



בית משפט השלום ברחובות

31 יולי 2022

ת"צ 15462-05-18 שדה ואח' נ' טרייד מוביל בע"מ

מספר בקשה: 1

בפני כבוד השופטת, סגנית הנשיאה רנה הירש

המבקשים

1. אביב שדה

2. אסף טרגנו

על-ידי ב"כ עו"ד יצחק קסטרן

נגד

המשיבה

טרייד מוביל בע"מ

על-ידי ב"כ עוה"ד דן פרידמן ויונתן דה שליט

החלטה בבקשה לאישור תובענה כייצוגית

1. לפניי בקשת המבקשים לאישור התובענה כייצוגית (להלן: **בקשת האישור**) בהתאם להוראות חוק תובענות ייצוגיות, התשס"ו-2006 (להלן: **חוק תובענות ייצוגיות**).

תמצית טענות הצדדים

2. המבקשים טוענים בבקשת האישור כי המשיבה, חברה העוסקת בטרייד אין של מכוניות (מכירה וקניה בַּהֶמְרָה), הפרה את הוראות סעיף 30א לחוק התקשורת (בזק ושידורים), התשמ"ב-1982 (להלן: **חוק התקשורת**).

נטען כי המשיבה שלחה למבקש 1 דברי פרסומת מבלי שקיבלה את הסכמת ו/או את אישורו לקבלת דברי פרסומת, בכך ששלחה לו שתי הזמנות לקבל הצעת מחיר עבור רכבו וכי בהודעות לא ניתנה אפשרות להסרתן. המבקש 2 טוען כי למרות שככל הנראה הסכים לקבל דברי פרסומת מהמשיבה, נשלחו אליו שבע הודעות פרסומת בלא שניתנה בהודעות אפשרות להסרתן ובלא שצוין בכל הודעה כי מדובר בהודעת פרסומת.

במסגרת בקשת האישור הוגדרו שתי קבוצות בשמן מבוקש לנהל את התובענה כייצוגית:

הקבוצה הראשונה כוללת את כלל האנשים שקיבלו מהמשיבה הודעת פרסומת באמצעות הודעת טקסט (SMS), על אף שאלה מעולם לא הסכימו ו/או ביקשו לקבל מהמשיבה הודעות פרסומת וכן לא ניתנה בהודעות אלה אפשרות לבצע הסרה מרשימת התפוצה באמצעות הודעה חוזרת (להלן: **הקבוצה הראשונה**);



בית משפט השלום ברחובות

31 יולי 2022

ת"צ 15462-05-18 שדה ואח' נ' טרייד מוביל בע"מ

1 הקבוצה השנייה כוללת את כלל האנשים שהסכימו לקבל מהמשיבה הודעת פרסומת והמשיבה
2 לא אפשרה להם להסיר עצמם מרשימת התפוצה באמצעות הודעת טקסט (SMS) (להלן:
3 **הקבוצה השניה**).

4 3. המשיבה מצדה טוענת כי למבקש 1 לא שוגרה כל הודעת פרסום, אלא אך ורק פניה ובה
5 התעניינות ברכישת רכבו וזאת בהמשך למודעות שפרסם המבקש 1 למכירת רכבו באתר
6 האינטרנט "יד 2". לטענת המשיבה בכך "הזמין" המבקש 1 פניות כדוגמת פניית המשיבה (סעיף
7 7 לסיכומי המשיבה). המבקש 1 הסתיר את העובדה כי פרסם מודעה באתר "יד 2" ועל כן יש
8 לראותו כמי שהסתיר פרטים בבקשת האישור. ממילא לטענת המשיבה לא מדובר ב"פרסום",
9 המשיבה אינה "מפרסם" כהגדרת חוק התקשורת, לעניין המבקש 2, נטען כי הוא עצמו הודה
10 בכך שאישר למשיבה לשלוח לו הודעות פרסום, וכי לא טען כי היה מעוניין בהסרת פרטיו
11 מרשימת התפוצה או כי ביצע פעולה כלשהי בהקשר זה. עוד נטען כי אין חובה שדרך יצירת
12 הקשר תהא במסרון דווקא וכל שצריכה הייתה המשיבה לעשות, הוא להציג במסגרת
13 המסרונים ששלחה את שמה ואת דרכי יצירת הקשר עמה לצורך מתן הודעת הסיכום והמשיבה
14 נהגה כך באופן מלא. כמו כן טוענת המשיבה כי המבקשים לא הוכיחו קיומה של קבוצה או כי
15 נגרם להם נזק.

16 4. ביום 14.04.22 התקיימה ישיבת הוכחות בבקשת האישור ולאחר שהוגשו סיכומי
17 הצדדים ניתנת להלן החלטתי.

18

19

דיון

20 5. בקשה לאישור תובענה ייצוגית היא הליך מקדמי, במסגרתו בית משפט נדרש להכריע
21 בשאלה האם יש מקום לדון בתובענה שהובאה לפתחו במסגרת ההליך של תובענה ייצוגית.
22 לשם כך, על בית המשפט לבחון האם מתקיימים התנאים לאישור התובענה כיייצוגית.

23 6. סעיף 3(א) לחוק תובענות ייצוגיות קובע כי: "לא תוגש תובענה ייצוגית אלא בתביעה
24 כמפורט בתוספת השניה או בענין שנקבע בהוראת חוק מפורשת כי ניתן להגיש בו תובענה
25 ייצוגית...". בקשת האישור בענייננו נסמכת על פריט 12 לתוספת השניה לחוק: "תביעה נגד
26 מפרסם כהגדרתו בסעיף 30 לחוק התקשורת (בזק ושידורים), התשמ"ב-1982, בעילה לפי
27 הסעיף האמור".

