



## בית המשפט המחוזי מרכז-לוד

ת"צ 51048-11-14 בירמכר לב-ארי נ' חוגלה-קימברלי שיווק בע"מ

לפני כבוד השופט פרופ' עופר גרוסקופף

המבקשת רונית בירמכר לב-ארי  
ע"י באי הכוח המייצגים עו"ד תומר אפלדורף ועו"ד זיו פרי

נגד

המשיבה חוגלה-קימברלי שיווק בע"מ  
ע"י באי כוחה עו"ד יואב הירש ועו"ד רוני מונק

### פסק דין

#### (דחיית בקשה לאישור תובענה כייצוגית)

1  
2  
3  
4  
5  
6  
7  
8  
9

כיצד יש לנהוג בבקשה לאישור תובענה כייצוגית, אשר המחדלים אליהם התייחסה תוקנו, רובם ככולם, באופן מלא, ואולם הצדדים לא השכילו להגיע להבנות אשר יסיימו את ההליך, ועומדים על הכרעה בגורל הבקשה? מהן סמכויות בית המשפט, בהעדר הסכמה בין הצדדים, להביא לסיום הליך ייצוגי שמיצה את עצמו? האם קביעות אלו ישימות ביחס לתובענה שעניינה סימון מוצרים, כאשר הליקוי בסימון תוקן, ואולם הצדדים אינם מגיעים להבנה ביחס לפיצוי הראוי ביחס למחדלי העבר? שאלות אלו הן העומדות ביסוד ההכרעה בהליך זה.

#### רקע עובדתי

10  
11  
12  
13  
14  
15  
16  
17  
18  
19  
20  
21  
22

1. המשיבה היא המשווקת של המותג "האגיס" בישראל, ובין היתר היא מוכרת תחת מותג זה חבילות של מגבונים לחים במגוון תצורות ואריזות. עניינה של תובענה זו בחמישה מארזים ("אריזה כוללת" בלשון מחוקק המשנה) ששיווקה המשיבה, ואשר חלקם עדיין משווקים על ידה, אשר כל אחד מהם מכיל 4 חבילות של מגבונים. המארזים מושא התובענה (להלן, יחדיו: "המארזים" או "המוצרים") הם אלו:

א. מארז "האגיס ללא בישום ללא אלכוהול" (סומן מב/1).

ב. מארז "האגיס בניחוח עדין" (סומן מב/2).

ג. מארז "האגיס ללא בישום לעור רגיש" (סומן מב/3).

ד. מארז "האגיס Baby Spa בתוספת תמצית חמאת שיאה" (סומן מב/4).

ה. מארז "האגיס Baby Spa בתוספת תחליב לעור עדין ורך" (סומן מב/5).

מוצרים א' – ג' יכוננו להלן "מוצרי ה"מייין ליין" ומוצרים ד' – ה' יכוננו "מוצרי Baby Spa".



