

7780-12-16

תקנות תובענות ייצוגיות, תש"ע-2010  
טופס 3  
(תקנה 19)



הודעה למנהל בתי המשפט:

לכבוד

מנהל בתי המשפט

הגרון: הודעה לפי חוק תובענות ייצוגיות

מספר תיק: □□□□

בבית משפט: מחוזי לוד

שמות הצדדים: 1. פלוני באמצעות ב"כ עו"ד אדם לוי

2. פלונית באמצעות ב"כ עו"ד אדם לוי

3. □□□□ באמצעות ב"כ □□□□

נגד

1. Facebook Ireland 462932

באמצעות ב"כ □□□□

פרטי המודיע:

שם: אדם לוי

כתובת: □□□□

תפקיד בהליך: □ תובע □ נתבע □ ב"כ תובע □ ב"כ נתבע □ חבר קבוצה □ אחר □  
זאת הודעה על:

הגשת בקשה לאישור לפי סעיף 6(א) לחוק; הגדרת הקבוצה לפי הבקשה: כל קטין והוריו, שהמשיבה עשתה שימוש מסחרי כלשהו בפרטיו האישיים של הקטין בשבע השנים שקדמו למועד הגשת בקשה זו ועד למועד אישורה כייצוגית; מועד הגשת הבקשה: 7.12.16; שאלות של עובדה או משפט המשותפות לקבוצה לפי הבקשה: הפרת חובות פרטיות; תמצית הבקשה לאישור התובענה: הפרת חובות פרטיות; הסעד המבוקש: פיצוי כספי וסעד הצהרתי; הסכום או השווי המשוערים של תביעותם של כל הנמנים עם הקבוצה: לא ניתן להערכה בשלב זה [סה"כ 20 מיליון];

החלטת בית משפט להתיר צירוף של אדם לקבוצה לפי סעיף 10(ב) לחוק;

החלטת בית משפט בדבר אישור תובענה ייצוגית או בדבר דחייה של בקשה לאישור לפי סעיף 14: הגדרת הקבוצה לפי סעיף 14(א): □□□□; עילות התובענה והשאלות של עובדה או משפט המשותפות לקבוצה לפי סעיף 14(א): (3) □□□□; הסעדים הנתבעים: □□□□ [סה"כ 20 מיליון];

החלטת בית המשפט ולפיה ניתן להגיש בקשה למינוי תובע מייצג או בא כוח מייצג במקום תובע מייצג או בא כוח מייצג לפי סעיף 16(ד) לחוק;

לא הוגשה לבית המשפט, בתוך התקופה שקבע, בקשה למינוי תובע מייצג או בא כוח מייצג במקום כל התובעים המייצגים או כל באי הכוח המייצגים בתובענה ייצוגית אשר בית המשפט אישר את הסתלקותם או מצא שנבצר מהם להמשיך בתפקידם לפי סעיף 16(ד) לחוק;

הגשת בקשה לאישור הסדר פשרה לפי סעיף 18(ג) לחוק;

החלטת בית משפט בכל הנוגע להסדר פשרה לפי סעיף 19 לחוק;

<sup>1</sup> פורסם ק"ת תש"ע מס' 6915 מיום 29.7.2010 עמ' 1442.



□□□□□ □ אחר: □

להודעה זו מצורפים המסמכים האלה:

- 1. בקשה בכתב לאישור תובענה ייצוגית
- 2. כתב תביעה
- 3. תצהירים ונספחים
- 4. □□□□□
- 5. □□□□□

  
 חתימה

□□□□□

אדם לוי, עו"ד  
 מ.ר. 63781  
 המשרד ליון משרד עורכי דין



בבית המשפט המחוזי  
מתוו מרכז  
בעניין:

ת.צ. 16-12 -

1. התובע

2. התובעת (קטינה) באמצעות התובע (אביה)

ע"י ב"כ עו"ד יונתן רפפורט ו/או אדם לוי  
ממשרד רפפורט לוי - עורכי דין  
מרח' דניאל פריש 8, תל אביב  
טל: 0507-499916; פקס: 03-5716290

וכן על ידי עו"ד רועי ביטון  
שכתובתו לצורך הליך זה תהא אצל משרד רפפורט לוי  
רח' דניאל פריש 8, תל אביב

התובעים

-נגד-

1. Facebook Ireland Ltd

חברה הרשומה באירלנד שמספרה 462932  
Hanover, 5-7 Hanover Quay Dublin 2  
אירלנד.

הנתבעת

מהות התביעה: ייצוגית, כספית, הצהרתית.

סכום תביעתה האישית של התובע: 2,000 ₪.

סכום תביעתו האישית של התובעת: 2,000 ₪.

סכום התביעה הייצוגית המוערך: לא ניתן להערכה בשלב זה.

**כתב תביעה**

1. התובעים מתכבדים להגיש בזאת את כתב תביעתם כנגד הנתבעת.
2. תובענה זו מוגשת לצד בקשה לאשרה כתובענה ייצוגית ("התביעה"), והיא תתברר ככל ותאושר התביעה ולפי חברי הקבוצה שהוגדרו בה ו/או נקבעו על ידי בית המשפט הנכבד. טענות התובעים כאן נטענות בשמה של הקבוצה כולה.
3. למען נוחות בית המשפט הנכבד, לא מצורף כרך נספחים נוסף עבור תביעה זו, ונספחיה, הינם נספחי התביעה ותצהיריה, בהתאמה.
4. התובעים שומרים על זכותם לתקן ו/או להוסיף לתביעה זו, בהתאם לאישורו של בית המשפט הנכבד ועל פי דין, ככל ויידרש תיקון כלשהו.
5. בית המשפט הנכבד יתבקש לקבל את התביעה, להורות על הסעדים המפורטים להלן, ולחייב את הנתבעת בתשלום הוצאות וגמול לתובעים ושכ"ט לבאי כוחם בצירוף מע"מ כדין.

## פתח דבר ועיקרו

1. תביעה זו עוסקת בכך שפייסבוק מפרה באופן בוטה את דיני הגנת הפרטיות והפרסום הישראליים, העוסקים במידע ונתונים רגישים לגבי קטינים המשתמשים בשירותיה, וזאת שעה שפייסבוק משתמשת, באופן לא חוקי, בנתונייהם האישיים של משתמשים קטינים אלו, ומאפשרת במחדלה הצגת פרסומות בעלות תוכן לא ראוי למשתמשים אלו.
  2. ובמה דברים אמורים?
  3. פייסבוק הינה רשת חברתית אשר מנוהלת על ידי חברת פייסבוק העולמית, ובה חברים מיליארדי אנשים. באמצעות רשת זו, יוצרים החברים בה קשרים עם חברים, עמיתים ומכרים, עוקבים אחר דמויות מפתח וסלבריטאים, משתתפים בדיונים פוליטיים, מתעזכנים בחדשות לגבי חברות בהן הם מתעניינים, ועוד.
  4. רשת זו אף מהווה קרקע פוריה לפרסום ולשיווק, וזאת, הן לנוכח הגישה הישירה לקהל הצרכנים, הן לנוכח פרק הזמן הלא מבוטל המוקדש בכל יום על ידי משתמשי הרשת לשיטוט בה, והן לאור המידע הרב (נקוט לשון המעטה) אשר חברת פייסבוק אוספת לגבי משתמשיה, ומעמידה לרשות המפרסמים בה.
  5. כך, מידע אשר מוזן על ידי המשתמש לרשת הפייסבוק (בין אם מדובר בגיל, מין, מקום מגורים, העדפות אישיות, וכל מידע אחר) נאגר על ידי פייסבוק והופך לכלי פרסומי המאפשר לזהות ברמת זיוק גבוהה קהל משתמשים ספציפי.
  6. מידע זה הוא לב פעילותה של פייסבוק, והוא שהופך אותה לכלי פרסומי כה יעיל, שכן חלק פרסום "מסורתי" (שלטי חוצות, פרסומות בטלוויזיה, וכיו"ב), חברה המעוניינת להגיע לקהל יעד מדויק יכולה לעשות כן באמצעות הכלים העומדים לרשותה על ידי פייסבוק (בתשלום נאה כמובן).
  7. בשים לב למאזן התמידי הקיים בין הזכות לפרטיות וההשתתפות בספירה הציבורית, לו בקשה זו הייתה עוסקת במשתמשים בגירים של רשת פייסבוק, ייתכן ותקנוניה השונים של פייסבוק היו מכשירים את המסחר במידע המתואר לעיל.
- שהרי, **חוק הגנת הפרטיות**, תשמ"א-1981 קובע, כי בעוד השימוש בשמו ובתמונתו של אדם לצרכי רווח, או המסחר בפרטים הנוגעים לאותו אדם, אינו חוקי בפני עצמו, המסחר מתאפשר ככל ואותו אדם נתן את הסכמתו המודעת לשימוש במידע לגבי.
- בדומה, גם בכל הנוגע לתוכן הפרסום הנשלח למשתמשיה של פייסבוק, נדמה כי אין מגבלה של ממש (למעט מגבלות הקבועות בדין הכללי) לגבי סוג הפרסומות והשיווק שבהם רשאית פייסבוק ו/או הגורמים העסקיים הרוכשים ממנה שירותים להשתמש.
8. דא עקא, תביעה זו איננה עוסקת באותם משתמשים בגירים וכשירים משפטית, אלא דווקא במשתמשיה הקטינים של רשת פייסבוק, אשר למרות הוראות דין ספציפיות בעניינם האוסרות את מסחר בנתונייהם, והמסדירות את אופן הפרסום בעניינם, עדיין מהווים חלק מאותו מסחר במידע ונחשפים לפרסום לא ראוי.
  9. ודוק; כאשר עסקינן בקטינים, המצב המשפטי שתואר לעיל אינו תקף. בניגוד לבגיר, הרשאי לתת את הסכמתו לפגיעה בפרטיותו, קטין אינו רשאי לעשות כן, ועל הסכמה זו להינתן על ידי **מבוגר** המוסמך לעשות כן (בין אם המדובר בחורה, אפוטרופוס, או מבוגר רלוונטי אחר).<sup>1</sup>

<sup>1</sup> למצער, על הקטין לתת הסכמה מודעת, כדרישת החוק, והכל כמפורט להלן.

