

תוכן עניינים

חלק א': הגנות בפני תקיפות סייבר וחדיירה לאתרי המכירות באינטרנט	1
שער א': כללי	1
פרק א': מבוא	1
פרק ב': "עידן המידע" מול מתקפות הסייבר	3
פרק ג': בסיס משפטי לרכישות און-ליין במשפט הישראלי	7
שער ב': חוק הגנת הצרכן - קו הגנה ראשון על רכישות מאתרי המכירות באינטרנט	9
פרק א': מבוא	9
פרק ב': עסקת מכר מרחוק - סעיף 14 לחוק הגנת הצרכן, התשמ"א-1981	11
1. כללי	11
2. מהות עסקאות "מכר מרחוק"	12
3. זכות הביטול החד-צדדית	13
4. דמי ביטול	13
5. ביטול עסקאות והשבה	14
6. דמי ביטול עבור עסקה הכוללת מספר רכיבים יהיו אחידים - 100 ש"ח או 5% מערך העסקה לפי הנמוך	16
7. סיכום	20
פרק ג': ביטול עסקה ברוכלות ועסקת מכר רחוק על-ידי צרכן שהוא אדם עם מוגבלות, אזרח ותיק או עולה חדש - סעיף 14ג לחוק	23
פרק ד': דרך ביטול בכתב של עסקה, ותוצאות ביטול עסקה - סעיפים 14ד ו-14ה לחוק	27
פרק ה': החזר כספי או זיכוי בשל החזרת טובין - סעיף 14ו לחוק	29
1. הדין	29
2. "הזמנה מיוחדת"	29
3. משצפתה התובעת בתכנים שנשלחו לה, תכנים הניתנים לשכפול והעתקה, לא עומדת לתובעת זכות הביטול	30
פרק ו': זיכוי בשל ביטול עסקה - סעיף 14ז לחוק	31
פרק ז': תווי קניה - סעיף 14ח לחוק	33
פרק ח': ביטול עסקה - תקנות הגנת הצרכן (ביטול עסקה), התשע"א-2010	35
פרק ט': מכר מרחוק - תמצית ההלכה הפסוקה	41
1. האם רשאית היתה התובעת בתביעה המקורית לבטל את העסקה ולדרוש השבה תחת תשלום דמי ביטול בגובה של 30%?	41

2. על-מנת להוכיח עסקה מרחוק יש להוכיח כי העסקה נעשתה בעקבות שיווק מרחוק	41
3. האם היתה העסקה שקשרו התובעים "עסקת מכר מרחוק"	42
4. האם זכאי התובע לביטול עסקת רכישת השעון שנרכש במסגרת עסקת מכר מרחוק למרות שנעשה בו שימוש	42
5. תנאי בסיסי לכך שעסקת מכר מרחוק תוגדר ככזו הוא פניה יזומה של העוסק לצרכן	43
6. גביית יתר של דמי ביטול כרטיסי קולנוע - הסדר פשרה	44
7. הפרת החובה לסמן את המחיר ליחידת מידה בסמוך למחיר בעסקאות מכר מרחוק בפלטפורמת המכר מרחוק	45
8. האם קמה לתובעת זכות לבטל את העסקה בשל העובדה שהרכישה בוצעה דרך האינטרנט?	47
9. האם הנתבעת עמדה בדרישות החוק לגבי מתן מסמך גילוי נאות במכר מרחוק?	47
10. כיצד להציג את המחיר המלא בכל שלבי העסקה האינטרנטית	48
11. המשיבה התחייבה להתמיד בביצוע התאמות הנגישות באתר האינטרנט, לרבות בכלל המסמכים הקיימים באתר האינטרנט ואשר יועלו בעתיד לאתר האינטרנט בהתאם להוראות הדין	49
12. הנתבעת כשיטה חייבה את לקוחותיה שרכשו מוצרים באמצעות אתר האינטרנט שלה, בחיובי יתר	50
13. משמדובר בעסקת רכישת באינטרנט הרי שאין כל נפקות למקום עסקה של הנתבעת	50
14. מדיניות ההחזרה באינטרנט, לעומת מדיניות ההחזרה לאחר מכירה בחנות	51
15. האם תהליך הרכישה באינטרנט גלוי וברור וכי תנאי הביטול קבוע במפורש	52
16. סוגיית הסמכות המקומית ברכישה מקוונת	52
17. אין בנסיבות העניין כדי לסווג את התביעה כתביעת סחר או פרסום באינטרנט לצורך תקנה 2(ב) לתקנות שיפוט בתביעות קטנות, גם אם החנויות שהיה אמור התובע לקבל, ושלגביהן היתה הנתבעת אמורה לתת על-פי הנטען שרותי תחזוקה ופרסום, הינן באתר אמזון האינטרנטי	53
18. במסגרת רכישת באינטרנט הלקוח נוקט בפעולות אקטיביות לאורך הליך הרכישה, הוא בוחר את מוצריו ומעביר אותם בקופה האינטרנטית, הוא מודע לאופן חישוב המבצעים עוד בטרם השלמת ההזמנה וביצוע הרכישה ובוחר בגמירות דעת מלאה לקבל החלטה עצמאית ומושכלת לאשר את הזמנתו ולרכוש מהמשיבה	54

