



בית המשפט המחוזי מרכז-לוד

ת"צ 18220-12-22 שחר נ' בוקר טוב ישראל בע"מ

תיק חיצוני:

לפני כבוד השופט אבי סתיו

המבקש: דוד שחר

נגד

המשיבה: בוקר טוב ישראל בע"מ

בשם המבקש: עו"ד תום שנפ; עו"ד אוהד שמילוביץ
בשם המשיבה: עו"ד קרין צלקובניק-סובלמן; עו"ד ליטל בן דוד-שאול

החלטה

בקשה לאישור תובענה ייצוגית בטענה כי המשיבה שולחת דברי פרסומת תוך הפרה של סעיף 30א לחוק התקשורת (בזק ושידורים), התשמ"ב-1982 ("חוק התקשורת").

רקע

1. העובדות בעיקרן אינן שנויות במחלוקת. המשיבה היא חברה המחזיקה ברשת המסעדות המוכרת בשם "בנדיקט" (חלק מהסניפים באמצעות זכיינים). המבקש הוא עורך דין במקצועו. המשיבה מפעילה מועדון חברים המוכנה "מועדון ארוחת הבוקר", אשר ניתן להצטרף אליו במסעדות הרשת בלבד. ההצטרפות למועדון כרוכה בתשלום של 75 ש"ח, והיא מקנה לחבר הטבות שונות במסעדות הרשת.
2. ביום 12.1.2019 סעד המבקש באחת ממסעדות הרשת, ובאותו מעמד רכש חברות במועדון תמורת סך של 75 ש"ח. לצורך הרישום הוריד המבקש לטלפון הנייד שלו את היישומון (אפליקציה) של המשיבה, וביצע שם את הליך הרישום. במסגרת תהליך ההרשמה, מילא המבקש מספר שדות הכוללים פרטים אישיים שלו, לרבות מספר טלפון וכתובת דואר אלקטרוני, וכן סימן V בשורה "אני מסכים לתקנון". לטענת המשיבה, המילה "תקנון" משמשת כקישור, אשר לחיצה עליו פותחת את התקנון.



בית המשפט המחוזי מרכז-לוד

ת"צ 18220-12-22 שחר נ' בוקר טוב ישראל בע"מ

תיק חיצוני:

3. המבקש צירף לבקשת האישור עותק של תקנון מועדון החברים של המשיבה ("התקנון"), אולם לטענת המשיבה העותק שמצורף הוא של התקנון שהיה בתוקף החל מיום 1.8.2022 ("התקנון החדש"), ואילו קודם לכן, לרבות במועד בו הצטרף המבקש, היה בתוקף תקנון אחר ("התקנון הקודם").

4. בבקשת האישור טוען המבקש, כי על אף שהוא לא אישר למשיבה בשום שלב לשלוח לו דברי פרסומת, נשלחו אליו ביום 21.1.2019 וביום 31.7.2019 שני מסרונים הכוללים פרסומת. לטענת המבקש, למיטב זיכרונו הוא ביקש להסיר את עצמו מרשימת התפוצה באמצעות קישור שצורף לאחד מהמסרונים, ובמשך כשלוש שנים נמנעה המשיבה מלשלוח לו דברי פרסומת. אולם, ביום 10.8.2022 שלחה לו המשיבה שוב מסרון הכולל פרסומת. בעקבות קבלת מסרון זה, ביצע המבקש בדיקה וגילה כי במהלך התקופה שלחה לו המשיבה 45 הודעות דואר אלקטרוני הכוללות דברי פרסומת. המבקש ציין, כי הודעות אלו נשלחו לכתובת דואר אלקטרוני פרטית שהוא לא נהג לעשות בה שימוש, ולפיכך היה פחות חשוף להן.

5. ביום 24.8.2022 פנה המבקש אל המשיבה בפנייה מקדימה באמצעות באי כוחו. בתגובתה לפנייה טענה המשיבה כי פעלה בהתאם לדין, בהתבסס בין היתר על התקנון שאושר על ידי המבקש עם הצטרפותו למועדון. נפרט אפוא מעט לגבי מה שנקבע בתקנון בהקשר זה.

התקנון הקודם: התקנון (נספח 2 לתגובה לבקשת האישור) כולל מעט יותר מארבעה עמודים. תחת הכותרת "תקשורת שיווקית ופרסומים" (המצויה בעמוד הראשון) מופיעים כמה סעיפים הרלוונטיים לענייננו:

3. מובהר, כי הצטרפות הלקוח כחבר במועדון הלקוחות של הרשת, ומסירת פרטי דואר אלקטרוני וטלפון סלולארי לחברה, יהווה הסכמה של הלקוח לקבלת, פרסומות, הודעות וחומר שיווקי שהרשת מפיצה ו/או תפיץ בעתיד, הכל בהתאם לתיקון מס' 40 לחוק התקשורת (בזק ושידורים), התשס"ח-2008, וזאת באשר למבצעים, הנחות והטבות בלעדיות המוענקים ו/או יוענקו בעתיד לחברי המועדון, באמצעות הודעות דואר אלקטרוני או SMS שישלחו ישירות למחשבו או למכשירו הסלולארי של הלקוח, ולהיכלל לשם כך ברשימת תפוצת חברי המועדון של הרשת.

...

5. לקוח אשר אינו מעוניין להיכלל ברשימת התפוצה לשם קבלת שרות משלוח ההודעות SMS יפנה לחברה בכתב בבקשה להסיר עצמו מהרשימה.



בית המשפט המחוזי מרכז-לוד

ת"צ 18220-12-22 שחר נ' בוקר טוב ישראל בע"מ

תיק חיצוני:

6. לקוח אשר אינו מעוניין להיכלל ברשימת התפוצה לשם קבלת שירות משלוח הודעות דואר אלקטרוני, עליו להקליק להסרת כתובתו במקום המיועד לכך בהודעת הדואר האלקטרוני.

התקנון החדש: התקנון (נספח 5 לבקשת האישור) כולל כחמישה עמודים. סעיף 3.7 לתקנון (המופיע בפרק הנושא את הכותרת "הצטרפות למועדון ותנאי החברות בו") קובע כך:

"מובהר כי עם חתימתו על טופס הצטרפות, ותשלום דמי חבר, במידה וקיימים, ועם מילוי פרטי התקשרות, באפשרות הלקוח לתת את הסכמתו המפורשת לקבלת חומר פרסומי, לרבות אך לא רק הודעות ועדכונים, מאת הרשת או מי מטעמה וזאת באמצעות פרטי ההתקשרות השונים של הלקוח שימולאו בטופס ההצטרפות. חבר המועדון רשאי, בכל עת, להודיע לרשת על סירובו לקבל דברי פרסומת, דרך כלל או מסוג מסוים, ולחזור בו מהסכמתו, ככל שניתנה; הודעה כאמור לא תהיה כרוכה בתשלום, למעט עלות משלוח ההודעה, ותינתן בכתב או בדרך שבה שוגר דבר הפרסומת, לפי בחירת חבר המועדון".

סעיף 8 לתקנון, הנושא את הכותרת "מדיניות פרטיות", מאגר מידע ודיוור ישיר", קובע כי מסירת הפרטים האישיים כפופה למסמך מדיניות הפרטיות של המשיבה, ומופיע קישור למסמך זה. במסמך מדיניות הפרטיות (נספח 6 לבקשת האישור) נכתב, כי המשתמש מאשר קבלת דברי פרסומת.

להשלמת התמונה נציין, כי אין חולק שכיום, במסגרת ההצטרפות למועדון מאשר הלקוח, באופן ספציפי ומפורש, קבלת חומר פרסומי (ת/1), וככל שהוא לא מאשר זאת לא נשלח לו חומר כזה. בחקירתו טען המצהיר מטעם המשיבה כי השינוי נעשה כבר ביום 1.8.2022 (הוא המועד בו הוחלף התקנון), כתוצאה מהחלפת ספק וללא קשר להגשת בקשת האישור (עמ' 17 לפרוטוקול).

בקשת האישור

6. לאחר שטענות המשיבה בתגובתה לפנייה המוקדמת לא הניחו את דעתו של המבקש, הוא הגיש ביום 8.12.2022 את בקשת האישור. במסגרת הבקשה נטען כי המשיבה מפרה את הוראות סעיף 30א לחוק התקשורת. הקבוצה שהמבקש מבקש לייצג הוגדרה בבקשת האישור כך:

"כל האנשים שקיבלו מהמשיבה, בשבע השנים האחרונות, דבר פרסומת בניגוד להוראות סעיף 30א לחוק התקשורת (בזק ושירותים), תשמ"ב-1982, וכתוצאה מכך נגרם להם נזק".



בית המשפט המחוזי מרכז-לוד

ת"צ 18220-12-22 שחר נ' בוקר טוב ישראל בע"מ

תיק חיצוני:

על פי הנטען בבקשת האישור, הפרות המשיבה מתבטאות בראש ובראשונה בכך שהיא שלחה דברי פרסומת בלא לקבל את הסכמתו מראש של הנמען, כנדרש לפי סעיף 30א(ב) לחוק התקשורת ובלא שהתקיים החריג הקבוע בסעיף 30א(ג) לחוק. בהקשר זה טוען המבקש, כי אישור התקנון באופן בו נעשה אינו עולה כדי מתן הסכמה מפורשת כנדרש על פי החוק, ואינו מקיים גם את התנאים הקבועים בסעיף 30א(ג) לחוק.

