

בעניין:

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

**התובעים**

- 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. נטוויז'ן 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 שופמינד 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 מווס 13, תל-אביב 67442
12. בדימאג 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, פתח-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. סלפטר (1983) בע"מ ח.פ. 511008807  
רחוב נירים 3, תל-אביב 67015
22. אלודה בע"מ ח.פ. 511453839  
רחוב הנציב 32, תל-אביב 67015
23. אם.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-טבא 44425
29. טרקלין חשמל בע"מ ח.פ. 510598857  
רחוב הנביאים 25, חיפה 33104
30. אנרג'ים בע"מ ח.פ. 511220519  
רחוב נתיבות 3, הרצליה 46103
31. וואלה טורס בע"מ ח.פ. 513845461  
רחוב מנורת המאור 8, תל-אביב 67448
32. דיזינהויז יוניטורס 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 ביג"ל בע"מ ח.פ. 513509026  
רחוב סחרוב 5, ראשון-לציון 75707
36. ט.ב. דסל שיווק בע"מ ח.פ. 512092065  
רחוב ז'בוטינסקי 103, רמת-גן 52553
37. א.טל-דן בע"מ ח.פ. 511533309

רחוב הלל 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 זיאאיט)  
ואו אזור התעשייה ברקן 12, ברקן 44820
41. ויטוריו דיוואני 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 גרום (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 חשמונאים 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. יניר מערכות בע"מ ח.פ. 511732893  
רחוב דוד נבון 39, מגשימים 56910
55. סינו רהיטים בע"מ ח.פ. 513436808  
רחוב יד תרוצים 20, ירושלים 93420
56. סלון קוז 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 רושל בורוכוב מרחוב הגפן 91, נווה ימין 44920

67. **מיכאל קסלסי** ת.ז. 057991234

68. **ליין סנטר**

69. **ליין סנטר סחר**

70. **חיבורים מוצרים שאוהבים**

ת.ד. 87, בית דגן 50250

## הנתבעות

מחות התביעה: כספית, סעד הצהרתי, צווי עשה.

סכום התביעה האישית: לא ניתן להערכה.

## כתב תביעה

התובעים מתכבדים להגיש לבית המשפט הנכבד את התובענה דגן, המוגשת בד בבד עם בקשה לאשרה כתובענה ייצוגית.

כל הנספחים המצורפים לכתב התביעה מהווים חלק בלתי נפרד הימנו.

## א. פתח דבר

1. עניינה של התובענה – והבקשה לאשרה בייצוגית – 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 לייחס למעשים אלו.

העתק החלק הרלוונטי מהדו"ח התקופתי לשנת 2006 של הנתבעת מסי' 3, בו היא מעריכה את נתח השוק של הנתבעות 1-5 ב- 85%, מצורף כנספח "א" לכתב התביעה ומהווה חלק בלתי נפרד הימנו.

