



## בית המשפט המחוזי בתל אביב - יפו

ת"צ 32882-08-23 כהן חללה נ' מלונות פתאל בע"מ

### מספר בקשה: 1

לפני כבוד השופטת הדס עובדיה

ראובן כהן חללה  
ע"י ב"כ עוה"ד ליאת שטיין

מבקש

נגד

מלונות פתאל בע"מ  
ע"י ב"כ עוה"ד עופר כהן-צדק

משיבה

### פסק דין

1. לפניי בקשה לאישור תובענה ייצוגית שהוגשה על פי חוק תובענות ייצוגיות, התשס"ו-2006 (להלן: "**בקשת האישור**" ו- "**החוק**"), שהתאמה, שעניינה הפרה נטענת של הוראת סעיף 30א לחוק התקשורת (בזק ושירותים), התשמ"ב-1982 (להלן: "**חוק התקשורת**").
2. עילות התביעה כפי שנטענו בבקשת האישור הן הפרת הוראות חוק התקשורת; הפרת חוק הגנת הפרטיות, תשמ"א-1981 (להלן: "**חוק הגנת הפרטיות**"); והפרת חובה חקוקה לפי סעיף 63 לפקודת הנזיקין [נוסח חדש].
3. בבקשת האישור מוגדרת הקבוצה בשמה מבוקש לנהל את התובענה כייצוגית כך:  
"כל מי שקיבל מהמשיבה הודעת ווטסאפ או מסרון או הודעת דואר אלקטרוני, המהווים דבר פרסומת כהגדרתו בחוק התקשורת (בזק ושירותים), ללא הסכמתם המפורשת מראש ובכתב ו/או כאלה שאינם עומדים בדרישות סעיף 30א לחוק התקשורת (בזק ושירותים), (תשמ"ו-1982, זאת בשבע השנים אשר קדמו למועד הגשת הבקשה לאישור התובענה כייצוגית ועד למועד הגשת התובענה הייצוגית, לאחר שתאושר."
4. הסעדים המבוקשים בבקשת האישור הם: צו המורה למשיבה לחדול מפגיעה בפרטיותם של המשתמשים בשירותיה; לחדול מלשלוח למנויים דברי פרסומת בניגוד לחוק; ופיצוי בסך 500 ₪ עקב משלוח כל הודעה מפרה.



## בית המשפט המחוזי בתל אביב - יפו

ת"צ 32882-08-23 כהן חללה נ' מלונוט פתאל בע"מ

### 1 עוללות ההליך

5. ביום 16.6.24 התקיים דיון בנוכחות הצדדים שבסופו פנו לניהל משא ומתן במטרה לסיים את המחלוקת בהסכמה. יצוין כי פרוטוקול הדיון היה משותף להליך זה ולת"צ 37025-09-23 קסלסי נ' מלונוט פתאל בע"מ (להלן "ת"צ קסלסי"), לאור זהות המשיבה בשני ההליכים, ובשל הדמיון בנושא ובשאלות המשפטיות המתעוררות בגדרם. בדיון קבעתי שלא מצאתי כי יש מקום למחוק מי מבקשות האישור או לדון בהן במאוחד. בת"צ קסלסי הוגשה בקשת הסתלקות מוסכמת שאושרה על ידי בפסק דין מיום 19.8.24.

8 בבקשת ההסתלקות בת"צ קסלסי התחייבה המשיבה, על אף טענתה כי היא שולחת דברי פרסומת בהתאם לדרישות חוק התקשורת, לחדד ולרענן את נהליה בקרב עובדיה על מנת להבטיח שדברי פרסומת יישלחו על ידה אך ורק ללקוחות שמסרו את הסכמתם לכך מראש כדין; כמו כן, לצד הלינק (הקישור) להסרה מרשימת התפוצה, המופיע בכל דבר פרסומת הנשלח במסרון, או במקומו של הלינק, המשיבה תאפשר לכל נמען להודיע על סירובו לקבלת דברי פרסומת בדרך שבה שוגר דבר הפרסומת. למשל: להשיב לאותו מסרון במילה "להסרה" או בספרה "1"; או משלוח מסרון לטלפון שמספרו יצוין בהודעה, כך שכל נמען שיקבל דבר פרסומת יוכל להסיר את עצמו מרשימת התפוצה בדרך הקבועה בחוק.

16. ביום 21.7.24 הודיעו הצדדים כי לא עלה בידם לסיים את המחלוקת שלפני עתה בדרך מוסכמת. הצדדים ביקשו כי ההחלטה בבקשת האישור תינתן בסיס החומר המצוי בתיק, תוך שהצדדים שומרים על מלוא טענותיהם, וסיכומים בכתב שיוגשו על ידם.

### 19 טענות המבקש

20. לטענת המבקש המשיבה שולחת הודעות פרסומת, בניגוד לסעיף 30(א) לחוק התקשורת (בזק ושידורים), תשמ"ב-1982. לאחר ביצוע הזמנות לאירוח במלונוט המשיבה ולאחר ביצוע רישום כניסה - check in במלונוט, המשיבה שולחת מסרונים הכוללים פרסומות לשירותיה. בכך פוגעת המשיבה בפרטיות הלקוחות, תוך שימוש לא ראוי במספר הטלפון שלהם, וכתובת הדואר האלקטרוני מבלי לקבל הסכמה מפורשת לכך.

8. בהודעות ששלחה המשיבה למבקש ולחברי הקבוצה מוצעים שירותים בתשלום והן נכללות בהגדרת "דבר פרסומת" באופן מובהק. כך למשל, ההודעה מחודש אוגוסט 2023 שעניינה "ההטבה הבלעדית" והמחיר המוזל שהמשיבה מציעה לרכישת כרטיסים לפארק המים "יו ספלאש"; ההודעה מיום 16.8.23 בה פרסמה המשיבה את מסעדת "פסטה לונה" שבבעלותה; דבר פרסומת מיום 22.5.24 בקשר ל"ספא ויטאליס" השייך למשיבה. בפסיקה נקבעה הגדרה



## בית המשפט המחוזי בתל אביב - יפו

ת"צ 32882-08-23 כהן חללה נ' מלוונות פתאל בע"מ

1 רחבה למונח דבר פרסומת הכוללת מסרים שנועדו לשכנע את הנמען להתקשר עם המפרסם  
2 באופן ישיר או עקיף. הגדרה זו חלה גם על הודעות הכוללות פרסומים "מעורבים" שחלקם  
3 כוללים מידע אינפורמטיבי חשוב, אך נלווים אליהם פרסומות, כפי שנעשה בחלק מהודעות  
4 המשיבה.

5 9. בנוסף טען המבקש כי המשיבה לא ציינה בהודעות שהן "דבר פרסומת", לא ציינה את דרכי  
6 יצירת הקשר עמה לצורך מתן הודעת סירוב, ואף לא יידעה על עצם קיומה של הזכות לסרב  
7 לקבל דברי פרסומת, בניגוד להוראות סעיף 30א לחוק התקשורת.

### 8 תשובת המשיבה

9 10. המשיבה טוענת כי היא משקיעה משאבים רבים במערכות דיוור ובאינטגרציה בין המערכות  
10 השונות על מנת לעמוד בהוראות חוק התקשורת ולהבטיח כי דברי פרסומת משוגרים אך ורק  
11 לנמענים שנתנו את הסכמתם לכך.

12 11. לטענת המשיבה, ההודעות שנשלחו אינן דבר פרסומת אלא הודעות שירות מובהקות שנשלחות  
13 אך ורק ללקוחות המשיבה שביצעו הזמנה לאחד ממלוונותיה ונועדו לתת לאורחים מידע  
14 רלוונטי בעניין בית המלון המסוים שבו הם עומדים להתארח. ההודעות שנשלחות הן בין היתר  
15 אישור על ביצוע הזמנה המכונה קישור "וולקאם"; הודעה בדבר אפשרות לבצע רישום כניסה  
16 - check in מוקדם בטרם ההגעה למלון; אישור על ביצוע check in מוקדם; הודעה עם הגעתו  
17 של האורח לבית המלון.

18 12. המשיבה טוענת כי עד לשנים 2021-2023 ניתן היה לצפות בכל המידע רק לאחר שהלקוח הוריד  
19 באופן יזום לטלפון הנייד שלו אפליקציה ייעודית. המבקש הודה בדיון כי הוריד את  
20 האפליקציה. כך ניתן להבין שהמידע היה שימושי ורלוונטי גם עבור המבקש, ולשם כך היה  
21 מוכן להוריד אפליקציה כדי לקבל את המידע.