בנוסף, טוען המבקש כי הודעות הפרסומת ששלחה המשיבה – ולמצער חלקן – לא ענו על הדרישות הצורניות הנדרשות לפי סעיף 30א(ה) לחוק התקשורת: לא נכתבה בכותרת ההודעה המילה "פרסומת"; לא צוינו דרכי יצירת קשר עם המשיבה לשם הפסקת קבלת דברי פרסומת; ולא ניתנה אפשרות הסרה באמצעות מסרון חוזר.

7. לטענת המבקש התנהלות המשיבה עולה כדי הפרה של סעיף 30א לחוק התקשורת, וכן מקימה עילות נוספות של פגיעה בפרטיות, הפרת חובה חקוקה, רשלנות ועשיית עושר ולא במשפט. במישור הסעדים, עותר המבקש לצווים שמטרתם להביא להפסקת הפרת הדין הנטענת על ידי המשיבה, וכן לפיצוי כספי לחברי הקבוצה. בהקשר זה טוען המבקש כי יש לפצות את חברי הקבוצה בסכום של 100 ש"ח עבור כל דבר פרסומת שנשלח במסרון ובסכום של 10 ש"ח עבור כל דבר פרסומת שנשלח בהודעת דואר אלקטרוני. המבקש העריך את גובה הפיצוי הכולל בסכום של 6,000,000 ש"ח.

8. בתגובתה לבקשת האישור טענה המשיבה כי אין ממש בטענות המבקש כי היא הפרה את הוראות חוק התקשורת, ומכל מקום לא מתקיימים התנאים לאישור תובענה ייצוגית הקבועים בחוק תובענות ייצוגיות, התשס"ו-2006 ("חוק תובענות ייצוגיות").

9. לטענת המשיבה, אישור התקנון על ידי הלקוחות עולה כדי מתן הסכמה לשליחת ההודעות, כנדרש לפי סעיף 30א(ב) לחוק התקשורת, וכן מתקיימים התנאים המתירים שליחת דברי פרסומת בהתאם לסעיף 30א(ג) לחוק. במהלך הדיון בהליך הבהירה המשיבה, כי טענתה העיקרית היא להתקיימות התנאים הקבועים בסעיף 30א(ג) לחוק. עוד הדגישה המשיבה, כי ברגע שהמבקש ביקש שיסירו אותו מרשימת התפוצה (בשנת 2022), הוא הוסר ולא קיבל הודעה כלשהי. לטענת המשיבה, אין ממש בטענת המבקש כי הוא ביקש הסרה באמצעות לחיצה על קישור בשנת 2019.

המשיבה חולקת על הטענה להפרה של הדרישות הצורניות הקבועות בסעיף 30א(ה) לחוק התקשורת, וסבורה כי גם אם נפלו תקלות בחלק מההודעות שנשלחו, הרי שמדובר בתקלות הנובעות מטעות אנוש שאינן מצדיקות אישור של תובענה ייצוגית.

הדיון בהליך

10. בקשת האישור נתמכה בתצהירו של המבקש. תגובת המשיבה נתמכה בתצהירו של מר אלון פאר, דירקטור ובעל מניות במשיבה. בהמשך הגישה המשיבה, לאחר קבלת רשות, שלושה תצהירים



בית המשפט המחוזי מרכז-לוד

ת"צ 18220-12-22 שחר נ' בוקר טוב ישראל בע"מ

תיק חיצוני:

קצרים נוספים של שלושה גורמים אשר סיפקו שירותי רישום למועדון הלקוחות, ואשר נועדו לתמוך בטענותיה לגבי הפעולות שבוצעו על ידי המבקש.

לאחר שהעדים נחקרו, הגישו הצדדים סיכומים בכתב, וכן נקבע דיון לצורך השלמת סיכומים בעל פה ועל מנת לנסות להביא את הצדדים לידי הסכמה, ניסיון שלא עלה יפה. לאחר שהוגשו סיכומי המשיבה, הגיש המבקש בקשה למחיקת חלק מהסעיפים בסיכומי המשיבה ולהוצאת נספחים שצורפו להם, בטענה להרחבת חזית אסורה. לאחר שמיעת הערות בית המשפט, התקבלה הבקשה בחלקה בהסכמה, והמשיבה הגישה סיכומים מתוקנים. למותר לומר, כי אתייחס לסיכומים המתוקנים בלבד.

דיון והכרעה

11. חוק תובענות ייצוגיות כולל מספר תנאים אשר בהתקיימם רשאי בית המשפט לאשר תובענה כייצוגית. ראשית, נדרש כי התובענה תעסוק בעניין המנוי בתוספת השנייה לחוק, או בעניין שנקבע בחוק שניתן להגיש בו תובענה ייצוגית (סעיף 3(א) לחוק תובענות ייצוגיות). אין חולק כי ענייננו נכנס לתחולתו של פרט 12 לתוספת השנייה לחוק תובענות ייצוגיות. שנית, נדרש כי למבקש תהיה עילה אישית בתובענה (סעיף 4(א) לחוק תובענות ייצוגיות). שלישית, נדרש כי התובענה תמלא אחר התנאים הקבועים בסעיף 8(א) לחוק תובענות ייצוגיות.

12. הפסיקה עמדה על כך שהנטל המוטל על המבקש בשלב בקשת האישור אינו מוגבל למישור המשפטי, אלא עליו להראות כי יש לטענותיו גם בסיס ראיתי. עם זאת, הנטל אינו זהה לזה המונח על כתפיו של תובע בהליך אזרחי בסוף ההליך, ודי שהמבקש יראה כי קיימת "אפשרות סבירה" שהשאלות השנויות במחלוקת יוכרעו לטובת הקבוצה (ראו למשל, ע"א 8037/06 **ברזילי נ' פריניר (הדס 1987) בע"מ**, פסקה 22 (4.9.2011) ("עניין ברזילי"); רע"א 729/04 **מדינת ישראל נ' קו מחשבה בע"מ**, פסקה 10 (26.4.2010); רע"א 2128/09 **הפניקס חברה לביטוח בע"מ נ' עמוסי**, פסקה 12 (5.7.2012)).

בענייננו, כמעט ואין מחלוקת עובדתיות בין הצדדים (ראו, פסקה 24 לסיכומי המשיבה), ועיקר המחלוקת בשלב הנוכחי היא במישור המשפטי. בטרם נידרש לשאלות השנויות במחלוקת, נקדים מספר מילים בקשר לעילת התביעה בה עסקינן.

13. סעיף 30א(ב) לחוק התקשורת קובע כך:

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



בית המשפט המחוזי מרכז-לוד

ת"צ 18220-12-22 שחר נ' בוקר טוב ישראל בע"מ

תיק חיצוני:

הסעיף אוסר, אפוא, על שליחת דברי פרסומת בדרכים המנויות בו, בלא קבלת הסכמה מפורשת מראש של הנמען. לצד זאת, נקבעו בחוק דרכים נוספות שבהתקיים תנאיהן מותר למפרסם לשלוח דברי פרסומת. לענייננו, רלוונטי המסלול הקבוע בסעיף 30א(ג) לחוק, העוסק במקרה בו ניתנה לנמען הודעה מראש על כוונה לשלוח לו דברי פרסומת, ולהלן נידרש ביתר פירוט לתנאיו.

אין מחלוקת בענייננו על כך שמתקיימים התנאים הקבועים בסעיף 30א(ב) לחוק התקשורת, למעט לעניין תנאי ההסכמה. היינו, אין מחלוקת שהמשיבה היא בגדר "מפרסם", כי ההודעות שבגינן הוגשה בקשת האישור הן "דבר פרסומת" וכי הודעות אלו שוגרו על ידי המשיבה בדרכים המנויות בסעיף. המחלוקת העיקרית (גם אם לא היחידה) בין הצדדים היא מה המשמעות של אישור התקנון על ידי המבקש (ויתר חברי הקבוצה) במהלך ההצטרפות למועדון. לגישתה של המשיבה, פעולה זו עונה על תנאי ההסכמה הקבוע בסעיף 30א(ב) לחוק, וכן היא נחשבת למתן הודעה לפי סעיף 30א(ג) לחוק. לעומת זאת, המבקש סבור כי אישור התקנון באופן בו הוא נעשה אינו עונה על הדרישות לפי הסעיפים האמורים. בנוסף, יש בין הצדדים מחלוקת בנוגע לשאלת עמידתה של המשיבה בדרישות הצורניות של דבר פרסומת, לפי סעיף 30א(ה) לחוק התקשורת; האם ניתנה אפשרות הסרה כנדרש בסעיף 30א(ד) לחוק; האם הוכחה קיומה של קבוצה; האם מתקיימים התנאים לאישור תובענה ייצוגית; וכדומה.

נפנה לבחון את השאלות השנויות במחלוקת.

האם אישור התקנון מהווה הסכמה בהתאם לסעיף 30א(ב) לחוק התקשורת?