19. בעת שלקוח של המשיבה עורך הזמנה של מוצרי בשר טריים הנמכרים לפי משקל, כגון: עוף, דגים ואחרים באמצעות אתר האינטרנט של המשיבה, היא מספקת לו על-פי רוב כמות גדולה יותר מזו שהוזמנה על-ידו במקור	56
20. האם המשיבה הציגה בסניפה המקוון (אתר האינטרנט) את מחירי המוצרים ליחידת מידה של כל המוצרים שתקנות מחיר ליחידת מידה חלות עליהם?	57
21. עוסקים בישראל המקבלים הודעות ביטול לפי החוק מצרכנים בעסקאות מכר מרחוק, נאלצים לעיתים לשלם מכיסם את ההפרש בין דמי הביטול שהם גובים מהצרכן ובין ההחזר הכספי ודמי הביטול שהספק מחוץ לישראל גובה מהם	58
22. חובת הצגתו של מחיר השירות	59
23. החל שוק האופנה בכללותו החל לחוות שינויים ואתגרים מהותיים, בעיקר בשל ריבוי הרכישות באינטרנט, משכך, החל מהשנים 2014-2015 הפכה פעילותה של הנתבעת להפסדית. מאותה העת החלה התובעת להעלות תלונות בפני הנתבעת	60
24. במקרה של עסקת מכר מרחוק שעניינה שירותי תיירות מחוץ לישראל, יהא הצרכן זכאי להחזר כספי במקרה של ביטול עסקה, רק אם הוצעה לו חלופה כזו ככל שקיימת אצל העוסק, והוא בחר בחלופה של זכות ביטול	61
25. למשיבה מדיניות לחייב את הלקוחות הרוכשים מוצרים באינטרנט בחיובי יתר	62
26. ביצע עבור התובע את ההזמנה באתר המתאים באינטרנט ועדכן את פרטי כרטיס האשראי על-מנת להשלים את ההזמנה. לדברי התובע, מבלי ששם לב, לקח ללא רשותו את פרטי כרטיס האשראי וביצע שימוש בכרטיס לצרכיו האישיים	63
27. המשיבה עמדה בכל תנאי הסעיף בכך שפירטה בטופס ההזמנה את תנאי הביטול הרלוונטיים ואת מדיניות הביטול בעסקאות מהסוג המוצע	63
28. לא ניתן לבצע רכישה באתר - מבלי לאשר את תנאי האתר ומבלי לדעת שתנאים אלה מחייבים. כולנו מבצעים רכישות באינטרנט ורובנו לא קוראים את התנאים כולם - אלא מאשרים אותם - אך אין פירוש הדבר שהתנאים לא מחייבים אותנו	64
29. הטענה כי תיתכן מכירה באופן אחר באתר האינטרנט, וכי מדובר בפלטפורמה, שונה אינה מופרכת כשלעצמה. זאת אם הדברים מוצגים אכן כך	65

30.	השובר ניתן במסגרת תובענה ייצוגית, וכן פרטים בדבר תוקף השובר ותחולתו. תוקף השובר גם יצויין על גבי השובר עצמו. במכתב יופיע גם קוד אותו ניתן יהיה למסור על-מנת לממש את השובר, ללא הצגתו, או על-מנת להזינו באתר האינטרנט לצורך רכישת מוצרי פרטנר. בנוסף יכלול המכתב הפניה לעמוד האינטרנט של המשיבה בו הסבר אודות ההטבה..... 67
31.	מקום שבו צרכן הזמין, במסגרת עסקת מכר מרחוק לפי סעיף 14(ג) לחוק הגנת הצרכן, מספר שירותים או מספר נכסים במסגרת הזמנה אחת. בנסיבות אלו, האם יוכל העוסק לגבות מהצרכן דמי ביטול בגין העסקה בכללותה או שמא בגין כל אחד מהרכיבים שנכללו בה בנפרד? 68
32.	אם חל שינוי ברכיביו של המוצר, או בתכונותיו, כפי שהיה במקרה דנן, חייב הדבר לבוא לידי ביטוי, בו זמנית, גם במוצר כפי שהוא מופיע ומתואר באתר האינטרנט של המשיבה 70
33.	עסקה מכר מרחוק היא רכישה באינטרנט או בטלפון לאחר עיון בקטלוג שנשלח לתיבת הדואר או על-סמך פרסום בעיתון. זוהי עסקה שבמהלכה אין מגע ישיר בין המוכר לקונה והקונה לא יכול לראות ולבדוק את המוצר המוצע. הצרכן מסתמך רק על המידע שפורסם באתר או בקטלוג..... 70
34.	חברת "שופרסל" הציגה באתר הרכישה האינטרנטי שלה "שופרסל online" את מלוא המידע ביחס לחלק מהמוצרים הנמכרים על-ידה, ואף הטעתה את ציבור לקוחותיה ביחס לתכונות הבסיסיות של חלק מן המוצרים הנמכרים באתר האינטרנט 71
35.	המשיבה תסיר מאתר האינטרנט כל אזכור של המילה "טיפול" בהתייחס לסגולות מוצרי המשיבה, לרבות הסרה מוחלטת של צירוף המילים "טיפול במחלות" ו"טיפול טבעי במחלות" 72
36.	במקרים של חסרים במלאי מספקת המשיבה ללקוחותיה המזמינים מוצרים באתר האינטרנט, מוצרים חלופיים יקרים יותר מאלו שהוזמנו על-ידם, מבלי שניתנה לכך הסכמת הלקוחות 73
37.	כשמדובר בנוסעים שהם הדיוטות, שומה על הנתבעת, ששתי הטיסות התבצעו באמצעותה, לוודא כי תכנות ההזמנות אינו מאפשר רכישה של טיסה כזו או למצער להתרות ברוכש, באמצעות שלט מהבהב, תוך מהלך הרכישה באינטרנט, שרכישת טיסה בעלת חניית ביניים כה קצרה היא על אחריותו בלבד 74
38.	התובע תרם לנזקו בכך שלא ביטח את המשלוח, לא דרש כי ישלח באריזה מתאימה, לא פנה לספק, לאתר הקניות באינטרנט או לחברת האשראי, ואין לו להלין אלא על עצמו 75

