

בית משפט לתביעות קטנות בקריית גת

02 מאי 2010

ת"ק 779-09 יחזקאל שלום נ' קליין שמוליק, מנכ"ל חברת קל אוטו ואח'

בפני כב' השופט אלון אינפלד

התובע

יחזקאל שלום

נגד

1. קליין שמוליק, מנכ"ל חברת קל אוטו
2. ג'קי ברסנו
3. קל אוטו בע"מ
4. ליאורה זיידנשניר (נמחקה)
5. חברת המכרז החדש של המדינה

הנתבעים

פסק דין

גדר המחלוקת

1. התובע ניגש למכרז פומבי שבוצע על ידי הנתבעת 5, לקניית מכונית מהנתבעת 3.
2. התובע לא הצליח לצרף את המכרז המקורי שראה באתר הממוחשב. אולם, לא הייתה מחלוקת בין הצדדים כי הפרסום בחוברת המכרזים, ת/1, משקף את אשר פורסם בפרסום הממוחשב.
3. התובע טוען כי מהפרסום ניתן להבין שמדובר ברכב "מיד ראשונה", ומשתמע שמדובר ברכב מיד ראשונה, שהיא "פרטית". לא ניתן להבין מהפרסום כי מדובר ברכב "מהשכרה", אשר ערכו, כידוע, פחות. זאת, בין השאר משום שנכתב בגוף המכרז כי "מחיר המחירון" הוא 72,000 ש"ח, וכן כי המחיר הוא "בכפוף למחירון יצחק לוי". באותה עת מחיר זה היה מחיר המחירון לרכב שאינו מהשכרה.
4. התובע טוען כי ניגש למכרז על פי הנחת היסוד כי מדובר ברכב מיד ראשונה "פרטית", כאמור. אולם, משזכה במכרז הוצעו לו כלי רכב מהשכרה בלבד. זאת, הוא סירב לקבל.
5. מכאן טענת התובע כי המכרז היה מטעה. התובע דורש פיצוי בגין הפער בין ערך זכיותו על פי הפרסום, מכונית "מיד ראשונה פרטית" לבין ערך הרכב שהוצע לו, שהיה רכב מהשכרה.
6. אציין כבר עתה כי לא מצאתי עילת תביעה אישית נגד הנתבעים 1,2,4, עובדי הנתבעות האמיתיות כאן. ניתנה כבר החלטה למחוק את נתבעת 4, ולמעשה, אין מקום לטענות נגד עובדי החברות, באשר לא קיימת הצדקה ל"הרמת מסך" במקרה זה.