## בית המשפט המחוזי מרכז-לוד

ת"צ 51048-11-14 בירמכר לב-ארי נ' חוגלה-קימברלי שיווק בע"מ

2. הטענה שהעלתה המבקשת ביחס למארזים היא שהם נארזו בצורה כזו שאינה מאפשרת לדעת מהו מספר המגבונים המצוי בכל אחת מארבע החבילות ללא פתיחת המארז. הטעם לכך הוא שעל גבי המארזים לא צוין מהו מספר המגבונים בכל אריזה (אלא רק מספר האריזות), ואריזת המארז אינה שקופה (ביחס לארבעת המארזים הראשונים האריזה היא ניילון צבעוני ולבן. המארז החמישי הוא בקופסת קרטון).
- העילה המשפטית עליה מבוססת התביעה היא הפרת סעיפים 17(א) (4) לחוק הגנת הצרכן, תשמ"א – 1981, לפיו "על עוסק לסמן על גבי טובין המיועדים לצרכן או במצורף להם פרטים בדבר ... (4) כמות המצרך ופירוט חמרי היסוד שמהם הוא מורכב", וסעיף 2(ה) לצו הגנת הצרכן (סימון טובין), תשמ"ג – 1983, הקובע:
- בסימון על אריזה –**
- (1) אם האריזה מורכבת ממספר שכבות, יהיה הסימון על השכבה החיצונית, אולם אם השכבה החיצונית עשויה חומר שקוף, מותר שהסימון יהיה מתחתיה ובלבד שיהיה קריא וברור מבעד לשכבה השקופה;
- (2) אין חובה לסמן אריזה כוללת בפרטי הסימון הנדרשים בצו זה אם נתקיימו שני אלה:
- (א) יחידות האריזה שבאריזה הכוללת סומנו בכל פרטי הסימון הנדרשים בצו זה;
- (ב) האריזה הכוללת שקופה ומאפשרת לקרוא בבירור את פרטי הסימון של יחידות האריזה.
3. ואכן, התבוננות במארזים, שהמבקשת הגישה כמוצגים לבית המשפט, מלמדת כי על גבי האריזות הכוללות שלהם לא סומן מספר המגבונים שבכל חבילה, וכי האריזה הכוללת איננה שקופה, באופן שהצרכן אינו יכול לעמוד על נתון זה באמצעות בחינה של המארז (למען הדיוק, צוין כי באחד המארזים, "האגיס ללא בישום לעור רגיש", ניתן במאמץ מסוים להבחין בכיתוב המעיד על מספר המגבונים שבכל חבילה, ואולם גם במקרה זה אין המדובר בסימון העומד בדרישות החוק, לפיו "האריזה הכוללת שקופה ומאפשרת לקרוא בבירור את פרטי הסימון" (ההדגשה הוספה)).
4. זאת ועוד, המבקשת טענה כי לעניין שתיים מהאריזות, "האגיס Baby Spa בתוספת תמצית חמאת שיאה" ו-"האגיס Baby Spa בתוספת תחליב לעור עדין ורך" (להלן: "מוצרי Baby Spa") הפגיעה בצרכן איננה רק בשל חוסר היכולת להשוות בין מוצרי המשיבה למוצרים מתחרים, אלא גם בשל כך שהמבקשת, ולהערכתה כל צרכן סביר, מניח כי בחבילת מגבונים יש לפחות 72 יחידות, בעוד שמוצרי Baby Spa (להבדיל מיתר מוצרי המשיבה) כוללים פחות מגבונים בחבילה (64 מגבונים בחבילה שלמגבונים שבה הוספה תמצית חמאת שיאה, ו-56 בחבילה שלמגבונים שבה הוספה תוספת תחליב). לעניין זה הצביעה המשיבה על כך שבחבילות שביתר המארזים היו 72 מגבונים, וכי במוצרי מתחרותיה של המשיבה יש לפחות 72 מגבונים