39.	החברה מציגה לכאורה מידע חסר ומטעה במסגרת הליך הרכישה באינטרנט וכי ישנה אפשרות סבירה שייקבע כי לקוחות אשר רכשו ממנה כרטיסים בדרך זו הוטעו בנוגע לאפשרות לבטל את הכרטיס ולקבל החזר כספי או להסב אותו על-שמו של אדם אחר.....	76
40.	הסרת מספר הטלפון של חנות התובע מאתר הרשת.....	77
41.	קיים מלוא המידע במסגרת אתר האינטרנט לעניין האפשרויות העומדות בפני הלקוח לעניין פינוי פסולת אלקטרונית.....	79
42.	מנגנון באפליקציות לרכישות באינטרנט.....	80
43.	התובעת נתנה בידי הנתבעת הזדמנות להתקנת התוכנה, ונציג התובעת אף עזר וסייע לנציגי הנתבעת למשוך את קודי המחירים מתוך אתר אינטרנט של ספק אחר, וזאת ללא כל תשלום מצד הנתבעת. הנתבעת משכה וגררה רגליים באי אספקת התוכנה והמוצר הסופי כפי שהתחייבה.....	81
44.	לא ברור מדוע התבצר התובע בעמדתו כאשר יכול היה לצרף קבלות או אסמכתאות כלשהן באשר לאותן רכישות בפועל אשר בוצעו לטענתו באמצעות האינטרנט. הדעת נותנת כי כל רכישה באמצעות האינטרנט מתועדת הן בקבלות, הזמנה, דוא"ל וממילא בפירוט דו"ח כרטיס האשראי. בעניין זה לא הוגש כל מסמך מטעם התובע התומך בגרסתו ועל-כן רובץ הדבר לרעתו.....	83
שער ג': ההגנות השונות בעידן המידע מול התקפות סייבר ... 85		
פרק א': מבוא.....		85
פרק ב': ההגנות שבדין במשפט הישראלי.....		87
חלק ב': שימוש בלתי-חוקי באתרי מכירות האינטרנט..... 89		
שער א': מבט כללי.....		89
פרק א': סמכות מקומית בתביעות אינטרנט.....		89
פרק ב': ברירת הדין - תניית שיפוט זר בהסכם - תביעה נגד פייסבוק.....		91
פרק ג': פומביות הדין - פרסום השמות בעידן האינטרנט - הבחנה בין פרסום בכלי התקשורת לבין פרסום במאגרי מידע.....		95
פרק ד': ההגנה על הפרטיות.....		97
פרק ה': חוק הגנת הפרטיות וחוק חופש המידע - איזון ותכליות.....		99
פרק ו': חיסיון, סודיות וקבילות.....		103
שער ב': חוק סדר הדין הפלילי (סמכויות אכיפה - נתוני תקשורת), התשס"ח-2007.....		107
פרק א': חוקתיות ההסדרים.....		107
פרק ב': גישה לנתוני תקשורת.....		109
פרק ג': סמכות המשטרה לחסום אתרי אינטרנט.....		113

113.....	1. הדין
118.....	2. מבוא
119.....	3. הקשר בין המשפט הפלילי ובין התפתחות האינטרנט
119.....	4. האם ניתן לפתוח הליך משפטי בשמו של בעל דין "אלמוני" באופן ששמו ופרטיו לא יהיו גלויים אף לבית-המשפט או לבעל הדין שכנגד?
121.....	5. בקשה להגבלת גישה לאתרי אינטרנט המפרסמים פרסומים בדבר מתן שירותי זנות
122.....	6. בקשה להוצאת צו מינהלי חוסם
122.....	7. מניעת ביצוע עבירות באמצעות אתר אינטרנט
123.....	8. מניעת גישה לאתרי אינטרנט שבהם בוצעו הפרות זכויות יוצרים
123.....	9. יש להישמר מהרחבה יתרה של הוראות החוק הקיימות בדרך פרשנית באופן אשר פוגע בזכויות
123.....	10. בקשה ממוסכמת להסתלקות מן הבקשה לאישור התובענה כייצוגית
124.....	11. האם רשאי בית-המשפט לעיין בדו"חות סודיים בעת דיון הנוגע לתפוסים?
124.....	12. בקשה למתן צו הגבלת גישה לאתר אינטרנט
125.....	13. משמעות היעדר חקירה פלילית והליכים פליליים
127.....	פרק ד': תמצית ההלכה הפסוקה
127.....	1. קשירת קשר להלבין רווחים מפעילות עבריינית באינטרנט מקיימת זיקה מספקת לישראל על-מנת לאפשר הגדרתה כ"עבירת פנים", ככל שעניינה של עבירת המקור בפעילות עבריינית שיועדה מלכתחילה, ובוצעה הלכה למעשה, גם ביחס לתושבי מדינת ישראל, וזאת בהיקפים המצדיקים, כשלעצמם, נקיטת צעדים פליליים בישראל
127.....	2. האיסור הקבוע בחוק ביחס לצריכה ולהחזקת חומרי תועבה המציגים פעילות מינית של קטינים, נועד להגן על כבודם, פרטיותם וגופם של קטינים, הזכאים להגנה מוגברת מצד החברה
127.....	3. מעשיו של העורר לכאורה, מלמידים על מסוכנותו הגבוהה לביצוע עבירות דומות. השימוש שעשה במרשתת כפלטפורמה לביצוע מסכת העבירות, מקים קושי ממשי להציב לו גבול שייתן מענה אמיתי למסכנותו, זאת משעה שהוא הוכיח כי פריצת גבולות בשיטות מתוחכמות, היא אומנותו