10. כך, ס' 7א לתקנות הגנת הצרכן (פרסומות דרכי שיווק המכוונים לקטינים), תשנ"א-1991 קובע חד משמעית, כי כאשר גורם מסחרי מבקש לעשות שימוש במידע אישי של קטין, אין הוא רשאי לקבל את ההסכמה לפגיעה זו בפרטיות מהקטין, אלא עליו לקבל את ההסכמה מהורה, אפוטרופוס או מבוגר רלוונטי אחר.
11. בדומה, קובעות התקנות שורת הנחיות לגבי סוג הפרסומות שניתן להציג לקטינים, וחשוב מכך, אותן פרסומות שאסור להציג לקטינים (למשל, פרסומות העוסקות באלכוהול, סיגריות והימורים מסוגים שונים).
12. על זאת, כמובן, יש להוסיף את הוראותיו של חוק הגנת הפרטיות, כאמור לעיל.
13. הטעם לכך הינו ברור. עד גיל בגרות, קטינים ניתנים להשפעות באופן קל משמעותית ממבוגרים, ויכולתם להבין את הויתור על זכויותיהם מוגבל ביותר. די אם נציין, כי גם מבוגר מנוסה ומלומד (ואפילו הח"מ) יתקשו לעתים להבין את משמעויות אותם תקנונים ארוכים על סעיפיהם המתגלגלים, ומשכך, אינטרס הפרטיות זוכה להגנה חזקה משמעותית בכל הקשור לקטינים.
14. למרבה הצער, נדמה כי בעיניה של פייסבוק אותם קטינים בסך הכל מהווים רכיב נוסף בשורת הרווח השנתי, שכן מתברר, כי פייסבוק מרשה לעצמה לעשות שימוש מסחרי בפרטיהם האישיים של קטינים העושים שימוש בשירותיה, וזאת, מבלי שכלל פעלה לקבלת אותה הסכמה מדעת, לא של מבוגר אחראי ולא של הקטין עצמו.
15. כך, כיום פייסבוק מקבלת בזרועות פתוחות כל משתמש הנרשם לשירותיה, ומיד לאחר מכן, ממחרת לסחור במידע הנצבר לגבי משתמש זה, ללא כל פיקוח או קבלת ההסכמה הנדרשת על פי דין ומשכך, אותו שימוש המבוצע במידע הנוגע לקטין, ואשר מכניס לכיסיה של פייסבוק ממון רב, הינו שימוש מנוגד לדין.
16. יובהר, כי בעיה זו אינה מוגבלת לגבולות המדינה, ובמדינות אחרות נשמעו קולות התובעים להגביל את יכולתה של פייסבוק להשתמש בקטינים ובמידע הנוגע להם לצרכי פרסום. זאת ועוד; כאשר תביעות ייצוגיות בנושא הגיעו לבתי המשפט, פייסבוק נדרשה להוציא מכיסה עשרות מיליוני \$ בכדי לפצות את אותם משתמשים לגביהם פייסבוק פעלה שלא כדין.
17. ואם לא די באמור לעיל, הרי שיוכח להלן כי פייסבוק אף מתרשלת וחושפת בכך קטינים לתוכן פוגעני, שפרסומו נאסר על פי דין. כך, פייסבוק איננה מקיימת מנגנון יעיל שמטרתו וידוא גיל המצטרף, וכל ילד או ילדה יכולים לפתוח משתמש ברשת החברתית, תוך הצהרה כי גילם מבוגר מגילם האמיתי.
18. כך למשל, ילד בן 12 עשוי לפתוח חשבון ולהצהיר, כי גילו למעשה 20. מכאן, הדרך קצרה להצגת פרסומות אסורות בפני אותו משתמש, שהרי מה ימנע יצרן אלכוהול מלהציג בפני ילד זה פרסומות למוצרי, בהניחו כי מדובר בבגיר? האם יש מניעה כי יצרן סיגריות לא יבקש לשדלו לרכוש את מוצריו, מבלי שידע מה גילו? והאם חברת הימורים לא תנסה למשוך את תשומת ליבו, בחושבה כי מותר לה לעשות כן?
19. הנה כי כן, רשלנותה של פייסבוק אף מביאה לסיכול הוראות המחוקק, אשר ביקש למנוע מפרסום ברשת האינטרנט המותאם למבוגרים מלהגיע לקטינים העושים בה שימוש.
20. עד כה, פירטנו בתמצית את עניינה של התביעה. בהמשך דברנו ננתח לעומק ולרוחבו את הבסיס המשפטי האוסר על פייסבוק את התנהלותה, ונציג את הדרכים בהם פייסבוק לא רק מפרה את הוראות החוק, אלא מסכלת את המטרה שבבסיסן.
21. כפי שיובהר להלן, הסוגיות נשוא תביעה זו הן סוגיות מהותיות, בעלות חשיבות עליונה, ורלוונטיות לכל חברי הקבוצה, ולכל הוריהם של משתמשים אלו. שעה שהתנהלותה של פייסבוק אחידה כלפי כל חברי הקבוצה, יתבקש בית המשפט לאשר את התביעה, ולהעניק את הסעדים המתבקשים במסגרתה.

## א. הצדדים להליך

22. התובעת הינה נערה בת 12, אשר נרשמה כמשתמשת ברשת פייסבוק במהלך שנת 2011.
23. התובע הינו אביה של התובעת. יצוין, כי מקצועו של התובע הינו קידום תוכן במסגרת רשתות חברתיות. במסגרת עבודתו, נדהם התובע לגלות כי מידע רגיש השייך לקטינים מפורסם לכל דורש על ידי פייסבוק - למטרות רווח כמובן.
24. הנתבעת, חברת Facebook Ireland Ltd (להלן: "פייסבוק"), הינה חברת בת של חברת Facebook Inc., ומספקת את שירותיה של Facebook Inc מחוץ לגבולות ארה"ב וקנדה.

## ב. התשתית הנורמטיבית הנדרשת לבקשה

### ב.1. על הזכות לפרטיות כזכות יסוד

25. זכותו של כל אדם ליהנות מפרטיות מהווה את ליבת מושג החירות, האוטונומיה של הפרט וההכרה באינדיבידואליות שלו, והינה מאבני היסוד של כל חברה דמוקרטית. זכות זו הינה זכות אוניברסלית, שהוכרה זה מכבר במשפט הבינלאומי כחלק אינטגרלי מזכויות האדם חבסיסיות, בין היתר בהכרזה האוניברסלית על זכויות אדם מ-1948 (סעיף 12), באמנה הבינלאומית על זכויות אזרחיות ופוליטיות מ-1966 (סעיף 17) ובאמנה האירופית על זכות האדם וחירויות היסוד (סעיף 8).
26. זכותו של אדם לפרטיות מוכרת מזה שנים רבות בשיטת משפטנו כזכות יסוד בעלת חשיבות עליונה. בשנת 1992, עם חקיקת חוק יסוד: כבוד האדם וחירותו, עוגנה הזכות לפרטיות כזכות חוקתית על-חוקית, במסגרת סעיף 7 לחוק היסוד:

#### **7. פרטיות וצנעת הפרט**

(א) כל אדם זכאי לפרטיות ולצנעת חייו.

(ב) אין נכסיו לרשות היחיד של אדם שלא בהסכמתו.

(ג) אין עורכים חיפוש ברשות היחיד של אדם, על גופו, בגופו או בכליו.

(ד) אין פוגעים בסוד שיחו של אדם, בכתביו או ברשומותיו.

27. חוק היסוד אשר, אך פירט את ההיבטים בזכות אשר זכאים להגנה חוקתית, הושלם על ידי בתי המשפט, אשר עשו מלאכתם נאמנה, ויצקו תוכן לזכות חשובה זו, וראה לצורך העניין בגץ 6650/04 פלוני נ' בית הדין הרבני האיזורי בנתניה, סא (1) 581 (ניתן ביום 14.5.2006):

"כפי שראינו, ב-1992 חל שינוי מהותי במעמדה של הזכות לפרטיות. חוק-יסוד: כבוד האדם וחירותו הכיר במפורש בזכות חוקתית לפרטיות... בכך הוכרה זכות חוקתית לפרטיות בהיקף רחב יותר מהיקפה של הפרטיות בחוק הגנת הפרטיות. אכן, מכוחו של חוק היסוד הפכה הפרטיות לזכות חוקתית-על-חוקית. כל רשות מרשויות השלטון – וכל בית דין ובית משפט במדינה בכלל זה – חייבת לכבדה"

28. כן ראי דברי בית המשפט העליון בעניין ע"פ 5026/97 גלעם נ' מדינת ישראל (לא פורסם, 13.6.99):
- "הכרה בפרטיות היא ההכרה באדם כפרט אוטונומי הזכאי לייחוד אל מול האחרים. ייחוד זה הוא המאפשר לאדם להתבצר באישיותו כבעלת משמעות הראויה לכיבוד.

פרטיותו של אדם היא כבודו וגם קניינו. זוהי המסגרת באמצעותה הוא עשוי, אם הוא בוחר בכך, לפתח את עצמיותו ולקבוע את מידת המעורבות של החברה בהתנהגותו ובמעשיו הפרטיים. זהו "מבצרו" הקנייני, האישי והנפשי. זכות זו מהווה את אחת מזכויות היסוד של האדם בישראל. היא אחת החירויות המעצבות את אופיו של המשטר בישראל כמשטר דמוקרטי והיא אחת מזכויות העל המבססות את הכבוד והחירות להן זכאי אדם כאדם, כערך בפני עצמו"

29. עוד נקבע כי לחקיקת חוקי היסוד ישנה השפעה רחבה לא רק על היקפן של זכויות היסוד עצמן, אלא גם על הדרך בה אנו מפרשים חקיקה שהתקבלה טרם חוקי היסוד ועל הדרך בה אנו מאזנים בין זכויות היסוד ואינטרסים מתחרים. כך נקבע בעניין עפ 5121/98 טור' דפאל יששכרוב נ' התובע הצבאי, סא (1) 461:

"עם חקיקתו של חוק יסוד: כבוד האדם וחירותו הועלה מעמדן של זכויות האדם המעוגנות במסגרתו למעמד חוקתי על-חוקי. בכך נוצר שינוי במציאות הנורמטיבית שלנו. שינוי זה מתבטא בראש ובראשונה באפשרות לביקורת שיפוטית על חוקתיותם של חוקים שהתקבלו לאחר קבלתם של חוקי היסוד. עם זאת, בכך בלבד אין כדי למצות את מלוא היקף השפעתה של חקיקת-היסוד האמורה. רוחם ועקרונותיהם של חוקי היסוד מקרינים על כל ענפי המשפט ומשפיעים על מושגי-יסוד ותפיסות-יסוד הנוהגים במסגרתם. בין היתר, כאמור, משפיעים הם על פרשנותה של החקיקה שהתקבלה טרם חוקי היסוד בדבר זכויות האדם... נראה כי לאחר חקיקתם של חוקי היסוד, הודגשה החובה להתחשב בזכויות המעוגנות בהם במסגרת פרשנותם של דברי חקיקה קיימים, ובנסיבות מתאימות אף גדל המשקל שיש ליתן לזכויות אלה ביחס לערכים ולאינטרסים ציבוריים מתחרים."

30. יוצא מכל אלה, כי כאשר בוחרים התנהלות אשר מעוררת חשד לחדירה לפרטיות, יש לבחון התנהלות זו, כמו גם את המסגרת החוקתית והחוזית בה פועלים הצדדים, בפריזמה של חוקי היסוד וזכות היסוד לפרטיות.

## 2.2. על חוק הגנת הפרטיות

31. מלאכתו של המחוקק הישראלי לא נפתחה ולא תמה בחוק היסוד, שכן עובר לחקיקתו עוגנה זכות זו גם באמצעות תחומי המשפט השונים. כך, סעיפים 382-378 לחוק העונשין, תשל"ז-1977 קובעים, כי פגיעה פיסית בגופו של אדם מפרה את פרטיותו והינה אסורה על פי דין; סעיפים 20-15 לחוק המקרקעין, תשכ"ט-1969 קובעים, כי פגיעה במקרקעין של אדם הינה פגיעה בפרטיותו; וחוק איסור לשון הרע, תשכ"ה-1956 אוסר על הפצת מידע שגוי העלול לפגוע בשמו הטוב של אדם.

32. דוגמאות אלו הן רק חלק ממערך רחב הנועד להכווין את התנהגות הפרט ולעצב מרחב פרטי המוענק לכל אדם.

33. נוכח מעמדה הרם של הזכות לפרטיות, מצא המחוקק הישראלי (ומקביליו ברחבי העולם) להתייחס ספציפית לסוגיית הפרטיות ולהציב מגבלות על יכולתם של גורמים פרטיים לעשות שימוש מסחרי במידע פרטי.

34. דבר החוק העיקרי בישראל העוסק בחגנת פרטיותם של האזרחים הינו חוק הגנת הפרטיות, התשמ"א-1981 (לעיל ולהלן: "חוק הגנת הפרטיות"), אשר חל על כל תברה וגורם פרטי במשק, ומגדיר בסעיף 1 לו, כי:

"לא יפגע אדם בפרטיותו של זולתו ללא הסכמתו".

35. מהגדרה זו, למדים אנו את שני יסודות החוק - פגיעה במתחם הפרטיות של אדם, הנעשית ללא הסכמתו, כאשר סעיף 2 לחוק הפרטיות מגדיר רשימה מובהקת של מעשים הפוגעים בפרטיות, ובהם אף פעולות מסחריות כגון:

35.1. "שימוש בשם אדם, בכינויו, בתמונתו או בקולו, לשם ריווח" (סי' 1)2 לחוק), וכן;

35.2. "שימוש בידיעה על עניניו הפרטיים של אדם או מסירתה לאחר, שלא למטרה שלשמה נמסרה" (סי' 2) לחוק).

36. נקדים מעט את המאוחר ונוכיר, כי ביחס לאמור בחוק הגנת הפרטיות, פיתחה הפסיקה את מונחי ה"הסכמה מדעת" ו-"צמידות המטרה", לאורן נבחנת הסכמתו של הפרט בפועל, כמו גם התנהלותם של גורמים המעוניינים לעשות שימוש במידע הנוגע לפרט:

37. "עקרון ההסכמה מדעת":

כאמור, בסעיף 1 לחוק הגנת הפרטיות נקבע כי "לא יפגע אדם בפרטיות של זולתו ללא הסכמה". החוק לא הגדיר מהי בדיוק אותה הסכמה, אלא רק ציין, בסעיף 3 לחוק, שהיא יכולה להיות מפורשת או מכללא.

שאלת ההסכמה היא לעיתים קרובות שאלת המפתח בבחינת מידת הפגיעה בפרטיותו של אדם. בתי המשפט עסקו רבות בשאלה איזה סוג הסכמה צריכה להיות, האם אך הסכמה פאסיבית, מכללא, או שמא הסכמה יוזמה, אקטיבית.