28 אדון להלן בטענת המבקשים כי משלוח המסרונים נשוא בקשת האישור מהווה הפרה של סעיף
29 30 לחוק התקשורת.





בית משפט השלום ברחובות

31 יולי 2022

ת"צ 15462-05-18 שדה ואח' נ' טרייד מוביל בע"מ

- 1 סעיף 30 לחוק התקשורת קובע:
- 2 "שיגור דבר פרסומת באמצעות מיתקן בזק
- 3 30א. (א) בסעיף זה –
- 4 "דבר פרסומת" – מסר המופץ באופן מסחרי, שמטרתו לעודד רכישת מוצר
- 5 או שירות או לעודד הוצאת כספים בדרך אחרת;
- 6 ...
- 7 "מפרסם" – מי ששמו או מענו מופיעים בדבר הפרסומת כמען להתקשרות
- 8 לשם רכישתו של נוסא דבר הפרסומת, מי שתוכנו של דבר הפרסומת עשוי
- 9 לפרסם את עסקיו או לקדם את מטרותיו, או מי שמשווק את נוסא דבר
- 10 הפרסומת בעבור אחר; ...
- 11 (ב) לא ישגר מפרסם דבר פרסומת באמצעות פקסימיליה, מערכת חיוג
- 12 אוטומטי, הודעה אלקטרונית או הודעת מסר קצר, בלא קבלת הסכמה
- 13 מפורשת מראש של הנמען, בכתב, לרבות בהודעה אלקטרונית או בשיחה
- 14 מוקלטת; ...
- 15 ...
- 16 (ד) (1) הסכים הנמען לקבל דברי פרסומת לפי הוראות סעיף קטן (ב)
- 17 או לא הודיע על סירובו לקבלם לפי הוראות סעיף קטן (ג), רשאי הוא, בכל
- 18 עת, להודיע למפרסם על סירובו לקבל דברי פרסומת, דרך כלל או מסוג
- 19 מסוים, ולחזור בו מהסכמתו, ככל שניתנה (בסעיף זה – הודעת סירוב);
- 20 הודעת הסירוב לא תהיה כרוכה בתשלום, למעט עלות משלוח ההודעה;
- 21 הודעת הסירוב תינתן בכתב או בדרך שבה שוגר דבר הפרסומת, לפי בחירת
- 22 הנמען;
- 23 ...
- 24 (ה) (1) מפרסם המשגר דבר פרסומת בהתאם להוראות סעיף זה
- 25 יציין בו את הפרטים האלה באופן בולט וברור, שאין בו כדי להטעות:
- 26 (א) היותו דבר פרסומת; המילים "פרסומת", "בקשת תרומה" או
- 27 "תעמולה", לפי העניין, יופיעו בתחילת דבר הפרסומת, ואם דבר הפרסומת
- 28 משוגר באמצעות הודעה אלקטרונית – בכותרת ההודעה;
- 29 (ב) שמו של המפרסם, כתובתו ודרכי יצירת הקשר עמו;



בית משפט השלום ברחובות

31 יולי 2022

ת"צ 15462-05-18 שדה ואח' נ' טרייד מוביל בע"מ

1 (ג) (1) זכותו של הנמען לשלוח, בכל עת, הודעת סירוב כאמור בסעיף
 2 קטן (ד), ודרך אפשרית למשלוח הודעה כאמור שהיא פשוטה וסבירה
 3 בנסיבות העניין, ואם דבר הפרסומת משוגר באמצעות הודעה אלקטרונית
 4 – כתובת תקפה של המפרסם ברשת האינטרנט לצורך מתן הודעת סירוב;
 5 ...

6 (2) על אף הוראות פסקה (1), מפרסם המשגר דבר פרסומת באמצעות
 7 הודעת מסר קצר יציין בדבר הפרסומת רק את שמו ואת דרכי יצירת הקשר
 8 עמו לצורך מתן הודעת סירוב.

9 (1) (1) מפרסם המשגר דבר פרסומת בניגוד להוראות סעיפים קטנים (ב)
 10 או (ג), דינו – קנס כאמור בסעיף 61(א)(4) לחוק העונשין;

11 (2) מפרסם המשגר דבר פרסומת שלא צוינו בו הפרטים האמורים בסעיף
 12 קטן (ה) באופן בולט וברור, או שיש בפרטים שצוינו כדי להטעות, בניגוד
 13 להוראות אותו סעיף קטן, דינו – קנס כאמור בסעיף 61(א)(3) לחוק
 14 העונשין. (ו) (1) מפרסם המשגר דבר פרסומת בניגוד להוראות סעיפים
 15 קטנים (ב) או (ג), דינו – קנס כאמור בסעיף 61(א)(4) לחוק העונשין;
 16 ...

17 (ט) הפרת הוראות סעיף זה היא עוולה אזרחית והוראות פקודת הניקיון
 18 [נוסח חדש], יחולו עליה, בכפוף להוראות סעיף זה."