4. העורר שוחרר למעצר בית מלא בהוסטל, ולאחר מכן למעצר בית בבית אימו. אולם, בשלב זה העורר אינו יכול לעמוד בתנאים המגבילים שנקבעו בעניינו, ואין בחלופה שהוצעה כדי לאיין את המסוכנות הנשקפת ממנו. זאת, בין היתר בהתחשב בקושי לפקח על גישתו למרשתת בתנאים של "מעצר אדם", שבמסגרתם ישהה במקום עבודתו של אביו לאורך השבוע. משלא נמצאה חלופת מעצר מתאימה אשר העורר יוכל לעמוד בתנאיה, אין מנוס מהשמתו במעצר מאחורי סורג ובריח. 128.....	
5. נוכח נפיצותן של עבירות מין באמצעות רשת האינטרנט בכלל, וכלפי קטינים בפרט, נפסק כי על בית-המשפט לתרום את חלקו ולהעביר מסר חד וברור באמצעות הטלת ענישה מרתיעה. 128.....	
שער ג': תופעת ה"ספאם" - כשימוש בלתי-חוקי על-ידי מוכר או ספק או יצרן באתרי האינטרנט 129.....	
פרק א': הדין 129.....	
פרק ב': כללי 135.....	
פרק ג': דוגמאות ותקדימים בפסיקת הפיצוי 139.....	
1. כללי 139.....	
2. דחיית בקשת רשות ערעור - פיצויים ללא הוכחת נזק עבור כל הודעת שהתקבלה בדואר האלקטרוני 139.....	
3. חברה שהוגשו נגדה כבר מאות תביעות ספאם - יש להתחשב בסיום פעילותה העסקית, ולהתחשב או לפטור אותה לחלוטין מפיצוי בשל פיצויים ששילמה בעבר; אין לפצות תובעים שנעזרו בחברת "ספאם אוף" 140.....	
4. איסור הספאם חל גם על לקוחות החברה, כל עוד לא נתנו הסכמתם המפורשת לקבלת פרסומות - פיצוי על-סך 400 ש"ח בגין פרסומת אחת 141.....	
5. יש לראות את ההפרה - כהפרה יחידה - עשר הודעות - 1,000 ש"ח 142.....	
6. פיצוי ללא הוכחת נזק בשל משלוח דבר פרסומת במסרון כאשר ניתן סיוע על-ידי "ספאם-אוף" - גוף הנותן שירות למקבלי הודעות "ספאם" - 350 ש"ח לכל תובע 144.....	
7. התובע עמד בנטל להוכיח כי דבר הפרסומת המפר נשלח אליו על-ידי מי מטעמה של הנתבעת אך נכון יותר להחיל את העיקרון המשלים שלפיו ככל שמספר ההפרות גדל יש לעצור בגובה הפיצוי אשר יהיה בו כדי להרתיע ולעודד הגשת תביעות יעילות אך לא מעבר לכך 145.....	
8. אין מקום לחייב את הנתבעת בתשלום פיצוי מקסימלי בגין כל הודעת דוא"ל שנשלחה אל התובעת - 14 הודעות - 3,500 ש"ח 146.....	

