



## בית משפט השלום בתל אביב - יפו

ת"צ 10313-02-22 זילברג ואח' נ' לגיול ישראל בע"מ

לפני כבוד השופטת מיה רויזמן-אלדור

**המבקשים:**  
1. עמית זילברג  
2. אלירם עובד  
באמצעות ב"כ עו"ד תום שנפ

נגד

**המשיבה:**  
לגיול ישראל בע"מ  
באמצעות נציגה מר רודי סבן

### החלטה

#### רקע כללי

1. לפני בקשה לאישור תובענה כייצוגית (להלן: "**בקשת האישור**") שעניינה טענות להפרת הוראות סעיפים 30א(ב); 30א(ד) ו- 30א(ה) לחוק התקשורת (בזק ושידורים), התשמ"ב-1982 (להלן: "**בקשת האישור**" ו- "**חוק התקשורת**", בהתאמה).
2. בקשת האישור הוגשה על ידי עמית זילברג ואלירם עובד, אזרחים ישראלים ועורכי דין המתמחים, בין היתר, בתביעות לפי חוק התקשורת ופועלים למיגור תופעת ה"ספאם" בישראל (להלן – "**המבקשים**"). המבקש 1 עומד בראש עמותה למלחמה בספאם, והמבקשים אף הגישו בעבר מספר תובענות ייצוגיות הנוגעות להפרות הוראות חוק התקשורת.
3. המשיבה, לגיול ישראל בע"מ (להלן: "**המשיבה**"), היא הבעלים והמפעילה של אתר הסחר האלקטרוני "LAGUIOLE" הפועל תחת הכתובת <https://www.laguiole.co.il> (להלן – "**האתר**").
4. בסמוך לאחר הגשת בקשת האישור הגישה המשיבה בקשה לסילוקה של בקשת האישור על הסף בטענת היעדר יריבות (בקשה מיום 6.6.22). המשיבה טענה כי היא אינה בעלת הדין הנכונה אלא משיבה אחרת בשם אינקוס קוקוור בע"מ האחראית על הפעלת אתר האינטרנט והרכישות האינטרנטיות של מותג "LAGUIOLE". בהמשך ניהול ויתרה המשיבה על טענתה זו (ר' ישיבת קדם המשפט מיום 25.12.23, עמ' 7 ש' 19-25 לפר').
5. ביום 10.7.24 התקיים דיון בבקשת האישור במהלכו סיכמו המבקשים טענותיהם בעל-פה. המשיבה – לבקשתה, סיכמה טענותיה בכתב, וכעת בשלה העת להכרעה.



## בית משפט השלום בתל אביב - יפו

ת"צ 10313-02-22 זילברג ואח' נ' לגיול ישראל בע"מ

### תמצית טענות הצדדים בבקשת האישור

6. לטענת המבקשים, המשיבה שיגרה אליהם הודעות המהוות "דברי פרסומת" הן באמצעות מסרונים SMS והן באמצעות דואר אלקטרוני (להלן – "ההודעות") מבלי שהיתה ברשותה הסכמה תקפה לשיגורם, לאחר משלוח הודעות סירוב מפורשות על ידי המבקשים, ובניגוד לדרישות הצורניות הקבועות בחוק התקשורת.

7. המבקש 1 טען, כי ביום 26.4.21 ביצע רכישה בסך 199 ₪ באתר המשיבה מבלי שהתבקש לאשר (וממילא מבלי שאישר) קבלת דברי פרסומת ממנה. לטענתו, כל שיש בתהליך ההזמנה הוא הסכמה ל"תנאי תקנון האתר" – תנאים שכלל אינם נמצאים באתר. המבקש 1, הסולד מקבלת דברי פרסומת, ציין לטענתו ברובריקת "הערות נוספות": "בלי ספאם".

8. למרות זאת, לטענתו בתאריך 25.11.21 המשיבה שיגרה למכשיר הנייד שלו הודעת מסר קצר כדלקמן:

"הי עמית

**BLACK FRIDAY – LAGUIOLE טירוף של מבצעים לחברי מועדון בלבד עד ה-**

**30.11.21!!! 40% לרגל השקת האתר החדש + 25% בהכנסת קוד קופון BLK25...**

**מחכים לכם באתר....**

**להסרה...."**

9. בתאריך 28.11.21 קיבל לטענתו הודעה דומה, בה עודכן כי המבצע עתיד להסתיים עוד 48 שעות.

10. לטענת המבקש 1, ביום 1.12.2021 הוא פנה למשיבה במכתב התראה טרם נקיטת הליכים משפטיים, ציין כי מעולם לא נתן הסכמתו לקבלת דברי פרסומת, ומשלא נענה החליט על הגשת בקשת האישור על מנת לגרום למשיבה לפעול בהתאם להוראות חוק התקשורת.

11. המבקש 2 טען, כי ביום 8.11.21 ביצע באתר המשיבה רכישה בסך 179 ₪ בתוספת 35 ₪ דמי משלוח, וזאת מבלי שהתבקש לאשר (וממילא מבלי שאישר) קבלת דברי פרסומת ממנה.

12. על אף שלטענתו לא נתן הסכמתו לקבלת דברי פרסומת מהמשיבה, ביום 25.11.21 קיבל למכשיר הנייד שלו הודעה פרסומית כדלקמן:

"הי אלירם

**BLACK FRIDAY – LAGUIOLE טירוף של מבצעים לחברי מועדון בלבד עד ה-**

**30.11.21!!! 40% לרגל השקת האתר החדש + 25% בהכנסת קוד קופון BLK25"**



## בית משפט השלום בתל אביב - יפו

ת"צ 10313-02-22 זילברג ואח' נ' לגיול ישראל בע"מ

מחנים לכס באתר....

להסרה....".

13. לטענתו, ביום 23.12.2021 קיבל דבר פרסומת נוסף ששוגר לכתובת הדוא"ל שלו מבלי שהודעה כללה את המילה "פרסומת" ואף לא את שם המשיבה או כתובתה, המבקש השיב להודעת הדוא"ל וביקש להסירו וקיבל מענה לפיו "מוריד את הפרטים שלך מהרשימות". למרות זאת, ביום 29.12.21 המשיבה שיגרה אליו דבר פרסומת נוסף אשר אף הוא אינו עומד בדרישות הצורניות הקבועות בחוק.

14. לטענתו, משהבין כי המשיבה לא טורחת לכבד את הוראות חוק התקשורת החליט להגיש את בקשת האישור.

15. המבקשים טענו כי ההודעות ששוגרו אליהם מהוות "דבר פרסומת" כהגדרתו בסעיף 30א(א)(1) בחוק התקשורת, הואיל ומדובר בדיווחים גנריים בעלי מסר כללי ואחיד במהותו, שנשלחו על פני הדברים באמצעות מערכת מחשב המשגרת מסרים באופן אוטומטי, ואין חולק כי מטרתם לעודד את המבקשים ואת חברי הקבוצה לבצע רכישות של המוצאים ו/או השירותים הניתנים על ידה.

16. עוד טענו המבקשים, כי דברי הפרסומת שוגרו אליהם על ידי המשיבה ללא מתן הסכמה מפורשת ומראש בניגוד להוראות ס' 30א(ב) לחוק התקשורת, וכי המשיבה הפרה את הדרישות הצורניות החלות על דברי הפרסומת השונים הקבועות בסעיף 30א(ה) לחוק התקשורת בכך שבדברי הפרסומת ששיגרה למבקשים לא ציינה את שמה המלא אלא הסתפקה בשם המותג "LAGUIOLE" בלבד ואף לא ציינה את המילה "פרסומת" בכותרת.

