



בית המשפט המחוזי בירושלים

15 פברואר 2023

ת"צ 44416-09-21 עזרא ואח' נ' אלקטרה מוצרי צריכה (1951) בע"מ

בפני כב' השופטת תמר בזק רפפורט, סגנית הנשיא

המבקשים

1. יוגב עזרא
 2. אסי תנעמי
 3. קרן בר לב
- על ידי ב"כ עו"ד אבישי פלדמן ועו"ד ניצן רובינשטיין

נגד

המשיבה

אלקטרה מוצרי צריכה (1951) בע"מ
על ידי ב"כ עו"ד אלון בר-אל ועו"ד אסף שטרן

1

פסק דין

2 בקשה לאישור תובענה כייצוגית בטענה כי המשיבה הפרה את הוראות סעיף 30א לחוק
3 התקשורת (בזק ושידורים), התשמ"ב-1982 (להלן – חוק התקשורת או חוק הספאם)
4 והתרשלה בעניינם של המבקשים.

רקע

5
6 1. עניינה של הבקשה במספר מסרוני SMS שנשלחו לטלפונים הניידים של המבקשים כדלקמן.
7 למבקש 1 נשלחו, כך על פי הנטען, ארבעה מסרונים – שלושה מתוכם במהלך השבועות
8 הראשונים בהם התפרץ נגיף הקורונה בישראל, ביום 23.3.2020, ביום 26.3.2020 וביום
9 21.4.2020, ואחד נוסף ביום 21.9.2020, בראשית הסגר השני שהוטל אחר שחלה עלייה
10 משמעותית בתחלואה, אף הוא בימים שעובר לפיתוח החיסון למחלה. נוסחו של המסרון
11 הראשון:

12

13 "לקוח/ה מחסני חשמל סניף ירושלים פייר קניג 20, תלפיות. בעקבות
14 החלטות הממשלה החנות תהיה פתוחה כרגיל, בהתאמה לתקנות משרד
15 הבריאות. לרשותכם מנהל הסניף עופר יזדי וצוות הסניף זמינים לכם לכל
16 שאלה בטלפון 073-2540112. מענה מהיר גם במוקד המתוגבר *5018
17 ובאתר האינטרנט <https://bit.ly/2UpCsHb>
18 להסרה תוך 2 ימים עסקים שלחו "הסר" ל- 052-9995018
19



בית המשפט המחוזי בירושלים

15 פברואר 2023

ת"צ 44416-09-21 עזרא ואח' נ' אלקטרה מוצרי צריכה (1951) בע"מ

1 נוסחו של המסרון השני:

2
3 "לקוח/ה מחסני חשמל יקר/ה. בעקבות החלטת הממשלה לסגור את
4 החנויות, ניתן לקבל שירות במוקד המתוגבר *5018 או באתר האינטרנט:

5 <https://bit.ly/39kzuZY>

6 להסרה תוך 2 ימי עסקים, שלחו "הסר" ל- 052-9995018"
7

8 נוסחם של המסרונים המאוחרים יותר, מימים 21.4.2020 ו- 21.9.2020, זהה לנוסח המסרון
9 הראשון אלא שהמסרון מיום 21.9.2020 לא כלל פירוט אודות אפשרות הסרה והמילים "להסרה
10 תוך 2 ימי עסקים שלחו "הסר" ל- 052-9995018 נשמטו ממנו.

11
12 2. אשר למבקש 2, לו נשלחו שני מסרונים, הראשון ביום 23.3.2020 והשני ביום 26.3.2020.
13 נוסחם של מסרונים אלה זהה למסרונים הראשון והשני שנשלחו למבקש 1, פרט לכך שהמסרון
14 מיום 23.3.2020 התייחס לסניף אחר של המשיבה הנמצא בדרך חברון 21 בבאר שבע, ולא
15 לסניף בירושלים.

16
17 3. אף למבקשת 3 נשלחו שני מסרונים, הראשון ביום 23.3.2022 והשני ביום 26.3.2022. נוסחם
18 של מסרונים אלה זהה למסרונים שנשלחו במועדים אלה למבקשים 1 ו-2 אלא שהפרטים אשר
19 נמסרו למבקשת 3 התייחסו לסניף המשיבה בראשון לציון הנמצא ברחוב לישנסקי 6. כמו כן,
20 המסרון הראשון מבין השניים לא כלל פירוט אודות אפשרות הסרה והמילים "להסרה תוך 2
21 ימי עסקים שלחו "הסר" ל- 052-9995018 נשמטו ממנו.