דז"ק; ביום 26.6.2007 חוקק תיקון מס' 9 לחוק הפרטיות, במסגרתו התווספה להגדרת ההסכמה בסעיף 3 לחוק המילה "מדעת", כך שמאותו מועד והלאה, חוק הגנת הפרטיות דרש את "הסכמתו מדעת" של האדם על מנת להשתמש במידע פרטי עליו.

ומהי אותה הסכמה מדעת! בהצעת החוק של תיקון מס' 9 הודגש לעניין ההסכמה הנדרשת: "שבידי האדם המסכים לפגיעה בפרטיות יהיה מידע הדרוש לו באורח סביר, כדי להחליט האם להסכים או לא והמידע ימסר לו בצורה מובנת".

בעניין בשא (ת"א) 20750/09 חן בן שבע נ' יוני בן זאב (לא פורסם, 17.3.2010), נקבע כי בהתאם לתיקון מס' 9 לחוק:

"יש צורך בהסכמה קונקרטית. הזכות לפרטיות היא זכות יסוד וההסכמה ליתור על הזכות צריכה להיות מוכחת."

כך נקבע לעניין ה"הסכמה מדעת" במ (מרכז) 13028-04-09 בנימין אליהו נ' עיריית טבריה (לא פורסם, 11.3.2010):

"סעיף 1 לחוק הפרטיות קובע, שאין למגוע בפרטיותו של אדם "ללא הסכמתו", כאשר ביסוד ההסכמה צריכים להתמלא שני תנאים: עליה להיות הסכמה שניתנה מרצון חופשי, ועליה להיות הסכמה "מדעת", קרי, לאדם יהיה המידע הדרוש לו באורח סביר כדי לגבש הסכמה תקיפה לפגיעה בפרטיותו"

לפי המלומד מיכאל בירנהק, במאמרו שליטה והסכמה: הבסיס העיוני של הזכות לפרטיות (להלן: "בירנהק"), בעמוד 50, משמעותה של אותה "הסכמה מדעת" לפי חוק הפרטיות הינה, כי:



"... בידי האדם שנתונה לו זכות לפרטיות (מושא המידע) היה המידע הדרוש לו באורח סביר כדי להחליט אם להסכים למסירת המידע ולשימושים שייעשו בו, ובכלל זה להעברתו לצדדים שלישיים... את הביטוי "הסכמה מדעת" יש לקרוא ולפרש על רקע הבנת הפרטיות כשליטה. מימוש שליטתו של אדם ביחידה האוטונומית שלו אפשרי רק כאשר האדם יודע ומבין את משמעות הפעולה המבוקשת... יש אם כן צורך בידיעה, בהבנה ובהסכמה. אין לאסוף מידע על אדם אלא אם כן הוא מבין שהמידע על-אודותיו נאסף, מסכים לאיסוף המידע, ומסכים לשימושים השונים שאוספי המידע מבקשים לעשות בו. ההסכמה צריכה להשתרע לגבי כל הפעולות שאוסף המידע מבקש לעשות במידע. פעולה שאין לגביה הסכמה – אסורה."

ודוק. אין די בכך, כי אדם ידע, יבין ויסיים לפגיעה בפרטיותו, ברמה אשר תענה על דרישת ה"הסכמה מדעת". עוד נדרש, כי לאדם זה תהא אפשרות בחירה אמיתית וכנה, אשר תאפשר לו לממש את זכותו לפרטיות (בירנהק, בעמ' 53):

"כלל נוסף שנגזר מעקרון ההסכמה הוא שלמושא המידע תהיה אפשרות אמיתית של בחירה. כאשר נותנים לאדם אפשרות בחירה, אולם כזו שאין בה ממש, שליטתו במידע נפגעת. כך, למשל, בנקים צוברים מידע רב על-אודות לקוחותיהם, ועשויים לבקש להעבירו לצדדים שלישיים, כגון חברות הקשורות לבנק... האם הבנק יכול להתנות את פתיחת החשבון בהסכמה להעברת המידע כאמור? בדרישת ההודעה הקיימת בחוק ניתן לעמוד בקלות, וניתן אף לקיים את ההודעה בטופס נפרד וברור. כך תושג הסכמה מדעת ומפורשת."

במאמרו מתייחס בירנהק גם למצבים בהם ישנה ברירת מחדל לפיה ייאסף מידע פרטי על אדם, ועל מנת למנוע זאת, על אותו אדם להתנגד באופן יזום. לדידו של בירנהק, לתיקון בהגדרה של "הסכמה מדעת" בחוק הגנת הפרטיות ישנה גם חשיבות מכרעת לפרקטיקות מסוג זה:

"שתי האפשרויות הן opt out לעומת opt in. במצב הראשון בררת-המחדל היא שהמידע ייאסף וייעשו בו שימושים ככל שאוסף המידע מפרט, ואדם שמתנגד לכך צריך לבצע פעולה יזומה של שינוי בררת-המחדל. במצב השני בררת-המחדל היא שהמידע לא ייאסף, אלא אם כן האדם מסכים שהוא ייאסף. לצורת הבחירה יש חשיבות מכרעת. במצב של opt out האפשרות לשינוי בררת-המחדל כלולה בחוזה מפורש, ואז ההסכמה היא מפורשת, אולם היא אינה מגעת בהכרח כדי הסכמה מדעת. לנוכח תיקון החוק בדרך של הוספת הדרישה "מדעת" להגדרת ההסכמה, על אוספי המידע לבחון מחדש את הדרך שבה הם מיידעים את מושאי המידע. כאשר ההודעה לבעלי המידע מעורפלת, אפשרות הבחירה מוטת לכיוון של מסירת מידע (כלומר, opt out), ובשים לב לסוג המידע, לסוג העסקה ולהתנהגות הצרכנית האופיינית בעסקות כאלה, ראוי שבית-המשפט יקבע כי ההסכמה לא הייתה מדעת, ולפיכך לא הייתה תקפה. משמעותה של קביעה כזו היא כי בהעדר הגנה, החוק הופך."

38. "עקרון צמידות המטרה":

לעקרון ההסכמה מדעת, כאמור לעיל, מתווסף עקרון נוסף המשלים אותו, והוא "עקרון צמידות המטרה", ואשר בא לידי ביטוי במסגרת סעיף 9(2) לחוק הגנת הפרטיות:

"שימוש בידיעה על עניניו הפרטיים של אדם או מסירתה לאחר, שלא למטרה שלשמה נמסרה"

לפי עקרון זה, הבא לידי ביטוי בתיבה "שלא למטרה שלשמה נמסרה" בסעיף 92 לחוק, גורם האוסף מידע יכול להשתמש במידע אך ורק למטרה שלשמה קיבל את הסכמתו - מדעת - של מושא המידע. לשון אחרת, על הגורם האוסף לקבל את הסכמתו מדעת של מושא המידע בעבור כל שימוש ושימוש אותו הוא מתכנן לעשות במידע זה, ובלשונו של בירנהק (עמוד 54):

**"עקרון צמידות המטרה קובע כי במידע שנמסר למטרה מסוימת מותר להשתמש רק לאותה מטרה, ולא לשום מטרה אחרת. עיקרון זה נגזר מעקרון ההסכמה ומשלים אותו: כאשר אדם מסכים לשימוש במידע (איסופו, העברתו, עיבודו וכיוצא באלה פעולות), הסכמתו מוגבלת לאותה מטרה בלבד, ולא למטרות אחרות. עקרון צמידות המטרה מבחיר כי כל פעולה שלא הוסכמה (במפורש או במשתמע) אסור לגורם שאוסף את המידע לעשותה. תוסיפו על כך את העובדה שלאחר התיקון משנת תשס"ז ההסכמה הנדרשת היא הסכמה מדעת, ועקרון צמידות המטרה מתחזק עוד יותר."**

וראה גם האמור בעתמ (ת"א) 24867-02-11 אי.די.איי חברה לביטוח בע"מ נ' רשם מאגרי המידע, הרשות למשפט טכנולוגיה ומידע במשרד המשפטים (פורסם בנבו, 1.8.2012):

**"בסעיף זה בא לידי ביטוי עקרון צמידות המטרה, שבצד עקרון ההסכמה, מהווה עקרון יסוד ביני הגנת הפרטיות. לפי עקרון זה, מידע שנאסף למטרה אחת, איננו יכול לשמש למטרה אחרת. עקרון זה בא לידי ביטוי גם בסעיף 92 לחוק הגנת הפרטיות אשר מגדיר פגיעה בפרטיות כ"שימוש בדיעה על ענייני הפרטיים של אדם או מסירתה לאחר, שלא למטרה שלשמה נמסרה", וכן בסעיף 8(ב) לחוק, האוסר על בעלי מאגרי מידע להשתמש במידע לא למטרה שלשמה הוקם המאגר..."**

ראוי בהקשר זה להבהיר, כי על בתי המשפט לשים לב לכך, שעקיפה טכנית של דרישת המחוקק איננה מסובכת במיוחד, שעה שהגורם האוסף יכול להגדיר את השימוש המתוכנן במידע באופן כה רחב, עד כי למעשה, כל שימוש אפשרי מותר. ברי, כי אין כל היגיון לפיו הגדרה רחבה שכזו תחסה תחת הוראותיו של החוק, ובודאי שמטרה כה רחבה לא תאפשר למושא המידע ליתן "הסכמה מדעת", כדרישת המחוקק:

**"הגדרה רחבה תאפשר לבעל המאגר לעשות כל שימוש במידע, וכך הוא גם ירחיק את עצמו מהסיכון של הפרת העיקרון של צמידות המטרה שבסעיף 92. האומנם? ... גופים פרטיים שהמשפט הציבורי אינו חל עליהם יכולים לכאורה להציג למושאי המידע מטרות רחבות מאוד, וכך להימנע מהסיכון המשפטי של הפרת העיקרון של צמידות המטרה. לכאורה, המגבלה היחידה שתעמוד מולם היא עסקית: ניסוחים רחבים עלולים להרתיע את מושאי המידע מלמסור מידע כלשהו. אולם העדר המודעות וחוסר ההבנה של הציבור משחקים לידיהם של גופים אלה. מי מבין קוראי מאמר זה קרא בעיון את טופס ההצטרפות למועדון הלקוחות של הסופרמרקט לפני שביקש כרטיס של חבר מועדון? ... דרך נוספת להתגבר על ניסיון לעקוף את הקושי על-ידי הצהרת מטרות רחבה מאוד היא יישום של עקרון ההסכמה מדעת, כפי שתואר קודם לכן. ככל שהמטרה רחבה יותר, יהיה זה סביר להניח שהאדם מושא המידע לא הבין או לא הסכים למסירת הפרטים למטרה כה רחבה."**

39. בטרם נסכם ראוי לציין, כי גם אם ניתנה לגורם מסחרי הזכות לאסוף מידע, מוטלת על אותו גורם גם החובה לנהל את המידע הטאגר לפי הוראות חוק הגנת הפרטיות. כך, סעיף 8 לחוק קובע חובת רישום, ולפיה מאגר מידע בו קיים מידע לגבי יותר מ-10,000 אנשים ו/או מידע רגיש ו/או מידע שלא נמסר בהסכמה חייב ברישום, ומוסיף וקובע כי המידע לא ישמש אלא למטרה לשמו ניתנה:

**"8. (א) לא ינהל אדם ולא יחזיק מאגר מידע החייב ברישום לפי סעיף זה, אלא אם כן התקיים אחד מאלה:**

- (1) המאגר נרשם בפנקס;  
 (2) הוגשה בקשה לרישום המאגר והתקיימו הוראות סעיף 10(ב1);  
 (3) המאגר חייב ברישום לפי סעיף קטן (ה) והוראת הרשם כללה הרשאה לניהול והחזקה של המאגר עד רישומו.  
 (ב) לא ישתמש אדם במידע שבמאגר מידע החייב ברישום לפי סעיף זה, אלא למטרה שלשמה הוקם המאגר.  
 (ג) בעל מאגר מידע חייב ברישום בפנקס ועל בעל המאגר לרשמו אם נתקיים בו אחד מאלה:  
 (1) מספר האנשים שמידע עליהם נמצא במאגר עולה על 10,000;  
 (2) יש במאגר מידע רגיש;  
 (3) המאגר כולל מידע על אנשים והמידע לא נמסר על ידיהם, מטעמם או בהסכמתם למאגר זה;"

40. נסכם את האמור עד כה:

- 40.1. לפי עקרון "ההסכמה מדעת", תאגיד רשאי לעשות שימוש במידע שהתקבל לאחר שמוטר המידע נתן את הסכמתו המלאה, המודעת והכשירה, וזאת לאחר שמטרת המידע הנאסף הוצגה בפניו בבירור;  
 40.2. גם אם מקבל תאגיד הסכמה מדעת, מפורשת ונפרדת, לאיסוף מידע פרטי, השימוש במידע חייב להיות אך ורק לשם אותה מטרה לה הסכים הפרט במסגרת אותה "הסכמה מדעת". מטרה זו חייבת להיות ספציפית וקונקרטית, ואינה יכולה להיות מוגדרת בצורה רחבה או מעורפלת.