17. המבקשים הוסיפו וטענו בבקשת האישור, כי במשלוח ההודעות בניגוד להוראות סעיף 30א. לחוק התקשורת המשיבה הפרה גם את ס' 1; (1)2 ו- 4 לחוק הגנת הפרטיות, התשמ"א – 1981, שכן לא יכולה להיות מחלוקת על כך שמשלוח הודעות ללא הסכמה וללא הצגת פרטי המפרסם מהווה הטרדה. לטענתם המשיבה גם עוולה כלפיהם בעוולת הפרת חובה חקוקה לפי סעיף 63 לפקודת הנזיקין; בעוולת הרשלנות לפי סעיף 35 וסעיף 36 לפקודת הנזיקין; הפרה את הוראות סעיף 1 לחוק עשיית עושר ולא במשפט, התשל"ט-1979 וכן פגעה באוטונומיה שלהם ושל שאר חברי הקבוצה והטרידה אותם.

18. המבקשים ביקשו להגדיר את הקבוצה הייצוגית כך:

"כלל האנשים אשר קיבלו מן המשיבה, בשבע השנים האחרונות, דברי פרסומת, ללא שנתנו את הסכמתם המפורשת לכך ו/או לאחר הודעת סירוב ו/או בניגוד לדרישות הצורניות הקבועות בחוק, הכל בניגוד להוראות סעיף 30א לחוק התקשורת (בזק ושירותים), תשמ"ב-1982".



## בית משפט השלום בתל אביב - יפו

ת"צ 10313-02-22 זילברג ואח' נ' לגיול ישראל בע"מ

19. המבקשים טענו כי הם חלק מהקבוצה האמורה והם רשאים ויכולים לשמש עבורה תובעים ייצוגיים. לטענתם, בחינת הנתונים במערכת הממוחשבת של המשיבה תאפשר לזהות בנקל את כלל חברי הקבוצה אליהם נשלחו מסרונים מפריס באופן שיאפשר הגדרה מדויקת של הקבוצה, כאשר להערכתם הקבוצה מונה לכל הפחות 10,000 חברים.

20. המבקשים הוסיפו וטענו כי נגרם להם וליתר חברי הקבוצה, בין היתר, נזק בלתי ממוני כתוצאה ממשלוח דברי הפרסומת, והם העריכו את הנזק שנגרם להם בגין כל הודעה בסך של 100 ₪ ו- 500 ₪ בסך הכל. הנזק הקבוצתי הוערך על סך של כ- 2,000,000 ₪, בהתבסס על ההנחה כי כל אחד מחברי הקבוצה קיבל לפחות שתי הודעות.

21. עוד טענו המבקשים כי בקשת האישור עומדת בתנאים הנדרשים לאישורה כייצוגית, וזאת בהתאם להוראות סעיף 8(א) לחוק תובענות ייצוגיות, התשס"ו-2006 (להלן: "**חוק תובענות ייצוגיות**"), ובתוך כך הבקשה מעוררת שאלות משותפות של עובדה ומשפט המשותפות לכלל חברי הקבוצה; תובענה ייצוגית מהווה את הדרך היעילה וההוגנת להכרעה במחלוקת; וקיים יסוד סביר להניח כי עניינם של כלל חברי הקבוצה ייוצג וינוהל בדרך הולמת ובתום לב.

22. בסיכומיהם חזרו המבקשים על טענותיהם, טענו כי במעמד רכישת המוצרים באתר המשיבה לא היתה אפשרות לסמן אם הם מעוניינים לקבל דברי פרסומת אם לאו ונציג המשיבה אף הודה בכך שנשלחו דברי פרסומת ללא קבלת הסכמה מפורשת. עוד טענו המבקשים כי הצהרתם לפיה במעמד הרכישה לא הוצג תקנון - לא נסתרה משלא נשאלו על כך בחקירה הנגדית. מכל מקום תקנון שכזה לא הוצג לטענת המבקשים וגם אם היה מוצג - אישור תקנון אינו יכול להיחשב כהסכמה לקבלת דברי פרסומת.

23. עוד טענו המבקשים בסיכומיהם כי גרסת נציג המשיבה, שהועלתה רק במעמד הדיון, ולפיה ייתכן שנשלחו דברי פרסומת רק לשני המבקשים - מהווה הרחבת חזית שלא נטענה בתשובת המשיבה לבקשת האישור והיא גם מופרכת לגופה. בכל מקרה נתונים בדבר כמות האנשים שקיבלו דברי פרסומת ללא הסכמה מהמשיבה מצויים בידי המשיבה עצמה והיא נמנעה מהצגתם באופן שפועל לחובתה.

24. לטענת המבקשים הוכח משלוח דברי פרסומת ללא הסכמה ובניגוד לדרישות הצורניות של החוק ואין למשיבה כל הגנה. עסקינן בתובענה שניתן להגיש כייצוגית וכל תנאי ס' 8 לחוק תובענות ייצוגיות מתקיימים בענייננו. בית המשפט התבקש לקבל את בקשת האישור ולאפשר ניהול תביעה ייצוגית בשם כל חברי הקבוצה כהגדרתם בבקשה. עוד התבקש בית המשפט לפסוק את הוצאות המבקשים בהתחשב בכל ההליך שהתנהל בתיק מזה כשנתיים וחצי, על שלל הבקשות שהוגשו בו והדיונים שהתקיימו במסגרתו.





## בית משפט השלום בתל אביב - יפו

ת"צ 10313-02-22 זילברג ואח' נ' לגיול ישראל בע"מ

25. בתשובתה לבקשת האישור טענה המשיבה כי יש לסלק את בקשת האישור על הסף מן הטעם שהיא אינה בעלת הדין הרלוונטית, הואיל והיא עוסקת בהפעלת החנויות שבהן נמכרים מוצרי המותק "LAGUIOLE", בעוד שהחברה האמונה על אתר האינטרנט מושא דיוננו היא חברת האם שלה – אינקוס קוקוור בע"מ, שהיא אישיות משפטית נפרדת.

26. לגופו של עניין טענה המשיבה, כי מבדיקה שביצעה לאחר קבלת הבקשה לאישור התברר שמדובר בהודעות מעטות שנשלחו רק למספרי הטלפון של לקוחות לגיול שהשאירו את פרטיהם בעת רכישת מוצרי המותג באתר האינטרנט. בתקופה שנשלחו ההודעות כבר היה קיים באתר לגיול תקנון מסודר שכלל סעיף המתייחס לזכותה של החברה לשלוח הודעות פרסומיות ללקוחותיה, וכל לקוח שביצע רכישה דרך האתר נדרש לסמן V לאישור קריאת התקנון. משכך טענה, כי כל הנמענים שקיבלו הודעות פרסומיות מאת לגיול אישרו לפני כן את תקנון האתר ובכלל זה גם אישרו באופן משתמע את קבלת דברי הפרסומות.