22
23 4. סיכומו של דבר- למבקש 1 נשלחו ארבעה מסרונים, אחד מהם ללא אפשרות הסרה, למבקש 2
24 נשלחו שני מסרונים וכך גם למבקשת 3. גם אחד מהמסרונים שנשלחו למבקשת 3 לא כלל
25 אפשרות הסרה, כמפורט.

26
27 5. יצוין כי אין מחלוקת בין הצדדים כי שלושת המבקשים רכשו בעבר מוצרים מהמשיבה כאשר
28 לטענת המבקשים, המבקש 1 ואשתו רכשו בחודש נובמבר 2016 מזגן בסניף המשיבה
29 בירושלים, המבקש 2 רכש מכשיר טלפון סלולרי במהלך שנת 2019 בסניף המשיבה בנתיבות
30 והמבקשת 3 רכשה בשלהי שנת 2019 מכונית כביסה בסניף המשיבה בראשון לציון. המבקשים,





בית המשפט המחוזי בירושלים

15 פברואר 2023

ת"צ 44416-09-21 עזרא ואח' נ' אלקטרה מוצרי צריכה (1951) בע"מ

- 1 כך לטענתם, מסרו במעמד הרכישה את מספרי הטלפון שלהם – המבקשים 1 ו-3 לצורך תיאום
2 אספקה והתקנה והמבקש 2 כחלק מפרטיו האישיים, כך לטענתו.
3
- 4 6. הבקשה לאישור תובענה ייצוגית שלפני (להלן – הבקשה או בקשת האישור) נסובה אודות
5 מסרונים אלה. לטענת המבקשים, משלוח המסרונים על ידי המשיבה מהווה הפרה של סעיף
6 30א(ב) לחוק הספאם וכן רשלנות תחת פקודת הנזיקין [נוסח חדש]. בהתאם להוראות הדין,
7 המשיבה הגישה תשובתה לבקשת האישור, לה הגישו המבקשים תגובתם. ביום 27.4.2022
8 התקיים לפני דיון בבקשה במעמדו שמעו הצדדים שניהם את הערות בית המשפט. אחר הדברים
9 האלה, הודיעו המבקשים כי הם עומדים על בקשת האישור, ובהתאם להסכמות הצדדים, לא
10 נערכו דיוני הוכחות ביחס לבקשה והצדדים הגישו סיכומיהם בכתב. אחר שהפכתי בטענות
11 הצדדים, בהוראות החוק ובפסיקה הצריכה לענייננו, הגעתי לכלל מסקנה כי דין בקשת האישור
12 להידחות, וזאת מהטעמים שיפורטו להלן.
13
- 14 דיון והכרעה
- 15 7. חוק תובענות ייצוגיות, תשס"ו-2006 (להלן – חוק תובענות ייצוגיות) קובע את התנאים
16 לאישור תובענה כייצוגית: סעיף 3 לחוק מחייב בחינה האם עילת התביעה נמנית על העילות
17 המוזכרות בחוק; עניינו של סעיף 4 לחוק בקיומה של עילת תביעה אישית של המבקש; וסעיף
18 8 מורה על זיהוי השאלות המשותפות ובחינה האם סיכויי קבלתן סבירים; בחינת הוגנות
19 ויעילות ההליך; וידוא כי עניינם של חברי הקבוצה ינוהל בדרך הולמת ובתום לב.
20
- 21 8. עילת התביעה כאן, הפרת הוראות סעיף 30א לחוק התקשורת, הינה אחת העילות הנזכרות
22 בתוספת השנייה לחוק תובענות ייצוגיות (פרט 12). הפרת הוראת סעיף 30א הינה עוולה
23 אזרחית (סעיף 30א(ט) לחוק הספאם) המקימה זכות לפיצויים ללא הוכחת נזק (סעיף 30א(י)
24 לחוק הספאם).
25
- 26 9. כאמור, בהתאם לתנאי הקבוצה בסעיף 4(א)(1) לחוק תובענות ייצוגיות, על המבקש לשכנע
27 בקיומה של עילת תביעה אישית "המעוררת שאלות מהותיות של עובדה או משפט המשותפות
28 לכלל החברים הנמנים עם קבוצת בני אדם - בשם אותה קבוצה". בין תנאי זה לבין תנאי הסף
29 המעוגן בסעיף 8(א)(1) לחוק, לפיו על המבקש לשכנע כי "יש אפשרות סבירה" כי השאלות



בית המשפט המחוזי בירושלים

15 פברואר 2023

ת"צ 44416-09-21 עזרא ואח' נ' אלקטרה מוצרי צריכה (1951) בע"מ

1 המשותפות אשר מעוררת התובענה תוכרענה לטובת הקבוצה – קיימת זיקה ישירה. על כן,
2 להלן אבחן תנאי סף אלה יחד.