14. אין מחלוקת, כי לקוח הנרשם למועדון נדרש לאשר את התקנון באמצעות סימון V ליד המילים "אני מסכים לתקנון". אין במסך האישור פרטים כלשהם על תוכן התקנון. לטענת המשיבה, המילה "תקנון" במשפט האמור משמשת כקישור, אשר ניתן ללחוץ עליו ואז נפתח התקנון. ככל שעסקינן בתקנון הקודם, מופיעה בתוך התקנון הסכמה לקבלת דברי פרסומת. בתקנון החדש מופיע טקסט המתייחס לאפשרות ליתן הסכמה כאמור, אולם הוא עצמו אינו כולל הסכמה כזו (ייתכן שההסבר לכך מצוי בטענת מר פאר, המצהיר מטעם המשיבה, אשר הועלתה אומנם לראשונה בחקירתו, כי במועד בו הוזן במערכת התקנון החדש החלה להופיע במסך הרישום רובריקה הדורשת אישור ברור ומפורש של הלקוח לקבלת דברי פרסומת, וממילא לא היה צורך במתן האישור בתקנון).

15. מכל מקום, לצורך ענייננו נניח כי התקנון הרלוונטי הוא התקנון הקודם, הכולל בתוכו אישור מפורש לקבלת דברי פרסומת. השאלה שמתעוררת היא האם אישור מקוון של התקנון בלא שהלקוח נדרש לפתוח אותו כחלק מתהליך האישור (להלן גם – "אישור על דרך ההפניה") עונה על הדרישה בסעיף 30א(ב) לחוק התקשורת, לקבלת "הסכמה מפורשת מראש של הנמען, בכתב, לרבות בהודעה אלקטרונית או בשיחה מוקלטת". לדעתי, התשובה היא בשלילה.



בית המשפט המחוזי מרכז-לוד

ת"צ 18220-12-22 שחר נ' בוקר טוב ישראל בע"מ

תיק חיצוני:

בת"צ (מחוזי מרכז) 1380-02-22 **שמילוביץ נ' בנק דיסקונט לישראל בע"מ** (25.2.2024) ("עניין **שמילוביץ**"; ערעור לבית המשפט העליון נדחה בהסכמה, לאור המלצת בית המשפט: ע"א (3757/24) ציין בית משפט זה (השופט גיא שני) כי "עד כה טרם נפסקה הלכה ברורה בשאלה אם, ומתי, הפניה לתקנון הכולל סעיף של הסכמה לקבלת דברי פרסומת, יכול שתיחשב 'הסכמה מפורשת' לצורך הוראת סעיף 30א(ב) לחוק התקשורת" (פסקה 16 לפסק הדין). בית המשפט נמנע מלהכריע בשאלה זו, אולם כפי שהוא ציין הגישה הרווחת בפסיקת הערכאות הדיוניות היא שאישור תקנון על דרך ההפניה אינו עונה על דרישת הסעיף (ראו האסמכתאות שם).

16. לדעתי, אישור מקוון של תקנון הכולל הסכמה לקבלת דברי פרסומת, כאשר בשלב ביצוע פעולת האישור התקנון אינו פתוח בפני הלקוח (גם אם ביכולתו לפתוח אותו) ובמסך האישור אין התייחסות לתוכן התקנון, אינו יכול להיחשב להסכמה לעניין סעיף 30א(ב) לחוק התקשורת. החוק אינו מסתפק בקבלת הסכמה שתהיה תקפה במישור החוזי, אלא דורש כי תינתן "הסכמה **מפורשת** מראש של הנמען..." (ההדגשה הוספה). גם אם אניח כי במישור החוזי ניתן היה להכיר בתוקפה של תניה מעין זו כאשר היא מאושרת על דרך ההפניה (ואיני מכריע בשאלה זו), הרי שאין די בכך נוכח הדרישה בחוק לקבלת הסכמה **מפורשת**. דרישה זו נועדה לצמצם את המקרים בהם ייקבע כי ניתנה הסכמה לקבלת דברי פרסומת, ולמנוע יישום של דוקטרינות מרחיבות בסוגיית ההסכמה.

הדרישה לקבלת הסכמה מפורשת מחייבת, מטבע הדברים, כי הטקסט המביע את ההסכמה ינוסח במילים ברורות וחד משמעיות. אולם, לדעתי בכך לא מתמצה היקפה של דרישה זו, ויש להחילה גם במישור מודעותו של הנמען לטקסט זה, במועד בו ניתנה ההסכמה. כנגזרת מכך, אין לקבל את העמדה כי דרישת ההסכמה עשויה להתמלא כאשר האישור ניתן על דרך הפניה למסמך הכולל את ההסכמה (כגון תקנון), בלא שיש בטקסט המפנה רמז לכך שהמסמך עוסק בנושא של שליחת דברי פרסומת, וכאשר מסמך זה אינו פתוח במועד מתן האישור.

שאלה אחרת, שאין צורך להרחיב לגביה, היא מה הדין כאשר הנמען חותם ממש – שלא על דרך ההפניה – על תקנון (או מסמך דומה) רחב היקף, הכולל גם הסכמה לקבלת דברי פרסומת, אולם הסכמה זו אינה מודגשת והדעת נותנת כי מרבית החותמים אינם ערים לה. איננו נדרשים להכריע בשאלה זו, ודי בכך שנקבע כי אישור המסמך על דרך ההפניה אינו עונה על דרישת ההסכמה המפורשת הקבועה בסעיף 30א(ב) לחוק התקשורת.

לא למותר להדגיש, כי אין מדובר בדרישה מכבידה מבחינתו של העוסק שומר החוק. כל אשר נדרש העוסק לעשות הוא להכניס לתהליך הרישום אפשרות כי הלקוח יסמן הסכמה לטקסט הכולל אישור מפורש לשליחת דברי פרסומת. אישור זאת הלקוח – יהיה העוסק רשאי לשלוח לו דברי פרסומת (תוך עמידה ביתר תנאי החוק). לא אישור – יימנע העוסק מלעשות זאת. כאמור לעיל, כך נוהגת המשיבה כיום (לטענתה, מבלי קשר להגשת בקשת האישור).



בית המשפט המחוזי מרכז-לוד

ת"צ 18220-12-22 שחר נ' בוקר טוב ישראל בע"מ

תיק חיצוני:

17. המשיבה שמה דגש רב בטיעוניה על כך שדברי הפרסומת נשלחו למבקש לאחר שהוא בחר להירשם למועדון של המשיבה. בהקשר זה מדגישה המשיבה, כי הרישום למועדון כרוך בתשלום ממשי (75 ש"ח), כך שרק מי שמוצא ערך בחברות במועדון ובקבלת ההטבות מהמשיבה צפוי לעשות זאת. אולם, העובדה שאדם נרשם למועדון אין פירושה, מיניה וביה, כי הוא הסכים לקבל ממנו דברי פרסומת, ובוודאי שהדבר אינו מלמד על מתן הסכמה מפורשת לכך. גם אם הרישום מלמד שהלקוח רואה באופן חיובי את השירות הניתן על ידי הגוף העסקי המפעיל את המועדון, אין בכך בהכרח כדי לומר כי הוא מסכים לקבל ממנו דברי פרסומת. עם זאת, לעובדה שדברי הפרסומת נשלחו לחברי מועדון, ולא לקבוצה אקראית, עשויה להיות השלכה על שאלת הנזק והקבוצה, ונידרש לכך בהמשך.

18. בענייננו, לטענת המבקש, אשר נראה כי אינה שנויה במחלוקת ומכל מקום לא מצאתי להטיל בה ספק, הוא לא פתח את התקנון כאשר הוא נרשם למועדון. יש להניח כי כך נוהגים חלק לא מבוטל, אם לא למעלה מכך, של אלו שנרשמים למועדון, ונזכיר כי הרישום יכול להיעשות רק במהלך השהות במסעדות הרשת (ולא מהבית). לפיכך, סבורני שישנה אפשרות סבירה כי ייקבע שלא התקיימה דרישת ההסכמה המפורשת לפי סעיף 30א(ב) לחוק התקשורת.

האם התקיימו תנאיו של סעיף 30א(ג) לחוק התקשורת?

19. לטענת המשיבה, גם אם לא ניתנה הסכמה מפורשת של המבקש לקבלת דברי פרסומת, הרי שהיא הייתה רשאית לשלוח לו אותם מכוח סעיף 30א(ג) לחוק התקשורת, הקובע כך:

"על אף הוראות סעיף קטן (ב), רשאי מפרסם לשגר דבר פרסומת כאמור באותו סעיף קטן אף אם לא התקבלה הסכמת הנמען, בהתקיים כל אלה:

- (1) הנמען מסר את פרטיו למפרסם במהלך רכישה של מוצר או שירות, או במהלך משא ומתן לרכישה כאמור, והמפרסם הודיע לו כי הפרטים שמסר ישמשו לצורך משלוח דבר פרסומת מטעמו, באחת הדרכים האמורות בסעיף קטן (ב);
- (2) המפרסם נתן לנמען הזדמנות להודיע לו כי הוא מסרב לקבל דברי פרסומת כאמור, דרך כלל או מסוג מסוים, והנמען לא עשה כן;
- (3) דבר הפרסומת מתייחס למוצר או לשירות מסוג דומה למוצר או לשירות האמורים בפסקה (1)."