27. עוד טענה המשיבה, כי לאחר קבלת בקשת האישור התברר שבשל תקלה טכנית חסרה האפשרות לסימון הסכמה מפורשות לקבלת דברי פרסומות והמשיבה פעלה באופן מיידי לתקנה ולהוסיף שדה ייעודי לאישור קבלת דברי פרסומות. מדובר לטענתה בתקלה טכנית בתום לב של עובדיה או של נותני השירותים שהיו אחראים על בניית האתר. המשיבה התייחסה ברצינות לטעותה וקיימה שיחות והדרכות לעובדיה העוסקים בפרסום ובשיווק על מנת להימנע מהישנות מקרים דומים בעתיד.

28. עוד טענה המשיבה, כי פנייתו של המבקש 1 מיום 1.12.21 לא התקבלה אצלה וככל שהייתה נעשית פניה מקדימה, היה מתבצע תיקון של ההפרות הנטענות, באופן שהיה מייתר את הגשת בקשת האישור.

29. המשיבה הוסיפה וטענה כי הודעות המסרון הנטענות מגלמות בתוכן את האפשרות להסרת המבקשים מרשימת התפוצה. לטענת המבקש 2 כי פנה למשיבה בבקשה להסירו מרשימת התפוצה ציינה המשיבה כי פעלה בהתאם, ואולם בשל טעות - פעולת ההסרה לא צלחה ולכן נשלחה אליו הודעת דואר אלקטרוני נוספת אחת בלבד.

30. עוד טענה המשיבה, כי המבקשים פועלים לטובת האינטרס הכלכלי שלהם ולא לטובת האינטרסים של חברי הקבוצה כפי שהוגדרה בבקשת האישור, כפי שעולה ממספרן הרב של הבקשות לאישור תובענות ייצוגיות שהגישו בשנתיים האחרונות. לאור האמור, המבקשים אינם ראויים לשמש כתובעים בתובענה ייצוגית.



## בית משפט השלום בתל אביב - יפו

ת"צ 10313-02-22 זילברג ואח' נ' לגיול ישראל בע"מ

31. כמו כן, לטענת המשיבה לא מתקיימים בענייננו התנאים הנדרשים להיעתרות לבקשת האישור, שכן לטענתה לא הוכח שהמבקשים קיבלו באופן אישי את ההודעות הנטענות וגם אם הדבר יוכח – לא הוכח שנגרם להם נזק כלשהו ולא הוכח שקמה להם עילת תביעה אישית.

32. עוד נטען, כי לא הונחה תשתית ראייתית לקיומה של "קבוצה" של אנשים ש"נפגעו" ממשלוח הודעות ומסרונים על ידי המשיבה, לא הוצע מנגנון יעיל וישים לאיתורם של אותם חברי "קבוצה", וגם סכומי הנזק הנטענים על ידי המבקשים (100 ₪ לכל הודעה) הם מופרכים ומוגזמים.

33. לשיטת המשיבה, לא קיימת אפשרות סבירה ששאלות המשותפות לכל חברי הקבוצה תוכרענה על ידי בית המשפט לטובת הקבוצה, הדרך היעילה לניהול ההליך דנן אינה באמצעות תובענה ייצוגית, ולא קיים יסוד סביר להניח שעניינם של כלל חברי הקבוצה ייוצג וינוהל בדרך הולמת ובתום לב שכן המבקשים הם תובעים סדרתיים שפועלים לניצול לרעה של הליך התביעה הייצוגית על מנת להתעשר על חשבון המשיבה.

34. בסיכומיה חזרה המשיבה על טענתה כי באתר ביצעו המבקשים את ההזמנה היה קיים תקנון ובו סעיף המתייחס לזכותה של המשיבה לשלוח הודעות פרסומיות ללקוחותיה, וכל לקוח שביצע רכישה דרך האתר נדרש לסמן V לאישור קריאת התקנון, שכן ללא אישור אקטיבי של תנאי התקנון לא ניתן היה להמשיך ברכישה (המשיבה צרפה לראשונה את התקנון לסיכומיה ואולם בהחלטתי הקודמת מהיום הוריתי על הוצאתו מהתיק).

35. המשיבה חזרה והודתה בסיכומיה, כי בשל תקלה טכנית חסרה האפשרות לסימון הסכמה מפורשת לקבלת דברי פרסומות וטענה כי פעלה באופן מיידי לתקנה ולהוסיף שדה ייעודי לאישור קבלת דברי פרסומות. לטענתה עשתה כל שניתן היה על מנת שאירועים מסוג זה לא יתרחשו בעתיד. עוד טענה כי המשיבים פעלו בחוסר תום לב שכן לו רצו יכלו להסיר עצמם מרשימת התפוצה. המבקש 2 פנה באמצעות דוא"ל וביקשת להסיר עצמו ברשימת התפוצה והמשיבה הסירה אותו מרשימת התפוצה של הודעות ה SMS אך בטעות לא הוסר באופן מיידי מרשימת התפוצה של הדוא"ל ולכן קיבל הודעת דוא"ל אחת נוספת שלאחריה הוסר גם מרשימה זו.

36. המשיבה גם טענה כי לא הוכח קיומה של "קבוצה", והפנתה גם לחוסר תום ליבם של המבקשים ובאי כוחם המהווים לטענתה "תובעים סדרתיים" הנוהגים להגיש תביעות רבות בנושאי "ספאם", אישיות וייצוגיות, באופן שמוכיח כי אינם פועלים לייצוג אינטרסים של קבוצה אלא דואגים לכיסם הפרטי בלבד. משכך, לטענתה לא התקיימו התנאים להכרה בתובענה כייצוגית.



## בית משפט השלום בתל אביב - יפו

ת"צ 10313-02-22 זילברג ואח' נ' לגיול ישראל בע"מ

### דיון והכרעה

37. לאחר שעיינתי בבקשה, בתשובה, בטענות הצדדים במסגרת הדיון מיום 10.07.24 ובסיכומיהם אני סבורה כי דין בקשת האישור להתקבל. אפרט טעמי.

38. המסגרת הנורמטיבית הרלוונטית לענייננו מעוגנת בסעיפים 3(א), 4(א) ו-8(א) לחוק תובענות ייצוגיות, שם נקבעו התנאים הנדרשים לאישורה של תובענה כייצוגית.

39. כידוע, הגשת תובענה ייצוגית טעונה אישורו של בית המשפט, והדיון בבקשת האישור מהווה שלב מקדמי לדיון בתביעה לגופה. במסגרת שלב זה מוטל על המבקשים נטל משמעותי אך לא כבד מנשוא, המצוי ברף נמוך ביחס לנטל המוטל על המבקש בשלב בירור התובענה הייצוגית לגופה, ככל שתאושר בקשתו (ר' למשל רע"א 3515-22 הפניקס הישראלי חברה לביטוח בע"מ נ' בובר (7.1.2024)).

40. עניינה של בקשת האישור בענייננו בטענות המבקשים לכך שהמשיבה הפרה כלפיהם את הוראות ס' 30א. לחוק התקשורת בעניין שיגור דבר פרסומת. ס' 3 לחוק תובענות ייצוגיות קובע כי ניתן להגיש תובענה ייצוגית רק בתביעה הנמנית בתוספת השנייה. תביעה בעילה לפי סעיף 30א. לחוק התקשורת נמנית עם עניינים אלו (פרט 12 לתוספת השנייה לחוק תובענות ייצוגיות).