3
4 10. נקודת המוצא הינה הוראת סעיף 30א(ב) לחוק הספאם. סעיף זה נוסף לחוק בגדרי תיקון מס'
5 40. מטרת התיקון -מניעת המטרד שבהפצת הודעות פרסומת בלתי רצויות, באמצעות רשתות
6 תקשורת (spam) (ר' דברי ההסבר להצעת חוק התקשורת (בזק ושידורים)(תיקון מס' 33),
7 התשס"ח-2005, ה"ח הממשלה 182, 886; פס' 15 בפסק הדין ברע"א 1326/18 סמארט קלאב
8 אחזקות בע"מ נ' כהן (פורסם במאגרים; 31.12.2020); פס' 9 בפסק הדין ברע"א 4704/20
9 יונתן בן- עמי נ' FACEBOOK IRELAND LTD (פורסם במאגרים; 9.2.2021) (להלן – עניין
10 פייטבוק).

11
12 וכך קובע הסעיף האמור:

13 "לא ישגר מפרסם דבר פרסומת באמצעות פקסימיליה, מערכת חיוג
14 אוטומטי, הודעה אלקטרונית או הודעת מסר קצר, בלא קבלת הסכמה
15 מפורשת מראש של הנמען, בכתב, לרבות בהודעה אלקטרונית או בשיחה
16 מוקלטת;".

17
18 הנה כי כן, הוראת הסעיף משמיעה לנו כי על מנת להוכיח כי המשיבה הפרה את חוק הספאם
19 כנטען, היה על המבקשים להעמיד תשתית ראייתית לכך שהמשיבה היא בבחינת "מפרסם"; כי
20 שיגרה "דבר פרסומת"; וזאת מבלי שניתנה הסכמת המבקשים לכך.

21
22 11. המשיבה מצידה לא כפרה בעצם משלוח המסרונים (הודעת מסר קצר כלשון החוק) ואף לא
23 בהיותה "מפרסם", ואולם כפי שיפורט, בין הצדדים מחלוקת האם המסרונים הינם בבחינת
24 "דבר פרסומת" תחת חלופות (1) ו-(3) לסעיף 30א(א) לחוק הספאם, שזו לשונו:

25
26 "דבר פרסומת" – כל אחד מאלה:
27 (1) מסר המופץ באופן מסחרי, שמטרתו לעודד רכישת מוצר או שירות
28 או לעודד הוצאת כספים בדרך אחרת;
29 (2) מסר המופץ לציבור הרחב שמטרתו בקשת תרומה או תעמולה;
30 (3) מסר שאינו דבר פרסומת כאמור בפסקה (1) או (2), המופץ לציבור
31 הרחב, ונכללת בו הצעה לנמען להתקשר למספר טלפון מסוים לשם
32 קבלת מסר כלשהו; ..."



בית המשפט המחוזי בירושלים

15 פברואר 2023

ת"צ 44416-09-21 עזרא ואח' נ' אלקטרה מוצרי צריכה (1951) בע"מ

12. אשר לחלופה הראשונה – כאמור בחוק וכפי שנפסק, אפיונו של מסרון כדבר פרסומת ייעשה על פי המטרה לשמה נשלח. כך, ברע"א 4806/17 פסגות בית השקעות בע"מ נ' זיו גלסברג (פורסם במאגרים; 25.10.2017) (להלן – עניין פסגות) קבעה כב' השופטת (כתוארה דאז), א' חיות, כדלקמן:

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" (ההדגשה שלי). 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). מסקנה זו עולה גם מדבריו של יו"ר ועדת הכלכלה דאז ח"כ גלעד ארדן במהלך דיוני הוועדות בסעיף 30א לחוק התקשורת, אשר ציין כי ישנם "טריקים פרסומיים, שכותבים לך: "זכית בחבילת נופש חינם", וכאשר אתה מתקשר מסתבר שזה עניין שיווקי" והוסיף כי סעיף 30א אמור לחול גם על מסרים מסוג זה ו"לטגור את כל הפרצות ולמנוע התחכמויות" (ראו: פרוטוקול מס' 6 משיבת הוועדה המשותפת של ועדת הכלכלה וועדת המדע והטכנולוגיה, הכנסת ה-17, בעמ' 9 (1.4.2008); עוד ראו: [רע"א 1621/16](#) MEGA ADVANCED MATHEMATICAL SYSTEM LTD נ' זילברג, [פורסם במאגרים] בפסקה 13 (14.6.2016)). (פסקה 5 להחלטה האמורה).