22 13. לטענת המשיבה הרציונל של סעיף 30א לחוק התקשורת הוא למנוע הפצה המונית של הודעות  
23 פרסומת. אך בענייננו ההודעות הן אישיות וממוענות, לפי שם, רק למי שביצע הזמנה, בנוסף הן  
24 פרטניות וממוקדות וכוללות מידע רק בעניין השירותים והמתקנים בבית המלון בו הלקוח עומד  
25 להתארח וכי התוכן שלהן אינו אחיד ומשתנה ממקרה למקרה בהתאם לבית המלון בו הלקוח  
26 מתארח.

27 14. המשיבה טוענת בנוסף כי עיקר מטרת ההודעה שנשלחה למבקש לאחר ביצוע check in היא  
28 להנגיש את כל המידע הרלוונטי עבור האורחים באותו מלון, למשל שעות ארוחת הבוקר, מיקום  
29 חדר הכושר ועוד. ברור שמדובר בהודעות שירות. אמנם בקישור "וולקאם" שנשלח מופיע גם



## בית המשפט המחוזי בתל אביב - יפו

ת"צ 32882-08-23 כהן חללה נ' מלוונות פתאל בע"מ

- 1 מידע על שירותים בתשלום, אבל לא זו מטרת ההודעה. המטרה היא לתת מידע רלוונטי אודות  
2 השירותים והמתקנים לרווחת אורחי המלון, ללא הבחנה אם מדובר בשירותים בתשלום או  
3 שאינם בתשלום. ניתן גם מידע ביחס לשירותים הניתנים בסביבת בית המלון על ידי צדדים  
4 שלישיים ולא על ידי המשיבה. תכלית ההודעות צריכה להיבחן על רקע ההקשר שבה נשלחו,  
5 טיבה של עסקת המקור, סוג השירותים בהם מדובר והמטרה אותה באו להגשים.
- 6 15. ברור שחלק מהשירותים שמלון מציע הם בתשלום. האורחים מעוניינים לדעת את מלוא  
7 השירותים הניתנים במלון ומהו המחיר הנדרש עבורם, במשלוח ההודעה ביקשה המשיבה לתת  
8 מענה לצורכי אורחי המלונות. לטענת המשיבה גם הודעה על כך שכאורח המלון הוא זכאי  
9 למחיר מיוחד בכניסה לפארק מים באילת היא הודעה שמטרתה לספק מידע רלוונטי לאורחי  
10 המלון. כך גם הודעה על אפשרות לבצע check in מהיר במקום להמתין בקבלה היא הודעת  
11 שירות מובהקת, למרות שהיא מסתיימת במילים "נשמח לארח אותך שוב בקרוב".
- 12 16. לחילופין, גם אם ההודעות הן בגדר דבר פרסומי, מדובר בהודעת שהמשיבה הייתה רשאית  
13 לשלוח מכוח סעיף 30א(ג) לחוק התקשורת. המשיבה עומדת בארבעת התנאים הקבועים בסעיף  
14 זה:
- 15 הנמען מסר את פרטיו למפרסם במהלך רכישה של שירות. בתהליך ההזמנה המזמין סימן שהוא  
16 קרא ואישר את התקנון, המילה "תקנון" מסומנת באופן מיוחד ומהווה קישור, שלחיצה עליו  
17 מובילה לתקנון אתר האינטרנט של המשיבה. ללא אישור המזמין שהוא קרא ואישר את  
18 התקנון לא ניתן להשלים את ההזמנה;
- 19 המפרסם הודיע לנמען כי הפרטים שמסר ישמשו לצורך משלוח דבר פרסומי מטעמו. כך מופיע  
20 במפורש בתקנון. בתקנון גם מופיעים פרטים ליצירת קשר עם המשיבה באמצעותם הוא יכול  
21 לבקש את הסרתו מרשימת התפוצה. בהתאם לפסיקה ניתן לכלול בתקנון הודעה לפיה החברה  
22 תעשה שימוש בפרטי ההתקשרות לשם משלוח דברי פרסומי;
- 23 ללקוח ניתנה הזדמנות שלא נוצלה לסרב לקבל דברי פרסומי גם טרם משלוח דבר הפרסומי  
24 ולא רק לאחר משלוחו;
- 25 דבר הפרסומי מתייחס למוצר או לשירות מסוג דומה לזה שלגביו נמסרו פרטי הלקוח.  
26 ובענייננו ההודעות שנשלחות הן בקשר הדוק לאותה הזמנה ואותו מלון שבו הלקוח בחר  
27 להתארח ובו הוא מתארח.





## בית המשפט המחוזי בתל אביב - יפו

ת"צ 32882-08-23 כהן חללה נ' מלונות פתאל בע"מ

17. כמו כן, המשיבה טוענת כי לא הפרה את חוק הגנת הפרטיות כיון שמדובר בהודעות בעלות אופי שירותי ומידע שימושי. טענותיו של המבקש נטענו באופן כללי, ולא הוסבר כיצד מתקיימת עילה זו.
18. המשיבה טוענת כי לא נגרם כל נזק למבקש או לחברי הקבוצה. בנוסף, המבקש לא פנה בפנייה מוקדמת למשיבה לקבל את התייחסותה בטרם הגיש את בקשת האישור.
19. בעת הזמנת חופשה בפלטפורמה המרכזית של המשיבה לביצוע הזמנות מקוונות באתר פתאל, המשיבה מאפשרת לכל אדם המבצע הזמנה, לתת הסכמה מפורשת לקבלת דברי פרסומת באמצעות סימון אקטיבי "וי" V בתיבת הסימון המיועדת לכך. בנוסף, בעת הזמנת חופשה בהזמנה טלפונית, אדם שנתן את הסכמתו לקבלת דברי פרסומת במהלך שיחתו עם מרכז ההזדמנויות, יסומן במערכותיה של המשיבה כמאושר לקבלת דברי פרסומת והקלטת השיחה עמו נשמרת אצל המשיבה.
20. בסיכומיה טענה המשיבה כי הפסיקה כאקט של זהירות ועוד בטרם הוגשה בקשת האישור, לשלוח את הודעות שמפרסמות שירותים באופן נפרד ולא כחלק מהודעת הנוגעות לכלל שירותי המלון עם קישור, אלא אם ניתנה הוראה מפורשת לכך.
- תגובת המבקש**
21. המשיבה לא חולקת על עובדות הבקשה ומאשרת כי אכן נשלחו הודעות הכוללות הצעות לשירותים בתשלום. כל טענת המשיבה היא שמדובר בהודעות אינפורמטיביות, המספקות מידע רלוונטי לאורחי המלון ולא פרסומות. טענה זו שגויה מבחינה משפטית.
22. הטענה העובדתית כאילו אורחי המלון "מעוניינים" לקבל את המסרונים הללו אין לה על מה להתבסס. בשנת 2023 המשיבה הרוויחה משירותיה הכנסות בסך כולל של 539 מיליוני שקלים. מכך נלמד שהפרסום אינו נובע אך ורק ממניעים אלטרואיסטיים. בנוסף, מדובר בטענת הודאה והדחה.
23. בהודעות המפרות ששלחה המשיבה נעדר מנגנון הסרה כדין. המשיבה טוענת כי היא מקבלת הסכמה באמצעות התקנון שהלקוח מאשר, שם היא מפנה את הלקוח למוקד טלפוני או לדואר אלקטרוני לצורך מתן הודעת הסרה.
24. אין ממש בטענה כי ההודעות נשלחות באופן פרטני לאורח הספציפי במלון הספציפי בלבד באופן שהן לא נשלחו "באופן מסחרי". זאת מכיוון שבכל אחד ממלונות המשיבה מתארחים בכל שנה עשרות אלפי אורחים.



## בית המשפט המחוזי בתל אביב - יפו

ת"צ 32882-08-23 כהן חללה נ' מלונות פתאל בע"מ

25. בתביעות המוגשות לפי סעיף 30א לחוק התקשורת, עת מצהיר הנמען כי למיטב ידיעתו לא נתן  
הסכמה למשלוח דברי פרסומת, עוברת חובת הראיה אל כתפי המפרסם (רע"א 1231/17 רז נ'  
אימפרשן מדיה בע"מ, פסקה ח' (20.4.2017)). בענייננו, המשיבה לא הביאה כל אסמכתא לכך  
שהמבקש הביע הסכמה לקבל דברי פרסומת.

