

בעניין:

לירון פרמינגר ת.ז. 032144263

באמצעות עו"ד צביקה שטוירמן,
יוסיפוף, כהן, קורן, גרודברג ושות' משרד עורכי דין
מרח' ויסוצקי 6, תל אביב 62338
טל: 03-6042323 פקס: 03-6044222

המבקש

נגד

סלקום ישראל בע"מ ח.צ. 511930125
מרחוב הגביש 10 נתניה מיקוד 42140

המשיבה

מהות התביעה: כספית, חוזית, הגנת הצרכן.

סכום התביעה האישית לתובע: 20 ₪.

סכום התביעה לכלל הקבוצה המיוצגת: (הערכה ראשונית בלבד) 22,800,000 ₪.

בקשה לאישור תביעה כתובענה ייצוגית
בהתאם לחוק תובענות ייצוגיות, התשס"ו-2006

בית-המשפט הנכבד מתבקש בזאת על-ידי המבקש מר לירון פרמינגר (להלן: "המבקש"), לעשות שימוש בסמכותו לפי סעיף 5(ב)(2) לחוק תובענות ייצוגיות, התשס"ו-2006 (להלן: "חוק תובענות ייצוגיות"), ולאשר את התביעה האישית שהגיש המבקש כנגד המשיבה, חברת סלקום ישראל בע"מ (להלן: "סלקום ו/או המשיבה") המצורפת לבקשה זו כנספח 1 בהתאמה (להלן: "התביעה האישית"), כתביעה ייצוגית ולהכיר במבקש כמייצג הקבוצה.

עותק מכתב התביעה האישית מצורף לבקשה כנספח 1.

ואלה נימוקי הבקשה:

מבוא

1. תביעה זו נסובה סביב הטעיה ברורה ומכוונת של סלקום כלפי המבקש בפרט והקבוצה אותה הוא מייצג בכלל, עת שהודיעה לו ביוזמתה באמצעות הודעת טקסט (sms) כתובה מטעמה על מיצוי מלוא חבילת הגלישה שרכש ממנה (להלן: "הודעת המיצוי") למרות שידעה כי המבקש ניצל רק 77% מחבילת הגלישה שרכש מסלקום בעוד שבפועל, בהתאם לנתוניה של סלקום

עצמה, המבקש כלל לא מיצא ו/או מימש את מלוא חבילת הגלישה שרכש במיטב כספו אף לא בקרוב כפי שיפורט בהרחבה להלן.

2. בפעולותיה ו/או מחדליה הטעתה סלקום את המבקש והציגה בפניו מצג שווא ביחס למצב העובדתי הנכון במועד מתן הודעת המיצוי ולמעשה פגעה ומנעה ממנו את ההנאה שבשימוש וניצול מלוא חבילת הגלישה שרכש.
3. נבחר ונדגיש כי בניגוד למבקש, מערכותיה הממוחשבות של סלקום מאפשרות לה לדעת בכל זמן נתון באופן מדויק מהם האחוזים, מתוך חבילת הגלישה שרכש, ואשר אותם ניצל המבקש בפועל.
4. משמע כי, לנתבעת הייתה אפשרות לדעת, טרם מעשה, כי הודעתה שגויה ומטעה ואיננה משקפת את המציאות לאשורה, אולם סלקום בחרה בצורה יזומה להתעלם מהנתונים האמיתיים הנמצאים אצלה ובשליטתה ושלחה למבקש את הודעת המיצוי המטעה.
5. משכך, הודעת המיצוי היוזמה של סלקום, הנה הטעיה לשמה, ניסיון למנוע מהמבקש את ההנאה שבשימוש מלא בחבילת הגלישה שרכש במיטב כספו, ואשר עבור מיצויה שילם המבקש לסלקום את מלוא התמורה. זאת ועוד, העובדה כי סלקום בחרה לשלוח את הודעת המיצוי מיוזמתה מלמדת על היות המידע הגלום בהודעת המיצוי מידע מהותי אף לשיטת סלקום עצמה.

הצגת הצדדים

6. למען הגילוי הנאות, המבקש הנו עורך דין במקצועו בעל טלפון נייד מסוג iPhone 3gs שמספרו 050-4445105 והתקשר עם סלקום בהסכם לקבלת שירותי סלולאר לרבות שירותי גלישה ברשת האינטרנט באמצעות רשת הסלולאר של סלקום.
7. סלקום הנה כאמור חברה ציבורית בעירבון מוגבל אשר מניותיה נסחרות בבורסה לניירות ערך בתל אביב ואשר קיבלה רישיון מאת משרד התקשורת לספק שירותי רט"ן, לאוכלוסייה במדינת ישראל.
8. סלקום מתגאה בכך בפרסומיה שהנה אחת מחברות התקשורת הסלולארית הגדולות בישראל אם לא הגדולה ביותר, ועל פי פרסומיה היא מספקת שירותים לכ- 3.3 מליון מנויים.
9. על פי הדו"ח הכספי שפרסמה סלקום לשנת 2010¹ (ליום 31.12.2010, נספח 5 להלן), מתוך סך מנוייה, 1.14 מליון לקוחות מנויים על שירותי דור שלישי.
10. כפי שיוצג להלן בהרחבה, כל לקוח של סלקום המחזיק בידו טלפון סלולארי מסוג דור 3 מחויב על ידה לרכוש חבילת גלישת בסיס, כפי שיפורט להלן וממילא ללא חבילת גלישה ברשת האינטרנט מאבד מכשיר הסלולאר דור 3 ממרבית יתרונותיו למשתמש.

שוק התקשורת הסלולארית בישראל

11. בשוק הטלפונים הסלולאריים בישראל, פעילות כיום ארבע חברות מפעילות: "פלאפון", "סלקום" "פרטנר" ו-"מירס" (להלן: "החברות"). היקפו של שוק התקשורת הישראלי בשנת

¹ ראה פרסום במערכת "מאיה" של הבורסה לניירות ערך.

2010 הסתכם בכ- 29.4 מיליארד ₪ כאשר הטלפונים הניידים מהווים כ- 56% משוק זה משמע כ- 16.2 מיליארד ₪.

12. סלקום הנה חברת התקשורת הסלולארית הגדולה בישראל שעל פי פרסומיה, משרתת היא כ- 3.394 מיליון מנויים. הכנסותיה של סלקום עלו בשנת 2010 ב-3.8% והסתכמו ב-6.662 מיליארד ₪ כאשר הרווח הנקי שלה בשנת 2010 עמד על לא פחות מ- 1.29 מיליארד ₪!

13. שוק הטלפונים הסלולאריים בישראל, הפך בעשור האחרון לשוק שעבור הצרכן הישראלי אין לו תחליף. ה"מהפכה הסלולארית" השתלטה על כל אזרח ואזרח והפכה את הטלפון הסלולארי למוצר הכרחי לשוק הפרטי ועל אחת כמה וכמה למגזר העסקי.

14. קשה לדמות כיום את הצרכן הישראלי בכלל ואת איש העסקים בפרט ללא מכשיר סלולארי בידו.

15. דווקא נפילתה של רשת התקשורת של סלקום בתחילת חודש דצמבר 2010 למספר שעות בודדות המחיש בצורה הטובה ביותר את התלות, הפניקה וחוסר האונים שנקלעו אליו מיליוני לקוחות אשר לא הצליחו לעשות שימוש במכשירם.

מהפכת האינטרנט הסלולארי

16. רבות נכתב ודובר על מהפכת האינטרנט, על חשיבותו בעידן המודרני ועל התלות הרבה שיצר הצרכן באינטרנט ובזמינות המידע שהוא מאפשר. האינטרנט מספק לנו גישה לחדשות קריטיות עבורנו, למידע חשוב שלפיו אנו מקבלים החלטות, לוודאו, לפנאי ולבידור.

17. אולם ככל שמהפכת האינטרנט במחשבים האישיים נתפסה כמהפכה גלובלית בעל מימדים גדולים, מהפכת האינטרנט הסלולארי במכשירים ניידים היא גדולה פי כמה וכמה.

18. בראשית שנת 2010 פרסם בנק ההשקעות מורגן סטנלי עבודת מחקר עצומת ממדים שמנסה לשרטט את גודלה וחשיבותה של מהפכת האינטרנט הנייד.

19. לטענתו, מהפכת האינטרנט הנייד תהיה גדולה יותר מכל אחת מחמש מהפכות המחשוב שפקדו את העולם מאז שנות ה-60. להערכתו, במחצית הראשונה של העשור הקרוב צפוי להתעצם מספרם של מכשירי הקצה הניידים בעלי גישה לאינטרנט ליותר מ-10 מיליארד. לשם השוואה, מספר המחשבים האישיים הנייחים כיום (תחילת שנת 2010) בעולם הוא כמיליארד בלבד.

מצ"ב מחקרו של בנק ההשקעות מורגן סטנלי מסומן 2.

20. מכשיר הסלולאר מסוג iPhone הוא שפרץ את החסמים ולמעשה הצית את אש המהפכה. ב-28 החודשים מאז הושק בלבד נמכרו יותר מ-57 מיליון מכשירי אייפון ואייפוד טאץ', שמאפשרים גם הם גישה אלחוטית, ניידת לאינטרנט.

21. לשם השוואה, מהפכת האינטרנט הנייח הייתה איטית בהרבה. ב-28 החודשים מאז הושק דפדפן נטסקייפ בדצמבר 1994 הורדו רק 25 מיליון דפדפנים. העובדה כי דפדפן נטסקייפ ניתן חינם בעוד אייפון עולה 200-600 דולר מחזקת את ההערכות כי אנו נמצאים בפתחה של מהפכה חסרת תקדים, שתתרחש מהר מהצפוי, ולראשונה תשפיע גלובלית כבר בשלב מוקדם.

22. במורגן סטנלי צופים כי בתוך שלוש שנים תתרחש צמיחה של פי 66 בתנועת האינטרנט על גבי רשתות סלולאריות. המשמעות היא כי ב-2013 יעברו כ-30% מתעבורת האינטרנט העולמית

דרך מכשירים ניידים. מדובר בקצב צמיחה חסר תקדים, גם עבור עולם המחשוב שחוזה לא מעט מהפכות. המכשירים הניידים עושים את דרכם ליהפך לפלטפורמות המחשוב המובילות מבין מגוון המכשירים בעלי חיבור לאינטרנט.²

מצ"ב מאמרו של אמיר טייג מסומן 3

23. כיום קיימים בשוק סוגים שונים ומגוונים של טלפונים חכמים המאפשרים חיבור לרשת האינטרנט. בדצמבר 2009 החלה התמונה בשוק מכשירי הסלולר להשתנות, עם תחילת מכירתו הרשמית של מכשיר האיפון בישראל. "על פי הערכותיו של ערן תור, מנכ"ל iDigital, יבואנית מוצרי אפל לישראל, נמכרו בישראל עד כה (מרץ 2011) כ־600 אלף מכשירי איפון, וכ־400 אלף מהם שיווקו מאז סוף 2009 חברות הסלולר בקמפינים אגרסיביים. כ־200 אלף מכשירי איפון נוספים הובאו לישראל ביבוא אישי או שנמכרו בחנויות המתמחות בצידוד סלולרי"³.

מצ"ב כתבתו של גלעד נס מסומנת 4

24. האיפון ויתר הטלפונים החכמים של חברות שונות מבוססים על שירותים תלויי חיבור לאינטרנט. למעשה, על מנת לעשות שימוש נייד בכל האפליקציות (היישומים) המיועדות לטלפונים אלה, על הצרכן להיות מחובר בצורה כלשהי לרשת האינטרנט.

25. חברות הסלולר מתחרות ביניהן מי היא החברה אשר מאפשרת את חווית הגלישה הסלולרית הטובה ביותר ללקוח.

26. עצם העובדה שתברות סלולר מתחרות על מהירות הגלישה ומשקיעות עשרות מליוני שקלים על מנת לשפר ולשדרג את תעבורת הגלישה הסלולרית בכל אחת מרשתותיהן, מעידה בפני עצמה על החשיבות שהן מייחסות לחבילות הגלישה שהן מוכרות ועל פוטנציאל הרווחים העצומים שהן עשויות להרוויח מכל צרכן אשר יתחבר אליהן ויעשה שימוש בחבילת גלישה סלולרית.

עילות התביעה

הטעיה בהתאם לחוק הגנת הצרכן

27. עילת התביעה העיקרית במסגרת בקשה זו הנה הטעייתה של סלקום את המבקש בפרט ואת כלל לקוחותיה הנכללים בגדר הקבוצה הייצוגית כהגדרתה להלן.

28. כאמור, המבקש הנו לקוח עסקי של הנתבעת ומחזיק מאז דצמבר 2010 בטלפון חכם (smartphone) מסוג דור 3 (3G).

29. בשל כך בלבד חייבה סלקום את המבקש, כפי שהיא עושה ועשתה ביחס ליתר לקוחותיה העושים שימוש בטלפונים מסוג דור 3⁴ לשלם דמי שימוש חודשיים קבועים עבור רכישת אפשרות לגלישה בחבילת הבסיס של 300MB ושימוש ברשת הסלולאר של הדור השלישי

² האמור בסעיפים 17-23 לקוח מתוך מאמרו של אמיר טייג אשר פורסם ב-The Marker ביום 10.01.13.

³ מתוך כתבה מאת גלעד נס שפורסמה באתר The Marker ב-11.03.10.

⁴ יובהר כי בהתאם לדוחותיה הכספיים של סלקום לשנת 2010, מספר הלקוחות המנויים ו/או המחזיקים ו/או המשלמים על חבילת דור 3 הנה 1.14 מליון לקוחות.

בעלות של 43 ₪ בתוספת מע"מ כדין לחודש (מחזור חיוב) (ס' 2.2 להסכם כהגדרתו להלן) "כדמי שימוש ברשת הדור השלישי" וזאת עבור רכישת אפשרות גלישה באמצעות רשת האינטרנט הסלולרי אותה מספקת סלקום (להלן: "חבילת הגלישה הבסיסית") (בניגוד לגלישה באמצעות ראוטר אל-חוטי חיצוני לרשת הסלולארית).

מצ"ב דוחותיה הכספיים של סלקום ליום 31.12.2010 מסומנים 5.

30. ביום 06.12.10 התקשר המבקש עם סלקום בהסכם אחד שנוסח על ידי סלקום שכותרתו "נספח שירות iPhone ללקוחות סוהו" (להלן: "ההסכם"). במסגרת ההסכם הנ"ל נקבע (שם בסעיף 2.2) כי:

"במסגרת נספח זה תחוייב בתשלום חודשי קבוע של 43 ₪ כדמי שימוש ברשת הדור השלישי. דמי השימוש ישולמו בנוסף לכל תשלום קבוע אחר שהינך משלם, ובכלל כן, בנוסף לכל תשלום קבוע ו/או דמי מנוי שהינך משלם במסגרת תוכנית השיווק אליה הינך משוייך"

המשך קריאת ההסכם מלמדת כי הלקוח אינו רשאי לזקוף לזכותו יתרת גלישת אינטרנט שלא נוצלה בחודש אחד לחודש שלאחריו. בכל חודש מתחיל מחדש ניצול חבילת הגלישה:

"אינך זכאי לדחות את הזכות לצרוך את הטבה ו/או החבילה אליה הנך משוייך ממחזור חיוב אחד לאחר ו/או לסלקום אחר, גם אם הנו בבעלותך. לא תהיה זכאי לכל זיכוי שהוא (כספי או אחר) בגין יתרת הטבה שלא תצורך בפועל, מכל סיבה שהיא, לרבות במקרה בו לא תעשה שימוש ברשת הדור השלישי". (סעיף 5.3 להסכם) [ההדגשות אינן במקור]

מצ"ב ההסכם המסומן 6.

31. עפ"י ס' 2.4 להסכם הגדיל המבקש את חבילת הבסיס לגלישה ברשת הדור השלישי, מעבר לחבילת הגלישה הבסיסית, ורכש חבילת גלישה מורחבת הנקראת "הטבת iPhone", של 700MB תמורת תשלום נוסף של 25.8 ₪. בסה"כ רכש המבקש חבילת גלישה של 1,000MB (להלן: "חבילת הגלישה").

32. סלקום חייבה ומחייבת את לקוחותיה בגין כל חריגה מחבילת הגלישה הבסיסית, או מחבילת הגלישה שרכש הלקוח, ככל שהגדיל את חבילת הגלישה הבסיסית, בתשלום חריג. בס' 3 להסכם חייבה סלקום את המבקש בתשלום חריג וגבוה בגין "גלישה חריגה" קרי מעבר להיקף חבילת הגלישה היה ויחרוג בשימוש מעבר לחבילת הגלישה:

"במקרה בו.....בוצע שימוש מעבר להטבה ו/או חבילת הגלישה אליה משוייך הלקוח (להלן: "גלישה חריגה"), יחוייב הלקוח בתעריפי גלישה בהתאם למפורט להלן:"

33. כך, לקוח סלקום המנצל במלואה את חבילת הגלישה והמבקש להמשיך ולגלוש ברשת האינטרנט יחוייב ע"י סלקום בתשלום נוסף, גבוה, בין אם בדרך של רכישת חבילת גלישה נוספת ובין אם בדרך של תשלום גבוה כנגד כל דקת גלישה נוספת החורגת מחבילת הגלישה שרכש (ראו סעיף 3.1 להסכם/נספח השירות המסומן 6).

34. מחזור החיוב החודשי של סלקום מתחיל ב- 11 לכל חודש ומסתיים ב- 10 לכל חודש עוקב שלאחר מכן (להלן: "מחזור החיוב החודשי").

35. ביום 30.12.10 בשעה 15:34, במסגרת מחזור החיוב החודשי המתחיל מיום 11.12.10 ומסתיים ביום 10.01.11, קיבל המבקש את הודעת המיצוי, כהודעת טקסט יזומה מסלקום בזו הלשון:

"מנוי מספר 0504445105, החודש ניצלת את חבילת הגלישה. גלישה נוספת כרוכה בתוספת תשלום"

מצ"ב צלום מסך של הודעת הטקסט מתוך מכשירו הסלולארי של המבקש. המסומנת **נספח 7**. לבקשה זו ומהווה חלק בלתי נפרד ממנה.

36. כתוצאה מהודעתה זו ובהסתמך עליה, הבין המבקש כי מיצה את חבילת הגלישה הקיימת לו ועל כן, על מנת להימנע מתשלום נוסף בתעריף גבוה כאמור לעיל, חדל המבקש מלעשות שימוש בחבילת הגלישה אותה רכש בהסכם והמתין עד תחילת מחזור החיוב הבא על מנת שחבילת הגלישה תתחדש והוא יוכל שוב לגלוש ברשת האינטרנט באמצעות מכשיר הטלפון הסלולארי שבבעלותו באמצעות רשת הסלולאר של סלקום.

37. בתום מחזור החיוב החודשי, שלחה סלקום למבקש חשבונית לתשלום ובה פירוטה בין היתר גם את ניצול חבילת הגלישה של המבקש במהלך אותו מחזור חיוב חודשי.

38. או אז התגלה למבקש כי **בניגוד להודעת המיצוי המפורשת** של סלקום מיום 30.12.10, לפיה המבקש ניצל את מלוא חבילת הגלישה וכי "גלישה נוספת כרוכה בתוספת תשלום", **לא ניצל כלל המבקש את מלוא חבילת הגלישה ומתוך MB1,000 (1GB) בהם היה זכאי להשתמש עפ"י ההסכם, עשה המבקש שימוש ב-MB777.706 בלבד** (להלן: "החשבונית").

מצ"ב חשבונית סלקום לחודש דצמבר 2010 **מסומנת 8**.

39. משמע, על אף הודעתה הברורה והחד משמעית של סלקום, כאמור בהודעת המיצוי, לפיה חבילת הגלישה הסתיימה, בפועל, זו לא נוצלה במלואה והמבקש השתמש רק בכ- 77% ממנה!

40. המבקש יטען כי עצם העובדה שמדובר בהודעה יזומה מטעמה של סלקום מעידה על כך, ש**סלקום עצמה מייחסת חשיבות רבה לתוכנו של המידע המהותי הגלום בה** ומבינה כי חזקה כי לקוח אשר מקבל את הודעת המיצוי נסמך עליה ופועל על פיה ו/או ישנה אפשרות סבירה ביותר כי יעשה זאת.

41. בעשותה כן מנעה סלקום מהמבקש, ביוזמתה, בדרך של מסירת מידע כוזב, למצות את זכותו לגלישה מלאה בחבילת הגלישה וגרמה לו לאובדן הנאה מחבילת הגלישה ומההסכם.

סלקום ידעה את נתוני הגלישה האמיתיים של המבקש אך הטעתה אותו ביוזעין

42. לסלקום יש את הכלים הטכנולוגיים ו/או בכלל המאפשרים לה לדעת בכל זמן נתון, מהו היקף ניצול המבקש את חבילת הגלישה, או כל צרכן אחר ו/או נוסף שלה והאם המבקש ו/או כל צרכן אחר ו/או נוסף שלה מיצה את כל חבילת הגלישה שלו, על פי ההסכם עימו, אם לאו.

43. העובדה שבחשבונית ששלחה סלקום למבקש מצוין בדיוק רב היקף השימוש והמיצוי של חבילת הגלישה מעידה על כך שסלקום יודעת ו/או יכולה לדעת בכל רגע נתון מהו היקף ניצול החבילה של המבקש בפרט וכלל לקוחותיה המנויים ברשת דור 3 בכלל.

44. למרות זאת סלקום ציינה בהודעת המיצוי שנשלחה למבקש נתונים שגויים שאינם מעידים על המצב לאשורו.

45. משלוח הודעת המיצוי מהווה הטעיה בהתאם לסעיף 2 לחוק הגנת הצרכן הקובע כי:

“לא יעשה עוסק דבר – במעשה או במחדל, בכתב או בעל פה או בכל דרך אחרת לרבות לאחר מועד ההתקשרות בעסקה – העלול להטעות צרכן בכל עניין מהותי בעסקה (להלן – הטעיה); בלי לגרוע מכלליות האמור יראו עניינים אלה כמהותיים בעסקה:

(1) הטיב, המהות, הכמות והסוג של נכס או שירות;

...

(5) השימוש שניתן לעשות בנכס או בשירות, התועלת שניתן להפיק מהם והסיכונים הכרוכים בהם.”

46. משלוח הודעת המיצוי הנו מעשה אשר בוודאי “עלול להטעות” את הצרכן ביחס לשימוש שניתן לעשות בחבילת הגלישה ובוודאי ביחס לתועלת ולהנאה שניתן להפיק ממנה.

47. הודעת המיצוי הטעתה את המבקש ביחס לשימוש שניתן לעשות בחבילת הגלישה וביחס לתועלת שניתן להפיק ממנה והוא הבין כי מימש את חבילת הגלישה שלו במלואה וידע עוד כי גלישה נוספת תחייב אותו בתשלום גבוה וחריג ממנו ביקש להימנע.

48. המבקש הסתמך על תוכנה של הודעת המיצוי וחדל מלעשות שימוש בשירותי הגלישה אותם רכש מסלקום ובכך נגרם לתובע אובדן הנאה ופגיעה בו כצרכן.

49. עם קבלת החשבונית התווספה למבקש גם עוגמת נפש רבה עת שהתברר לו, כי סלקום פשוט רימתה אותו.

הגדרת הקבוצה וסכום התביעה הייצוגית

50. בית-המשפט הנכבד מתבקש להגדיר את קבוצת האנשים שבשמה מוגשת הבקשה, כדלהלן:

“כל לקוחותיה של סלקום אשר התקשרו עימה בכל חוזה החל מ 7 שנים טרם קבלת המבקש את הודעת המיצוי(ככל שסלקום מסרה בכל תקופה זו הודעות מיצוי) אשר כלולים בו תנאים זהים לאלו שבהסכם (כאמור בס' 30 לעיל), ואשר קיבלו את הודעת המיצוי וחדלו, בסמוך לאחר מועד קבלתה, מלעשות שימוש בחבילת הגלישה שרכשו ”

51. בית המשפט הנכבד מתבקש ליתן פיצוי בגין אובדן ההנאה של המבקש והקבוצה לאור העבודה הפשוטה שאדם רכש חבילת גלישה ולא נהנה מהשימוש הגלום בה.

52. בנוסף ו/או לחילופין, מתבקש בית המשפט הנכבד ליתן פיצוי לטובת הציבור ו/או הקבוצה וזאת בהתאם לסעיף 20 (ג) לחוק תובענות ייצוגיות.

53. כמו כן, בית המשפט הנכבד מתבקש בזאת ליתן פיצוי ושיפוי לכל אחד ואחד מלקוחותיה של סלקום הנכללים בקבוצה בגין עגמת נפש ואובדן ההנאה שנגרמה להם כתוצאה ממשלוח סלקום הודעות מיצוי אף שלא מיצו את חבילת הגלישה שלהם.

54. דמי השימוש החודשיים הקבועים בגין שימוש ברשת הדור השלישי אותם גבתה סלקום מהמבקש עמדו על 43 ₪ ללא מע"מ. בנוסף, עלות רכישת חבילת הגלישה שרכש המבקש מסלקום הייתה 25.8 ₪ לחודש בתוספת מע"מ (ראו חשבונית נספח 8 לעיל).

55. לצורך אומדנה בלבד, סכום התביעה הייצוגית (המשוער), מוערך בסך מינימאלי של 22,800,000 ₪, וזאת לאור הערכה לא סופית, כדלקמן:

ע"פ דוחותיה הכספיים של סלקום ליום 31.12.2010 יש לה כ- 3.3 מליון מנויים, מתוכם 1.14 מליון מנויים על שירותי דור שלישי. כאשר לכל מנוי נגרם אובדן הנאה מהשימוש בחבילה שרכש בסך של כ- 20 ₪.

הצעת מנגנון להגדרת הקבוצה

56. בהתאם להלכה הנהוגה כיום, מתכבד המבקש להציע מנגנון אשר יסייע לבית המשפט בקביעת הגדרת הקבוצה כדלהלן:

- | | |
|------|--|
| 56.1 | בידי סלקום כלל החוזים באמצעותם היא התקשרה עם לקוחותיה. |
| 56.2 | סלקום יודעת ו/או יכולה לדעת באיזה מן הסכמים קיימות ההוראות המוזכרות בסעיף 30 לעיל; |
| 56.3 | כאמור בדוחותיה הכספיים של סלקום ליום 31.12.2010 היו לה 1.14 מליון לקוחות סולר בדור 3. |
| 56.4 | בידי סלקום המידע לכמה מלקוחותיה נשלחה במועדים הרלבנטיים הודעת מיצוי טרם שאלה מימשו את כל חבילת הגלישה שבידם; |
| 56.5 | סלקום יודעת ו/או יכולה לדעת מי מבין הלקוחות אשר התקשרו עימה בהסכמים כאמור לעיל, הפסיקו לעשות שימוש בחבילת הגלישה שרכשו בסמוך לאתר קבלת הודעת המיצוי. |

57. כך, בידנו מנגנון מוצע פשוט הנשען על מידע שמצוי בידי סלקום ואיננו צריך להישען על הערכות ו/או על סקרים שכן המידע הגלום הנוחץ למימוש מצוי אצל סלקום ובהינתן צו שיפוט תוכל היא לספק את המידע הנייל בצורה פשוטה וללא מאמץ יתר.