### **2.2. דיני פרטיות בעניינם של קטינים**

41. בפרק הקודם לבקשה סקרנו את הוראותיו השונות של חוק הגנת הפרטיות, אך מסקירה זו נעדרה נקודה מהותית לענייננו, והיא, אופן החלת דיני הפרטיות כאשר עסקינן בקטינים.  
 42. והרי, בניגוד למבוגרים, לגביהם יש לסבור (ולפחות לקוות) כי כאשר אלו נותנים "הסכמה מדעת", המדובר בהסכמה אמיתית אשר ניתנה לאחר שקילת השיקולים הרלוונטיים, כאשר עסקינן בקטינים, ובודאי באלו בטווח הגילאים הצעיר יותר, "ההסכמה מדעת" זו הופכת לקשה יותר, הן להגדרה והן לקבלה.  
 43. ודוק; למרות ההבדלים המהותיים שקיימים בין מבוגרים וקטינים בנוגע ליכולתם לתת הסכמה אשר אכן תחשב כ"הסכמה מדעת", חוק הגנת הפרטיות עצמו איננו מתייחס מפורשות להבדלים אלו.  
 44. לצורך זאת, עלינו לפנות לתקנות פרטניות המתייחסות לסוגית איסוף מידע ופרסום לקטינים - תקנות הגנת הצרכן (פרסומות דרכי שיווק המכוונים לקטינים), תשנ"א-1991 (להלן: "תקנות פרסומות לקטינים").  
 45. כפי שחוסבר לעיל, המחוקק הישראלי שאף למעט ככל הניתן את הפגיעה בפרטיותו של האזרח על ידי תאגידי מסחריים התובעים לעשות שימוש במידע הנוגע לפרט לצרכי מסחר ורווח.  
 46. ודוק; בתוך קבוצת צרכנים רחבה זו מצויה קבוצה מצומצמת יותר, אשר הצורך להגן עליהם מצדיק הגנה רחבה עוד יותר - קבוצת הקטינים (קרי, צרכנים שטרם הגיעו לגיל הבגרות), וזאת, בין היתר, לנוכח שיקול הדעת שעודנו חולך ומתגבש, הניסיון המופחת שצרכנים אלו צברו, הרגישות והקלות שבהשפעה על צרכנים אלו, ועוד.

47. משכך, התקין המחוקק את תקנות הגנת הצרכן (פרסומת ודרכי שיווק המכוונים לקטינים), תשנ"א-1991, אשר נועדו להשיג שתי מטרות:
- 47.1. הסדרת האופן שבו מוצרי צריכה ופנאי יפורסמו וישווקו לקטינים, וזאת בשים לב לקלות בה ניתן להשפיע על צרכנים צעירים בגילם ולנצל את החולשות המובנות בצרכנים אלו;
- 47.2. הסדרת האופן שבו פרסומות העוסקות בצרכנים אלו יעשו שימוש במידע פרטי הנוגע לקטינים;
48. בכל הנוגע למטרה הראשונה, טרם המחוקק והתייחס מפורשות הן לעקרונות המנחים את מי שמעוניין לפרסם מוצרים לקטינים, והן לפרסומות שאינן מתאימות לקטינים.
49. כך, סעיף 2 לתקנות קובע, בין היתר, כדלקמן:
- 2" אלה העקרונות והכללים לעשיית פרסומת ודרכי שיווק המכוונים לקטינים:
- (1) פרסומת ודרכי שיווק יהיו מותאמים לרמת הידע, ההבנה והבגרות של קהל היעד שלהם;
- (5) פרסומת ודרכי שיווק ייעשו מתוך הכרה שקטינים עלולים כתוצאה מהם לעשות מעשים שיש בהם כדי להשפיע לרעה על בריאותם או על שלומם;"
50. מוסיף סעיף 3 לתקנות, ומגביל את תוכן הפרסומות, כדלקמן:
- 3" לא יעשה אדם פרסומת המכוונת ודרכי שיווק המכוונים לקטינים שיש בהם –
- (1) ניצול לרעה של דמיונם של קטינים ושל נוחותם להתרשם, אמונם, תמימותם או חוסר נסיונם;
- (2) תיאורי אלימות או הצגת דברים באופן העלול להפחיד או ליצור מתחים אצל קטינים;
- (3) שימוש בעירום או ברמזים מיניים;
- (4) משום עידוד קטינים לרכוש מצרך אלא אם כן המצרך או השירות הוא מסוג שסביר שקטינים ירכשו אותו, והוא עשוי במאמץ סביר להיות בהישג ידם..."
51. וכן סעיף 5 לתקנות קובע מפורשות, כי התכנים המפורטים בו לא יפורסמו לקטינים:
- 5" לא יעשה אדם פרסומת ודרכי שיווק המכוונים לעודד קטינים לכל אחד מאלה:
- (1) צריכת משקאות משכרים;
- (2) עישון סיגריות או שימוש במוצרי טבק אחרים;
- (3) השתתפות בהימורים, במשחקי מזל או בהגרלות, למעט בהגרלות חד-פעמיות שאינן למטרות מסחריות."
52. בכל הנוגע למטרה השנייה, במסגרת סעיף 47. לתקנות הפרסומות לקטינים קבע המחוקק הגנה פרטנית ונקודתית, העוסקת במידע בו רשאים תאגידיים לעשות שימוש במסגרת פרסומות ודרכי שיווק.
53. כך, בסעיף זה קבע המחוקק, כי חברות לא יעשו שימוש כלשהו בפרטיו האישיים של קטין לצרכי פרסומת או שיווק, אלא אם כן קיבלה החברה אישור מהוריו של הקטין או מהגורם הכשיר ליתן הסכמה מחייבת מהבחינה המשפטית.
54. וכדברי המחוקק, בסעיף 47. לתקנות:
- "לא יעשה אדם פרסומת ולא ינקוט דרכי שיווק שיש בהן, במישרין או בעקיפין, עשיית שימוש בפרטים אישיים של קטין או בפרטים אישיים של אדם אחר שהתקבלו באמצעות קטין, אלא בהסכמת הורה או אפוטרופוס או האדם האחר לפי הענין ובלבד שאינו קטין; לענין זה, "פרטים אישיים" – כל אחד מאלה: שם, כתובת, לרבות דואר אלקטרוני, מספר טלפון, פרטי חשבון בנק או כרטיס אשראי; הוראה זו לא תחול על שימוש בפרטים אישיים לצורך מסירה של מוצר או מתן שירות שעל עוסק לתת לקטין."

55. כפי שברור לקורא את הוראת תקנה 7א. לתקנות פרסומות לקטינים, המחוקק סבור כי **קטין כלל אינו בעל כשירות לתת את הסכמתו**, ומשכך, כדי שתאגיד יוכל לעשות שימוש בפרטיו האישיים של הקטין, על התאגיד לקבל הסכמה מדעת אמיתית וחוקית, אשר ניתנה **על ידי מבוגר** הכשיר לתת הסכמה זו. בסיפת הדברים המחוקק חוזר ומדגיש, כי נותן ההסכמה **אינו יכול להיות קטין**.
56. יצוין, כי במהלך התיקון לתקנות פרסומות לקטינים, במסגרתו-התווסף סעיף 7א, עסק המחוקק באופן ישיר בסכנות הכרוכות בהתגברות הפרסום והשיווק האינטרנטי, ובקלות הבלתי נסבלת של השגת פרטיו האישיים של הצרכן.
57. בפרט, התייחסו חברי הוועדה המחוקקת לאופן שבו עוסקים מלקטים מידע אישי ופרטי של צרכנים קטינים, אוגרים את המידע ועושים בו שימוש מאוחר יותר לפרסום ולשיווק. ראה לעניין זה עמ' 10 לפרוטוקול דיון ועדת הכלכלה מיום 5.2.06:

**"חנה טירי:**

קיימת תופעה שבה מונים לקטינים בדרכי שיווק או בפרסומות, ובמטרה עקיפה או ישירה אוספים פרטים אישיים של קטין, ומנצלים את תמימותו ואת חוסר ניסיונו במטרה להתקשר לקטינים, לשכנע אותם לרכוש מוצרים, להתחייב לרכוש דברים יקרים. זו תופעה של ניצול לרעה, ומצאנו לנכון לאסור את זה.

...

**יפעת בויאר:**

פעמים רבות זה נעשה באמצעות אינטרנט, באתרים שמיועדים לילדים. אותן חברות מסחריות מתוחכמות מאוד; על פי סקרים וחתכים, הן אוספות פרטים על ילדים, וגם מעבירות אותם לגורמים אחרים. על פי חתכים מסוימים, הם יודעים לפנות מאוחר יותר לאותה קבוצת ילדים ובני נוער בשיווק אגרסיבי במטרה להרוויח כסף. הגיעו אלינו למועצה פניות רבות, גם מהורים, ששאלו: מהיכן היו לחברות את הפרטים... בדרך כלל זה כך: המניה היא לא לשם איסוף הפרטים אלא לצורך אחר, ובדרך אגב נערך איסוף הפרטים. הרציונל הוא הרצון להגן על הקטינים, שאינם מודעים לכל הטכנולוגיות והתחכום העסקי הזה.

**היו"ר אמנון כהן:**

איך משרד התמ"ת יידע לאכוף את הדברים האלה? איך תדעו שגוף מסוים, שערך תחרות בין הילדים, למשל, אוגר את כל הפרטים שלהם ועושה במאגר השמות שימוש אחר, בשיווק אגרסיבי. כיצד תבוא האכיפה שלכם לידי ביטוי?

**חנה טירי:**

אנחנו ניזונים מתלונות או מבדיקות יזומות שאנחנו מבצעים. כשאנחנו מקבלים תלונות אנחנו בודקים את העניין.

**היו"ר אמנון כהן:**

מגיעות תלונות מהורים ביחס לנושא מסוים? האם יש לך דוגמה לתלונה שקבלתם?

**יפעת בויאר:**

אין לי כרגע מקרה קונקרטי, אבל ברור שפנו אל קטינים – באמצעות הטלפון או האינטרנט – וביקשו פרטים בשעה שההורים ידעו על כך רק בדיעבד, או כשהגיעו לאותם קטינים חומרי שיווק. אגב, אנחנו לא חוסמים את זה כליל; אנחנו מבקשים שכאשר רוצים לעשות פעולה כזאת, היא צריכה לקבל את אישור האפוטרופוס או ההורה."

העמודים הרלוונטיים בפרוטוקול דיון ועדת הכלכלה מיום 5.2.06 מצ"ב כנספת 1 לתצהירו של המבקש;

58. הנה כי כן, בכל הנוגע לפרסום העוסק בפרטיו האישיים של קטין, אין גורמים מסחריים רשאים לעשות כל שימוש בפרטים אלו, אלא אם כן זכו להסכמתו המודעת של בעל הסמכות לתת הסכמה זו - שאינו יכול להיות קטין.