19 7. ברע"א 7064/17 ארד נ' מנקס אונליין טריידינג בע"מ (11.12.2018) נפסק בנוגע לסעיף
 20 30א לחוק התקשורת: "בתיקון מס' 40 לחוק התקשורת (ס"ח התשס"ח 518) הוסף לחוק סעיף
 21 30א המכונה "חוק הספאם". מטרתו של התיקון, כפי שעולה מדברי ההסבר, היא לתת מענה
 22 לתופעת ההודעות הספאם שהחלה לצבור תאוצה בשנים שקדמו לתיקון. תופעת הודעות
 23 הספאם - משלוח הודעות פרסומיות המוניות באמצעות רשתות תקשורת - מעוררת בעיות
 24 חמורות של הטרדת המשתמשים, פגיעה בפרטיות, בעיות אבטחת מידע וכן עלויות כלכליות
 25 בשל אבדן זמן והשקעת משאבים בסינון הודעות אלה (עע"מ 7744/10 המוסד לביטוח לאומי
 26 נ' עו"ד יפית מנגל פ"ד סו(1) 116 בפסקאות 5-6 לפסק דינה של המשנה לנשיא מ' נאור (2012);
 27 רע"א 1954/14 חזני נ' הנגבי בפסקה 2 לפסק דינו של השופט ע' פוגלמן (4.8.2014) (להלן:
 28 עניין חזני); רע"א 1621/16 MEGA ADVANCED MATHEMATICAL SYSTEM LTD נ' עו"ד זילברג
 29 בפסקאות 10-11 (14.6.2016); יובל קרניאל "חוק המחשבים ודואר זבל - טיפול מקומי בתופעה
 30 גלובלית" שערי משפט ד 467 (2006). לעניין הנזקים הכלכליים של תופעת הספאם, אשר
 31 הוערכו בארצות הברית לבדה בסך של כ-20 מיליארד דולר בשנה, ראו: Justin M. Rao &



בית משפט השלום ברחובות

31 יולי 2022

ת"צ 15462-05-18 שדה ואח' נ' טרייד מוביל בע"מ

1 David H. Reiley, *The Economics of Spam*, 26 J. ECON. PERSP. 87, 87-89 (2012) ; עניין חזני
2 בפסקה 2).

3 ברע"א MEGA ADVANCED MATHEMATICAL SYSTEM LTD 1621/16 ע"ד זילברג
4 (14.6.2016) בפסקה 10 לפסק דינה, התייחסה כבוד השופטת חיות (כתוארה אז), לנוקי תופעת
5 ה- "SPAM": "עניינו הרואות כי הנזק הרב שנגרם כתוצאה משיגור המוני של דברי פרסומת
6 למי שאינם מעוניינים בכך הוא זה שהביא את המחוקק לאסור זאת בחוק ולקבוע כי מדובר
7 בעוולה נזיקית, המקימה גם עילה להגשת תובענה ייצוגית (ראו: פרט 12 לתוספת השניה
8 לחוק תובענות ייצוגיות, התשס"ו-2006 (להלן: חוק תובענות ייצוגיות)), והמצדיקה פסיקת
9 פיצויים ללא הוכחת נזק (אותם לא ניתן, עם זאת, לתבוע במסגרת תובענה ייצוגית – ראו:
10 סעיף 20(ה) לחוק תובענות ייצוגיות)".

11 ביחס לשליליות התופעה בה עוסק סעיף 30א לחוק התקשורת והנזקים להם היא גורמת נפסק
12 על ידי כבוד השופט פוגלמן ברע"א 1954/14 חזני נ' הנגבי (4.8.2014) פסקה 2: "הספאם מהווה
13 מטריד ציבורי הגורם לנזקים רחבי היקף". ראו בנוסף: רע"א 2904/14 גלסברג נ' קלאב רמון
14 בע"מ (27.7.2014).

15 8. אין חולק על שליליות תופעת ה- "SPAM" שהמחוקק אף ראה לנכון לקבוע לה סנקציות
16 במישור הפלילי, ועל הצורך במניעת נזקיה. כאמור לעיל, בהתאם להוראות חוק התקשורת,
17 "דבר פרסומת" הוא "מסר המופץ באופן מסחרי, שמטרתו לעודד רכישת מוצר או שירות או
18 לעודד הוצאת כספים בדרך אחרת". בהקשר זה בואר ברע"א 4806/17 פסגות בית השקעות
19 בע"מ נ' גלסברג (25.10.2017) על-ידי כבוד השופטת חיות (כתוארה אז), פסקה 5 לפסק הדין:
20 "התשובה לשאלה האם הודעה היא דבר פרסומת תלויה במטרה שאותה היא באה להגשים
21 ולא בהכרח באופן שבו נמען סביר היה מבין אותה".

דיון בעילה של הקבוצה הראשונה

22
23 9. למבקש 1 נשלחו הודעות בנוסח הבא (נספח 1 לבקש האישור):

לקוח יקר, טריידמוביל הטרייד
אין של יבואני הרכב, מזמינה
אותך להגיע לאחד מסניפיה
לקבלת הצעת מחיר עבור רכבך
1-809-571030
13:04

24



בית משפט השלום ברחובות

31 יולי 2022

ת"צ 15462-05-18 שדה ואח' נ' טרייד מוביל בע"מ

1 בניגוד לטענות המשיבה, מסקנתי היא כי הוכח שמשלוח המסרונים על-ידי המשיבה נעשה
2 באופן מסחרי. בסעיף 13 לתשובתה לבקשת האישור אישרה המשיבה כי במסגרת פעילותה היא
3 פונה לגורמים המפרסמים מודעות למכירת רכבם וכי מטעמי יעילות פניות אלה נעשות לעיתים
4 באמצעות מסרונים. הוכח כי ההודעות נשלחות באמצעות תוכנת מחשב ומדובר בטקסט קבוע
5 (ע' 16, ש. 28-35); כי נשלחות על-ידי המשיבה כמה אלפי הודעות כל חודש בדרך זו ובעקבותיהן
6 מבוצעות מאות עסקאות (ע' 20, ש. 24-28); וכי הצעת המחיר לרכישת הרכב ניתנת על-ידי
7 המשיבה רק למי שנענה להזמנה בהודעה והגיע לסניפי המשיבה עם רכבו (ע' 18, ש. 11-13).