2. בשקדנות ובמאמץ מרובים הצליחו התובעים לאסוף ראיות, המליכות למסקנה הגיונית אחת ויחידה: הנתבעות נוקטות בדרכי רמייה פסולות, על-מנת להעלות באופן מלאכותי את מחירי הזכיה במוצרים המוצעים למכירה במכירות הפומביות באינטרנט, ועל-מנת למנוע ממשותפים במכירות הפומביות זכיה כדן במוצרים, במחירים שנחשבים על-ידן ל"נמוכים מידי". **הדבר נעשה באמצעות הפעלת משותפים פיקטיביים, המגישים הצעות פיקטיביות במכירות הפומביות.**
3. הלקוחות המשתתפים במכירות הפומביות (והתובעים בתוכם) מניחים, כי לא קיימת בהן התערבות בלתי הוגנת מצד האתרים המנהלים אותן /או מצד הספקים המציעים למכירה את מרכולתם במסגרתן. המשתתפים במכירות הפומביות מניחים, וזכאים להנית, כי כל המשתתפים במכירה, אשר מציעים הצעות לרכישת המוצר, הינם משותפים אמיתיים, אשר אכן מעוניינים ברכישתו; כי כל הצעה שמוצעת במכירה הפומבית אכן משקפת את רצונו הכן של משתתף אמיתי לרכוש את המוצר במחיר שהוצע על-ידו; וכי מחיר הזכיה וזהות הזוכה נקבעים על-ידי משותפים (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 התובעים, במכירות הפומביות המתנהלות באתרי האינטרנט המופעלים על-ידי הנתבעות 1-6 מוגשות **הצעות פיקטיביות** לרכישת מוצרים, על-ידי **משתתפים פיקטיביים**, המופעלים על-ידי הנתבעות או מי מהן. מטרת ההצעות הפיקטיביות הינה להעלות באורח מלאכותי ובלתי חוקי את מחירי הזכיה במוצרים, ולמנוע זכיית משותפים במוצרים, במחירים שנחשבים על-ידי הנתבעות ל"נמוכים מידי".
5. הנתבעות הטעו, ביודעין, את התובעים, כמו גם את יתר ציבור המשתתפים במכירות הפומביות, באופן חמור ובוטה, כאשר הציגו בפניהם מצג שווא, כאילו המכירה הפומבית הינה זירת התמחרות כשרה, הוגנת ואמינה. האמת, מתברר, הינה אחרת לחלוטין: **הנתבעות מתערבות במכירות, מציעות הצעות פיקטיביות מטעמן ומעלות באופן מלאכותי ופסול את מחירי הזכיה במוצרים הנמכרים בהן.** בעשותן כן, פוגעות הנתבעות אנושות בכללים חבסיסיים ביותר של מסחר הוגן.
6. אין ספק, שמעשי הנתבעות מטבים נזק רב לציבור המשתתפים במכירות הפומביות (והתובעים ביניהם). הגשת הצעה פיקטיבית, במטרה להעלות את מחיר המוצר המוצע למכירה, מונעת, למעשה, את רכישתו בתנאי שוק הוגנים, ומטבה למשתתפים במכירת הפומבית נזק של ממש. המשתתף (האמיתי) שזכה במוצר נאלץ לשלם עבורו מחיר גבוה מהמחיר אותו היה זכאי לשלם, אלמלא התערבותו של המשתתף הפיקטיבי. במקרים אחרים, המשתתף הפיקטיבי הוא אשר "זוכה" במוצר, ובכך מונע ממשותף אמיתי לזכות במוצר (במחיר נמוך יותר, כמובן). בנוסף, כל ציבור המשתתפים 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 במשותפים פיקטיביים, מחירי הזכיה במוצרים היו נמוכים יותר, כך שמכשיר המכירה הפומבית המוצע והמנוהל על-ידי אותם

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 כדון, על חשבון ציבור המשתתפים במכירות הפומביות.

10. הנתבעות או מי מהן היו מודעות היטב לכך שמעשיהן הינם בלתי כשרים. לפיכך, ניסו לחסותם בדרכים שונות, במטרה להקשות על גילוי מעשי התרמית. למרבה המזל, לא כל ניסיונות ההסוואה צלחו, ומעשי המרמה אותרו בחלקם על-ידי התובעים.

11. חשוב להדגיש: העניין המועלה בתובענה דין הינו בגדר **תופעה נרחבת ביותר**. מעשי המרמה וההטעיה המבוצעים על-ידי הנתבעות הינם **בהיקף כמותי וכספי עצום**. מהנתונים שנאספו על-ידי התובעים עולה, כי בחלק בלתי מבוטל מכלל המכירות הפומביות המנוהלות באתרי הנתבעות 1-6 נעשה שימוש בהצעות פיקטיביות. על בסיס הראיות שנאספו על-ידי התובעים ניתן לומר בפסקנות, **שחלק ניכר מהספקים המציעים למכירה את מרכולתם במכירות הפומביות הנערכות באתרי הנתבעות 1-6 נהנים משימוש בתצעות פיקטיביות, וכי מידי חודש נערכות אלפי מכירות פומביות שדבק בהן אותו פסול**.

מובן, כי רק לאחר השיפת מלוא הנתונים הרלוונטיים על-ידי הנתבעות ניתן יהיה להיווכח בהיקפה המלא של תרמית ענק זו, הנמשכת זה שנים.

12. במקביל להגשת התובענה והבקשה לאשרה כייצוגית מוגשת בקשה למתן צו מניעה זמני, האוסר על האתרים לשנות ו/או למחוק ו/או לעשות כל דיספוזיציה 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 הנתבעות ולחשב את גובה הנוק שנגרם לכל אחד מתברי הקבוצה שייצוגה מתבקש.

על כל פנים, וללא שום קשר להליך הבקשה למתן צו מניעה זמני ולתוצאותיו, כל הנתבעות בתובענה 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 התובעים במסגרת תובענה זו יובאו בהתאם לראשי הפרקים הבאים:

13.1 **בפרק ב'** נציג את הצדדים לתובענה.

13.2 **בפרק ג'** תוצג התשתית העובדתית העומדת בבסיס התובענה. בתחילה, יוצגו מאפייני שיטת המכירה המיוחדת המכונה "מכירה פומבית". לאחר מכן, יפורטו הממצאים העולים מהראיות אשר נאספו על-ידי התובעים, ובעיקר – הממצאים המעידים על התערבותם של משתתפים פיקטיביים, המופעלים על-ידי הנתבעות או מי מהן, במכירות הפומביות הנערכות באתרי הנתבעות 1-6.