אחריות חברת המכרזים

7. הנתבעת 5, שארגנה את המכרז טוענת כי היא עצמה אינה אלא "פלטפורמה שיווקית". המידע הפרסומי שהיא מקבלת, מתקבל מהחברות המציעות את מרכולתן במכרז. לה אין אחריות כ"עוסק" או כצד חוזי לעסקת הרכישה. זאת, הן בהתחשב בטיב פעילותה, שהוא למעשה תיווך בלבד, והן בשים לב לסעיפים מפורשים בתקנון, הקובעים את מעמדה. הנתבעת 5 אף הצביעה על פסיקה לא מעטה של בתי משפט שונים אשר קיבלו עמדה זו ביחס לנתבעת 5, ודומותיה. מכל מקום, מחמת הזהירות, הגישה הנתבעת 5 אף הודעת צד ג' לנתבעת 3.
8. הנתבעת 3 בכתב הגנתה להודעת צד ג' הסכימה עם הטענה כי לנתבעת 3 אין אחריות, כאמור בהודעת צד ג'.
9. התובע טוען כי יש לנתבעת 5 אחריות, ומסתמך על פסק דין של בית המשפט לחוזים אחידים 701/05 בעניין חברה אחרת שעסקה בתחום המכרזים בצורה דומה. אולם, כפי שציין התובע בעצמו בדיון, לא נקבע שם כי לחברת מכרזים כזו יש אחריות כמוכר ממש, אלא כ"בית מכירות פומבי". משמע שיש אחריות שהיא מעבר לאחריות כמתווך, אך לא כדי אחריות המוכר, אם זהות המוכר האמיתי ידועה.
10. על פי סעיף 20 ג.ג (ג) לאותו פסק דין, אחריות חברה כזו לעניין המצגים המוצגים לרוכש, הם בעיקר כי יובהר שהמצגים הם מטעם המוכר, ולא מטעמה. כן נדרשת החברה לנקוט אמצעים סבירים לוודא שאין מדובר בסחורה פגומה, ואחראית היא על כל הטעייה, הנובעת מרשלנותה שלה.
11. אכן, יש לשער כי בדרך כלל חברת מכרזים כזו לא תימצא אחראית למצגים שהוצגו. אולם, המקרה דנן בהחלט גבולי. עיון בחוברת מגלה שאין הבהרה ברורה אודות הסטטוס של חברת המכרזים. על גב החוברת מצוין "להרוויח בטוח" ולא מצוין בשום מקום כי הפרטים בפרסום הם באחריות החברה המוכרת בלבד, למעט הפנייה "בכפוף לתקנון". אכן, בתקנון (אותיות קטנות למדי בסוף החוברת) מצוין כי האחריות לטיב המוצרים ולהתאמתם למפורסם "חלה על המשווקים בלעדית". אולם, מיד מצוין כי אין באמור בפרק כדי לגרוע מזכות לביטול עסקה לפי [חוק הגנת הצרכן](#), דבר היכול להשתמע כהחזרת האחריות לחברת המכרזים, במקרה של הפרה של חובות כלפי הצרכן.
12. לא ניתן לראות באמירה זו משמעות זו כמספיקה כדי לפטור את חברת המכרזים מאחריות כלפי הצרכן. לטעמי, המיינומום הנדרש הוא רישום על גבי החוברת באותיות בולטות, או בכל עמוד ליד הפרסומות, כי הפרטים הם באחריות המשווק בלבד.
13. כך, אני חושש שלגבי מכשרים החשמל המופיעים באותה חוברת, בהם אין מוכר ברור אחר בעמוד הפרסום, אכן הנתבעת 5 הייתה עלולה למצוא עצמה עם אחריות של העוסק המוכר את הפריט, לו הייתה נתבעת.
14. אולם, לא כך לגבי כלי הרכב בעמוד הפרסום הרלוונטי לתובע. שם, המכירה היא בעליל של כלי רכב משומש, ומופיע שם של החברה הנתבעת 3 מספר פעמים בעמוד, לרבות פרטים רבים

- אודותיה ותחום עיסוקה. לפיכך, לגבי הפרסום הרלוונטי לעניין דנן, יש לקבוע שאף שהדבר לא נאמר במפורש, משתמע כי מדובר בקנייה מהנתבעת 3.
15. לפיכך, אף שיש פגם של ממש באופן הפרסום של חוברת המכרזים, יש לדחות את התביעה ביחס לנתבעת 5, וממילא, אין צורך להכריע בהודעת צד ג' שהגישה נגד הנתבעת 3.