## בית המשפט המחוזי מרכז-לוד

ת"צ 51048-11-14 בירמכר לב-ארי נ' חוגלה-קימברלי שיווק בע"מ

- 1 (כך, למשל, במותג "ד"ר פישר" 75 מגבונים ביחידה; במותג "Fresh Ones" 72 מגבונים ביחידה  
2 ובמותג "כיף" 72 מגבונים ביחידה).  
3
- 4 5. המבקשת הגישה את התובענה ביום 24.11.2014, מבלי שביצעה פנייה מקדימה למשיבה. יצוין  
5 כי התובענה הוגשה גם נגד החברה שיצרה את המוצרים עבור המשיבה (עלבד משואות יצחק  
6 בע"מ), ונגד רשת השיווק בה נקנו המוצרים על ידי המבקשת (ויקטורי רשת סופרמרקטים בע"מ),  
7 ואולם בהמלצת בית המשפט, ולאור הצהרת המשיבה כי היא זו שהורתה על דרך הסימון של  
8 המוצרים, הודיעה המבקשת ביום 9.9.2015 כי היא מסכימה למחיקתם ללא צו להוצאות, וכך  
9 נעשה (ראו החלטת בית המשפט מיום 27.10.2015).  
10
- 11 6. המשיבה הגישה תשובה בה הדפה את טענות המבקשת במספר "שכבות טיעון": **ראשית**, טענה  
12 כי מוצרי ה"מיין ליין" (קרי, המוצרים שאינם מוצרי Baby Spa) סומנו כדין, שכן צבע האריזה  
13 הוא "חלבי-שקוף", ומאפשר לקרוא את פרטי הסימון; **שנית**, שלגבי מוצרי ה"מיין ליין" לא  
14 נגרם נזק, שכן כמות המגבונים בהם היא גם לשיטת המשיבה, הכמות המקובלת והמצופה;  
15 **שלישית**, שחלק ממוצרי ה"מיין ליין" נמכרים גם ביחידות בודדות, ועל כן אין ללקוח קושי  
16 לעמוד על מספר המגבונים ביחידה; **רביעית**, כי מוצרי Baby Spa הם מוצרי "פרימיום",  
17 המהווים רק כ- 5% מהמחזור. לגבי מוצרים אלו נטען כי אין להם תחליפים בעלי תכונות זהות,  
18 ועל כן לא סבלו הרוכשים אותם כל נזק (ובלשון המשיבה: "**צרכן הרוכש מוצרים אלו, רוכש הוא  
19 אותם בשל תכונותיהם הייחודיות. על כן, ברי שלא ניתן לטעון לקשר סיבתי בין אי הסימון לנזק  
20 הנטען**").  
21
- 22 7. בשולי תשובתה ציינה המשיבה כי החל מחודש מאי 2015 משווקים מוצרי "האגיס ללא בישום"  
23 ו"האגיס בניחוח עדין" כאשר על צד האריזה הכוללת הדפס תחתית האריזה הפנימית, הכולל  
24 את מספר המגבונים ביחידה (שהוא כאמור 72. ראו מב/9). להשלמת התמונה יצוין כי בסיכומיה,  
25 שהוגשו ביום 24.7.2016, הודיעה המשיבה כי שינוי דומה נערך גם במוצר ה"מיין ליין" השלישי,  
26 "האגיס נטורל קייר" (מש/3). לגבי מוצרי ה-Baby Spa מסרה כי המגבונים בתוספת תמצית  
27 חמאת שיאה שווקו במשך 14 חודשים בלבד, ושיווקם הסתיים במאי 2015, וכי המגבונים  
28 בתוספת תחליב משווקים החל מאפריל 2016 בצירוף כיתוב על גבי האריזה הכוללת.  
29
- 30 **דיון והכרעה**  
31
- 32 8. התדיינות זו היא דוגמא לאופן בו **לא ראוי** לנהל תובענה ייצוגית בעניין סימון מוצרים. במחדלי  
33 ניהול התובענה חולקים שני הצדדים, אם כי לא בחלקים שווים.  
34