8 אני סבורה כי הוכח ברמת ההוכחה הנדרשת לשלב זה כי מטרת ההודעה היא "לעודד רכישת
9 מוצר או שירות או לעודד הוצאת כספים בדרך אחרת". בחקירתו של סמנכ"ל השיווק במשיבה
10 הוא אישר כי: "... כל הקמפיינים שנועדו להביא לקוחות לרכוש מכוניות ובמקרה המדובר
11 הפניה היזומה בעצם ללקוח שפרסם את הרכב שלו במטרה לקנות ממנו את הרכב. לשאלת
12 בית משפט זה כלי אוטומטי שעושה את זה" (ע' 16, ש. 22-24; ההדגשה אינה במקור).

13 בת"צ (מחוזי ת"א) 10591-05-15 גלסברג נ' פסגות בית השקעות בע"מ (09.05.2017) נקבע כי
14 "קשה, עד כדי בלתי אפשרי, לשרטט קו גבול מדויק אשר לשאלה מה יהווה "דבר פרסומת"
15 ומה לא. לדעתי, אין כלל אצבע ברור וכל מקרה יבחן לפי נסיבותיו. בנסיבות דנא ומהראיות
16 שהוצגו בפני התרשמתי כי אחת ממטרות פסגות במשלוח ההודעה נשוא בקשת האישור היתה
17 לחשוף את הנמען לשירותים ולמוצרים שהיא מציעה כדי לגייס לשורת לקוחותיה לקוחות
18 חדשים, או לצרף לקוחות קיימים לשירותים נוספים".

19 עוד נקבע שם, כי: "מפרסמים אינם יכולים לצאת ידי חובה באמצעות "משיכה" של נמענים
20 לאזור המסחר שלהם באמצעים שנראים לכאורה תמימים כדוגמת הצעת הטבה לנמען, ובכלל
21 זה גם מתן מידע אינפורמטיבי שלדעת המפרסם חשוב לנמען. שלא כעמדת פסגות שנוכחה
22 לעיל, דעתי היא אפוא כי "חוק הספאם" נועד למנוע גם מסרים בהם קיים אינטרס מסחרי
23 עקיף". [בהמלצת בית המשפט העליון חזר בו המערער מהערעור שהוגש על ההחלטה והערעור
24 נדחה – ע"א 7909/19 גלסברג נ' פסגות בית השקעות בע"מ (04.03.2021)].

25 כפי שמציינים ויניצקי ופלינט: "... כוונת המחוקק להגדיר את המונח "דבר פרסומת" בהרחבה,
26 ולכן יש ליתן פרשנות מרחיבה להגדרה זו באופן שכל דבר פרסומת ... מיועד או יכול לקדם
27 את עסקיו או מטרותיו של המפרסם, צריך להיכלל באיסור הקבוע בו. בכל מקרה של ספק,
28 תיטתה הכף לטובת החלת האיסור הקבוע בחוק". [אביאל פלינט וחגי ויניצקי תובענות ייצוגיות
29 589 (2017)].



בית משפט השלום ברחובות

31 יולי 2022

ת"צ 15462-05-18 שדה ואח' נ' טרייד מוביל בע"מ

1 בענייננו מצאתי כי אחת ממטרות המשיבה במשלוח ההודעה נשוא בקשת האישור היתה לחשוף
2 את הנמען לשירותים ולמוצרים שהיא מציעה כדי לגייס לשורת לקוחותיה לקוחות חדשים
3 ונוספים, כמו גם לקדם את עסקיה ומטרותיה של המשיבה, וכדי למשוך אותם לסניפיה שהם
4 אזור המסחר שלה. **האינטרס המסחרי של המשיבה במשלוח ההודעות אף מעבר לניסיון**
5 **לרכישת רכבי הנמענים הוא לטעמי ברור.** ראו בנוסף: דן חי תורת המסר בין דיורר ישיר
6 ל'ספאם' 164-175 (2012); רע"א 4704/20 בן-עמי נ' FACEBOOK IRELAND LTD
7 (09.02.2021); ברע"א 1326/18 סמארט קלאב אחזקות בע"מ נ' כהן (31.12.2020).

8 10. מצאתי גם לדחות את טענת המשיבה לפיה פרסום מודעה באתר יד 2 מהווה מעין
9 "הזמנה" או מלמד על "הסכמה" לקבלת הודעות כפי שנשלחו על-ידי המשיבה. בהקשר זה יפים
10 לענייננו הדברים שנקבעו בת"ק (ת"א) 55775-02-16 בן שבת נ' רוזנברגר (22.08.2016), שם
11 נדונה שאלה דומה והיא האם מתווך מקרקעין השולח הודעה כתובה המציעה את שירותיו למי
12 שפרסם את דירתו למכירה באתר יד 2, וזאת ללא קבלת הסכמת הנמען מראש, ייחשב כמפר
13 של הוראות סעיף 30 לחוק התקשורת. בהקשר זה נפסק כי: "...כוונת המחוקק הייתה להגן
14 גם על זכותו של מי שמפרסם מודעה באתר יד 2 שלא להיות מוטרד על ידי מערכות מסרים
15 ממוחשבות של מתווכי מקרקעין המצרפים את כתובת הדואר האלקטרוני שפורסמה באתר
16 למאגר לקוחות פוטנציאליים [...] זאת ועוד, בייעודן של ההודעות ששלח הנתבע גלום גם
17 פרסום מומחיותו ומקצועיותו כסוכן נדל"ן, ומכאן שלא נשללת כלל מגמתן לפעול בטווח
18 הקצר או הארוך גם להוצאת כספים מהנתבע עצמו..." (שם, סעיפים 16-17 לפסק הדין).