הפרסום עצמו

16. לעניין האחריות של הנתבעת 3, יש לבחון את הפרסום עצמו לגופו. נציג הנתבעת 3 הודה בדיון וגם בתגובה שהגיש בכתב לאחר הדיון, כי מחיר המחירון שפורסם על גבי המכרז, 72,000 ₪, היה מחיר מחירון "לוי יצחק" למכונית שאינה מחברת השכרה. כן הסכים כי כל מכונית מחברת השכרה ערכה פחות מכך. לשיטתו, על פי המחירון, בין 10 – 14 אחוז פחות מהסכום הנקוב.
17. אולם, לשיטתו של נציג הנתבעת 3, די בכך שצוינה הערה על עמוד המכרז "מחיר כפוף למחירון לוי יצחק" כדי להבהיר כי "הפרמטרים המשמשים במחירון להפחתה או העלאה של מחיר הרכב יחולו גם בענייננו" (כלשון סעיף 5 לתגובה). לשיטתו, די בציון ההערה האמורה כדי להפנות את התובע למחירון לוי יצחק, על מנת שידע את המחיר הנכון לרכב. שכן, אין רכב משומש עם מחיר אחיד. המחיר לעולם יהיה מושפע גם ממספר הקילומטרים ש"עשה" הרכב, מצבו המכאני באופן ספציפי, איכות הטיפול שקיבל ועוד. לכן, לשיטתו, רישום מחיר המחירון ה"רגיל", הוא הוגן בנסיבות העניין, כאשר כל רוכש יודע כי המחיר האמיתי של הרכב בשוק, כפוף לשיקולים שונים.
18. נציג נתבעת 3 אישר, עובדתית, כי אכן התובע זכה במכרז. לדבריו, היו לו באותה עת שני כלי רכב, אשר התובע יכול היה לבחור ביניהם. שניהם היו מהשכרה, ולא בקנייה בקניה מאדם פרטי.
19. נציג הנתבעת טען עוד כי בפועל לא נגרם לתובע כל נזק. שכן מיד נמסרו לתובע כל הנתונים המדויקים של שני כלי הרכב המוצעים. משבחר לא לממש את זכייתו, עקב המידע המדויק שקיבל, הרי שבכל מקרה לא הפסיד דבר. נציג הנתבעת הבהיר כי לא יכול היה לבצע את החוזה כפי שהבינו התובע, היינו למכור לו רכב מיד ראשונה שאינה מהשכרה, שכן אין לנתבעת 3 כלל כלי רכב כאלה. המדובר בחברת השכרה וכל כלי הרכב שהיא מוכרת הם מהשכרה או מ"ליסינג".
20. לא אוכל לקבל את טענות הנתבעת 3. "מחיר מחירון" על המכרז, הוא אחד הנתונים הקריטיים של המשתתף במכרז כאשר הוא מעריך את כדאיות הרכישה, ואת ההצעה שיציע עבור הממכר. שיקול מרכזי בהצעה הוא אחוז ה"רווח" ברכישת הממכר, בהתאם להצעתו לעומת מחיר ה"מחירון". הרי מדובר ברכישה שאינה בתנאים אופטימאליים, הרוכש אינו רואה את המוצר עצמו, הוא אינו יכול לבדוק אותו או למשש אותו. הוא מחליט לבצע "קנייה מרחוק" על יסוד הנתונים שנמסרים לו. בין השאר, כאשר הוא מעריך שהוא יקבל מוצר במחיר נמוך באחוז מסוים ממחיר ה"מחירון".
21. פרסום של מחיר מחירון שאינו אמיתי מהווה הטעייה בוטה.

22. הנתבעת 3 יודעת שאין לה כלי רכב למכירה אלא מהשכרה. היא יודעת שעל פי כלליו הקבועים של "מחירון לוי יצחק", ממחיר כלי רכב כאלה יש להפחית אחוזים מסוימים. פרסום "מחיר מחירון" ללא הפחתה מתמטית פשוטה, ידועה והכרחית, אינה שונה באופן אמיתי מפרסום מחיר של מוצר אחר, או רכב משנתון אחר.
23. הנתבעת 3 בשום פנים ואופן לא יצאה ידי חובה על יד הוספת הערה "המחיר כפוף למחירון לוי יצחק". ראשית, מפני שביטוי זה אינו ברור כלל, בוודאי בהקשר למכרז. הרי מחיר הרכישה נקבע על ידי הצעת הזוכה במכרז, ולא על ידי המחירון. מהו, אם כן, פירושו של הביטוי הסתום הזה? בקריאה פשוטה ניתן היה לפרש כי החברה מסתייגת מאחריותה לגבי מחיר השוק, ומבהירה כי אין לא בדקה המחיר בסקר מטעמה, אלא המחיר שפרסמה "כפוף למחירון לוי יצחק". היינו, אם הרוכש סומך על מחירון לוי יצחק, אז זהו מחיר השוק.
24. מכל מקום, הפרשנות שנותנת הנתבעת 3 למילים אלה, לפיו הן בעצם אומרות "אמנם רשמנו באותיות גדולות 'מחיר מחירון', אבל דע לך שאין זה מחיר הרכב על פי מחירון לוי יצחק, שכן לפי מחירון זה יש לבצע עוד הפחות שונות, אשר טיבן לא נפרט כאן, ומומלץ לך לבדוק בעצמך" פשוט אינה עולה מן המלים. דומה כי מילים אלו נוספו, על מנת להיאחו בהן בעת תביעה משפטית. זאת, תוך תקווה שאף רוכש לא יצליח לפענח מה באמת עומד מאחורי ההסתייגות הדו-משמעית. למותר לציין, שיש לפרש את הרשום נגד המנסח בכל חוזה, ובוודאי בפרסום המופנה לציבור הרחב.
25. נמצא שצודק התובע בטענתו העיקרית, כי הנתבעת 3 יצרה הטעייה, בפרסום. הרושם המתקבל הוא כי אין מדובר בהטעייה רשלנית אלא מודעת, כשיטה פרסומית שנועדה להעלות את גובה ההצעות. כך, שאדם שירצה להציע 91%, לדוגמא, מ"מחיר מחירון", יציע מחיר שהוא למעשה גבוה ממחיר המחירון עצמו, שכן על פי המחיר שנרשם הוא לכל הפחות 10% פחות ממה שפורסם.
26. העובדה כי בשום מקום בפרסום לא נאמר במפורש כי מדובר בכלי רכב מהשכרה, מחזקת את הרושם כי מדובר בהטעייה מכוונת. למעשה, אפילו אדם היודע כי נתבעת 3 עוסקת בהשכרה, ויחשוד כי מדובר בכלי רכב מהשכרה, כאשר יסתכל במחירון "לוי יצחק" ויראה כי מדובר במחיר של כלי רכב שאינו מהשכרה, יסבור כי אכן אין מדובר בכלי רכב מהשכרה.
27. הפרסום הוא אם כן פרסום מטעה בהחלט, החורג עד מאוד מחובת תום הלב ומחובת העוסק כלי הצרכן.