58. המנגנון המוצע הנייל יאפשר הגדרה מדויקת של הקבוצה ובהתאם ניהול נכון יעיל וצודק של התובענה הייצוגית וחסכון בהוצאות.

התביעה האישית ראויה להתברר כתובענה ייצוגיות

59. בהתאם לסעיפים 3(א) ו-4 לחוק תובענות ייצוגיות, מי שיש לו עילת תביעה אישית, כאמור בתוספת השנייה לחוק תובענות ייצוגיות, המעוררת שאלות מהותיות של עובדה או משפט, המשותפות לכלל חברי הקבוצה – רשאי להגיש לבית המשפט בקשה לאישור תביעתו האישית כתביעה ייצוגית.

60. ביסוד התביעה האישית שהגיש המבקש כנגד סלקום עומדת, כאמור, עילת תביעה עיקרית: הטעייה וחוסר תם לב בקיום חיובים חוזיים המאפשרות הגשתן כתובענה ייצוגית.

61. על כן, כל שנותר לבחון הוא האם במקרה דנן מתקיימים כל יתר התנאים הקבועים בחוק תובענות ייצוגיות לשם אישור התביעה האישית כתובענה ייצוגית.

62. להלן ייבחנו דרישותיו של סעיף 8(א) לחוק תובענות ייצוגיות, כדלהלן:

62.1 התביעה האישית מעוררת שאלות מהותיות של עובדה ומשפט המשותפות לכלל חברי הקבוצה, כהגדרתה לעיל, וכנדרש בסעיפים 4(א)(1) ו-8(א)(1) לחוק תובענות ייצוגיות שכן אין ולא יכול להיות חולק כי כל מי שהתקשר עם סלקום בהסכם במסגרתו רכש חבילת גלישה וקיבל את הודעת המיצוי טרם שמימש את מלוא חבילת הגלישה וחדל מלגלוש ברשת האינטרנט בסמוך לאחר קבלת הודעת המיצוי, חולק במשותף, אותן שאלות של משפט ו/או עובדה המשותפות לכלל חברי הקבוצה.

אין לפנינו סוגיה ייחודית למבקש. סלקום שלחה הודעות מיצוי מטעות נוספות גם ללקוחות נוספים שלה, כך למשל שלחה היא הודעת מיצוי גם למנוי מס' 052-6304295.

מצ"ב הודעת המיצוי למנוי מס' 052-6304295 מסומנת 9

62.2 לאור האמור לעיל, עולה איפה כי תביעתו האישית של המבקש עומדת בדרישות החוק והפסיקה בעניין זה, שכן היא מעוררת שאלות מהותיות של עובדה ומשפט המשותפות לכלל חברי הקבוצה ועל כן יש לקבלת הבקשה ולאשר את התובענה האישית כייצוגית.

63. במקרה דנן, (כנדרש בסעיף 8(א)(1) סיפא לחוק תובענות ייצוגיות) ישנה סבירות גבוהה שהשאלות הצריכות בהתאם לחוק תובענות ייצוגיות יוכרעו במסגרת התביעה האישית לטובת כלל הקבוצה שכן:

63.1 כאמור בבקשה דנן, טענת המבקש כנגד סלקום מבוססת על ראיות מוצקות. המדובר במידע מהותי ששלחה סלקום ביוזמתה והמנוגד למציאות העובדתית, מציאות שהוסתרה ע"י סלקום בעת משלוח הודעת המיצוי.

63.2 עילת התביעה כנגד סלקום הינה ברורה ופשוטה למדי (אך חמורה באותו האופן), והיא משותפת הן לגבי המבקש והן לגבי שאר חברי קבוצה;

63.3 בהתקיים כל הנסיבות המפורטות בבקשה דנן, קיימת סבירות גבוהה, אם לא ברמת וודאות קרובה, שהתביעה תוכרע לטובת חברי הקבוצה.

64. במקרה דנן, תובענה ייצוגית הינה הדרך היעילה וההוגנת ביותר להכרעה במחלוקת בנסיבות העניין (כנדרש בסעיף 8(א)(2) לחוק תובענות ייצוגיות):

- 64.1 כפי שהוסבר לעיל, ציבור משתמשים בחבילות גלישה הנמנים עם חברי הקבוצה הינו ככל הנראה גדול מאוד ומגיע למעל מליון לקוחות.
- 64.2 עילת התביעה האישית אינה מצריכה בירור פרטני בדבר נסיבותיו של כל חבר בקבוצה, שכן משלוח הודעת המיצוי טרם מימוש כל חבילת הגלישה והפרת ההוראות הרלבנטיות על ידי סלקום, מהווה בהכרח הפרה כלפי כל אחד מחברי הקבוצה;
- 64.3 באמצעות אישור התביעה האישית כתביעה ייצוגית, יוכל בית-המשפט הנכבד לדון בעילת התביעה המשותפת לחברי הקבוצה כנגד סלקום במסגרת הליך אחד, כך שערכאות אחרות לא יידרשו לדון בעניין זה מספר פעמים, כמספר חברי הקבוצה, שיאלצו להגיש תביעות נפרדות כנגד המשיבה, אשר יהיו כרוכות, מטבע הדברים, בעלויות מיותרות ו**בעומס קיצוני על מערכת המשפט** מחד וחיסכון בעלויות ניהול מאות אלפי תביעות הן לסלקום מאידך.
- 64.4 בשים לב לסכום התביעה הפרטנית יחסית הנמוך, אין הצדקה כלכלית לכל אחד מחברי הקבוצה לנהל תובענה אישית כנגד סלקום ובוודאי שאין הצדקה לניהול מספר רב של הליכים משפטיים בגין אותן נסיבות;
- 64.5 מן המקובץ עולה, אפוא, כי תובענה ייצוגית הינה הדרך היעילה ביותר וההוגנת להכרעה בתביעה האישית, בנסיבות העניין.

65. כנדרש בסעיפים 8(א)(3) ו- 8(א)(4) לחוק תובענות ייצוגיות ישנו יסוד סביר להניח, כי עניינם של כלל חברי הקבוצה ייוצג וינהל בדרך הולמת ובתום לב:

- 65.1 התביעה האישית מנוסחת בצורה נהירה וברורה ומבוססת על עילת תביעה מצוינת של המבקש ועל מסמכים וראיות של סלקום עצמה ו/או מי מטעמה.
- 65.2 בנסיבות אלו התביעה האישית עשויה להביא תועלת רבה לכלל חברי הקבוצה.
- 65.3 המבקש נכון ומסוגל להשקיע ממרצו בכדי לייצג את עניינם של כלל חברי הקבוצה בצורה נאמנה;
- 65.4 **מכל המקובץ עולה, אפוא, כי קיים יסוד סביר, ואף למעלה מכך, כי עניינם של כלל חברי הקבוצה ייוצג וינהל בדרך הולמת ובתום לב על ידי המבקש ובאי - כוחו, החתומים מטה.**

סיכום

הסעדים המבוקשים

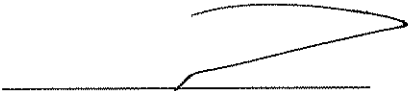
בית המשפט הנכבד מתבקש ליתן את הסעדים הבאים:

66. אישור תובענה האישית כתובענה ייצוגית.

67. אישור הגדרת הקבוצה ולחילופין שימוש במנגנון המוצע על מנת להגדיר את הקבוצה

68. **צו עשה** – בית המשפט הנכבד יתבקש ליתן צו עשה המחייב את סלקום לחדול מלשלוח הודעות דוגמת הודעת המיצוי או לחילופין להנהיג וליצור מנגנון אשר יביא לכדי שליחת הודעות מיצוי מדויקות, נכונות ואמיתיות המשקפות את המצב האמיתי לאשורו.

69. **צו עשה** - להורות לסלקום ליתן דוחות ו/או נתונים מדוייקים לצורך הגדרת הקבוצה כמפורט במנגנון המוצע.
70. **סעד כספי** - בית המשפט יתבקש להורות לסלקום לפצות את המבקש, בסכום השווה ל-20 ש"ח, על דרך של אומדנה, בגין אובדן ההנאה שנגרם לו נוכח שליחת הודעת מיצוי המטעה וכן לקבוע כי פיצוי זה ישולם גם לכל אחד מתברי הקבוצה בגין כל משלוח הודעת מיצוי.
71. **פיצוי לתועלת הציבור** - בית המשפט הנכבד יתבקש להורות על מתן פיצוי, בכל דרך שיבחר, לטובת כלל הציבור כפי שימצא לנכון בנסיבות העניין, הכול כפי שיקבע בית המשפט לפי סעיף 20 (ג) לחוק תובענות ייצוגיות.
72. **סעד כללי לפי שיקול דעתו של בית המשפט** - לפסוק כל סעד ו/או פיצוי אחר, כפי שיימצא לנכון בית המשפט הנכבד, בנסיבות העניין, ולחייב את סלקום, בקיום סעדים אלה.
73. להורות לסלקום לפרסם את ההחלטה בבקשה, לכשוזו תתקבל, היה ותתקבל, ולקבוע את נוסח הפרסום ולחייב את סלקום בהוצאות הפרסום.
74. לבית המשפט הנכבד סמכות לדון בתובענה לאור הסעדים המשיבה במסגרתה וסמכות מקומית לדון בתביעה, נוכח מקום ביצוע העוולות נשוא הבקשה ומקום מושבה של סלקום.
75. על בסיס המפורט לעיל, יתבקש בית המשפט הנכבד לזמן את המשיבה/סלקום לדין, וליתן לזכות המבקש ולזכות חברי הקבוצה את הסעדים המפורטים לעיל.
76. לחייב את הנתבעת, בתשלום הוצאות משפט, לרבות שכ"ט עו"ד בשיעור השווה ל-20% משווי הסעד שיפסק כנגד סלקום ושלא יפחת מסכום של 400,000 ש"ח כאמור בתקנה 2(א) 11 לתקנות תובענות ייצוגיות ובתשלום גמול הולם לתובע בסך של 10% משווי הסעד שיפסק כנגד סלקום, אשר לא יפחת מסכום של 150,000 ש"ח בהתאם להוראת ס' 22 לחוק תובענות ייצוגיות.


 צביקה שטוירמן, עו"ד
 מ.ר. 18758
 יוסיפוף, כהן, קורן, גרודברג ושות', עורכי דין
 ב"כ המבקש

תצהיר

אני הח"מ לירון פרמינגר ת.ז. 032144263 לאחר שהוזהרתי כי עלי לומר את האמת וכי אם לא אעשה כן אהיה צפוי לעונשים הקבועים לכך בחוק, מצהיר בזאת כדלקמן:

1. תביעתי זו נסובה סביב **הטעיה ברורה** ומכוונת של סלקום כלפי בפרט וכלפי הקבוצה אותה אני מבקש לייצג בכלל, עת שהודיעה לי **ביוזמתה** באמצעות הודעת טקסט (sms) כתובה מטעמה על **מיצוי מלוא חבילת הגלישה** שרכשתי ממנה (להלן: "**הודעת המיצוי**") למרות שידעה כי ניצלתי רק כ- 77% מחבילת הגלישה שרכשתי מסלקום בעוד שבפועל, בהתאם לנתונייה של סלקום עצמה, **כלל לא מיציתי ו/או מימשת את מלוא חבילת הגלישה** שרכשתי במיטב כספי כפי שיפורט בהרחבה להלן.
2. בפעולותיה ו/או מתדליה הטעתה סלקום אותי והציגה בפני **מצג שווא** ביחס למצב העובדתי הנכון במועד מתן הודעת המיצוי ולמעשה פגעה ומנעה ממני את ההנאה שבשימוש וניצול מלוא חבילת הגלישה שרכשתי.
3. אבהיר ואדגיש כי מערכותיה הממוחשבות של סלקום מאפשרות לה, למיטב ידיעתי, לדעת **בכל זמן נתון באופן מדויק** מהם האחוזים, מתוך חבילת הגלישה שרכשתי אני וכל לקוח שלה, ואשר אותם ניצלתי בפועל.
4. משמע כי, לסלקום הייתה אפשרות לדעת, טרם מעשה, כי הודעתה שגויה ומטעה ואיננה משקפת את המציאות לאשורה, אולם **סלקום בחרה בצורה יזומה להתעלם מהנתונים האמיתיים הנמצאים אצלה ובשליטתה ושלחה לי את הודעת המיצוי המטעה**.
5. משכך, הודעת המיצוי היזומה של סלקום, הנה **הטעיה לשמה**, ניסיון למנוע ממני את ההנאה שבשימוש מלא בחבילת הגלישה שרכשתי במיטב כספי, ואשר עבור מיצויה שילמתי לסלקום את מלוא התמורה. זאת ועוד, אני סבור כי העובדה כי סלקום בחרה לשלוח את הודעת המיצוי מיוזמתה מלמדת על היות המידע הגלום בהודעת המיצוי מידע מהותי אף לשיטת סלקום עצמה.
6. למען הגילוי הנאות, אני עורך דין במקצועי בעל טלפון נייד מסוג iPhone 3gs שמספרו 050-4445105 והתקשרתי עם סלקום בהסכם לקבלת שירותי סלולאר לרבות שירותי גלישה ברשת האינטרנט באמצעות רשת הסלולאר של סלקום.
7. על פי פירסומיה, סלקום הנה כאמור חברה ציבורית בעירבון מוגבל אשר מניותיה נסחרות בבורסה לניירות ערך בתל אביב ואשר קיבלה רישיון מאת משרד התקשורת לספק שירותי רט"ן, לאוכלוסיה במדינת ישראל.
8. על פי פירסומיה, סלקום מתגאה בכך שהנה אחת מחברות התקשורת הסלולארית הגדולות בישראל אם לא הגדולה ביותר, ועל פי פרסומיה היא מספקת שירותים לכ- 3.3 מליון מנויים.

9. על פי הדו"ח הכספי שפרסמה סלקום לשנת 2010¹ (ליום 31.12.2010, נספח 5 להלן), מתוך סך מנוייה, **1.14 מיליון** לקוחות מנויים על שירותי דור שלישי.
10. כפי שיוצג להלן בהרחבה, כל לקוח של סלקום המחזיק בידו טלפון סלולארי מסוג דור 3 מחויב על ידה לרכוש חבילת גלישת בסיס, כפי שיפורט להלן וממילא מנסיוני האישי וכמי שמחזיק בטלפון מסוג iPhone, ללא חבילת גלישה ברשת האינטרנט מאבד מכשיר הסלולאר דור 3 חלק ניכר מיתרונותיו למשתמש.

שוק התקשורת הסלולארית בישראל

11. עפ"י פרסומים שונים אותם צירפתי לבקשתי לאשר את תביעתי כייצוגית עולה כי
12. סלקום הנה חברת התקשורת הסלולארית הגדולה בישראל שעל פי פרסומיה, משרתת היא כ-3.394 מיליון מנויים. הכנסותיה של סלקום עלו בשנת 2010 ב-3.8% והסתכמו ב-6.662 מיליארד ₪ כאשר הרווח הנקי שלה בשנת 2010 עמד על לא פחות מ-1.29 מיליארד ₪!
13. שוק הטלפונים הסלולאריים בישראל, הפך בעשור האחרון לשוק שעבור הצרכן הישראלי אין לו כמעט תחליף. ה"מהפכה הסלולארית" השתלטה על כל אורח ואורח והפכה את הטלפון הסלולארי למוצר הכרחי לשוק הפרטי ועל אחת כמה וכמה למגזר העסקי.
14. קשה לדמות כיום את הצרכן הישראלי בכלל ואת איש העסקים בפרט ללא מכשיר סלולארי בידו.
15. דווקא נפילתה של רשת התקשורת של סלקום בתחילת חודש דצמבר 2010 למספר שעות בודדות המחיש בצורה הטובה ביותר את התלות, הפניקה וחוסר האונים שנקלעו אליו מיליוני לקוחות אשר לא הצליחו לעשות שימוש מלא במכשירם.

מהפכת האינטרנט הסלולארי

16. רבות נכתב ודובר על מהפכת האינטרנט, על חשיבותו בעידן המודרני ועל התלות הרבה שיצר הצרכן באינטרנט ובזמינות המידע שהוא מאפשר. האינטרנט מספק לנו גישה לחדשות קריטיות עבורנו, למידע חשוב שלפיו אנו מקבלים החלטות, לווידאו, לפנאי ולבידור.

¹ ראה פרסום במערכת "מאיה" של הבורסה לניירות ערך.

17. אולם ככל שמהפכת האינטרנט במחשבים האישיים נתפסה כמהפכה גלובלית בעל מימדים גדולים, מהפכת האינטרנט הסלולרי במכשירים ניידים היא גדולה פי כמה וכמה.

18. בראשית שנת 2010 פרסם בנק ההשקעות מורגן סטנלי עבודת מחקר עצומת ממדים שמנסה לשרטט את גודלה וחשיבותה של מהפכת האינטרנט הנייד.

19. לטענתו, מהפכת האינטרנט הנייד תהיה גדולה יותר מכל אחת מחמש מהפכות המחשוב שפקדו את העולם מאז שנות ה-60. להערכתו, במחצית הראשונה של העשור הקרוב צפוי להתעצם מספרם של מכשירי הקצה הניידים בעלי גישה לאינטרנט ליותר מ-10 מיליארד. לשם השוואה, מספר המחשבים האישיים הנייחים בתחילת שנת 2010, בעולם היה כמיליארד בלבד.

מצ"ב מחקרו של בנק ההשקעות מורגן סטנלי מסומן 2.

20. מכשיר הסלולאר מסוג iPhone הוא שפרץ את החסמים ולמעשה הצית את אש המהפכה. ב-28 החודשים מאז הושק בלבד נמכרו יותר מ-57 מיליון מכשירי אייפון ואייפוד טאץ', שמאפשרים גם הם גישה אלחוטית, ניידת לאינטרנט.

21. לשם השוואה, מהפכת האינטרנט הנייח הייתה איטית בהרבה. ב-28 החודשים מאז הושק דפדפן נטסקייפ בדצמבר 1994 הורדו רק 25 מיליון דפדפנים. העובדה כי דפדפן נטסקייפ ניתן חינם בעוד אייפון עולה 200-600 דולר מחזקת את ההערכות כי אנו נמצאים בפתחה של מהפכה חסרת תקדים, שתרחש מהר מהצפוי, ולראשונה תשפיע גלובלית כבר בשלב מוקדם.

22. על פי המחקר של מורגן סטנלי צופים כי בתוך שלוש שנים תתרחש צמיחה של פי 66 בתנועת האינטרנט על גבי רשתות סלולריות. המשמעות היא כי ב-2013 יעברו כ-30% מתעבורת האינטרנט העולמית דרך מכשירים ניידים. מדובר בקצב צמיחה חסר תקדים, גם עבור עולם המחשוב שחוה לא מעט מהפכות. המכשירים הניידים עושים את דרכם ליהפך לפלטפורמות המחשוב המובילות מבין מגוון המכשירים בעלי חיבור לאינטרנט.²

מצ"ב מאמרו של אמיר טייג מסומן 3.

² האמור בסעיפים 16-47-23 לקוח מתוך מאמרו של אמיר טייג אשר פורסם ב-The Marker ביום 10.01.13.

23. כיום קיימים בשוק סוגים שונים ומגוונים של טלפונים חכמים המאפשרים חיבור לרשת האינטרנט. בדצמבר 2009 החלה התמונה בשוק מכשירי הסלולר להשתנות, עם תחילת מכירתו הרשמית של מכשיר האיפון בישראל. "על פי הערכותיו של ערן תור, מנכ"ל iDigital, יבואנית מוצרי אפל לישראל, נמכרו בישראל עד כה (מרץ 2011) כ־600 אלף מכשירי איפון, וכ־400 אלף מהם שיווקו מאז סוף 2009 חברות הסלולר בקמפיינים אגרסיביים. כ־200 אלף מכשירי איפון נוספים הובאו לישראל ביבוא אישי או שנמכרו בחנויות המתמחות בצידוד סלולרי".

מצ"ב כתבתו של גלעד נס מסומנת 4.

24. האיפון ויתר הטלפונים החכמים של חברות שונות מבוססים בעיקר על שירותים תלויי חיבור לאינטרנט. למעשה, על מנת לעשות שימוש בכל האפליקציות (היישומים) המיועדות לטלפונים אלה, על הצרכן להיות מחובר בצורה כלשהי לרשת האינטרנט.

25. מפרסומים בכלי התקשורת עולה כי חברות הסלולר מתחרות ביניהן מי היא החברה אשר מאפשרת את חווית הגלישה הסלולרית הטובה ביותר ללקוח.

26. עצם העובדה שחברות סלולר מתחרות על מהירות הגלישה ומשקיעות ככל הנראה סכומי עתק על מנת לשפר ולשדרג את תעבורת הגלישה הסלולרית בכל אחת מרשתותיהן, מעידה, כך אני מאמין, בפני עצמה על החשיבות שהן מייחסות לחבילות הגלישה שהן מוכרות ועל פוטנציאל הרווחים העצומים שהן עשויות להרוויח מכל צרכן אשר יתחבר אליהן ויעשה שימוש בחבילת גלישה סלולרית.

27. אני לקוח עסקי של סלקום ומחזיק מאז דצמבר 2010 בטלפון חכם (smartphone) בדור 3 (3G).

28. בשל כך בלבד חייבה סלקום אותי, כפי שהיא עושה ועשתה ביחס ליתר לקוחותיה העושים שימוש בטלפונים מסוג דור 3³ לשלם דמי שימוש חודשיים קבועים עבור רכישת אפשרות לגלישה בחבילת הבסיס של 300MB ושימוש ברשת הסלולר של הדור השלישי בעלות של 43 ₪ בתוספת מע"מ כדין לחודש (מחזור חיוב) (ס' 2.2 להסכם כהגדרתו להלן) "כדמי שימוש ברשת הדור השלישי (להלן: "חבילת הגלישה הבסיסית") (בניגוד לגלישה באמצעות ראוטר אל-חוטי חיצוני לרשת הסלולרית).

מצ"ב דוחותיה הכספיים של סלקום ליום 31.12.2010 מסומנים 5.

29. ביום 06.12.10 התקשרתי עם סלקום בהסכם אחיד שנוסח על ידי סלקום שכותרתו "נספת שירות iPhone ללקוחות סוהו" (להלן: "ההסכם"). במסגרת ההסכם הנ"ל נקבע (שם בסעיף 2.2) כי:

³ מתוך כתבה מאת גלעד נס שפורסמה באתר The Marker ב-30.03.11.

⁴ יובהר כי בהתאם לדוחותיה הכספיים של סלקום לשנת 2010, מספר הלקוחות המנויים ו/או המחזיקים ו/או המשלמים על חבילת דור 3 הנה 1.14 מליון לקוחות.

"במסגרת נספח זה תחוייב בתשלום חודשי קבוע של 43 ₪ כדמי שימוש ברשת הדור השלישי. דמי השימוש ישולמו בנוסף לכל תשלום קבוע אחר שהינך משלם, ובכלל כך, בנוסף לכל תשלום קבוע ו/או דמי מנוי שהינך משלם במסגרת תוכנית השיווק אליה הינך משוייך"

המשך קריאת ההסכם מלמדת כי אני וכמוני כל מי שחתם על הסכם בעל סעיף דומה, איננו רשאים לזקוף לזכותנו יתרת גלישת אינטרנט שלא נוצלה בחודש אחד לחודש שלאחריו. בכל חודש מתחיל מחדש ניצול חבילת הגלישה:

"אינך זכאי לדחות את הזכות לצרוך את ההטבה ו/או החבילה אליה הנך משוייך ממחזור חיוב אחד לאחר ו/או לסלקים אחר, גם אם הנו בבעלותך. לא תהיה זכאי לכל זיכוי שהוא (כספי או אחר) בגין יתרת הטבה שלא תצרוך בפועל, מכל סיבה שהיא, לרבות במקרה בו לא תעשה שימוש ברשת הדור השלישי". (סעיף 5.3 להסכם) [ההדגשות אינן במקור]

מצ"ב ההסכם המסומן 6.

30. אני הגדלתי את חבילת הבסיס לגלישה ברשת הדור השלישי, מעבר לחבילת הגלישה הבסיסית, ורכשתי חבילת גלישה מורחבת הנקראת "הטבת iPhone", של 700MB תמורת תשלום נוסף של 25.8 ₪ כאמור בסי 2.4 להסכם. בסה"כ רכש המבקש חבילת גלישה של 1,000MB (להלן: "חבילת הגלישה").

31. על פי נוסח ההסכם הנ"ל, סלקום חייבה ומחייבת את לקוחותיה בגין כל חריגה מחבילת הגלישה הבסיסית, או מחבילת הגלישה שרכש הלקוח, ככל שהגדיל את חבילת הגלישה הבסיסית, בתשלום חריג. בסי 3 להסכם חייבה סלקום את המבקש בתשלום חריג וגבוה בגין "גלישה חריגה" קרי מעבר להיקף חבילת הגלישה היה ויחרוג בשימוש מעבר לחבילת הגלישה:

"במקרה בובוצע שימוש מעבר להטבה ו/או חבילת הגלישה אליה משוייך הלקוח (להלן: "גלישה חריגה"), יחוייב הלקוח בתעריפי גלישה בהתאם למפורט להלן:"

32. כך, לקוח סלקום המנצל במלואה את חבילת הגלישה והמבקש להמשיך ולגלוש ברשת האינטרנט יחוייב ע"י סלקום בתשלום נוסף, גבוה, בין אם בדרך של רכישת חבילת גלישה נוספת ובין אם בדרך של תשלום גבוה כנגד כל דקת גלישה נוספת החורגת מחבילת הגלישה שרכש (ראו סעיף 3.1 להסכם/נספח השירות המסומן 6).

33. למיטב ידיעתי ועל פי החשבונית שהונפקה לי על ידי סלקום, מחזור החיוב החודשי של סלקום מתחיל ב- 11 לכל חודש ומסתיים ב- 10 לכל חודש עוקב שלאחר מכן (להלן: "מחזור החיוב החודשי").

34. ביום 30.12.10 בשעה 15:34, במסגרת מחזור החיוב החודשי המתחיל מיום 11.12.10 ומסתיים ביום 10.01.11, קיבלתי את הודעת המיצוי, כהודעת טקסט יזומה מסלקום בזו הלשון:

**"מנוי מספר 0504445105, החודש ניצלת את חבילת הגלישה.
גלישה נוספת כרוכה בתוספת תשלום"**

מצ"ב צלום מסך של הודעת הטקסט מתוך מכשירו הסלולארי של המבקש המסומנת נספח 7.

35. כתוצאה מהודעתה זו ובהסתמך עליה, הבנתי כי מיציתי את חבילת הגלישה הקיימת לי ועל כן, על מנת להימנע מתשלום נוסף בתעריף גבוה כאמור לעיל, חדלתי מלעשות שימוש בחבילת הגלישה אותה רכשתי בהסכם והמתנתי עד תחילת מחזור החיוב הבא על מנת שחבילת הגלישה תתחדש ואוכל שוב לגלוש ברשת האינטרנט באמצעות מכשיר הטלפון הסלולארי שבבעלותי באמצעות רשת הסלולאר של סלקום ללא חיוב חריג.

