

א ט/11/09 (בשא ט/טסטט)
פלד נ. ק.ל.מ.נתיבי
(בתיק פלד נ. ק.ל.מ.נתיבי)
ת.פתיחה: 11/05/09 סדר דין: רגיל

**בית המשפט המחוזי
תל-אביב-יפו**

בעניין:

גיל פלד (ת.ז. 68253160)
מרחי מורדי הגטאות 14
נבעתים 53235
באמצעות עו"ד סהר פלד
אשר כתובתו להמצאת כתבי בי דין הינה:
רח' יוסף צבי 70
רמת גן 52312
טל: 072-2363385; פקסי: 057-9436237
דוא"ל: sapeled@gmail.com

המבקש
(התובע)

- כגד -

ק.ל.מ. נתיבי אויר מלכותיים הולנדיים
(KLM Royal Dutch Airlines)
(Koninklijke Luchtvaart Maatschappij N.V.)
חברת זרה מס' 560003857
מנדל משה אביב
רח' זיבוטינסקי 7, רמת גן 52520

המשיבה
(הנתבעת)

בקשה לאישור התובענה כתובענה ייצוגית

(בהתאם לסעיף 5 לחוק תובענות ייצוגיות, התשס"ו-2006)

בית המשפט הנכבד מתבקש בזאת, להורות, על פי סמכותו הקבועה בסעיף 5 לחוק תובענות ייצוגיות, התשס"ו – 2006 (להלן: "החוק") ועל פי סמכותו הכללית, בדבר אישורה של התובענה שבת.א. 15.11.09 כתובענה ייצוגית בשם כלל קבוצת הנמענים להודעות הפרסומת ששלחה המשיבה ק.ל.מ. נתיבי אויר מלכותיים הולנדיים (להלן: "KLM") כמפורט להלן.

א. מבוא

עניינה של התובענה, אשר אישורה כתובענה ייצוגית מתבקש עתה, הוא בהפרתו הבוטה של תיקון מסי 40 לחוק התקשורת (בזק ושידורים) התשמ"ב – 1982 (להלן: "חוק התקשורת") האוסר על הפצת הודעות פרסומת באמצעות דואר אלקטרוני, הודעת מסר קצר או חייגן, במקרים בהם הנמען לא נתן הסכמתו לכך.

על אף היכנסו לתוקף של תיקון 40 לחוק התקשורת ממשיכים גופים שונים וביניהם KLM, היא המשיבה, לשלוח הודעות פרסומת לנמענים רבים.

למרות ההפרה הברורה של חוק התקשורת, רבים מהנמענים אליהם נשלחות הודעות פרסומת אינם נוקטים בצעדים משפטיים כלפי אותן חברות, ככל הנראה בשל סכום הפיצוי הנמוך הקבוע בחוק התקשורת.

המחוקק לא התעלם מסוגיה זו ואפשר פתרונה באמצעות הקביעה כי הפרת חוק התקשורת תהווה עילת שבגינה ניתן יהיה להגיש תובענה ולבקש מבית המשפט את אישורה כתובענה ייצוגית.

בבקשה זו עותר המבקש להתייר את אישורה של התובענה כתובענה ייצוגית לצורך מיצוי זכויותיהם של כלל חברי הקבוצה ומתן פיצוי הולם עבורם.

העתק כתב התביעה מצורף כנספת א' לתצהיר התמיכה בבקשה זו ומהווה חלק בלתי נפרד הימנה.

ב. רקע עובדתי

1.1. הצדדים

1. המבקש, מר גיל פלד, הינו אזרח ותושב ישראלי ואיש עסקים.
2. המשיבה, ק.ל.מ. נתיבי אויר מלכותיים הולנדיים (KLM Royal Dutch Airlines); להלן: "KLM", הינה חברת תעופה הולנדית, הרשומה כתברת חוץ אצל רשם החברות בישראל. בין יתר שירותיה מפעילה KLM קווי תעופה רבים, לינדים רבים בעולם.