כן ר' דברי כב' השופט סולברג בעניין פייטבוק הנ"ל (פס' 11 שם) כי:

"נוכח הגדרתם הרחבה של שני המושגים הללו – 'דבר פרסומת' ו-'מפרסם' – קשה להלום טענות, שלפיהן ההודעות שנשלחו ליונתן אינן בגדר דבר פרסומת, אלא 'הודעות שירותיות' שנועדו להועיל לו; וכי פייטבוק אינה עונה להגדרת מפרסם. בחינת ההודעה – אם פרסומת היא, אם לאו – אינה תלויה בשאלה אם יש בה תועלת לנמען. נדרש לבחון את אופן הפצתה, וכן את המטרה שלשמה נשלחה (רע"א 4806/17 פסגות בית השקעות בע"מ נ' זיו גלסברג, [פורסם במאגרים] פסקה 5 (25.10.2017)). לשון החוק ברורה: ככל שההודעה נשלחה בתפוצה מסחרית, וככל שנועדה לגרום לנמנעים השונים להוציא כספים – הרי לך 'דבר פרסומת'."



בית המשפט המחוזי בירושלים

15 פברואר 2023

ת"צ 44416-09-21 עזרא ואח' נ' אלקטרה מוצרי צריכה (1951) בע"מ

13. על רקע דברים אלה, אבחן האם ראוי לסווג את מסרוני המשיבה האמורים כ'דבר פרסומת' תחת החלופה הראשונה שבסעיף 30א(א)(1). על מנת שניתן יהיה לראות בתוכן מסרוני המשיבה 'דבר פרסומת' תחת חלופה זו, הרי שעל המבקשים לשכנע, בין השאר, כי עסקינן במסר אשר מטרתו לעודד רכישת מוצר או שירות או לעודד הוצאת כספים בדרך אחרת.
14. המשיבה טענה כי החלטתה לשלוח מסרונים כאמור הייתה בבחינת צעד נוסף מתוך שורת צעדים שנקטה כחלק ממאמצי השירותיים, להתמודד עם אתגרי אותם ימים, בשל התפרצות מגפת הקורונה והמגבלות שנגזרו מכך, ועל מנת להיענות לצרכי הלקוחות ולאפשר להם מידע לו היו צמאים, ולא למטרות שיווקיות. בתוך כך פירטה המשיבה כי הגם שתגברה את מוקד השירות הטלפוני שהיא מפעילה באופן משמעותי ואף שרכשה מרכזייה חדשה ועוד כיו"ב – לא עלה בידה לעמוד בעומסים ולהשיב כראוי לפניות הרבות אליה באותם ימים בהם הוגבלה יציאה מן הבית, נסגרו מרכזי מכירות, ואי הבהירות באשר לפעילות המותרת והאסורה, האפשרית וזו שאינה אפשרית, הייתה רבה. על רקע זה, כך טענה, נשלחו הודעות אלה נשוא בקשת האישור במטרה לתת מידע ללקוחות בתקופה הייחודית בה מדובר היה.
15. המבקשים מצדם טענו כי בעל עסק אשר מוקד שירות הלקוחות שלו 'קורס' לא פונה ללקוחותיו ומזמין פניות נוספות. כן נטען כי המשיבה אינה מספקת כל שירות אלא מוכרת מוצרים ועל כן כל פניה, קל וחומר פניה חוזרת לקהל לקוחותיה, אינה אלא תזכורת לקנות ממרכולתה וניסיון להגדיל את מכירותיה, הטלפוניות והמקוונות, לאור צמצום המכירות בחנויות. בתוך כך נסמכו המבקשים על החלטתו של בית המשפט המחוזי (מרכז) בת"צ 10591-05-15 גלסברג נ' פסגות בית השקעות בע"מ (פורסם במאגרים; 9.5.2017) אשר אושרה על ידי בית המשפט העליון בעניין פסגות הנ"ל. עוד טענו לפני המבקשים כי מי שביקש לברר פרטים אודות המתכונת בה פעלו סניפי המשיבה באותם ימים או ביקש ליצור עמה קשר, יכול היה לעשות כן, ולא היה זקוק ל"סיוע" המשיבה.
16. הצדדים שניהם התייחסו באריכות אף לתוכן מסרוני המשיבה – בעוד אין מחלוקת כי המשיבה הוסיפה למסרוניה קישור לאתר האינטרנט שלה וכן את מספר הטלפון של מוקד שירות הלקוחות שלה, כל אחד מן הצדדים ייחס לנוסח ההודעה משמעויות שונות. המבקשים הדגישו כי יש לראות הן בקישור הן בפרטיו של מוקד המכירות של המשיבה משום מידע שמטרתו לעודד את לקוחות המשיבה לבצע רכישה בעוד המשיבה הדגישה כי אתר האינטרנט באותם