## בית המשפט המחוזי מרכז-לוד

ת"צ 51048-11-14 בירמכר לב-ארי נ' חוגלה-קימברלי שיווק בע"מ

- 1 המבקשת פעלה בצורה בלתי ראויה, בכך שלא הקדימה פניה למשיבה, ולא הפנתה את תשומת  
2 ליבה לכך שהמארזים אינם עומדים בדרישות החוק (לכך שכאשר עיקר עניינה של הקבוצה הוא  
3 בהתנהגותו העתידית של העוסק, ראוי כי תבוצע פנייה מוקדמת, ראו ת"צ 36086-07-11 **חריסט**  
4 **נ' ידיעות אינטרנט**, פסקאות 24 - 30 (פסק דין המסלק בקשות לאישור תובענה כייצוגית ניתן  
5 על ידי ב- 19.9.2012)). לו הייתה מבוצעת פניה מוקדמת בענייננו, יתכן שהמשיבה הייתה מתקנת  
6 את הכיתוב בהקדם, וההליך הייצוגי היה נמנע.  
7
- 8 המשיבה פעלה בצורה בלתי ראויה בכך שבמקום להודות במחדל הסימון, ולתקנו בהקדם  
9 האפשרי, התעקשה על כך שהיא פועלת בהתאם לחוק, והעלתה טיעונים חסרי שחר, כגון שניתן  
10 "לקרוא בבירור" את הכיתוב דרך האריזה החלבית-לבנה, או שמוצרי Baby Spa הם כה שונים  
11 ממגבונים לחים אחרים, שיש להתייחס אליהם כמוצרים ללא תחליף, שאי סימונם לא גרם נזק  
12 לצרכן.  
13
- 14 9. דרך התנהלותם הקלוקלת של הצדדים הביאה לכך שלא רק שבקשת האישור הוגשה, אלא  
15 שהצדדים גם לא השכילו להגיע להבנות לאחר הגשתה, נאלצו להגיש סיכומים, ומאלצים את  
16 בית המשפט לתת הכרעה בעניין שמוטב היה לכל הצדדים לסכמו בדרך המקובלת בעניינים כגון  
17 זה: תיקון מחדל הסימון, תרומה בהיקף סביר (קרי היקף המביא בחשבון את היקף המוצרים  
18 ששווקו ואת חומרת ההפרה) לטובת מטרה ראויה, והסתלקות מהתובענה מאחר שמיצתה את  
19 עצמה, תוך תשלום שכר טרחה וגמול צנועים למבקש.  
20
- 21 10. וזאת יש להבין, ביחס לעיקר המוצרים בהם עסקינו (המארזים אותה מכנה המשיבה "מיין ליין",  
22 והמהווים 95% מהתובענה), גם המבקשת אינה טוענת שנגרם לציבור הצרכנים נזק ממשי, וזאת  
23 מהטעם שמספר המגבונים בחבילה הוא המספר המקובל והצפוי. ודוק, עובדה זו אינה מצדיקה  
24 כמובן את הפרת הוראות החוק לעניין סימון מוצרים, ואילו המשיבה הייתה עומדת על דעתה כי  
25 הסימון ראוי הוא, יתכן שהייתה גם הצדקה להמשך ניהול ההליך. ואולם משתוקן הסימון,  
26 והועמד על מכונו, מה תועלת תצמח מניהול הליך של תובענה ייצוגית בעניין מחדלי העבר, כאשר  
27 אלו לא גרמו לנזק ממשי לצרכן?  
28
- 29 11. מצב הדברים שונה, לכאורה ביחס למוצרי Baby Spa, ואולם גם בהקשר זה יש לזכור כי מדובר  
30 במוצרים שנמכרו בסימון פגום במשך זמן קצר יחסית (האחד במשך 14 חודשים, עד להפסקת  
31 שיווקו במאי 2015; השני משך כשנתיים, מתחילת שיווקו במרץ 2014 ועד לשינוי הכיתוב באפריל  
32 2016), ובשולי הפעילות של המשיבה. זאת ועוד, הנזק בו מדובר, גם אם יוכח, הוא מוגבל בהיקפו,  
33 וממילא לא ניתן יהיה לפצות בגינו את חברי הקבוצה שנפגעו במישרין. במצב דברים זה, העלות  
34 של ניהול תובענה ייצוגית לצדדים ולבית המשפט, עלולה להיות גבוהה מהתועלת שתצמח ממנה.  
35