13.3 **בפרק ד'** יוצגו עילות התביעה כנגד הנתבעות.

13.4. בפרק ה' יוצגו הניזוקים ותזכאים בגין מעשיהן ומחדליהן של התובעות, וכן תוצג הקבוצה שייצוגה מתבקש בבקשה לאישור התובענה כייצוגית.

13.5. בפרק ו' יוצגו הסעדים להם זכאים התובעים ויתר חברי הקבוצה שייצוגה מתבקש בגין מעשי ומחדלי המשיבות.

## ב. הצדדים לתובענה

14. התובע 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. התובע 2, מר אסף קרקו, בעל תואר ראשון בכלכלה ובמדעי המחשב, הינו בעל ניסיון של כשבע שנים בפיתוח תוכנה בחברות תוכנה שונות. לשני התובעים הבנה טובה של תחום מערכות המידע.

15. התובעים הינם צרכנים המשתתפים, מזה שנים, במכירות פומביות הנערכות באתרי התובעות 1-6, כמו גם באתרים נוספים, בהן מוצעים למכירה מוצריהם של הספקים, התובעות 7-70, ושל ספקים נוספים. התובעים הינם בגדר "לקוחות", כמשמעות המונח בפריט הראשון לתוספת השנייה לחוק תובענות ייצוגיות.

16. התובעת 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. התובעת מס' 2, נענע 10 בע"מ, מפעילה כיום, והתובעת מס' 3, נטוויז'ן בע"מ, הפעילה עד לאחרונה, את אתר האינטרנט המצוי בכתובת [www.manashops.co.il](http://www.manashops.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. התובעת מס' 4, סמייל מדיה בע"מ, מפעילה את אתר האינטרנט המצוי בכתובת [www.p1000.co.il](http://www.p1000.co.il) (להלן – "סי1000"), במסגרתו נערכות מכירות פומביות בהן נמכרים מוצרים שונים.

19. התובעת מס' 5, וואלה שופמינד בע"מ, מפעילה את אתר האינטרנט המצוי בכתובת [www.wallashops.co.il](http://www.wallashops.co.il) (להלן – "וואלה שופס"), במסגרתו נערכות מכירות פומביות בהן נמכרים מוצרים שונים.

20. התובעת מס' 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 לאחרונה חדלה התובעת מס' 6 לערוך מכירות פומביות באתרה.

21. כל אחת מהתובעות 1-6 מפעילה אתרי אינטרנט נוספים, המצויים בכתובות אחרות, לעיתים על בסיס הסכמי שיתוף פעולה עם אתרי אינטרנט אחרים. התובענה דגן והבקשה לאשרה כייצוגית מתייחסות גם לאתרים אלו. כדוגמא בלבד, ומבלי למצות, נציין כי התובעות 2-3 מפעילות גם את האתרים הנמצאים בכתובת [www.hazira.globes.co.il](http://www.hazira.globes.co.il), בכתובת [www.nrgshops.co.il](http://www.nrgshops.co.il), בכתובת [www.glatshops.co.il](http://www.glatshops.co.il), בכתובת



shops.hevre.co.il ובערוץ 333 בטלוויזיה בכבלים, כי הנתבעת מסי' 4 מפעילה גם את האתרים הנמצאים בכתובת www.msashops.co.il ובכתובת www.nety.co.il, וכי הנתבעת מסי' 31 מפעילה גם את האתר הנמצא בכתובת www.wallatours.co.il, שהינו, באופן מעשי, חלק מהאתר המופעל על-ידי הנתבעת 5 (שהינה חברת האם של הנתבעת 31).

22. הנתבעות 1-6 ואתרי האינטרנט שהן מפעילות יקראו להלן גם – "האתרים".
23. הנתבעות 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. הנתבעות 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, המתנחלת מחוץ לרשת האינטרנט. מכירה פומבית המתנחלת 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 יסודיים. החשוב שבהם הוא עקרון החגיגות 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" ו/או "משתמש אמיתי"); כי כל הצעה המוצעת במכירה הפומביות 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 זיהוה את הזוכה נקבעים על-ידי משתתפים (אמיתיים) במכירות הפומביות, בדרך של תחרות בין הצעות (אמיתיות), כך שההצעה (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 (לרבות התובעים) להשתתף במכירות הפומביות. על אחת כמה וכמה עת 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 הנערכות אצלם מנוהלות באופן הוגן ואמין. חלק מהאתרים 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.