41. תנאי למתן אישור לניהול תובענה כייצוגית הוא כמובן קיומה של עילת תביעה אישית לתובעים המייצגים, ומעבר לכך עליהם להראות כי התקיימו ארבעה תנאים: א. קיומן של שאלות מהותיות עובדתיות ומשפטיות המשותפות לכלל חברי הקבוצה המיוצגת; ב. קיומה של אפשרות סבירה ששאלות אלו יוכרעו לטובת הקבוצה כאמור; ג. תובענה ייצוגית היא הדרך ההוגנת והיעילה לבירור והכרעה במחלוקת בנסיבות; ד. קיומו של יסוד סביר להניח כי ענייני כלל חברי הקבוצה המיוצגת ייוצגו וינהלו על ידי התובע וב"כ בדרך הולמת ובתום לב (ר' סעיף 8(א) לחוק תובענות ייצוגיות; ור' גם למשל רע"א 16494-12-20 יזדי נ' פועלי תל אביב אחזקות בע"מ (21.01.24) (להלן – "עניין יזדי")).

42. אני סבורה כי עלה בידי המבקשים להוכיח שהתקיימו בענייננו התנאים לאישור התובענה כייצוגית ברף ההוכחה הנדרש בשלב דיוני זה.

### עלה בידי המבקשים להוכיח עילת תביעה אישית ברף הנדרש בשלב דיוני זה

43. ס' 30א(1) לחוק התקשורת מגדיר "דבר פרסומת" כ"מסר המופץ באופן מסחרי, שמטרתו לעודד רכישת מוצר או שירות או לעודד הוצאת כספים בדרך אחרת." דומני כי קשה לחלוק על



## בית משפט השלום בתל אביב - יפו

ת"צ 10313-02-22 זילברג ואח' נ' לגיול ישראל בע"מ

כך שההודעות מושא דיוננו, אשר נשלחו למבקשים (הן באמצעות הודעות SMS והן באמצעות הדוא"ל), עונות על הגדרת "דבר פרסומי", ונראה כי גם המשיבה עצמה אינה חולקת על כך.

44. באופן דומה, נחה דעתי כי המשיבה עונה על הגדרת "מפרסם" שבסעיף 30א(א) לחוק התקשורת, בהיותה "מי ששמו או מענו מופיעים בדבר הפרסומי כמען להתקשרות לשם רכישתו של נושא דבר הפרסומי, מי שתוכנו של דבר הפרסומי עשוי לפרסם את עסקיו או לקדם את מטרותיו, ובכלל זה לקדם קבלת תרומות או תעמולה, או מי שמשווק את נושא דבר הפרסומי בעבור אחר...".

45. בענייננו, וכפי שפורט לעיל בהרחבה, המשיבה ויתרה על טענתה להיעדר יריבות מול המבקשים. מכל מקום, וגם לו היתה חברה אחרת אחראית על ניהול אתר האינטרנט בו ביצעו המבקשים את רכישותיהם, מאחר ששם המשיבה והמותב "LAGUIOLE" מופיע בכל אחד מדברי הפרסומי ששוגרו למבקשים וברי כי דברי הפרסומי יקדו NU גם את עסקי המשיבה עצמה ואת מטרותיה, עדיין ניתן היה לראות במשיבה משום "מפרסם" כמובנו בחוק התקשורת כאמור. בהקשר זה אוסיף, כי לשון המחוקק הגדירה את ה"מפרסם" באופן רחב וללא הגבלה והפסיקה, גם פירשה מונח זה באופן רחב, בהתאם (ר' לעניין זה רע"א 2059/16 א.א. קליניקות כרמל בע"מ נ' כהן (27.7.2016)). לפיכך, אני קובעת כי עלה בידי המבקשים להראות שהמשיבה עונה על הגדרת "מפרסם" בחוק התקשורת, וודאי ברף הנדרש לצורך שלב דיוני זה.

46. באופן דומה, אני סבורה כי עלה בידי המבקשים להראות קיומה של אפשרות סבירה לכך שההודעות ששוגרו אליהם (במסרון או בדוא"ל) שוגרו מבלי לקבל את הסכמתם כנדרש לפי חוק התקשורת, ומבלי שמלאו אחר הדרישות הצורניות של חוק זה.

47. כאמור, עיקר טענת המבקשים בבקשת האישור היא כי המשיבה שיגרה אליהם את דברי הפרסומי מבלי שקיבלה קודם לכן את הסכמתם המפורשת לכך, בניגוד לדרישת סעיף 30א(ב) לחוק התקשורת. לטענתם המשיבה אף שלחה למבקש 2 דבר פרסומי נוסף לאחר שביקש הסרתו מרשימת התפוצה. עוד טענו כי המשיבה לא אפשרה להם לסרב לקבלת דברי הפרסומי תוך הפרת סעיף 30א(ד)(1) לחוק התקשורת; כי המשיבה גם לא ציינה בכותרת דברי הפרסומי ששלחה למבקש 2 באמצעות הדוא"ל כי מדובר בפרסומי, והיא אף לא ציינה את שמה ואת דרכי יצירת הקשר עמה לצורך מתן הודעת סירוב, תוך הפרת סעיף 30א(ה)(2) לחוק התקשורת.

48. הלכה היא, כי מעת שאדם טוען כי לא נתן הסכמתו לקבלת דברי פרסומי, נטל ההוכחה כי נתן הסכמתו עובר אל כתפי המפרסם. עוד נקבע, כי משעה שהתקיימו התנאים המצויינים בחוק התקשורת ומשאין בידי המפרסם ראיה להסכמה ראשונית, ככלל יש לקבל התביעה (ר' לעניין זה







## בית משפט השלום בתל אביב - יפו

ת"צ 10313-02-22 זילברג ואח' נ' לגיול ישראל בע"מ

רע"א 4704/20 בן-עמי נ' FACEBOOK IRELAND LTD (9.2.2021) (להלן – "עניין בן-עמי").

49. בענייננו, טענת המבקשים בבקשת האישור (שנתמכה בתצהיריהם) כמו גם טענתם בסיכומיהם, כי מעולם לא נתנו הסכמתם למשלוח דברי פרסומת על ידי המשיבה – לא נסתרה.

50. בתוך כך, המבקש 1 טען כי בעת ביצוע הרכישה באתר המשיבה רשם ברובריקת ההערות באתר כי אינו מעוניין בקבלת דבר פרסומת, והוסיף כי לאחר שקיבל דבר פרסומת מהמשיבה באמצעות דוא"ל (ההודעה הרביעית) ביקש הסרתו והמשיבה אישרה את הסרתו אך חרף זאת שלחה אליו דבר פרסומת נוסף באמצעות הדוא"ל (הודעה חמישית) (ר' ס' 7,5,3 לתצהיר המבקש 1 וס' 10,9,7,3 לתצהיר המבקש 2).

51. גם המשיבה עצמה לא חלקה על כך שהמבקשים לא התבקשו לאשר קבלת דברי פרסומת באמצעות הסרת סימון V וכי לאחר קבלת בקשת האישור התברר לה כי בשל תקלה טכנית לא ניתנה האפשרות לסימון הסכמה מפורשת לקבלת דברי פרסומת באתר שלה, אלא שטענה כי פעלה לתיקון הטעות מייד לאחר שנודע לה על התרחשותה (ר' סעיף 5.2 לתשובת המשיבה לבקשת האישור ור' גם עדותו של נציג המשיבה במהלך הדיון בבקשת האישור).