## בית המשפט המחוזי מרכז-לוד

ת"צ 51048-11-14 בירמכר לב-ארי נ' חוגלה-קימברלי שיווק בע"מ

12. הקושי שנוצר מסירוב הצדדים להשכיל להגיע לפתרון הדיוני הראוי, שיביא לתיקון הסימון  
הלקוי ללא צורך בניהול הליך התובענה הייצוגית לגופו, הוא שעתה עומדות לפני בית המשפט  
שתי אפשרויות פעולה, שהבחירה ביניהן היא בגדר העדפת "הרע במיעוטו": **האחת**, לקבל את  
בקשת האישור, ובכך להמשיך את בזבוז המשאבים הכרוך בניהול הליך שתועלתו נמוכה  
מעלותו; **השנייה**, לדחות את בקשת האישור, למרות מחדליה של המשיבה, אשר לא רק שהפרה  
את הוראות הדין, אלא גם נמנעה מלתקן את דרכיה במהירות הראויה.
13. דילמה זו הייתה נמנעת לו היה באפשרותו של בית המשפט להימנע מאישור התובענה כייצוגית,  
מחד גיסא, אך להורות על מתן סעד לטובת הציבור או לטובת הקבוצה מאידך גיסא. ואולם,  
למיטב הבנתי, דרך זו אינה פתוחה לפני בית המשפט לפי נוסח החוק כיום. הטעם לכך הוא  
שבהעדר הסכמה, סמכות בית המשפט לתת סעד לטובת הקבוצה או לטובת הציבור מותנה, על  
פי סעיף 20 לחוק תובענות ייצוגיות, תשס"ו – 2006, בכך שניתנה הכרעה לטובת הקבוצה בשמה  
נוהלה התובענה כייצוגית (התניה כזו קבועה במפורש בסעיף 20(א) לחוק, כאשר סעיף 20(ג) לחוק  
הוא רק חלופה בה ניתן לפעול אם מתקיימים תנאי סעיף 20(א), אך מתן פיצוי כספי לחברי  
הקבוצה, כולם או חלקם, אינו מעשי בנסיבות העניין). ודוק, לבית המשפט סמכות לפסוק  
הוצאות לטובת אוצר המדינה מכוח תקנה 514 לתקנות סדר הדין האזרחי, תשמ"ד – 1984,  
ואולם סמכות זו, שהשימוש בה נעשה במשורה, מתייחסת למצבים של ניהול ההליך המשפטי  
באופן פגום וחריג (הסמכות מתייחסת על פי לשונה למצב בו "**בעל דין האריך את הדיון בכל  
הליך שלא לצורך**"), וההנחיה לבתי המשפט היא שלא לעשות בה שימוש באופן שיגרתני, אלא רק  
כאשר "**בעל דין חרג בצורה קיצונית מן המקובל**". רע"א 1514/06 **תדיראן מוצרי צריכה בע"מ נ'  
שאול** (ניתן ב- 24.4.2006). לפיכך סמכות זו אינה אכסניה מתאימה להתמודד עם משיבה שאינה  
מתקנת במהירות הראויה סימון לקוי.
14. ויובהר, סעיף 22(ג) לחוק מקנה לבית המשפט את הסמכות לפסוק, "**במקרים מיוחדים ומטעמים  
שיירשמו**" גמול למבקש או לתובע המייצג "**אף אם לא אושרה התובענה הייצוגית או שלא ניתנה  
הכרעה בתובענה הייצוגית לטובת הקבוצה**". כן עומדת לבית המשפט סמכות לפסוק גמול לבא  
הכוח המייצג מכוח סעיף 23 לחוק תובענות ייצוגיות, וסמכות זו אינה מותניית בכך שהתובענה  
הייצוגית התקבלה (ראו אלון קלמנט "קווים מנחים לפרשנות חוק התובענות הייצוגיות,  
התשס"ו – 2006" הפרקליט מט 131, 168 (תשס"ז). ליישום סמכות זו ראו בר"מ 1418/15 **מדינת  
ישראל נ' סלם** (ניתן ב- 23.11.2015)). מקרה מרכזי בו ראוי לעשות שימוש בסמכות זו "**הוא  
כאשר הנתבע שינה את דרך פעולתו עקב הגשת התובענה הייצוגית, ואף פיצה את חברי הקבוצה  
המיוצגת, באופן אשר מייתר את הצורך בהמשך ניהולה של התובענה הייצוגית**" (קלמנט, שם,  
עמוד 166). סמכות זו, בה יעשה שימוש בהמשך, מאפשרת לבית המשפט לתגמל את התובע  
המייצג ואת המבקש/התובע גם כשבקשת האישור נדחית, ואולם אין בו כדי לתת תשובה מלאה  
לדילמה שהוצגה לעיל. הטעם לכך הוא כפול: **ראשית**, פסיקת מלוא הסכום בו ראוי לחייב את  
המשיבה לבא הכוח המייצג ולמבקש/התובע תקנה להם הטבה גבוהה מזו שראוי לפסוק להם על



## בית המשפט המחוזי מרכז-לוד

ת"צ 51048-11-14 בירמכר לב-ארי נ' חוגלה-קימברלי שיווק בע"מ

1 פי הקריטריונים הקבועים בסעיפים 22(ב) ו-23(ב) לחוק תובענות ייצוגיות; **שנית**, במקרים בהם  
2 התנהלות המבקש/התובע אינה נקייה מפגמים (וכאמור, ענייננו נמנה על קבוצת מקרים זו), ראוי  
3 שעניין זה יבוא לידי ביטוי בפסיקת הגמול ושכר הטרחה, והדבר עומד בניגוד לשאיפה להרתיע  
4 את המשיבה/הנתבעת מהפרת הדין (בעיה זו ידועה כקושי ליצור "double responsibility at  
5 Robert Cooter, "Unity in Tort, Contract and Property: The the margin" או  
6 (Model of Precaution" 73 Cal. L. Rev. 1 (1985)). לדיון בבעייתיות המובנית בהכוננת  
7 התנהגות באמצעות כללי פסיקת הוצאות ראו אלון קלמנט "רפורמה בהוצאות משפט בהליך  
8 אזרחי – מתווה לדיון" **משפטים על אתר** ט 107 (תשע"ו)).