## ג(2). השתתפות במכירה פומבית

32. ככלל, המעוניין להשתתף במכירה פומבית מקוונת ולהציע הצעה לרכישת מוצר, נדרש להירשם באתר המנחל 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 וכי. בהתאם לנתונים שהוקלדו, בוחר האתר את השם המוצג: זהו הכינוי של הלקוח אשר יוצג בפני המשתתפים האחרים במכירות הפומביות שבהן ישתתף אותו לקוח (להלן – "השם המוצג"). להלן פירוט בדבר השם המוצג, נכון למועד הגשת התובענה, בכל אחד מהאתרים:

33.1 באתר אולסייל: 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 התובעים

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

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

38. התובעים הופתעו לגלות, כי ניתוח הראיות אשר נאספו על-ידם 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 מהראיות שנאספו על-ידי התובעים, 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 הנתבעת 41, חברת ויטוריו דיוואני בע"מ, והכל בתקופה של פחות מחודש אחד.
- העתק פירוט הזכיות של המשתמש david267 באתר אולטייל בתקופת האמורה מצורף כנספח "ב" לכתב התביעה ומהווה חלק בלתי נפרד הימנו.
41. נתונים אלו מעוררים, עוד על פניהם, חשד כבד, כי מדובר במשתתף פיקטיבי. קשה 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); riva267 (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 הזכיות של המשתמשים האמורים באתר אולסייל בתקופה האמורה מצורף כנספח "ג" לכתב התביעה ומהווה חלק בלתי נפרד הימנו.

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.

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. הדעת מחייבת, שמשתתף המשנה את השם הפרטי שהוקלד על-ידו במסגרת חליף 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 התובעים). 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, התובעים איתרו לפחות חלק ממשגי 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.

46. כל האינדיקציות שהוצגו לעיל מובילות למסקנה 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 שגוראו לנתבעות "נמוכים מידי". אין כל הסבר הגיוני אחר אשר יכול להסביר את הנתונים שהוצגו לעיל.

47. יודגש, כי שימוש במשתתפים פיקטיביים נעשה באתרי הנתבעות 1-6 גם במכירות פומביות של ספקים אחרים מהנתבעות 7-70.

48. עוד יודגש, כי התובעים מעריכים שהספקים הנתבעים עושים שימוש במשתתפים פיקטיביים לא רק במכירות פומביות הנערכות באתרי הנתבעות 1-6, אלא גם במכירות הפומביות הנערכות באתרים אחרים. התביעה דן כנגד הספקים מתייחסת לכלל המכירות הפומביות בהן מכרו את מוצריהם תוך שימוש במשתתפים פיקטיביים, ללא תלות בזותות האתר בו נערכה המכירה הפומבית. נכונותו של כל אחד מהספקים לעשות שימוש במשתתפים פיקטיביים איננה תלויה בזותות האתר שבו נערכת המכירה הפומבית. על כן, חזקה על ספק שהוכת שעשה שימוש במשתתפים פיקטיביים באתר פלוני, כי עשה שימוש במשתתפים פיקטיביים גם באתר אלוני.

49. לעיתים האתרים מציעים בעצמם מוצרים למכירה במכירות פומביות המנוחלות על-ידם, כך שעל אף השימוש במונח "ספקים" במסגרת תובענה זו מתייחס ברוב המקרים לנתבעות 7-70, מובן שהוא כולל גם את האתרים, שעה שהם פועלים כספקים המציעים מוצרים למכירה בעצמם. על כן, יש לראות את כל עילות התביעה נגד הספקים וכן את הסעדים המבוקשים בתובענה זו נגד הספקים, כמתייחסים גם לאתרים, הנתבעות 1-6, בכובעם כספקים.

#### ג(4). ממצא נוסף: הסתרת זהותם האמיתית של הספקים

50. מהראיות אשר נאספו על-ידי התובעים 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.

51. כך למשל, הספק ט.ב. דסל שיווק בע"מ (הנתבעת 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 ידוע כי מי שלאמיתו של דבר עומדת מאחורי המכירה הינה חברת ט.ב. דסל שיווק בע"מ.

52. 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 התובעים עולה, כי מדובר בקבוצת חברות אליהם קשור מר אבי סופר. מכיוון שקיימות מספר

חברות בקבוצת אבי סופר, לא ניתן לקבוע בוודאות מיחיי האישיות המשפטית אשר מציעה למכירה את המוצרים תחת השם א.ס. בע"מ.

53. דוגמא אחרת הינה מכירות פומביות בהן שם הספק הינו חברת Comp U Line. מברור שמערך על-ידי התובעים 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.