### ב.2.3 "הסכמה מדעת" בעניינו של קטין - מי כשיר לספק?

59. הצגנו לעיל את חוק הגנת הפרטיות, את התוראות השונות שבו המגבילות חברות מסחריות מלעשות שימוש במידע אישי שלא ניתן מכוח הסכמה מדעת, ושלא ניתן לצרכי הפרסום והשיווק המבוקש. עוד הצגנו את ההגנה היתרה שהמחוקק מעניק לקטינים, בשים לב לאינטרס המוגן המיוחד בעניינם בנוגע לדיני הפרטיות.
60. ודוק; כאשר משלבים את עמדת המחוקק המובאת במסגרת תקנות פרסומות לקטינים עם עמדת המחוקק בחוק הגנת הפרטיות נגלה, כי בכל הנוגע לתוראות הנקובות בחוק הגנת הפרטיות לגבי שימוש במידע אישי ופרטי לצרכי רווח (וכפי שנוכיה להלן, השימוש שפייסבוק מבצעת במידע הנאגר על ידה הינו שימוש שכזה), הרי שקטין כלל אינו כשיר משפטית לתת את ההסכמה הנדרשת בחוק.
61. לשון אחרת, שעה שבמסגרת סעיף 1 לחוק הגנת הפרטיות נקבע חריג, ולפיו עם מתן הסכמתו של הפרט, רשאי הגורם המסחרי "לפגוע בפרטיותו" על דרך עשיית שימוש במידע הפרטי והאישי הנוגע לצרכן, ושעה שצרכן קטין כלל אינו מסוגל לתת הסכמה כלשהי (עמדה המובעת במסגרת תקנה א7. לתקנות פרסומות לקטינים), הרי שכל שימוש שנעשה במידע הנוגע לצרכנים קטינים הינו שימוש המפר את חוק הגנת הפרטיות (וממילא, את תקנות פרסומות לקטינים).
62. הסיבה להגנה זו, והנוק אותו היא מבקשת למנוע, ברורים - שהרי קטין (בוודאי אלו בצד הנמוך של מנעד הגילאים) בוודאי אינו יודע או מודע לעובדה, כי תוכן שהועלה אל הרשת ייאגר, יעובד ויישמר לשנים רבות, והוא בוודאי אינו מבין, כי אותה עמדה בה אחז בצעירותו, ואשר לא בהכרח תשקף את אישיותו בעתיד - תהא חלק ממאגר נתונים מסחרי הזמין לכל<sup>2</sup>.
63. לא למותר לציין, כי במסגרת דברי החוק הנוכרים בבקשה זו, הזכות הברורה והמובהקת להחלטה בדבר החשיפה לה יזכו אותם קטינים מסורה להוריהם (ו/או לבגיר המוסמך לתת את ההסכמה הרלוונטית), וזאת לאור התפיסה כי הורים רשאים לגדל את ילדיהם כפי שהם מוצאים לנכון.
64. בעוד הח"מ סבורים כי זו העמדה המשפטית הנכונה כיום, גם לו היינו מניחים כי לצרכי חוק הגנת הפרטיות יש לראות באפשרות כי קטינים מסוגלים ליתן "הסכמה מדעת" (כאמור, בתקנות פרסומות לקטינים המחוקק סבור אחרת), הרי שעל הסכמה זו להיות מותאמת לנסיבותיהם וליכולותיהם של אותם קטינים.
65. כך למשל, לו היינו מכירים באפשרות קבלת "הסכמה מדעת" ישירות מהקטין, על הגורמים המסחריים התובעים לקבלה להתאים את הליך קבלת האישור לרמה הקוגניטיבית של נותן המידע, כך שיוכל להבין באופן נהיר וברור מהן ההשלכות של הסכמתו.
66. מבלי שהמצגים שהוצגו בפני אותם קטינים יהיו מצגים פשוטים, ברורים ונהירים, אותם מסוגלים הם להבין, הרי שממילא לא ימצא כי קטינים אלו נתנו הסכמה מדעת (וזאת כפי שנקבע בחוק הגנת הפרטיות).
67. יצוין, כי בעוד החקיקה הישראלית טרם התייחסה לסוגיה זו, האיחוד האירופי פועל לרפורמה חקיקתית אשר תטמיע חובות מפורשות ביחס לקבלת הסכמה מקטינים, כאמור לעיל:
68. במסגרת מטמך מדיניות ההגנה על מידע באיחוד האירופי (2016/679 General Data Protection Regulation) (להלן: "התיקון האירופי") נקבע, כי יש לספק לקטינים הגנה מיוחדת לאור חוסר מודעותם המובנית למשמעויות ולסיכונים הקשורים לזכותם לפרטיות ולויתור עליה:

<sup>2</sup> ודי אם נדמיון, כי בעתיד יקום מאגר מידע למעסיקים המאפשר לברר את כל המידע שהועלה על ידי אדם לפייסבוק, גם כאשר אדם זה היה קטין. ברי, כי לקטין אין את האפשרות להבין את חשיבות הדברים, או את שיקול הדעת הנדרש לבחון את הדברים בעיניים מפקחות.

"Children merit specific protection with regard to their personal data, as they may be less aware of the risks, consequences and safeguards concerned and their rights in relation to the processing of personal data. Such specific protection should, in particular, apply to the use of personal data of children for the purposes of marketing or creating personality or user profiles and the collection of personal data with regard to children when using services offered directly to a child. The consent of the holder of parental responsibility should not be necessary in the context of preventive or counselling services offered directly to a child."

69. משכך, נקבע כי ביחס לקטינים עד גיל 16, על אוסף המידע לקבל את הסכמת הוריו של הקטין (תוך שהמדינות הפרטניות יוכלו להפחית את הגיל המינימלי ל-13, ככל וימצאו לנכון). עוד נקבע, כי על אוסף המידע להשקיע מאמצים סבירים לוודוא זהותו של נותן ההסכמה, כאשר מדובר בקטין:

"Where point (a) of Article 6(1) applies, in relation to the offer of information society services directly to a child, the processing of the personal data of a child shall be lawful where the child is at least 16 years old. Where the child is below the age of 16 years, such processing shall be lawful only if and to the extent that consent is given or authorised by the holder of parental responsibility over the child. Member States may provide by law for a lower age for those purposes provided that such lower age is not below 13 years.

The controller shall make reasonable efforts to verify in such cases that consent is given or authorised by the holder of parental responsibility over the child, taking into consideration available technology."

70. כן מוסיף התיקון האירופי ומבהיר, כי כאשר מדובר בקטינים, הרי שעקרון השקיפות וההסכמה מדעת מחייבים כי המצגים בפני קטינים אלו יהיו פשוטים וברורים, כך שילדים וקטינים אלו יוכלו להבין את המתבקש מהם:

"The principle of transparency requires that any information addressed to the public or to the data subject be concise, easily accessible and easy to understand, and that clear and plain language and, additionally, where appropriate, visualisation be used. Such information could be provided in electronic form, for example, when addressed to the public, through a website. This is of particular relevance in situations where the proliferation of actors and the technological complexity of practice make it difficult for the data subject to know and understand whether, by whom and for what purpose personal data relating to him or her are being collected, such as in the case of online advertising. Given that children merit specific protection, any information and communication, where processing is addressed to a child, should be in such a clear and plain language that the child can easily understand."

החלקים הרלוונטיים בתיקון האירופי מצ"ב בנספח 2 לתצהירו של המבקש;

71. עתה, לאחר הנחת התשתית המשפטית, נפנה לעובדות הנוגעות לתביעה זו, במסגרתן נראה כיצד פייסבוק עושה שימוש שיטתי ופסול במידע האישי של קטינים החברים ברשת החברתית. חלק משימוש זה הינו שימוש מכון; חלקו עשוי להיות שימוש רשלני; יהא אשר יהא, כל שימוש המבוצע במידע הינו לא חוקי, כמובהר להלן.

## **ג. פייסבוק מפרה את חוק הגנת הפרטיות ותקנות פרסומות לקטינים**

72. כידוע, פייסבוק הינה הרשת החברתית המובילה בעולם. כל משתמש אשר מצטרף לפייסבוק, מקבל מפייסבוק פרופיל משתמש אישי בפייסבוק, במסגרתו רשאי המשתמש לפרט את פרטיו האישיים, לרבות גילו, מקום עבודתו, תמונות, רשימת חברים, העדפות אישיות ופוליטיות, ועוד.
73. באמצעות פרופיל הפייסבוק שלו, יכול המשתמש לשלוח הצעות חברות למשתמשים אחרים בפייסבוק, להתכתב עם משתמשי פייסבוק אחרים, לאחל מזל טוב לחבריו ביום הולדתם, לשתף מידע עם חבריו ועוד.
74. לא יחא זה מוגזם להניח לצורך בקשה זו, כי רשת הפייסבוק הינה תוספת של ממש לאישיותו ולעולמו של כל אדם. גולשיה מבליים בה שעות רבות ביממה; מתעדכנים בדבר העולם הסובב אותם; מעדכנים את חבריהם בקורותיהם; ומנהלים באמצעות רשת הפייסבוק עולם וירטואלי שלם.
75. כמובן, שכל הטוב הזה לא ניתן בחינם. אמנם, בעוד ההרשמה לרשת הפייסבוק אינה עולה לנרשמים דבר, רשת זו מהווה כיום הקרקע הפורייה ביותר לפרסום ושיווק דיגיטלי, וזהו מקור הכנסותיה (הכמעט) בלעדית. רק כדי לסבר את האוזן יסופר, כי נכון למועד כתיבת בקשה זו, קיימים בפייסבוק למעלה ממיליארד וחצי משתמשים ברחבי העולם, וכי בישראל בלבד קיימים למעלה מ-4,500,000 מיליון משתמשים.
76. בתאם, כוחה האדיר של פייסבוק טמון בכך, שביכולתה לאפשר למפרסמים לפנות לפלח שוק מדויק ומוגדר, המבוסס על העדפות אישיות ופרטניות. כך, וחלף השקעה מסיבית בפרסום ממוקד מטרה באמצעות פרסום שבעבר נחשב "פרסום מסורתי", כיום יכול מפרסם להגיע קהל יעד המפולח בדיוק רב על בסיס שורה ארוכה של מאפיינים אישיים (החל באזור מגורים, גיל, מין ועוד, וכלה בהעדפות צרכניות-פוליטיות).
77. כפי שברור מהאמור לעיל, כדי שפייסבוק תוכל לאפשר את אותו פרסום ממוקד מטרה ויעד, פייסבוק עושה שימוש באותו מידע שהיא אוגרת לגבי כל אחד ואחד ממשתמשיה<sup>4</sup>. בנקודה זו, נתקלים אנו בקושי משפטי משמעותי באופן התנהלותה של פייסבוק:
78. לו היינו עוסקים באותם משתמשים שהינם בני 18 ומעלה, הרי שכל עוד היה מתברר כי פייסבוק עומדת בהוראות חוק הגנת הפרטיות (ובקשה זו איננה בוחנת היבט זה של פעילותה), נדמה כי פייסבוק רשאית לעשות שימוש בנתונים הנאגרים על ידה ואשר מאפשרים לה את פעילותה הכלכלית הרווחית.
79. דא עקא, תביעה זו עוסקת באותם משתמשים שטרם הגיעו לגיל 18, ואשר פייסבוק עדיין עושה שימוש במידע האישי הנוגע לאותם משתמשים, בניגוד לדין ומתוך כוונת עשיית רווח.
80. בטרם נציג את הקושי המשפטי בו עסקינן, נקדיש מספר פסקאות להליך ההרשמה לרשת הפייסבוק:
- 80.1. למראית עין, פייסבוק קובעת כי ניתן להצטרף לרשת אותה היא מפעילה מגיל 13 בלבד. מגיל זה, יהפוך הקטין כמשתמש מן המניין, וכמובן, לצד זאת, כמקור הכנסה מן המניין.
- מסמך המפרט את גיל ההצטרפות המינימלי מצ"ב כנספח 3 לתצהירו של המבקש;**

<sup>3</sup> ובמילות הביטוי השגור בעולם הטכנולוגי כיום - אם משהו ניתן לך בחינם, המשמעות היא שאתה הוא המוצר...  
<sup>4</sup> למען הסדר הטוב נפרט בקצרה, כי מידע זה כולל הן את הפעולות הגלויות שמבצע המשתמש (לרבות "לייקים", סטטוסים, ועוד), והן את הפעולות שאינן גלויות (כגון חודעות פרטיות, ביגין חוגשה בקשת האישור בעניין חמו). מכיוון ונושא זה אינו במחלוקת, נפנה לתנאים הכלליים ולמדיניות הנתונים של פייסבוק, המצורפים כנספח 6 להלן.



80.2. כמובן, קיימת גם אפשרות אחרת להירשם לרשת הפייסבוק. כל אותם משתמשים אשר מנועים להצטרף לפייסבוק מחמת גילם הצעיר אינם נתקלים בחומה בצורה, וכל שעליהם לעשות הוא להצהיר הצהרה כוזבת לגבי גילם האמיתי. כך, כל נער בן 12 יכול להצהיר בעת הרישום לרשת הפייסבוק, כי בפועל הוא בן 19 - והנה זכה בגישה לא מוגבלת.

אין המדובר בסברה פרועה, אלא בעובדה. כך, בדיקה שהתבצעה לפני מספר שנים גילתה, כי כ-7.5 מיליון משתמשים ברשת הפייסבוק הינם ילדים הצעירים מגיל 13, הוא הגיל המינימלי להצטרפות לשירותי האתר, וכי כמחצית מבני ה-12-10 בישראל רשומים ברשת הפייסבוק.