26. המשיבה ממשיכה במשלוח הודעות מפרות גם לאחר הגשת בקשת האישור. כך באחת ההודעות  
שקיבל המבקש ביום 22.5.24, קיבל הודעה הכוללת הזמנה לאירוח בספא במלון "הרודס  
ויטאליס", כאשר הוא הזמין חופשה במלון אחר של המשיבה. בכך נסתרת טענת המשיבה לפיה  
היא שולחת רק לאורחי המלון הספציפי.

27. בנוסף, לאחר הגשת בקשת האישור במהלך ביצוע הצ'ק למלון הרודס אילת התברר למבקש כי  
בטופס ה-check in המשיבה מבקשת לאשר קבלת דברי פרסומת מרשת פתאל (טופס ביצוע  
ה-check in צורף כנספח 5 לגובה לתשובה). לכן טען המבקש כי ידוע למשיבה כי היא שולחת  
דברי פרסומת ללא קבלת אישור מראש והיא בכל זאת מפרה את הדין בעניין.

28. בנוגע לטענת ההגנה לפי סעיף 30א(ג) לחוק התקשורת: המבקש לא נתן את הסכמתו לקבל דברי  
פרסומת מהמשיבה והנטל בעניין רובץ לפתחה של המשיבה. כמו כן דברי הפרסומת ששלחה  
המשיבה (שירותי ספא, שמרטפות, כביסה, מסעדות וכו') לא עוסקים בשירות דומה לשירות  
אותו רכש המבקש (שירותי אירוח). בנוסף, המשיבה לא עומדת בסעיף 30א(ד) לחוק התקשורת  
ולא מעמידה ללקוחותיה מנגנון הסרה.

29. כתוצאה ממשלוח דברי הפרסומת נגרם לנמענים נזק שהוכר בפסיקות בתי המשפט.

### דיון והכרעה

#### התנאים לאישור ניהול תובענה כייצוגית

30. בקשה לאישור תובענה ייצוגית היא הליך מקדמי, בגדרו יש להכריע בשאלה האם יש מקום  
לדון בתובענה במסגרת ההליך הייצוגי. לשם כך, על בית המשפט לבחון האם מתקיימים  
התנאים לאישור התובענה כייצוגית.

סעיף 8(א) קובע את התנאים המצטברים אשר בהתקיימם רשאי בית המשפט לאשר את  
התובענה כתובענה ייצוגית:

"בית המשפט רשאי לאשר תובענה ייצוגית, אם מצא שהתקיימו כל אלה:



## בית המשפט המחוזי בתל אביב - יפו

ת"צ 32882-08-23 כהן חללה נ' מלונות פתאל בע"מ

- 1 (1) התובענה מעוררת שאלות מהותיות של עובדה או משפט המשותפות
- 2 לכלל חברי הקבוצה, ויש אפשרות סבירה שהן יוכרעו בתובענה לטובת
- 3 הקבוצה;
- 4 (2) תובענה ייצוגית היא הדרך היעילה וההוגנת להכרעה במחלוקת
- 5 בנסיבות הענין;
- 6 (3) קיים יסוד סביר להניח כי ענינם של כלל חברי הקבוצה ייוצג וינוהל
- 7 בדרך הולמת; הנתבע לא רשאי לערער או לבקש לערער על החלטה בענין
- 8 זה;
- 9 (4) קיים יסוד סביר להניח כי ענינם של כלל חברי הקבוצה ייוצג וינוהל
- 10 בתום לב".

11 לצורך אישורה של תובענה כייצוגית על המבקש לעמוד במספר תנאים, ובכלל זה עליו להראות  
12 קיומה של אפשרות סבירה שהשאלות המהותיות המשותפות לקבוצה יוכרעו לטובתה. ראו בין  
13 היתר: רע"א 3530/21 אופטיקה הלפרין בע"מ נ' זיס, פס' 12 (3.3.2022); רע"א 6810/21 בנק  
14 לאומי לישראל בע"מ נ' ברנובייט בע"מ, פס' 11 (20.10.2022).

15 31. אקדים ואומר כי המסקנה אליה הגעתי היא כי לא עלה בידי המבקש להראות שיש אפשרות  
16 סבירה שהשאלות שמעוררת בקשת האישור יוכרעו בתובענה לטובת הקבוצה. להלן נימוקיי:

17 סעיף 30א לחוק התקשורת

18 32. סעיף 30א(ב) לחוק התקשורת, קובע:

19 "לא ישגר מפרסם דבר פרסומת באמצעות פקסימיליה, מערכת חיוג אוטומטי,  
20 הודעה אלקטרונית או הודעת מסר קצר, בלא קבלת הסכמה מפורשת מראש של  
21 הנמען, בכתב, לרבות בהודעה אלקטרונית או בשיחה מוקלטת..."

22 33. סעיף 30א, המכונה גם "חוק הספאם", חוקק במטרה למנוע את המטרד שבהפצת הודעות  
23 פרסומת בלתי רצויות באמצעות רשתות תקשורת. בדברי ההסבר להצעת החוק בוארה התכלית  
24 לחקיקת סעיף 30א לחוק התקשורת:

25 "תופעת ההפצה ההמונית של הודעות פרסומת בלתי רצויות באמצעות רשתות  
26 תקשורת (לרבות באמצעות דואר אלקטרוני, הודעות SMS ופקסימיליה), המכונה  
27 "spam" הפכה בשנים האחרונות למטרד ציבורי כלל-עולמי, והיקפה מצוי במגמת  
28 עליה חדה. תופעת ה-spam מעוררת בעיות במישורים שונים, ובהן - בעיות של  
29 אבטחת מידע, חדירה למחשבים בלא היתר והפצת וירוסים, פגיעה בפרטיותו של



## בית המשפט המחוזי בתל אביב - יפו

ת"צ 32882-08-23 כהן חללה נ' מלונות פתאל בע"מ

- 1 המשתמש ברשת והטרדתו, פגיעה בהתפתחותו של המסחר האלקטרוני ופגיעה
- 2 בעסקים בשל אבדן זמן והשקעת משאבים. תופעה זו מעמיסה עלויות מיותרות על
- 3 הציבור, ובכלל כך על מפעילי תקשורת (בעלי התשתיות, ספקי אינטרנט וכו'),
- 4 עסקים, משתמשי אינטרנט פרטיים ורשויות העוסקות באכיפה".
- 5 ראו: חוק התקשורת (בזק ושידורים) (תיקון מס' 33), התשס"ה-2005, ה"ח הממשלה
- 6 886, 182. להרחבה בעניין ההשפעות השליליות של תופעת משלוח ספאם, ראו: רע"א
- 7 1954/14 חזני נ' הנגבי, פס' 2 (4.8.2014).
- 8 34. מטרת החוק היא למנוע פגיעה בפרטיותו של המשתמש ברשת והטרדתו באמצעות משלוח
- 9 ספאם באחת מהדרכים שהוגדרו בסעיף 30 לחוק התקשורת. לשם כך, ההסדר הקבוע בסעיף
- 10 30 לחוק התקשורת קובע כי שליחת דואר זבל מהווה עוולה נזיקית, המקימה גם עילה להגשת
- 11 תובענה. ראו: לע"א 534/17 לפיד נ' סלקום ישראל בע"מ, פס' 11-14 (6.3.2019) (להלן: "עניין
- 12 לפיד"); ראו בנוסף: פרט 12 לתוספת השנייה לחוק תובענות ייצוגיות, התשס"ו-2006.
- 13 "דבר פרסומת" בהתאם לסעיף 30 לחוק התקשורת
- 14 35. "דבר פרסומת" מוגדר בסעיף 30א(א) לחוק התקשורת כך:
- 15 "1) מסר המופץ באופן מסחרי, שמטרתו לעודד רכישת מוצר או שירות או לעודד
- 16 הוצאת כספים בדרך אחרת;
- 17 2) מסר המופץ לציבור הרחב שמטרתו בקשת תרומה או תעמולה;
- 18 3) מסר שאינו דבר פרסומת כאמור בפסקה (1) או (2), המופץ לציבור הרחב, ונכללת
- 19 בו הצעה לנמנע להתקשר למספר טלפון מסוים לשם קבלת מסר כלשהו; הוראות
- 20 פסקה זו לא יחולו על מסר כאמור מאת המדינה ומוסדותיה, מסר כאמור שתכליתו
- 21 העברת מידע ששלח גוף הצלה כהגדרתו בפקודת המשטרה [נוסח חדש], התשל"א-
- 22 1971, לשם מילוי תפקידו, או מסר כאמור מאת גוף אחר שקבע השר, באישור ועדת
- 23 הכלכלה של הכנסת, ורשאי השר לקבוע כאמור סוגים שונים של מסרים לגופים
- 24 שונים שקבע."
- 25 לענייננו רלוונטי סעיף קטן 1 העוסק במסר המופץ באופן מסחרי, שמטרתו לעודד רכישת מוצר
- 26 או שירות או לעודד הוצאת כספים בדרך אחרת. הגדרה זו כוללת שני תנאים מצטברים: האחד,
- 27 שהמסר יופץ באופן מסחרי; והשני, שמטרתו תהיה לעודד רכישת מוצר, שירות או הוצאת
- 28 כספים.