36. בתום מחזור החיוב החודשי, שלחה לי סלקום חשבונית לתשלום ובה פירטה בין היתר גם את ניצול חבילת הגלישה שלי במהלך אותו מחזור חיוב חודשי.

37. או אז התגלה לי כי בניגוד להודעת המיצוי המפורשת של סלקום מיום 30.12.10, לפיה לא ניצלתי את מלוא חבילת הגלישה וכי "גלישה נוספת כרוכה בתוספת תשלום", לא ניצלתי כלל את מלוא חבילת הגלישה ומתוך MB1,000 (1GB) בהם הייתי זכאי להשתמש עפ"י ההסכם, עשיתי שימוש ב-MB777.706 בלבד (להלן: "החשבונית").

מצ"ב חשבונית סלקום לחודש דצמבר 2010 מסומנת 8.

38. **משמע, על אף הודעתה הברורה והחד משמעית של סלקום, כאמור בהודעת המיצוי, לפיה חבילת הגלישה הסתיימה, בפועל, זו לא נוצלה במלואה והשתמשתי רק בכ- 77% ממנה!**

39. אני סבור שעצם העובדה שמדובר בהודעה יזומה מטעמה של סלקום מעידה על כך, שסלקום עצמה מייחסת חשיבות רבה לתוכנו של המידע המהותי הגלום בה ומבינה כי חזקה כי לקוח אשר מקבל את הודעת המיצוי נסמך עליה ופועל על פיה ו/או ישנה אפשרות סבירה ביותר כי יעשה זאת.

40. בעשותה כן מנעה סלקום ממני, ביוזמתה, בדרך של מסירת מידע כוזב, למצות את זכותי לגלישה מלאה בחבילת הגלישה וגרמה לי לאובדן הנאה מחבילת הגלישה ומההסכם.

41. למיטב ידיעתי, לסלקום יש את הכלים הטכנולוגיים ואו בכלל המאפשרים לה לדעת בכל זמן נתון, מהו היקף מימושי את חבילת הגלישה, או כל צרכן אחר ואו נוסף שלה והאם אני ואו כל צרכן אחר ואו נוסף שלה מיצה את כל חבילת הגלישה שלו, על פי ההסכם עימו, אם לאו.
42. העובדה שבחשבונית ששלחה לי סלקום מצוין בדיוק רב היקף השימוש והמיצוי של חבילת הגלישה מעידה על כך שסלקום יודעת ואו יכולה לדעת בכל רגע נתון מהו היקף ניצול החבילה שלי בפרט וכלל לקוחותיה המנויים ברשת דור 3 בכלל.
43. למרות זאת סלקום ציינה בהודעת המיצוי שנשלחה לי נתונים שגויים שאינם מעידים על המצב לאשורו.
44. משלוח הודעת המיצוי הנו מעשה אשר בוודאי "עלול להטעות" את הצרכן ביחס לשימוש שניתן לעשות בחבילת הגלישה ובוודאי ביחס לתועלת ולהנאה שניתן להפיק ממנה.
45. הודעת המיצוי הטעתה אותי ביחס לשימוש שניתן לעשות בחבילת הגלישה וביחס לתועלת שניתן להפיק ממנה והבנתי כי מימשיתי את חבילת הגלישה שלי במלואה וידעתי כי גלישה נוספת תחייב אותי בתשלום נוסף גבוה וחריג ממנו ביקשתי להימנע.
46. אני הסתמכתי על תוכנה של הודעת המיצוי וחדלתי מלעשות שימוש בשירותי הגלישה אותם רכשתי מסלקום ובכך נגרם לי אובדן הנאה ופגיעה בי כצרכן.
47. עם קבלת החשבונית התווספה לי גם עוגמת נפש רבה עת שהתברר לי, כי סלקום פשוט רימתה אותי.

הגדרת הקבוצה וסכום התביעה הייצוגית

48. בית-המשפט הנכבד מתבקש להגדיר את קבוצת האנשים שבשמה מוגשת הבקשה להכיר בתביעתי כייצוגית, כדלהלן:

"כל לקוחותיה של סלקום אשר התקשרו עימה בכל חוזה החל מ 7 שנים טרם קבלת המבקש את הודעת המיצוי(ככל שסלקום מסרה בכל תקופה זו הודעות מיצוי) אשר כלולים בו תנאים זהים לאלו שבהסכם (כאמור בס' 30 לעיל), ואשר קיבלו את הודעת המיצוי וחדלו, בסמוך לאחר מועד קבלתה, מלעשות שימוש בחבילת הגלישה שרכשו "

49. בית המשפט הנכבד מתבקש ליתן פיצוי בגין אובדן ההנאה שלי והקבוצה לאור העבודה הפשוטה שאדם רכש חבילת גלישה ולא נהנה מהשימוש הגלום בה.

50. בנוסף ו/או לחילופין, מתבקש בית המשפט הנכבד ליתן פיצוי לטובת הציבור ו/או הקבוצה וזאת בהתאם לסעיף 20 (ג) לחוק תובענות ייצוגיות.
51. כמו כן, בית המשפט הנכבד מתבקש בזאת ליתן פיצוי ושיפוי לכל אחד ואחד מלקוחותיה של סלקום הנכללים בקבוצה בגין עגמת הנפש ואובדן ההנאה שנגרמה להם כתוצאה ממשלוח סלקום הודעת מיצוי אף שלא מיצו את חבילת הגלישה שלהם.
52. דמי השימוש החודשיים הקבועים בגין שימוש ברשת הדור השלישי אותם גבתה סלקום ממני עמדו על 43 ₪ ללא מע"מ. בנוסף, עלות רכישת חבילת הגלישה שרכשתי מסלקום הייתה 25.8 ₪ לחודש בתוספת מע"מ (ראו חשבונית נספח 8 לעיל).
53. לצורך אומדנה בלבד, סכום התביעה הייצוגית (המשוער), מוערך בסך מינימאלי של 22,800,000 ₪, וזאת לאור הערכה לא סופית, כדלקמן:
- ע"פ דוחותיה הכספיים של סלקום ליום 31.12.2010 יש לה כ- 3.3 מליון מנויים, מתוכם 1.14 מליון מנויים על שירותי דור שלישי. כאשר, אני מעריך כי לכל מנוי נגרם אובדן הנאה מהשימוש בחבילה שרכש בסך של כ- 20 ₪.

הצעת מנגנון להגדרת הקבוצה

54. אני מתכבד להציע מנגנון אשר יסייע לבית המשפט בקביעת הגדרת הקבוצה כדלהלן מתוך סברתי כי מידע זה מצוי בידה של סלקום:
- 56.1 בידי סלקום כלל החוזים באמצעותם היא התקשרה עם לקוחותיה.
- 56.2 סלקום יודעת ו/או יכולה לדעת באיזה מן הסכמים קיימות החוראות המוזכרות בסעיף 30 לעיל;
- 56.3 כאמור בדוחותיה הכספיים של סלקום ליום 31.12.2010 היו לה 1.14 מליון לקוחות סולר בדור 3.
- 56.4 בידי סלקום המידע לכמה מלקוחותיה נשלחה במועדים הרלבנטיים הודעת מיצוי טרם שאלה מימשו את כל חבילת הגלישה שבידם;
- 56.5 סלקום יודעת ו/או יכולה לדעת מי מבין הלקוחות אשר התקשרו עימה בהסכמים כאמור לעיל, הפסיקו לעשות שימוש בחבילת הגלישה שרכשו בסמוך לאחר קבלת הודעת המיצוי.
57. כך, בידנו מנגנון מוצע פשוט הנשען על מידע שמצוי בידי סלקום ואיננו צריך להישען על הערכות ו/או על סקרים שכן המידע הגלום הנחוץ למימוש מצוי אצל סלקום ובהינתן צו שיפוט תוכל היא לספק את המידע הנ"ל בצורה פשוטה וללא מאמץ יתר.
58. המנגנון המוצע הנ"ל יאפשר הגדרה מדויקת של הקבוצה ובהתאם ניהול נכון יעיל וצודק של התובענה הייצוגית וחסכון בהוצאות.

התביעה האישית ראויה להתברר כתובענה ייצוגית

- 59 להבנתי יש לי עילת תביעה אישית, המעוררת שאלות מהותיות של עובדה או משפט, המשותפות לכלל חברי הקבוצה.
- 60 ביסוד התביעה האישית שהגשתי כנגד סלקום עומדת, כאמור, עילת תביעה עיקרית: הטעייה וחוסר תם לב בקיום חיובים חוזיים המאפשרות להבנתי הגשתן כתובענה ייצוגית.
- 61 אין ולא יכול להיות חולק כי כל מי שהתקשר עם סלקום בהסכם במסגרתו רכש חבילת גלישה וקיבל את הודעת המיצוי טרם שמימש את מלוא חבילת הגלישה וחדל מלגלוש ברשת האינטרנט בסמוך לאחר קבלת הודעת המיצוי, חולק במשותף, אותן שאלות של משפט ו/או עובדה המשותפות לכלל חברי הקבוצה.
- 62 אני סבור שאין לפנינו סוגיה ייחודית לי. סלקום שלחה הודעות מיצוי מטעות נוספות גם ללקוחות נוספים שלה, כך למשל, נודע לי זמן רב לאחר שקיבלתי את הודעת המיצוי כי סלקום שלחה הודעת מיצוי גם למנוי מס' 052-6304295.
- מצ"ב הודעת המיצוי למנוי מס' 052-6304295 מסומנת 9.
- 63 ישנה סבירות גבוהה שהשאלות יוכרעו במסגרת התביעה האישית לטובת כלל הקבוצה שכן:
- 63.1 כאמור בבקשה דנן, טענתי כנגד סלקום מבוססת על ראיות מוצקות. המדובר במידע מהותי ששלחה סלקום ביוזמתה והמנוגד למציאות העובדתית, מציאות שהוסתרה ע"י סלקום בעת משלוח הודעת המיצוי.
- 63.2 עילת התביעה כנגד סלקום הינה ברורה ופשוטה למדי (אך חמורה באותו האופן), והיא משותפת הן לגבי והן לגבי שאר חברי קבוצה;
- 63.3 בהתקיים כל הנסיבות המפורטות בבקשה דנן, קיימת סבירות גבוהה, אם לא ברמת וודאות קרובה, שהתביעה תוכרע לטובת חברי הקבוצה.
- 64 במקרה דנן, תובענה ייצוגית הינה הדרך היעילה וההוגנת ביותר להכרעה במחלוקת בנסיבות העניין:
- 64.1 כפי שהוסבר לעיל, ציבור משתמשים בחבילות גלישה הנמנים עם חברי הקבוצה הינו ככל הנראה גדול מאוד ומגיע למעל מליון לקוחות.
- 64.2 עילת התביעה האישית אינה מצריכה בירור פרטני בדבר נסיבותיו של כל חבר בקבוצה, שכן משלוח הודעת המיצוי טרם מימוש כל חבילת הגלישה והפרת ההוראות הרלבנטיות על ידי סלקום, מהווה בהכרח הפרה כלפי כל אחד מחברי הקבוצה;

64.3 באמצעות אישור התביעה האישית כתביעה ייצוגית, יוכל בית-המשפט הנכבד לדון בעילת התביעה המשותפת לחברי הקבוצה כנגד סלקום במסגרת הליך אחד, כך שערכאות אחרות לא יידרשו לדון בעניין זה מספר פעמים, כמספר חברי הקבוצה, שיאלצו להגיש תביעות נפרדות כנגד המשיבה, אשר יהיו כרוכות, מטבע הדברים, בעלויות מיותרות ובעומס קיצוני על מערכת המשפט מחד וחסכון בעלויות ניהול מאות אלפי תביעות הן לסלקום מאידך.

64.4 בשים לב לסכום התביעה הפרטנית הנמוך, אין הצדקה כלכלית לכל אחד מחברי הקבוצה לנהל תובענה אישית כנגד סלקום ובוודאי שאין הצדקה לניהול מספר רב של הליכים משפטיים בגין אותן נסיבות;

64.5 מן המקובץ עולה, אפוא, כי תובענה ייצוגית הינה הדרך היעילה ביותר וההוגנת להכרעה בתביעה האישית, בנסיבות העניין.

65 עניינם של כלל חברי הקבוצה ייוצג על ידי וינוהל בידי בא כוחי בדרך הולמת ובתום לב:

65.1 התביעה האישית מנוסחת בצורה נהירה וברורה ומבוססת על עילת תביעה מצוינת ועל מסמכים וראיות של סלקום עצמה ו/או מי מטעמה.

65.2 בנסיבות אלו התביעה האישית עשויה להביא תועלת רבה לכלל חברי הקבוצה.

65.3 אנינכון ומסוגל להשקיע ממרצי בכדי לייצג את עניינם של כלל חברי הקבוצה בצורה נאמנה ועשיתי כן גם עד עתה במסגרת הכנת התביעה ובקשת האישור להכיר בתביעתי כיייצוגית;

65.4 מכל המקובץ עולה, אפוא, כי קיים יסוד סביר, ואף למעלה מכך, כי עניינם של כלל חברי הקבוצה ייוצג וינוהל בדרך הולמת ובתום לב על ידי ובאי - כוחי.

הריני להצהיר כי זהו שמי, זוהי חתימתי ותוכן תצהירי אמת.



לירון פרמינגר

אישור

אני הח"מ עו"ד שטוירמן צבי מאשר כי ביום 12.5.11 הופיע בפני במשרדי ברח' ויסוצקי 6 בתל-אביב 032144263, ולאחר שהזהרתיו כי עליו לומר את האמת וכי אם לא יעשה כן יהיה צפוי לעונשים הקבועים לכך בחוק, חתם בפני על התצהיר דלעיל.

צבי שטוירמן, עו"ד-דן
TZVI STEUERMAN, Adv.
צמקה שטוירמן, עו"ד

נספח 1

בבית המשפט המחוזי מרכז
בפתח תקווה

בעניין:

לירון פרמינגר ת.ז. 032144263

באמצעות עו"ד צביקה שטורמן,
יוסיפוף, כהן, קורן, גרודברג ושות' משרד עורכי דין
מרח' ויסוצקי 6, תל אביב 62338
טל: 03-6042323 פקס: 03-6044222

התובע

נגד

סלקום ישראל בע"מ ח.צ. 511930125
מרחוב הגביש 10 נתניה מיקוד 42140

הנתבעת

מהות התביעה: כספית, חוזית, הגנת הצרכן.

סכום התביעה האישית לתובע: 20 ₪.

סכום התביעה לכלל הקבוצה המיוצגת: (הערכה ראשונית בלבד) 22,800,000 ₪.

כתב תביעה

התובע, אשר יהא מיוצג כאמור לעיל, מתכבד להגיש תביעתו זו.

מבוא

1. תביעה זו נסובה סביב הטעיה ברורה ומכוונת של סלקום כלפי התובע בפרט והקבוצה אותה הוא מייצג בכלל, עת שהודיעה לו ביוזמתה באמצעות הודעת טקסט (sms) כתובה מטעמה על מיצוי מלוא חבילת הגלישה שרכש ממנה (להלן: "הודעת המיצוי") למרות שידעה כי התובע ניצל רק 77% מחבילת הגלישה שרכש מסלקום בעוד שבפועל, בהתאם לנתונה של סלקום עצמה, התובע כלל לא מיצא /או מימש את מלוא חבילת הגלישה שרכש במיטב כספו אף לא בקרוב כפי שיפורט בהרחבה להלן.

2. בפעולותיה /או מחדליה הטעתה סלקום את התובע והציגה בפניו מצג שווא ביחס למצב העובדתי הנכון במועד מתן הודעת המיצוי ולמעשה פגעה ומנעה ממנו את ההנאה שבשימוש וניצול מלוא חבילת הגלישה שרכש.

3. נבהיר ונדגיש כי בניגוד לתובע, מערכותיה הממוחשבות של סלקום מאפשרות לה לדעת **בכל זמן נתון באופן מדויק** מהם האחוזים, מתוך חבילת הגלישה שרכש, ואשר אותם ניצל התובע בפועל.

4. משמע כי, לנתבעת הייתה אפשרות לדעת, טרם מעשה, כי הודעתה שגויה ומטעה ואיננה משקפת את המציאות לאשורה, אולם **סלקום בחרה בצורה יזומה להתעלם מהנתונים האמיתיים הנמצאים אצלה ובשליטתה ושלחה לתובע את הודעת המיטעיה**.

5. משכך, הודעת המיטעיה היזומה של סלקום, הנה **הטעיה לשמה**, ניסיון למנוע מהתובע את ההנאה שבשימוש מלא בחבילת הגלישה שרכש במיטב כספו, ואשר עבור מיטעיה שילם התובע לסלקום את מלוא התמורה. זאת ועוד, העובדה כי סלקום בחרה לשלוח את הודעת המיטעיה מיוזמתה מלמדת על היות המידע הגלום בהודעת המיטעיה מידע מהותי אף לשיטת סלקום עצמה.

הצגת הצדדים

6. למען הגילוי הנאות, התובע הנו עורך דין במקצועו בעל טלפון נייד מסוג iPhone 3gs שמספרו 050-4445105 והתקשר עם סלקום בהסכם לקבלת שירותי סלולאר לרבות שירותי גלישה ברשת האינטרנט באמצעות רשת הסלולאר של סלקום.

7. סלקום הנה כאמור חברה ציבורית בעירבון מוגבל אשר מניותיה נסחרות בבורסה לניירות ערך בתל אביב ואשר קיבלה רישיון מאת משרד התקשורת לספק שירותי רט"ן, לאוכלוסייה במדינת ישראל.

8. סלקום מתגאה בכך בפרסומיה שהנה אחת מחברות התקשורת הסלולארית הגדולות בישראל אם לא הגדולה ביותר, ועל פי פרסומיה היא מספקת שירותים לכ- 3.3 מיליון מנויים.

9. על פי הדו"ח הכספי שפרסמה סלקום לשנת 2010¹ (ליום 31.12.2010, נספח 5 להלן), מתוך סך מנוייה, **1.14 מיליון** לקוחות מנויים על שירותי דור שלישי.

10. כפי שיוצג להלן בהרחבה, כל לקוח של סלקום המחזיק בידו טלפון סלולארי מסוג דור 3 מחויב על ידה לרכוש חבילת גלישת בסיס, כפי שיפורט להלן וממילא ללא חבילת גלישה ברשת האינטרנט מאבד מכשיר הסלולאר דור 3 ממרבית יתרונותיו למשתמש.

שוק התקשורת הסלולארית בישראל

11. בשוק הטלפונים הסלולאריים בישראל, פעילות כיום ארבע חברות מפעילות: "פלאפון", "סלקום" "פרטנר" ו-"מירס" (להלן: "**החברות**"). היקפו של שוק התקשורת הישראלי בשנת 2010 הסתכם בכ- 29.4 מיליארד ₪ כאשר הטלפונים הניידים מהווים כ- 56% משוק זה משמע כ- 16.2 מיליארד ₪.

12. סלקום הנה חברת התקשורת הסלולארית הגדולה בישראל שעל פי פרסומיה, משרתת היא כ- 3.394 מיליון מנויים. הכנסותיה של סלקום עלו בשנת 2010 ב-3.8% והסתכמו ב-6.662 מיליארד ₪ כאשר הרווח הנקי שלה בשנת 2010 עמד על לא פחות מ- **1.29 מיליארד ₪!**

¹ ראה פרסום במערכת "מאיה" של תבורסה לניירות ערך.

13. שוק הטלפונים הסלולאריים בישראל, הפך בעשור האחרון לשוק שעבור הצרכן הישראלי אין לו תחליף. ה"מהפכה הסלולארית" השתלטה על כל אזרח ואזרח והפכה את הטלפון הסלולארי למוצר הכרחי לשוק הפרטי ועל אחת כמה וכמה למגזר העסקי.

14. קשה לדמות כיום את הצרכן הישראלי בכלל ואת איש העסקים בפרט ללא מכשיר סלולארי בידו.

15. דווקא נפילתה של רשת התקשורת של סלקום בתחילת חודש דצמבר 2010 למספר שעות בודדות המחיש בצורה הטובה ביותר את התלות, הפניקה וחוסר האונים שנקלעו אליו מיליוני לקוחות אשר לא הצליחו לעשות שימוש במכשירם.

מהפכת האינטרנט הסלולארי

16. רבות נכתב ודובר על מהפכת האינטרנט, על חשיבותו בעידן המודרני ועל התלות הרבה שיצר הצרכן באינטרנט ובזמינות המידע שהוא מאפשר. האינטרנט מספק לנו גישה לחדשות קריטיות עבורנו, למידע חשוב שלפיו אנו מקבלים החלטות, לוויזואל, לפנאי ולבידור.

17. אולם ככל שמהפכת האינטרנט במחשבים האישיים נתפסה כמהפכה גלובלית בעל מימדים גדולים, מהפכת האינטרנט הסלולארי במכשירים ניידים היא גדולה פי כמה וכמה.

18. בראשית שנת 2010 פרסם בנק ההשקעות מורגן סטנלי עבודת מחקר עצומת ממדים שמנסה לשרטט את גודלה וחשיבותה של מהפכת האינטרנט הנייד.

19. לטענתו, מהפכת האינטרנט הנייד תהיה גדולה יותר מכל אחת מתמש מהפכות המחשוב שפקדו את העולם מאז שנות ה-60. להערכתו, במחצית הראשונה של העשור הקרוב צפוי להתעצם מספרם של מכשירי הקצה הניידים בעלי גישה לאינטרנט ליותר מ-10 מיליארד. לשם השוואה, מספר המחשבים האישיים הניידים כיום (תחילת שנת 2010) בעולם הוא כמיליארד בלבד.

מצ"ב מחקרו של בנק ההשקעות מורגן סטנלי מסומן 2.

20. מכשיר הסלולאר מסוג iPhone הוא שפרץ את החסמים ולמעשה הצית את אש המהפכה. ב-28 החודשים מאז הושק בלבד נמכרו יותר מ-57 מיליון מכשירי אייפון ואייפוד טאץ', שמאפשרים גם הם גישה אלחוטית, ניידת לאינטרנט.

21. לשם השוואה, מהפכת האינטרנט הנייד הייתה איטית בהרבה. ב-28 החודשים מאז הושק דפדפן נטסקייפ בדצמבר 1994 הורדו רק 25 מיליון דפדפנים. העובדה כי דפדפן נטסקייפ ניתן חנים בעוד אייפון עולה 200-600 דולר מחזקת את ההערכות כי אנו נמצאים בפתחה של מהפכה חסרת תקדים, שתרחש מהר מהצפוי, ולראשונה תשפיע גלובלית כבר בשלב מוקדם.

22. במורגן סטנלי צופים כי בתוך שלוש שנים תתרחש צמיחה של פי 66 בתנועת האינטרנט על גבי רשתות סלולריות. המשמעות היא כי ב-2013 יעברו כ-30% מתעבורת האינטרנט העולמית דרך מכשירים ניידים. מדובר בקצב צמיחה חסר תקדים, גם עבור עולם המחשוב שחוה לא מעט מהפכות. המכשירים הניידים עושים את דרכם ליהפך לפלטפורמות המחשוב המובילות מבין מגוון המכשירים בעלי חיבור לאינטרנט.²

מצ"ב מאמרו של אמיר טייג מסומן 3.

² האמור בסעיפים 17-23 לקוח מתוך מאמרו של אמיר טייג אשר פורסם ב-The Marker ביום 10.01.13.

23. כיום קיימים בשוק סוגים שונים ומגוונים של טלפונים חכמים המאפשרים חיבור לרשת האינטרנט. בדצמבר 2009 החלה התמונה בשוק מכשירי הסלולר להשתנות, עם תחילת מכירתו הרשמית של מכשיר האיפון בישראל. "על פי הערכותיו של ערן תור, מנכ"ל iDigital, יבואנית מוצרי אפל לישראל, נמכרו בישראל עד כה (מרץ 2011) כ־600 אלף מכשירי איפון, וכ־400 אלף מהם שיווקו מאז סוף 2009 חברות הסלולר בקמפיינים אגרסיביים. כ־200 אלף מכשירי איפון נוספים הובאו לישראל ביבוא אישי או שנמכרו בחנויות המתמחות בצידוד סלולרי"³.

מצ"ב כתבתו של גלעד נס מסומנת 4

24. האיפון ויתר הטלפונים החכמים של חברות שונות מבוססים על שירותים תלויי חיבור לאינטרנט. למעשה, על מנת לעשות שימוש נייד בכל האפליקציות (היישומים) המיועדות לטלפונים אלה, על הצרכן להיות מחובר בצורה כלשהי לרשת האינטרנט.

25. חברות הסלולר מתחרות ביניהן מי היא החברה אשר מאפשרת את חווית הגלישה הסלולרית הטובה ביותר ללקוח.

26. עצם העובדה שחברות סלולר מתחרות על מהירות הגלישה ומשקיעות עשרות מיליוני שקלים על מנת לשפר ולשדרג את תעבורת הגלישה הסלולרית בכל אחת מרשתותיהן, מעידה בפני עצמה על החשיבות שהן מייחסות לחבילות הגלישה שהן מוכרות ועל פוטנציאל הרווחים העצומים שהן עשויות להרוויח מכל צרכן אשר יתחבר אליהן ויעשה שימוש בחבילת גלישה סלולרית.

עילות התביעה

הטעיה בהתאם לחוק הגנת הצרכן

27. עילת התביעה העיקרית במסגרת בקשה זו הנה הטעייתה של סלקום את התובע בפרט ואת כלל לקוחותיה הנכללים בגדר הקבוצה הייצוגית כהגדרתה להלן.

28. כאמור, התובע הנו לקוח עסקי של הנתבעת ומחזיק מאז דצמבר 2010 בטלפון חכם (smartphone) מסוג דור 3 (3G).

29. בשל כך בלבד חייבה סלקום את התובע, כפי שהיא עושה ועשתה ביחס ליתר לקוחותיה העושים שימוש בטלפונים מסוג דור 3⁴ לשלם דמי שימוש חודשיים קבועים עבור רכישת אפשרות לגלישה בחבילת הבסיס של 300MB ושימוש ברשת הסלולאר של הדור השלישי בעלות של 43 ₪ בתוספת מע"מ כדין לחודש (מחזור חיוב) (ס' 2.2 להסכם כהגדרתו להלן) "כדמי שימוש ברשת הדור השלישי" וזאת עבור רכישת אפשרות גלישה באמצעות רשת האינטרנט הסלולרי אותה מספקת סלקום (להלן: "חבילת הגלישה הבסיסית") (בניגוד לגלישה באמצעות ראוטר אל-חוטי חיצוני לרשת הסלולארית).

מצ"ב דוחותיה הכספיים של סלקום ליום 31.12.2010 מסומנים 5

³ מתוך כתבה מאת גלעד נס שפורסמה באתר The Marker ב-30.03.11.