9  
10 15. במקרה שלפניי, הרעה הפחותה היא בחירה בדרך השנייה, דהיינו דחיית בקשת האישור.

11  
12 הבסיס המשפטי לדחיית בקשת אישור אשר מיצתה את עצמה, הוא סעיף 8(א)(2) לחוק תובענות  
13 ייצוגיות (השוו לפסק דינו של סגן הנשיא, השופט יצחק ענבר, בת"צ 64189-09-14 **גרדשטיין-**  
14 **אמיתי נ' בנק לאומי לישראל בע"מ**, פסקה 13 (ניתן ביום 31.8.2016)). סעיף זה מורה שתנאי  
15 לאישור תובענה כייצוגית הוא שבית המשפט ימצא כי **"תובענה ייצוגית היא הדרך היעילה**  
16 **וההוגנת להכרעה במחלוקת בנסיבות העניין"**. פשיטא כי אם בעקבות הגשת התובענה תוקן  
17 הליקוי באופן מלא, דהיינו הוסדרה חוקיות התנהלות המשיבה מעתה ואילך, וניתנה תשובה  
18 הולמת למחדלי העבר, כך שאין עוד תועלת בהמשך ניהולה של התובענה, הרי שאישור תובענה  
19 כייצוגית אינו דרך יעילה להכרעה במחלוקת. כך, למשל, אם בתובענה נטען כי המשיבה גבתה  
20 ביתר סכום מסוים מחברי הקבוצה, והמשיבה הבהירה כי הגביה האמורה נפסקה, והודיעה כי  
21 תשיב את מלוא הסכומים שנגבו בעבר, בתוספת הפרשי הצמדה וריבית מלאים, הרי שאין כל  
22 תועלת בהמשך ניהול התובענה, ויש לדחות את בקשת האישור, תוך זיכוי המבקש ובא הכוח  
23 המייצג בגמול ושכר טרחה.

24  
25 למסקנה דומה ראוי להגיע גם כאשר תיקון הליקוי אינו מלא, ואולם העלות הכרוכה בדיון  
26 בתובענה כייצוגית עולה על התועלת שתופק על ידי הקבוצה והציבור מהמשך ההליך. התובענה  
27 שלפניי שייכת לקבוצת מקרים אחרונה זו. הסימון הליקוי תוקן, גם אם לא במהירות הראויה,  
28 ביחס לכל המוצרים שעדיין משווקים. ביחס לרובם המוחלט של המוצרים שנמכרו בעבר (95%)  
29 לא נגרם נזק של ממש מהסימון הליקוי, שכן כמות המגבונים בחבילה תואם את צפיות הלקוח  
30 הסביר. ביחס למוצרי Baby Spa, המהווים אחוז קטן (5%) מהיקף המכירות של המשיבה, יש  
31 לכל היותר נזק מצומצם (הפער בין כמות המגבונים שהלקוח הסביר מניח שיש בחבילה לכמות  
32 שיש בה בפועל) לתקופה מוגבלת, ואולם התועלת העשויה לצמוח לקבוצה ולציבור מבחינת  
33 האפשרות לפסוק סעד בגינו, בשים לב לטיב המוצר והיקף מכירותיו, אינה מצדיקה את העלויות  
34 הכרוכות בהמשך ניהול ההליך.