19 אין בידי לקבל את ניסיונה של המשיבה לאבחן את נסיבותיו של פסק הדין בעניין בן שבת הנ"ל
20 מנסיבות ענייננו (סעיף 8 לסיכומי המשיבה). העובדה שדובר שם בשירותי תיווך ולא בשירותי
21 מכירה וקנייה של רכבים או כי מדובר שם בגורם (המתווך) שלא ביקש לרכוש נכס לעצמו – אין
22 בהן כדי להעלות או להוריד לצורך ההיקש לענייננו ולצורך הקביעה העקרונית כאמור כי פרסום
23 מודעה באתר אינטרנט אינו שקול בכל מקרה ל"הסכמה" לקבלת הודעות שיש לראותן כהודעות
24 פרסומת בהתאם לסעיף 30 לחוק התקשורת.

25 נוכח האמור הגעתי למסקנה כי המבקש 1 עמד בנטל להוכיח שיש סיכוי סביר שיקבע כי
26 מסרוני המשיבה נשוא בקשת האישור מהווים חלק מהתופעה המטרידה והמזיקה המכונה
27 "SPAM" שאותה יש למגר. נוכח מסקנתי זו מתייתר הצורך להכריע בשאלה האם ההודעות
28 אכן נשלחו למבקש 1 בעקבות פרסום המודעה על-ידו באתר יד 2, או לא.



בית משפט השלום ברחובות

31 יולי 2022

ת"צ 15462-05-18 שדה ואח' נ' טרייד מוביל בע"מ

1 אציין כי אני סבורה שלטענת המשיבה בדבר "הסכמה" של מי שפרסם מודעה למכירת רכבו
2 באתר יד 2 כן עשויה להיות השפעה ביחס להגדרת הקבוצה הראשונה והיקפה. אתייחס לסוגיה
3 זו בהמשך.

4 11. למעלה מן הדרוש יצוין כי ממילא אינני סבורה שפרסום "מותאם אישית" למספר גדול
5 של נמענים, גם על בסיס של העדפות אישיות של הנמען כפי שיתכן וייחשפו על-ידו ברשת
6 האינטרנט, מחריג את הפרסום "המותאם" מטעמו של המפרסם המסחרי מגדר "פרסום" לפי
7 חוק התקשורת [לשאלות הכרוכות בפרסום מותאם אישית ופרסום ממוקד ראו לדוגמה:
8 מיכאל בירנהק "פרטיות מותאמת אישית - תגובה על מאמרם של ליאור סטרכילביץ' ואריאל
9 פורת" עיוני משפט מב 381 (2020); ליאור סטרכילביץ' ואריאל פורת "פרסונליזציה של כללי
10 בררת-מחדל וחובות גילוי באמצעות נתוני-ענק (Big Data)" עיוני משפט מב 343 (2020); עומר
11 טנא "הסתכל בקנקן וראה מה יש בו: נתוני תקשורת ומידע אישי במאה העשרים ואחת" משפט,
12 חברה ותרבות 287 (תשע"א); מיקי זר "אנשים שקראו מאמר זה התעניינו גם ב...": על הקשר
13 בין פרטיות לפרופיילינג" משפט, חברה ותרבות ב 69 (2019)]. הצדדים לא התייחסו מפורשות
14 לאספקט זה ולכן אסתפק באמור לעיל.

דיון בעילה של הקבוצה השניה

15
16 12. בכל הנוגע לקבוצה השניה, קבוצה זו הוגדרה על-ידי המבקשים בבקשת האישור
17 ככוללת את "כלל האנשים שהסכימו לקבל מהמשיבה הודעת פרסומת והמשיבה לא אפשרה
18 להם להסיר עצמם מרשימת התפוצה באמצעות הודעת טקסט". אולם, בתצהירו הקצרצר של
19 המבקש 2 כלל לא נטען כי ניסה לשלוח למשיבה הודעת טקסט להסרה; לא נטען כי המשיבה
20 אינה מאפשרת לבצע הסרה באמצעות הודעת טקסט; ולא נטען כי פניות להסרה מרשימת
21 התפוצה באמצעות הודעת טקסט לא התקבלו או לא יושמו בפועל על-ידי המשיבה.

22 במסגרת תשובת המשיבה לבקשת האישור עמדה המשיבה על כך שתצהיר המבקש 2 והטענות
23 בבקשת האישור אינם מתאימים להגדרת הקבוצה וכי אין כל טענה לפיה המשיבה לא איפשרה
24 למבקש 2 או לכל אדם אחר לבטל את הסכמתו לקבל דברי פרסומת. עוד טענה המשיבה כי
25 משלא נעשה ולו ניסיון על-ידי המבקש 2 לשלוח הודעת טקסט לצורך הסרת פרטיו מרשימת
26 התפוצה – לא חל שינוי בהסכמה שניתנה על-ידו לקבלת מסרוני פרסומת ועל כן לא נגרם לו נזק
27 ואין לו עילת תביעה (סעיפים 52-58 לתשובה לבקשת האישור).



בית משפט השלום ברחובות

31 יולי 2022

ת"צ 15462-05-18 שדה ואח' נ' טרייד מוביל בע"מ

13. יצוין כי המחלוקת בעניין זה התעוררה גם במסגרת בקשה שהגישה המשיבה להורות על מחיקת סעיפים מהתגובה שהגישו מבקשי בקשת האישור (בקשה 8; להלן: **בקשת המחיקה**).

אולם, בתשובתם לבקשת המחיקה המבקשים הבהירו כי הם אינם מבקשים להרחיב את חזית המחלוקת וטענתם הייתה ונותרה כי היה על המשיבה לאפשר ביצוע הסרה באמצעות הודעת טקסט (ס' 19 לתשובת המבקשים לבקשת המחיקה). בהתאם נקבע על-ידי כי: "... אין שינוי בהגדרת הקבוצה הכוללת רק את מי שהמשיבה לא איפשרה לו להסיר עצמו מרשימת התפוצה באמצעות הודעת טקסט (SMS) " (סעיף 10 להחלטה מיום 02.06.21).