⁴ יובהר כי בהתאם לדוחותיה הכספיים של סלקום לשנת 2010, מספר הלקוחות המנויים ו/או המחזיקים ו/או המשלמים על חבילת דור 3 הנה 1.14 מליון לקוחות.

30. ביום 06.12.10 התקשר התובע עם סלקום בהסכם אחיד שנוסח על ידי סלקום שכותרתו "נספח שירות iPhone ללקוחות סוהו" (להלן: "ההסכם"). במסגרת ההסכם הנ"ל נקבע (שם בסעיף 2.2) כי:

"במסגרת נספח זה תחוייב בתשלום חודשי קבוע של 43 ₪ כדמי שימוש ברשת הדור השלישי. דמי השימוש ישולמו בנוסף לכל תשלום קבוע אחר שהינך משלם, ובכלל כך, בנוסף לכל תשלום קבוע ו/או דמי מנוי שהינך משלם במסגרת תוכנית השיווק אליה הינך משוייך"

המשך קריאת ההסכם מלמדת כי הלקוח אינו רשאי לזקוף לזכותו יתרת גלישת אינטרנט שלא נוצלה בחודש אחד לחודש שלאחריו. בכל חודש מתחיל מחדש ניצול חבילת הגלישה:

"אינך זכאי לדחות את הזכות לצרוך את ההטבה ו/או החבילה אליה הנך משוייך ממחזור חיוב אחד לאחר ו/או לסלקום אחר, גם אם הנו בבעלותך. לא תהיה זכאי לכל זיכוי שהוא (כספי או אחר) בגין יתרת הטבה שלא תצרוך בפועל, מכל סיבה שהיא, לרבות במקרה בו לא תעשה שימוש ברשת הדור השלישי". (סעיף 5.3 להסכם) [ההדגשות אינן במקור]

מצ"ב ההסכם המסומן 6.

31. עפ"י ס' 2.4 להסכם הגדיל התובע את חבילת הבסיס לגלישה ברשת הדור השלישי, מעבר לחבילת הגלישה הבסיסית, ורכש חבילת גלישה מורחבת הנקראת "הטבת iPhone", של 700MB תמורת תשלום נוסף של 25.8 ₪. בסה"כ רכש התובע חבילת גלישה של 1,000MB (להלן: "חבילת הגלישה").

32. סלקום חייבה ומחייבת את לקוחותיה בגין כל חריגה מחבילת הגלישה הבסיסית, או מחבילת הגלישה שרכש הלקוח, ככל שהגדיל את חבילת הגלישה הבסיסית, בתשלום חריג. בס' 3 להסכם חייבה סלקום את התובע בתשלום חריג וגבוה בגין "גלישה חריגה" קרי מעבר להיקף חבילת הגלישה היה ויחרוג בשימוש מעבר לחבילת הגלישה:

"במקרה בו.....בוצע שימוש מעבר להטבה ו/או חבילת הגלישה אליה משוייך הלקוח (להלן: "גלישה חריגה"), יחוייב הלקוח בתעריפי גלישה בהתאם למפורט להלן:"

33. כך, לקוח סלקום המנצל במלואה את חבילת הגלישה והמבקש להמשיך ולגלוש ברשת האינטרנט יחוייב ע"י סלקום בתשלום נוסף, גבוה, בין אם בדרך של רכישת חבילת גלישה נוספת ובין אם בדרך של תשלום גבוה כנגד כל דקת גלישה נוספת החורגת מחבילת הגלישה שרכש (ראו סעיף 3.1 להסכם/נספח השירות המסומן 6).

34. מחזור החיוב החודשי של סלקום מתחיל ב- 11 לכל חודש ומסתיים ב- 10 לכל חודש עוקב שלאחר מכן (להלן: "מחזור החיוב החודשי").

35. ביום 30.12.10 בשעה 15:34, במסגרת מחזור החיוב החודשי המתחיל מיום 11.12.10 ומסתיים ביום 10.01.11, קיבל התובע את הודעת המיצוי, כהודעת טקסט יזומה מסלקום בזו הלשון:

**"מנוי מספר 0504445105, החודש ניצלת את חבילת
הגלישה. גלישה נוספת כרוכה בתוספת תשלום"**

מצ"ב צלום מסך של הודעת הטקסט מתוך מכשירו הסלולארי של התובע המסומנת **נספת 7**.
לבקשה זו ומהווה חלק בלתי נפרד ממנה.

36. כתוצאה מהודעתה זו ובהסתמך עליה, הבין התובע כי מיצה את חבילת הגלישה הקיימת לו ועל כן, על מנת להימנע מתשלום נוסף בתעריף גבוה כאמור לעיל, חדל התובע מלעשות שימוש בחבילת הגלישה אותה רכש בהסכם והמתין עד תחילת מחזור החיוב הבא על מנת שחבילת הגלישה תתחדש והוא יוכל שוב לגלוש ברשת האינטרנט באמצעות מכשיר הטלפון הסלולארי שבבעלותו באמצעות רשת הסלולאר של סלקום.

37. בתום מחזור החיוב החודשי, שלחה סלקום לתובע חשבונית לתשלום ובה פירטה בין היתר גם את ניצול חבילת הגלישה של התובע במהלך אותו מחזור חיוב חודשי.

38. או אז התגלה לתובע כי **בניגוד להודעת המיצוי המפורשת** של סלקום מיום 30.12.10, לפיה התובע ניצל את מלוא חבילת הגלישה וכי "גלישה נוספת כרוכה בתוספת תשלום", **לא ניצל כלל התובע את מלוא חבילת הגלישה ומתוך 1GB MB1,000 בהם היה זכאי להשתמש עפ"י ההסכם, עשה התובע שימוש ב- MB777.706 בלבד** (להלן: "החשבונית").

מצ"ב חשבונית סלקום לחודש דצמבר 2010 **מסומנת 8**.

39. **משמע, על אף הודעתה הברורה והחד משמעית של סלקום, כאמור בהודעת המיצוי, לפיה חבילת הגלישה הסתיימה, בפועל, זו לא נוצלה במלואה והתובע השתמש רק בכ- 77% ממנה!**

40. התובע יטען כי עצם העובדה שמדובר בהודעה יזומה מטעמה של סלקום מעידה על כך, **שסלקום עצמה מייחסת חשיבות רבה לתוכנו של המידע המהותי הגלום בה** ומבינה כי חזקה כי לקוח אשר מקבל את הודעת המיצוי נסמך עליה ופועל על פיה ו/או ישנה אפשרות סבירה ביותר כי יעשה זאת.

41. בעשותה כן מנעה סלקום מהתובע, ביוזמתה, בדרך של מסירת מידע כוזב, למצות את זכותו לגלישה מלאה בחבילת הגלישה וגרמה לו לאובדן הנאה מחבילת הגלישה ומההסכם.

סלקום ידעה את נתוני הגלישה האמיתיים של התובע אך הטעתה אותו ביודעין

42. לסלקום יש את הכלים הטכנולוגיים ו/או בכלל המאפשרים לה לדעת בכל זמן נתון, מהו היקף ניצול התובע את חבילת הגלישה, או כל צרכן אחר ו/או נוסף שלה והאם התובע ו/או כל צרכן אחר ו/או נוסף שלה מיצה את כל חבילת הגלישה שלו, על פי ההסכם עימו, אם לאו.

43. העובדה שבחשבונית ששלחה סלקום לתובע מצוין בדיוק רב היקף השימוש והמיצוי של חבילת הגלישה מעידה על כך שסלקום יודעת ו/או יכולה לדעת בכל רגע נתון מהו היקף ניצול החבילה של התובע בפרט וכלל לקוחותיה המנויים ברשת דור 3 בכלל.

44. למרות זאת סלקום ציינה בהודעת המיצוי שנשלחה לתובע נתונים שגויים שאינם מעידים על המצב לאשורו.

45. משלוח הודעת המיצוי מהווה הטעיה בהתאם לסעיף 2 לחוק הגנת הצרכן הקובע כי:

"לא יעשה עוסק דבר – במעשה או במחדל, בכתב או בעל פה או בכל דרך אחרת לרבות לאחר מועד ההתקשרות בעסקה – העלול להטעות צרכן בכל עניין מהותי בעסקה (להלן – הטעיה); כלי לגרוע מכלליות האמור יראו עניינים אלה כמהותיים בעסקה:

(1) הטיב, המהות, הכמות והסוג של נכס או שירות;

...

(5) השימוש שניתן לעשות בנכס או בשירות, התועלת שניתן להפיק מהם והסיכונים הכרוכים בהם."

46. משלוח הודעת המיצוי הנו מעשה אשר בוודאי "עלול להטעות" את הצרכן ביחס לשימוש שניתן לעשות בחבילת הגלישה ובוודאי ביחס לתועלת ולהנאה שניתן להפיק ממנה.

47. הודעת המיצוי הטעתה את התובע ביחס לשימוש שניתן לעשות בחבילת הגלישה וביחס לתועלת שניתן להפיק ממנה והוא הבין כי מימש את חבילת הגלישה שלו במלואה וידע עוד כי גלישה נוספת תחייב אותו בתשלום גבוה וחרגי ממנו ביקש להימנע.

48. התובע הסתמך על תוכנה של הודעת המיצוי וחדל מלעשות שימוש בשירותי הגלישה אותם רכש מסלקום ובכך נגרם לתובע אובדן הנאה ופגיעה בו כצרכן.

49. עם קבלת החשבונית התווספה לתובע גם עוגמת נפש רבה עת שהתברר לו, כי סלקום פשוט רימתה אותו.

הגדרת הקבוצה וסכום התביעה הייצוגית

50. בית-המשפט הנכבד מתבקש להגדיר את קבוצת האנשים שבשמה מוגשת הבקשה, כדלהלן:

"כל לקוחותיה של סלקום אשר התקשרו עימה בכל חוזה החל מ 7 שנים טרם קבלת התובע את הודעת המיצוי(ככל שסלקום מסרה בכל תקופה זו הודעות מיצוי) אשר כלולים בו תנאים זהים לאלו שבהסכם (כאמור בס' 30 לעיל), ואשר קיבלו את הודעת המיצוי וחדלו, בסמוך לאחר מועד קבלתה, מלעשות שימוש בחבילת הגלישה שרכשו "

51. בית המשפט הנכבד מתבקש ליתן פיצוי בגין אובדן ההנאה של התובע והקבוצה לאור העבודה הפשוטה שאדם רכש חבילת גלישה ולא נהנה מהשימוש הגלום בה.

52. בנוסף ו/או לחילופין, מתבקש בית המשפט הנכבד ליתן פיצוי לטובת הציבור ו/או הקבוצה וזאת בהתאם לסעיף 20 (ג) לחוק תובענות ייצוגיות.

53. כמו כן, בית המשפט הנכבד מתבקש בזאת ליתן פיצוי ושיפוי לכל אחד ואחד מלקוחותיה של סלקום הנכללים בקבוצה בגין עגמת נפש ואובדן ההנאה שנגרמה להם כתוצאה ממשלוח סלקום הודעות מיצוי אף שלא מיצו את חבילת הגלישה שלהם.

54. דמי השימוש החודשיים הקבועים בגין שימוש ברשת הדור השלישי אותם גבתה סלקום מהתובע עמדו על 43 ₪ ללא מע"מ. בנוסף, עלות רכישת חבילת הגלישה שרכש התובע מסלקום הייתה 25.8 ₪ לחודש בתוספת מע"מ (ראו חשבונית נספח 8 לעיל).

55. לצורך אומדנה בלבד, סכום התביעה הייצוגית (המשוער), מוערך בסך מינימאלי של 22,800,000 ₪, וזאת לאור הערכה לא סופית, כדלקמן:

ע"פ דוחותיה הכספיים של סלקום ליום 31.12.2010 יש לה כ- 3.3 מליון מנויים, מתוכם 1.14 מליון מנויים על שירותי דור שלישי. כאשר לכל מנוי נגרם אובדן הנאה מהשימוש בחבילה שרכש בסך של כ- 20 ₪.

56. בהתאם להלכה הנהוגה כיום, מתכבד התובע להציע מנגנון אשר יסייע לבית המשפט בקביעת הגדרת הקבוצה כדלהלן:

- 56.1 בידי סלקום כלל החוזים באמצעותם היא התקשרה עם לקוחותיה.
- 56.2 סלקום יודעת ו/או יכולה לדעת באיזה מן הסכמים קיימות ההוראות המוזכרות בסעיף 30 לעיל;
- 56.3 כאמור בדוחותיה הכספיים של סלקום ליום 31.12.2010 היו לה 1.14 מליון לקוחות סולר בדור 3.
- 56.4 בידי סלקום המידע לכמה מלקוחותיה נשלחה במועדים הרלבנטיים הודעת מיצוי טרם שאלה מימשו את כל חבילת הגלישה שבידם;
- 56.5 סלקום יודעת ו/או יכולה לדעת מי מבין הלקוחות אשר התקשרו עימה בהסכמים כאמור לעיל, הפסיקו לעשות שימוש בחבילת הגלישה שרכשו בסמוך לאחר קבלת הודעת המיצוי.
57. כך, בידנו מנגנון מוצע פשוט הנשען על מידע שמצוי בידי סלקום ואיננו צריך להישען על הערכות ו/או על סקרים שכן המידע הגלום הנחוץ למימוש מצוי אצל סלקום ובהינתן צו שיפוט תוכל היא לספק את המידע הנ"ל בצורה פשוטה וללא מאמץ יתר.
58. המנגנון המוצע הנ"ל יאפשר הגדרה מדויקת של הקבוצה ובהתאם ניהול נכון יעיל וצודק של התובענה הייצוגית וחסכון בהוצאות.

התביעה האישית ראויה להתברר כתובענה ייצוגית

59. בהתאם לסעיפים 3(א) ו-4 לחוק תובענות ייצוגיות, מי שיש לו עילת תביעה אישית, כאמור בתוספת השנייה לחוק תובענות ייצוגיות, המעוררת שאלות מהותיות של עובדה או משפט, המשותפות לכלל חברי הקבוצה – רשאי להגיש לבית המשפט בקשה לאישור תביעתו האישית כתביעה ייצוגית.
60. ביסוד התביעה האישית שהגיש התובע כנגד סלקום עומדת, כאמור, עילת תביעה עיקרית: הטעייה וחוסר תם לב בקיום חיובים חוזיים המאפשרות הגשתן כתובענה ייצוגית.
61. על כן, כל שנתר לבחון הוא האם במקרה דנן מתקיימים כל יתר התנאים הקבועים בחוק תובענות ייצוגיות לשם אישור התביעה האישית כתובענה ייצוגית.

62. להלן ייבחנו דרישותיו של סעיף 8(א) לחוק תובענות ייצוגיות, כדלהלן:

62.1 התביעה האישית מעוררת שאלות מהותיות של עובדה ומשפט המשותפות לכלל חברי הקבוצה, כהגדרתה לעיל, וכנדרש בסעיפים 4(א)1 ו- 8(א)1 לחוק תובענות ייצוגיות שכן אין ולא יכול להיות חולק כי כל מי שהתקשר עם סלקום בהסכם במסגרתו רכש חבילת גלישה וקיבל את הודעת המיצוי טרם שמימש את מלוא חבילת הגלישה וחדל מלגלוש ברשת האינטרנט בסמוך לאחר קבלת הודעת המיצוי, חולק במשותף, אותן שאלות של משפט ואו עובדה המשותפות לכלל חברי הקבוצה.

אין לפנינו סוגיה ייחודית לתובע. סלקום שלחה הודעות מיצוי מטעות נוספות גם ללקוחות נוספים שלה, כך למשל שלחה היא הודעת מיצוי גם למנוי מס' 052-6304295.

מצ"ב הודעת המיצוי למנוי מס' 052-6304295 **מסומנת 9**

62.2 לאור האמור לעיל, עולה איפה כי תביעתו האישית של התובע עומדת בדרישות החוק והפסיקה בעניין זה, שכן היא מעוררת שאלות מהותיות של עובדה ומשפט המשותפות לכלל חברי הקבוצה ועל כן יש לקבלת הבקשה ולאשר את התובענה האישית כייצוגית.

63. במקרה דנן, (כנדרש בסעיף 8(א)1) סיפא לחוק תובענות ייצוגיות) ישנה סבירות גבוהה שהשאלות הצריכות בהתאם לחוק תובענות ייצוגיות יוכרעו במסגרת התביעה האישית לטובת כלל הקבוצה שכן:

63.1 כאמור בבקשה דנן, טענת התובע כנגד סלקום מבוססת על ראיות מוצקות. המדובר במידע מהותי ששלחה סלקום ביוזמתה והמנוגד למציאות העובדתית, מציאות שהוסתרה ע"י סלקום בעת משלוח הודעת המיצוי.

63.2 עילת התביעה כנגד סלקום הינה ברורה ופשוטה למדי (אך תמורה באותו האופן), והיא משותפת הן לגבי התובע והן לגבי שאר חברי קבוצה;

63.3 בהתקיים כל הנסיבות המפורטות בבקשה דנן, קיימת סבירות גבוהה, אם לא ברמת וודאות קרובה, שהתביעה תוכרע לטובת חברי הקבוצה.

64. במקרה דנן, תובענה ייצוגית הינה הדרך היעילה וההוגנת ביותר להכרעה במחלוקת בנסיבות העניין (כנדרש בסעיף 8(א)2) לחוק תובענות ייצוגיות):

64.1 כפי שהוסבר לעיל, ציבור משתמשים בחבילות גלישה הנמנים עם חברי הקבוצה הינו ככל הנראה גדול מאוד ומגיע **למעל מליון לקוחות**.

64.2 עילת התביעה האישית אינה מצריכה בירור פרטני בדבר נסיבותיו של כל חבר בקבוצה, שכן משלוח הודעת המיצוי טרם מימוש כל חבילת הגלישה והפרת ההוראות הרלבנטיות על ידי סלקום, מהווה בהכרח הפרה כלפי כל אחד מתחברי הקבוצה;

64.3 באמצעות אישור התביעה האישית כתביעה ייצוגית, יוכל בית-המשפט הנכבד לדון בעילת התביעה המשותפת לחברי הקבוצה כנגד סלקום במסגרת הליך אחד, כך שערכאות אחרות לא יידרשו לדון בעניין זה מספר פעמים, כמספר חברי הקבוצה, שיאלצו להגיש תביעות נפרדות כנגד הנתבעת, אשר יהיו

כרוכות, מטבע הדברים, בעלויות מיותרות ובעומס קיצוני על מערכת המשפט
מחד וחיסכון בעלויות ניהול מאות אלפי תביעות הן לסלקום מאידך.

64.4 בשים לב לסכום התביעה הפרטנית יחסית הנמוך, אין הצדקה כלכלית לכל
אחד מחברי הקבוצה לנהל תובענה אישית כנגד סלקום ובוודאי שאין הצדקה
לניהול מספר רב של הליכים משפטיים בגין אותן נסיבות;

64.5 מן המקובץ עולה, אפוא, כי תובענה ייצוגית הינה הדרך היעילה ביותר וההוגנת
להכרעה בתביעה האישית, בנסיבות העניין.

65. כנדרש בסעיפים 8(א)(3) ו-8(א)(4) לחוק תובענות ייצוגיות ישנו יסוד סביר להניח, כי עניינם
של כלל חברי הקבוצה ייוצג וינהל, ע"י המבקש ובא כוחו, בדרך הולמת ובתום לב:

65.1 התביעה מבוססת על עילת תביעה מצוינת של התובע ועל מסמכים וראיות של
סלקום עצמה ו/או מי מטעמה.

65.2 בנסיבות אלו התביעה האישית עשויה להביא תועלת רבה לכלל חברי הקבוצה.

65.3 התובע נכון ומסוגל להשקיע ממרצו בכדי לייצג את עניינם של כלל חברי הקבוצה
בצורה נאמנה;

65.4 מכל המקובץ עולה, אפוא, כי קיים יסוד סביר, ואף למעלה מכך, כי עניינם של
כלל חברי הקבוצה ייוצג וינהל בדרך הולמת ובתום לב על ידי התובע ובאי -
כוחו, החתומים מטה.

סיכום

הסעדים המבוקשים

בית המשפט הנכבד מתבקש ליתן את הסעדים הבאים:

66. אישור תובענה האישית כתובענה ייצוגית.

67. אישור הגדרת הקבוצה ולחילופין שימוש במנגנון המוצע על מנת להגדיר את הקבוצה

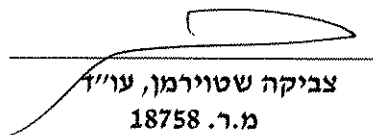
68. צו עשה – בית המשפט הנכבד יתבקש ליתן צו עשה המחייב את סלקום לחדול מלשלוח
הודעות דוגמת הודעת המיצוי או לחילופין להנהיג וליצור מנגנון אשר יביא לכדי שליחת
הודעות מיצוי מדויקות, נכונות ואמיתיות המשקפות את המצב האמיתי לאשורו.

69. צו עשה - להורות לסלקום ליתן דוחות ו/או נתונים מדויקים לצורך הגדרת הקבוצה כמפורט
במנגנון המוצע.

70. סעד כספי - בית המשפט יתבקש להורות לסלקום לפצות את התובע, בסכום השווה, על דרך
של אומדנה, ל-20 ש"ח בגין אובדן ההנאה שנגרם לו נוכח שליחת הודעת מיצוי המטעה וכן
לקבוע כי פיצוי זה ישולם גם לכל אחד מחברי הקבוצה בגין כל משלוח הודעת מיצוי.

71. פיצוי לתועלת הציבור - בית המשפט הנכבד יתבקש להורות על מתן פיצוי, בכל דרך שיבחר,
לטובת כלל הציבור כפי שימצא לנכון בנסיבות העניין, הכול כפי שיקבע בית המשפט לפי סעיף
20 (ג) לחוק תובענות ייצוגיות.

72. סעד כללי לפי שיקול דעתו של בית המשפט - לפסוק כל סעד ואו פיצוי אחר, כפי שיימצא לנכון בית המשפט הנכבד, בנסיבות העניין, ולחייב את סלקום, בקיום סעדים אלה.
73. להורות לסלקום לפרסם את ההחלטה בבקשה, לכשזו תתקבל, היה ותתקבל, ולקבוע את נוסח הפרסום ולחייב את סלקום בהוצאות הפרסום.
74. לבית המשפט הנכבד סמכות לדון בתובענה לאור הסעדים הנתבעת במסגרתה וסמכות מקומית לדון בתביעה, נוכח מקום ביצוע העוולות נשוא הבקשה ומקום מושבה של סלקום.
75. על בסיס המפורט לעיל, יתבקש בית המשפט הנכבד לזמן את הנתבעת/סלקום לדין, וליתן לזכות התובע ולזכות חברי הקבוצה את הסעדים המפורטים לעיל.
76. לחייב את הנתבעת, בתשלום הוצאות משפט, לרבות שכ"ט עו"ד בשיעור השווה ל 20% משווי הסעד שיפסק כנגד סלקום ושלא יפחת מסכום של 400,000 ש"ח ובתשלום גמול הולם לתובע בסך של 10% משווי הסעד שיפסק כנגד סלקום, אשר לא יפחת מסכום של 150,000 ש"ח בהתאם להוראת ס' 22 לחוק תובענות ייצוגיות.



צביקה שטוירמן, עו"ד
מ.ר. 18758

יוסיפוף, כהן, קורן, גרודברג ושות', עורכי דין
ב"כ התובע

נספח 2

December 15, 2009

GLOBAL

The Mobile Internet Report

Ramping Faster than Desktop Internet, the Mobile Internet Will Be Bigger than Most Think

Material wealth creation / destruction should surpass earlier computing cycles. The mobile Internet cycle, the 5th cycle in 50 years, is just starting. Winners in each cycle often create more market capitalization than in the last. New winners emerge, some incumbents survive – or thrive – while many past winners falter.

The mobile Internet is ramping faster than desktop Internet did, and we believe more users may connect to the Internet via mobile devices than desktop PCs within 5 years.

Five IP-based products / services are growing / converging and providing the underpinnings for dramatic growth in mobile Internet usage – 3G adoption + social networking + video + VoIP + impressive mobile devices.

Apple + Facebook platforms serving to raise the bar for how users connect / communicate – their respective ramps in user and developer engagement may be unprecedented.

Decade-plus Internet usage / monetization ramps for mobile Internet in Japan plus desktop Internet in developed markets provide roadmaps for global ramp and monetization.

Massive mobile data growth is driving transitions for carriers and equipment providers.

Emerging markets have material potential for mobile Internet user growth. Low penetration of fixed-line telephone and already vibrant mobile value-added services mean that for many EM users and SMEs, the Internet will be mobile.

We use a data-rich, theme-based framework for thinking about how the rapidly emerging / changing mobile Internet may evolve. One thing is clear: new computing cycles create / destroy material wealth – and the mobile Internet cycle should be no different. For our compilation of *well positioned / potentially challenged / unclearly positioned companies*, see pages 11-13.

This report is structured as a PowerPoint presentation based on the 8 themes highlighted to the right. Each theme is preceded by an overview that sets the stage for the slides. Additionally, we compiled 'The Mobile Internet Report Setup' presentation (pages 9-59), which highlights the key takeaways of our work. This report is optimally viewed on a screen or as a color print out.

Global Technology Team

Mary Meeker
Kathryn Huberty
Ehud Gelblum
Naoshi Nema³
James Dawson¹
Patrick Standaert
Mark Lipacis
Sanjay Devgan
Jasmine Lu²
Bill Lu²
Keon Han²
Richard Ji²
Adam Holt
Scott Devitt

Global Telecom Team

Simon Flannery
Nick Delfas¹
Hironori Tanaka³
Sean Gardiner¹
Navin Killa²
Vinay Jaising²
Yvonne Chow²
Benjamin Swinburne

Associates
Liang Wu
Colter Van Domelen
Sean Ittel
Mathew Schneider
Avi Silver

¹ Morgan Stanley & Co. International

² Morgan Stanley Asia Limited

³ Morgan Stanley Japan Securities Co., Ltd.

Key Themes

1. Wealth Creation / Destruction Material in New Computing Cycles – In Early Innings of Mobile Internet Cycle	61
2. Mobile Ramping Faster than Desktop Internet – Five Trends Converging	83
3. Apple Leading in Mobile Innovation + Impact	127
4. Game-Changing Communications / Commerce Platforms (Social Networking + Mobile) Emerging	185
5. Growth / Monetization Roadmaps (Japan + Desktop Internet)	221
6. Massive Data Growth Driving Carrier / Equipment Transitions	271
7. Compelling Opportunities in Emerging Markets	357
8. Regulatory Impact	397

To purchase a printed copy of *The Mobile Internet Report*, please go to www.morganstanley.com/mobileinternetbook or contact your Morgan Stanley representative.

Morgan Stanley does and seeks to do business with companies covered in Morgan Stanley Research. As a result, investors should be aware that the firm may have a conflict of interest that could affect the objectivity of Morgan Stanley Research. Investors should consider Morgan Stanley Research as only a single factor in making their investment decision.

For analyst certification and other important disclosures, refer to the Disclosure Section, located at the end of this report.