54. 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.

55. העתקי תדפיסים מאתרי הנתבעות 1-6, המדגימים את האמור בפרק זה, מצורפים כנספח "ד" לכתב התביעה ומהווים חלק בלתי נפרד הימנו.

56. ברי, כי בכל אחת מסיטואציות אלו הלקוח איננו יכול לדעת מיחו הספק המציע למכירה את המוצר. בכך עברו הנתבעות על האיסורים הקבועים בסעיפים 2(א), 4ב, 14(א) ו- 14(ב) לחוק הגנת הצרכן, וביצעו כלפי התובעים, ויתר 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. עילות התביעה

### ד(1). עילות התביעה נגד האתרים

57. התובעים 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 הגיונות ואמינותן של המכירות פומביות שהוא מנהל.

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

59. 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 שנאספו על-ידי התובעים היו ברשותם ובידיעתם של האתרים. כל בדיקה, גם הפשוטה ביותר, כל פיקוח, ולו המינימלי ביותר, בהכרח היו מעלים את הממצאים אליהם הגיעו התובעים. 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 הוגנת במכירות הפומביות הנערכות על-ידם, וחלקם אף טענו שהפסיקו את הקשר עם ספקים שהשתתפו, שלא כדין, במכירות הפומביות שלהם.

60. האתרים הציגו מצג, בין היתר בתקנונים הנערכים על-דס, 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 שוא.

61. 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 התובעים וכלפי יתר ציבור המשתתפים במכירות הפומביות, ובכך מתבטאת אחריותם כלפיהם.

62. לתלן יוצגו, בקצרה בלבד, עילות התביעה העיקריות נגד האתרים.

### הפרת חוזה

63. 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.

64. באתרי הנתבעות 1-6 קיימים תקנונים, המסדירים את תנאי ההשתתפות במכירות וכן את התחייבויות האתרים כלפי המשתתפים במכירות. תקנונים אלו מהווים חוזה אחד. 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.

65. בנוסף, מן הראוי לציין, כי קיימת גם התחייבות מפורשת (על אף שאין בה צורך, ודי בהתחייבות מכללא הקיימת) של אולסיל, נענעשופס וואלחשופס לדאוג לטוהר המכירות שהם מנהלים.

66. 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 התובעים).

### טעות והטעיה

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

68. לחלופין בלבד – הציבור השתתף במכירות הפומביות המתנהלות באתרים ו/או רכש במסגרתן מוצרים, עקב טעותו לחשוב שהמכירות מפותחות על-ידי האתרים ומנהלות 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 מיחיד הציבור (לרבות לתובעים) הזכות לבטל את החוזים האמורים, כאמור בסעיף 14 לחוק החוזים (חלק כללי).

### חוסר תום לב

69. 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

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

### ניצול מצוקת הצרכן

71. במעשיהם ובמחדליהם המתוארים לעיל, עברו האתרים גם על האיסור הקבוע בסעיף 3(ב) לחוק הגנת הצרכן. האתרים ניצלו את בורותו של הצרכן (לרבות בורותם של התובעים 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.

### זרמית

72. כמפורט לעיל, האתרים הציגו בפני הציבור (לרבות התובעים) 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 באמיתותו, 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 מכונן להטעות את הציבור, בפועל אף הטעה אותו, וגרם לציבור (לרבות לתובעים) לנוק ממון. אכן, הציבור השתתף במכירות הפומביות שמערכו באתרים, תוך שהוא סובר בטעות, כי המכירות הפומביות מפותחות על-ידי האתרים ומתנהלות ללא כל התערבות בלתי הוגנת. בכך הוא הוטעה, ועקב



הטעיה זו הוא סבל נזק ממון. בכך עוולו האתרים כלפי הציבור בעוולת התרמית, כאמור בסעיף 56 לפקודת הנוזיקין [נוסח חדש].

### רשלנות

73. במעשיהם ובמחדליהם המתוארים לעיל עוולו האתרים כלפי ציבור המשתתפים במכירות הפומביות בעוולת הרשלנות, כאמור בסעיף 35 לפקודת הנוזיקין. האתרים ידעו, ולכל הפחות היה עליהם לדעת, שהמכירות הפומביות שהם עורכים מתנהלות שלא כדין. האתרים חייבים בחובת זהירות מושגות וקונקרטיה כלפי חברי הקבוצה שייצוגה 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

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

75. אלמלא השימוש במשתתפים הפיקטיביים, מחירי הזכייה במוצרים היו נמוכים יותר, כך שמכשיר המכירה הפומבית המוצע והמנוהל על-ידי האתרים, ושעליו 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 הנתבעות 1-6 להמשיך ולהפעיל את האתרים ולגרוף את הרווחים שהפיקו מהם. אלמלא השימוש במשתתפים פיקטיביים היו הנתבעות 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.