אף לאחר שהוגשה תשובת המשיבה לבקשת האישור וניתנה ההחלטה בבקשת המחיקה המבקשים לא עתרו לתיקון בקשת האישור ולא הציגו כל תימוכין לתמיכה בקיומה של עילת תביעה לפיה המשיבה אינה מאפשרת לבצע הסרה מרשימת התפוצה באמצעות הודעת טקסט.

יצוין כי בתצהיר מטעם המשיבה טען סמנכ"ל השיווק במשיבה כי: "...אבהיר שבכל הזמנים הרלוונטיים לבקשת האישור המשיבה אפשרה לכל מי אשר אישר לקבל דברי פרסומת ממנה לבטל את הסכמתו זו ושמך מיד הוסר מרשימת התפוצה". (סעיף 25 לתצהיר סמנכ"ל השיווק במשיבה). טענה זו לא נסתרה על-ידי המבקשים.

בהקשר זה מתאימים הדברים שנקבעו בת"צ (שלום פ"ת) 58322-12-15 גרי נ' אומטיים הפצה בע"מ (01.11.2016): "...אין מחלוקת, כי לא נשלחה על ידי המבקשת בדרך כלשהי שום בקשה להסירה מרשימת הנמענים או הודעה בדבר סירובה לקבל המסרונים, כאמור לעיל.

בנסיבות העניין, משאשרה המבקשת קבלת הודעות בעלות תוכן פרסומי מהמשיבה, ונמנעה מלבקש הסרתה מרשימת הנמענים, וכאשר מדובר בהודעות בנוגע למוצרים עליהם חלות הוראות סעיף 30א(ג)(1) לחוק התקשורת, רשאית היתה המשיבה לשלוח הודעות אלו, ולא קמה בגין משלוח הודעות אלו עילת תביעה למבקשת נגד המשיבה. ממילא אין היא נכללת בקבוצה הנטענת של נפגעי משלוח המסרונים. משניתנה הסכמה למשלוח ההודעות לא יכולה המבקשת לטעון לפגיעה בפרטיותה ולעשיית עושר ולא במשפט ע"י המשיבה. ממילא לא קמה לה עילת תביעה נגד המשיבה בגין משלוח ההודעות. על כן אין היא יכולה להגיש תובענה ייצוגית בשמה של קבוצה זו, ודין הבקשה להידחות". ראו בנוסף: ת"צ (מחוזי מרכז) 3523-03-17 אקשטיין נ' פרופורציה פי. אס. סי. בע"מ, פסקאות 70-73 (29.01.2021).

לאור המפורט לעיל, אני קובעת כי אין אפשרות סבירה כי טענת המבקש 2 שהמשיבה אינה מאפשרת מתן הודעת סירוב באמצעות הודעת טקסט, תוכרע לטובת הקבוצה.



בית משפט השלום ברחובות

31 יולי 2022

ת"צ 15462-05-18 שדה ואח' נ' טרייד מוביל בע"מ

התנאים לאישור התובענה כייצוגית

- 1
- 2 14. סעיף 3(ב) לחוק תובענות ייצוגיות קובע כי "הגשת תובענה ייצוגית טעונה אישור בית
- 3 המשפט" וסעיף 8(א) קובע את התנאים אשר בהתקיימם רשאי בית המשפט לאשר את התובענה
- 4 כתובענה ייצוגית. וכך נקבע בסעיף 8(א) לחוק תובענות ייצוגיות:
- 5 "בית המשפט רשאי לאשר תובענה ייצוגית, אם מצא שהתקיימו כל
- 6 אלה:
- 7 (1) התובענה מעוררת שאלות מהותיות של עובדה או משפט
- 8 המשותפות לכלל חברי הקבוצה, ויש אפשרות סבירה שהן יוכרעו
- 9 בתובענה לטובת הקבוצה;
- 10 (2) תובענה ייצוגית היא הדרך היעילה וההוגנת להכרעה במחלוקת
- 11 בנסיבות הענין;
- 12 (3) קיים יסוד סביר להניח כי ענינם של כלל חברי הקבוצה ייוצג
- 13 וינוהל בדרך הולמת; הנתבע לא רשאי לערער או לבקש לערער
- 14 על החלטה בענין זה;
- 15 (4) קיים יסוד סביר להניח כי ענינם של כלל חברי הקבוצה ייוצג
- 16 וינוהל בתום לב".
- 17 מצאתי כי בענייננו עמדו המבקשים בנטל להוכיח את התקיימות התנאים האמורים בנוגע
- 18 לקבוצה הראשונה בלבד. אפרט.
- 19 15. **התנאי הראשון** הקבוע בסעיף 8(א)(1) לחוק תובענות ייצוגיות מחייב שתהיינה "שאלות
- 20 משותפות" לחברי הקבוצה. הוכח כי מדובר בהתנהלות שיטתית של המשיבה הפועלת לשלוח
- 21 בצורה דומה אלפי הודעות לאלפי נמענים בנוסח אחיד וממוחשב.
- 22 16. **התנאי השני** הקבוע בסעיף 8(א)(1) לחוק תובענות ייצוגיות מחייב להוכיח כי קיימת
- 23 "אפשרות סבירה" שהשאלות המשותפות תוכרענה לטובת חברי הקבוצה. תכליתו העיקרית של
- 24 סעיף זה היא למנוע מצבים שבהם מוגשות בקשות לאישור תובענות ייצוגיות אף שסיכוייהן
- 25 נמוכים, מתוך רצון למנוע את הסיכון הבלתי מוצדק שנגרם לנתבעים בשל כך [ראו: רע"א
- 26 2128/09 הפניקס חברה לביטוח בע"מ נ' עמוסי, פסקה 12 (5.7.2012); אלון קלמנט "קווים
- 27 מנחים לפרשנות חוק התובענות הייצוגיות, התשס"ו-2006" הפרקליט מט 131, 142 (2007)].