מצי"ב הקישור למחקרו של בנק ההשקעות מורגן סטנלי אשר מפאת אורכו, 96 עמודים, לא צורף במלואו.

http://www.morganstanley.com/institutional/techresearch/pdfs/Theme_6_Data_Growth.pdf

נספח 3

מהפכת המחשוב הגדולה ביותר עד כה עוד לפנינו: האינטרנט יכבוש את הסלולר

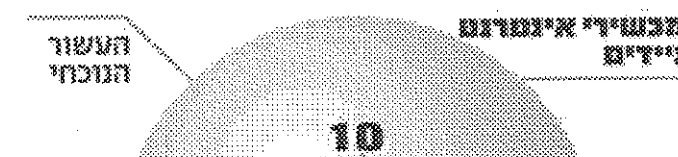
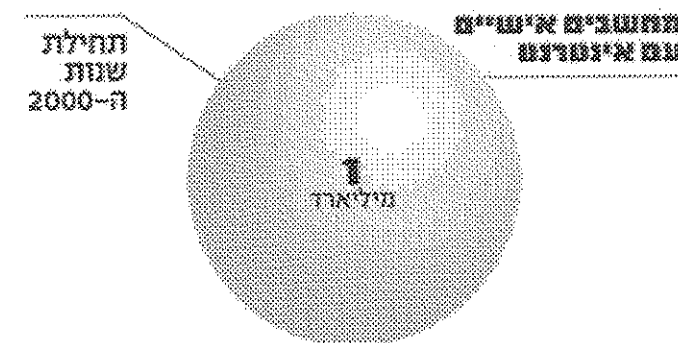
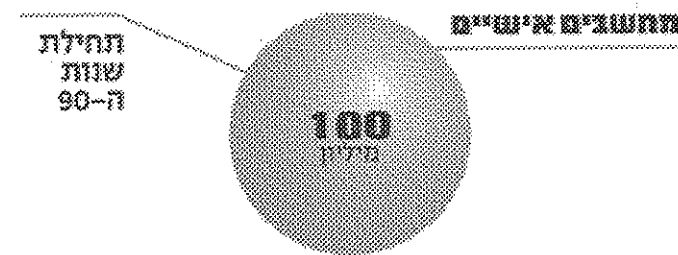
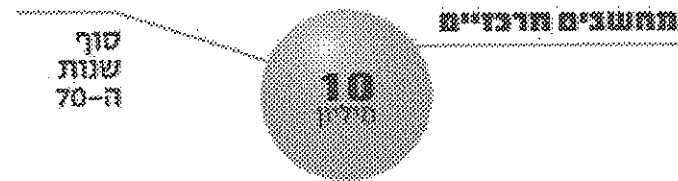
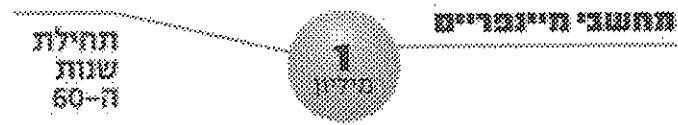
האינטרנט הביתי היה רק ההתחלה - בתוך פחות מחמש שנים יזרום האינטרנט ל-10 מיליארד מכשירים ניידים, שיזעזעו את כל המודלים העסקיים הקיימים ■ טלפונים, ספרים דיגיטליים, נגדי מדיה וטלוויזיות - כולם יתחברו לרשת ■ היכוננו למהפכה

07:07 13.01.2010 מאת: אמיר טייג 2

<< רשתות הסלולר כבר מהירות מספיק. המכשירים הניידים כבר חכמים וזולים מספיק. עלות חבילות הגלישה הסלולריות כבר נמוכה מספיק - בשלו התנאים למהפכת המחשוב הגדולה ביותר שראינו עד כה: מהפכת האינטרנט הנייד.

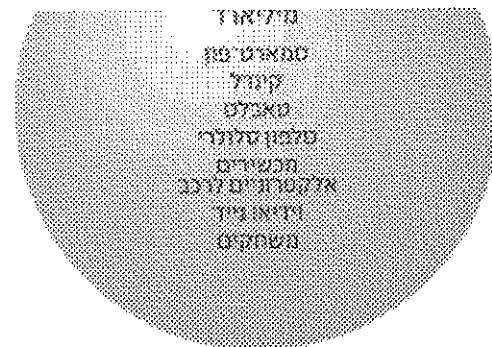
לפני כשלושה שבועות פירסם בנק ההשקעות מורגן סטנלי עבודת מחקר עצומת ממדים שמנסה לשרטט את גודלה וחשיבותה של מהפכת האינטרנט הנייד. אותו גוף מחקר, שבראשו עומדת האנליסטית הוותיקה מרי מיקר, פירסם עבודה דומה ב-1995, אז חזו החוקרים את התפתחות

התהפכה חתוכה להתגלגל מספר המחשבים בכל דור של מחשוב



לטענתם.

האינטרנט באופן כללי.



מהפכת האינטרנט הנייד תהיה גדולה יותר מכל אחת מחמש מהפכות המחשוב שפקדו את העולם מאז שנות ה-60. להערכתם, במחצית הראשונה של העשור הקרוב צפוי להתעצם מספרם של מכשירי הקצה הניידים בעלי גישה לאינטרנט ליותר מ-10 מיליארד. לשם השוואה, מספר המחשבים האישיים הנייחים כיום בעולם הוא כמיליארד בלבד.

מכשירים ניידים המחוברים לאינטרנט אינם רק מכשירי סלולר, אלא כל מכשיר נייד שמסוגל לשאוב תכנים באופן אלחוטי מהרשת. בתערוכה שנסגרה לפני כמה ימים בלאס וגאס (CES) הוצגו אינספור מכשירים מסוג זה, הכוללים ספרים אלקטרוניים, מחשבי Tablet, נטבוקים, מכשירי ניווט (GPS), נגיני מוסיקה ואף מוצרי חשמל כמו טלוויזיות המתחברות באופן אלחוטי לרשת. ברשימה זו שמור מקום של כבוד למכשיר שמסמל יותר מכל את השינוי הקרב - האיפון של אפל.

האיפון הוא שפרץ את החסמים ולמעשה הצית את אש המהפכה. ב-28 החודשים מאז הושק בלבד נמכרו יותר מ-57 מיליון מכשירי איפון ואיפוד טאץ', שמאפשרים גם הם גישה אלחוטית לאינטרנט. לשם השוואה, מהפכת האינטרנט הנייח היתה אטית בהרבה. ב-28 החודשים מאז הושק דפדפן נטסקייפ בדצמבר 1994 הורדו רק 25 מיליון דפדפנים. העובדה כי דפדפן נטסקייפ ניתן חינם בעוד איפון עולה 200-600 דולר מחזקת את ההערכות כי אנו נמצאים בפתחה של מהפכה חסרת תקדים, שתרחש מהר מהצפוי, ולראשונה תשפיע גלובלית כבר בשלב מוקדם. כמה גורמים שחברו יחד יצרו את תנאי הרקע ההכרחיים למהפכה. כמו בכל אחת ממהפכות המחשוב עד כה, גם הפעם הזרעים נזרעו בתחום הברזלים, כלומר ציוד התקשורת. חברות הסלולר סיימו להטמיע את רשתות הדור השלישי, ומחיר מכשירי הקצה, כלומר טלפונים התומכים ברשתות אלה, ירד פלאים בשנים האחרונות. עם זאת, מגמה זו לא הספיקה כדי לעורר שינוי מהותי בדפוסי השימוש. לשם כך היה צריך את אפל.

הבשורה האמיתית: היישומים של איפון

האיפון הוא מכשיר הקצה הראשון שהצליח לפצח את המשימה שבה נכשלו נוקיה, מוטורולה וסמסונג. אפל הצליחה ליצור פלטפורמה ניידת שמסוגלת לשאוב תוכן אינטרנטי ולהציגו בצורה נוחה למשתמש. מסך המגע הגדול, הדפדפן הנוח ומערכת ההפעלה האינטואיטיבית שברו את החסם בין האינטרנט לבין המכשיר הנייד. ואולם הדפדפן של אפל הוא לא הבשורה האמיתית של האיפון. השינוי התפיסתי המהותי ביותר בצריכת אינטרנט סלולרי הם היישומים שהמציא האיפון.

אפשר להגדיר את היישומים כדפדפנים לכל דבר - הם שואבים מידע מהרשת ומסדרים אותו באופן שמאפשר צריכת תוכן נוחה במכשיר סלולר. במקום לקחת עמוד HTML שמיועד למחשב ביתי ולהציגו על מסך סלולרי קטן, לוקחים היישומים את המידע וממירים אותו למוצר תוכן סלולרי נוח לעיכול על ידי המשתמש הנייד.

היישומים דומים לתוספות לדפדפנים, או ווידג'טים, ששואבים מידע מהאינטרנט ומציגים אותו על מסך המחשב באופן שוטף. מעולם לא היה קל יותר לצרוך מידע מהאינטרנט באמצעות מכשיר נייד.

ניתוח דפוס השימוש של לקוחות האייפון בארה"ב יכול להצביע על כיוון ההתקדמות של עולם הסלולר: רק 12% מלקוחות הסלולר הרגילים בארה"ב מבצעים חיפוש באינטרנט במכשיר הנייד לפחות פעם בחודש, לעומת 52% בקרב לקוחות אייפון; 14% מהלקוחות הרגילים משתמשים ברשתות חברתיות, לעומת 58% מלקוחות אייפון; לקוח אמריקאי רגיל משתמש במכשיר הסלולרי כ-40 דקות ביום בממוצע, מתוכן 85% בשיחות טלפון או ב-SMS. לעומת זאת, לקוח אייפון משתמש במכשיר 60 דקות ביום, 59% בלבד מהן בשיחות או SMS והיתר מוקדש ליישומי תוכן כמו מיילים, משחקים, גלישה ומוסיקה.

אכן, לקוחות האייפון שייכים לקבוצה באוכלוסייה שמאמצת מוקדם טכנולוגיות, אך ככאלה, הם מסמנים את כיוון ההתקדמות של התעשייה כולה. במורגן סטנלי צופים כי בתוך שלוש שנים תתרחש צמיחה של פי 66 בתנועת האינטרנט על גבי רשתות סלולריות. המשמעות היא כי ב-2013 יעברו כ-30% מתעבורת האינטרנט העולמית דרך מכשירים ניידים. מדובר בקצב צמיחה חסר תקדים, גם עבור עולם המחשוב שחוזה לא מעט מהפכות. המכשירים הניידים עושים את דרכם ליהפך לפלטפורמות המחשוב המובילות מבין מגוון המכשירים בעלי חיבור לאינטרנט. בדומה ליישומים הנפוצים במחשב הביתי, במורגן סטנלי מעריכים כי יישומי הווידאו צפויים להוביל את העלייה המטרופת בתנועת האינטרנט הנייד. להערכתם, ב-2013 יהיו כ-64% מהתנועה (Traffic) ברשתות האינטרנט הנייד עבור שימושי וידאו, 19% לצורך שימושי גלישה אחרים ו-7% לצורך שיחות טלפון מבוססות אינטרנט.

שיחות הטלפון מבוססות אינטרנט הן פגיעה בבטן הרכה של חברות הסלולר, שעושות כיום את מרבית רווחיהן משיחות טלפון. הגוגלפון, שהושק בשבוע שעבר, לצד שאר מכשירי הסלולר מבוססי מערכת ההפעלה אנדרואיד, הם סנונית ראשונה לתופעה זו - הם מאפשרים שיחות טלפון מבוססות אינטרנט. בחרו כי חברות הסלולר ידרשו לשנות את המודלים העסקיים שלהן ולתמחר את הפגיעה בעסקי הליבה בתוך מחירי חבילות הגלישה.

קל לגבות תשלומים קטנים בסלולר

שלי תשובה, שותף מנהל בחברת הייעוץ טריגר פורסייט, מאמין כי תופעה זו דוחפת את חברות הסלולר קרוב יותר למעמד של "צינור טיפשי".

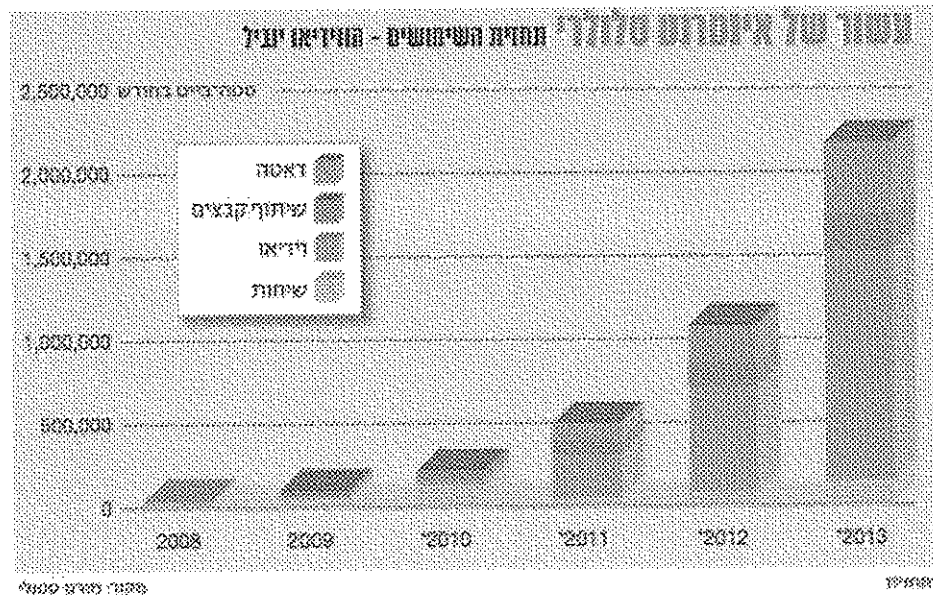
הכוונה היא לחברת תשתיות שמספקת נגישות לרשת בלבד, אך לא שירותים כמו תוכן או שיחות טלפון. לדבריו, "מגמה זו מחלישה את עוצמתן של חברות הסלולר. כשלקוח סלולרי יכול לגשת בקלות לאין-סוף תכנים ברשת הציבורית, הוא לבטח יעקוף את התכנים שהציעה לו עד כה חברת הסלולר. ככל שמערכות ההפעלה על מכשירי הסלולר יהפכו לסטנדרטיות ופתוחות יותר, כלומר דומות יותר למחשבים ביתיים, כך יירד כוחן של חברות הסלולר לייצר כסף מתוכן. עם זאת, אין תחליף לחברות הסלולר - אי אפשר באמת לעקוף אותן. אולי חלקן מסך הכנסות התוכן הנייד יירד, אך הן עדיין ירוויחו הרבה מהתנועה על הרשת שלהן".

האינטרנט מספק לנו גישה לחדשות קריטיות עבורנו, למידע חשוב שלפיו אנו מקבלים החלטות, לווידיאו, לפנאי ולבידור, והכל במסגרת מודל עסקי שמתבסס בעיקר על הכנסות מפרסום. הכניסה של משתמשי הסלולר לעולם האינטרנט צפויה לזעזע מודלים עסקיים קיימים, שגם כך אינם מצליחים לספק ליצרני התוכן בסיס עסקי איתן. בניגוד לאינטרנט שזורם אל המשתמשים דרך המחשבים הביתיים, הגולשים הסלולריים הורגלו לשלם עבור תוכן כפי שהם משלמים עבור ערוצים בטלוויזיה.

בהיבט הזה, לסלולר יש יתרון נוסף - קל מאוד לגבות תשלומים קטנים מהלקוחות. בעוד שבתחום המחשבים הביתיים התשלומים מתבצעים בעיקר באמצעות הזנה של פרטי כרטיס אשראי, בסלולר

אפשר לגבות תשלומים זעירים (Micro payments) באמצעות מערכת הגבייה (Billing) של חברת הסלולר.

בישראל, תשובה מאמין כי מותגי תוכן חזקים כמו ynet ו-TheMarker ימשיכו לפעול באופן ישיר מול הלקוח הסופי גם בעידן התוכן הנייד. "בעבר, כשהיה חסם טכנולוגי, נהגו גופי תוכן לשתף פעולה עם גופי טכנולוגיה על בסיס חלוקת רווחים. ככל שיבשיל השוק, הטכנולוגיה תיהפך משירות שמלווה את התוכן למוצר מדף (יישומים) שנימכר באופן חד פעמי - וערך התוכן יעלה. "הבעיה היחידה שיש לפתור כיום היא העושר האינסופי של מכשירים ניידים ומערכות הפעלה. ההתאמה לכל מכשיר בנפרד יכולה להיות בעייתית ויקרה", אומר תשובה. עם זאת, ההערכות הן כי בעתיד יצטמצם מספר מערכות ההפעלה לכמה מערכות פתוחות שקל יהיה להתאים להן יישומים. עבור יצרני התוכן, שנאבקים כבר שנים במרווחי רווח זעומים, ייתכן כי מהפכה זו עשויה להיטיב את מצבם. להערכת מורגן סטנלי, מהפכת התוכן הנייד תוביל לשינוי מאזני הכוחות בין יצרני התוכן לבין יצרני ציוד הקצה, כמו נוקיה ומפעילי הסלולר. ככל שהשליטה בתוכן תעבור לידי המשתמש הסופי וככל שהתוכן יהיה זמין יותר ומפוזר בין ספקי תוכן רבים, כך תגדל היכולת שלהם לייצר רווח. "אנשים כבר הורגלו לשלם עבור תכנים בסלולר, בניגוד לאינטרנט הביתי שבו כמעט כל התוכן בחינם. אני מאמין כי יצרני התוכן יצליחו להוציא כסף מלקוחות האינטרנט הנייד עבור תוכן פרימיום", אומר תשובה.



לפי שעה, נראה כי מלבד חברות הסלולר, אפל היא היחידה שפיצחה את הנוסחה כיצד לעשות כסף מתוכן המיועד לאינטרנט הנייד. במורגן סטנלי מעריכים כי ב-2012 יורדו משתמשי האיפון יותר מ-13 מיליארד יישומים, לעומת 2.5 מיליארד ב-2009. סך כל היישומים שיוודו עד 2012 יהיה כ-30 מיליארד. עוד מעריכים כי חנות היישומים (App Store) של אפל רשמה הכנסות של כ-217 מיליון דולר ב-2009. הכנסות אלה צפויות לזנק פי 7.4 עד 2012 ולסתכם בכ-1.6 מיליארד דולר. הערכות אלה הן הביטוי הטוב ביותר להתפוצצות התוכן שצופים במורגן סטנלי. תשובה משווה בין App Store לבין קניון ענק. "חנות האפליקציות של אפל מרכזת עבור הצרכן מגוון רחב של יישומים. במקום להסתובב בנבכי הרשת ולרכוש יישומים מגורמים עלומים, מעדיפים הלקוחות לרכוש אותם מגורם מוסמך, שאין להם בעיה לחשוף בפניו פרטי תשלום. "החנות של אפל מסדרת גם את המידע עבור הגולש, כך שאינו טובע בעודף מידע. ואולם לא כל יצרני התוכן יכניסו את מרכולתם לחנות של אפל, כפי שאיקאה, למשל, לא פותחת חנויות בקניונים. מותגי

תוכן גדולים וחזקים כמו דיסני וטיים וורנר לא צריכים תיווך - הם יכולים להפיץ את התוכן והאפליקציות ישירות, בלי שאפל תגזור מהם דמי תיווך", אומר תשובה.

לכאורה, אפל נמצאת בעמדה הטובה ביותר לגרוף רווחים ממהפכת התוכן הנייד, בזכות בסיס המשתמשים הרחב שלה לצד חנות היישומים, שמציעה יותר ממאה אלף יישומים. עם זאת, בשבוע שעבר הושק האיום הגדול ביותר על תוכניותיו של מנכ"ל החברה סטיב ג'ובס - הגוגל-פון. חברת האינטרנט הגדולה בעולם מקדישה מאמצים רבים כדי להנהיג בעולם הנייד את חוקי המשחק של האינטרנט הנייח. לפני יותר משנה השיקה גוגל את האנדרואיד, שהיא מערכת הפעלה חינומית מבוססת קוד פתוח. מפתחי היישומים למערכת זו לא חייבים להציב אותם בחנות יישומים כמו זו של אפל, אלא יכולים להפיץ אותה באופן עצמאי.

הגוגל-פון גם נמכר ללא חוזה, כלומר ללא התחייבות למפעיל סלולרי. למעשה, הוא מביא לראשונה את חופשיות הרשת הבייתית לעולם הנייד. גוגל לא מתכוונת להרוויח ממכירת יישומים כפי שמרוויחות אפל וחברות הסלולר. היא צפויה להרוויח מהחיפושים ברשת שיבצעו הגולשים הניידים.

למרות זאת, במורגן סטנלי מאמינים שאפל תוכל לאתגר הזה, הרבה בזכות המותג החזק שלה, ריבוי היישומים שיש לה כבר כיום, וכן בשל השימושיות של מערכת ההפעלה הסלולרית שלה. להערכתם, נתח השוק של אפל בשוק מכשירי הסלולר הגלובלי עשוי להגיע בטווח הארוך אפילו ל-33%, כלומר נתח שאינו רחוק מזה של נוקיה כיום.

נספח 4



כלכליסט

שלחו להדפסה
גודל פונט

בריסום ושיווק

מכירת החיסול של האיפון: המספרים של שוק מכשירי הסלולר נחשפים

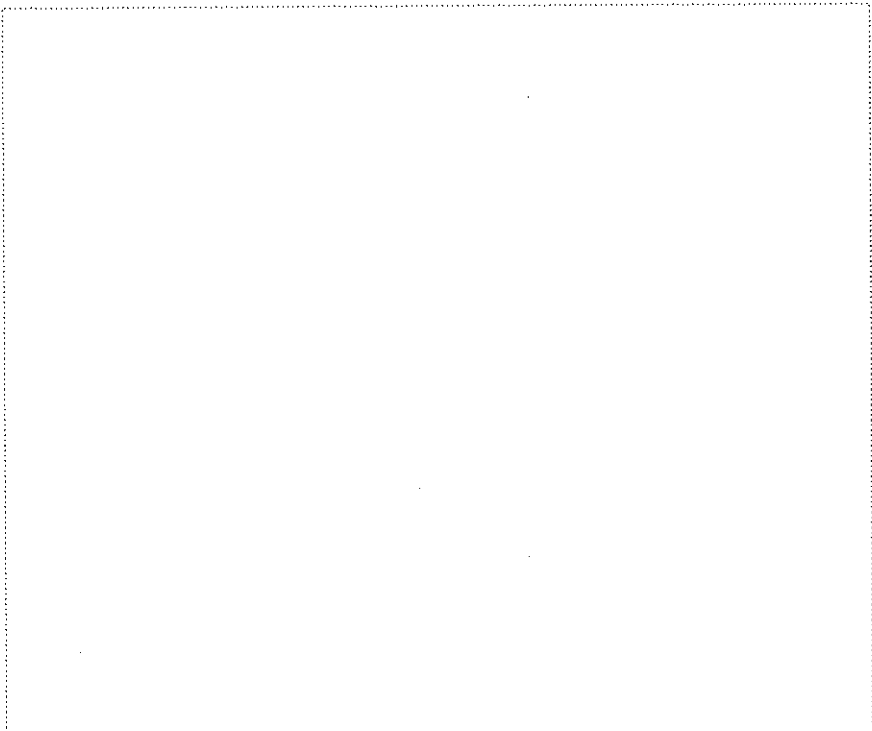
600 אלף מכשירי האיפון שהגיעו לישראל מאז סוף 2009 הביאו להקטנת מכירות סמסונג וסוני אריקסון בעשרות אחוזים. בסאני, יבואנית סמסונג, מציינים כי מספר המכשירים שנמכרו דווקא גדל, מה שמעיד על תנאי רכישה נוחים מאוד לחברות הסלולר

גילעד גס
11:11, 30.03.11
19 תגובות

השנה שעברה היתה ללא ספק שנת האיפון בישראל, ועל כך יעידו דו"חות ספייילקס, המחזיקה ביבואנית סמסונג סאני תקשורת, ודו"חות אלקטרה צריכה, המחזיקה ביבואנית סוני אריקסון בריס אלקטרה.

לפי דו"חות, קטנו בשנה שעברה ההכנסות ממכירת מכשירי סמסונג לחברות הסלולר בישראל ב-22%, מ-570 מיליון שקל ב-2009 ל-444 מיליון שקל. במקרה של סוני אריקסון נרשמה צניחה של כ-44% במכירות, מ-604 מיליון שקל ב-2009 ל-336 מיליון שקל ב-2008.

הנתון היחיד שנחשף על מכירות נוקיה בישראל הוא הצהרתה של פלאפון בדו"חותיה הכספיים, ולפיה רכשה ב-2010 מירוקום נוקיה טלפונים סלולריים ב-163 מיליון שקל. לא ניתן להשליך מכך על מכירות נוקיה לסלקום ולפרטנר, אך נתון זה מעיד כי היקף מכירותיה של סמסונג לפלאפון ב-2010, 179 מיליון שקל, היה גדול משל נוקיה, וככל הנראה גם מזה של סוני אריקסון.





קשיי האספקה לא הפריעו לאייפון

סמסונג נחשבה בעבר לבעלת נתח השוק הגדול ביותר בפלאפון, משום שנוקיה וסוני אריקסון לא מכרו מכשירים התומכים בטכנולוגיית ה-CDMA שעליה התבססה בעבר הרשת של החברה. גם כניסת השניים לפלאפון ב-2009 לא פגעה באופן מהותי בסמסונג, שמכשיריה נמכרו לפלאפון באותה שנה בהיקף של 232 מיליון שקל, בדומה ל-2008. הנתונים הטובים שרשמה סוני ב-2009 הושפעו מאוד בהגדלת המכירות לסלקום, מ-98 מיליון שקל ב-2008 ל-182 מיליון שקל.

בדצמבר 2009 החלה התמונה בשוק מכשירי הסלולר להשתנות, עם תחילת מכירתו הרשמית של האיפון בישראל.

סמסונג, סוני אריקסון ונוקיה, שפיגרו חודשים ארוכים בהשקת מכשירי סמארטפון, בעיקר בגלל עיכוב מצד יצרניות המכשירים, פינו בכך את הדרך לכיבוש עוד ועוד נתחי שוק מצד האיפון, אף שגם אספקתו לישראל נתקלה בקשיים.

ערן תור, מנכ"ל Digital ID, יבואנית מוצרי אפל לישראל, העריך לאחרונה כי בישראל נמכרו עד כה כ-600 אלף מכשירי איפון, וכ-400 אלף מהם שיווקו מאז סוף 2009 חברות הסלולר בקמפיינים אגרסיביים. כ-200 אלף מכשירי איפון נוספים הובאו לישראל ביבוא אישי או שנמכרו בחנויות המתמחות בציוד סלולרי.

סמסונג, סוני אריקסון ונוקיה ספגו פגיעה נוספת, אם כי מתונה יותר מזו שספגו מהאייפון, מהקמפיינים של חברות הסלולר ב-2010 לשיווק מכשירי בלאקברי. החברות התמקדו בקהלים לא עסקיים, דוגמת חיילים וסטודנטים, ומכרו עשרות אלפי מכשירים.