בית המשפט המחוזי בירושלים

15 פברואר 2023

ת"צ 44416-09-21 עזרא ואח' נ' אלקטרה מוצרי צריכה (1951) בע"מ

- 1 הימים שימש פלטפורמה בה הייתה יכולה לעדכן את לקוחותיה בדבר השינויים במתכונת
2 פעילות סניפיה כנגזרת מהוראות הממשלה. עוד יצוין כי המבקשים טענו כי באותם ימים המוקד
3 שהפעילה המשיבה (*5018) היה מוקד מכירה טלפוני בלבד ולא תפקד כמוקד שירות לקוחות
4 כנטען.
- 5
6 17. לאחר שעיינתי היטב בכתבי הטענות והסיכומים, נראה כי בשים לב לתקופה הייחודית בה
7 נשלחו המסרונים ולנסיבותיה, הרי שלא הונח בסיס מספק לטענה שמדובר במסרונים אשר
8 מטרתם 'לעודד רכישת מוצר או שירות או לעודד הוצאת כספים בדרך אחרת', כלשון חלופה
9 (1) הנ"ל, וטענת המשיבה כי מדובר במסרונים שירותיים, שנשלחו במטרה ליתן ללקוחות מידע
10 נחוץ בתקופת חירום ייחודית לטובת הלקוחות, עומדת.
- 11
12 18. אף שההלכה נוטה לפרשנות מרחיבה למושג 'דבר פרסומת', הרי שמעיון בהוראת סעיף 30א
13 לחוק התקשורת עולה כי המחוקק לא ביקש למנוע באופן מוחלט משלוח הודעות על ידי גופים
14 עסקיים, אלא ביקש להטיל מגבלות על משלוח 'דברי פרסומת' בלבד. כלומר, המחוקק הותיר
15 מרחב מסוים, צר אמנם, המאפשר לגופים עסקיים לשלוח הודעות ללקוחות שאינן בבחינת דבר
16 פרסומת. סבורה אני כי בנסיבות הייחודיות בהן עסקינן, מסרוני המשיבה נשוא בקשת האישור
17 דנן מצויות ב'מרחב' זה שהותיר המחוקק ואין לראותם כדבר פרסומת. טענת המשיבה כי מטרת
18 המסרונים הייתה מתן שירות ללקוחות, ולא עידוד להוצאת כספים ולרכישה, משכנעת. אפרט.
19
- 20 19. המשיבה הצהירה על מטרת משלוח המסרונים מצידה, בתגובה לפניות רבות מנשוא שהופנו
21 אליה באותה עת במדיות השונות, על מנת לאפשר ללקוחות לקבל מידע, ולא במטרה להגביר
22 הוצאת כספים אצל הלקוחות. דברים אלו עולים בקנה אחד עם תוכן המסרונים ועם התנהלותה
23 של המשיבה, אשר מצביעים על תום ליבה של המשיבה במשלוח המסרונים.
- 24
25
26 20. בהקשר זה סבורה אני כי יש לייחס משקל משמעותי לכך שמשך תקופה ארוכה מאז מסרו
27 המבקשים את מספרי הטלפון שלהם למשיבה, לא נטען שהמשיבה שלחה מסרונים מכל סוג
28 שהוא למבקשים. לו גרסה המשיבה שהיא רשאית לשלוח מסרונים למטרות פרסום, הרי
29 שהייתה יכולה לעשות כן הרבה קודם למסרוני הקורונה המדוברים, דבר שלא נעשה. רק
30 כשדרישת המידע גאתה ונוצר הצורך ביידוע לקוחות, כדברי המשיבה, נשלחו המסרונים.