52. המשיבה נתלתה בתשובתה (ובעדות נציגה, מר סבן) בטענה כי במועד שהמבקשים ביצעו רכישות באתר החברה, וכתנאי להשלמת הרכישה, הם נדרשו לסמן V לאישור קריאת התקנון בו צוינה האפשרות למשלוח דברי פרסומת ובכך הסכימו לקבלת דברי הפרסומת. לטענת המשיבה, לאחר שקיבלה את מייל המבקש שביקש לא לקבל יותר דברי פרסומת הורידה את המספר של שני המבקשים מהרשימה ומיד הוסיפה את "הוי השני" לפיו מי שכן רוצה לקבל פרסומת יסמנו (ר' עמ' 12-13 לפר').

53. לצד זאת, טענת המשיבה לכך שאישור קריאת התקנון היווה תנאי להשלמת הרכישה לא הוכחה ברמה העובדתית, והתקנון עצמו (בנוסח אליו הפנתה לטענתה באתר שלה במועדים הרלוונטיים לרכישות שביצעו המבקשים) – לא צורף לתשובתה לבקשת האישור, כך שלא עלה בידי המשיבה להוכיח כי אמנם צורף תקנון לאתר במועדים הרלוונטיים לבקשת האישור או כי ככל שצורף תקנון הוא כלל הוראה המתייחסת להסכמה על קבלת דברי פרסומת (בהחלטת הקודמת מהיום הוריתי על מחיקת התקנון מסיכומי המשיבה מן הטעמים שפורטו שם).

54. למעלה מן הצורך ואך על מנת שלא יימצא הנייר חסר אוסיף ואציין, כי גם לו הייתה המשיבה מצרפת את התקנון לתשובתה לבקשת האישור וגם לו הייתי משתכנעת כי התקנון אכן צורף לאתר המשיבה במועד הרכישה ונכלל בתקנון האמור סעיף המאשר קבלת דברי פרסומת, וגם לו הייתי משתכנעת כי אישור קריאת התקנון היווה תנאי להשלמת הרכישה במועדים הרלוונטיים



## בית משפט השלום בתל אביב - יפו

ת"צ 10313-02-22 זילברג ואח' נ' לגיול ישראל בע"מ

להליך זה, עדיין ספק רב בעיניי אם די היה בכך כדי ללמד על קבלת הסכמת המבקשים למשלוח דברי פרסומת במובן הנדרש לפי חוק התקשורת.

55. ככל שכטענת המשיבה אישור קריאת התקנון היווה תנאי להשלמת הרכישה, ברי כי אישור התקנון נכפה על כל אלו המעוניינים לרכוש מוצרים ספציפיים ומבקשים להשלים את תהליך הרכישה, ולמעשה נשללת מהם היכולת להסכים באופן חופשי ומרצון לכל אחד ואחד מתנאי התקנון וסעיפיו (השוו למשל לתא"מ 15-12-45014 לב נ' לוטוסנד בע"מ (נבו 29.3.2018); ת"ק 14709-06-16 אביטן נ' אל.אר. אינטרנט בע"מ (10.2.2017)).

56. גם אם יטען הטוען להתקיימות החריג לאיסור על משלוח דברי פרסומת ללא הסכמת הנמען הקבוע בסעיף 30א.ג) לחוק התקשורת, לפיו רשאי מפרסם לשגר דבר פרסומת אף אם לא התקבלה הסכמת הנמען, לשם הוכחת החריג עדיין צריכים להתקיים ארבעה תנאים מצטברים, והם כי הלקוח מסר את פרטיו למפרסם במסגרת ההתקשרות; כי הודע ללקוח שהפרטים שמסר ישמשו לצורך שיגור דבר פרסומת; כי ללקוח ניתנה הזדמנות שלא נוצלה להודיע על סירוב להיכלל ברשימת התפוצה וכי דבר הפרסומת מתייחס למוצר או לשירות דומה לזה שלגביו נמסרו פרטיו של הלקוח.

57. גם אם התקיימו בעינינו התנאים הראשון והרביעי לחריג לעיל, עדיין לא נטען על ידי המשיבה (וממילא לא הוכח) כי התקיימו התנאים השני והשלישי ולפיהם הודע ללקוח שהפרטים שמסר ישמשו לשיגור דברי פרסומת, או כי ניתנה ללקוח הזדמנות שלא נוצלה להודיע על סירוב להיכלל ברשימת התפוצה. אדרבה, המבקש 1 הצהיר כי במעמד הרכישה לא התבקש לאשר וממילא לא אישר קבלת דברי פרסומת ואף הדגיש כי בכל תהליך ההזמנה אין אפשרות להסכים או לא להסכים לקבלת דברי פרסומת מאת המשיבה, באופן שדרש ממנו לציין ברובריקת ההערות "בלי ספאם" (ס' 3-5 לתצהירו, ור' גם ס' 3 לתצהירו של המבקש 2). הצהרה זו של המבקש 1 לא נסתרה.

58. אשר על כן ומכל הטעמים שפורטו לעיל, דומני כי קיימת אפשרות סבירה שההודעות ששיגרה המשיבה למבקשים שוגרו אליהם ללא קבלת הסכמתם מראש, ומבלי שחל החריג לקבלת ההסכמה, וזאת בניגוד להוראות ס' 30א.ב) ו-ג) לחוק התקשורת.

59. עוד מצאתי כי קיימת אפשרות סבירה לכך שהמשיבה לא העמידה בפני המבקשים את האפשרות למשלוח הודעת סירוב באופן שמתווה חוק התקשורת.

60. סעיף 30א(ד)1) לחוק התקשורת קובע כי "הסכים הנמען לקבל דברי פרסומת לפי הוראות סעיף קטן (ב) או לא הודיע על סירובו לקבלם לפי הוראות סעיף קטן (ג), רשאי הוא, בכל עת, להודיע למפרסם על סירובו לקבל דברי פרסומת, דרך כלל או מסוג מסוים, ולחזור בו מהסכמתו, ככל



## בית משפט השלום בתל אביב - יפו

ת"צ 10313-02-22 זילברג ואח' נ' לגיול ישראל בע"מ

שניתנה (בסעיף זה – הודעת סירוב); הודעת הסירוב לא תהיה כרוכה בתשלום, למעט עלות משלוח ההודעה; הודעת הסירוב תינתן בכתב או בדרך שבה שוגר דבר הפרסומת, לפי בחירת הנמען". בהמשך, נקבע בסעיף 30א(ה)(1)(ג) לחוק התקשורת כי על המפרסם לציין בדבר הפרסומת, בין היתר, את "זכותו של הנמען לשלוח, בכל עת, הודעת סירוב כאמור בסעיף קטן (ד), ודרך אפשרית למשלוח הודעה כאמור שהיא פשוטה וסבירה בנסיבות העניין...".

61. בעניין בן-עמי קבע בית המשפט, כי יש ליתן את הבחירה בידי מקבל דבר הפרסומת האם לשלוח הודעת סירוב באופן שבו קיבל את דבר הפרסומת או "בכתב". כמו כן, הגם שלפי דרישת חוק התקשורת כפי שצוין לעיל, על שולח דבר הפרסומת לאפשר "דרך פשוטה וסבירה" להסרה, אין לפגום בזכות מקבל דבר הפרסומת לשלוח את הודעת הסירוב בדרך שתתאים עבורו.