ההצלחה של הגלקסי S

התחרות מצד איפון ובלאקברי גרמה ב-2010 לצניחה של 112 מיליון שקל

במכירת מכשירי סמסונג לפלאפון ולסלקום. נתח השוק של סוני אריקסון בפלאפון אמנם נותר 40%, בדומה ל-2009, אך זוהי ירידה לעומת 2008, שבה כ-53% מהמכשירים שנמכרו בפלאפון היו של סמסונג. בסוני מציינים כי למרות הירידה בהכנסות, מספרם

של מכשירי סמסונג שנמכרו ב-2010 היה גבוה ב-15% ממספר המכשירים שנמכרו שנה קודם לכן. עובדה זאת מרמזת על המשך ירידת המחיר הממוצע שבו מוכרות היבואניות את הטלפונים לחברות הסלולר, הזוכות להזדמנות להגדלת הרווח במכירה לצרכן הסופי.

נתון נוסף שעשוי להסביר את הגידול במספר מכשירי סמסונג שנמכרו הוא הזינוק במכירות ברבעון הרביעי של 2010, הודות למכשיר הגלקסי S, שלפני שבוע דווח כי עד כה נמכרו ממנו כ-100 אלף יחידות. מכירת הטאבלט של סמסונג החל באוקטובר סייעה, לצד מכשיר הגלקסי, להגדלת ההכנסות ברבעון הרביעי ב-65% לעומת ממוצע ההכנסות בשלושת הרבעונים הראשונים. בסאני אופטימיים ביחס לרבעון הראשון של 2011, וצופים גידול של פי 2.5 במכירות מכשירי סמסונג בעקבות הזמנות של 650 מיליון שקל במחצית הראשונה של השנה.

קבלו ניודלטר יומי המסכם את חדשות היום ישירות למייל שלכם. [לחצו להרשמה](#)

נספח 5

FORM 6-K

SECURITIES AND EXCHANGE COMMISSION
Washington, D.C. 20549

Report of Foreign Private Issuer

Pursuant to Rule 13a-16 or 15d-16 of
the Securities Exchange Act of 1934

For March 15, 2011

Commission File Number: 001-33271

CELLCOM ISRAEL LTD.
10 Hagavish Street
Netanya, Israel 42140

(Address of principal executive offices)

Indicate by check mark whether the registrant files or will file annual reports under cover of Form 20-F or Form 40-F.
Form 20-F Form 40-F

Indicate by check mark if the registrant is submitting the Form 6-K in paper as permitted by Regulation S-T Rule 101(b)(1):

Indicate by check mark if the registrant is submitting the Form 6-K in paper as permitted by Regulation S-T Rule 101(b)(7):

Indicate by check mark whether the registrant by furnishing the information contained in this Form is also thereby furnishing the information to the Commission pursuant to Rule 12g3-2(b) under the Securities Exchange Act of 1934.

Yes No

If "Yes" is marked, indicate below the file number assigned to the registrant in connection with Rule 12g3-2(b): Not Applicable



CELLCOM ISRAEL ANNOUNCES
FOURTH QUARTER AND FULL YEAR 2010 RESULTS

Cellcom Israel Concludes another Record Year

in terms of Revenues, Operating income, EBITDA¹, Net income and Free cash flow¹

Net income for 2010 increased 9.2%

and adjusted Net income for 2010 increased 14.6%²;

Cellcom Israel declares a fourth quarter dividend of NIS 3.05 per share (totals approx. NIS 303 million), reaching an annual dividend for 2010 of approx. NIS 1.4 billion

2010 FULL YEAR HIGHLIGHTS (compared to 2009):

- Total Revenues increase 2.8% reaching NIS 6,662 million (\$1,877 million)
Adjusted total Revenues³ increased 3.8% reaching NIS 6,728 million (\$1,896 million)
- Revenues from content and value added services (including SMS) increased 26.1%, representing approximately 19% of services revenues
- EBITDA increased 5.5% to NIS 2,667 million (\$751 million); EBITDA margin 40%, up from 39%
Adjusted EBITDA² increased 6.8% to NIS 2,718 million (\$766 million); Adjusted EBITDA margin² 40.4%, up from 39.2%
- Operating income increased 9.6% to NIS 1,938 million (\$546 million)
Adjusted Operating income² increased 11.6% to NIS 1,989 million (\$560 million)
- Net income increased 9.2% to NIS 1,291 million (\$364 million)
Adjusted Net income² increased 14.6% to NIS 1,320 million (\$372 million)
- Free cash flow¹ increased 8.4% to NIS 1,645 million (\$464 million)
- Subscriber base increased by approx. 102,000 net subscribers during 2010, all post-paid subscribers; reaching approx. 3.394 million at the end of December 2010
- 3G subscribers reached approx. 1.14 million at the end of December 2010, net addition of approx. 143,000 during 2010

¹ Please see "Use of Non-IFRS financial measures" section in this press release.

² After elimination of one-time effects on both results for 2010 and 2009. See reconciliation table for adjusted measures at the end of this press release.

³ After elimination of a one-time provision for a refund to all our subscribers in a total amount of approximately NIS 66 million related to a network malfunction we experienced in December 2010.

FOURTH QUARTER 2010 HIGHLIGHTS (compared to fourth quarter of 2009):

- Total Revenues increased 1.4% reaching NIS 1,662 million (\$468 million)
Adjusted total Revenues⁴ increased 5.4% reaching NIS 1,728 million (\$487 million)
- Revenues from content and value added services (including SMS) increased 26.4%, representing 21.3% of services revenues
- EBITDA increased 3.4% to NIS 631 million (\$178 million); EBITDA margin 38%, up from 37.2%
Adjusted EBITDA⁵ increased 11.8% to NIS 682 million (\$192 million); Adjusted EBITDA margin 39.5%, up from 37.2%
- Operating income increased 6.9% to NIS 448 million (\$126 million)
Adjusted Operating income increased 19.1% to NIS 499 million (\$141 million)
- Net income increased 17.7% to NIS 319 million (\$90 million)
Adjusted Net income increased 28.4% to NIS 348 million (\$98 million)
- Free cash flow increased 55.7% to NIS 422 million (\$119 million)
- Subscriber base increased by approx. 18,000 net subscribers during the fourth quarter 2010, all post-paid subscribers;
- 3G increased by approx. 26,000 net subscribers during the fourth quarter 2010
- The Company declared a fourth quarter dividend of NIS 3.05 per share

Netanya, Israel – March 15, 2011 – Cellcom Israel Ltd. (NYSE: CEL TASE: CEL) ("Cellcom Israel" or the "Company"), announced today its financial results for the fourth quarter and full year ended December 31, 2010. Revenues for the fourth quarter and full year 2010 totaled NIS 1,662 million (\$468 million) and NIS 6,662 million (\$1,877 million), respectively; EBITDA for the fourth quarter 2010 totaled NIS 631 million (\$178 million), or 38% of total revenues, and for full year 2010 totaled NIS 2,667 million (\$751 million), or 40.0% of total revenues; and net income for the fourth quarter and full year 2010 reached NIS 319 million (\$90 million) and NIS 1,291 million (\$364 million), respectively. Basic earnings per share for the fourth quarter and full year 2010 reached NIS 3.28 (\$0.92) and NIS 13.04 (\$3.68), respectively.

Commenting on the results, Amos Shapira, Chief Executive Officer said, "In 2010, we attained record results for the fourth consecutive year, as we demonstrated continued growth in all of our key financial parameters, including revenues, operating income, EBITDA, net income and free cash flow. This positive momentum continued in the fourth quarter of 2010, in which we presented our strongest fourth quarter results yet.

We kept our position as market leaders and continued to increase our subscriber base, ending the year with 3.394 million subscribers, an annual increase of approximately 3%, all of whom were post paid subscribers. Our 3G subscriber base also increased by approximately 14%, reaching

⁴ After elimination of a one-time provision for a refund to all our subscribers in a total amount of approximately NIS 66 million related to a network malfunction we experienced in December 2010.
⁵ After elimination of one-time effects on the results for the fourth quarter 2010. See reconciliation table for adjusted measures at the end of this press release.

approximately 1.140 million subscribers, representing 33.6% of our total subscriber base.

This past year we executed several moves, which strengthened our position, from our successful acquisition of Dynamica's operations, which helped us retain and develop our distribution channels and contributes to our profitability, to our expanded offering of landline services to business customers, such as our winning the Accountant General's tender. We also developed content programs, which were successfully sold to international television operators across the globe, emphasizing our marketing innovation. In 2010, we continued to invest in improving our customer service by several actions, such as increasing our customer service workforce and improving service processes. The results of these efforts were reflected in Cellcom Israel receiving the lowest number of customer complaints in spite of being the largest cellular operator in Israel. This fact was noted in the publications of both the Israel Consumer Council and the Public Trust Organization. We believe that these investments will help us preserve and strengthen our market leadership. As a result of regulatory changes implemented in our market at the beginning of 2011, customers' queries to our call and sales centers increased significantly. We took and will continue to take the necessary steps, in order to maintain the level of service that our customers have become accustomed to.

During the fourth quarter, we dealt with a network malfunction, for which we granted our subscribers a financial bonus in gratitude for their loyalty, which has been reflected in our fourth quarter and full year 2010 financial statements. Cellcom Israel received and still receives favorable responses from its customers as to our handling of the network malfunction, the transparency with our customers and the bonus we chose to give them. I want to take this opportunity to thank our customers again for their loyalty to Cellcom Israel.

As previously announced, the MOC's decision to reduce the interconnect tariffs payable to cellular operators in Israel, went into effect as of January 2011. We have begun well in advance the required preparations to deal with the impact of the reduction in interconnect tariffs, both in respect of our operational efficiency and by identifying additional sources of revenue. So far, the direct impact of this decision on our results is in line with our initially published expectations.

I want to thank our employees and management for the impressive achievements in 2010, and I'm confident in their capabilities and determination to continue leading the Company to success.

We continue to monitor the dynamic changes in the local communications market in order to identify new opportunities that are synergetic with our core business. We are committed to continue in this path for the benefit of our customers, shareholders and dedicated employees."

Yaacov Heen, Chief Financial Officer, commented: "In 2010 we saw continued growth across our key financial parameters for both the fourth quarter and full year. This year, we continued to generate a strong free cash flow, which increased 8.4% compared to last year, reaching NIS 1,645 million. We are glad to share our success with our shareholders and as such, we will distribute a dividend for the fourth quarter of approximately NIS 303 million, representing approximately 95% of the fourth quarter net income. Our total dividends declared for 2010, amounted to approximately NIS 1.4 billion, or approximately 12% dividend yield for the year."

MAIN FINANCIAL HIGHLIGHTS:

	Million NIS		% of Revenues		% Change	Million US\$ (convenience translation)	
	2010	2009	2010	2009		2010	2009
Revenues - Services	5,860	5,732	88.0%	88.4%	2.2%	1,651	1,615
Revenues - Equipment	802	751	12.0%	11.6%	6.8%	226	212
Total revenues	6,662	6,483	100.0%	100.0%	2.8%	1,877	1,827
Cost of revenues - Services	2,671	2,643	40.1%	40.8%	1.1%	753	745
Cost of revenues - Equipment	651	690	9.8%	10.6%	(5.7%)	184	194
Total cost of revenues	3,322	3,333	49.9%	51.4%	(0.3%)	936	939
Gross Profit	3,340	3,150	50.1%	48.6%	6.0%	941	888
Marketing and Sales Expenses	756	716	11.3%	11.0%	5.6%	213	202
General and Administration Expenses	641	660	9.6%	10.2%	(2.9%)	181	186
Other (Income) Expenses, net	5	6	0.1%	0.1%	(16.7%)	1	2
Operating income	1,938	1,768	29.1%	27.3%	9.6%	546	498
Financing expenses, net	230	219	3.5%	3.4%	5.0%	65	62
Income before Income Tax	1,708	1,549	25.6%	23.9%	10.3%	481	436
Income Tax	417	367	6.2%	5.7%	13.6%	117	103
Net Income	1,291	1,182	19.4%	18.2%	9.2%	364	333
Free Cash Flow¹	1,645	1,518	24.5%	23.4%	8.4%	464	428

MAIN FINANCIAL HIGHLIGHTS, AFTER ELIMINATION OF ONE-TIME EFFECTS:

	Million NIS		% of Revenues		% Change	Million US\$ (convenience translation)	
	2010	2009	2010	2009		2010	2009
Revenues - Services	5,926	5,732	88.1%	88.4%	3.4%	1,670	1,615
Revenues - Equipment	802	751	11.9%	11.6%	6.8%	226	212
Total revenues	6,728	6,483	100.0%	100.0%	3.8%	1,896	1,827
Cost of revenues - Services	2,686	2,628	39.9%	40.6%	2.2%	757	741
Cost of revenues - Equipment	651	690	9.7%	10.6%	(5.7%)	184	194
Total cost of revenues	3,337	3,318	49.6%	51.2%	0.6%	941	935
Gross Profit	3,391	3,165	50.4%	48.8%	7.1%	955	892
Marketing and Sales Expenses	756	716	11.2%	11.0%	5.6%	213	202
General and Administration Expenses	641	660	9.5%	10.2%	(2.9%)	181	186
Other (Income) Expenses, net	5	6	0.1%	0.1%	(16.7%)	1	2
Operating income	1,989	1,783	29.6%	27.5%	11.6%	560	502
Financing expenses, net	242	219	3.6%	3.4%	10.5%	68	62
Income before Income Tax	1,747	1,564	26.0%	24.1%	11.7%	492	440
Income Tax	427	412	6.4%	6.3%	3.6%	120	116
Net Income	1,320	1,152	19.6%	17.8%	14.6%	372	324
Free Cash Flow¹	1,645	1,518	24.5%	23.4%	8.4%	464	428

KEY PERFORMANCE INDICATORS:

	2010	2009	% Change	2010	2009
	Million NIS			Million US\$ (convenience translation)	
EBITDA	2,667	2,529	5.5%	751	713
EBITDA, after elimination of one-time effects	2,718	2,544	6.8%	766	717
EBITDA, as percent of Revenues	40.0%	39.0%	2.6%		
EBITDA after elimination of one-time effects, as percent of Revenues	40.4%	39.2%	3.1%		
Subscribers at end of period (in thousands)	3,394	3,292	3.1%		
Churn Rate (in %)	20.5%	19.6%	4.6%		
Average Monthly MOU (in minutes)	335	331	1.2%		
Monthly ARPU (in NIS)	144	144	-	40.6	40.6

FINANCIAL REVIEW

Revenues for 2010 increased 2.8% totaling NIS 6,662 million (\$1,877 million), compared to NIS 6,483 million (\$1,827 million) last year. Revenues for 2010 include a one-time provision for a refund to all our subscribers in a total amount of approximately NIS 66 million (\$19 million) related to a network malfunction we experienced in December 2010. After elimination of this one-time provision, our revenues for 2010 totaled NIS 6,728 million (\$1,896 million), a 3.8% increase. The increase in revenues is attributed to a 2.2% increase in service revenues, which reached NIS 5,860 million (\$1,651 million) in 2010, as compared to NIS 5,732 million (\$1,615 million) last year. The increase also resulted from a 6.8% increase in handset and accessories revenues, reaching NIS 802 million (\$226 million) in 2010 compared to NIS 751 million (\$212 million) in 2009.

The increase in service revenues in 2010 was mainly due to an increase of approximately 3.1% in our subscriber base, a 26% increase in revenues from content and value added services (including SMS), which totaled in 2010 NIS 1,112 million (\$313 million), representing approximately 19% of service revenues, compared to NIS 882 million (\$249 million), or 15.4% of service revenues in 2009, as well as a significant increase in revenues from land-line services and an increase in roaming revenues. These increases were partially offset by a decrease in revenues from domestic voice services, mainly due to the ongoing airtime price erosion, and by the one-time provision of approximately NIS 66 million.

The increase in handset and accessories revenues resulted from an increase in the average handset sale price, an increase in accessories sales, following the acquisition of Dynamica's operation, as well as an increase in the amount of modems and laptops sold during 2010 compared to 2009. These increases were partially offset by a decrease in the total amount of handsets sold during 2010 compared with 2009.

Revenues for the fourth quarter of 2010 increased 1.4% totaling NIS 1,662 million (\$468 million), or 5.4% totaling NIS 1,728 million (\$487 million) after elimination of a one-time provision for a refund to our subscribers, compared to NIS 1,639 million (\$462 million) in the fourth quarter last year. The increase in revenues is attributed to a 16.1% increase in handset and accessories revenues, which

rose from NIS 193 million (\$54 million) in the fourth quarter last year, to NIS 224 million (\$63 million) in the fourth quarter 2010. This increase was partially offset by a 0.6% decrease in service revenues, which totaled NIS 1,438 million (\$405 million) in the fourth quarter 2010 as compared to NIS 1,446 million (\$407 million) in the fourth quarter last year. After elimination of the one-time provision, service revenues for the fourth quarter of 2010 increased 4% to NIS 1,504 million (\$424 million).

The decrease in quarterly service revenues resulted mainly from the one-time provision of approximately NIS 66 million, as well as from the ongoing airtime price erosion. This decrease was partially offset by a 26.4% increase in content and value added services (including SMS) revenues in the fourth quarter 2010, compared to the fourth quarter last year. Revenues from content and value added services reached NIS 306 million (\$86 million), or 21.3% (or 20.3% after elimination of the one-time provision) of service revenues in the fourth quarter. Furthermore, the increase in landline services revenues during the quarter also offset in part the decrease in quarterly service revenues.

Cost of revenues for 2010 totaled NIS 3,322 million (\$936 million), compared to NIS 3,333 million (\$939 million) in 2009, a 0.3% decrease. Cost of revenues for 2010 includes a reversal of a one-time provision recorded in 2009 in the amount of NIS 15 million (\$4 million) related to a dispute with the Ministry of Communications regarding frequencies fees, following the Supreme Court ruling in our favor in that matter. After elimination of this one-time effect in both years, cost of revenues increased 0.6% totaling NIS 3,337 million (\$940 million) in 2010, compared to NIS 3,318 million (\$935 million) in 2009. Cost of revenues for 2010 was primarily affected by a decrease of 5.7% in equipment cost of revenues, while services cost of revenues increased by 1.1%. The decrease in equipment cost of revenues from NIS 690 million (\$194 million) in 2009 to NIS 651 million (\$183 million) primarily resulted from a decrease in the average handset cost due to, among others, increased efficiency in handsets purchase, as well as from a decrease in the total amount of handsets sold during 2010 compared with 2009. The increase in services cost of revenues from NIS 2,643 million (\$745 million) in 2009 to NIS 2,671 million (\$753 million) in 2010, resulted mainly from an increase in interconnect fees due to an increase in the number of outgoing calls completed in other operators' networks, and an increase in cost of content and value-added services due to increased usage. These increases were partially offset mainly by a decrease in roaming related expenses due to improved roaming agreements with foreign operators, a decrease in depreciation expenses and a decrease in royalties paid to the Ministry of Communications resulting from a decrease in the royalties' rate. The increases were also offset in part by a decrease in the cost of handsets repair services due to a more efficient handsets repair process, and by the reversal of a one-time provision, which was recorded in 2009, in the amount of NIS 15 million.

Cost of revenues for the fourth quarter of 2010 slightly decreased to NIS 845 million (\$238 million) from NIS 847 million (\$239 million) in the fourth quarter last year. The decrease in cost of revenues for the fourth quarter of 2010 resulted from the same reasons as for the decrease in the annual cost of revenues mentioned above.

Gross profit for 2010 increased 6.0% to NIS 3,340 million (\$941 million) from NIS 3,150 million (\$888 million) in 2009, or 7.1% to NIS 3,391 million (\$955 million) from NIS 3,165 million (\$892 million) after elimination of one-time effects. Gross profit margin for 2010 reached 50.1%, up from 48.6% in 2009. Gross profit for the fourth quarter 2010 increased 3.2% to NIS 817 million (\$230 million), or 9.6% to NIS 868 million (\$245 million) after elimination of one-time effects, from NIS 792 million (\$223 million) in the fourth quarter of 2009. Gross profit margin for the fourth quarter 2010 reached 49.2% up from 48.3% in the fourth quarter of 2009.

Selling, Marketing, General and Administrative Expenses ("SG&A Expenses") for 2010 increased 1.5% to NIS 1,397 million (\$394 million), compared to NIS 1,376 million (\$388 million) in 2009. The increase in SG&A Expenses was mainly due to an increase in the Company's sales and customer service force, due to, among others, the acquisition of Dynamica's operation, one of our major dealers, which led to an increase in payroll expenses and rent expenses, and due to an increase in allowance for doubtful accounts. These increases were partially offset by a decrease in sales commissions, mainly due to the acquisition of Dynamica's operation, and in advertising expenses, as well as a decrease in depreciation and amortization expenses, mainly related to software and information systems.

SG&A Expenses for the fourth quarter of 2010 decreased 1.3% to NIS 366 million (\$103 million), compared to NIS 371 million (\$105 million) in the fourth quarter of 2009. The decrease in SG&A Expenses in the quarter mainly resulted from a decrease in sales commissions, primarily due to the acquisition of Dynamica's operation, and in advertising expenses, as well as a decrease in depreciation and amortization expenses, mainly related to software and information systems. These decreases were partially offset by an increase in the Company's sales and customer service force, due to, among others, the acquisition of Dynamica's operation, which led to an increase in payroll expenses and rent expenses.

Operating income for 2010 increased 9.6% to a record of NIS 1,938 million (\$546 million) from NIS 1,768 million (\$498 million) in 2009, or 11.6% to NIS 1,989 million (\$560 million) from NIS 1,783 million (\$502 million) after elimination of one-time effects in both years. Operating income for the fourth quarter 2010 increased 6.9% to NIS 448 million (\$126 million), or 19.1% to NIS 499 million (\$141 million) after elimination of one-time effects, from NIS 419 million (\$118 million) in the fourth quarter last year.

EBITDA for 2010 increased 5.5% to a record of NIS 2,667 million (\$751 million) from NIS 2,529 million (\$713 million) in 2009, or 6.8% to NIS 2,718 million (\$766 million) from NIS 2,544 million (\$717 million) after elimination of one-time effects in both years. EBITDA, as a percent of revenues, totaled 40.0%, up from 39.0% in 2009. EBITDA for the fourth quarter 2010 increased 3.4% to NIS 631 million (\$178 million), or 11.8% to NIS 682 million (\$192 million) after elimination of one-time effects, from

NIS 610 million (\$172 million) in the fourth quarter last year. EBITDA for the fourth quarter 2010, as a percent of quarterly revenues, totaled 38.0% up from 37.2% in 2009.

Financing Expenses, net for 2010 increased 5% and totaled NIS 230 million (\$65 million), compared to NIS 219 million (\$62 million) in 2009. The increase was primarily due to losses from the Company's hedging portfolio, compared with gains from this hedging portfolio in 2009: (1) a loss from currency hedging transactions in 2010 due to a 6% appreciation of the NIS against the US dollar in 2010 compared with only 0.7% in 2009; (2) a loss from Israeli Consumer Price Index (CPI) hedging transactions in 2010 due to decreased inflation. The increase in financing expenses, net, was partially offset by a decrease in CPI linkage expenses associated with the Company's debentures due to the decreased inflation rate of 2.3% in 2010 compared with 3.8% in 2009, as well as by a net gain on the Company's current investment in tradable debentures in 2010. The increase was also offset in part by a one-time financing income in the amount of approximately NIS 12 million (\$4 million) recorded in the fourth quarter of 2010, related to the dispute with the Ministry of Communications regarding frequencies fees, following the Supreme Court's ruling in our favor in that matter.

Financing Expenses, net for the fourth quarter 2010 decreased 22.4% and totaled NIS 45 million (\$13 million), compared to NIS 58 million (\$16 million) in the fourth quarter last year. The decrease resulted mainly from the one-time financing income in the amount of NIS 12 million (\$4 million), related to the dispute with the Ministry of Communications regarding frequencies fees, as well as from higher income from foreign currency differences associated with trade payables balances in the fourth quarter of 2010, compared to the fourth quarter last year, due to a 3.2% appreciation of the NIS against the US dollar in the fourth quarter of 2010 compared to a 0.5% depreciation in the fourth quarter of 2009. The decrease in financing expenses, net, was partially offset by an increase in CPI linkage expenses, associated with the Company's debentures, resulting from increased inflation in the fourth quarter of 2010, as compared to the fourth quarter of last year.

Income tax for 2010 increased 13.6% to NIS 417 million (\$117 million) from NIS 367 million (\$103 million) in 2009. The increase resulted from the reduction of deferred tax liabilities and the recognition of a one-time tax income of approximately NIS 41 million recorded in the third quarter of 2009, due to the enactment in July 2009 of the Economic efficiency improvement Law, which provided, among others, for an additional gradual reduction of the corporate tax rate from 25% for the 2010 tax year down to 18% for the 2016 tax year and thereafter. The increase in income tax resulted also from an increase in income before income tax, which was partially offset by the decreased corporate tax rate of 25% in 2010 compared with 26% in 2009.

Net Income for 2010 increased 9.2% to a record of NIS 1,291 million (\$364 million) from NIS 1,182 million (\$333 million) in 2009, or 14.6% to NIS 1,320 million (\$372 million) from NIS 1,152 million (\$324 million) after elimination of one-time effects in both years. Net income for the fourth quarter

2010 increased 17.7% to NIS 319 million (\$90 million), or 28.4% to NIS 348 million (\$98 million) after elimination of one-time effects, from NIS 271 million (\$76 million) in the fourth quarter last year.

Basic earnings per share for 2010 totaled NIS 13.04 (\$3.68), compared to NIS 12.01 (\$3.38) in 2009. Basic earnings per share for the fourth quarter 2010 totaled NIS 3.28 (\$0.92), compared to NIS 2.75 (\$0.77) in the fourth quarter last year.

OPERATING REVIEW

New Subscribers – at the end of 2010 the Company had approximately 3.394 million subscribers. During 2010 the Company added approximately 102,000 net new subscribers, all post-paid, out of which approximately 18,000 joined the Company in the fourth quarter.

In 2010, the Company added approximately 143,000 net new 3G subscribers to its 3G subscriber base, out of which 26,000 in the fourth quarter, reaching approximately 1.140 million 3G subscribers at the end of 2010. The Company's 3G subscribers represented 33.6% of the Company's total subscriber base at the end of 2010, an increase from the 30.3% 3G subscribers represented of total subscribers at the end of 2009.

The **Churn Rate** in 2010 totaled 20.5%, compared to 19.6% in 2009. The churn rate for the fourth quarter 2010 totaled to 5.3%, compared to 4.8% in the fourth quarter last year. Both annual and quarterly churn rates were primarily impacted by the chum of pre-paid subscribers characterized by lower contribution and subscribers with collection problems.

Average monthly subscriber **Minutes of Use ("MOU")** in 2010 totaled 335 minutes, compared to 331 minutes in 2009, an increase of 1.2%. MOU for the fourth quarter 2010 totaled 342 minutes, compared to 333 minutes in the fourth quarter 2009, an increase of 2.7%. Part of the quarterly increase is attributed to the occurrence of part of the Jewish holiday season, characterized by a reduced usage, in the fourth quarter in 2009, compared to the third quarter in 2010.

