר לי אישית, ולאחר שהזהרתיו לומר את האמת וכי יהיה צפוי לעונשים הקבועים בחוק אם לא יעשה כן, אישר נכונות הצהרתו דלעיל וחתם על תצהירו בפני.

עו"ד בן הרוש תילה  
 רישיון מס' 42482

עורך דין