בית המשפט המחוזי בירושלים

15 פברואר 2023

ת"צ 44416-09-21 עזרא ואח' נ' אלקטרה מוצרי צריכה (1951) בע"מ

- 1
2 21. בתוך כך, גם התזמון הספציפי בו נשלחו מסרוני המשיבה, בסמוך למועדים בהן הטילה ממשלת
3 ישראל סגרים על הציבור ולכל הפחות מגבלות משמעותיות על המסחר בשל מגפת הקורונה,
4 יש בו כדי לתמוך בטענות המשיבה כי מטרת המסרונים הייתה שירותית. ודוק, לא דומה משלוח
5 מסרון ובו פירוט אודות פעילות סניפי המשיבה ופרטים ביחס לאפשרויות ליצור עמה קשר
6 בימים כתיקונם, למשלוח מסרון כאמור בימים הראשונים של התמודדות עם התפרצות נגיף
7 הקורונה בישראל במציאות של הנחיות אשר משתנות תדיר ועם ההתפרצות החוזרת.
8
9 22. בנסיבות שלפני, לא מצאתי כי מכך שמסרוני המשיבה כללו קישור לאתר האינטרנט שלה
10 ולמוקד שזו מפעילה, אף אם אכן כטענת המבקשים מוקד זה שימש באותם ימים בעיקרו כמוקד
11 מכירות, יש ללמוד כי מטרתם העיקרית היא לעודד רכישה. בענייננו, מרבית מסרוני המשיבה
12 נשוא בקשת האישור כללו מידע אודות פעילות סניפי המשיבה, אם פתוחים הם אם לאו, וכן
13 מידע ביחס לאפשרות ליצור קשר עם המשיבה אשר כלל פרטי קשר של מנהל הסניף הרלוונטי
14 ללקוח, קישור לאתר האינטרנט ומספר הטלפון של המוקד שהפעילה המשיבה, שבהם היה
15 מידע עדכני על המצב. יודגש, הודעות המשיבה אינן כוללות "סלוגנים" כאלה ואחרים, הודעות
16 ביחס למבצעה אלא מידע אודות פעילותה. אף בכך יש לטעמי כדי ללמד על מטרת המסרונים,
17 שאיננה עידוד הוצאת כספים, אלא מידע מתי וכיצד ניתן לרכוש, בתקופה בה הדברים היו
18 לוטים בערפל ורבים חשו בחוסר במידע.
19
20 23. אכן, כפי שציין בית המשפט העליון בעניין פסגות, גם כאן המשיבה היא חברה הפועלת
21 להשאת רווחיה. יחד עם זאת, אף שמטרת העל של המשיבה הינה וודאי מטרה כלכלית של
22 השאת רווחיה, וזו וודאי "המטריה" תחתיה זו פועלת, אין ללמוד כפי שטוענים המבקשים, כי
23 כל אחד מצעדיה של המשיבה הינו כזה אשר מטרתו המידית היא לעודד הוצאה כספית. גם אם
24 ברקע וודאי ניצבת מטרה עסקית (לגיטימית) של המשיבה והיא הגדלת מכירותיה, הרי שכאן
25 מדובר במסרונים שתכליתם הישירה מתן שירות לקהל הלקוחות ומסירת מידע מקום בו הוא
26 היה נחוץ, שכן הבלבול ואי הוודאות שלטו בכיפה.
27
28 24. דברים אלה מקבלים משנה תוקף מקום בו המשיבה מוכרת מוצרים אשר חלקם וודאי חיוניים
29 לציבור, כך שהצורך במידע אודות האפשרות לרוכשם באופן פיזי בחנויותיה של המשיבה
30 בתקופה המיוחדת בה מדובר, נחוץ היה לציבור ביתר שאת.
31



בית המשפט המחוזי בירושלים

15 פברואר 2023

ת"צ 44416-09-21 עזרא ואח' נ' אלקטרה מוצרי צריכה (1951) בע"מ

25. אשר לטענת המבקשים כי "המשמעות האמיתית של קבלת טענת המשיבה היא שכל חנות וכל ספק שירותים שאי פעם סיפק שירות ללקוח, יהיו רשאים לשלוח הודעות מעין אלה" (ר' פס' 33 לסיכומי המבקשים) – אינני מקבלת טענה זו. הדברים לעיל אינם נסובים על נסיבות שגרתיות, ואין בהם משום היתר למסירת מידע על שעות פעילות באופן שוטף. הם מתייחסים לתקופת החירום המיוחדת בעיקר בסמוך לפרוץ מגפת הקורונה, תקופה שהיתה מלווה באי וודאות ובבלבול רב. בתקופה זו, משלוח מסרונים ובהם מידע על מספר טלפון של מנהל סניף ואודות פתיחת הסניף בו נמכרים מוצרי חשמל, עולה בקנה אחד עם ההסבר של המשיבה כי היא פעלה במשלוח המסרונים לא ממטרה שיווקית, של עידוד קניות, אלא במטרה שירותית, של מסירת מידע שהיה נחוץ לרבים. אכן, המידע יאפשר למי שחפץ להוציא כספים לעשות כן. אך אין הוא מעודד הוצאת כספים ורכישה, אלא מספק מענה ומידע בתקופת חירום ייחודית.
26. למעשה, עמדת המבקשים הגורסת איסור גורף למשלוח מסרונים, היא זו המעוררת קושי שכן לשיטתם דומה כי יש פסול בעצם משלוח המסרונים לקהל לקוחות המשיבה בכל מצב שהוא. ואולם, כאמור, המחוקק, לא אסר על מפרסמים לשלוח כל הודעה באשר היא, אלא תחת זאת בחר להטיל מגבלות על משלוח דבר פרסומת. ר' בהקשר הנדון דברי בית המשפט העליון ברע"א 1154/18 בזק החברה הישראלית לתקשורת בע"מ נ' רן זינגר (פורסם במאגרים; 6.6.2019), שם נדחתה בקשת אישור בעניין הודעה שאופיינה כשירותית, תוך שצוין:
- "יוסף לכך שגם שיקולי מדיניות מורים על דחיית בקשת האישור, שכן לא להודעות מסוג המסרון ששלחה "בזק" נועד "חוק הספאם", ודומה כי הותרת ההחלטה על כנה לא רק שלא תטיב עם ציבור הלקוחות הנדרש לקבלת השירות מ"בזק" אלא ההיפך מכך".
- אמנם באותו עניין מובהקות מטרתו השירותית של המסרון הייתה ברורה מהמסרון עצמו, ולא מדובר היה באפיון "שהזמן גרמו" כבענייננו. עם זאת, סבורה אני כי הדברים שצוטטו לעיל פים גם לענייננו, בשים לב למאפייניה הייחודיים של התקופה בה מדובר היה.
- 27.
28. המבקשים הוסיפו וטענו כי "נפסק כי הודעות 'קורונה' הן הודעות פרסומיות" (ר' בין היתר פס' 37-38 לסיכומיהם והודעתם מיום 18.10.2022 בה ביקשו להפנות לפסיקה עדכנית).
- 29.
- 30.
31. בתא"מ (בת-ים) 35192-05-20 לזדמן נ' אופטיקה הלפרין בע"מ (פורסם במאגרים; 21.7.2021) נדונו אמנם מסרונים שהופצו על ידי מפרסם המוכר מוצר חיוני – מוצרי אופטיקה