The monthly **Average Revenue per User (ARPU)** for 2010 totaled NIS 144 (\$40.6), similar to 2009. ARPU for the fourth quarter 2010 totaled NIS 144 (\$40.6), a 0.7% increase, compared to NIS 143 (\$40.3) in the fourth quarter last year. Both annual and quarterly figures were affected, among others, by increased usage, which was partially offset by the ongoing airtime price erosion in 2010 and the fourth quarter 2010, compared with the corresponding periods in 2009.

FINANCING AND INVESTMENT REVIEW

Cash Flow

Free cash flow for 2010 increased 8.4%, reaching NIS 1,645 million (\$464 million), compared to NIS 1,518 million (\$428 million) generated in 2009. Free cash flow for the fourth quarter of 2010 increased 55.7% and totaled NIS 422 million (\$119 million), compared to NIS 271 million (\$76 million) generated

in the fourth quarter of 2009. Free cash flow for 2010 and for the fourth quarter this year include NIS 154 million (\$43 million) and NIS 9 million (\$3 million), respectively, invested in the Company's current debt securities portfolio according to its investment policy, compared to NIS 212 million (\$60 million) and NIS 88 million (\$25 million) invested in 2009 and in the fourth quarter of 2009, respectively.

Shareholders' Equity

Shareholders' Equity as of December 31, 2010 amounted to NIS 341 million (\$96 million), primarily consisting of accumulated undistributed retained earnings.

Investment in Fixed Assets and Intangible Assets

During 2010 and the fourth quarter 2010, the Company invested NIS 735 million (\$207 million) and NIS 191 million (\$54 million), respectively, in fixed assets and intangible assets (including, among others, deferred sales commissions and handsets subsidies and investments in information systems and software), compared to NIS 663 million (\$187 million) and NIS 223 million (\$63 million) in 2009 and the fourth quarter 2009, respectively. The investment in 2010 includes a payment of NIS 108 million (\$30 million) pursuant to the acquisition of assets and operation of Dynamica.

Dividend

On March 14, 2011, the Company's board of directors declared a cash dividend in the amount of NIS 3.05 per share, and in the aggregate amount of approximately NIS 303 million (the equivalent of approximately \$0.86 per share and approximately \$85 million in the aggregate, based on the representative rate of exchange on March 10, 2011; The actual US\$ amount for dividend paid in US\$ will be converted from NIS based upon the representative rate of exchange published by the Bank of Israel on April 26, 2011), subject to withholding tax described below. The dividend will be payable to all of the Company's shareholders of record at the end of the trading day in the NYSE on April 11, 2011. The payment date will be April 28, 2011. According to the Israeli tax law, the Company will deduct at source 20% of the dividend amount payable to each shareholder, as aforesaid, subject to applicable exemptions. The dividend per share that the Company will pay for the fourth quarter of 2009 does not reflect the level of dividends that will be paid for future quarterly periods, which can change at any time in accordance with the Company's dividend policy. A dividend declaration is not guaranteed and is subject to the Company's board of directors' sole discretion, as detailed in the Company's annual report for the year ended December 31, 2010 on Form 20-F, under "Item 8 - Financial Information - Dividend Policy".

CONFERENCE CALL DETAILS

The Company will be hosting a conference call on Tuesday, March 15, 2011 at 09:00 am EST, 06:00 am PST, 13:00 GMT, 15:00 Israel time. On the call, management will review and discuss the results, and will be available to answer questions. To participate, please either access the live webcast on the Company's website, or call one of the following teleconferencing numbers below. Please begin placing your calls at least 10 minutes before the conference call commences. If you are unable to connect using the toll-free numbers, please try the international dial-in number.

US Dial-in Number: 1 888 407 2553

UK Dial-in Number: 0 800 917 9141

Israel Dial-in Number: 03 918 0610

International Dial-in Number: +972 3 918 0610

at: 09:00 am Eastern Time; 06:00 am Pacific Time; 13:00 UK Time; 15:00 Israel Time

To access the **live webcast** of the conference call, please access the investor relations section of Cellcom Israel's website: www.cellcom.co.il. After the call, a replay of the call will be available under the same investor relations section.

ANNUAL REPORT FOR 2010

Cellcom Israel will be filing its annual report for the year ended December 31, 2010 (on form 20-F) with the US Securities and Exchange Commission today, March 15, 2011. The annual report will be available for download at the Cellcom Israel's website in the investor relations section of Cellcom Israel's website at: www.cellcom.co.il. Cellcom Israel will furnish a hard copy to any shareholder who so requests, without charge. Such requests may be sent through the Company's website or by sending a postal mail request to Cellcom Israel Ltd., 10 Hagavish Street, Netanya, Israel (attention: Chief Financial Officer).

About Cellcom Israel

Cellcom Israel Ltd., established in 1994, is the leading Israeli cellular provider; Cellcom Israel provides its approximately 3.394 million subscribers (as at December 31, 2010) with a broad range of value added services including cellular and landline telephony, roaming services for tourists in Israel and for its subscribers abroad and additional services in the areas of music, video, mobile office etc., based on Cellcom Israel's technologically advanced infrastructure. The Company operates an HSPA 3.5 Generation network enabling advanced high speed broadband multimedia services, in addition to GSM/GPRS/EDGE and TDMA networks. Cellcom Israel offers Israel's broadest and largest customer service infrastructure including telephone customer service centers, retail stores, and service and sale centers, distributed nationwide. Through its broad customer service network Cellcom Israel offers its customers technical support, account information, direct to the door parcel services, internet and fax services, dedicated centers for the hearing impaired, etc. As of 2006, Cellcom Israel, through its wholly owned subsidiary Cellcom Fixed Line Communications L.P., provides landline telephone communication services in Israel, in addition to data communication services. Cellcom Israel's shares are traded both on the New York Stock Exchange (CEL) and the Tel Aviv Stock Exchange (CEL). For additional information please visit the Company's website www.cellcom.co.il

FORWARD-LOOKING STATEMENTS

The following information contains, or may be deemed to contain forward-looking statements (as defined in the U.S. Private Securities Litigation Reform Act of 1995 and the Israeli Securities Law, 1968). In some cases, you can identify these statements by forward-looking words such as "may," "might," "will," "should," "expect," "plan," "anticipate," "believe," "estimate," "predict," "potential" or "continue," the negative of these terms and other comparable terminology. These forward-looking statements, which are subject to risks, uncertainties and assumptions about us, may include projections of our future financial results, our anticipated growth strategies and anticipated trends in our business. These statements are only predictions based on our current expectations and projections about future events. There are important factors that could cause our actual results, level of activity, performance or achievements to differ materially from the results, level of activity, performance or achievements expressed or implied by the forward-looking statements. Factors that could cause such differences include, but are not limited to: changes to the terms of our license, new legislation or decisions by the regulator affecting our operations, the outcome of legal proceedings to which we are a party, particularly class action lawsuits, our ability to maintain or obtain permits to construct and operate cell sites, and other risks and uncertainties detailed from time to time in our filings with the U.S. Securities and Exchange Commission, including under the caption "Risk Factors" in our Annual Report for the year ended December 31, 2010.

Although we believe the expectations reflected in the forward-looking statements contained herein are reasonable, we cannot guarantee future results, level of activity, performance or achievements. Moreover, neither we nor any other person assumes responsibility for the accuracy and completeness of any of these forward-looking statements. We assume no duty to update any of these forward-looking statements after the date hereof to conform our prior statements to actual results or revised expectations, except as otherwise required by law.

The Company prepares its financial statements in accordance with International Financial Reporting Standards (IFRS), as issued by the International Accounting Standards Board (IASB). Unless noted specifically otherwise, the dollar denominated figures were converted to US\$ using a convenience translation based on the US\$/New Israeli Shekel (NIS) exchange rate of NIS 3.549 = US\$ 1 as published by the Bank of Israel on December 31, 2010.

USE OF NON-IFRS FINANCIAL MEASURES

EBITDA is a non-IFRS measure and is defined as income before financing income (expenses), net; other income (expenses), net; income tax; depreciation and amortization. This is an accepted measure in the communications industry. The Company presents this measure as an additional performance measure as the Company believes that it enables us to compare operating performance between periods and companies, net of any potential differences which may result from differences in capital structure, taxes, age of fixed assets and related depreciation expenses. EBITDA should not be considered in isolation, or as a substitute for operating income, any other performance measures, or cash flow data, which were prepared in accordance with Generally Accepted Accounting Principles as measures of profitability or liquidity. EBITDA does not take into account debt service requirements, or other commitments, including capital expenditures, and therefore, does not necessarily indicate the amounts that may be available for the Company's use. In addition, EBITDA may not be comparable to similarly titled measures reported by other companies, due to differences in the way these measures are calculated. See the reconciliation between the net income and the EBITDA presented at the end of this Press Release.

Free cash flow is a non-IFRS measure and is defined as the net cash provided by operating activities minus the net cash used in investing activities plus short-term investment in tradable debentures. See the reconciliation note at the end of this Press Release.

Company Contact
Yaacov Heen
Chief Financial Officer
investors@cellcom.co.il
Tel: +972 52 998 9755

IR Contacts
Porat Saar & Kristin Knies
CCG Investor Relations Israel & US
cellcom@ccgIsrael.com
Tel: +1 646 233 2161

Financial Tables Follow

Cellcom Israel Ltd.
(An Israeli Corporation)

Consolidated Statements of Financial Position

	December 31	December 31	Convenience
	2009	2010	translation into U.S. dollar
	NIS millions	NIS millions	December 31 2010 US\$ millions
Assets			
Cash and cash equivalents	903	533	150
Current investments, including derivatives	272	404	114
Trade receivables	1,579	1,478	416
Other receivables	63	64	18
Inventory	149	104	30
Total current assets	2,966	2,583	728
Trade and other receivables	606	597	168
Property, plant and equipment, net	2,096	2,063	581
Intangible assets, net	711	753	212
Total non-current assets	3,413	3,413	961
Total assets	6,379	5,996	1,689
Liabilities			
Short-term borrowings	350	348	98
Trade payables and accrued expenses	806	716	202
Current tax liabilities	67	132	37
Provisions	84	84	23
Other current liabilities, including derivatives	405	379	107
Total current liabilities	1,712	1,659	467
Debentures	4,185	3,913	1,103
Provisions	16	17	5
Other long-term liabilities	1	1	-
Deferred taxes	91	65	18
Total non-current liabilities	4,293	3,996	1,126
Total liabilities	6,005	5,655	1,593
Shareholders' equity			
Share capital	1	1	-
Cash flow hedge reserve	(23)	(21)	(6)
Retained earnings	396	361	102
Total shareholders' equity	374	341	96
Total liabilities and shareholders' equity	6,379	5,996	1,689

Cellcom Israel Ltd.
(An Israeli Corporation)

Consolidated Statements of Income

	Year ended December 31			Convenience translation into U.S. dollar
	2008	2009	2010	Year ended December 31 2010
	NIS millions	NIS millions	NIS millions	US\$ millions
Revenues	6,417	6,483	6,662	1,877
Cost of revenues	3,396	3,333	3,322	936
Gross profit	3,021	3,150	3,340	941
Selling and marketing expenses	701	716	756	213
General and administrative expenses	659	660	641	181
Other (income) expenses, net	(29)	6	5	1
Operating income	1,690	1,768	1,938	546
Financing income	83	151	106	30
Financing expenses	(393)	(370)	(336)	(95)
Financing expenses, net	(310)	(219)	(230)	(65)
Income before income tax	1,380	1,549	1,708	481
Income tax	391	367	417	117
Net income	989	1,182	1,291	364
Earnings per share				
Basic earnings per share in NIS	10.12	12.01	13.04	3.68
Diluted earnings per share in NIS	9.96	11.90	12.98	3.66

Cellcom Israel Ltd.
(An Israeli Corporation)

Consolidated Statements of Cash Flows

	Year ended December 31			Convenience translation into U.S. dollar
				Year ended December 31
	2008	2009	2010	2010
	NIS millions	NIS millions	NIS millions	US\$ millions
Cash flows from operating activities:				
Net income	989	1,182	1,291	364
Adjustments for:				
Depreciation and amortization	821	755	724	204
Share based payments	28	1	1	-
Capital gain on sale of land	(9)	-	-	-
Loss (gain) on sale of assets	(9)	6	5	1
Income tax expense	391	367	417	117
Financing expenses, net	310	219	230	65
Changes in operating assets and liabilities:				
Changes in inventories	36	(105)	-	-
Changes in trade receivables (including long-term amounts)	(117)	(69)	172	49
Changes in other receivables (including long-term amounts)	(34)	2	(6)	(2)
Changes in trade payables and accrued expenses	(271)	152	(42)	(12)
Changes in other liabilities (including long-term amounts)	99	(4)	(16)	(4)
Proceeds from (Payments for) derivative hedging contracts, net	(38)	21	(16)	(4)
Income tax paid	(451)	(447)	(380)	(107)
Net cash from operating activities	1,745	2,080	2,380	671
Cash flows from investing activities				
Acquisition of property, plant, and equipment	(429)	(404)	(441)	(124)
Acquisition of intangible assets	(175)	(173)	(180)	(51)
Acquisition of operation *	-	-	(108)	(31)
Change in current investments, net	-	(212)	(154)	(44)
Payments for derivative hedging contracts, net	(17)	-	-	-
Proceeds from (Payments for) other derivative contracts, net **	18	8	(17)	(5)
Proceeds from sales of property, plant and equipment	19	2	2	1
Interest received	17	5	9	3
Proceed from sale of long term assets	39	-	-	-
Net cash used in investing activities	(528)	(774)	(889)	(251)
Cash flows from financing activities				
Proceeds from (Payments for) derivative contracts, net	31	33	34	10
Proceeds from (Payments for) short term borrowings	-	8	(8)	(2)
Repayments of long-term loans from banks	(648)	-	-	-
Repayments of debentures	(125)	(332)	(343)	(97)
Proceeds from issuance of debentures, net of issuance costs	589	989	-	-
Dividend paid	(1,525)	(1,186)	(1,319)	(372)
Interest paid	(175)	(190)	(225)	(63)
Net cash used in financing activities	(1,853)	(678)	(1,861)	(524)
Changes in cash and cash equivalents	(636)	628	(370)	(104)
Balance of cash and cash equivalents at beginning of the period	911	275	903	254
Balance of cash and cash equivalents at end of the period	275	903	533	150

(*) Business Combination

(**) Reclassified

Cellcom Israel Ltd.
(An Israeli Corporation)

Reconciliation for Non-IFRS Measures

EBITDA

The following is a reconciliation of net income to EBITDA:

	Year ended December 31			Convenience translation into US dollar
				Year ended December 31
	2008 NIS millions	2009 NIS millions	2010 NIS millions	2010 US\$ millions
Net income	989	1,182	1,291	364
Income taxes	391	367	417	117
Financing income	(83)	(151)	(106)	(30)
Financing expenses	393	370	336	95
Other expenses (income)	(29)	6	5	1
Depreciation and amortization	821	755	724	204
EBITDA	2,482	2,529	2,667	751

Free cash flow

The following table shows the calculation of free cash flow:

	Year ended December 31			Convenience translation into US dollar
				Year ended December 31
	2008 NIS millions	2009 NIS millions	2010 NIS millions	2010 US\$ millions
Cash flows from operating activities	1,763	2,088	2,380	671
Cash flows from investing activities	(546)	(782)	(889)	(251)
short-term investment in tradable debentures	-	212	154	44
Free cash flow	1,217	1,518	1,645	464

Reconciliation for adjusted measures

The following is a reconciliation of operating income to adjusted operating income and to adjusted EBITDA:

	Year ended December 31		Convenience translation into US dollar	Three months ended December 31	
	2009	2010	Year ended December 31	2010	Three months ended December 31
	NIS millions	NIS millions	2010 US\$ millions	NIS millions	2010 US\$ millions
Operating income	1,768	1,938	546	448	126
Elimination of a one-time provision for a refund related to network malfunction	-	66	19	66	19
Elimination of a one-time provision regarding frequencies fees	15	(15)	(4)	(15)	(4)
Adjusted operating income	1,783	1,989	561	499	141
Other expenses (income), net	6	5	1	3	1
Depreciation and amortization	755	724	204	180	50
Adjusted EBITDA	2,544	2,718	766	682	192

The following is a reconciliation of net income to adjusted net income:

	Year ended December 31		Convenience translation into US dollar	Three months ended December 31	
	2009	2010	Year ended December 31	2010	Three months ended December 31
	NIS millions	NIS millions	2010 US\$ millions	NIS millions	2010 US\$ millions
Net income	1,182	1,291	364	319	90
Elimination of a one-time provision for a refund related to network malfunction	-	66	19	66	19
Elimination of a one-time provision regarding frequencies fees	15	(15)	(4)	(15)	(4)
Elimination of a one-time financing income regarding frequencies fees	-	(12)	(4)	(12)	(4)
Tax related to the above one-time effects	(4)	(10)	(3)	(10)	(3)
Elimination of a one-time tax income	(41)	-	-	-	-
Adjusted net income	1,152	1,320	372	348	98

Signatures

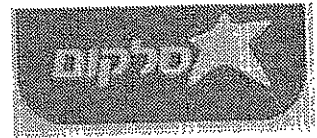
Pursuant to the requirements of the Securities Exchange Act of 1934, the registrant has duly caused this report to be signed on its behalf by the undersigned, thereunto duly authorized.

CELLCOM ISRAEL LTD.

Date: March 15, 2011

By: /s/ Liat Menahemi Stadler
Name: Liat Menahemi Stadler
Title: General Counsel

נספח 6



נספח שירות iPhone ללקוחות סוהו (גרסה 05 - ספטמבר 2010)

נספח זה הינו בנוסף ובכפוף להוראות תוכנית השיווק אליה הצטרף הלקוח, לרבות כל נספחיה (להלן: "התוכנית").
נספח זה חסר תוקף ללא חתימת הלקוח על התוכנית.

פרטי הלקוח (למילוי ע"י נציג המכירות):

שם הלקוח	לירון פרמינגר	ת.ז.פ.ח.צ.	032144263
רחוב ובית	הראשונים 17 דירה: 1	ישוב ומיקוד	רמת גן 52502 (להלן: "הלקוח")

ברכישת מכשיר iPhone הנך משויך באופן אוטומטי להטבת iPhone הכוללת הטבת גלישה משולבת WAP ו- GB 1 DATA בגינה תחוייב בתשלום נוסף כאמור בנספח זה.

1. זגשים לשימוש במכשיר iPhone

- 1.1 פתיחה ראשונית - כתנאי ראשוני להפעלת מכשיר ה- iPhone ושימוש בו הנך נדרש לבצע פעולת פתיחה ראשונית למכשיר על ידי חיבורו למחשב (UNBREAK).
- 1.2 שירותי תוכן - קיימים שירותי תוכן אשר אינם מסופקים למכשיר iPhone. ראו שירותי תוכן אשר אופן השימוש בהם ישונה עם המעבר ל- iPhone. מבלי לגרוע מהאמור לעיל, חלק משירותי התוכן ינותקו. לא תהא זכאי להחזר כלשהו בגין אי ניצול מלא ו/או חלקי שלהן. לקוח אשר מנע לשירות סלקום קופי (למעט מסלול סים בלבד) ימשיך להיות מחוייב בגין שירות סלקום קופי, אולם לא ניתן יהיה לבצע גבויים נוספים באמצעות המכשיר. לברור התאמת שירותי התוכן הינך מוזמן להתקשר לספקי התוכן ו/או ל- *123 בשירותי תוכן של סלקום. לתשומת ליבך, רכישת מרבית שירותי התוכן השונים תתאפשר ללקוחות בעלי מכשיר iPhone רק על ידי ה- ITUNES ובהתאם לתנאי השימוש והשירותי- ITUNES.
- 1.3 הטבת 10 קטעי וידאו לרוכשי iPhone - במסגרת רכישת מכשיר ה- iPhone תנתן ללקוח למשך חודשיים חבילה המאפשרת צפייה באמצעות מכשיר ה- iPhone בעד 10 קבצי וידאו באתר סלקום בהתאם לתנאי השירות. הטבה זו ניתנת ללא עלות (למעט עלות גלישה). בתום החודשיים תסתיים ההטבה ותופסק החבילה. במידה והלקוח בחר להצטרף להטבת חבילת וידאו לצפייה בהתאם למפורט בטבלה שלהלן, לא יהיה זכאי הלקוח לכל זיכוי בגין אי ניצול הטבת 10 קטעי וידאו לרוכשי iPhone.
- 1.4 הטבת חבילת מוסיקה - במסגרת רכישת מכשיר ה- iPhone תנתן ללקוח הזכאות להצטרף לחבילה המאפשרת הורדה של עד 10 קבצי מוסיקה באמצעות המחשב האישי באתר סלקום ללא תשלום נוסף. החבילה תינתן למשך חודשיים מיום ההצטרפות להטבה בהתאם לתנאי השירות. בתום החודשיים תסתיים ההטבה ותופסק החבילה. סלקום רשאית לשנות ו/או לבטל את ההטבה ו/או את האפשרות להצטרף להטבה מעת לעת בהודעה מראש.
- 1.5 אחריות מקיפה ושירותי תיקונים - סלקום אינה מספקת שירותי אחריות מקיפה ושירותי תיקונים מכל סוג שהוא (להלן: "שירותי אחריות") למכשיר ה- iPhone. שירותי תיקון יבוצעו בהתאם למדיניות סלקום ומחירונה כפי שיהיו מעת לעת. מבלי לפגוע באמור לעיל, לא תהיה זכאי ליהנות משירותי אחריות ו/או שירותי תיקון מכל סוג שהוא למכשיר ה- iPhone זאת גם אם הינך משויך לתוכנית ו/או שירות המקנה אפשרות להצטרף לשירותי אחריות ו/או מקנה שירותי אחריות מוזלים ו/או ללא תשלום ו/או החזר. אי זכאות זו תחול גם אם בעתיד יושקו שירותי אחריות מכל סוג שהוא למכשיר ה- iPhone. כמו כן, אם הינך משויך לשירותי אחריות במסגרתם תחוייב בתשלום דמי יציאה ו/או החזר שווי הטבה ביציאה מהשירות ו/או מרשת סלקום, הרי שבהצטרפות לתוכנית זו תחוייב בעלות דמי היציאה ו/או החזר שווי הטבה כאמור לעיל.
- 1.6 רשיון שימוש - מכשיר ה- iPhone יכול לטעון שונות כדוגמת, תוכנת Apple ל- iPhone, GOOGLE MAPS ו- YOUTUBE תנאי לרכישת המכשיר ושימוש בתוכנות אלו הינו הסכמתך לתנאי רשיון השימוש של התוכנות. בחתימתך על מסמך זה הנך מסכים לתנאי השימוש והרשיון לתוכנות הניתנים עם רכישת המכשיר ו/או אשר מפורסמים באתר האינטנט בקישור <http://images.apple.com/legal/sla/docs/iphone4.pdf>
2. דמי שימוש ברשת הדור השלישי
 - 2.1 סעיף זה על תתי סעיפיו לא יחול על לקוחות שבחרו להצטרף למסלול חבילות iPhone או מסלול iPhone לעסקים (להלן: "התוכנית הייעודית") ויחול עליהם ההוראות בתוכנית הייעודית.
 - 2.2 במסגרת נספח זה תחוייב בתשלום חודשי קבוע של 43 ש"ח כדמי שימוש ברשת הדור השלישי. דמי השימוש ישולמו בנוסף לכל תשלום קבוע אחר שהינך משלם, ובכלל כך, בנוסף לכל תשלום קבוע ו/או דמי מנוי שהינך משלם במסגרת תוכנית השיווק אליה הינך משויך.
 - 2.3 דמי שימוש ברשת הדור השלישי ישולמו כל עוד הינך לקוח סלקום הרשום כמחזיק במכשיר ו/או כמחזיק בכרטיס USIM ו/או כל עוד הינך עושה שימוש במכשיר ו/או בכרטיס ו/או לתקופת מינימום של 36 מחזורי חיוב מלאים החל ממועד רכישת המכשיר לפי המאוחר מביניהם וזאת ללא תלות בשימוש בפועל ברשת ו/או בשירותי הדור השלישי. בתקופה זו לא תוכל להחסם לגלישה. אין באמור לעיל כדי לגרוע מזכותך להפסיק להיות לקוח סלקום בכפוף לתשלום בהתאם להתקשרויות בינך לבין סלקום.
 - 2.4 הטבת לבחירה - במסגרת הצטרפותך לנספח זה הנך זכאי לבחור אחת מבין חבילות גלישה הבאות והכל, כפי שמפורט בטבלה שלהלן. במקרה בו לא נבחרה הטבה על ידך, תשווך באופן אוטומטי להטבת iPhone הכוללת הטבת גלישה משולבת WAP ו- GB 1 DATA. הטבת iPhone תינתן בתשלום חודשי קבוע של 25.80 ש"ח וזאת בנוסף לתשלום חודשי קבוע בגין דמי שימוש ברשת הדור השלישי. תשומת ליבך, כי הנך רשאי בהחזעה לסיים את השתייכותך להטבת האנדרואיד ולבחור במקומה בהטבת גלישה בסיסית במסגרת תשלום דמי השימוש.



ההטבות להן זכאי הלקוח	תשלום נוסף (בנוסף לתשלום דמי שימוש ברשת הדור השלישי ולכל תשלום קבוע אחר)*	
זכאות להטבות נוספות בזיכוי מלא (בכפוף לביצוע רישום פרטני לכל אחת מההטבות)**		
<ul style="list-style-type: none"> הטבת סלקום קופי. הטבת המתנה נעימה. 	הטבת גלישה הטבת גלישה בסיסית - הטבת גלישה משולבת WAP ו- MB 300 DATA	ללא תשלום נוסף
<ul style="list-style-type: none"> הטבת סלקום קופי. הטבת המתנה נעימה. 	הטבת iPhone - הטבת גלישה משולבת WAP ו- MB 700 DATA בתוספת הטבת גלישה בסיסית.	25.8 ש"ח
<ul style="list-style-type: none"> הטבת סלקום קופי. הטבת המתנה נעימה. הטבת אחת נוספת לבחירה: 1. הטבת חבילת וידאו לצפייה ללא הגבלה. או 2. הטבת סלקום נויגטור. או 3. הטבת גלישה משולבת WAP ו- MB 300 DATA (בנוסף להטבת גלישה משולבת WAP ו- GB 1 DATA). 	הטבת גלישה משולבת WAP ו- DATA - MB 700 בתוספת הטבת גלישה בסיסית.	34.4 ש"ח
<ul style="list-style-type: none"> הטבת סלקום קופי. הטבת המתנה נעימה. הטבת חבילת וידאו לצפייה ללא הגבלה. הטבת סלקום נויגטור. 	הטבת גלישה משולבת WAP ו- DATA - 1GB בתוספת הטבת גלישה בסיסית.	43.10 ש"ח
<ul style="list-style-type: none"> הטבת סלקום קופי. הטבת המתנה נעימה. 	הטבת גלישה DATA ללא הגבלת נפח בתוספת הטבת גלישה בסיסית.	68.9 ש"ח
<ul style="list-style-type: none"> הטבת סלקום קופי. הטבת המתנה נעימה. הטבת חבילת וידאו לצפייה ללא הגבלה. הטבת סלקום נויגטור. 	הטבת גלישה DATA ללא הגבלת נפח בתוספת הטבת גלישה בסיסית.	86.2 ש"ח

* התשלומים ישולמו בנוסף לתשלום דמי השימוש ברשת הדור השלישי ולכל תשלום קבוע ו/או דמי מניי שהינך משלם במסגרת תוכנית השיווק אליה הינך משוייך.