**כתבות בדבר משתמשים הצעירים מגיל 13 ברשת הפייסבוק מצ"ב כנספח 4 לתצהירו של המבקש;**

גם בישראל התופעה היה ובוטט. כך, התובעת הצטרפה לרשת הפייסבוק כשהייתה בגיל 7 בלבד. בדומה למבקשת, גם יתר חבריה הצטרפו לרשת הפייסבוק. וחמור מכך, התובעת וכל חבריה עשו שימוש במערכותיה של פייסבוק ושייכו עצמם לבית הספר **היסודי** בו הם לומדים.

רוצה לומר, אין כל מניעה לזהות את כל אותם משתמשים קטינים אשר כלל אינם עומדים בדרישות הגיל המינימליות של פייסבוק עצמה, אך אשר ממשיכים לעשות שימוש בשירותיה, ולהוות מדפסת כספים של ממש - כפי שניתן לראות מהמידע שפייסבוק סוחרת בו ומציעה ללקוחותיה.

**העתק תדפיס מידע בעניינה של התובעת, המוצע על ידי פייסבוק, מצ"ב כנספח 5 לתצהירו של המבקש;**

מחדל קשה זה של פייסבוק, אשר כלל לא טרחה לחטמיע במערכותיה מנגנון לוודא גיל המשתמשים, מוביל לתקלה קשה עוד יותר, הבאה לידי ביטוי בהפרה נוספת של תקנות פרסומות לקטינים.

כך, שעה שפייסבוק לא השקיעה ולו באופן מינימלי בוודא גיל המשתמשים, לא קיימת כל בקרה אפקטיבית בנוגע לפרסומות המוצגות בפני אותם קטינים אשר הצהירו הצהרה כוזבת לגבי גילם. כך לדוגמא, אותו נער בן 12 עשוי להיחשף לפרסום ולשיווק שעניינו הימורים, בניגוד לתקנה (3)5 לתקנות פרסומות לקטינים; בדומה, פרסומות שעניינן עישון ו/או משקאות משכרים יוצגו לאותו משתמש, בניגוד לתקנה (1)5 ו-(2)5 לתקנות פרסומות לקטינים; כל זאת לאור רשלנותה של פייסבוק.

חשוב לציין, כי כאשר פייסבוק אכן מעוניינת לוודא את זהות משתמשיה, היא יודעת לעשות זאת היטב. כך, כאשר משתמש מסוים נחסם משימוש ברשת הפייסבוק (אם, למשל, הפר את כללי השימוש בה), אזי בטרם חסימה זו מוסרת, על המשתמש להוכיח לפייסבוק את זהותו. והדברים ברורים.

81. ונמשיך:

82. פייסבוק מפרסמת את מדיניות הנתונים שלה, ואיננה מסתירה אותה, כך שמי שמצטרף לשירותיה יכול לעיין במדיניות ולנסות להבינה. יחד עם זאת, כאשר מעיינים במדיניות זו (כמו גם בשלל המסמכים השונים המפורסמים על ידה ו-"מאשרים" על ידי משתמשיה) ברר, כי גם למבוגר המתבקש לקרוא ולהבין מה משמעות הדברים צפויה מטלה לא פשוטה.

למותר לציין, כי אין לפייסבוק מדיניות נתונים או תנאי שירות המותאמים לזהות משתמשיה. כך, אין זה משנה מהו גיל המצטרף לשירותיה, מדיניות הנתונים ותנאי השירות שיוצגו בפניו אחידים.

**העתק מדיניות הנתונים של פייסבוק מצ"ב כנספח 6 לתצהירו של המבקש;**

83. כפי שהסברנו לעיל, בין אם בדרך של הצהרה כוזבת ובין אם לאו, ברשת הפייסבוק משתמשים מספר לא מבוטל של קטינים, לגביהם פייסבוק אוספת מידע רב, החל משמם וגילם (ככל וזה אמיתי), עובר בכתובתם ובית הספר בו הם למדים וכלה בהעדפותיהם האישיות, קבוצות בהם משתמשים אלו חברים, וכן כל מידע אחר עליו פייסבוק מסוגלת להניח את היד.
84. מידע זה אינו נשמר אצל פייסבוק, שכן התכלית העסקית של פייסבוק הינו פרסום ושיווק. משכך, לאחר איסוף מידע זה, מתחיל השימוש המסחרי בו, ומידע זה מועבר לשלל הגורמים העסקיים עמם פייסבוק מצויה בקשר. גורמים אלו מעבדים את המידע, ופועלים לשיווק ולפרסום בפני קהל היעד (בין אם באופן עצמאי על בסיס רשת הפייסבוק, ובין אם בסיועה של פייסבוק עצמה), המבוסס על אותו מידע אישי ורגיש שהועבר לידם.
85. למען הסדר הטוב, מצורפים בזאת דוגמאות למידע הנוגע לעניינם של קטינים אותו ניתן להפיק מפייסבוק. כאמור לעיל, המבקש הינו מומחה לשיווק בפייסבוק, וכמו כל גורם עסקי העוסק בתחומו, נתונה לו גישה לנתונים אישיים של כל קטין וקטין העושה שימוש בשירותיה של פייסבוק.
- מידע הנוגע לקטינים המוצע על ידי פייסבוק, כשזהות הקטינים מושחר, מצ"ב בנספח 7 לתצהירו של המבקש;**
86. מעיון בדוגמאות ניתן לראות כיצד עניינם של קטינים אלו זמין לכל גורם מסחרי המעוניין לעשות בו שימוש, וזאת, בין אם מדובר בשמם, גילם, בית הספר בו הם למדים, תחביביהם ופעילויותיהם בזמן פנאי, ועוד.
87. זאת ועוד; פייסבוק עצמה אף עושה שימוש ב**זהותם** (קרי, שמם ותמונתם) של קטינים כדי לעודד את הפרסום המבוצע אצלה על ידי לקוחותיה. כך למשל, עד לאחרונה הייתה פייסבוק מנצלת את שמם ותמונתם של המשתמשים בה לצורך "סיפור ממומן". ונסביר:
- "סיפור ממומן" הינה מודעה פרסומית, אשר איננה כוללת תוכן שיווקי פרטני שנוצר על ידי גורם עסקי, אלא מציגה בפני המשתמש פעולה מסוימת שביצע אחד מחבריו ברשת הפייסבוק, ואשר קשורה לפעילותו של הגורם העסקי.
- כך למשל, אם מישהו ברשימת החברים של המשתמש ביקר בדף של חברת שטראוס (לצורך הדוגמא), וסימן "לייק" על דף זה, המשתמש יקבל הודעה על גבי דף הבית שלו (הקרוי "News Feed" בשפתה של פייסבוק), בה מופיעה שמו ותמונתו של החבר, וממנה משתמע כאילו חברו "המליץ" לו על אותה תברה.
- בגין סוגיה זו הוגשה תובענה ייצוגית בארה"ב (Angel Fraley, et al. v. Facebook, Inc 11-CV-01726) (להלן: "עניין Fraley"), במסגרתה נטען כי פייסבוק עושה שימוש בזהותם (קרי, שמם ותמונתם) של משתמשיה, לרבות משתמשים קטינים, ללא שקיבלה מהם אישור מראש לעשות כן.
- תובענה זו הסתיימה בהסדר פשרה, מכוחו פייסבוק פיצתה את הציבור בסכום של 20,000,000 דולר, וכן ביצעה תיקונים שונים להסכמי המשתמשים החלים בארה"ב, על מנת שאלו יתאמו את הוראות הדין האמריקאי הרלוונטי בעניינם של קטינים המשתמשים ברשת הפייסבוק.
- העתק החלטת בית המשפט האמריקאי המאשרת את הסדר הפשרה בעניין Fraley מצ"ב בנספח 8 לתצהירו של המבקש;**
88. על כל זאת נוסיף, כי לאור העובדה שכל קטין יכול להירשם לרשת הפייסבוק ללא כל ביקורת, ולהצהיר הצהרות שאינן אמת בדבר גילו, הרי שלפייסבוק אין כל יכולת לוודא, כי פרסומות בעלות תוכן פסול ולא רצוי אינן מגיעות לעיני אותן קטינים.

89. לצורך הדוגמא בלבד, מצורפת "פרסומת" של פייסבוק, הממליצה למשתמש על תוכן מסוים בעל גוון מיני חריף ואשר בוודאי אינו ראוי לעיונם של ילדים. (יצוין, כי הנספח המצ"ב כולל תמונות עירום בעלות גוון מיני. הנספח מצורף אך לשם ההמחשה של התוכן הקיים והמקודם על ידי פייסבוק).

**העתק תוכן מיני המקודם על ידי פייסבוק מצ"ב כנספח 9 לתצהירו של המבקש;**

90. הנה כי כן, מסקנתנו העובדתית הינה, כי מידע רגיש ואישי לגבי קטינים מהווה הבסיס לעשיית רווח, לפרסום ולשינוק. רווחים אלו נכנסים במלואם לכיסה של פייסבוק. התנהלות זו הינה פגיעה קשה ומדאיגה במיוחד בזכויות הוריהם של קטינים אלו, אשר אמונים על חינוכם וזכאים להחליט בדבר התכנים אליהם נחשפים ילדיהם, כמו גם על המידע הנאגר לגביהם.

לצד זאת, תוכן לא הולם בעליל לא רק מקודם במסגרת הרשת החברתית, אלא אף מוצע ומקודם על ידי פייסבוק עצמה, באופן אשר בוודאי עשוי להגיע לעינם של אותם קטינים שאין כל ביקורת לגבי גילם האמיתי.

למותר לציין, כי פגיעה זו, ודאגתם של הורים לילדיהם, אינה נחלתם של ההורים הישראלים בלבד. התנהלותה של פייסבוק, והפגיעה האפשרית שבה, הינה סוגיה המדירה שינה מעיני הורים ברחבי העולם.

**העתק כתבה בדבר דרישה להטלת רגולציה על הפרסום בפייסבוק מצ"ב כנספח 10 לתצהירו של המבקש;**

91. ונשאל עתה את השאלה היוקדת - מהו הבסיס החוקי מכוחו פייסבוק קיבלה לידה מידע זה, סחרה בו, מכרה אותו לכל דורש ועשתה בו שימוש לרווחיה? שהרי, כפי שציינו בפרק המשפטי לעיל, קטין אינו בעל הכשירות המשפטית הנדרשת לתת הסכמה לשימוש במידע פרטי בעניינו.

92. במלים אחרות, הן לפי חוק הגנת הפרטיות, הדורש הסכמה מדעת, והן לפי תקנות פרסומות לקטינים, בכדי שפייסבוק תוכל לעשות שימוש במידע אישי של קטינים הגולשים ברשת הפייסבוק, **חיה עליה לקבל את הסכמת הוריהם של קטינים אלו.**

93. על הסכמה זו, כך ברור, להיות הסכמה מדעת - בין אם של הורי הקטינים בלבד (כהוראות התקנות וכשיטת הח"מ), ובין אם של הקטינים עצמם (לו נרחיב את מונח ההסכמה מדעת כמתואר בפרק המשפטי לעיל).

94. פייסבוק לא קיבלה הסכמה כלשהי; למעשה, פייסבוק מודעת לקשיים המפורטים לעיל, ואף נאלצה לשלם בגינם עשרות מיליוני ₪ בארה"ב, אך בענייננו, היא עדיין ממשיכה במנהגה לאפשר לקטינים לעשות שימוש בשירותיה, תוך עשיית רווח מהמידע הנוגע לעניינם, והכל - תוך הפרת הדין, כמפורט לעיל ולהלן.

95. על כל האמור נוסף ונציין, כי למרות חובת הרישום הקבועה בסעיף 8 לחוק הגנת הפרטיות, עיון במרשם האינטרנטי של מאגרי מידע לא איתר כל מאגר מידע שנרשם על ידי פייסבוק. ככל ומאגר מידע כלשהו אכן לא נרשם, ולא מדובר אך בתקלה זמנית באתר, הרי שמדובר בהפרה קשה ובוטה של הוראות הדין.