בית משפט השלום ברחובות

31 יולי 2022

ת"צ 15462-05-18 שדה ואח' נ' טרייד מוביל בע"מ

1 כפי שפורט לעיל, בנוגע לקבוצה הראשונה הגעתי למסקנה כי השאלות המתעוררות בתובענה
2 מגלות לכל הפחות "אפשרות סבירה" כי הן תוכרענה בסיכומו של דבר לטובת חברי הקבוצה
3 הראשונה.

4 יחד עם זאת, בנוגע לקבוצה השנייה מצאתי כי אין אפשרות סבירה כי העילה הנטענת של
5 הקבוצה השנייה תוכרע לטובת הקבוצה.

6 המבקשים העלו בפסקה אחת בבקשת האישור (פסקה 39), כבדרך אגב, טענה בעילה לפי חוק
7 עשיית עושר ולא במשפט, תשל"ט-1979. אולם, לא נעשה כל ניסיון לבסס עילה זו ועל כן אין
8 אפשרות כי עילה זו תוכרע לטובת הקבוצה.

9 17. בהתאם להוראת סעיף 8(א)(2) לחוק תובענות ייצוגיות, יש לברר האם בנסיבות המקרה
10 "הדרך היעילה וההוגנת להכרעה במחלוקת" היא באמצעות בירור התובענה כייצוגית. במקרה
11 דנן היתרונות שבניהול התובענה כייצוגית עולים בצורה מובהקת על החסרונות שבכך, וכך גם
12 נקבע בשורה ארוכה של הליכיים ייצוגיים בעילה לפי סעיף 30א לחוק התקשורת.

13 18. יש יסוד סביר להניח כי עניינם של כלל חברי הקבוצה ייוצג וינוהל בדרך הולמת ובתום
14 לב [סעיפים 8(א)(3) ו-8(א)(4) לחוק תובענות ייצוגיות]. לא מצאתי שנפל פגם בהתנהלות
15 המבקשים אשר יש בו כדי להוביל לחשש בדבר אופן ייצוג חברי הקבוצה.

עילה אישית

16 19. בהתאם לסעיף 4(א)(1) לחוק תובענות ייצוגיות נדרשים המבקשים להוכיח קיומה של
17 עילת תביעה אישית [על החובה לקיים הדיון בקיומה של העילה האישית במסגרת הדיון בבקשת
18 האישור ראו גם: ברמ 3508/17 עיריית טירת כרמל נ' בן שושן (6.8.2017)]. בענייננו מצאתי
19 כאמור כי הוכחו יסודות העילה בכל הנוגע למבקש 1 וכי ההודעות שנשלחו אליו נשלחו תוך
20 הפרה של הוראות חוק התקשורת. בהתייחס להוכחת רכיב הנזק כחלק מעילת התביעה האישית
21 קובע סעיף 4(ב)(1) לחוק תובענות ייצוגיות כי כאשר אחד מיסודות העילה הוא נזק די בכך
22 שהמבקש יראה כי לכאורה נגרם לו נזק. המבקש 1 אמנם לא ציין בתצהירו כי נגרם לו נזק (על-
23 אף כי היה ראוי שידרש לעניין זה) אולם כן טען בחקירתו הנגדית כי ההודעות היו "מטרידות"
24 (ע' 10, ש. 1). ברע"א 1621/16 MEGA ADVANCED MATHEMATICAL SYSTEM LTD נ' עו"ד זילברג (14.6.2016) נקבע בהקשר זה כי: "די בכך שהוכח על ידי המשיבים ברמה הנדרשת
25 בשלב זה כי אכן שוגרו אליהם דברי פרסומת בניגוד לחוק כדי לבסס אפשרות סבירה שייקבע
26 כי נגרם להם וליתר חברי הקבוצה נזק שיש לפצות עליו" (פסקה 10).
27
28



בית משפט השלום ברחובות

31 יולי 2022

ת"צ 15462-05-18 שדה ואח' נ' טרייד מוביל בע"מ

1 מאידך, כאמור לעיל, המבקש 2 לא הניח תשתית ראייתית לביסוס הטענה כי קיימת לו עילת
2 תביעה אישית וכי בוצעה כלפיו הפרה של הוראות סעיף 30א לחוק התקשורת.