## בית המשפט המחוזי מרכז-לוד

ת"צ 51048-11-14 בירמכר לב-ארי נ' חוגלה-קימברלי שיווק בע"מ

16. ויודגש, ההחלטה שלא לאשר את ניהול התובענה כייצוגית מהטעם שמיצתה את עצמה, אין משמעה שההליך היה הליך סרק. נהפוך הוא – משמעה כי ההליך השיג את יעדיו, רובם ככולם, ועל כן אין עוד טעם בהמשך התנהלותו. במילים אחרות, דחיית בקשת האישור אינה מעידה על כישלון התובענה, אלא על כך שיעודה הוגשם.
17. לעובדה שעסקינן בבקשת אישור שהגשימה את יעוד ההליך הייצוגי יש משמעות, כמובן, בבואנו לדון בתגמול למבקשת ולבא הכוח המייצג. תגמול זה צריך להינתן, במקרה בו עסקינן ביד נדיבה, וזאת משלוש סיבות: ראשית, התועלת שצמחה לקבוצה מתיקון הסימון הפגום; שנית, הטורח המיותר שנגרם לבאי הכוח המייצגים בשל סירובה של המשיבה להגיע להסדר ראוי, שהיה מסיים את ההליך בשלב מוקדם, ומונע את הצורך בהמשך ניהול ההליך; שלישית, בשל הצורך לייצר, ולו באופן חלקי, הרתעה מפני האופן בו התנהלה המשיבה במקרה שלפניי. מנגד יש להתחשב בכך שגם למבקשת אחריות מסוימת לאופן בו התנהל ההליך, וזאת בשל הימנעותה מביצוע פניה מוקדמת, כמפורט בפסקה 8 לעיל.
18. לאור כל האמור לעיל, הריני להעמיד את שכר טרחת באי הכוח המייצגים על סכום של 120 אלף ש"ח בתוספת מע"מ, ואת הגמול שישולם למבקשת על סך של 30 אלף ש"ח.
19. בטרם סיום ראוי לחדד ולהדגיש: המסקנה כי דיון בפיצוי בגין מחדלי העבר אינו מצדיק את המשך ניהול התובענה במקרה שלפניי אינה נכונה לכל מקרה של תובענה שעניינה סימון מוצרים. נהפוך הוא, במרבית המקרים לא ניתן להסתפק בהסדרה עתידית של סימון המוצר בהתאם לחוק, ולהתעלם מהנזקים שנגרמו לציבור הלקוחות מכך שהעוסק, במודע או באופן רשלני, פעל בעבר בניגוד להוראות הדין. המקרה בו עסקינן מתאפיין בכך שמחדל הסימון ביחס לרובם המוחלט של המוצרים לא גרם לנזק ממשי לציבור הצרכנים (מאחר שכמות המוצר באריזה תאמה את ציפיות הלקוח), ועל כן הסעד הכספי בגין מחדלי העבר צריך להיות בשיעור נמוך, ואין בו לבדו כדי להצדיק את אישור ניהול התובענה כייצוגית. מצב הדברים שונה בתכלית כאשר ליקוי הסימון עלול היה לגרום נזק ממשי לציבור הצרכנים (כגון כשהוא עלול להטעות חלק משמעותי מהם או לפגום ביכולת צרכנים מסוימים ליהנות מהמוצר). במצבים אלו לא ניתן להסתפק בהסדרה עתידית (אפילו היא מלווה בפסיקת שכר טרחה וגמול על הצד הנדיב), אלא יהיה מקום לאפשר את ניהול התובענה על מנת לקבוע סעד ראוי לקבוצה או לציבור בגין מחדלי העבר (סעד היכול לשקף את הנזק המשוער שגרם מחדל הסימון לקבוצה או את חסכון ההוצאות לעוסק מכך שנמנע מסימון מוצריו בהתאם לדרישות החוק).

סוף דבר

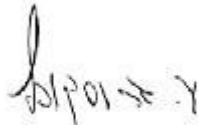


## בית המשפט המחוזי מרכז-לוד

ת"צ 51048-11-14 בירמכר לב-ארי נ' חוגלה-קימברלי שיווק בע"מ

- 1  
2  
3  
4  
5  
6  
7  
8  
9  
10  
11  
12  
13
20. התובענה שלפניי מיצתה את עצמה, משתוקנו הליקויים, ובשים לב לכך שהעלות הכרוכה בניהולה לצורך בירור זכות הקבוצה לסעד בגין מחדלי העבר עולה על התועלת שתצמח מכך. לפיכך יש לדחות את הבקשה לאשר את ניהול התובענה כייצוגית.
21. בשים לב לשיקולים שצוינו לעיל הריני לפסוק למבקשת ולבאי הכוח המייצגים את הסכומים הנקובים בסעיף 18 לעיל. סכומים אלו ישולמו בתוך 30 יום ממועד מתן פסק דין זה.
22. המזכירות תעביר החלטה זו למנהל בתי המשפט על מנת שיעדכן את פנקס התובענות הייצוגיות.

ניתן היום, י"ג ניסן תשע"ז, 09 אפריל 2017, בהעדר הצדדים.

  
פרופ' עופר גרוסקופף, שופט

- 14  
15  
16  
17