סעיף 30א(ג) לחוק התקשורת יוצר מסלול חלופי המייתר את הדרישה לקבלת הסכמת הנמען. יסודות הסעיף נותחו בהרחבה בפסק דינו של בית המשפט העליון בע"א 534/17 **לפיד נ' סלקום ישראל בע"מ** ("עניין לפיד"). בית המשפט עמד על כך שבעוד שככלל ההסדר שאימץ הדין



בית המשפט המחוזי מרכז-לוד

ת"צ 18220-12-22 שחר נ' בוקר טוב ישראל בע"מ

תיק חיצוני:

הישראלי מחייב הסכמה פוזיטיבית של הנמען לקבלת דברי פרסומת (Opt-in), הרי שסעיף 30א(ג) לחוק התקשורת יוצר חריג, שמאפשר בנסיבות מסוימות שליחת דברי פרסומת אלא אם הנמען מסרב לכך (Opt-out). החריג כולל ארבעה תנאים (פסקה 21 לפסק הדין):

האחד, כי הנמען מסר את פרטיו מרצונו במהלך התקשרות או משא ומתן להתקשרות עם העוסק-השולח; **השני**, כי נמסרה ללקוח הודעה שבכוונת העוסק לכלול אותו ברשימת התפוצה של דברי הפרסומת ("תנאי ההודעה", כלשון בית המשפט בעניין לפיד). **השלישי**, כי ללקוח ניתנה הזדמנות לסרב להיכלל ברשימת התפוצה, והוא לא ניצל אותה ("תנאי הזדמנות הסירוב"); **הרביעי**, כי דבר הפרסומת מתייחס למוצר או שירות דומה לזה שבעניינו מסר הלקוח את פרטיו.

הנטל להוכיח כי התקיימו תנאיו של סעיף 30א(ג) לחוק התקשורת מוטל על המפרסם (רע"א 4704/20 בן-עמי נ' FACEBOOK IRELAND LTD, פסקה 17 (9.2.2021) ("עניין בן-עמי")), ובענייננו על המשיבה. אין חולק כי המשיבה עומדת בתנאים הראשון והרביעי, והמחלוקת היא האם מתקיימים התנאים השני והשלישי.

20. התנאי השני דורש כי תימסר ללקוח הודעה על כך שבכוונת העוסק לשלוח לו דברי פרסומת. בעניין **שמילוביץ** דחה בית המשפט את הטענה כי ההודעה צריכה להימסר באחת מהדרכים המנויות בסעיף 30א(ב) לחוק התקשורת, היינו באמצעות פקסימיליה, מערכת חיוג אוטומטי, הודעה אלקטרונית או הודעת מסר קצר (פסקאות 24-25 לפסק הדין). כלומר, אין דרך מסוימת בה צריכה להינתן ההודעה. עם זאת, נקבע כי "... דרך מסירת ההודעה צריכה להיות הולמת ותואמת את תכלית היידוע", וכי "בכגון דא יש לבחון כל מקרה לפי נסיבותיו" (פסקה 26 לפסק הדין). כלומר, דרך מתן ההודעה אינה צריכה לעמוד בדרישות צורניות-פורמאליות, אלא עליה לעמוד בתנאי מהותי של מסירת הודעה באופן שיש בו כדי להגשים את התכלית של יידוע הלקוח על כוונת העוסק לשלוח לו דברי פרסומת ("**תכלית היידוע**"). לצד זאת, יש להזכיר כי הנטל להוכיח את התקיימות התנאי מוטל על העוסק, וממילא טוב יעשה אם יתעד את מסירת ההודעה באופן מסודר.

21. בענייננו, סבורני שלא ניתן לראות באישור התקנון על דרך ההפניה משום מתן הודעה כנדרש לפי סעיף 30א(ג) לחוק התקשורת, שכן פעולה זו אינה מגשימה את תכלית היידוע. כפי שפורט לעיל, בזמן הרישום למועדון נדרש הלקוח לאשר כי קרא את התקנון, וזאת מבלי שהוא נדרש לפתוח את התקנון (הגם שהוא יכול לעשות זאת). לא יאה זה חידוש גדול להניח, כי במרבית המקרים בהם לקוחות נדרשים במסגרת רישום למועדון או לאתר אינטרנט לאשר את הסכמתם לתקנון הם עושים זאת מבלי לקרוא אותו (ובוודאי שהנחה כזו עולה כדי "אפשרות סבירה", כנדרש בשלב הדיוני הנוכחי). זאת, גם אם האישור כולל הצהרה של הלקוח כי הוא קרא את התקנון (ובענייננו אין בו הצהרה כזו). כאמור לעיל, השאלה אינה תוקפו החוזי של התקנון במקרה כזה, אלא האם הוא מקיים את הדרישות הרלוונטיות בסעיף 30א לחוק התקשורת. התכלית של תנאי



בית המשפט המחוזי מרכז-לוד

ת"צ 18220-12-22 שחר נ' בוקר טוב ישראל בע"מ

תיק חיצוני:

ההודעה, כפי שנקבע בעניין **שמילוביץ**, היא יידוע הלקוח על הכוונה לשלוח לו דברי פרסומת. אישור תקנון המתייחס לשליחת דברי פרסומת על דרך ההפניה, בלא שיש בהפניה רמז לכך שהתקנון מתייחס לשליחת דברי פרסומת, אינו משרת את תכלית היידוע, ואינו יכול להיחשב כמתן הודעה לפי סעיף 30א(ג) לחוק התקשורת.

על האמור יש להוסיף, כי ההתייחסות לשליחת דברי פרסומת בתקנון אינה מודגשת, והיא עלולה להיבלע בין כלל הנושאים אשר התקנון מתייחס אליהם. אכן, עצם העובדה שהמסמך כולל התייחסות לנושאים נוספים אינה שוללת, מיניה וביה, את האפשרות לראות אותו כמקיים את תנאי ההודעה. כפי שנקבע בעניין **שמילוביץ**, "אין מקום לקביעה גורפת ודווקנית, שלפיה ההודעה לא יכולה לכלול גם פרטי מידע נוספים, מעבר לנושא של שיגור מסרים שיווקיים" (פסקה 30 לפסק הדין). אולם, מכך לא עולה שאין כל חשיבות לאופן בו מוצגת ההודעה במסמך הנמסר ללקוח. הכלל המנחה שנקבע בעניין **שמילוביץ** הוא כי על ההודעה להגשים את תכלית היידוע. בהקשר זה עשויה להיות חשיבות לנתונים שונים, לרבות לשאלה כיצד מוצגת ההודעה במסגרת המסמך בו היא נמסרת – כמה פרטים יש במסמך מלבד ההודעה; האם ההודעה מודגשת; וכדומה. כלומר, העובדה שההודעה נמסרה במסגרת מסמך הכולל התייחסות לנושאים נוספים אינה שוללת באופן גורף הסתמכות עליה, אולם עשוי להיות לכך משקל מסוים במסגרת הקביעה האם ניתנה הודעה כנדרש. בענייננו, נתון זה מצטרף לקושי הטמון בכך שהתקנון כלל לא נמסר ללקוח, אלא אושר על ידו על דרך ההפניה.

22. המשיבה מפנה למספר פסקי דין בהם ניאותרו בתי המשפט להכיר בהתקיימות תנאי ההודעה, בנסיבות אשר לשיטתה מזכירות את המקרה הנוכחי, ואולי אף חמורות ממנו. נבחן טענות אלו.

בראש ובראשונה מפנה המשיבה לעניין **לפיז**. לטענת המשיבה, בפסק דין זה נקבע כי המשיבה באותרו הליך, חברת "סלקום", עמדה בתנאי ההודעה, על אף שההודעה נכללה בחוברת "תנאים כלליים להתחברות לרשת סלקום". אולם, כפי שאף המשיבה מציינת, הדיון בעניין **לפיז** כלל לא נסוב סביב אופן מסירת ההודעה, אלא סביב שאלת עיתוי מסירתה (האם נדרש כי ההודעה תימסר קודם למסירת הפרטים על ידי הלקוח, או שהיא עשויה להימסר לאחר מכן). לפיכך, לא ניתן להסיק מפסק דינו של בית המשפט העליון דבר בכל הנוגע לסוגיה שעל הפרק.

המשיבה מפנה להחלטת בית המשפט המחוזי בסוגיית האישור (ת"צ (מחוזי ת"א) 29751-07-14 **לפיז נ' סלקום ישראל בע"מ** (18.12.2016)), אשר לטענתה אושרה במשתמע על ידי בית המשפט העליון. איני סבור שניתן לראות בדחיית הערעור משום "אישור משתמע" של האמור בהחלטת בית המשפט המחוזי בסוגיית אופן מתן ההודעה, ולו בשל כך שמפסק הדין נראה כי לא הועלתה טענה בעניין זה על ידי המערער. מכל מקום, מעיון בהחלטת בית המשפט המחוזי סבורני שלא ניתן למצוא בה את מה שהמשיבה מבקשת למצוא בה, ובעיקר לא ניתן למצוא בה קביעה כי



בית המשפט המחוזי מרכז-לוד

ת"צ 18220-12-22 שחר נ' בוקר טוב ישראל בע"מ

תיק חיצוני:

אישור מסמך המתייחס לשליחת דברי פרסומת על דרך ההפניה עשוי לקיים את תנאי ההודעה. אדרבה, מההחלטה נראה כי היא מבוססת בעיקרה על התרשמות בית המשפט כי סלקום הודיעה ללקוחותה, באופן מודגש, כי היא רשאית לשלוח להם דברי פרסומת, לרבות על דרך התייחסות לכך בחשבוניות הנשלחות ללקוחות (פסקאות 23-25 להחלטה).