2.2. העובדות הרלוונטיות לתובענה

3. ביום 7 במאי 2009, בשעה 16:37 התקבלה בתיבת הדואר האלקטרוני של המבקש (gp1950@gmail.com) הודעה מחברת KLM, היא המשיבה.
- העתק ההודעה שהעבירה המשיבה מצורף כנספת ב' לתצהיר התמיכה בבקשה זו ומהווה חלק בלתי נפרד הימנו.
4. ההודעה שכוותרתה "Rock Bottom Prices" כללה פרטי טיסות לינדים שונים בעולם בחברת התעופה שמפעילה המשיבה וכך גם נכללו קישורים לשירותים נוספים המוצעים על ידה. ככל הנראה, נשלחה הודעה לתיבות דואר נוספות זולת זו של המבקש.
5. יצוין כי המבקש לא התבקש לתת את הסכמתו, לא קודם למשלוח ההודעה ולא לאחר מכן, לקבלת דברי פרסומת מהמשיבה וממילא לא נעטר לפנייה מעין זו.

ג. עילת התובענה - הפרת תיקון מס' 40 לחוק התקשורת

6. תיקון 40 לחוק התקשורת מגדיר "דבר פרסומת" כימסר המופץ באופן מסחרי, שמטרתו לעודד רכישה מוצר או שירות או לעודד הוצאת כספים בדרך אחרת" (מקום שלא צוין אחרת, ההדגשה הוספה- הח"מ).

7. עוד קובע תיקון 40 כי ילא ישגר מפרסם דבר פרסומת באמצעות פקסימיליה, מערכת חיוג אוטומטי, הודעה אלקטרונית או הודעת מסר קצר, בלא קבלת הסכמה מפורשת מראש של הנמען, בכתב...".

במסגרת הודעת הפרסומת שנשלחה למבקש הוצע לו לרכוש כרטיסי טיסה ולהיעזר בשירותים נוספים שמציעה המשיבה.

אין חולק ולא יכול לקום חולק כי ההודעה שנשלחה למבקש הינה דבר פרסומת כהגדרתו בתיקון 40 לחוק התקשורת.

ד. התובענה ראויה להתברר כתובענה ייצוגית

8. סעי' 1 לחוק תובענות ייצוגיות מגדיר את מטרותיו וקובע, בין היתר, כי יאפשר את מימוש הגישה לבית המשפט, אכיפת הדין ומתן סעד הולם לקבוצות נפגעים¹.

9. באמצע את האמצעי של הגשת תובענות ייצוגיות ובמיוחד עם חקיקת חוק תובענות ייצוגיות העביר המחוקק חלק מהמשימה המרובה והחשובה של אכיפת החוק וההרתעה מפניו לקדי הצטבור עצמו ואפשר לו, לצבור, מנגנון יעיל בו ניתן יהיה לעשות כן ביתר קלות².

10. תיקון 40 לחוק התקשורת הוסיף תיקון עקיף לחוק תובענות ייצוגיות. תיקון זה החיל מפורשות את הפרת האיסור למשלוח הודעות פרסומת כעילה להגשת תובענה ייצוגית.

11. התנאים הקבועים לאישור תובענה ייצוגית כפי שהם קבועים בסעי' 8 לחוק תובענות ייצוגיות מתקיימים במלואם במקרה דנא. תנאים אלו יסקרו להלן.

1.ד. התובענה מעוררת שאלות משותפות של משפט ועובדה המשותפות לכלל חברי הקבוצה ותובענה ייצוגית הינה הדרך היעילה וההוגנת להכרעה

12. השאלה המשפטית והעובדתית היחידה המתעוררת בפרשה זו היא שאלת הפרתו של תיקון 40 לחוק התקשורת והאיסור שנקבע בו בנוגע למשלוח דברי פרסומת, על ידי המשיבה. שאלה זו, מעצם טבעה, משותפת לכלל הנמענים אליהם נשלחה הודעת הפרסומת.

13. בירור השאלה המשותפת הינו בירור פשוט ואופן קיומו זהה ביחס לכל חבר וחבר בקבוצת התובעים.