### ד(2). עילות התביעה נגד הספקים

76. כאמור לעיל, אין ספק שבמכירות הפומביות בהן הציעו הספקים למכירה את מרכולתם קיימת התערבות של משתתפים פיקטיביים.

77. משתתפים 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 יחא בכך כדי לפטור את הספק מאחריותו, שכן אסור היה לו לשתף פעולה, ולמכור את מרכולתו, באמצעות אתר שמרמה את לקוחותיו.

78. להלן יוצגו, בקצרה בלבד, עילות התביעה נגד הספקים.

## הפרת חוזה

79. בעצם העמדת מרכולתם למכירה במסגרת מכירות פומביות התחייבו הספקים כלפי המשתתפים באותן מכירות (לרבות התובעים), כי לא יתערבו בצורה כלשהי במכירות, וכי ימכרו את המוצר המוצע למכירה לבעל התצעה הגבוהה ביותר. הגשת הצעות פיקטיביות מטעמם, במטרה להעלות את מחיר הזכייה, ולמנוע זכיית משתמשים אמיתיים במחירים שנחשבים בעיניהם ל"נמוכים מדי", מהווה רמאות לשמה, וממילא הפרה יסודית ובוטת של אותה התחייבות.

80. 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 התקנוניים מהווה הפרת חוזה כלפי חברי הקבוצה שייצוגה מתבקש.

## טעות והטעיה

81. במעשיהם ובמחדליהם המתוארים לעיל הטעו הספקים את ציבור המשתתפים במכירות הפומביות (לרבות את התובעים), וגרמו לו להשתתף במכירות פומביות שבו נמכרים מוצריהם בתרמית, וכן לרכוש את המוצרים במחירים גבוהים מאלה שהוא היה זכאי לשלם. מעשים ומחדלים אלה מהווים הטעיה כאמור בסעיף 15 לחוק החוזים (חלק כללי).

82. לחלופין בלבד – הציבור השתתף במכירות הפומביות של הספקים ואו רכש במסגרתן מוצרים, עקב טעותו לחשוב שהמכירות מתנהלות באופן הוגן ואמין, ללא התערבותם הפסולה של האתרים. מכיוון שניתן להניח שלולא הטעות הציבור לא היה משתתף במכירות ואו רכש מוצרים במסגרתן, והספקים ידעו על כך (ולחלופין – היה עליהם לדעת על כך) – עומדת לכל אחד מיחדי הציבור הזכות לבטל את החוזים האמורים, כאמור בסעיף 14 לחוק החוזים (חלק כללי).

## חוסר תום לב

83. מעשיהם ומחדליהם המתוארים לעיל של הספקים 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, שהגשת הצעות פיקטיביות במכירות הפומביות שבהן הם מוכרים את מרכולתם, באופן חוזר ונשנה, איננה התנהגות ישרה, הנונה או מקובלת.

84. 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.

85. 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

86. במעשיהם ובמחדליהם המתוארים לעיל עברו הספקים על האיסור הקבוע בסעיף 2 לחוק הגנת הצרכן. הספקים הטעו את הציבור (לרבות את התובעים) לחשוב, כי המכירות הפומביות מתנהלות בצורה הוגנת ואמינה, ללא השתתפות משתתפים פיקטיביים המגישים 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 שמתתף, או שוקל להשתתף, במכירה פומבית.

## ניצול מצוקת הצרכן

87. במעשיהם ובמחדליהם המתוארים לעיל עברו הספקים גם על האיסור הקבוע בסעיף 3(ב) לחוק הגנת הצרכן. הספקים ניצלו את בורותו של הצרכן (לרבות בורותם של התובעים 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 /או לרכישת המוצר המוצע במסגרתה, בתנאים שהינם לבטח בלתי מקובלים ובלתי סבירים, וכן לשם השגת תמורה העולה על התמורה המקובלת.

## תרמית

88. הספקים הציגו בפני הציבור (לרבות התובעים) מצג שווא כוזב, כאילו המכירות מתנהלות בצורה הוגנת ואמינה ללא התערבות בלתי הוגנת 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 לתובעים) לנוק ממנו. 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 הטעיה זו הוא סבל נזק ממנו. בכך עוולו הספקים כלפי הציבור בעוולת התרמית, כאמור בסעיף 56 לפקודת הנויקין [נוסח חדש].