23. עוד מפנה המשיבה לפסק דינו של בית המשפט העליון בעניין **בן-עמי**. לטענתה, גם במקרה זה נקבע שהתקיים תנאי ההודעה, על אף שההודעה נכללה במסגרת חוברת תנאי השימוש של חברת "פייסבוק". מעיון בפסק הדין עולה, כי בית המשפט לא נדרש לעומקה של השאלה מתי מתקיים תנאי ההודעה, אלא ציין כי מדובר בקביעה עובדתית של בית המשפט לתביעות קטנות המעוגנת בעובדות ואין מקום להתערב בה (פסקה 18 לפסק הדין). מעיון בפסק הדין של בית המשפט לתביעות קטנות (ת"ק (תביעות קטנות קריות) 75223-01-19 **בן-עמי נ' Facebook Ireland Ltd** (15.3.2020)) עולה, כי לצד ההתייחסות לאישור תנאי השימוש, בית המשפט קבע ממצאים על יסוד התנהלותו הקונקרטית של התובע באותו עניין. היינו, הקביעה כי התקיים תנאי הידיעה מעוגנת בנסיבות העובדתיות הספציפיות של אותו מקרה, ואין לראות בה משום קביעה עקרונית בשאלה האם אישור על דרך ההפניה עשוי לקיים את תנאי ההודעה.

24. פסק דין נוסף אשר המשיבה מפנה אליו הוא ת"צ (מחוזי ת"א) 64880-02-18 **הראל נ' פאנקו גרופ בע"מ** (25.7.2021). אולם, הגם שפסק הדין מתייחס גם לנושא של אישור הסכם מקוון, עולה ממנו כי הנימוק העיקרי שבגיניו נקבע כי התקיים תנאי ההודעה הוא העובדה שהמשיבה שם הודיעה על כוונתה לשלוח דברי פרסומת **במסך ההרשמה עצמו** (פסקאות 83 ו-86 לפסק הדין). יתרה מזו, בית המשפט אף מציין כי המבקש שם כלל לא טען כי ההודעה לא הובאה בפניו, אלא התייחס רק לגודל האותיות (פסקה 87 לפסק הדין). ממילא, ברי כי לא ניתן למצוא בפסק דין זה אישור לעמדת המשיבה.

25. פסק הדין האחרון שהמשיבה מפנה אליו בהקשר זה הוא עניין **שמילוביץ**, בו קבע בית המשפט כי "מסמך יידוע" הכולל התייחסות לעניינים נוספים עונה על תנאי ההודעה. באותו עניין מדובר היה במסמך שנשלח על ידי המשיב שם, בנק דיסקונט בע"מ, ל"אזור האיש" של הלקוחות באתר האינטרנט של הבנק. הסוגיה שעלתה שם לא התייחסה לאישור מסמך על דרך ההפניה, אלא לשאלה כיצד יש להתייחס לשליחת מסמך ל"אזור האיש" של הלקוחות. מכל מקום, לא ניתן למצוא בפסק הדין אישור לעמדת המשיבה, ושמה אף ההיפך.

מעיון בפסק הדין עולה שבית המשפט ייחס משקל מכריע לכך שמדובר היה בדרך שהלקוח בחר בה כדי לקבל הודעות מהבנק. כפי שציין בית המשפט, "נחה דעתי כי המשיב שלח את מסמך היידוע **באופן שבו ביקשו הלקוחות לקבל הודעות מן הבנק** [ההדגשה במקור – א' ס']; ומשכך, איני סבור כי נפל פגם מבחינה זו... אם הלקוח הסכים לקבל הודעות מהבנק באמצעות דואר לאזור האיש, ואם דרך זו משמשת אמצעי לגיטימי לתקשורת בין הבנק לבין הלקוח (בכפוף לסיכום



בית המשפט המחוזי מרכז-לוד

ת"צ 18220-12-22 שחר נ' בוקר טוב ישראל בע"מ

תיק חיצוני:

כאמור – וראו התייחסותה של נציגת המשיב בעמוד 61 לפרוטוקול, אין סיבה מבוררת לקבוע שבכל הנוגע להודעה בדבר שימוש בפרטי התקשרות לצורך משלוח דבר פרסומת, דרך זו תישלל מניה וביה. להשלמת התמונה יצוין כי המשיב לא הסתפק בשליחת מסמך היידוע לאזור האישי של הלקוח או למען שמסר, וביצע פרסומים גם בסניפי הבנק, באתר ובעיתונות" (פסקה 27 לפסק הדין). כלומר, לא בקלות ניאות בית המשפט בעניין **שמילוביץ** להכיר בשליחת מסמך היידוע ל"אזור האישי" כמקיימת את תנאי ההודעה, אלא עשה זאת לאחר שקבע כי מדובר בדרך שהוסכם בין הצדדים שתשמש לשליחת הודעות.

בענייננו, המסמך כלל לא נשלח ללקוחות, ובוודאי שלא ניתן לומר שהייתה הסכמה שלהם לקבל הודעות מהמשיבה באופן של אישור תקנון על דרך ההפניה. מכאן שלא ניתן למצוא בפסק הדין בעניין **שמילוביץ** ביסוס כלשהו לטענה כי ניתן להסתפק באישור מסמך על דרך ההפניה כדי לקיים את תנאי ההודעה. אדרבה, מפסק הדין עולה כי לא ניתן להסתפק בכך שהעוסק נקט פעולה כלשהי כדי ליידע אודות כוונתו לשלוח דברי פרסומת, אלא יש לבחון את הדרך בה נמסרה ההודעה במקרה העומד לדיון והאם די בה כדי להגשים את תכלית היידוע. במקרה הנוכחי, כאמור לעיל, בחינה זו מביאה למסקנה שלא התקיים תנאי ההודעה.

26. מן האמור עד כה עולה, כי לכאורה המשיבה אינה עומדת בתנאי ההודעה, ובוודאי שישנה אפשרות סבירה שכך ייקבע. לפיכך, אין צורך להכריע בשאלה האם המשיבה מקיימת את התנאי השלישי, תנאי הזדמנות הסירוב. אסתפק בכך שאציין כי ספק אם המשיבה עומדת בתנאי זה, ואתייחס לכך בקצרה.

בעניין **לפיד** קבע בית המשפט העליון כי העוסק אינו נדרש למסור את ההודעה על כוונה לשלוח דברי פרסומת לפני שהלקוח מוסר לו את פרטיו, והוא רשאי למסור את ההודעה לאחר מכן, ובלבד שהדבר ייעשה לפני שליחת דברי הפרסומת (פסקאות 26-29 לפסק הדין). הדעת נותנת, כי הוא הדין לעניין תנאי הזדמנות הסירוב. היינו, על העוסק לאפשר ללקוח למסור הודעת סירוב לפני שהוא שולח לו את דברי הפרסומת. בענייננו, כתמיכה לטענתה כי היא עמדה בתנאי הזדמנות הסירוב מפנה המשיבה לסעיפים בתקנון הקודם המאפשרים ללקוח לפנות למשיבה לשם הסרתו מרשימת התפוצה (ראו הציטוט בפסקה 5 לעיל). אולם, מעבר לכך שקשה לראות בהתייחסות בתקנון משום מתן הזדמנות לסרב (מאותם טעמים שבגינם התקשינו לראות בכך משום מתן הודעה), יש לשים לב כי לכל הפחות בנוגע להודעות הדואר האלקטרוני הלקוח יכול לשלוח הודעת סירוב רק לאחר שהוא קיבל את דבר הפרסומת (שכן עליו "להקליק להסרת כתובתו במקום המיועד לכך בהודעת הדואר האלקטרוני" (פסקה 6 לתקנון הקודם)). לכאורה די בכך כדי לקבוע שלא התקיים תנאי הזדמנות הסירוב, למצער ביחס להודעה הראשונה.

הערה נוספת נוגעת לשאלה מהן הדרכים בהן על העוסק לאפשר ללקוח לשלוח הודעת סירוב, על מנת שייקבע כי הוא עמד בתנאי הזדמנות הסירוב. לכאורה, העוסק אינו חייב לאפשר



בית המשפט המחוזי מרכז-לוד

ת"צ 18220-12-22 שחר נ' בוקר טוב ישראל בע"מ

תיק חיצוני:

שליחת הודעת סירוב דווקא באותן דרכים שעליו לאפשר שליחת הודעה כזו לאחר קבלת דברי הפרסומת, בהתאם לסעיף 30א(ד) לחוק (ראו, ת"צ (מחוזי מרכז) 32280-09-22 **פרייפלד נ' מקס סטוק בע"מ**, פסקה 40 (23.8.2024) ("עניין פרייפלד"); אך השוו, ע"א (מחוזי י-ם) 2526-12-17 **קסטרו מודל בע"מ נ' רגב**, פסקה 15 (8.4.2018)). עם זאת, ברי שעל העוסק להציע דרך נוחה וסבירה למסירת הודעת הסירוב. בענייננו, המשיבה לא הצביעה על דרך סבירה שעמדה בפני הלקוח על מנת למסור הודעת סירוב בטרם החל לקבל דברי פרסומת (וראו התייחסותו של מר פאר לשאלה זו בעמ' 17 לפרוטוקול). לפיכך, דומה כי לא התקיים גם תנאי הזדמנות הסירוב.

מן האמור עולה שישנה אפשרות סבירה כי ייקבע שהמשיבה אינה עומדת בתנאי החריג הקבוע בסעיף 30א(ג) לחוק התקשורת.