הנזק והסעד

28. מהו, אם כן, הסעד לו זכאי התובע? בהקשר זה יש לקחת בחשבון כי, מיד לאחר שהתובע זכה, הוא יצר קשר עם החברה וקיבל לאלתר נתונים מלאים ומדויקים של הרכב, הבין שהוא הוטעה, צמצם את נזקיו על ידי ביטול העסקה ופנה לדרוש פיצוי בגין ההטעייה.
29. התובע סבור כי זכאי הוא לפיצוי בגין הסתמכותו על החוזה שנכרת, לכאורה, בעת הזכייה במכרז. לשיטתו, זכאי הוא לפער המחירים בין הצעתו הזוכה לבין "מחיר המחירון". כפי

שפורסם. אולם, לדעתי אין מדובר בהפרה של חוזה המקנה זכות לפיצוי מסוג זה, אלא בביטול חוזה מחמת הטעייה וניהול מו"מ שלא בתום לב. כך, על פי דיני החוזים, חייב כל צד ב"השבה", והמוטעה זכאי לפיצוי בגין הנזק שנגרם לו, בלבד.

30. לא מצאתי כי מקרה זה נכנס לגדר המקרים בהם ניתן לפסוק "פיצויים לדוגמא" לפי סעיף 31א לחוק הגנת הצרכן, אף שדומה כי הטעייה צרכן בפרסומת ראויה הייתה לפיצוי מסוג זה.

31. אולם, נוכח ההטעיה הבוטה של הנתבעת 3 את התובע, על ידי פרסום מטעה אשר נראה כי נועד להביא להגדלת רווחיה, יש מקום לפצות את התובע לא רק על טרחתו, טרדתו ובזבוז זמנו במקרה זה, אלא גם על עוגמת הנפש. בדרך כלל אין מקום לפיצוי בגין עוגמת נפש בעניינים רגילים שבין לקוח לספק. אולם, כאשר מדובר בעוגמת נפש מחמת תחושה של מרמה, המוצדקת בנסיבות העניין, עוגמת הנפש היא רבה יותר מאשר עסקה אחרת שנכשלה, וראויה בוודאי לפיצוי של ממש. הערכת הזמן הטרדה והערכת העוצמה של עוגמת הנפש, אינה יכול להיעשות אלא בדרך של אומדן.

32. לעניין הוצאות תובע, יש לקחת בחשבון גם את הוצאה המיוחדת שהוציא לקבל את המחירון הרלוונטי במקרה זה.

33. התוצאה היא אפוא, שאני מחייב את הנתבעת לשלם לתובע סך של 2400 ₪, הכוללים את נזקיו, עוגמת הנפש והוצאות המשפט המלאות, תוך 30 יום. לאחר מכן ישא סכום זה הפרשי הצמדה וריבית, מהיום ועד ליום התשלום המלא בפועל. יתר התביעות נדחות, וממילא אין צורך להכריע בהודעה לצד ג'.

34. נוכח מכלול הנסיבות, המפורטות לעיל, איני רואה לחייב את התובע בהוצאות משפט ביחס לתביעות שנדחו.

ניתן לבקש רשות ערעור בבית המשפט המחוזי תוך 15 יום מיום קבלת פסק הדין.

ניתנה היום, י"ח אייר תש"ע, 02 מאי 2010, בהעדר הצדדים.

אלון אינפלד 54678313

נוסח מסמך זה כפוף לשינויי ניסוח ועריכה

[הודעה למנויים על עריכה ושינויים במסמכי פסיקה, חקיקה ועוד באתר נבו - הקש כאן](#)