9. מדובר בהודעות שנשלחו לתובעת כאשר חלקן ללא הסכמה וללא הסרה וחלקן ללא הסכמה לאחר הודעה להפסיק זאת - 13 מסרונים - 8,600 ש"ח.....	148
10. לצורך שיגור דבר פרסומת נדרשת הסכמתו המפורשת של הנמען, והעובדה שהלה לא ביקש מן המפרסם להסירו מרשימת התפוצה אינה מעלה או מורידה לעניין עצם החבות - 11 הודעות - 4,000 ש"ח.....	149
11. בית-המשפט קבע כי התובע יזכה לפיצויים אך לא לפיצויים מקסימליים עקב שיהוי - 6 הודעות - 2,400 ש"ח.....	150
12. הנתבעת הפרה את הוראות סעיף 30א(ב) לחוק התקשורת, שכן שלחה לתובע דבר פרסומת בלא שקיבלה הסכמה מפורשת ובכתב של הנמען - 1,000 ש"ח.....	152
13. מתן תוקף של פסק-דין להסכם בין הצדדים לשם סילוק התובענה - 2,900 ש"ח.....	153
14. בית-המשפט לא חייב לפסוק את הפיצוי המקסימאלי על-פי חוק התקשורת - 34 הודעות - 12,600 ש"ח.....	154
15. לא ניתן לומר כי הנתבעת לא הפנימה את הפגם שבהתנהלותה או כי הוכח שפסיקת פיצוי בשיעור שאינו מחמיר יתר על המידה אינה מביאה להרתעה יעילה - 3,500 ש"ח.....	155
16. יש לאמוד פיצוי לתובע בגין שיחות טלפון שקיבל מהנתבעת לאחר שביקש להפסיק לקבל שיחות מסוג זה - שיחות טלפון - 2,000 ש"ח.....	156
17. המפרסם לא הרים את נטל ההוכחה המוטל עליו - 26 הודעות - 19,500 ש"ח.....	157
18. הנתבעת לא הראתה כי התובע נתן הסכמתו לקבל ממנה דבר פרסומת - 2 הודעות - 1,000 ש"ח.....	158
19. ייתכן והמשך משלוח ההודעות לאחר שהתובעת דרשה להסירה, נעשתה מתוך טעות טכנית או אנושית, אך גם על טעויות טכניות או אנושיות יש לתת את הדין ולשלם - 16 הודעות - 1,800 ש"ח.....	160
20. לא הוכח תנאי אחד משלושת התנאים המצטברים אשר קיומם מאפשר משלוח דבר פרסומת - 2 הודעות - 1,500 ש"ח.....	161
21. בית-המשפט קבע פיצויים על הודעות אשר התקבלו אצל התובע ב"תקופת מודעותו" - 95 הודעות - 9,000 ש"ח.....	162
22. לאחר שעמד המפרסם בנטל הראשוני, עובר הנטל המשני לכתפי התובע, להפריך טענה זו - 26 הודעות - דחיית התביעה.....	163
23. הנתבעת לא התייצבה - בית-המשפט חייב אותה בתשלום עבור משלוח דברי פרסומת בניגוד לחוק התקשורת - 3 הודעות - 1,500 ש"ח.....	165
24. פיצוי בגין הטרדה ועוגמת נפש - 15 הודעות - 4,500 ש"ח.....	165

25. תנאי לחיובו של השולח הוא שהדבר נעשה "ביודעין" - התביעה נדחתה.....	166
26. על רקע מכלול הנסיבות יש להתחשב בגובה הפיצויים - 2 תכתובות דואר ו- 4 הודעות - 1,000 ש"ח.....	166
27. פיצוי סביר בנסיבות העניין - 16 הודעות - 4,500 ש"ח.....	168
28. דחיית התביעה עקב זהות לא נכונה של הנתבעת.....	168
29. בית-המשפט קבע, כי אין הפרה של חוק התקשורת.....	169
30. הנתבעת מעודדת ומשווקת את מוצריה באופן מסחרי לכלל לקוחותיה ומעודדת אותם להצטרף לתכנית בדרך מתוחכמת יותר כפרסומת מוסווית שמטרתה גריפת רווח כספי - 1,000 ש"ח.....	170
31. מאחר שמדובר בפיצויים לדוגמא ללא הוכחת נזק, כך שאינם נגזרים ממידת הנזק שנגרמה לתובעת, הרי שאין חשיבות לשאלת הקטנת הנזק מצד הנמען - 6 מסרונים - 3,000 ש"ח.....	172
32. התובע לא היה מוכן שפרטיו יועברו לצד ג' ולא היה מוכן לקבל הודעות ודברי פרסומת על-פי פרטיו שצוינו בהזמנה - של 7,500 ש"ח (לפי 300 ש"ח לכל הודעה).....	173
33. אין להפחית מסכום הפיצוי שיש לפסוק לתובע בשל כך שהתובע לא פעל להסרת שמו מרשימת התפוצה - 6 מיילים - 6,000 ש"ח.....	174
34. הנסיבות הייחודיות אותן בית-המשפט לקח בקובעו את גובה הפיצוי - 8 הודעות - 2,000 ש"ח.....	175
35. המסרונים האמורים עונים על הגדרת החוק לעניין דבר פרסומת - 4 הודעות - 2,500 ש"ח.....	176
36. בית-המשפט לא שוכנע שיש לפסוק פיצוי מתחת הרף המקסימלי הקבוע בחוק - 8 הודעות - 3 הודעות ס.מ.ס - 3,000 ש"ח.....	176
37. על הנתבעת היה להבטיח שמלכתחילה לא ייעשה שימוש במסרונים פרסומת ללא מתן אפשרות הסרה - 2 מסרונים - 2,000 ש"ח.....	178
38. יש להבחין בין לקוח המבקש לקבל הודעות פרסומיות ונותן על כך אישור מראש ובכתב, לבין לקוח המוסר את פרטיו אגב שירות מסויים, ומודע לאפשרות כי ישלחו לו דברי פרסום באותו נושא ואינו מתנגד לכך - 48 הודעות - 3,600 ש"ח.....	179
39. התובע עמד בנטל הוכחת הקשר בין הנתבעים - 12,000 ש"ח.....	181
40. התובע הוטרד באופן שאין להקל בו ראש מצד הנתבעת - 7,500 ש"ח.....	182
41. במקרה דנן, מתקיימים כל היסודות להחמרה בפסיקת הפיצוי - 9 הודעות - 9,000 ש"ח.....	183
42. התובע עמד בנטל שמוטל לפתחו להוכיח שבאמצעות הקלקה על הקישור שמופיע בהודעת הפרסומת, אכן מגיעים לאתר של הנתבעת - 2 - 37 מסרונים - 3,500 ש"ח - שתי הנתבעות.....	184