הדרישות הצורניות ומתן אפשרות הסרה

27. לטענת המבקש, דברי הפרסומת שנשלחו אינם מקיימים את הוראות חוק התקשורת בנוגע לתוכן ההודעה ולמתן אפשרות הסרה. לעניין תוכן דבר הפרסומת קובע סעיף 30א(ה) לחוק התקשורת כך:

"(1) מפרסם 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;

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

...

(2) 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."



בית המשפט המחוזי מרכז-לוד

ת"צ 18220-12-22 שחר נ' בוקר טוב ישראל בע"מ

תיק חיצוני:

לעניין זכותו של הנמען להפסיק לקבל דברי פרסומת, קובע סעיף 30א(ד) לחוק התקשורת, כי הנמען רשאי "בכל עת, להודיע למפרסם על סירובו לקבל דברי פרסומת, דרך כלל או מסוג מסוים, ולחזור בו מהסכמתו, ככל 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".

נבחן כעת את הטענות שמעלה המבקש.

28. בכל הנוגע להודעות הדואר האלקטרוני טוען המבקש, כי המשיבה לא ציינה בהן את שמה וכתובתה, לא הזכירה את זכותו של הנמען להסיר את עצמו מרשימת התפוצה, ובחלק מההודעות אף לא מופיעה בכותרת המילה "פרסומת". בהקשר זה מוסיף המבקש וטוען, כי היה על המשיבה לאפשר הסרה באמצעות דואר אלקטרוני, ולא רק על ידי לחיצה על קישור. המשיבה מודה כי בחלק קטן של ההודעות לא מופיעה בכותרת המילה "פרסומת" – לטענתה עקב טעות אנוש שתוקנה זמן רב לפני הגשת בקשת האישור. המשיבה חולקת על הטענה כי לא ציינה את פרטיה או את דרך ההסרה, וטוענת כי אפשרות הסרה באמצעות קישור די בה על פי החוק.

מעיון בדברי הפרסומת שנשלחו כהודעת דואר אלקטרוני ושצורפו לבקשת האישור (נספח 7) עולה, כי שמה של המשיבה מצוין בהם. עם זאת, דרך ההסרה היחידה שהוצעה בהם היא על ידי קישור שמופעל באמצעות לחיצה על המילה "להסרה". בפסיקה עלו דעות שונות בקשר לשאלה האם אפשרות הסרה באמצעות קישור נחשבת להסרה "בדרך שבה שוגר דבר הפרסומת", כדרישת סעיף 30א(ד) לחוק התקשורת, או שמא יש לאפשר לנמען לשלוח הודעת הסרה לכתובת דואר אלקטרוני. מחלוקת זו הוכרעה למעשה בפסק דינו של בית המשפט העליון בעניין **בן-עמי**, שם נקבע כי העובדה שניתנה בידי הנמען "האפשרות לשלוח הודעת סירוב באמצעות לחיצה על לחצן ה'הסרה', איננה גורעת אפוא מזכותו לשולח באמצעות דואר-אלקטרוני, כפי שנשלחה אליו, או בכתב, כרצונו" (פסקה 22 לפסק הדין; וראו גם, ע"א (מחוזי מרכז) 16321-03-20 **עקיבא נ' טרוולייק בע"מ**, פסקאות 49-53 (20.9.2020)). הגם שפסק הדין בעניין **בן-עמי** אינו מהווה הלכה מחייבת, שכן הוא ניתן בדין יחיד, הרי שיש לו משקל רב. אף לגוף העניין סבורני כי קשה לראות בלחיצה על קישור משום פעולה זהה לשליחת דואר אלקטרוני, והעובדה ששתי הפעולות מתבצעות במרחב המקוון אין די בה. הדברים יפים במיוחד נוכח הסיכונים העלולים להיות כרוכים בלחיצה על קישור, ודאי כאשר הוא ממקור לא מזוהה (ראו, רע"א 1954/14 **חזני נ' הנגבי**, פסקאות 2 ו-17 (4.8.2014)).

מסקנתנו היא, אפוא, כי המפרסם אינו יוצא ידי חובתו בכך שהוא מאפשר הסרה באמצעות לחיצה על קישור, אלא עליו להציע גם אפשרות הסרה באמצעות דואר אלקטרוני (בין אם באמצעות הודעה חוזרת לכתובת הדואר האלקטרוני שממנה נשלח דבר הפרסומת ובין אם על ידי ציון כתובת דואר אלקטרוני שיש לשלוח אליה את הודעת ההסרה), וכן על דרך הודעה בכתב. המשיבה לא עשתה זאת, ובכך יש משום הפרה לכאורה של סעיף 30א(ד) לחוק התקשורת.



בית המשפט המחוזי מרכז-לוד

ת"צ 18220-12-22 שחר נ' בוקר טוב ישראל בע"מ

תיק חיצוני:

29. אשר למסרונים, לטענת המבקש המשיבה לא הציעה אפשרות להסרה מרשימת התפוצה באמצעות מסרון חוזר, אלא רק באמצעות לחיצה על קישור. ואכן, מעיון במסרונים שנשלחו בשנת 2019 (נספח 1 לבקשת האישור) עולה, כי ניתנה בהם אפשרות הסרה באמצעות לחיצה על קישור בלבד. לעומת זאת, במסרון שנשלח בשנת 2022 (נספח 2 לבקשת האישור) ישנה אפשרות הסרה גם במסרון חוזר. נוכח הוראת סעיף 30א(ד) לחוק התקשורת, המחייבת מתן אפשרות לשלוח הודעת סירוב בדרך בה נשלח דבר הפרסומת, היה על המשיבה לאפשר הסרה באמצעות שליחת מסרון (ראו, רת"ק (מחוזי מרכז) 13905-06-16 **שגב נ' כרטיסי אשראי לישראל בע"מ** (13.12.2016)), והעובדה שהדבר לא נעשה עולה כדי הפרה לכאורה של סעיף זה.

אע"פ, כי בפסיקה נקבע שהימנעות משימוש במנגנון ההסרה על דרך לחיצה על קישור עשויה להיחשב במקרים מסוימים כחוסר תום לב, וזאת במיוחד כאשר מדובר בהודעה הנשלחת ממקור ידוע (ראו, עניין **בן-עמי**, פסקה 23; רע"א 6215/20 **רז המאושר נ' בזק החברה הישראלית לתקשורת בע"מ** (21.10.2020); עניין **פריפלד**, פסקאות 31-32, וההפניות שם). בכך אין כדי לגרוע מהעובדה שמדובר לכאורה בהפרה, אולם מדובר במשוכה העשויה לשלול את זכותו של הנמען לפיצוי.

30. הנה כי כן, מהאמור עולה כי ישנה אפשרות סבירה שייקבע שהמשיבה הפרה חלק מההוראות הצורניות הקבועות בסעיף 30א(ה) לחוק התקשורת וכן את סעיף 30א(ד) לחוק. שאלה אחרת היא האם הפרות מסוג זה, כשלעצמן, מצדיקות אישור תובענה ייצוגית. אציין בקצרה, כי אילו היו הפרות אלו עומדות לבדן, ספק אם היה מקום בענייננו לאשר את התובענה הייצוגית, הן בשל חומרתן הפחותה יותר של הפרות אלו, על רקע מכלול נסיבות העניין; הן בשל האפשרות כי ייקבע שהעמידה על הטענות בדבר מנגנון ההסרה עולה כדי חוסר תום לב (בהתחשב בכך שמדובר בהודעות שנשלחו ממקור ידוע); והן בשל הקושי להוכיח נזק בגין (לעניין שאלת ההצדקה להגשת תובענה ייצוגית בגין אי הופעת המילה "פרסומת" בכתרת ההודעה, ראו ת"צ (מחוזי מרכז) 5290-03-22 **רז המאושר נ' אימהות קונות ביחד בע"מ**, פסקה 34 (5.3.2025)). אולם, בהינתן שנמצא, כאמור לעיל, כי ישנה אפשרות סבירה שייקבע שעצם שליחת דברי הפרסומת הייתה שלא כדין, יש מקום לברר גם את הטענות להפרות הנוספות במסגרת ההליך.

עילת התביעה

31. הפרה של סעיף 30א לחוק התקשורת מהווה עוולה אזרחית, בהתאם לסעיף 30א(ט) לחוק. המבקש אינו מסתפק בעילה זו, ומבקש לאשר את התובענה הייצוגית גם בעילות של פגיעה בפרטיות, הפרת חובה חקוקה, רשלנות ועשיית עושר ולא במשפט. אולם, בקשת האישור הוגשה מכוח פרט 12 לתוספת השנייה לחוק תובענות ייצוגיות (ומכל מקום המבקש לא הצביע על פרט אחר בתוספת שמכוחו ניתן להגיש את בקשת האישור), ופרט זה מאפשר הגשת תובענה ייצוגית רק בעילה לפי סעיף 30א לחוק התקשורת. די בכך על מנת שלא לאשר את יתר העילות. עוד אציין, כי בהתחשב



בית המשפט המחוזי מרכז-לוד

ת"צ 18220-12-22 שחר נ' בוקר טוב ישראל בע"מ

תיק חיצוני:

בכך שישנה עילה ייעודית לשליחת "ספאם", דומה כי אין הצדקה לבחון האם ניתן לדחוק את המקרה גם לעילות אחרות (השוו, ע"א 2112/17 גרסט נ' נטוויז'ן בע"מ, פסקה 51 (2.9.2018) ("עניין גרסט")), והמבקש גם לא הצביע על יתרון כלשהו העשוי לצמוח לקבוצה מעילת תביעה נוספת.