## בית המשפט המחוזי בתל אביב - יפו

ת"צ 32882-08-23 כהן חללה נ' מלונות פתאל בע"מ

36. בפסיקת בית המשפט העליון נקבע כי השאלה האם מסר מהווה "דבר פרסומת" תיענה בהתאם למטרת ההודעה והיא חלה גם על מסרים שנועדו למשוך את הנמען להתקשר עם המפרסם באמצעות מסר עקיף ולא מפורש. כב' השופטת חיות בארה ברע"א 1621/16 MEGA (להלן: "עניין זילברג") כי ההגדרה של "דבר פרסומת" בחוק התקשורת מתייחסת גם להודעות הכוללות הטבות שמטרתן למשוך את הנמען להתקשר עם מי שאת עסקיו ההודעות נועדו לקדם, זאת ניתן ללמוד בין היתר מדיוני ועדת הכלכלה שדנה בסעיף 30א לחוק התקשורת טרם חקיקתו:

"הגדרה זו חלה גם על הודעות פרסומיות המציעות הטבות שונות במטרה למשוך את מי ששוגרו אליהם להתקשר עם מי שאת עסקיו הן נועדו לקדם. יפים לעניין זה דבריו של יו"ר ועדת הכלכלה דאז ח"כ גלעד ארדן במהלך דיוני הוועדה בסעיף 30א לחוק התקשורת:

יש גם טריקים פרסומיים, שכותבים לך: "זכית בחבילת נופש חינם", וכאשר אתה מתקשר מסתבר שזה עניין שיווקי. ... ככל שזה יהיה כרוך בדבר מה נוסף שיווקי או פרסומי, זה [הסעיף] יחול בוודאי. החוק נועד לסגור את כל הפרצות ולמנוע התחכמויות למי שלא מעוניין (ראו: פרוטוקול מס' 6 משיבת הוועדה המשותפת של ועדת הכלכלה וועדת המדע והטכנולוגיה, הכנסת ה- 17, בעמ' 9 (1.4.2008))."

כך נקבע אף ברע"א 4806/17 פסגות בית השקעות בע"מ נ' זיו גלסברג, פס' 5 (25.10.2017) (להלן: "עניין פסגות"):

"סעיף 30א לחוק התקשורת מגדיר את המונח "דבר פרסומת" כ"מסר המופץ באופן מסחרי, שמטרתו לעודד רכישת מוצר או שירות או לעודד הוצאת כספים בדרך אחרת". ... מלשונה של הגדרה זו עולה לכאורה כי בניגוד לטענתה של פסגות, התשובה לשאלה האם הודעה מסוימת מהווה "דבר פרסומת" תלויה במטרה שאותה היא באה להגשים ולא בהכרח באופן שבו נמען סביר היה מבין אותה. עוד עולה מלשונה של הגדרה זו כי היא מסבה עצמה גם על מסרים שנועדו למשוך את הנמען להתקשר עם המפרסם שלא באמצעות מסר מפורש וישיר אלא בדרכים עקיפות. מסקנה זו עולה בבירור גם מדברי ההסבר לסעיף 30א לחוק התקשורת, שם נאמר כי "מוצע להבהיר כי ההסדר המוצע יחול לגבי מסר ... שמטרתו לעודד הוצאת כספים בכל דרך" (הצעת חוק התקשורת (בזק ושידורים) (תיקון מס' 33), התשס"ה-2005, הצ"ח הממשלה 182, 889).



## בית המשפט המחוזי בתל אביב - יפו

ת"צ 32882-08-23 כהן חללה נ' מלונות פתאל בע"מ

37. החוק אינו מגדיר מה משמעות התנאי שלפיו על מסר להיות מופץ ב"אופן מסחרי" על מנת להיחשב "דבר פרסומתי". בדברי ההסבר להצעת חוק התקשורת (בזק ושידורים) (תיקון מס' 33), התשס"ה-2005, ה"ח הממשלה 886, 889 בואר כי **"מוצע לתקן את ההגדרה 'דבר פרסומתי' הקיימת בסעיף 30א בנוסחו היום, באופן המבהיר כי מדובר במסר המופץ באופן מסחרי, קרי בהיקף נרחב לקבוצה גדולה של נמענים."**

ברע"א 4704/20 בן עמי נ' FACEBOOK IRELAND KTD, פס' 10-11 (9.2.2021) (להלן: **"עניין בן עמי"**) נדונה השאלת הנוגעת לתנאי הקבוע בחוק כי "דבר פרסומתי" יופץ "באופן מסחרי". בנסיבות אותו עניין קבע כב' השופט סולברג שאין לקבל את טענת פייסבוק כי ההודעות ששלחה נשלחו כחלק ממבצע שנתפר למידותיו של התובע ולא כחלק מפעולה מסחרית-שיווקית רחבת היקף. נפסק כי אף שההודעות ששלחה פייסבוק פנו למבקש בשמו, הן נוסחו באופן כללי, אחיד ובלתי מסוים, וההטבות שהוצעו בהן נשלחו למספר רב של אנשים, ובתפוצה רחבה; ומשכך מדובר בדברי פרסומת כהגדרתם בסעיף 30א לחוק התקשורת:

**"'דבר פרסומתי' הוגדר בחוק התקשורת, בין היתר, כ-'מסר המופץ באופן מסחרי, שמטרתו לעודד רכישת מוצר או שירות או לעודד הוצאת כספים בדרך אחרת'..."**  
נוכח הגדרתם הרחבה של שני המושגים הללו – 'דבר פרסומתי' ו-'מפרסם' – קשה להלום טענות, שלפיהן ההודעות שנשלחו ליונתן אינן בגדר דבר פרסומתי, אלא 'הודעות שירותיות' שנועדו להועיל לו; וכי פייסבוק אינה עונה להגדרת מפרסם. בחינת ההודעה – אם פרסומת היא, אם לא – אינה תלויה בשאלה אם יש בה תועלת לנמען. נדרש לבחון את אופן הפצתה, וכן את המטרה שלשמה נשלחה... לשון החוק ברורה: ככל שההודעה נשלחה בתפוצה מסחרית, וככל שנועדה לגרום לנמענים השונים להוציא כספים – הרי לך 'דבר פרסומתי'. הטענה, שלפיה שלחה פייסבוק את ההודעות כחלק ממבצע 'מחויט', שנתפר למידותיו של יונתן, ולא כחלק מפעולה מסחרית-שיווקית רחבת היקף – איננה מתיישבת עם נוסח ההודעות בענייננו. אמנם, לכאורה הן פונות ליונתן באופן 'אישי', תוך ציון שמו, אולם עיון בהן מעלה כי הן נוסחו באופן כללי, אחיד ובלתי מסוים, כאשר ההטבות המוצעות בהן נשלחו למספר רב של אנשים, בתפוצה רחבה. כמו כן, מלשון ההודעות עולה בבירור כי הן נועדו לגרום לנמענים להגביר את השימוש בשירות העסקי של פייסבוק, שאינו ניתן חינם אין כסף. ברי אפוא, כי ב'דבר פרסומתי' עסקינן... ומשההודעות שנשלחו על-ידי פייסבוק, נועדו לקדם את עסקיה – הריהי בגדר 'מפרסם'."

38. בנסיבות ענייננו אין חולק על כי המשיבה שלחה למבקש מעל עשרה מסרונים. אתייחס למסרונים, תוכנם, הקשרם, ותכליתם להלן (נספחים 2-9 לבקשת האישור ונספחים 2-4 לתגובת המבקש לתשובת המשיבה).