## ד. עילות התביעה

### 1.1. פייסבוק מפרה את הוראות חוק הגנת הפרטיות

96. כמפורט לעיל, סעיף 1 לחוק הגנת הפרטיות קובע, כי פגיעה בפרטיות תותר רק כאשר הפוגע קיבל את הסכמתו המודעת של הנפגע. כאמור, המדובר ב-"הסכמה מדעת", אשר ניתנה לאחר שנתן ההסכמה הבין היטב את משמעות הסכמתו.
97. במסגרת הניתוח המשפטי שהצגנו לעיל הבהרנו, כי קטין אינו מסוגל לתת את הסכמתו המודעת, בכל הנוגע לדיני הגנת הפרטיות. מעבר לעובדה ששיקול דעתם של צרכנים קטינים (בוודאי ובוודאי אלו שעודם רחוקים מגיל 18) לוקה בחסר, ניתן להשפעה בקלות וטרם התגבש במלואו, הרי שהמחוקק עצמו הבהיר במסגרת תקנות פרסומות לקטינים, כי אין לקטין כשרות לעשות כן.
98. לחלופין הבהרנו, כי גם לו היה נקבע כי קטינים מסוגלים לתת "הסכמה מדעת", הסכמה זו תנתן רק כאשר המידע הנוגע לפגיעה בזכויותיהם יוצג להם באופן ברור ונהיר, התואם את גילם, הבנתם וניסיונם. זאת ממילא לא עשתה פייסבוק.
99. עוד הצגנו את סעיף 2 לחוק הגנת הפרטיות, אשר מגדיר רשימה מובהקת של מעשים הפוגעים בפרטיות, ובהם שני מקרים היפים במיוחד לענייננו:
- 99.1. "שימוש בשם אדם, בכינויו, בתמונתו או בקולו, לשם ריווח" (סי' 12(1)), וכן;
- 99.2. "שימוש בידיעה על עניו הפרטיים של אדם או מסירתה לאחר, שלא למטרה שלשמה נמסרה" (סי' 9(2)).
100. נוכח המתואר לעיל, אין ולא יכול להיות חולק בדבר העובדה, כי פייסבוק עושה שימוש בשמו של המשתמש לשם עשיית רווח, שכן במסגרת המידע שמועבר על ידי פייסבוק ללקוחותיה העסקיים, מוסרת פייסבוק, בין היתר, את שמו של המשתמש. בדומה, פייסבוק עושה שימוש בשםם ותמונתם של אותם משתמשים כדי לקדם את הפרסומים השונים ברשת הפייסבוק.
101. בדומה, אף לא יכולה להיות מחלוקת שפייסבוק עושה שימוש בענייניהם הפרטיים של אותם קטינים, וזאת, לא למטרה לשמם אותם קטינים מסרו מידע זה (שהרי, כאמור לעיל, אותם קטינים כלל אינם מסוגלים לתת הסכמה מדעת כנדרש בחוק, וממילא, לא מסרו את פרטיהם לפייסבוק כדי שאלו יחפכו למכונת הדפסת מזומנים).
102. הנה כי כן, ומבלי להאריך יתר על הצורך בהתפללות משפטית, שימושה של פייסבוק במידע בעניינם של קטינים הינו שימוש המפר את הוראות חוק הגנת הפרטיות, כאשר סי' 4 לחוק זה קובע, כי הפרתו תהווה בסיס לעולה אזרחית.
103. בשים לב לטיב ההפרה המדוברת, נדמה כי אפילו פייסבוק עצמה לא תוכל להעלות טענה בדבר היעדר היסודות המקיימים את העולה, שעה שהקשר הסיבתי בין הנוק הנגרם ובין ההתנהלות המפרה ברור (שכן, פייסבוק פעלה בניגוד מוחלט לדין, ומבלי לטרוח לפנות לגורם הכשיר למתן ההסכמה). זאת, בוודאי לא שעה שמטרת המחוקק הייתה למנוע בדיוק את אותו שימוש שמתברר כי פייסבוק מבצעת במידע עצמו.
104. לכל האמור לעיל נוסף, כי מבדיקה שערכו הח"מ לא אותר כל מאגר מידע הרשום אצל רשם מאגרי המידע. אם זהו אכן המצב, הרי שמתברר שגם את החובה הבסיסית ביותר נמנעה פייסבוק מלקיים.

## ד.2. פייסבוק מפרה את תקנות פרסומות לקטינים

105. אף בהתעלם מההפרות הברורות של הוראות חוק הגנת הפרטיות, כמפורט לעיל (אשר ממילא עומדות בפני עצמן), פייסבוק גם מפרה את תקנות הפרסומות לקטינים בשני מובנים:
106. **במובן הראשון**, פייסבוק איננה מפקחת כראוי על זהות המשתמשים בשירותיה. כך, אין כל מניעה כי קטין בן 12 יצהיר על כך שגילו הינו 18, ובעשותו כן, ייחשף לשלל פרסומות ודרכי שיווק אשר המחוקק ביקש למנוע ממנו להיחשף אליהם.
107. באופן זה, פייסבוק מסכלת את מטרתו של המחוקק, אשר ביקש להסדיר את האופן שבו מוצרים יפורסמו לקטינים, כמו גם את טיבם של המוצרים שפרסומם יותר ויתאפשר.
108. ונבהיר, כי אין כל מניעה שפייסבוק תפקח על גילאי הנרשמים אל שירותיה, ותוודא כי היא עומדת בדרישות הדין. כך, למשל, אתרי אינטרנט מסוימים דורשים הזנה של מספר תעודת זהות כדי לוודא את גילו וזהותו של המשתמש בשירותיהם (כך למשל, עושות חברות ביטוח מסוימות).
109. הנה כי כן, אין כל מניעה כי פייסבוק תפקח בהדיקות, ובהתאם לחובות הזהירות המוטלות עליה, על זהות הנרשמים לשירותיה, ובכך, תמנע את הפרסום הלא רצוי שכנגדו פעל המחוקק.
110. **במובן השני**, פייסבוק מפרה את הוראות סעיף 7א לתקנות פרסומות לקטינים, הקובע, כי:
- "לא יעשה אדם פרסומת ולא ינקוט דרכי שיווק שיש בהן, במישרין או בעקיפין, עשיית שימוש בפרטים אישיים של קטין או בפרטים אישיים של אדם אחר שהתקבלו באמצעות קטין, אלא בהסכמת הורה או אפוטרופוס או האדם האחר לפי הענין ובלבד שאינו קטין; לענין זה, "פרטים אישיים" – כל אחד מאלה: שם, כתובת, לרבות דואר אלקטרוני, מספר טלפון, פרטי חשבון בנק או כרטיס אשראי; הוראה זו לא תחול על שימוש בפרטים אישיים לצורך מסירה של מוצר או מתן שירות שעל עוסק לתת לקטין."**
111. והרי, כפי שהוכח במסגרת תביעה זו, פייסבוק איננה מקבלת את הסכמתו של המבוגר הכשיר לתת את החסכמה לשימוש בפרטים האישיים של הקטינים העושים שימוש ברשת הפייסבוק. לא זו אף זו; בניגוד לכל חברה אחרת, העושה שימוש בנתונים המועברים אליה על ידי פייסבוק, פייסבוק היא "הסוחרת" עצמה, זו שאפשרה מלכתחילה את השימוש בפרטיהם האישיים של קטינים.
112. ניתן לצפות, כי בתגובתה פייסבוק תטען כי היא איננה "המפרסמת" כהגדרת התקנות, וכי היא בסך הכל נותנת שירות למי שמבקש לפרסם באמצעותה. ככל וטענה זו אכן תעלה, הרי שיש לדחותה לאור עמדת הערכאות בסוגיה זו:
- במסגרת רע"א 2059/16 א.א. קליניקות כרמל בע"מ נ' מור כהן (פורסם בנבו, ביום 27.7.16), דן בית המשפט העליון בערעור על החלטה לאישור תובענה כייצוגית, בה קבע בית המשפט המחוזי בחיפה כי חברות אשר שכרו את שירותיהם של קבלנים הייצוגיים כדי שישווקו את הפרסומות מושא התביעה.
- זאת, שכן הגדרת המונח "מפרסם" בחוק התקשורת (בזק ושידורים), תשמ"ב-1982 קובעת, כי מפרסם הוא:
- "מי ששמו או מענו מופיעים בדבר הפרסומת כמען להתקשרות לשם רכישתו של נושא דבר הפרסומת, מי שתוכנו של דבר הפרסומת עשוי לפרסם את עסקיו או לקדם את מטרותיו, ובכלל זה לקדם קבלת תרומות או תעמולה, או מי שמשווק את נושא דבר הפרסומת בעבור אחר"**

בית המשפט העליון קיבל את הערעור, וביטל את ההחלטה המאשרת את התובענה כייצוגית, וזאת מהטעם שלא הוכחה אשמתן של החברות שהזמינו את הפרסום. קרי, לשון אחרת, עמדתו של בית המשפט העליון הייתה, כי רק אותן חברות שביצעו את הפרסום בפועל הן אלו שהפרו את הוראות החוק.

והרי, בענייננו, התשתית העובדתית כולה נסובה סביב פייסבוק: היא זו אשר אוספת את המידע הנוגע לקטינים; היא זו אשר מוכרת מידע זה לצדדים שלישיים; היא זו אשר מספקת את הפלטפורמה לפרסומות; היא הגורם בלעדיו אין להפריח.

זאת ועוד; שעה שהוראות התקנות רחבות במיוחד ואינן מוגבלות אך ורק לגורם העסקי המרוויח מהפרסומות עצמה (בקביעתן כי "לא יעשה אדם פרסומות"), ולאור מטרתן המובהקות של המחוקק בעניין זה, הרי שפרשנות תכליתית של התקנות תלמד, כי יש לראות בפייסבוק כאחראית לפרסום האמור. שהרי אחרת, כל שעל חברות מסחריות לעשות בכדי לעקוף את הוראות תקנות פרסומות לקטינים הינו להתקשר עם פייסבוק, ולפטור עצמן מכל אחריות. זאת לא ניתן.

113. התנהלות זו, כך ברור, מקיימת את כל היסודות של עילת הפרת החובה החקוקה הקבועה בסעיף 63 לפקודת הנזיקין:

113.1. החובות הן מכח חיקוק: כאמור לעיל, החובות שבהן עוסקת בקשה זו נובעות חוק הגנת הפרטיות ותקנות פרסומות לקטינים.

113.2. החיקוקים שהופרו נועדו להגן על התובעים ועל חברי הקבוצה: כפי שעולה בבירור מתקנות פרסומות לקטינים והדיונים בועדות הכנסת שקדמו להתקנתן, מטרת תקנות אלו הינה למנוע מגורמים מסחריים לעשות שימוש בלתי מבוקר במידע הנוגע לקטינים, בפרט אלו הגולשים ברשת האינטרנט, וכן למנוע את הפיכתם למטרה לפרסומות לא ראויות. ממילא ברור, לאור הוראות חוק הגנת הפרטיות, כי זוהי עמדתו הכללית של המחוקק, וזוהי מטרתה הכללית של כל חקיקה שעניינה הגנת על הפרטיות.

113.3. פייסבוק הפרה את החובה המוטלת עליה: גם יסוד זה הוכח מעבר לכל ספק, עת הוכח כי פייסבוק הפכה את הקטינים העושים שימוש בשירותיה למדפסת כסף של ממש, וזאת למרות קיומם של כלים אשר ביכולתם למנוע את התופעה המתוארת בתביעה זו. פייסבוק כלל לא טרחה, ולו באופן המינימלי, לנסות וליישם את הוראות הדין.

113.4. ההפרה גרמה למבקשים ולשאר חברי הקבוצה נזק: כמוכח לעיל, המידע האישי הנוגע לקטינים חברי הקבוצה נסחר בפועל, והשימוש בו ניתן לכל התובע, תמורת תשלום נאה לפייסבוק כמוכח. באופן זה, לא רק שנפגעה פרטיותם של הקטינים, אלא שאף נפגעה אוטונומיית הוריהם, אשר נשללה מהם הזכות למנוע את חשיפתם של ילדיהם לתכנים פוגעניים ולמסחר במידע הנוגע אליהם.

113.5. הנזק הוא מסוג הנזק אליו התכוון החיקוק שהופר: דומה, כי לא יכולה להיות מחלוקת בדבר התקיימותו של יסוד זה, נוכח ההוראות המאוזכרות לעיל.

113.6. יש קשר סיבתי בין הנזק שנגרם להפרת החובה החקוקה: ברי, כי על פי המבחנים המקובלים לבחינת קשר סיבתי, יסוד זה מתקיים - פייסבוק הפרה את חובתה לקיים את הוראות הדין, וזאת, למטרות רווח ברורות. נוכח הפרה זו, נזרם הנזק האמור לחברי הקבוצה. לו פייסבוק הייתה מקיימת את חובתה, נזק זה לא היה נגרם לחברי הקבוצה.