## רשלנות

89. במעשיהם ובמחדליהם המתוארים לעיל עוולו הספקים כלפי ציבור המשתתפים במכירות הפומביות בעוולת הרשלנות, כאמור בסעיף 35 לפקודת הנויקין. 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 וקונקרטיית כלפי חברי הקבוצה שייצוגה מתבקש. היות על הספקים להימנע מהתערבות בלתי הוגנת במכירות. הספקים הפרו את חובתם, ועל כן עליהם לפצות את הציבור בגין הנזק שנגרם לו עקב כך.

90. 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.
91. 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 נאלצים למכור מוצרים נוספים במחירים אטרקטיביים. מובן, כי מעצם השימוש במשתתפים הפיקטיביים זכו הספקים, שלא כדין, בטובות הנאה. עליהם לחשיב לחברי הקבוצה את אותן טובות הנאה, דהיינו את הרווחים שהפיקו הודות למעשיהם ומחדליהם האמורים, לרבות ההפסדים שנמנעו מהם.

### ה. הניזוקים, הזכאים והגדרת הקבוצה שייצוגה מתבקש

#### ה(1). הניזוקים והזכאים בגין מעשי ומחדלי התבעות

92. השימוש במשתתפים פיקטיביים, והתערבות הבלתי הוגנת במכירות הפומביות, פגעו והסבו נזק רב לציבור המשתתפים במכירות הפומביות שנערכו באתרים (והתובעים ביניהם).
93. 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 המשתמש האמיתי 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. נזקם 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.
94. 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. נזקם 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.

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

96. 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 בזכו את זמנם ומשאביהם בהשתתפותם במכירות שונות לחלוטין מאלה שהן נחזו להיות. הטעויות 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 הנתבעות מקימים לציבור המשתתפים במכירות הפומביות זכאות לפיצויים.

### ה(2). הגדרת הקבוצה שייצוגה מתבקש בבקשה לאישור

97. קבוצת התובעים שייצוגה מתבקש בבקשה לאישור הינה כל מי שהשתתף במכירה פומבית שנערכה באיזה מאתרי הנתבעות 1-6, ושהוגשה בה הצעה של משתתף פיקטיבי.

98. התובעים שומרים על זכותם לתקן את הגדרת הקבוצה, לאור הנתונים שיימסרו על-ידי הנתבעות במסגרת הליך אישור התובענה הייצוגית.

99. יובהר ויודגש, כי יש לראות את כל האמור במסגרת תובענה זו ביתס לציבור המשתתפים במכירות הפומביות וביתס לקבוצה שייצוגה מתבקש, כאילו נאמר גם ביתס לתובעים באופן אישי. התובעים הינם חלק מציבור המשתתפים במכירות הפומביות ומחקבוצה שייצוגה מתבקש.

100. התובעים, שהינם משתתפים ותיקים במכירות פומביות הנערכות באתרים, מעריכים ומאמינים שאף הם נפלו קורבן למעשי הנתבעות, והשתתפו במכירות פומביות בהן הוגשו הצעות פיקטיביות. לתובעים נגרמו אותם נזקים שנגרמו לחברי הקבוצה שייצוגה מתבקש, הם בעלי אותה עילת תביעה וזכאים לאותם סעדים.

### ה(3). תפקידם המיוחד של באי-כוח התובעים בהליך הענקת הסעדים לחברי הקבוצה

101. הענקת הסעדים להם זכאים התובעים ויתר חברי הקבוצה בגין תרמית-הענק שנחשפת במסגרת התובענה דנן והבקשה לאשרה כייצוגית מחייבת חשיפת מידע ונתונים המצויים בידי הנתבעות, וכן ביצוע פעולות של איתור כלל המשתתפים הפיקטיביים וכלל הזכאים לסעד.

102. בית המשפט הנכבד יתבקש למנות את באי-כוח התובעים למפקחים מטעם התובעים ומטעם יתר חברי הקבוצה שייצוגה מתבקש, ולבעלי סמכויות וכוחות ביחס לנתבעות, בכל הנוגע להליך מתן הסעדים לחברי הקבוצה, והכל תחת פיקוחו של בית המשפט הנכבד.

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

### 1. הסעדים הנתבעים

104. נוכח מעשיהן ומחדליהן של הנתבעות, כפי שתוארו לעיל, מתבקש בית המשפט הנכבד להעניק לתובעים, ולחברי הקבוצה, את הסעדים הבאים:

104.1. להצהיר, כי אסור היה לנתבעות להשתתף, באופן ישיר או עקיף, במכירות הפומביות הנערכות באתרים.

104.2. ליתן צו האוסר על הנתבעות להשתתף, באופן ישיר או עקיף, במכירות הפומביות הנערכות באתרים.