לפיכך, העילה שעל הפרק היא הפרת סעיף 30א לחוק התקשורת בלבד.

נזק וקיומה של קבוצה

32. לטענת המשיבה, המבקש לא הוכיח כי נגרם לו או לחברי הקבוצה נזק. לשיטתה, טענות המבקש בדבר טרדה, אי נוחות, כעס וכדומה שחווה עקב קבלת המסרונים הן מגוחכות ולא אמינות, ומכל מקום המבקש לא הביא ראיה כלשהי לכך שישנו לקוח נוסף שהיה שותף לתחושות אלו. עוד טוענת המשיבה, כי הכרעה בסוגיית הנזק תדרוש בירור פרטני שאינו מתאים לתובענה ייצוגית.

33. בהתאם לסעיף 30א(1) לחוק התקשורת ניתן לפסוק פיצוי ללא הוכחת נזק בגין הפרה של הוראות סעיף 30א לחוק, בסכום שלא יעלה על 1,000 ש"ח לכל דבר פרסומת. אופציה זו אינה קיימת כאשר מדובר בתובענה ייצוגית, הגם שאין מניעה לפסוק פיצוי בגין נזק לא ממוני (סעיף 20(ה) לחוק תובענות ייצוגיות). לפיכך, יהא על המבקש להוכיח כי נגרם לו ולחברי הקבוצה נזק. המבקש עומד בנטל הנדרש בשלב הנוכחי בכל הנוגע לנזק שנגרם לו עצמו, לטענתו. אשר ליתר חברי הקבוצה, בשלב זה המבקש אכן לא הביא ראיות קונקרטיות שנגרם נזק לאדם נוסף מלבדו. אולם, בהתאם לפסיקה בשלב בקשת האישור די בכך שהמבקש יוכיח כי נשלחו לו ולחברי הקבוצה דברי פרסומת בניגוד לדין על מנת לקבוע שישנה אפשרות סבירה כי ייקבע שנגרם להם נזק (רע"א 1621/16 MEGA ADVANCED MATHEMATICAL SYSTEM LTD נ' זילברג, פסקה 10 (14.6.2016)).

בענייננו, המבקש הצליח להראות, ברף הנדרש בשלב הנוכחי, כי המשיבה שלחה לחברי המועדון דברי פרסומת באופן שאינו עולה בקנה אחד עם הוראות חוק התקשורת. מדובר בהתנהלות שיטתית, אשר יש בה כדי לתמוך בהנחה בדבר קיומה של קבוצה (עניין גרסט, פסקה 29). השאלה אם נגרם בשל כך נזק לחברי הקבוצה, וככל שכן מה שיעורו, צריכה להתברר במסגרת ההליך עצמו.

34. לצד זאת יש לציין כי בנסיבות העניין הנטל להוכיח נזק הוא ממשי, בהינתן שדברי הפרסומת לא נשלחו לקבוצה אקראית של נמענים, אלא לחוג הלקוחות של המשיבה, אשר הביעו עניין בשירותיה. מאפיין זה של קבוצת הנמענים מצדיק התייחסות מקלה יותר לתופעה של שליחת דברי פרסומת, והוא זה שעומד ביסוד החרג הקבוע בסעיף 30א(ג) לחוק התקשורת (ראו, עניין לפיד, פסקה 19). מאפיין זה עשוי להשליך גם על שאלת הוכחת הנזק, שכן כאשר מדובר בלקוח שבחר להיות חבר מועדון ההנחה שהוא אינו מעוניין לקבל מהמועדון פרסומות (הכוללות הודעות על מבצעים, הטבות וכדומה) אינה מובנת מאליה (השוו, ת"צ (מחוזי ת"א) 68283-12-21 בן דוד נ' הוט, מועדון צרכנות הסתדרות ההנדסאים והטכנאים בישראל בע"מ, פסקה יז (2.5.2024)). עם



בית המשפט המחוזי מרכז-לוד

ת"צ 18220-12-22 שחר נ' בוקר טוב ישראל בע"מ

תיק חיצוני:

זאת, אין בכך כדי לשנות מנקודת המוצא שנקבעה ברע"א 1621/16 הנ"ל, לפיה שאלת הנזק צריכה להתברר בהליך עצמו.

התקיימות התנאים לאישור תובענה ייצוגית

35. בהתאם לסעיף 8(א)(1) לחוק תובענות ייצוגיות, תנאי לאישורה של תובענה כייצוגית הוא כי "התובענה מעוררת שאלות מהותיות של עובדה או משפט המשותפות לכלל חברי הקבוצה, ויש אפשרות סבירה שהן יוכרעו בתובענה לטובת הקבוצה". בענייננו, השאלה האם הפרה המשיבה את הוראות סעיף 30א לחוק התקשורת, והאם נגרם נזק בעקבות כך, היא שאלה משותפת לחברי הקבוצה, וכאמור לעיל ישנה אפשרות סבירה שהיא תוכרע לטובת חברי הקבוצה.

36. בנוסף, תנאי לאישורה של התובענה כייצוגית הוא כי "תובענה ייצוגית היא הדרך היעילה וההוגנת להכרעה במחלוקת בנסיבות הענין" (סעיף 8(א)(2) לחוק תובענות ייצוגיות). בענייננו, הטענה העיקרית שמועלית על ידי המשיבה שניתן לשייכה לתנאי זה מתייחסת לכך שהוכחת הנזק עשויה להצריך הליך של בירור אינדיבידואלי. אולם, כאמור לעיל השלב בו יש להידרש לסוגיית הנזק הוא בדיון בתובענה הייצוגית עצמה. עצם העובדה שהנזק עשוי להשתנות בין חברי הקבוצה אין בה כדי להפוך את ההליך, מיניה וביה, לכזה שאינו מתאים לדיון כתובענה ייצוגית (ראו, עניין ברזילי, פסקה 70 לפסק דינו של השופט מלצר; בג"ץ 5148/18 שחם נ' בית הדין הארצי לעבודה, פסקה 30 (11.7.2022)). עם זאת, כפי שכבר צוין, יהא על המבקש להוכיח את הנזק ולכמתו במסגרת ההליך.

37. אשר ליתר התנאים: אין מחלוקת על כך שיש יסוד סביר להניח שעניינם של חברי הקבוצה ינוהל בדרך הולמת על ידי המבקש ובאי כוחו (סעיף 8(א)(3) לחוק תובענות ייצוגיות). המשיבה טוענת כי המבקש פעל בחוסר תום לב, ובכך היא מבקשת לטעון כי לא מתקיים התנאי הקבוע בסעיף 8(א)(4) לחוק תובענות ייצוגיות. נראה שטענה זו מתבססת בעיקר על הטענה כי המבקש "צבר הפרות" במכוון על מנת ליצור עילת תביעה (ראו, פרק ח' לסיכומי המשיבה). אלא שהמשיבה לא הוכיחה טענה זו. לצורך הדיון, נכון אני לקבל את טענת המשיבה כי המבקש לא לחץ על קישור ההסרה במסרונים שנשלחו לו בשנת 2019 (ואף המבקש לא טען באופן ודאי שעשה זאת, אלא כי כך היה "למיטב זיכרוני"). גם אם כך היה, הרי שבהינתן העובדה שלא נשלחו לו מסרונים נוספים עד שנת 2022 – והודעות הדואר האלקטרוני נשלחו לכתובת שהייתה פחות בשימוש – לא ניתן לקבוע כי המבקש המתין במכוון על מנת שתיווצר לו עילת תביעה. בהקשר זה יצוין, כי זמן קצר לאחר שהמבקש קיבל את המסרון בשנת 2022 הוא פנה, באמצעות באי כוחו, למשיבה. התנהלות זו מחזקת את טענתו, כי המניע לפנייה היה קבלת המסרון בשנת 2022, ולא היה שיהוי מכוון מצידו. בהתחשב באמור, אין צורך להידרש לשאלה מה היה הדין אילו היה נקבע כי המבקש פעל במכוון כדי ליצור לעצמו עילת תביעה.



בית המשפט המחוזי מרכז-לוד

ת"צ 18220-12-22 שחר נ' בוקר טוב ישראל בע"מ

תיק חיצוני:

שיקול דעת בית המשפט באישור תובענה ייצוגית

38. לטענת המשיבה, גם אם יש ממש בטענות המבקש, הרי שההליך מיצה את עצמו, בהתחשב בכך שהחל מיום 1.8.2022 כל מי שמצטרף למועדון לא מקבל הודעות שיווקיות אלא אם הוא מסמן V ליד שורה בה הוא מסכים במפורש לקבלת דברי פרסומת.

39. אין מחלוקת כי כיום האישור שניתן במסגרת תהליך הרישום למועדון של המשיבה עומד בדרישות הדין (המבקש טוען כי המשיבה לא הוכיחה שהשינוי התבצע במועד שנטען על ידה, אולם גם הוא מודה שהשינוי התבצע; ראו, עמ' 17 לפרוטוקול). משכך, ברי כי הסעדים של צווי המניעה והעשה התייתרו. אולם, בקשת האישור כוללת גם סעד של פיצוי כספי. סעד זה לכאורה לא התייתר עקב השינוי בהתנהלותה של המשיבה. בהינתן שהמשיבה לא נקטה צעד כלשהו כדי לפצות את חברי הקבוצה, קשה לקבוע כי ההליך "מיצה את עצמו" במישור הסעד של פיצוי בגין העבר.