43.	הנתבעת לא הציגה כל ראיה המעידה כי התובעת מסרה את הסכמתה המפורשת, אם בכתב או בדרך אחרת, לקבלת דבר פרסומת מהנתבעת - 1,400 ש"ח.....	185
44.	הטענה כי ההודעות נשלחו בידי עובדת אשר כבר פוטרה מתפקידה ועשתה כן בלא הרשאת הנתבעת אינה יכולה לעמוד לנתבעת.....	186
45.	עיון בכתב ההגנה מלמד, כי על פני הדברים (ובלא לקבוע כל מסמרות, שכן לא נערך בירור עובדתי) הגנתה של הנתבעת מוצקה; היא אף מצביעה על כך שהתובעת הגישה תביעות רבות בחודשים ספורים, למרות המגבלה על הגשת 5 תביעות בשנה - התביעה נמחקה.....	188
46.	בשכלול הטענות, מזה ומזה, לא מצאתי כי התנהלות התובע באי-מתן מענה למייל הנתבעת, באשר לציון פוזיטיבי של כתובת הדואר האלקטרוני הנוספת שלו, עולה כדי חוסר תום-לב קיצוני ומובהק, השולל ממנו לחלוטין את הזכות לקבל פיצויים מהנתבעת על-פי החוק.....	188
47.	עקרון תום-הלב ב"תביעות ספאם".....	189
48.	העובדה שהתובע לא פעל להסרתו מרשימת התפוצה אינה מעלה או מורידה לעניין החבות.....	190
49.	המחוקק בחר - באופן מפורש - להתיר שיגור מסרונים פוליטיים לבעלי טלפונים סלולריים בלא צורך לעמוד בדרישותיו של סעיף 30א לחוק התקשורת. מסקנה זו עולה מלשונו הברורה של החוק. המחוקק החריג מסרים פוליטיים ותעמולת בחירות מגדרו של האיסור שנקבע בסעיף 30א(ב) לחוק, זאת גם כאשר מסרים אלה מכילים בתוכם מספרי טלפון של משגריהם. האיסור שחל על "הצעה לנמנע להתקשר למספר טלפון מסויים לשם קבלת מסר כלשהו" מדבר על מספר טלפון ממנו עתיד להישלח "מסר" למכשיר הטלפון הסלולרי. "מסר" שעליו מדבר סעיף זה הוא מסר אסור, ועל-כן אין כל היגיון לפרש מילה זו ככוללת גם מסר פוליטי שהחוק התיר את שיגורו ב"רחל בתך הקטנה".....	192
50.	המשיבה אמנם לא פעלה במזיד, ואין ספק בליבי כי היא לא התכוונה להפר את הוראות הדין ולא היתה 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.....	193

51. אשר לכך יאמר שגם אם בית-משפט ציין שהוא התרשם שהמבקש פעל לצבירת הודעות על-מנת לחזק את עילת התביעה, והדבר לא היה כך, מדובר בציון התרשמות בלבד שאינה משנה את המסקנה לפיה אין הצדקה להתערבות במסקנתו הסופית של בית-המשפט בדבר פיצוי חלקי. גובה הפיצוי, בגבולות תקרתו על-פי החוק, מצוי במתחם שיקול-הדעת של בית-המשפט, שרק במקרים חריגים יש להתערב בקביעת שיעורו.....193	52. המבקש כלל לא הסביר בתצהירו מדוע הוא בחר להירשם לירידים שפרסמה המשיבה.....194
53. ככלל יש לאפשר לעוסק לשלוח דברי פרסומת לרשימת הקוחות במגוון התחומים בהם הוא עוסק. כך, למשל, חנות כלי בית יכולה לשלוח הצעות לרשימת הקוחות ביחס למגוון מוצריה, ואין להטיל עליה דרישה לפצל את רשימת הקוחות, כך שאדם שרכש כלי מטבח יקבל אך ורק הצעות הנוגעות לכלי מטבח, ואילו אדם שרכש מצעים יקבל אך ורק הצעות ביחס למצעים. בדומה, עסק המתמחה במוצרי חשמל אינו נדרש להבחין בין לקוחות שמסרו לו פרטי קשר אגב רכישת מקררים, לבין לקוחות שמסרו לו פרטי קשר אגב רכישת תנורים או טלוויזיות.....195	54. נטל ההוכחה להראות כי קיימת קבוצת אנשים שנפגעה מהתנהגות המשיבה מוטל על המבקש, אך ככל שהמשיבה טוענת כי מדובר ב"טעות נקודתית" נטל הבאת הראיה עובר לכתפיה - ככלל מצוי התובע הייצוגי בעמדת נחיתות מובנית, ובפרט כאשר עליו להוכיח קיומה של קבוצה. הדבר עלול לעורר קשיים, שעיקרם החשש כי עוסקים ייטו לטעון שמדובר ב"טעות נקודתית", ובכך לא יאפשרו בקשות ראיות. לנוכח קושי זה, יש לתור אחר פתרון שיאפשר להתגבר על פערי מידע אלה.....195
55. למשיבה יש מועדון לקוחות הכולל נמענים שהביעו הסכמה לקבלת פרסומות. בשעתו, כשהמשיבה רצתה לצאת במסע פרסום לקבוצה רחבה יותר של לקוחות, אשר מסרו את פרטיהם במהלך הרכישה, היא שיגרה הודעת יידוע ברורה ונהירה (בהתאם לסעיף 30א(ג)), המאפשרת הסרה באמצעות לחיצה על קישור ממקור ידוע, שאין סיבה ממשית לחשוש לגבי אמינותו ובטיחותו. סביר להניח כי לקוחות שאינם "לוחמי ספאם מנוסים" כפי שמעידים המבקשים על עצמם, אכן הסירו את עצמם מרשימת התפוצה - ככל שחפצו בכך.....196	56. נקודת המוצא שבבסיס סעיף 30א(י) לחוק היא שנמען של דבר פרסומת שנשלח בהפרה של החוק לא יטרח להגיש תובענה לפיצוי בגינה משום שהנזק האישי שנגרם לו נמוך מן העלות הכרוכה בניהולה. בשל כך נקבע בחוק פיצוי בסך של עד 1,000 ש"ח להפרה ללא הוכחת נזק.....196