בית המשפט המחוזי בירושלים

15 פברואר 2023

ת"צ 44416-09-21 עזרא ואח' נ' אלקטרה מוצרי צריכה (1951) בע"מ

- 1 – בתקופה בה הוטלו מגבלות נוכח התפרצות נגיף הקורונה בישראל, זאת בדומה למשיבה
 2 בהליך זה. ואולם, נוסח המסרון הראשון שנדון במקרה שם שונה מנוסחם של המסרונים לפני,
 3 וכלל מסר שיווקי ישיר: הוא הכיל את המילים "כל הזמן איתך" וכן מספר סמלי אימוג'י שונים
 4 "המראים על כך כי מדובר בהודעת בעלת תוכן פרסומי קרי; לב ופרצוף של סמיילי דבר
 5 המצביע על יחסי קרבה אישים בין שולח ההודעה למי שמקבל אותה..." , כלשון בית המשפט
 6 שם (ר' פס' 15). גם בע"א 2877-06-22 לדרמן ואח' נ' דניאל יסמן [פורסם במאגרים]
 7 (18.10.2022) לא מדובר היה בהודעה אינפורמטיבית בלבד על שעות פעילות. כך גם בת"ק
 8 (חיפה) 13674-12-20 אבן נ' אלוניאל בע"מ (פורסם במאגרים; 18.7.2021) – במסרונים
 9 שנפסלו נכלל תוכן שיווקי, ואילו מסרון "יבש" ובו מידע על סגירת מסעדות, ופתיחת בודדות
 10 שיספקו אוכל חינם לבתי חולים וכוחות הביטחון, אופייין כמסרון כשר, שאיננו כולל תוכן
 11 שיווקי (יוער כי בשני פסקי הדין האחרונים מדובר היה במידע על מסעדות, שאינן, מטבען,
 12 שירות חיוני, בשונה מעניינה של המשיבה המוכרת מכשירי חשמל, שחיוניותם עשויה להיות
 13 רבה ללקוחות בתקופת הסגר).
 14
- 15 28. בענייננו, לטעמי, בנסיבות החריגות כאן, בחינת נוסח ההודעה ככזו העולה כדי 'דבר פרסומת'
 16 אם לאו, ובחינת טענת המשיבה כי המטרה לא הייתה שיווקית, צריכה להיעשות תוך התייחסות
 17 למכלול, הן לנסיבות בהן נשלחה הודעת המסר הקצר, הן כמובן לתוכנה. לאור זאת מוצאת אני
 18 כי אין לראות במסרונים המשיבה שנשלחו בקשר עם שינוי הוראות הסגר בתקופת החירום בגין
 19 מגפת הקורונה, בבחינת 'דבר פרסומת' שנשלח במטרה שיווקית, בגדרי החלופה הראשונה
 20 הקבועה בסעיף 30א(א)(1) לחוק הספאם.
 21
- 22 29. אשר לטענת המבקשים, כי ניתן לראות במסרונים המשיבה כ'דבר פרסומת' תחת החלופה
 23 שבסעיף 30א(א)(3) לחוק התקשורת – חלופה זו נוספה לחוק הספאם בגדרי תיקון מס' 72
 24 שנערך לו. מעיון בדברי ההסבר להצעת החוק אליהן הפנתה המשיבה בתשובתה לבקשת
 25 האישור אכן עולה כי תיקון זה ותוספת חלופה זו נועדה לתרחיש לחלוטין אחר מזה הנדון כאן.
 26 מכל מקום, לא ראיתי מדוע יש לראות במסרונים המשיבה ככאלה הכוללים "הצעה לנמען
 27 להתקשר למספר טלפון מסוים לשם קבלת מסר כלשהו", כלשון הסעיף. הפרשנות אותה
 28 מציעים המבקשים לאמץ לחלופה זו מרחיקת לכת ולא משכנעת.
 29