¹ ימטרותו של חוק זה לקבוע כללים אחידים לענין הגשה וניהול של תובענות ייצוגיות, לשם שיפור ההגנה על זכויות, ובכך לקדם בפרט את אלה: (1) מימוש זכות הגישה לבית המשפט, לרבות לסוגי אוכלוסיה המתקשים לפנות לבית המשפט כיחידים... (3) מתן סעד הולם לנפגעים מהפרת הדין... " (מקום שלא צוין אחרת, ההדגשות הוספו - הח"מ).

² ר' בסעי' 1(2) לחוק התובענות הייצוגיות: " מטרתו של חוק... אכיפת הדין והרתעה מפני הפרתו... "

14. אישור התובענה כתובענה ייצוגית הינה הדרך היחידה בה תראה קבוצת התובעים כולה את יומה בבית המשפט.

ד.2. גודל הקבוצה מצדיק אישורה כתובענה ייצוגית

15. גודל קבוצת התובעים מוערך בכמאתיים אלף (200,000) אנשים.

16. קבוצה בסדר גודל זה מצדיקה את אישורה של התובענה כייצוגית הן לאור גודלה והן משום שמלבד אישורה של התובענה כייצוגית לא ניתן יהיה להתחקות אחר כל אחד ואחד מחברי הקבוצה לצורך הגשת תובענה אישית.

ד.3. סכום הפיצוי לו זכאי כל אחד מחברי קבוצת התובעים

17. סכום הפיצוי לו זכאי כל חבר בקבוצה הינו קטן, 1000 ש"ח בגין כל הודעה שנשלחה אליו מהמשיבות. משכך, סביר כי רוב רובם של חברי הקבוצה יימנעו מהגשת תובענה אישית לקבלת הפיצוי המגיע להם.

גם עובדה זו מצדיקה את אישורה של התובענה כתובענה ייצוגית.

ד.4. עניינם של חברי הקבוצה יוצג וינהל בדרך הולמת ובתום לב

18. עורך דין סהר פלד הינו בעל ניסיון בתחום המשפט המסחרי בכלל ובתחום התובענות הייצוגיות בפרט.

19. עו"ד פלד הינו בעל ניסיון כעורך דין בתחום הליטיגציה המסחרית. את ניסיונו והכשרתו קיבל במשרדי עורכי דין מובילים: דן כהן, שפיגלמן, ברק, זמיר ושות' ובמשרד גילת, ברקת ושות'.

20. במהלך עבודתו עסק עו"ד פלד בתובענות ייצוגיות וביניהן ייצוג בזק- החברה הישראלית לתקשורת בע"מ בפרשת קרטל המרכזיות וייצוג הבנק הבינלאומי הראשון לישראל בע"מ בתובענות ייצוגיות שונות שהוגשו נגדו.

21. לאחרונה הגיש עו"ד פלד תובענה ייצוגית בת.א. 1437/09, גם היא, בין היתר, לאור העילה הקבועה בתיקון 40 לחוק התקשורת.

22. למעלה מן הצורך ועל אף שהדבר אינו רלוונטי כלל לדיון בתובענה, יצוין, למען גילוי נאות, כי עו"ד פלד הוא בנו של המבקש.

ה. סיכום

23. תובענה זו הינה פשוטה וברורה. חוק התקשורת אוסר על משלוח הודעות פרסומת באמצעים שונים ללא הסכמת הנמענים וכי ניתן יהיה להגיש תובענה ייצוגית בעילה זו.

בענייננו, המשיבה התעלמה באופן גס מהאיסור שקבע המחוקק ושלחה הודעות פרסומת לנמענים שלא ביקשו ולא הסכימו לקבלן. על כך אין חולק ולא יכול לקום חולק.

24. יישום חוק התקשורת מובא כעת לפתחו של בית המשפט הנכבד, בשם כל קבוצת התובעים.

25. בקשה זו נתמכת בתצהיר המבקש, מר גיל פלד.

אשר על כן, מתבקש בית המשפט הנכבד להורות כאמור ברישא לבקשה.



סהר פלד, עו"ד
ב"כ המבקש

היום, תל אביב, 11 במאי 2009