57.	לא מצאתי ממש ביתר טענות המבקשת, לרבות הטענה לפיה תובענה ייצוגית אינה הדרך הראויה להכריע במחלוקת "בעילת הספאס", ולו רק בשל העובדה כי המחוקק התיר הגשת תביעות בעילה זו מכוח פרט 12 לתוספת השניה לחוק תובענות ייצוגיות. משכך, דומה כי הכרעת בית-משפט קמא נטועה בדין אף בנקודה זו.....196
58.	הטענה האחת היא שההליך עוסק במסרון יחיד שנשלח אל המבקשים, והם לא הראו שהמשיבה הנהיגה מדיניות המפירה את החוק. לגישת המשיבה עניין לנו בלא יותר מתקלה מזדמנת, אם בכלל. ראשית, הטענה בדבר תקלה נטענה באופן סתמי, והמשיבה לא עמדה בנטל להוכיח את טיב התקלה, את הגורם לה ועוד עניינים חיוניים. שנית, לאחר שהמשיבה שבה וטענה כי שלחה את המסרון בכוונה, כדי ליידע את חברי המועדון בהטבות שהושגו לטובתם, אין לקבל גם טענה שמדובר בתקלה.....197
59.	אין חובה שבדין להקטין נזק ולפי הפסיקה קיימת חזקה שנגרם נזק לנמען שקיבל הודעת פרסומת שלא כדיון, בגין הטרדה ופגיעה באוטונומיה.....197
פרק ד': תמצית ההלכה הפסוקה - תובענות ייצוגיות.....199	
1.	בקשת הסתלקות מתובענה ייצוגית חסרת תועלת - הבקשה אושרה, ללא גמול ושכר-טרח למבקשים.....199
2.	הודעת הסתלקות מייצוגית - משלוח פרסומות ללא ציון המילה "פרסומת".....200
3.	אישור הסתלקות מתובענה ייצוגית - חוסר במידע אודות גורמים אחרים אליהם נשלחו מסרונים.....200
4.	בקשה לאישור תובענה כייצוגית - 13 מסרונים פרסומיים.....201
5.	דרישה לגילוי מסמכים ומענה לשאלון - מאגר מידע הכולל רשימה של כל הנמנעים.....202
6.	בקשה לאישור הסדר פשרה בתובענה ייצוגית - הסכם לקבלת דברי פרסומת עם רכישת המוצרים בחנות.....203
7.	אישור הסתלקות מתובענה ייצוגית - מסרון המאשר הגעה לאירוע אינו דבר פרסומת.....204
8.	בקשה לאישור תובענה כייצוגית -האם הודעה הכוללת הפניה לשירותים ללא תשלום מהווה "דבר פרסומת"?.....205
9.	אישור הסתלקות מתובענה ייצוגית - שיגור דברי פרסומת ללא פרטים מזהים לנמענים שלא היה עימם קשר קודם.....206
10.	בקשת הסתלקות מתובענה ייצוגית - שליחת הודעות דואר אלקטרוניות ללא אפשרות למתן הודעת סירוב.....207
11.	דחיית בקשה לגילוי צו מסמכים בתובענה ייצוגית - שיגור הודעות לקהל הלקוחות של המשיבה.....208