## בית המשפט המחוזי בתל אביב - יפו

ת"צ 32882-08-23 כהן חללה נ' מלונות פתאל בע"מ

1 לטענת המבקש ההודעות שנשלחו על ידי המשיבה נכללות בהגדרת "דבר פרסומת" שבסעיף  
2 30א, שכן הן נועדו לעודד רכישה של שירותים בתשלום, ונכללו בהן פרסומים על הטבות  
3 שהמשיבה מציעה וקישורים לפרסומים של שירותיה בתשלום. מנגד טענה המשיבה כי מדובר  
4 בהודעות אינפורמטיביות ושירותיות שנשלחו כחלק מחוויית האירוח הניתנת לאורחים במלון  
5 ולפיכך הן אינן בגדר "דבר פרסומת".

6 39. עיון בהודעות שצורפו לבקשת האישור מעלה כי ביום 8.8.2023 שלחה המשיבה למבקש הודעה  
7 שכוללת הפניה לאפליקציית האורחים של המלון (העתק ההודעה צורף כנספח 2 לבקשת  
8 האישור), וזו לשונה:

9 "היי רובי,  
10 איזה כיף שסוף סוף התחילה החופשה שלך!  
11 יש לך שאלות? רוצה לדעת עד מתי מוגשת ארוחת הבוקר?  
12 איפה חדר הכושר ואיך מזמינים שירות חדרים?  
13 כל התשובות ועוד מידע חשוב, נמצא באפליקציית האורחים. ממש פה בלינק <<  
14 [קישור]  
15 שתהיה לך חופשה נעימה ומפנקת,  
16 מכולנו בצוות מלון לאונרדו פלאזה אילת".

17 לטענת המבקש לחיצה על הקישור בהודעה מעבירה את הלקוח לדף שבו מפורטים שירותי  
18 המלון עליהם המשיבה גובה תשלום (העתק העמוד הראשי של עמוד האינטרנט אליו מוביל  
19 הקישור צורף כנספח 16 לבקשת האישור). השירותים אותם מפרטת המשיבה בעמוד הקישור  
20 כוללים שירותי ספא (הזמנה להשתמש בשירותי הספא בתשלום צורפה כנספח 12 לבקשת  
21 האישור); שירותי מסעדות המלון בתשלום (פרסומים על מסעדות המלונות צורפו כנספח 15  
22 לבקשת האישור); טרקלין עסקים (הזמנה להשתמש בתשלום בטרקלין העסקים של המלון  
23 צורפה כנספח 13 לבקשת האישור), שירותים לתינוקות (הזמנה להשתמש בשירותי שמרטפות  
24 צורפה כנספח 15 לבקשת האישור); שירות חדרים ומזנון (צילום תפריט שירות החדשים צולם  
25 כנספח 11 לבקשת האישור); שירותי כנסים ואירועים (הזמנה לעריכת כנסים ואירועים במלון  
26 צורפה כנספח 14 לבקשת האישור); והטבות אחרות (הטבה לרכישת כרטיסים לפארק המים יו  
27 ספלאש צורף כנספח 10 לבקשת האישור).

28 40. בנוסף, שלחה המשיבה למבקש ביום 8.8.2023 הודעה שמציעה לו הטבת כניסה לפארק מים  
29 במחיר מוזל (העתק ההודעה צורף כנספח 3 לבקשת האישור):

30 "היי רובי,



## בית המשפט המחוזי בתל אביב - יפו

ת"צ 32882-08-23 כהן חללה נ' מלונות פתאל בע"מ

- 1 הטבה בלעדית במיוחד לאורחי מלונות פתאל
- 2 כניסה לפארק המים U SPLASH
- 3 במחיר מיוחד לחברי מועדון 75 ש"ח
- 4 מחיר לאורחי מלונות אילת 85 ש"ח
- 5 להזמנות ליחצו על הלינק [קישור]"
- 6 41. ביום 28.8.2021 בזמן שהתובע ביצע רישום כניסה - check in למלון המשיבה באילת וביום
- 7 20.9.2021, בזמן שביצע רישום כניסה - check in למלון המשיבה בטבריה, שלחה לו המשיבה
- 8 הודעות בנוסח זהה, מלבד מספר ההזמנה. ההודעה נשלחה פעמיים ברצף והפנתה את המבקש
- 9 לאפליקציית המלון, וצוין כי ניתן באמצעותה להזמין שירותי חדרים, להשתמש בצ'אט עם נציגי
- 10 המלון, לקבל מידע על מקומות בילוי ולבצע רישום יציאה מהמלון - check out (העתק
- 11 מההודעות צורפו כנספחים 4 ו-6 לבקשת האישור):
- 12 "היי כהן רובי
- 13 מגיע לך לחסוך זמן ומאמץ בחופשה שלך (: באפליקציה אפשר להזמין בקליק:
- 14 שירותי חדרים, צ'אט עם נציג מהמלון, המלצות על מקומות בילוי, צ'ק אוט מהיר ועוד.
- 15 מספר הזמנה שלך-...
- 16 להורדה << [קישור]"
- 17 42. ביום 29.8.21 בסמוך לביצוע רישום היציאה - check out ממלון המשיבה באילת וביום
- 18 21.9.2021 בסמוך לביצוע רישום היציאה - check out ממלון המשיבה בטבריה בו התארח
- 19 המבקש, שלחה המשיבה למבקש שני מסרונים בנוסח זהה, מלבד מספר ההזמנה. ההודעה
- 20 נשלחה פעמיים ברצף (העתק מהודעות צורף כנספח 5 ו-7 לבקשת האישור):
- 21 "בוקר טוב כהן רובי
- 22 למה להמתין בקבלה אם אפשר לבצע צ'ק אוט מהיר ממש עכשיו באפליקציה?
- 23 מספר ההזמנה שלך - ...
- 24 נשמח לארח אותך שוב בקרוב (:
- 25 להורדה << [קישור]"
- 26 המבקש טען כי ביום 7.12.2021 וביום 10.1.2022 נשלחו אליו הודעות נוספות. נוסח ההודעות
- 27 לא צורף.
- 28 43. ביום 25.9.2022 הזמין המבקש נופש במלון לאונרדו ים המלח. לאחר מכן שלחה לו המשיבה
- 29 הודעה שמזמינה אותו ללחוץ על קישור שבו ניתן לקבל מידע על המלון (העתק ההודעה מצורף
- 30 כנספח 8 לבקשת האישור):



## בית המשפט המחוזי בתל אביב - יפו

ת"צ 32882-08-23 כהן חללה נ' מלונות פתאל בע"מ

1 "היי רובי כהן

2 תודה שבחרת פתאל ☺

3 הזמנתך למלון Leonardo Plaza Dead Sea התקבלה בהצלחה

4 את כל המידע אודות המלון ניתן לראות בלחיצה על הלינק [קישור]

5 אנחנו זמינים בשבילך לכל שאלה פה בצ'אט

6 מצפים לקראתך

7 צוות מלון Leonardo Plaza Dead Sea מרשת מלונות פתאל"

8 לטענת המבקש נשלחו לו 3 הודעות נוספות שלא צורפו לבקשת האישור.

9 44. ביום 7.10.2022 לאחר שביצע רישום כניסה - check in למלון, שלחה המשיבה למבקש הודעה

10 ובה קישור לאפליקציית האורחים של המלון עם מידע על שירותי המלון (העתק מההודעות

11 צורף כנספח 8 לבקשת האישור). גם ביום 18.11.2022 לאחר ביצוע רישום הכניסה - check in

12 במלון יו ספלאש ריזורט אילת, המשיבה שלחה למבקש הודעה בנוסח זהה בשינוי שם המלון

13 (העתק ההודעה צורף כנספח 9 לבקשת האישור):

14 "היי רובי,

15 איזה כיף שסוף סוף התחילה החופשה שלך!

16 יש לך שאלות? רוצה לדעת עד מתי מוגשת ארוחת הבוקר?

17 איפה חדר הכושר ואיך מזמינים שירותי חדרים?

18 כל התשובות ועוד חשוב, נמצא באפליקציית האורחים. ממש פה בלינק [קישור]

19 שתהיה לך חופשה נעימה ומפנקת, מכולנו בצוות מלון Leonardo Plaza Dead Sea מרשת

20 מלונות פתאל"

21 45. גם ביום 11.8.2023 שלחה המשיבה למבקש הודעה לאחר שביצע הזמנה למלון יו מג'יק פלאס

22 בבעלות המשיבה, המפנה אותו לקישור ובו מידע על המלון שהזמין. זו לשון ההודעה (העתק

23 מההודעה צורף כנספח 17 לבקשת האישור):

24 "היי רובי כהן

25 תודה שבחרת פתאל ☺

26 הזמנתך למלון יו מג'יק פאלאס התקבלה בהצלחה

27 את כל המידע אודות המלון ניתן לראות בלחיצה על הלינק [קישור]

28 אנחנו זמינים בשבילך לכל שאלה פה בצ'אט

29 מצפים לקראתך

30 צוות מלון יו מג'יק פאלאס מרשת מלונות פתאל"



## בית המשפט המחוזי בתל אביב - יפו

ת"צ 32882-08-23 כהן חללה נ' מלונות פתאל בע"מ

1 השירותים שהציעה המשיבה בקישור צורפו כנספח 18 לבקשת האישור. עיון בהעתק מהעמוד  
2 אליו הפנתה המשיבה מעלה כי מוצעים בו שירותים שונים ובהם גם שירותים בתשלום, כגון:  
3 הטבה לרכישת כרטיסים לפארק מים, מסעדת המלון וספא וחדר כושר.