62. בענייננו, הגם שהמשיבה טענה כי בגוף הודעות ה SMS ששוגרו למבקשים צוין כי "על מנת להסיר עצמך מרשימת תפוצה זו לחץ כאן" – לא הוכיחה כי לחיצה על הקישור האמור אכן הובילה בפועל לאזור שמאפשר משלוח הודעת הסרה, ואף לא הוכיחה כי העמידה למבקשים אופציה למשלוח הודעת הסרה באותו אופן בו קיבלו את דבר הפרסומת (יצוין כי נציג המשיבה אף הודה בכך במסגרת הדיון בבקשת האישור (ר' עמ' 12, ש' 3-6 לפרוטוקול הדיון מיום 10.07.24).

63. זאת ועוד. סעיף 30א(ה)(1) לחוק התקשורת קובע כי "פרסם המשגר דבר פרסומת בהתאם להוראות סעיף זה יציין בו את הפרטים האלה באופן בולט וברור, שאין בו כדי להטעות: (א) היותו דבר פרסומת; המילים "פרסומת", "בקשת תרומה" או "תעמולה", לפי העניין, יופיעו בתחילת דבר הפרסומת, ואם דבר הפרסומת משוגר באמצעות הודעה אלקטרונית – בכותרת ההודעה; (ב) שמו של המפרסם, כתובתו ודרכי יצירת הקשר עמו".

64. סעיף 30א(ה)(2) לחוק התקשורת קובע כי "על אף הוראות פסקה (1), מפרסם המשגר דבר פרסומת באמצעות הודעת מסר קצר יציין בדבר הפרסומת רק את שמו ואת דרכי יצירת הקשר עמו לצורך מתן הודעת סירוב".

65. כזכור, בענייננו טען המבקש 2 כי ההודעות שקיבל לתיבת דוא"ל שלו (הודעה רביעית וחמישית) אינן כוללות את שם המשיבה וכתובתה בניגוד להוראת סעיף 30א(ה)(2) לחוק התקשורת וללא ציון המילה "פרסומת" בכותרת בניגוד להוראת סעיף 30א(ה)(1)(א) לחוק התקשורת. גם בהקשר זה לא מצאתי כי עלה בידי המשיבה להציג טענת הגנה ראויה ואנמק.

66. בענייננו, ההודעה הרביעית וההודעה החמישית שנשלחו לתיבת הדוא"ל של המבקש 2, נשלחו תחת השם "LAGUIOLE" ולפיכך, ייתכן שיהיה מי שיסיק כי מדובר בהודעות שנשלחו מטעם המשיבה, אולם אין די בכך כדי לעמוד בדרישות סעיף 30א(ה)(2) לחוק התקשורת (ר' למשל עניין יזדי). נוסף על כך, לא נמצאה בכותרת ההודעות המילה "פרסומת" וההודעות האמורות אינן



## בית משפט השלום בתל אביב - יפו

ת"צ 10313-02-22 זילברג ואח' נ' לגיול ישראל בע"מ

כוללות את כתובתה של המשיבה. מנהל המשיבה גם לא חלק על כך במסגרת חקירתו (ר' שי-25, 23, עמ' 12 לפרוטוקול הדיון מיום 10.07.24).

67. אשר לטענת המשיבה כי למבקשים לא נגרם נזק באופן שאינו מצמיח להם למעשה עילת תביעה אישית, הרי בהתאם לסעיף 4(ב)(1) לחוק תובענות ייצוגיות, בשלב בקשת האישור אין צורך בהוכחת הנזק ושיעורו אלא די שהמבקש יראה גרימת נזק לכאורה, או אפשרות סבירה לקביעת נזק שיש לפצות בגינו את המבקש או את חברי הקבוצה המיוצגת (ר' למשל ת"צ 11446-08-21 דור נ' לייט האוס 23 בע"מ (08.07.24); רע"א 1621/16 MEGA ADVANCED MATHEMATICAL SYSTEM LTD נ' עו"ד זילברג (14.6.2016)).

68. זה המקום להוסיף ולהזכיר, כי עילת התביעה מכוח סעיף 30א. לחוק התקשורת מהווה עוולה נזיקית שיש בכוחה גם להקים עילה להגשת בקשה לאישור תובענה ייצוגית וזכות לקבלת פיצויים ללא הוכחת נזק, וזאת בהתאם לקבוע בסעיף 30א(י) לחוק התקשורת (ר' ע"א 534/17 לפיד נ' סלקום ישראל בע"מ (6.3.2019)).

69. אשר על כן ומכל הטעמים שפורטו לעיל אני קובעת כי עלה בידי התובעים להוכיח עילת תביעה לכאורה שעניינה הפרת הוראות סעיף 30א. לחוק התקשורת, וזאת במידת ההוכחה הדרושה לשלב דיוני זה של בקשה לאישור תובענה כייצוגית.

70. הגם שהמבקשים אזכרו בבקשתם עילות תביעה נוספות, משזנחו אותן בסיכומיהם – לא מצאתי לנכון להתייחס אליהן בהחלטה זו, וממילא גם לא לאפשר ניהול הליך ייצוגי בעילות שזנחו (השוו למשל לרע"א 4159/21 חברת פרטנר תקשורת בע"מ נ' כרמי (29.5.2023)).

### עלה בידי המבקשים להוכיח קיומם של שאר התנאים לאישור תובענה ייצוגית בענייננו

71. אשר לתנאי שבסעיף 8(א)(1) לחוק תובענות ייצוגיות, לפיו על הבקשה לעורר שאלות מהותיות של עובדה או משפט המשותפות לכלל חברי הקבוצה, ויש אפשרות סבירה שהן תוכרענה בתובענה לטובת הקבוצה – בפסיקה נקבע כי יש להסתפק בקיומן של שאלות משותפות לקבוצה מבלי לבחון את היחס בין השאלות האינדיבידואליות לשאלות הקבוצתיות (ר' רע"א 2128/09 הפניקס חברה לביטוח בע"מ נ' עמוסי (5.7.2012)). לצד זאת, המבקש צריך להצביע בבקשת האישור על קיומה לכאורה של קבוצה עמה נמנים אנשים נוספים שנפגעו מאותו עניין ובאופן דומה וכי הפגיעה אינה נוגעת לו בלבד (ר' רע"א 6182/22 תנובה מרכז שיתופי לשיווק תוצרת חקלאית בע"מ נ' וינקר (24.8.2023)).

72. בענייננו, עיון בהודעות שנשלחו למבקשים (שכאמור אין מחלוקת על כך שהן מהוות "דבר פרסומי" כמובנו בחוק התקשורת) מלמד כי הן מנוסחות בנוסח סטנדרטי שמתחלף בו שם הנמען, ולפיכך מופנות לנמענים שונים ולא למבקשים בלבד.





## בית משפט השלום בתל אביב - יפו

ת"צ 10313-02-22 זילברג ואח' נ' לגיול ישראל בע"מ

73. האפשרות לכך שדברי פרסומת דומים נשלחו ללקוחות שונים, נוספים על המבקשים, לא רק שלא נסתרה בעדותו של נציג המשיבה אלא אף חוזקה בעדותו. בעניין זה, כשנשאל מנהל המשיבה בעניין שיגור דברי פרסומת לרוכשים אחרים מלבד המבקשים העיד כי: "... כל לקוח שקנה באתר כדי להמשיך את הליך הקניה צריך לאשר התקנון, הוא חייב... בתוך התקנון היה סעיף, שהוא אישר. אוסיף, אחרי שקיבלנו את המייל של התובעים, הוספנו עוד וי נוסף שמאשר בפירוש קבלת מידע... כל מי שעשה הזמנה פחות מחודש חודשים לפני שאנו רוצים לשלוח את האס אם אס מקבל עוד מייל. לא כל הלקוחות מקבלים. זה לפי תאריך הקניה רואים אם זה רלוונטי לשלוח עוד מייל להציע עוד מוצר או לא. זה לא באופן אוטומטי. לא יודע להגיד כמה שלחנו" (שורות 11-12, שורות 19-22 בעמ' 13 לפרוטוקול הדיון).