104.3. להצהיר, כי אסור היה לספקים להשתתף, באופן ישיר או עקיף, במכירות הפומביות בהן נמכרו מוצרים המוצעים למכירת על-ידם.

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

104.5. להצהיר, כי היה על האתרים לפקח ולוודא, שבמכירות הפומביות המנוהלות על-ידם לא מוגשות הצעות פיקטיביות.

104.6. להצהיר, כי היה על הספקים לפקח ולוודא, שבמכירות הפומביות בהן הם מציעים את מוצריהם לא מוגשות הצעות פיקטיביות.

104.7. לחייב את הנתבעות, ביחד ולחוד, בפיצוי התובעים ויתר חברי הקבוצה בגין הנזקים שהוסבו להם.

104.8. לחלופין – לחייב את הנתבעות, ביחד ולחוד, בהשבת הרווחים וטובות ההנאה שצמחו להן כתוצאה ממעשיהן ומחדליהן.

104.9. לחלופין – להצהיר כי זכותו של מי שזכה במכירת פומבית שהייתה בה התערבות של משתתף פיקטיבי לבטל את העסקה ולזכות בהשבת.

בנוסף – לחייב את הנתבעות במתן הודעה לזכאים לביטול עסקת על זכאותם, ולהורות לנתבעות לכבד את הודעות הביטול ואת זכות החשבת.



104.10. לחלופין – להצהיר כי זכותו של מי שלא זכה במכירה פומבית, עקב "זכייתו" של משתתף פיקטיבי, לאכוף את העסקה שנמנעה ממנו, או עסקה דומה ושוות ערך (בשים לב לחלוף הזמן).

בנוסף – לחייב את הנתבעות במתן הודעה לזכאים לאכיפת עסקה על זכותם, ולחורות לנתבעות לכבד את הודעות הזכאים על רצונם בסעד האכיפה.

104.11. בנוסף או לחלופין – לחייב את הנתבעות, ביחד ולחוד, בתשלום פיצויים, ולחלופין – מתן כל סעד אחר (לרבות אכיפה או ביטול), לטובת חברי הקבוצה ו/או לטובת הציבור, כפי שייראה לבית המשפט הנכבד נכון, ראוי וצודק בנסיבות העניין.

104.12. לחייב את הנתבעות ליתן את כל המידע והחשבונות שטרם נמסרו במהלך הדיון בתובענה, הרלוונטיים לשם איתור המשתתפים הפיקטיביים, הספקים שבמכירותיהם נעשה שימוש במשתתפים פיקטיביים והזכאים לסעדים המבוקשים, ולשם מתן הסעדים לתובעים ולכל אחד מחברי הקבוצה.

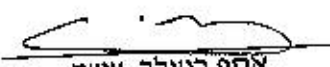
104.13. למנות את באי-כוח התובעים למפקחים מטעם התובעים ושאר חברי הקבוצה, ולבעלי סמכויות וכוחות ביחס לנתבעות, בכל הנוגע להליך מתן הסעדים לחברי הקבוצה (לרבות זיהוי המשתתפים הפיקטיביים, זיהוי הזכאים לסעדים, שמירה על תקינות הליכי מתן ההודעות לחברי הקבוצה והענקת הסעדים המגיעים לכל אחד מהם). הכל תחת פיקוחו של בית המשפט הנכבד.

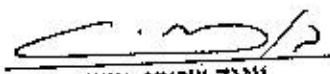
104.14. לחייב את הנתבעות לציין באופן מפורש את שמה המלא והאמיתי וכן את פרטיה המלאים של האישיית המשפטית המציעה את המוצרים למכירה בכל אחת מהמכירות הפומביות.

104.15. ליתן כל סעד אחר או נוסף, כפי שייראה לבית המשפט הנכבד נכון, ראוי וצודק בנסיבות העניין.

105. בנוסף מתבקש בית המשפט הנכבד לחייב את הנתבעות בתשלום הוצאותיהם של התובעים בגין הגשת התובענה, וכן לפסוק לתובעים גמול מיוחד, ולבאי-כוחם שכר טרחת, הכל בשים לב לטובת התנאי שתצמוח לציבור עקב הגשת תובענה זו, ובטרחה הגדולה שהייתה כרוכה בהגשתה.

  
פרח רוסלר, עו"ד  
מ.ר. 38116

  
אסף רנצלר, עו"ד  
מ.ר. 26706

  
עוגד שטרן, עו"ד  
מ.ר. 7429

ש. הורוביץ ושות'  
באי-כוח התובעים

תל-אביב, היום 2 בחודש ספטמבר שנת 2007