4 46. לטענת התובע המשיבה המשיכה לשלוח לו דברי פרסומת גם לאחר הגשת הבקשה לאישור.  
5 כך, ביום 16.8.2023 שלחה המשיבה למבקש הודעה שבה פרסמה את מסעדת "קאזה לונה"  
6 שבבעלותה. זו לשון ההודעה (העתק ההודעה צורף כנספח 2 לתגובה לתשובה):

7 "היי רובי,  
8 בואו לטעום מהקולינריה האיטלקית המשובחת במסעדת קאזה לונה שבמלון הרודס ותינהו  
9 ממגוון מנות הדגל המובילות: פסטות טריות, לחמים מיוחדים תוצרת בית, פיצות הנאפות  
10 בתנורי אבן, דגים מופלאים, קינוחים חלומיים ועוד. להזמנות מקום היכנסו < [קישור]  
11 חופשה נעימה ומפנקת, צוות קאזה לונה"

12 47. ביום 18.5.2024 שלחה המשיבה למבקש הודעה לאחר שביצע הזמנה במלון הרודס בוטיק.  
13 בהודעה אישרה המשיבה את ההזמנה וצירפה קישור למידע על המלון. תוכן העמוד אליו הפנתה  
14 ההודעה צורף וכולל מידע על מסעדות המלון, מידע על שירותי המלון כולל הברכה, הספא,  
15 וחדר הכושר (העתק ההודעה ותוכן העמוד בקישור צורף כנספח 3 לתגובה לתשובה):

16 "היי רובי כהן,

17 תודה שבחרת פתאל ☺  
18 הזמנתך למלון הרודס בוטיק אילת התקבלה בהצלחה  
19 את כל המידע אודות המלון ניתן לראות בלחיצה על הלינק [קישור] << אנחנו זמינים בשבילך  
20 לכל שאלה פה בצ'אט. מצפים לקראתך,  
21 צוות מלון הרודס בוטיק אילת מרשמת מלונות פתאל."

22 48. ביום 22.5.2024 שלחה המשיבה למבקש הודעה ובה פרסמה את שירותי "ספא ויטאליס"  
23 הממוקם במלון הרודס ויטאליס, הכוללת פירוט של ההנחות המוצעות לטיפולים בספא וקישור  
24 לתפריט הטיפולים בספא. להלן תוכן ההודעה (העתק ההודעה צורף כנספח 4 לתגובה לתשובה):

25 "אורחים יקרים שלום! אנו שמחים לארח אתכם בספא ויטאליס, מלון הרודס אילת, רשת  
26 מלונות פתאל.

27 ואנחנו נרגשים לשתף אתכם בתפריט הטיפולים של הספא שלנו. בנוסף נשמח להעניק לכם  
28 הנחה מיוחדת 15% על טיפולי הספא המפנק שלנו. (הנחה זו אינה כוללת חבילות)

29 חבילת מקדש זוגי 50 דק' במחיר 700 ש"ח  
30 חבילת מקדש זוגי 75 דק' במחיר 900 ש"ח



## בית המשפט המחוזי בתל אביב - יפו

ת"צ 32882-08-23 כהן חללה נ' מלונות פתאל בע"מ

- 1 חבילת פאלס ליחיד 80 דק' במחיר 440 ש"ח  
2 (טיפולים בחדר זוגי שלא מגיעים בחבילה מצריכים תוספת של 50 ₪)  
3 שימוש במתקני הספא ללא טיפולים 75 ₪ באמצע השבוע  
4 90 ש"ח בסופ"ש (אורחים של מלון ויטאליס כניסה חופשית)  
5 אשמח לייעץ ולענות על כל שאלותכם.  
6 בימים א-ש בשעות 09:00-17:30  
7 להזמנת טיפולים מראש, ללא תשלום מראש, יש להתקשר למספר הכתוב למטה...."
- 8 49. בנוסף, שלחה המשיבה למבקש הודעה לביצוע רישום כניסה - check in מוקדם למלון הרודס  
9 בוטיק אילת (טופס רישום הכניסה צורף כנספח 5 לתשובה לתגובה). כמו כן, שלחה המשיבה  
10 למבקש הודעה ביום 27.5.25 במהלך ביצוע רישום הכניסה check in, שבו ביקשה משוב על  
11 חווית האירוח במלון. זו לשון ההודעה (העתק ההודעה צורף כנספח 6 לתגובה לתשובה):
- 12 "היי רובי, נודה למשוב על חווית השירות ב Herods Boutique כדי ללמוד ולשפר. מודים לך  
13 ומזמינים אותך לחזור ולהתארח במגוון מלונות פתאל בארץ ובעולם. [קישור]"
- 14 50. לאחר שבחנתי את הוראות החוק, הפסיקה וטענות הצדדים; ולאחר שעיינתי בהודעות ששוגרו  
15 על ידי המשיבה ללקוחות שהגיעו לממש את הזמנתם לחופשה באחד ממלונות המשיבה; בשים  
16 לב לתוכן, תכליתן בהקשר בו נשלחו, נמעניהם, עיתוי משלוח ההודעות, וכלל נסיבות העניין;  
17 לא מצאתי כי משלוח הודעות אלה על ידי המשיבה למבקש ולאורחי המלון הן בבחינת הודעות  
18 המופצות באופן מסחרי, כדי לעודד רכישת מוצר או שירות נוספים, שנשלחו בניגוד להוראות  
19 החוק. אפרט:
- 20 51. המשיבה פנתה אך לחלק מלקוחותיה, אלה שבאו לנפוש באחד ממלונותיה, בזיקה לרישום  
21 הכניסה למלון המסוים בו בחרו להתארח, או למתן מידע על אפשרות לבצע רישום כניסה  
22 מוקדם למלון זה. לאחר שהאורח ביצע הזמנה באחד ממלונות המשיבה, נשלחה אליו הודעת  
23 אישור הזמנה הכוללת קישור לעמוד שבו מפורטים השירותים שמציע המלון. המשיבה לא  
24 שיגרה את המסרונים נושא המחלוקת לכלל הלקוחות הרשומים אצלה. המסרונים האחרונים  
25 בסדרה נשלחו בזיקה לרישום היציאה מהמלון והתבקש בהם משוב על "חווית השירות".  
26 המרכיב הדומיננטי בתוכן ההודעות הוא אינפורמטיבי ושירותי, משנכלל בהן מידע על שירותי  
27 המלון הניתנים ללא תוספת תשלום ואמצעי התקשורת עם "צוות המלון" לקבלתם. כך למשל:  
28 מהן שעות פתיחת חדר אוכל, איפה חדר הכושר, איך מזמינים שירות חדרים, צ'אט עם נציג  
29 מהמלון, המלצות על מקומות בילוי, רישום יציאה מהיר מהמלון, וכד'. חלק מהתוכן הנכלל  
30 במסרונים כולל גם מידע על שירותים בתשלום הניתנים על ידי המשיבה או בסביבתה, כגון  
31 ספא, מסעדה, הטבות ברכישת כרטיס כניסה לפארק מים, שירותי שמרטפות. מידע נוסף זה



## בית המשפט המחוזי בתל אביב - יפו

ת"צ 32882-08-23 כהן חללה נ' מלונות פתאל בע"מ

1 כשהוא מרובד על המידע הנוגע למתקני ושירותי המלון המהווים חלק מהשירות עליו שילם  
2 הלקוח בהזמנת חדר במלון, שכולם ניתנים בעת האירוח במלון, בזיקה למועד ולמקום האירוח,  
3 נועדו ליצור "חוויית שירות" בעולם ה"חופשה הנעימה והמפנקת" הכוללת "אירוח", "טיפול",  
4 ושפע של אפשרויות "מפנקות" בלשון המשיבה, שגם אם האורח לא יצרוך אף לא אחד  
5 מהשירותים בתשלום, הם שם, והם מבשרים לו שהגיע למציאות הקסומה של החופשה. זאת  
6 בדומה לחוויית ההסעדה בחדר האוכל: שפע של מאכלים, צבעוניים, מגוונים, במאסה עצומה,  
7 מהים, מהיבשה, ומהאוויר, מהחי, מהצומח, מהלא זה ולא זה, הקולעים לכל חך במצטבר. גם  
8 אם תפריז באכילתם, לא תצליח לטרוף את כולם. אבל הם שם, ומעניקים תחושת שפע, ובלשון  
9 המשיבה "פינוק", ו"חוויית אירוח" בעצם היותם. ראו והשוו: שירה של נעמי שמר: "הכל הכל  
10 אני יכול בחופש הגדול". מצאתי כי בנסיבות העניין בתמיהל בין סוגי המידע השונים שנמסרו  
11 במסרונים, ובשים לב לנסיבות שתוארו לעיל, מדובר במסרים ובמסרונים שהם בעיקרם  
12 שירותיים.