74. בהקשר זה, ובכל הכבוד לנסינו של נציג המשיבה לטעון במהלך הדיון בבקשת האישור כי ייתכן שנשלחו דברי פרסומת למבקשים בלבד (שורות 30-31, עמ' 13 לפרוטוקול הדיון מיום 10.07.24) – אין מדובר בטענה העולה בקנה אחד עם שורת ההגיון והשכל הישר. לא סביר שהמשיבה תתקשר בהסכם עם חברת דיור ותשלם לה שכר לצורך משלוח הודעות ודברי פרסומת, בפרט אלו הנוגעות למבצעים והנחות הפונים ל"חברי מועדון" כאמור בהודעות ה-SMS ששוגרו למבקשים, אך לשם שליחתם לשני מבקשים ספציפיים. כך או כך, משלא צירפה המשיבה תמיכה ראייתית כלשהי לטענה אפשרית זו – ממילא לא הוכיחה טענה זו, והימנעותה מצירו, התמיכה הראייתית פועלת כמובן לחובתה.

75. יתרה מכך, מעצם טענת המשיבה להיעדר מנגנון לסימון הסכמה מפורשת לקבלת דברי פרסומת על ידי לקוחות המשיבה כתוצאה מתקלה טכנית שנעשתה בתום לב על ידי עובדי המשיבה או נותני שירותים האחראים על בניית אתר האינטרנט שלה (סעיף 6.2 לתשובת המשיבה לבקשת האישור – שאגב לא גובתה בשום עד או אסמכתה אחרת וממילא לא הוכחה) - למעשה מבססת את ההנחה בדבר קיומה של קבוצת נפגעים נוספת שנתקלה בהפרות נטענות דומות של חוק התקשורת. הנחה זו מוצאת חיזוק גם בטענת המשיבה כי בשל תקלה גם נשלחה למבקש 2 הודעת מייל לאחר שביקש הסרתו מרשימת התפוצה (טענה שאף היא אגב לא גובתה בשום ראיה תומכת).

76. לאור האמור, ומשסביר להניח כי דברי פרסומת דומים שוגרו לא רק למבקשים אלא לשלל לקוחות נוספים של המשיבה, ומשהנחה זו חוזקה בעדות נציג המשיבה עצמו, אני סבורה כי המבקשים ביססו טענתם לקיומה של קבוצה משותפת של לקוחות שרכשו באתר המשיבה וקיבלו דברי פרסומת באותו אופן, באופן שמעורר שאלות מהותיות של עובדה או משפט המשותפות למבקשים ולחברי אותה קבוצה.



## בית משפט השלום בתל אביב - יפו

ת"צ 10313-02-22 זילברג ואח' נ' לגיול ישראל בע"מ

77. בנוסף, ובהמשך לכל שפורט קודם, גם קיימת אפשרות סבירה לכך שהשאלות המשותפות שבעובדה ובמשפט תוכרענה לטובת אותה קבוצה. בעניין זה יש לזכור, כי שאלת גודל הקבוצה המדויק, להבדיל מעצם קיומה, יכולה להתברר במסגרת הדיון התובענה הייצוגית עצמה (ר' למשל רע"א 3717/20 רמי לוי שיווק השקמה תקשורת בע"מ נ' דור, פסקה 17 (3.3.2021) (להלן: "עניין דור").

78. עוד אציין, כי אני סבורה שהתקיים בענייננו גם התנאי הקבוע בסעיף 8(א)(2) לחוק תובענות ייצוגיות לפיו "תובענה ייצוגית היא הדרך היעילה וההוגנת להכרעה במחלוקת בנסיבות העניין".

79. בענייננו, הנזק האישי שהוערך על ידי המבקשים בגין כל הפרה נטענת עומד על סך של 100 ₪ (סה"כ 500 ₪ בגין 5 הפרות נטענות). בהתחשב בפסיקה שקבעה כי במקרים של מיעוט הודעות מפרות לכאורה הנשלחות לקבוצת נמענים, לא משתלם להגיש תביעה אישית בשל היתכנות לנזק אישי נמוך - נראה שדרך הבירור של תובענה ייצוגית אכן מתאימה יותר (ר' למשל עניין יזדי לעיל).

80. אשר לעניין הנזק, משקבעתי שהוכח לכאורה קיומה של קבוצת נפגעים, ומשחזקה על המשיבה כי בידיה נתונים מדויקים אודות מספר הנמענים אליהם שוגרו דברי פרסומת דוגמת דברי הפרסומת מושא דיוננו, יש להניח כי גם היקפו המדויק של הנזק יוכל להתברר במסגרת ניהול התביעה הייצוגית.

81. אשר לתנאי הקבוע בסעיפים 8(א)(3)-(4) לחוק תובענות ייצוגיות בעניין קיומו של יסוד סביר שעניינם של חברי הקבוצה ינוהל בדרך הולמת ובתום לב על ידי המבקשים - אני סבורה כי גם תנאי זה מתקיים בענייננו.

82. מתוך הגישה שלא להערים קשיים על התובע המייצג ועל מנת שלא לפגוע במוסד התובענה הייצוגית, נקבע כי ככלל יש לדחות בקשה לאישור תובענה כייצוגית מטעמים של פגמים בהתנהלות הדיונית של התובע או בא-כוחו במקרים חריגים בלבד. רק אם יימצא כי התנהלות המבקש או מייצגו עולה כדי חוסר תום לב קיצוני, הדבר עלול להביא את בית המשפט לדחות את התובענה, נוכח הצורך בהרתעת תובעים ועורכי דין פוטנציאלים עתידיים מהתנהגות דומה, ומתוך רצון לשמור על האינטרס הציבורי ועל תכליתה הציבורית של התובענה הייצוגית בכללותה (ר' למשל רע"א 3698/11 שלמה תחבורה (2007) בע"מ נ' ש.א.מ.ג.ר. שירותי אכיפה בע"מ, פס' מ' ו- מ"ב לפסק דינו של כב' המשנה לנשיאה דאז, השופט רובינשטיין (6.9.2017) (להלן: "עניין שלמה תחבורה").

83. בענייננו לא נעלמה מעיניי טענת המשיבה בתשובתה לבקשת האישור ובסיכומיה, כי המבקשים ובאי כוחם מונעים מאינטרסים כלכליים בשל היותם "תובעים סדרתיים" ולפיכך אין הם פועלים



## בית משפט השלום בתל אביב - יפו

ת"צ 10313-02-22 זילברג ואח' נ' לגיול ישראל בע"מ

לייצוג האינטרסים של חברי הקבוצה. ואולם, לא די בנתון זה כדי להדביק במבקשים ובבאי כוחם תווית של חוסר תום לב או של ניהול וייצוג לא הולם. דברים אלו נכונים ביתר שאת במקרים (כשלנו) בהם נראה על פני הדברים כי מתקיימים שאר התנאים הנדרשים לאישור ניהולה של תובענה כייצוגית, ומשלא נמצא פגם קונקרטי באופן התנהלות המבקשים או באי כוחם בניהול הליך זה עד כה.