3 הגדרת הקבוצה הראשונה

4 20. כפי שציינתי לעיל, אני סבורה שלטענת המשיבה בדבר "הסכמה" של מי שפרסם מודעה
5 למכירת רכבו באתר יד 2 עשויה להיות השפעה ביחס להגדרת הקבוצה הראשונה. על-פי האופן
6 שבו הוגדרה הקבוצה הראשונה בבקשת האישור היא כוללת את כל מי שקיבל הודעת טקסט
7 כאמור מהמשיבה. אולם, על-פניו ייתכן בהחלט שיש נמענים שקיבלו את ההודעה והיו
8 מעוניינים בכך, ואף יכול והגיעו בעקבות קבלת ההודעה למגרשי המשיבה, וממילא לא נגרם
9 להם נזק. בהקשר זה ניתן להקיש מהחלטתו של כבוד השופט ד"ר בנימיני, שם נקבע כי:
10 "...סביר להניח, אם כן, כי חלק לא מבוטל מן הנמענים - גם אם לא אישרו קבלת דברי פרסומת
11 - לא הוטרדו מקבלת ההודעה המציעה אף הטבה, ולא נגרם להם בעטייה כל נזק, שכן הם
12 ביקשו לשמור על קשר עסקי ברמה כלשהי עם המשיבה 1. יתר על כן, בין הנמענים של
13 ההודעה היו כאלו שהחליטו לממש את ההטבה הגלומה בה... אלו וודאי אינם יכולים
14 להימנות על קבוצת התובעים... ישנם, כך סביר להניח, גם נמענים שכלל לא נתקלו בהודעה
15 משום שכתובת הדואר האלקטרוני שלהם הוחלפה או בוטלה, או משום שההודעה תוייגה
16 כ"דואר זבל" הנחסם על ידי תוכנות סינון הנפוצות בשוק" [ת"א (מחוזי ת"א) 1437-09 פלד נ'
17 אול יו ניד בע"מ, פסקה 26 (11.06.2012); ראו בנוסף: אביאל פלינט וחגי ויניצקי תובענות
18 ייצוגיות 594 (2017)].

19 על-מנת שלא יכללו במסגרת הגדרת הקבוצה נמענים כמפורט לעיל, ובהתאם לסמכות הקבועה
20 בסעיפים 10(א) ו-13 לחוק תובענות ייצוגיות, מצאתי להורות כי **הגדרת הקבוצה הראשונה לא**
21 **תכלול נמענים שלא הוטרדו מקבלת ההודעה ושלא נגרם להם נזק**. יהא על המבקש 1 להידרש
22 להוכחת היקף הקבוצה במסגרת הדיון בתביעה. בהחלט ניתן לחשוב על כך שמי שהגיע למגרשי
23 המשיבה בעקבות קבלת ההודעה ואף ביצע עסקה עם המשיבה בהמשך לא יכלל בקבוצה. אולם,
24 כאמור, אין צורך להידרש לכך בשלב זה.

25 סוף דבר

26 21. לאור כל המפורט לעיל אני מאשרת את ניהול התובענה כייצוגית, כמפורט להלן:

27 א. חברי הקבוצה בשמם תנוהל התובענה הייצוגית: "האנשים שקיבלו מהמשיבה הודעת
28 פרסומת באמצעות הודעת טקסט (SMS), על אף שאלה מעולם לא הסכימו ו/או ביקשו
29 לקבל מהמשיבה הודעות פרסומת וכן לא ניתנה בהודעות אלה אפשרות לבצע הסרה





בית משפט השלום ברחובות

31 יולי 2022

ת"צ 15462-05-18 שדה ואח' נ' טרייד מוביל בע"מ

- 1 מרשימת התפוצה באמצעות הודעה חוזרת, ולמעט נמענים שלא הוטרדו מקבלת
2 ההודעה ושלא נגרם להם נזק".
- 3 **ב. התובע המייצג:** אביב שדה.
- 4 **ג. עורך הדין המייצג:** עו"ד יצחק קסטרו.
- 5 **ד. עילות התביעה בגינה מאושרת התובענה כייצוגית:** הפרה של סעיף 30א לחוק
6 התקשורת.
- 7 **ה. הסעדים בגינם מאושרת התובענה כייצוגית:** פיצויים בגין נזק בלתי ממוני.
- 8 22. עורך הדין המייצג יפרסם הודעה בדבר אישור התובענה כייצוגית, כאמור בסעיף 24
9 לחוק תובענות ייצוגיות. נוסח ההודעה יכלול את הפרטים הנדרשים על פי סעיף 14(א) לחוק
10 תובענות ייצוגיות, וכן הבהרה בדבר זכותו של כל חבר בקבוצה לצאת מהקבוצה לפי סעיף 11
11 לחוק תובענות ייצוגיות. ההודעה תפורסם בשניים מארבעת העיתונים הגדולים בישראל. נוסח
12 ההודעה וגודלה יובאו לאישור בית המשפט בתוך 14 יום ממועד מתן החלטה זו. המשיבה תישא
13 בעלויות פרסום ההודעה.
- 14 23. בהתאם לסמכותי לפי סעיף 23 לחוק תובענות ייצוגיות, ובשים לב לאישור התביעה רק
15 ביחס לאחת משתי הקבוצות שהתבקש לאשר את התובענה כייצוגית בגינן, מצאתי לפסוק
16 לעורך הדין המייצג שכר טרחה בגין הדיון בבקשת האישור בסכום כולל של 11,700 ₪ (מחושב
17 לפי 10,000 ₪ בצירוף מע"מ).
- 18 24. נוכח התיקונים המתחייבים מהחלטה זו בהתייחס לקבוצת התובעים ועילת התביעה,
19 ובהתאם להוראות תקנה 6 לתקנות תובענות ייצוגיות, תש"ע-2010, התובע יגיש כתב תביעה
20 מתוקן בתוך 15 ימים והנתבעת תגיש כתב הגנה בתוך 45 ימים ממועד המצאתו.
- 21 **25. התובענה נקבעת לדיון קדם משפט ליום 27.12.22 בשעה 14:00.**
- 22 הצדדים ישלחו עותק מהחלטתי זו למנהל בתי המשפט לשם רישומה בפנקס התובענות
23 הייצוגיות.
- 24
- 25 ניתנה היום, ג' אב תשפ"ב, 31 יולי 2022, בהעדר הצדדים.
- 26





בית משפט השלום ברחובות

31 יולי 2022

ת"צ 15462-05-18 שדה ואח' נ' טרייד מוביל בע"מ

רנה הירש, שופטת, סגנית הנשיאה

1
2