** השירותים במסגרת ההטבות ינתנו ללא תשלום או כנגד זיכוי מלא.

3. חבילות גלישה - כללי

3.1. במקרה בו ללקוח אין חבילת גלישה ו/או אין חבילת גלישה התואמת את סוג הגלישה שביצע ו/או בוצע שימוש מעבר להטבה ו/או חבילת הגלישה אליה משוייך הלקוח (להלן: "גלישה חריגה"), יחוייב הלקוח בתעריפי גלישה בהתאם למפורט להלן:

תעריף חריגה	נפח גלישה חריגה במחזור חיוב
0.0126 ש"ח עבור כל 1KB גלישה.	עד 36 MB (כולל)
0.0001 ש"ח עבור כל 1KB גלישה (יחול עבור כל גלישה מעבר ל- 36 MB ולא על נפח הגלישה שבוצע קודם לכן)	מעל לנפח כולל של 36 MB

3.2. חבילות הגלישה הינן לשימוש בקו הראשי ובישראל בלבד. שימוש בחבילות גלישה בקו המשני ו/או בחו"ל יתומחר בנפרד בהתאם לתעריפים כפי שיהיו בסלקום מעת לעת.

3.3. חבילת גלישה WAP וחבילת גלישה ללא הגבלה WAP במסגרת הטבת הגלישה אינן כוללת שימוש בגלישת DATA.

3.4. חבילת גלישה DATA וחבילת גלישה ללא הגבלה DATA במסגרת הטבת הגלישה אינן כוללת שימוש בגלישת WAP.

3.5. חבילת הגלישה ו/או הטבת הגלישה אינה כוללת תשלומים למפעילים אחרים ו/או תשלומים מיוחדים, לרבות ולשם הדוגמא בלבד, חיובים בגין שירותים שונים ו/או השתתפות בתחרויות, משחקים ופעילות אינטראקטיבית בגינם תחוייב בנוסף או בנפרד.

3.6. קצב העברת הנתונים אינו מובטח, אינו קבוע והוא מותנה בגורמים שונים, לרבות סוג המכשיר/מודם, זמינות וכיסוי הרשת הסלולרית והעומסים על הרשת הסלולרית.

3.7. סלקום שומרת לעצמה את הזכות להאט באופן יזום את קצב העברת הנתונים בכל מקרה בו האטה זו נדרשת לצורך ויסות עומסים ו/או לצורך אי פגיעה במשתמשים אחרים.

3.8. מבלי לגרוע מהאמור לעיל תהיה סלקום רשאית להאט את קצב העברת הנתונים לפי שיקול דעתה בכל שירותי P2P בהם עושה שימוש הלקוח ו/או במקרה של שימוש בתוכנות שיתוף קבצים ו/או בתוכנות בהם מועברים קבצים ו/או תכנים בין משתמשים שונים. כמו כן תהא סלקום רשאית להאט את קצב העברת הנתונים במקרה בו לקוח עושה שימוש העולה על פי שלושה מהכמות הממוצעת של לקוח ברשת סלקום ו/או במקרה בו כמות השימוש של הלקוח מפריעה לפעילות הרשת ו/או למשתמשים אחרים ברשת.

3.9. הלקוח מתחייב כי לא יעשה בשירותים הניתנים לו (או בחלק מהם) כל שימוש שאינו חוקי ו/או המהווה הפרת כל דין, ובכלל זה ומבלי לפגוע בכלליות האמור לעיל, ימנע הלקוח מכל שימוש המהווה: הפרה של דיני לשון הרע ודיני הגנת הפרטיות ו/או הפרת זכות צד שלישי כלשהו לרבות זכויות יוצרים, פטנטים, סימני מסחר, זכויות אחרות של קניין רוחני וסודות מסחריים ו/או הפרעה לשימוש תקין ברשת ע"י צדדים שלישיים.

4. ההטבות הנוספות –

- 4.1. על מנת ליהנות מאחת ההטבות הנוספות המפורטות להלן- על הלקוח להצטרף ביוזמתו לשירותים הכלולים בהטבות אלו (למעט שירות סלקום נוויגטור אליו ישוייך באופן אוטומטי). יובהר, כי במידה והלקוח לא יצטרף ביוזמתו לשירותים הכלולים בהטבות אלו, לא יהנה הלקוח מהטבות אלו (למרות שהנו זכאי להן במסגרת החבילה שבחר או ששוייך אליה).
- 4.2. "הטבת סלקום קופי" – הנך רשאי להצטרף לשירות "סלקום קופי מסלול סים בלבד" וליהנות מזיכוי מלא בעבור שירות זה כל עוד הנך משלם את דמי השימוש ברשת הדור השלישי. השירות מאפשר לגבות את אנשי הקשר שעל גבי כרטיס ה-SIM בשרת מאובטח של סלקום. לתשומת לבך מכשירי iPhone אינם תומכים במסלולי גיבוי מורחבים במסגרת שירות סלקום קופי. השירות ניתן בהתאם לתנאי שירות סלקום קופי כפי שיהיו מעת לעת.
- 4.3. "הטבת המתנה נעימה" – הנך רשאי להצטרף לשירות זה במסגרתו, כל מתקשר אליך ישמע צליל "המתנה נעימה" אשר יבחר על ידי סלקום. השירות ניתן בהתאם לתנאי שירות הטבה נעימה כפי שיהיו מעת לעת.
- 4.4. "הטבת חבילת וידאו לצפייה ללא הגבלה" – הנך רשאי להצטרף לשירות זה במסגרתו, תוכל לצפות בקטעי וידאו הכלולים ב"חבילת וידאו לצפייה ללא הגבלה" ומצויים בפורטל סלקום בלבד ברשת הדור השלישי ללא עלות נוספת מעבר לעלות הגלישה. השירות ניתן בהתאם לתנאי שירות חבילת וידאו לצפייה כפי שיהיו מעת לעת.
- 4.5. "הטבת סלקום נויגטור" - בהצטרפות לחבילה המקנה שירות זה בהתאם למפורט בטבלה לעיל, הנך מצטרף באופן אוטומטי לשירות סלקום נויגטור. השירות ניתן בהתאם לתנאים כללים למתן שירות נויגטור ולהסכם הרשיון.

5. ההטבות כללי

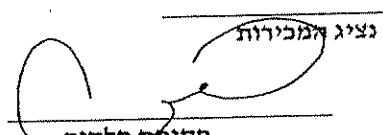
- 5.1. במקרה בו תופסק השתייכותך לאחת מהטבות הגלישה מכל סיבה שהיא, באחריותך לבקש להפסיק את השירותים של הטבות הנוספות אליהן הינך משוייך. במקרה בו לא תבקש הפסקת השירותים במסגרת ההטבות הנוספות, תמשיך סלקום לספק לך את השירות שניתן לך במסגרת ההטבה הנוספת באופן אוטומטי, בתשלום מלא בהתאם לתנאי ותעריפי כל שירות ושירות, כפי שיהיו נהוגים בסלקום מעת לעת.
- 5.2. במידה ומחזור החיוב הראשון שלך אינו מלא, תשלם חלק יחסי מדמי השימוש ברשת הדור השלישי ו/או מהתשלום הנוסף על פי מספר הימים בהם היית מחובר עד למחזור החיוב המלא הראשון. כמו כן, תהנה מההטבות אליהן הצטרפת או שויכת, באופן יחסי על פי מספר הימים בהם היית מחובר עד למחזור החיוב המלא הראשון.
- 5.3. אינך זכאי לדחות את הזכות לצרוך את ההטבה ו/או החבילה אליה הנך משוייך ממחזור חיוב אחד לאחר ו/או לקו סלקום אחר, גם אם הינו בבעלותך. לא תהיה זכאי לכל זיכוי שהוא (כספי או אחר) בגין יתרת הטבה ו/או חבילה שלא תצרוך בפועל, מכל סיבה שהיא, לרבות במקרה בו לא תעשה שימוש כלשהו ברשת הדור השלישי.
- 5.4. סלקום רשאית לשנות או לבטל את ההטבות הנוספות לפי שיקול דעתה ובהודעה מראש.
- 5.5. לא ניתן ליהנות ממספר הטבות ו/או חבילות גלישה במקביל, אלא אם נרשם אחרת.
- 5.6. זכותך לבחור את ההטבה ו/או ההטבה הנוספת הינה במועד הצטרפותך לנספח זה בלבד. סלקום אינה מחוייבת להמשיך להציע את שאר ההטבות ו/או לאפשר לך לעבור אליהן לאחר ביצוע בחירתך עם ההצטרפות לנספח זה.

6. תעריפים

- הסכומים בנספח זה אינם כוללים מע"מ. אם ישתנה שיעור המע"מ, יתווסף או ייגרע שיעור המע"מ מהסכומים בהתאם, והכל בכפוף להוראות כל דין.
- 7. עדכון תעריפים**
- 7.1. סלקום רשאית לעדכן את התעריפים המפורטים בנספח זה בשיעור שנתי מצטבר שלא יעלה על מדד המחירים לצרכן [לפי מדד בסיס בגין חודש ינואר 2010 שהתפרסם ב-15.2.10 ביחס למדד שלפני המדד הידוע במועד עדכון התעריפים], בתוספת של עד 30% לכל שנה קלנדרית [1 בינואר – 31 דצמבר].
- 7.2. סלקום רשאית להעלות תעריפים בשיעור המירבי השנתי אף אם הצטרפת במהלך השנה. כן תהא סלקום רשאית לפצל את שיעור ההעלאה השנתי המירבי למספר העלאות בשנה קלנדרית, עפ"י שיקול דעתה הבלעדי, ובלבד שמגוון הימים בין העלאה להעלאה לא יפחת מ-30 ימים (להלן: "מועדי העלאות התעריפים"). העדכון ייעשה על פי שיקול דעתה של סלקום ותנאי רשיונה, בהודעה אליך.
- 7.3. במידה וסלקום לא העלתה תעריפים ו/או לא העלתה את התעריפים בגובה מלוא שיעורם במועד/י העלאות התעריפים, תהיה סלקום רשאית להעלות תעריפים, במועד העלאות התעריפים הבא לאחריו ו/או בכל מועד העלאות תעריפים אחר לאחר מכן, לפי הענין, בשיעור מצטבר.

8. כללי

- 8.1. תוכנית זו מותנית בהיותך תאגיד ו/או בעל תעודת עוסק מורשה. עם הצטרפותך לתוכנית ניתן אישורך כי הנך תאגיד ו/או כי הנך בעל תעודת עוסק מורשה, כי קווי הסלקום המשויכים לתוכנית זו יהיו בשימושך העסקי ו/או בשימוש עסקי של עובדיך בלבד וכי סלקום איפשרה לך להצטרף לתוכנית זו על בסיס הצהרות אלו. אם יחול שינוי בכך, תהא סלקום רשאית להפסיק את התוכנית (לרבות חיוב בהחזר שווי הטבה ובדמי מעבר) ולהעביר את הקווים לתוכנית אחרת.
- 8.2. בכל מקום שנאמר בתוכנית ו/או בהסכם הרשיון כרטיס SIM - הכוונה היא לכרטיס ה-USIM בהתאמה לאמור בנספח זה.
- 8.3. הוראות נספח זה הן בנוסף לכל האמור בתוכנית ו/או בהסכם הרשיון, ו/או בכל הסכם אחר, בינך לבין סלקום, וכל תנאי התוכנית יוסיפו לחול עליך ולחייבך, והכל למעט אם נאמר אחרת במפורש בנספח זה.

הנני מאשר את הסכמתי לתנאי התוכנית	
סתיו	
שם וחותמת נציג המכירות	06/12/2010
	תאריך
חותמת הלקוח	
(חותמת רק במקרה של תאגיד)	

נספח 7

30 בדצמ 2010 15:34

מנוי מספר
0504445105, חבילת
הגלישה שברשותך
עומדת להסתיים, בסיומה
תחוייב בתוספת תשלום



30 בדצמ 2010 15:34

מנוי מספר 0504445105
החודש ניצלת את חבילת
הגלישה. גלישה נוספת
כרוכה בתוספת תשלום



3 בינו 2011 15:40

לקוח יקר, החשבונית
תישלח לכתובת



נספח 8



מסמך ממוחשב

עמוד 1 מתוך 4

11.01.11
11.12.10 - 10.01.11
254151565
175330321
2

חשבונית מס מקור
תאריך החשבון:
תקופת החשבון:
מספר לקוח:
חשבונית מס':
כמות מנויים:

לכבוד:
פרמינגר לירון
הראשונים 17
דירה: 1
רמת גן
52502
liron.preminger@gmail.com

במיוחד בשבילך

מטרופולין - משחק סטריט סולר

מצטרפים למשחק, קונים ומבקרים בנכסים, מקבלים נקודות ומתקדמים במשחק חינם! להורדה שלחו את המילה מטרול למספר 6200

פשוט מדברים יותר

בדקנו את שימושי זמן האויר שלך למנוי 0504445105 בחודשים האחרונים ונשמח להציע לך תכנית אטרקטיבית במיוחד בשבילך. לפרטים חייג 123*

689.89	■ חיובים קבועים
67.20	■ חיובים משתנים
-117.24	■ זיכויים
-265.88	■ הטבות
373.97	■ סה"כ לפני מע"מ
59.84	■ סה"כ מע"מ 16%
433.81	■ סה"כ כולל מע"מ
173.13	■ תשלומים עבור מכשיר/אביזר/אחר כוללי מע"מ
606.94	סה"כ לתשלום

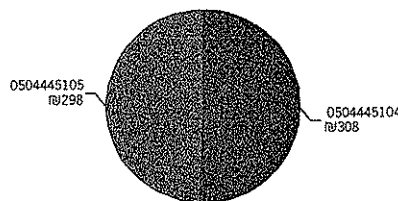
חשבון זה יגבה באמצעות כרטיס אשראי. התקבל תשלום בגין חשבון קודם על סך 640.58 בכרטיס אשראי - יוזה כ.א.

המירוץ
טאבלט
הראשון בישראל
Samsung GALAXY Tab
לרנות מכל סוגי המדיה
כל הזמן ובכל מקום

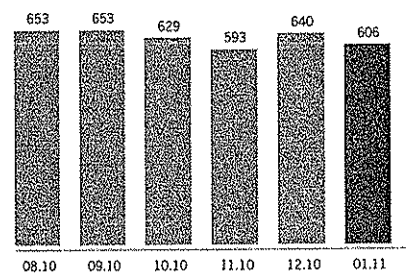
לרכישה ולכרטיס נוספים
business.cellcom.co.il

בכפוף לתנאי השירות עד גמר המלא

התפלגות הוצאות בחודש 1.11



סכום לתשלום בחודשים אוגוסט 10 - ינואר 11



לידיעתך

לקוח יקר, החל מתאריך 10/2/2011 במידה והינך חסום לשירותי תוכן, משלוח הודעות טקסט לשירותים אלו, לבקשת שירות או רישום אליו, יחוייב על פי תנעריף התוכנית החיוב שלך או כחלק מחבילת ההודעות. סך החשבון הכולל ישלח לחשבונוך כפי שמצויין בחשבונית. אנא ודא כי מספר החשבון נכון. במידה והמספר שגוי נא להתקשר למחלקת שירות לקוחות פיננסי ל- 147* או לטל' 052-9990147.

איתך בכל מקום

שרות לקוחות: 123* חינם מהסלקום
1800-052-052 מטלפון נייד בארץ
מידע עדכני על החשבון שלך: 444*
www.cellcom.co.il



כל חודש ממתין לך
משהו קטן וטוב

באתר סלקום
business.cellcom.co.il
משהו קטן וטוב
לעסקים

בכפוף לתנאי המבצע

סלקום ישראל בע"מ. מספר ת.פ. 511930125 | לפניה טלפונית 123* | להסלקום או 052-052-1800 מטלפון נייד בארץ | לפנות הציבור: סלקום, הגביש 10 נתניה, ת.ד. 4060 מיקוד 42140, פקס: 09-8607921 | לפניות להספקת שירותים: פקס: 09-8607917, דואר אלקטרוני: email@cellcom.co.il | מדווח לצרכי מע"מ באיחוד עסקים מספר 557686656, עוסק מורשה באילת מספר 793007154. חשבון לשירותי סלקום מהווה חשבונית מס וקבלה רק לאחר פרעונו המלא של החשבון. פטור מלא מניכוי מס במקור: ס.ל.ח. | חשבון זה יכול שילכל חיוב עבור שירות שבוצעו לפני תקופת החשבון הנקובה, אשר לא יחוייב בגין בעבר | תוקף ההצעות הנו עד גמר המלא. בכפוף לתנאי השירות. לפרטים ניתן לפנות לשירות לקוחות | הסכומים המוצגים בכרטיס אינם הסכומים המדויקים והמלאים. הפניה היא מתוך מאגרים שמספרם 1990053478/או 78259 ע"ש סלקום ישראל בע"מ. למימוש וזאתר שלא לקבל פניות בדואר בדיוור ישרי - אנא פנה לשירות הלקוחות *123



פירוט פעילות המנויים

כולל מע"מ		חובים לפני מע"מ (בש"ח)					חובים חודשיים	עמ'	שם ומספר
סה"כ לתשלום	צמוד	הטבות וזיכויים	גלישה ותוכן	SMS/MMS	זמן אוויר				
308.69	173.13	-188.44	0.00	0.00	0.00	305.30	3	פרמינגר לירון 0504445104	
298.25	0.00	-194.68	2.51	0.32	64.37	384.59	4	פרמינגר לירון 0504445105	
סה"כ לתשלום כולל מע"מ 606.94									

* סכומי התשלומים לעיל מוצגים לנוחותך כאשר הם כוללים חישובי מע"מ לכל מנוי בנפרד. בשל עיגול סכומי המע"מ תיתכן אי התאמה בין סכום החיוב כפי שמופיע בטבלה לבין כל חיובי המנויים בנפרד.



סה"כ ז"א סלקום: 590:14

פירוט למנוי 050-4445104 פרמיגר לירון

הכר מנוי בתוכנית מושלמת לעסקים, המקנה לך תמורת תשלום חודשי קבוע, חבילה של 400 דקות לכל היעדים בארץ, 400 דקות ל-9 יעדי סלקום או מפעילים פנים ארציים נייחים, 400 הודעות sms ללא חיוב כנין מקטע סלקום ושירות תיקונים ואחריות מקיפה ללא עלות נוספת

סה"כ בש"ח לפני מע"מ	כמות לחיוב	כמות שימושים	תעריף יחידה	היובים וזיכויים (לפני מע"מ)
230.00				תשלום חודשי קבוע בתוכנית מושלמת לעסקים
0.00				סלקום קופי גיבוי סים בלבד
25.80				חבילת הטבות חבילה מוגדלת הכוללת גלישה משולבת MB700
43.00				חבילת גלישה בדור השלישי הכוללים הטבות MB300 לגלישה משולבת, המגנה נעימה ושירות סלקום קופי (מסלול סים בלבד)
6.50				סלקום 2-ד מכשירים באזור מספר
305.30				סה"כ חיובים קבועים

0.00				החודש עמדת בתשלום החודשי המינימאלי בסך של 75 ש"ח התחייבות במבצע ללקוחות סוהו
------	--	--	--	--

-57.50				זיכוי תקלת רשת סלקום
--------	--	--	--	----------------------

התוצרים המשולמים				
				זמן אויר (בדקות)
0.00	196:08	196:08	0.0000	מספרים מוזלים בתוכנית מושלמת לעסקים 0-400 דקות
0.00	0:00	252:56	0.4500	זמן אויר סלקום בתוכנית מושלמת לעסקים
0.00	0:00	141:11	0.4950	זמן אויר סלקום בתוכנית מושלמת לעסקים
0.00	196:08	590:15		סה"כ זמן אויר

הודעות SMS/MMS (ביחידות)				
0.00	0	20	0.4350	סלקום SMS הודעות יוצאות
0.00	0	20	0.4700	סלקום SMS הודעות יוצאות
0.00	0	40		סה"כ הודעות SMS/MMS

גלישה - GPRS (כ - Mb)				
0.00	0.000Mb	59.093Mb	10.2400	נכח שימוש בחיבור לאינטרנט 5-0 Mb

תשלומים למפעילים אחרים - התעריף בגין שיחות למפעילים השונים הינו אחיד ואין בגינו תוספת				
0.00	384:35	384:35	0.0000	דקות למפעילים אחרים בתעריף אחיד
0.00	9	9	0.0000	הודעות למפעילים אחרים בתעריף אחיד
0.00				סה"כ תשלומים למפעילים אחרים
0.00				סה"כ חיובים משתנים

-34.50				הטבת זמן אויר סלקום
-25.87				הטבת זמן אויר סלקום
-40.67				הטבת זמן אויר סלקום כגן מכשיר נוקיה 6500 סליידר
-29.90				הטבת זמן אויר קבוע לרכב בגין שימושים מעל 199 ש"ח בגין ציוד
-130.94				סה"כ הטבות
116.86				סה"כ חיובים וזיכויים (לפני מע"מ)

חיובים וזיכויים (כולל מע"מ)				
סה"כ בש"ח כולל מע"מ				
80.85				חיוב בגין מכשיר מדגם SON W910: תשלום 33 מתוך 36 בחשבונית 0915572989
34.53				חיוב בגין מכשיר מדגם MOT M930: שובר תשלום 33 מתוך 36 בחשבונית 0915572673
57.75				חיוב בגין מכשיר מדגם NOK 6500 SLAIDE: תשלום 24 מתוך 36 בחשבונית 0917383270
173.13				סה"כ ציוד (מכשיר/אביזר/אחר)
173.13				סה"כ חיובים וזיכויים (כולל מע"מ)
308.69				סה"כ לתשלום:

מידע נוסף למנוי 0504445104

חבילה GPRS בכמות של 59.09282 Mb הודעות בכמות של 40 הודעות דקות ליעדים בארץ בכמות של 394.12 דקות



סה"כ ז"א סלקום: 612:51

פירוט למנוי 050-4445105 פרמינר לירון

הנך מנוי בתוכנית מושלמת לעסקים. המקנה לך תמורת תשלום חודשי קבוע, חבילה של 400 דקות לכל היעדים בארץ, 400 דקות ל-9 יעדי סלקום או מפעילים פנים ארציים נייחים, 400 הודעות SMS ללא חיוב בגין מקטע סלקום ושירות תיקונים ואחריות מקיפה ללא עלות נוספת

אם תבחר לנתק את הקו שכרשוחך, תחויב בהחזר שווי הטבה כולל בגין הנחות שנתנו של 85.67 ש"ח ללא מע"מ.

חיובים וזיכויים (לפני מע"מ)

סה"כ בש"ח לפני מע"מ	כמות לחיוב	כמות שימושים	תעריף יחידה	
תשלום חודשי קבוע בתוכנית מושלמת לעסקים				
230.00				תשלום חודשי קבוע בתוכנית מושלמת לעסקים
0.00				סלקום קופי גיבוי סים בלבד
25.80				חבילת הטבות חבילה מוגדלת הכוללת גלישה משולבת MB700
43.00				חבילת גלישה בדור השלישי הכוללים הטבות MB300 לגלישה משולבת, המתנה נעימה ושירות סלקום קופי (מסלול סים בלבד)
0.79				חיוב יחסי עבור שירות המתנה נעימה מ- 11.12.2010 עד 14.12.2010
299.59				סה"כ חיובים קבועים
החודש עמדת בתשלום החודשי המינימאלי בסך של 95 ש"ח התחייבות לתשלום חודשי מינימלי במסגרת רכישת/ שדרוג מכשיר				
0.00				
זיכו תקלת רשת סלקום				
-59.74				
זמן אויר (בדקות)				
0.00	82:12	82:12	0.0000	מספרים מוזלים בתוכנית מושלמת לעסקים 0-400 דקות
0.00	0:00	362:57	0.4500	זמן אויר סלקום בתוכנית מושלמת לעסקים
64.37	130:02	167:42	0.4950	זמן אויר סלקום בתוכנית מושלמת לעסקים
64.37	212:14	612:51		סה"כ זמן אויר
הודעות SMS/MMS (ביחידות)				
0.00	1	1	0.0000	הודעות מולטימדיה - אינטרנט
0.32	1	1	0.3186	הודעות מולטימדיה
0.00	0	41	0.4700	סלקום SMS הודעות יוצאות
0.00	0	110	0.4350	סלקום SMS הודעות יוצאות
0.32	2	153		סה"כ הודעות SMS/MMS
גלישה - GPRS (כ - Mb)				
0.00	0.000Mb	777.706Mb	10.2400	נפח שימוש בחיבור לאינטרנט 5-0 Mb
ספקי תוכן ותקשורת אחרים				
0.38	1	1	0.3800	השלמת חיוב SMS מהארץ לחו"ל
2.13	1	1	2.1303	קבלת שירות מ- 144/1344
2.51				סה"כ ספקי תוכן
תשלומים למפעילים אחרים - התעריף בגין שיחות למפעילים השונים הינו אחיד ואין בגינו תוספת				
0.00	405:11	405:11	0.0000	דקות למפעילים אחרים בתעריף אחיד
0.00	80	80	0.0000	הודעות למפעילים אחרים בתעריף אחיד
0.00				סה"כ תשלומים למפעילים אחרים
67.20				סה"כ חיובים משתנים
המתנה נעימה				
-0.79				המתנה נעימה
-4.33				הטבת זמן אוויר סלקום בגין ציוד
-85.67				הנחת ציוד בגין מכשיר IPHONE 4 16G
-44.15				הטבת זמן אוויר סלקום
-134.94				סה"כ הטבות
חיוב בגין מכשיר מדגם: IPHONE 4 16G תשלום 1 מתוך 36 בחשבון 9900917100				
85.00				
257.11				סה"כ חיובים וזיכויים (לפני מע"מ)
298.25				סה"כ לתשלום:

מידע נוסף למנוי 0504445105

חבילת GPRS בכמות של 716.8 Mb
 חבילת GPRS בכמות של 60.90606 Mb
 הודעות בכמות של 151 הודעות
 דקות ליעדים בארץ בכמות של 400 דקות

נספח 9

072 (52) 998 0000

התוכנית המיוחדת לשידור
במוכרת 072

08:10 2010 בונב 2

מזוי 3500

מנוי מספר 0526304295
החודש ניצלת את הבילוי
שברשותך עומדת להסתיים.
בסיימה תחויב בתוספת תשלום

08:24 2010 בונב 19

מנוי מספר 0526304295
החודש ניצלת את הבילוי
הגלישה גלישה נוספת כחובה
בתוספת תשלום

18:46 2010 בונב 21

לקוח יקר, התמוכנות הישנה
למנוי
www.walla.co.il