84. בשולי הדברים אוסיף ואציין כי גם לא נעלמה מעיניי הפניית המשיבה לפסק הדין בת"צ 1380-02-22 שמילוביץ נ' בנק דיסקונט לישראל בע"מ (25.2.2024), להלן – "עניין בנק דיסקונט" שם נקבע כי לבית המשפט בכל מקרה נתון שיקול דעת אם לאשר תובענה ייצוגית, אף במקום בו מתמלאים התנאים הקבועים בחוק תוכנות ייצוגיות.

85. בעניין בנק דיסקונט הוצגו מספר שיקולים שהיטו שם את הכף אל עבר הימנעות מאישור התביעה כייצוגית, ובהם השיקול לפיו הבנק לא שיגר ללקוחותיו דברי פרסומת מכוח ההסכמה הכללית בעת פתיחת החשבון אלא שיגר קודם לכן מסמך יידוע, תוך מתן אפשרות ללקוחות להסיר עצמם בנקל מרשימת התפוצה; השיקול כי הבנק לא מרבה לשגר פרסומות בדוא"ל או במסרונים והמבקשים באותו עניין היו לקוחות ותיקים של הבנק שמשך שנים לא קיבלו פרסומות כלל; השיקול לפיו ההודעות מושא אותו הליך כללו רכיב שירותי שאינו שולי (בנוסף לרכיב ה"פרסומי"); והשיקול בדבר מערכת היחסים המיוחדת שבין עוסק ללקוחותיו, שהתנהלותו באותו עניין העידה על מתן תשומת לב וחשיבות לעקרונות המונחים בבסיס ההסדר שבחוק התקשורת. לאור כלל השיקולים הללו, ולאור עוצמתם הנמוכה של השיקול ההרתעתי והתרופתי באותו עניין אל מול העלויות הגבוהות והקשיים הנלווים לניהול התובענה כייצוגית – בית המשפט סבר כי ככל שמי מלקוחות הבנק רואה עצמו מוטرد - עדיף ניהולו של הליך תביעה קטנה על פני ניהול תובענה ייצוגית.

86. בעניינינו פני הדברים שונים, ונכון לשלב דיוני זה אף לא הוכח בראיות של ממש כי ההפרות הנטענות תוקנו (זולת טענת המשיבה בתשובתה לבקשת האישור ובסיכומיה, ללא תצהיר וללא אסמתכאות לתמיכה בטענות אלו), והואיל ומרבית השיקולים שהובילו את בית המשפט לדחיית בקשת האישור בעניין בנק דיסקונט כלל אינם רלוונטיים לעניינינו.

### סוף דבר

87. לאור כל המפורט לעיל, הבקשה לאישור התובענה כייצוגית מתקבלת כפוף לאלו:

א. עלת התביעה בגינה מאושרת הגשת התובענה הייצוגית היא הפרת הוראות סעיפים 30א(ב); 30א(ד)(1) ו-30א(ה)(2) לחוק התקשורת.





## בית משפט השלום בתל אביב - יפו

ת"צ 10313-02-22 זילברג ואח' נ' לגיול ישראל בע"מ

ב. הגדרת הקבוצה: "כלל האנשים אשר קיבלו בשבע השנים האחרונות מהמשיבה דברי פרסומת בניגוד לדרישות הצורניות הקבועות בחוק התקשורת (בזק ושידורים), התשמ"ב-1982, מבלי שנתנו את הסכמתם המפורשת לכך ו/או לאחר שנתנו הודעת סירוב - בניגוד להוראות סעיף 30א(ב); 30א(ד)(1) ו- 30א(ה)(2) לחוק האמור" (להלן – "הקבוצה").

ג. הגדרת השאלות הקבוצתיות המשותפות הן כדלקמן: האם המשיבה הפרה את הוראות סעיף 30א(ב); 30א(ד)(1) ו- 30א(ה)(2) לחוק התקשורת כלפי הקבוצה? האם נגרם לחברי הקבוצה נזק ומה גובהו?

ד. באשר לפירוט הסעדים הנתבעים, כפי שיפורט להלן: פיצוי כספי ומתן הוראות למשיבה לתקן דרכיה ולפעול לפי הוראות הדין, כאמור בכתב התביעה שצורף לבקשת האישור.

ה. התובעים המייצגים וב"כ יוגדרו כמפורט בכותרת החלטה זו.

ו. הודעה על אישור התובענה כייצוגית תפורסם באתר המשיבה (במרשתת וברשתות החבריות) וכן בשני עתונים יומיים, ושטח הפרסום בעתונים היומיים לא יפחת מרבע עמוד. נוסח ההודעה יכלול את הפרטים הנדרשים על פי סעיף 14(א) לחוק תובענות ייצוגיות בהתאם להחלטה זו, וכן הבהרה בדבר זכותו של כל חבר בקבוצה לצרף לקבוצה לפי ס' 11 לחוק תובענות ייצוגיות. נוסח ההודעה יתואם בין הצדדים ויובא לאישור בית המשפט תוך 14 (לא יאוחר מיום מיום 29.9.24). המשיבה תישא בעלויות הפרסום.

ז. המבקשים ימסרו הודעה על החלטה זו למנהל בתי המשפט, בצירוף העתק החלטה זו, לשם רישומה בפנקס תובענות ייצוגיות, בהתאם לסעיף 14(ב) לחוק תובענות ייצוגיות.

ח. כתב הגנה יוגש עד 10.11.24. גילוי ועיון יבוצעו תוך 30 יום מהגשת כתב ההגנה, במקביל. הצדדים יפעלו לגבי יתר העניינים המקדמיים כאמור בתקנות סדר הדין האזרחי, התשע"ט – 2018.

88. בהתאם לסעיף 23 לחוק תובענות ייצוגיות, המשיבה תישא בשכ"ט ב"כ המבקשים בסך של 5,000 ₪. בקביעת הסכום לקחתי בחשבון את העובדה שהמבקשים ובא כוחם אמנם טרחו בהגשת הבקשה, בהגשת בקשות ביניים שונות ובהתייצבות לדיונים. מנגד לקחתי בחשבון את העובדה שמדובר במבקשים ובבא-כוח שהגישו בעבר לא מעט בקשות מסוג זה באופן שניתן להניח כי חל עליו עקרון "העלות השולית הפוחתת". בנוסף, לקחתי בחשבון את העובדה שהמשיבה אינה מיוצגת (יש להניח כי בשל קשיים כלכליים) ואינני מוצאת לנכון להעמיס על כתפיה מעבר למינימום הנדרש.







## בית משפט השלום בתל אביב - יפו

ת"צ 10313-02-22 זילברג ואח' נ' לגיול ישראל בע"מ

89. אני קובעת קדם משפט ליום 13.1.25 בשעה 8:30 בהיכל שוקן תל-אביב.

90. אעיר כי אין באמור בהחלטה זו כדי למנוע מהצדדים לבוא בדברים על מנת לנסות ולגבש בקשה מוסכמת לאישור הסדר פשרה.

91. תז"פ 30.9.24.

92. תז"פ 11.11.24.

93. המזכירות מתבקשת לעדכן את היומן ולהמציא החלטתי לצדדים.

ניתנה היום, י"א אלול תשפ"ד, 14 ספטמבר 2024, בהעדר הצדדים.



מיה רוזמן-אלדור, שופטת