40. נראה, כי הטענה למיצוי ההליך מכוונת למעשה לכך שיש מקום שבית המשפט יעשה שימוש בשיקול דעתו וימנע מאישור התובענה הייצוגית, גם אם מתקיימים התנאים הקבועים בחוק תובענות ייצוגיות, שכן בנסיבות העניין אין הצדקה לנהל את התובענה לשם בירור שאלת הפיצוי לחברי הקבוצה. בפסיקה אכן נקבע, כי לבית המשפט נתון שיקול דעת אם לאשר תובענה ייצוגית, והוא רשאי להימנע מלעשות זאת גם כאשר מתקיימים התנאים הקבועים בסעיף 8(א) לחוק תובענות ייצוגיות (ראו למשל, עניין ברזילי, פסקה 76; רע"א 3698/11 שלמה תחבורה (2007) בע"מ נ' ש.א.מ.ג.ר. שירותי אכיפה בע"מ, פסקה כ"ו לפסק דינו של השופט רובינשטיין (6.9.2017); רע"א 4481/20 קירשנר נ' לוינשטיין, פסקה 21 (6.6.2023)). עם זאת, נקודת המוצא היא שתובענה ייצוגית העומדת בתנאי החוק תאושר, והשימוש בסמכות להימנע מכך ייעשה במשורה (ת"צ (מחוזי מרכז) 49512-01-16 הצלחה התנועה הצרכנית לקידום חברה כלכלית הוגנת נ' אלאולף ושות' ספנות בע"מ, פסקה 24 (22.9.2019)).

41. השאלה מתי יש הצדקה שבית המשפט יפעיל את שיקול דעתו וימנע מלאשר תובענה ייצוגית בנושא "ספאס" נדונה בהרחבה בעניין שמילוביץ. באותו עניין עמד בית המשפט על כך שלצד התובענה הייצוגית מעמיד חוק התקשורת כלי תמריצי נוסף לשם מיגור תופעת הספאס, הוא האפשרות לפסוק פיצוי בסך של עד 1,000 ש"ח בגין כל דבר פרסומת (סעיף 30א(י) לחוק התקשורת). "לפיכך", כך נקבע, "בהפעלת שיקול דעתו אם לאשר תובענה ייצוגית, בית המשפט עשוי לשאול את עצמו מהו – במקרה הנדון – המנגנון העדיף ליצירת תמריצים ראויים לאכיפת הדין, ולהרתעה יעילה מפני הפרתו (להבדיל מתמריצי-יתר והרתעת-יתר)... (פסקה 42 לפסק הדין). בסופו של יום מצא בית המשפט, נוכח הצטברותם של מספר שיקולים, כי לא היה מקום לאשר את התובענה הייצוגית גם אילו הייתה אפשרות סבירה כי היא תעמיד עילת תביעה לפי חוק התקשורת (פסקאות 44-47 לפסק הדין; וראו גם, עניין פריפלד, פסקה 45).



בית המשפט המחוזי מרכז-לוד

ת"צ 18220-12-22 שחר נ' בוקר טוב ישראל בע"מ

תיק חיצוני:

42. לאחר שעיינתי בפסק הדין בעניין **שמילוביץ** מצאתי, כי אין מקום להחיל בענייננו את אותה תוצאה. אכן, חלק מהשיקולים שזכרים בפסק הדין רלוונטיים גם למקרה הנוכחי, כגון העובדה שמדובר בהודעות לא פוגעניות שנשלחות לחוג הלקוחות של המפרסם. אולם, ישנו לטעמי הבדל מהותי בין שני המקרים, בכל הנוגע ליסוד של אופי ההפרה. בעניין **שמילוביץ**, כפי שעולה מפסק הדין, בית המשפט קבע שהמפרסם (הבנק) היה ער להוראות הדין, ופעל באופן אקטיבי על מנת לעמוד בו. בשל כך, הוא נמנע מלהסתמך על כך שב"חוברת התנאים הכלליים" שאושרה על ידי הלקוחות במועד פתיחת החשבון מופיעה הסכמה לקבלת דברי פרסומת, ופעל לשליחת מסמך ידוע העוסק בנושא זה. עוד צוין, כי הבנק לא הרבה לשלוח הודעות שיווקיות (בקשת האישור הוגשה בגין הודעה אחת בלבד). בנסיבות אלו, סבר בית המשפט כי גם אילו היה נקבע שהבנק שגה באופן בו פעל, לא היה מקום לאשר הגשת תובענה ייצוגית כנגדו.

בהקשר זה, תמונת הדברים בענייננו שונה. המשיבה אמנם לא פעלה במזיד, ואין ספק בליבי כי היא לא התכוונה להפר את הוראות הדין ולא הייתה לה כוונה לשלוח דברי פרסומת למי שאינו חפץ בכך. אולם, על פני הדברים המשיבה גם לא פעלה כנדרש על מנת לוודא כי היא עומדת בדרישות הדין. למעשה, המשיבה פעלה בדיוק באותה דרך אשר הבנק נמנע מלפעול בה בעניין **שמילוביץ** (ובית המשפט ציין זאת לשבח) – הסתמכות על מסמך כללי שאושר על ידי הלקוח על דרך ההפניה במועד הרישום (חוברת התנאים הכלליים בעניינו של הבנק, התקנון בעניינה של המשיבה). הסתמכותה של המשיבה (או מי מטעמה) על התקנון כמבטא הסכמה של הלקוח לקבלת דברי פרסומת, או מודעות שלו לכוונה של המשיבה לעשות זאת – כאשר התקנון אינו עומד לנגד עיני הלקוח בתהליך ההרשמה ובטקסט המפנה אליו אין רמז לתוכנו – אינה סבירה. אין מדובר בכשל נקודתי, כפי שהיה בעניין **שמילוביץ** ובעניין **פרייפלד**, אלא בליקוי מערכתי. בנסיבות אלו, לא מתקיימות הנסיבות החריגות המצדיקות הימנעות מאישור תובענה ייצוגית, כאשר מתקיימים התנאים הקבועים בחוק לאישורה.

הסעדים

43. כפי שצוין לעיל, הסעדים שנועדו למנוע את המשך ההפרה על ידי המשיבה התייתרו, בשל כך שהמשיבה שינתה את התנהלותה, וכיום אין חולק כי לקוח הנרשם למועדון נכנס לרשימת



בית המשפט המחוזי מרכז-לוד

ת"צ 18220-12-22 שחר נ' בוקר טוב ישראל בע"מ

תיק חיצוני:

התפוצה של דברי הפרסומת רק אם סימן הסכמה מפורשת לכך. ממילא, נותר על הפרק רק הסעד של פיצוי כספי לחברי הקבוצה בגין העבר.

סוף דבר

44. נוכח כלל האמור, בקשת האישור מתקבלת והתובענה הייצוגית מאושרת, וזאת כמפורט להלן.

הקבוצה: האנשים שנרשמו למועדון החברים של המשיבה וקיבלו ממנה, בשבע השנים שלפני הגשת בקשת האישור, דבר פרסומת בניגוד להוראות סעיף 30א לחוק התקשורת (בזק ושידורים), התשמ"ב-1982, וכתוצאה מכך נגרם להם נזק.

התובע המייצג: מר דוד שחר.

באי הכוח המייצגים: עו"ד תום שנפ; עו"ד אוהד שמילוביץ.

עילות התובענה: עוולה בהתאם לסעיף 30א(ט) לחוק התקשורת.

השאלות המשותפות לחברי הקבוצה: האם הפרה המשיבה את סעיף 30א לחוק התקשורת, והאם נגרם נזק כתוצאה מכך.

הסעד הנתבע: פיצוי כספי לחברי הקבוצה בגין נזק לא ממוני.

45. הצדדים ידאגו לפרסום הודעה בהתאם לסעיף 25(א)(1) לחוק תובענות ייצוגיות. בהודעה ייכללו הפרטים המנויים בסעיף 14(א) לחוק תובענות ייצוגיות וכן הפרטים הנדרשים לפי סעיף 25(ד) לחוק זה. הצדדים יגישו נוסח הודעה לאישור בית המשפט עד יום 8.4.2025. כמו כן, הצדדים רשאים להתייחס עד מועד זה לשאלת דרך הפרסום, ולאחר מכן יינתנו הוראות בעניין זה. המשיבה תישא בהוצאות הפרסום.

בנוסף, יעבירו הצדדים עד המועד האמור הודעה על החלטת האישור בצרוף העתק של ההחלטה למנהל בתי המשפט, כנדרש לפי סעיף 14(ב) לחוק תובענות ייצוגיות, לשם רישומה בפנקס, ויגישו אישור על כך לתיק בית המשפט.

המשיבה תגיש כתב הגנה עד יום 3.6.2025.

בהינתן היקף הדיון בבקשת האישור עד כה ומכלול נסיבות העניין, תישא המשיבה בשלב זה בשכר טרחת עורך דין לזכות באי כוח המבקש בסך 10,000 ש"ח.



בית המשפט המחוזי מרכז-לוד

ת"צ 18220-12-22 שחר נ' בוקר טוב ישראל בע"מ

תיק חיצוני:

ניתנה היום, כ"ז אדר תשפ"ה, 27 מרץ 2025, בהעדר הצדדים.

אבי סתיו, שופט