12. אישור הסתלקות מתובענה ייצוגית - שליחת מסרונים לחברים בארגון שיתוף פעולה עסקי.....	208
13. אישור הסתלקות מתובענה ייצוגית - שליחת מסרונים פרסומיים.....	209
14. בקשה לאישור תובענה כייצוגית - מסרונים המפרסמים הזדמנות להרוויח כסף.....	209
15. בקשה לאישור תובענה כייצוגית - שליחת ניוזלייטרים ללא הסכמה מפורשת בכתב.....	211
16. בקשה לאישור תובענה כייצוגית - פרוצידורה לא סבירה למשלוח הודעת סירוב.....	212
17. החלטה בדבר פרסום הסדר פשרה להתייחסויות - שליחת הודעות מסר קצר.....	214
18. אישור הסתלקות מתובענה ייצוגית - פרסום באמצעות מסרון גמול בסך 2,000 ש"ח.....	214
19. בקשה לאישור הסדר פשרה - מסרונים לצורך בניית מותג חדש.....	215
20. בקשה לאישור תובענה כייצוגית - הודעות מוקלטות במכשירי הטלפון כחלק ממסע פרסום.....	216
21. אישור הסתלקות מתובענה ייצוגית - משלוח הודעה אחת בדבר זמני פעילות המשיבה.....	217
22. בקשה לצירוף ראיה - קבלה חלקית של בקשת ערעור.....	218
23. אישור הסתלקות מתובענה ייצוגית - שולחי ההודעות צד ג'.....	219
24. אישור הסתלקות מתובענה ייצוגית - שליחת הודעות לאחר קבלת הסכמה.....	219
25. קבלת בקשה לאישור תביעה כייצוגית - שיגור 13 מסרונים פרסומיים.....	220
26. דחיית ערעור - קביעת פיצויים שונים בגין אותה עילה.....	221
27. בקשה לאישור הסדר פשרה - חוסר אפשרות לשלוח הודעת סירוב.....	222
28. משלוח דברי פרסומת ללא ציון המילה "פרסומת" - אישור הסתלקות מתובענה ייצוגית.....	224
29. האם פסק-הדין שהתקבל במסגרת התובענה הייצוגית מהווה מעשה בית-דין לגבי התביעה לפיצוי הסטטוטורי?.....	225
30. אושר הסדר פשרה בתביעה ייצוגית - סך של 450,000 ש"ח.....	226
31. אישור הסדר פשרה בתובענה ייצוגית - סך של 200,000 ש"ח.....	226
32. פשרה בתביעה ייצוגית כנגד חברת פרטנר תקשורת.....	227
33. הנתבעת תעמיד תרומה לציבור בסך 400,000 ש"ח.....	228
34. בית-משפט מחק את הבקשה וקבע, כי אכן, אין המדובר במקרה זה ב"דבר פרסומת".....	229
35. היקף עלות ההטבה לפסגות עומד על 1,525,251,60 ש"ח.....	230

36. זכאות המבקש ובא-כוחו לגמול ושכר-טרח - סכום הגמול למבקש סך של 2,500 ש"ח ושכר טרחת בא-כוחו סך של 12,500 ש"ח.....	231
37. אושר הסדר הפרשה וניתן לו תוקף של פסק-דין - המשיבה תשלם למבקש גמול בסך 4,000 ש"ח ולבא-כוחו שכר-טרח בסך של 18,000 ש"ח בתוספת מע"מ.....	232
38. אושר הסדר פשרה בגין מסרונים של חברת תעופה - בית-משפט הורה למשיבות לשלם לתובע גמול על-סך 25,000 ש"ח, ולבאי-כוח המייצגים - שכר-טרח שסכומו 120,000 ש"ח.....	234
39. הסדר פשרה - כנגד הסתלקותם של המבקשים מבקשת האישור יפסק לכל אחד מהם תגמול בסך של 10,000 ש"ח. ככל שהגמול כפוף למע"מ יתווסף מע"מ על הסכום האמור. שכר-טרחתם של ב"כ המבקשים יועמד על הסך של 40,000 ש"ח.....	235
40. הסדר פשרה - סך ההטבה לכלל חברי הקבוצה יגיע עד כדי 350,000 ש"ח.....	236
41. אושר הסדר פשרה מתוקן - המשיבה תשלם למבקשת ולבא-כוחה גמול בסך של 40,000 ש"ח + מע"מ ושכר-טרח בסך של 147,500 ש"ח + מע"מ.....	237
42. בית-משפט אישר את הסדר הפרשה המתוקן ונתן לו תוקף של פסק- דין - המשיבה תשלם למבקש גמול בסכום של 9,741 ש"ח ושכר-טרח לבא-כוחו בסכום של 38,933 ש"ח (כולל מע"מ).....	238
43. התקבלה בקשה לאישור תובענה ייצוגית נגד חברה לבניית אתרים ולפרסום באינטרנט - שלחה הודעות פרסומת בניגוד ל"חוק הספאם".....	239
44. סיום ההליך בהסדר פשרה הוא הדרך היעילה וההוגנת בנסיבות העניין, מדובר בהסדר ראוי - גמול לתובע המייצג בסך 8,000 ש"ח ושכר-טרח לב"כ התובע המייצג בסך 50,000 ש"ח.....	240
45. תכלית סעיף 30א לחוק התקשורת להיאבק בתופעת משלוח ספאם.....	241
46. סעיף 30א(ג) לחוק קובע כי ניתן לשלוח הודעות פרסומת מבלי לקבל את הסכמת הנמען וזאת בהתקיימותם של ארבעה תנאים.....	241
47. בית-המשפט התרשם כי מדובר בהודעת שירות בלבד ולא ב"דבר פרסומת".....	242