13 52. אני ערה לכך כי בפסיקת בית המשפט העליון פורש המונח "דבר פרסומת" פרשנות מרחיבה.  
14 עם זאת בכך לא נשללה אפריורית כל תקשורת בין ספק השירות ללקוח, אודות השירות  
15 המסופק לו, שכיום עיקרה נעשה באמצעים דיגיטליים בשונה מבעבר, עת המסרים הועברו אך  
16 באמצעות הנחת חוברת מודפסת על שידה בחדר המלון. יישום ההלכה מבוצע בשים לב לנסיבות  
17 כל עניין. נכון גם שגבולותיה לא תמיד חותכים וחד משמעיים. אסרוק להלן מספר הליכים בהם  
18 יושמה ההלכה בנסיבות העניין שהתברר, שבהם נמצא כי ההתנהלות מצויה במרחב המותר  
19 לתקשורת עם הלקוחות, גם מבלי לקבל הסכמה למשלוח דבר פרסומת.

20 אפנה בהקשר זה לפסק דינה של כב' השופטת בזק רפפורט בת"צ (מחוזי י-ם) 44416-09-21  
21 עזרא נ' אלקטרה מוצרי צריכה (1951) בע"מ, פס' 18 (15.2.2023) (להלן: "עניין אלקטרה")  
22 בנסיבות אותו עניין (דיון בערעור בע"א 3156-23 קבוע ליום 08.1.2026):

23 "אף שההלכה נוטה לפרשנות מרחיבה למושג 'דבר פרסומת', הרי שמעיון בהוראת  
24 סעיף 30א לחוק התקשורת עולה כי המחוקק לא ביקש למנוע באופן מוחלט משלוח  
25 הודעות על ידי גופים עסקיים, אלא ביקש להטיל מגבלות על משלוח 'דברי פרסומת'  
26 בלבד. כלומר, המחוקק הותיר מרחב מסוים, צר אמנם, המאפשר לגופים עסקיים  
27 לשלוח הודעות ללקוחות שאינן בבחינת דבר פרסומת. סבורה אני כי בנסיבות  
28 הייחודיות בהן עסקינן, מסרוני המשיבה נשוא בקשת האישור דנן מצויות ב'מרחב'  
29 זה שהותיר המחוקק ואין לראותם כדבר פרסומת. טענת המשיבה כי מטרת  
30 המסרונים הייתה מתן שירות ללקוחות, ולא עידוד להוצאת כספים ולרכישה,  
31 משכנעת...."



## בית המשפט המחוזי בתל אביב - יפו

ת"צ 32882-08-23 כהן חללה נ' מלונות פתאל בע"מ

1 ראו והשוו אף לרע"א 1154/18 **בזק החברה הישראלית לתקשורת בע"מ נ' זינגר** (6.6.2019),  
2 שם קיבל בית המשפט העליון בקשת רשות ערעור על החלטה לאשר ניהול תובענה ייצוגית  
3 בעילה שביסודה הפרת סעיף 30א. נדחתה הטענה כי מסרון הנשלח מבזק ללקוחותיה בעת שהם  
4 פונים למוקד הטלפוני לקבלת שירות, תוך שהמסרון מפנה לקישור לאתר בזק, מהווה "דבר  
5 פרסומי". כן נפסק כי באתר עצמו אליו הפנתה בזק אין תוכן שיווקי בתשלום וכי ועל פניו  
6 מדובר בשיפור והנגשת השירות ללקוח; כי שיקולי מדיניות מורים על דחיית בקשת האישור  
7 שכן לא להודעות מסוג המסרון ששלחה בזק נועד חוק הספאם; וכי הותרת ההחלטה לאשר את  
8 בקשת האישור לא תיטיב עם ציבור הלקוחות הנדרש לקבלת השירות מבזק, להיפך.

9 **בעניין אלקטרה** הנזכר לעיל, דחה בית המשפט בקשה לאישור תובענה כייצוגית בגין משלוח  
10 מסרונים בתקופת הסגרים שהוטלו בעקבות מגפת הקורונה. נקבע כי בשים לב לתקופה  
11 הייחודית בה נשלחו המסרונים לא הונח בסיס לטענה שמדובר במסרונים המהווים "דבר  
12 פרסומי"; וכי מדובר במסרונים שירותיים, שנשלחו במטרה לתת ללקוחות מידע נחוץ בתקופת  
13 חירום ייחודית לטובת הלקוחות.

14 כמו כן, בת"צ (מרכז) 492-11-16 **בר אלי נ' פרטנר תקשורת בע"מ** (12.9.2018) דחיתי בקשה  
15 לאישור תובענה ייצוגית שהוגשה כנגד חברת פרטנר בטענה כי היא מפרה את הוראות סעיף  
16 30א לחוק התקשורת במשלוח מסרונים ללקוחותיה המודיעים להם על ניצול חבילת גלישה  
17 שרכשו ומפנים אותם לחבילות גלישה לרכישה. קבעתי כי מטרת המסרונים הנשלחים ללקוחות  
18 באופן סלקטיבי ולא המוני, עם מיצוי נפח חבילת הגלישה, היא ליידע אותם בדבר ניצול נפח  
19 חבילת הגלישה ולאפשר להם לכלכל את צעדיהם בהתאם ולכן הם אינם נכללים בהגדרת "דבר  
20 פרסומי" (ערעור על פסק הדין נדחה בהסכמה בע"א 7783/18 ביום 9.3.2020).

21 ראו בנוסף פסק הדין בת"צ 61007-12-17 **דניאלי נ' פרופורציה פי. אס. סי. בע"מ**, פס' 35  
22 (21.8.2022), בגדרו דחתה ס"נ כב' השופטת ברקאי בקשה לאישור תובענה ייצוגית בטענה כי  
23 המשיבה שלחה מסרונים שידעו לקוחות על מעבר סניף המשיבה לכתובת חדשה בתל אביב,  
24 בניגוד להוראות סעיף 30א לחוק התקשורת, ונפסק כי משלוח ההודעות נועד למטרת מתן מידע  
25 שירותי בלבד.

26 53. אדגיש בנוסף כי אחד התנאים הכלולים בהגדרת "דבר פרסומי" היא כי המסר יופץ באופן  
27 מסחרי. הפסיקה פרשה תנאי זה כמתמקד לא במטרה המסחרית של ההודעה אלא בתפוצה  
28 המסחרית שלה. כלומר, על המסר להישלח בתפוצה רחבה לקבוצה גדולה של נמענים על מנת  
29 להיחשב דבר פרסומי. ראו: דברי ההסבר להצעת חוק התקשורת (בזק ושידורים) (תיקון מס'  
30 33), התשס"ה-2005, ה"ח הממשלה 886, 889; בנוסף, ראו והשוו: ת"צ (מחוזי ת"א) 68283-



## בית המשפט המחוזי בתל אביב - יפו

ת"צ 32882-08-23 כהן חללה נ' מלונות פתאל בע"מ

12-21 בן דוד נ' הוט, מועדון צרכנות הסתדרות ההנדסאים והטכנאים בישראל בע"מ, פס' י'  
(2.5.2024).