בית המשפט המחוזי בירושלים

15 פברואר 2023

ת"צ 44416-09-21 עזרא ואח' נ' אלקטרה מוצרי צריכה (1951) בע"מ

- 1 30. המסקנה כי לא הוכח, ולו ברמה הלכאורית הנדרשת בשלב זה, כי מדובר ב'דבר פרסומת',
2 שומטת את הקרקע תחת בקשת האישור. ממילא אין נפקא מינא אם נתנו המבקשים הסכמתם
3 למשלוח הודעות פרסומת בהתאם להוראת סעיף 30א(ג) לחוק התקשורת או לא. כמו כן,
4 משנמצא כי מסרוני המשיבה אינם בבחינת 'דבר פרסומת' הרי שטענות המבקשים 1 ו-3 כי
5 לפיהן המסרונים שנשלחו למבקשים אלה, לא כללו אפשרות למשלוח 'הודעת סירוב' – אינן
6 מקימות עילה, וכך גם טענות המבקשים כי המשיבה התרשלה כלפיהם.
7
8 31. בטרם חתימה אוסיף כי גם אילו סברתי שפרשנות מילולית של המסרונים והחוק מביאה את
9 המסרונים או מי מהם בגדר "דבר פרסומת", הרי שנוכח מאפייני התקופה ותוכנם, ספק אם היה
10 מקום לאשר ניהול תובענה ייצוגית בגינם (ר' לעניין זה פס' 76 לפסק דינו של כב' השופט ח'
11 מלצר בע"א 8037/06 ברזילי נ' פריניר (הדס 1987) בע"מ [פורסם במאגרים] (4.9.2014). כן
12 ר' דברים אלה כפי שאוזכרו בפסקה 24 בפסק דינו של כב' השופט ע' גרוסקופף בת"צ (מרכז)
13 43512-01-16 הצלחה התנועה הצרכנית לקידום חברה כלכלית הוגנת נ' אלאוף ושות'
14 ספנות בע"מ [פורסם במאגרים] (22.9.2019)). נקודת המוצא לגבי מסרוני ספאם בעיתות שגרה
15 היא שיש בהם כדי להטריד את מי שהם נשלחים לו שלא בהסכמתו ובהתאם ראוי לאפשר
16 תובענה ייצוגית במקום בו קיימת אפשרות סבירה שייקבע כי חלה הפרה, וזאת בין היתר על
17 מנת להרתיע מפני הפרת החוק. שונה דינם של המסרונים דנן, שבשים לב לתוכנם ולמאפייני
18 התקופה – הבלבול, אי הוודאות והצימאון למידע - דומה שקיים קושי להצדיק הנחה שהיה
19 בהם כדי להטריד את רוב מקבליהם. זאת, גם אם טכנית ניתן לפרש את ההגדרה המילולית של
20 "דבר פרסומת" ככזו החלה לגביהם. נוכח זאת, נראה כי גם היבט זה מטה את הכף לדחיית
21 בקשת האישור.
22 32. אשר על כן, משלא עלה בידי המבקשים להוכיח קיומה של עילת תביעה אישית כנדרש וממילא
23 לא נראית אפשרות סבירה שהעילות שנטענו בבקשה תוכרענה לטובתם הבקשה נדחית.
24 התובענות האישיות נדחות אף הן. המבקשים ביחד ולחוד יישאו בהוצאות המשיבה בסך
25 10,000 ₪.
26
27 ניתן היום, כ"ד שבט תשפ"ג, 15 פברואר 2023, בהעדר הצדדים.



בית המשפט המחוזי בירושלים

15 פברואר 2023

ת"צ 44416-09-21 עזרא ואח' נ' אלקטרה מוצרי צריכה (1951) בע"מ

תמר בזק רפפורט, שופטת
סגנית הנשיא

1