בענייננו מצאתי לקבל את טענת המשיבה כי ההודעות נושא בקשת האישור לא הופצו באופן מסחרי ולכן גם מטעם זה אינן מהוות דבר פרסומי. סבורתני כי ניתן לאבחן את ההודעות נושא בקשת האישור מעניין בן-עמי שנזכר לעיל, שם נמצא כי ההודעות "פונות ליונתן באופן אישי", תוך ציון שמו, אולם עיון בהן מעלה כי הן נוסחו באופן כללי, אחיד ובלתי מסוים, כאשר ההטבות המוצעות בהן נשלחו למספר רב של אנשים, בתפוצה רחבה". זאת בשונה מההודעות ששלחה המשיבה לתובע בענייננו, לאחר שביצע הזמנת חופשה במלון מסוים ובקשר לשהייתו במלון זה; הן ממוקדות וכוללות רק מידע בעניין השירותים והמתקנים בבית המלון בו הלקוח עומד להתארח או בסביבת אותו בית מלון; והן מציעות אפשרות לבצע פעולות רלוונטיות לכל לקוח בזמן השהייה במלון או לקראת ההגעה אליו כמו check in מוקדם למלון בתאריך תחילת החופשה, כמפורט לעיל.

54. לאור כל האמור, בנסיבות העניין, איני סבורה כי המבקש עמד בנטל להוכיח שיש סיכוי סביר שיקבע כי מסרונני המשיבה נושא בקשת האישור נכללים בהגדרת "דבר פרסומי" כקבוע בסעיף 30א. משלא מצאתי כי מדובר ב"דבר פרסומי" אין תחולה לדרישות הנוספות הקבועות בסעיף 30א לחוק התקשורת.

55. אוסיף כי המשיבה הצהירה בדיון ובסיכומיה שמטעמי זהירות, ועוד טרם הגשת בקשת האישור, הפסיקה לשלוח הודעות שמפרסמות שירותים באופן נפרד ולא כחלק מהודעה הכוללת קישור בנוגע לכלל שירותי המלון, אלא אם ניתנה על כך הסכמה מפורשת (פרוטוקול הדיון בעמ' 7 שורות 33-34 ועמ' 8 שורה 1 וסיכומי המשיבה בפס' 22). משכך, כפי שנטען על-ידי המשיבה אף אם היה נמצא ליקוי במשלוח ההודעות מסוג זה, נראה כי בנסיבות אלה ממילא לא יהיה נכון ויעיל במשקפי סעיף 8(א) להמשיך ולנהל את התובענה הייצוגית. טוב עשתה המשיבה כי פעלה כך מטעמי זהירות, וטוב תעשה אם תהדר בקבלת הסכמת הלקוחות מראש לקבלת הודעות בעניין שירותים בתשלום שלא כחלק מהודעה הכוללת קישור בנוגע לכלל שירותי המלון. ראו לעניין מיצוי הדיון בתובענה: ת"צ ת"צ (מרכז) 51048-11-14 רונית בירמכר לב-ארי נ' חוגלה-קימברלי שיווק בע"מ (9.4.2017). כעולה מהאמור לעיל לא מצאתי כי מסרונני המשיבה גרמו נזק כלשהו לאורחי המלון, לא כל שכן נזק בר פיצוי.

56. להשלמת התמונה אציין כי בהצעת חוק תובענות ייצוגיות (תיקון מס' 16), התשפ"ד-2024 המציעה רביזיה בחוק תובענות ייצוגיות, מוצע בין היתר לקבוע כי תובענה ייצוגית שאחת מעילותיה היא הפרה סעיף 30א לחוק התקשורת. תכלול רק סעדים לצו עשה, צו מניעה או סעד הצהרתי. זאת בנוסף לעילות אחרות המנויות בהצעת החוק. בדברי ההסבר להצעת החוק



## בית המשפט המחוזי בתל אביב - יפו

ת"צ 32882-08-23 כהן חללה נ' מלונות פתאל בע"מ

1 הוסבר כי עילות אלה הן עילות אשר כיום מסתיימות בעיקר בהסתלקויות ובלא פיצוי לקבוצה,  
2 עילות שניתנות לתיקון באופן פשוט ומידי, או עילות שהתועלת העיקרית בהן היא בהסדרת  
3 הסוגיה כלפי העתיד. לגישת מנסחי ההצעה המנגנון הקלסי של התובענה הייצוגית אינו מתאים  
4 לבירור תביעות מסוג זה, ולצד זאת, קיימת תועלת בהפסקת הפעילות המפרה ובאכיפת הדין  
5 גם במקרים אלה. לכן, הוצע לקבוע כי התובענה הייצוגית שניתן להגיש בעילות אלה היא רק  
6 תובענה ייצוגית לצו עשה ולקבוע חובת פנייה מוקדמת בעניין תביעות אלה. הוסבר כי פתרון זה  
7 יאפשר את המשך אכיפת הדין מכאן ולהבא כלפי עסקים בעילות אלה, תוך התייחסות  
8 למאפיינים הייחודיים של העילות האמורות, ושלא תהיה אפשרות להגיש בהן תובענה ייצוגית  
9 לפיצויים (עמ' 1275).

10 חוק הגנת הפרטיות

11 57. בשולי בקשת האישור נטען כי במשלוח ההודעות הפרה המשיבה את הוראות חוק הגנת  
12 הפרטיות. טענות המבקש בקשר לעילה זו נטענו באופן כללי וללא פירוט ביחס להוכחת  
13 התקיימות יסודות עילה זו. כל שטען המבקש הוא כי המשיבה פגעה בפרטיותו שכן נעשה  
14 שימוש במידע של המבקש שלא למטרה שלשמו נמסר, לפי הגדרת פגיעה בפרטיות בסעיף 9(2)  
15 לחוק הגנת הפרטיות; וכי המשיבה פגעה במבקש על דרך הטרדתו, בהתאם להגדרת פגיעה  
16 בפרטיות באמצעות בילוש או התחקות אחר אדם או הטרדה אחרת בסעיף 12(1) לחוק הגנת  
17 הפרטיות.

18 כאמור לעיל, מצאתי כי ההודעות ששלחה המשיבה הן הודעות שירות שנשלחו עקב הזמנות  
19 המבקש של שירותי האירוח במלונות המשיבה, כחלק ממטן השירות על-ידי המשיבה במרחב  
20 הלגיטימי של משלוח הודעות לאורח המלון. בנסיבות אלה סבורתי כי לא הוכחה אפשרות  
21 סבירה שיקבע כי במשלוח ההודעות נעשה שימוש בפרטים האישיים שמסר המבקש למטרה  
22 אחרת מזו של קבלת שירות האירוח במלון. מסיבה זו גם לא מצאתי שקיימת אפשרות סבירה  
23 כי תתקבל טענת המבקש כי התנהלות המשיבה מהווה בילוש או התחקות אחר אדם העלולה  
24 להטרידו או הטרדה אחרת לפי סעיף 12(1) לחוק הגנת הפרטיות. ראו השוו: ת"צ (תל אביב-יפו)  
25 47795-11-17 לדרמן נ' הוט מובייל בע"מ (7.6.2024) וההפניות בסעיף י' (להלן: "עניין לדרמן").  
26 בעניין לדרמן אישרה כב' השופטת אלמגור את ניהולה של תובענה כייצוגית בין היתר בעילת  
27 פגיעה בפרטיות בשל הטרדה לפי סעיף 12(1) לחוק הגנת הפרטיות, זאת לאחר שהמבקשים קיבלו  
28 לפחות 44 שיחות מנציגי המשיבה, גם לאחר שביקשו שלא להמשיך ולקבל שיחות נוספות  
29 מאותו הסוג. אין זה מצב הדברים בענייננו.

30 לאור האמור איני סבורה כי המבקש עמד בנטל להוכיח שיש סיכוי סביר שיקבע כי במשלוח  
31 ההודעות המשיבה הפרה את חוק הגנת הפרטיות.



## בית המשפט המחוזי בתל אביב - יפו

ת"צ 32882-08-23 כהן חללה נ' מלונות פתאל בע"מ

1

2

### התוצאה

3 לאור כל האמור לעיל המסקנה אליה הגעתי היא כי לא התקיים התנאי היסודי בדבר צליחת  
4 הבקשה לאישור התובענה כייצוגית את הרף הנוגע לסיכויים הלכאוריים להצלחת התביעה.  
5 הבקשה לאישור התובענה כייצוגית נדחת.

6 המבקש יישא בהוצאות המשיבה לרבות שכ"ט עו"ד בסך 7,500 ₪ (על הצד הנמוך) שישולמו  
7 תוך 30 ימים מהיום.

8

9

10

11

12

13

ניתן היום, י"ג אב תשפ"ה, 07 אוגוסט 2025, בהעדר הצדדים.

14

רזס מרצה

הדס עובדיה, שופטת

15

16

17

18