114. לאור זאת, הרי שפייסבוק ביצעה עוולה של הפרת חובה חקוקה, בגינה יש לחייבה בפיצוי חברי הקבוצה.

### ד.3. פייסבוק מתעשרת על חשבון חברי הקבוצה שלא כדון

115. בחוק עשיית עושר ולא במשפט, תשל"ט-1979 נקבעו 3 יסודות מצטברים אותם יש להוכיח, בכדי לבסס את התקיימותה של עילת עשיית העושר: (א) התעשרות; (ב) שלא כדון; (ג) על חשבון של גורם מזכה. בענייננו, ברור כי שלושת יסודות אלו מתקיימים ביתר שאת:

116. **התעשרות:** לא יכול להיות חולק, כי פייסבוק התעשרה בכספים רבים לאור התנהלותה המתוארת לעיל, שהרי המידע שעניינו אותם משתמשים קטינים מהווים חלק מאוסף המידע שפייסבוק סוחרת בו למטרות רווח, ומאפשרת גישה אליו לכל המעוניין לפרסם ולשווק באמצעותה. תמורת שימוש זה, זוכה פייסבוק להכנסה נאה (נקוט לשון המעטה).

117. **שלא כדון:** דומה כי אין צורך להרחיב בדבר התקיימותו של יסוד זה - השימוש המבוצע במידע הנוגע לקטינים הינו שימוש המנוגד לדון, ואשר מניב לפייסבוק הכנסות לא מבוטלות.

118. **על חשבון של גורם מזכה:** גם התקיימותו של יסוד זה לא מוטלת בספק. ברי, כי התעשרותה של פייסבוק הינה על חשבונם של חברי הקבוצה, אשר פייסבוק סוחרת במידע פרטי הנוגע בעניינם, מבלי שלפייסבוק זכות חוקית לעשות כן. לאור עוצמתו של האינטרס המוגן, אין ולא יכול להיות חולק בדבר יסוד זה.

119. נוכח כל האמור לעיל, עומדת למבקשת ולחברי הקבוצה עילת עשיית העושר.

### ד.4. עולת הרשלנות

120. מעשיה של פייסבוק המתוארים לעיל, עולים כדי עולת הרשלנות, כאמור בסעיפים 35 ו-36 לפקודת הנוקין.

121. רשלנות זו התבטאה בכך שפייסבוק מאפשרת לקטינים להירשם כמשתמשים ברשת אותה היא מפעילה, בין אם בהצהרה כנה (עבור אותם קטינים המבוגרים מגיל 13) ובין אם בהצהרה כוזבת (אותם קטינים הצעירים מגיל 13 ומצהירים כי גילם שונה מהמוצהר), ולאחר מכן סוחרת במידע הרגיש של אותם קטינים מבלי שהתקבלה הסכמה כדון.

122. לא זו אף זו; ביחס לאותם קטינים שמציגים את גילם כמעל גיל 18, פייסבוק אף חושפת קטינים אלו לפרסומות אסורות על פי דין, אשר נאסרו מפורשות. ברי, כי האינטרס של כל הורה במדינת ישראל הינו, כי ילדיהם לא ייחשפו לפרסומות שעניינן אלוהול, טבק, הימורים ותכנים לא הולמים אחרים.

123. בהתאם, פייסבוק מחויבת לפצות את התובעת ואת יתר חברי הקבוצה, בגין הנזקים שנגרמו להם, כתוצאה ממעשיה ו/או מהדליה הרשלניים.

### ה. שאלת הפרום הנאות וברירת הדין:

124. אמנם, בהסכמה של פייסבוק קיים סעיף הקובע תניית שיפוט וברירת דין אמריקאית (ר' סי' 15 לתנאי השירות שצורפו כנספח 6 לעיל), אך בשים לב לסוגיה שבמחלוקת, לזהות התובעים, להתחייבויות מצדה של פייסבוק עצמה ולפסיקה עדכנית, ברי כי על התביעה להתברר בישראל, מכוח הדין הישראלי:

125. ביום 16.8.16 הסכימה פייסבוק להכפיף עצמה לסמכות בתי המשפט הישראליים והעמידה, במסגרת התחייבות שקיבלה תוקף של פסק דין, כתובת דוא"ל למשלוח כתבי בי-דין, אשר תחשב כהמצאה כדון של כתבי בי-הדין. הכתובת היא [IsraelLegalProcess@FB.Com](mailto:IsraelLegalProcess@FB.Com), אליה תומצא התביעה עם הגשתה.

כבר מטעם זה ברור, כי פייסבוק לא יכולה לטעון כנגד התאמת התביעה להתברר בישראל.

**העתק הבקשה במסגרתה התחייבה פייסבוק כאמור מצ"ב כנספח ב' לבקשת האישור;**

126. ולמרות זאת, נרחיב מעט ונציין, כי בנסיבות המקרה דנא, לא יכול להיות כל ספק כי ישראל הינה הפורום הראוי שבו יש לברר את התובענה הייצוגית דנא, שהרי עסקינן בקטיגוריה ישראלים אשר הצטרפו לרשת פייסבוק בישראל, מרכז חייהם בישראל ועיקר הפעילות הינה בישראל. משכך, כל הזיקות מצביעות - לישראל.

127. נזכיר בעניין זה, כי אין מדובר במקרה תקדימי שבו תתברר תובענה ייצוגית נגד פייסבוק בישראל, ובשנים האחרונות הוגשו מספר תביעות נגד פייסבוק אשר מתבררות כנגדה בבתי המשפט השונים בישראל. אך בעת האחרונה, הסתיימה אחת מתביעות אלה בפשרה במסגרת תצ (ת"א) 58064-12-12 רונית כהן נ' **FACEBOOK INC** (פורסם בנבו, ביום 5.5.2016).

128. ואם עוד יכל להיות ספק בדבר סמכות בתי המשפט בישראל, או תחולת הדין הישראלי, נפנה לתצ (מרכז) 46065-09-14 **אוהד יחיאל בן חמו נ' Facebook Inc** (פורסם בנבו, ביום 10.6.16), במסגרתה זכתה כבי השופטת א' שטמר את בקשת פייסבוק לסילוק על הסף, בקובעה, מכוח כל הטעמים המנויים שם, כי ישראל הינה הפורום הנאות לברור מחלוקות כנגד פייסבוק, כי אין כל מניעה כי מחלוקות אלו יתבררו כאן, וכי הדין הרלוונטי הוא הדין הישראלי. התובעים סומכים את ידם על החלטת בית המשפט הנכבד וטעמיה, ונפרטם בקצרה למען הסדר הטוב:

128.1. תניית שיפוט הינה תנאי מקפח - כפי שנקבע בעניין חמו, תניית שיפוט שמטרתה מניעת יכולת התדיינות בישראל הינה תניה מקפחת שדינה בטלות. כן נפנה לת"צ (מרכז) 39292-04-13 רו קלינגהופר נ' **PayPal Pte. Ltd** (פורסם ביום 31.5.2015) ע"י כבוד הש' ע. גרוסקופף:

"משבאים או לבחון את הוראת החוק והפורום במשקפי חוק החוזים האחדים, קל לחיובכ כי דינה של הוראה זו להתבטל. הנתבעת היא חברה הנוחתה, באמצעות האינטרנט, שירות למאות אלפים של אזרחים ישראלים. לצורך מתן השירות האמור היא מקיימת אתר אינטרנט בעברית, המיועד לאזרחי ישראל, ואף נותנת שירותי תמיכה המיועדים לקהל לקוחותיה העצום בישראל.

במצב דברים זה, חיוב לקוחות פייפאל הישראלים להתדיין בבית משפט בסינגפור (תוך שמירת זכותה של הנתבעת לתבוע את לקוחותיה בישראל) ועל פי הדין הסנגפורי, היא באופן מובהק הוראה שכל תכליתה לחסום את דרכם של הלקוחות לממש את זכויותיהם כלפי הנתבעת. בנסיבות אלו נוטה אני לדעה כי התניה צריכה להיחשב כבטלה לפי סעיף 5(א) לחוק החוזים האחדים... המקרה שלפניי... הוא מקרה קל, בו תאגיד ענק בינלאומי, המשווק את שירותיו באופן ממוקד לשוק הישראלי, מבקש למנוע מהמוני לקוחותיו הישראלים, שמרביתם הם עוסקים זעירים או צרכנים, להתדיין בבתי המשפט בישראל על פי הדין הישראלי. לכך בוודאי לא ניתן להסכים."

128.2. ברירת הדין מצביעה על הדין הישראלי - נוסף על האמור בעניין חמו ונציין, כי דיני הגנת הפרטיות הינם דינים קוגנטיים, בוודאי ובוודאי בכל הנוגע לעניינם של קטיגורים. משכך, כאשר עסקינן בדינים אלו, לא ייתכן כי כל חברה זרה הפועלת בישראל תרמוס את רצון המחוקק ותיבא דינים שונים שבינם ובין הגנה על הזכויות המוגנות במדינתנו אין דבר.

129. לאור הפסיקה והעובדות לעיל, אין באפשרות פייסבוק להתכחש לברור התביעה בישראל לפי הדין הישראלי. משכך, למען יעילות הדין, הוצגו עיקר הטענות הרלוונטיות לענייננו. ככל ופייסבוק תבקש, גם בענייננו, למנוע את הדין בישראל, לפי הדין הישראלי, יפרטו התובעים, באופן מלא ונרחב, מדוע יש לדחות את בקשתה.



## ו. נזקם של התובעים ושל כלל חברי הקבוצה

130. התובעים יטענו, כי התנהלותה הפסולה של פייסבוק גרמה להם וליתר חברי הקבוצה את הנזקים הבאים:

131. נזקם של התובעים:

132. נזקיה של התובעת - כאמור לעיל, זכויותיה של התובעת 1, ובפרט, ההגנה על הפרטיות שלה, נפגעה אנושות על ידי מעשיה של פייסבוק, אשר סחרה במידע הנוגע לעניינה לצרכי רווח. מטבע הדברים, וכידוע לכל העוסקים במלאכה, הערכתו המדויקת של נזק כאמור איננה מלאכה פשוטה, אך לצורך תביעה זו יוערך הנזק בסך של 2,000 ₪.

133. נזקיו של התובע - כידוע, זכותו של כל הורה לחנך את ילדו כרצויו, וחובתו לדאוג לטובת ילדיו. בהתנהלותה של פייסבוק, למעשה נפגעה האוטונומיה של התובעת 2 והופקעה זכותו להפעיל את שיקול דעתו לגבי שימוש שיעשה במידע הנוגע לבתו. למותר לציין, כי לו היה נשאל מראש, התובע 2 לא היה מתיר לפייסבוק לעשות שימוש מסחרי בנתוני הפרטיים של בתו. התובע 2 יעריך את נזקיו, בגין פגיעה בזכויותיו כאמור, בסך של 2,000 ₪.

134. נזקם של חברי הקבוצה: במועד עריכת התביעה, לא מצויים בידי התובעים הנתונים הרבים הנדרשים להערכת נזקיהם של חברי הקבוצה, ובכלל זאת, מספר המשתמשים של פייסבוק העונים על הגילאים נשוא המחלוקת, רווחיה של פייסבוק כתוצאה מהמסחר בנתונייהם, ועוד.

יחד עם זאת, בשלב זה ברור לכל כי פעולותיה של פייסבוק יצרו נזקים ממשיים לחברי הקבוצה, בניגוד היא נדרשת לפצותם. משכך, ובשים לב לעובדה כי עסקינן אך בשלב המקדמי של ההליך, יבקשו התובעים, כי ככל ותאושר התביעה, יורה בית המשפט הנכבד על מינוי מומחה הולם שיוכה לגישה לנתונייה של פייסבוק, לצורך הערכת נזקי הקבוצה.

בדרך זו, ככל ותאושר התביעה, ניתן יהא לבצע הערכה אמينة ומהימנה של נזקי הקבוצה ולהביא לפיצוי ראוי והולם בניגוד.

## ז. הסעדים המתבקשים

135. בהתאם לכל האמור בתובענה זו, בית המשפט הנכבד יתבקש לזמן את פייסבוק לדין, ולהורות כדלקמן:

135.1. להורות לפייסבוק למסור נתונים מדויקים אודות מספר המשתמשים הקטינים העושים שימוש ברשת החברתית המופעלת על ידה; אודות רווחיה ממסחר במידע הנוגע לאותם משתמשים; ושאר הנתונים הרלוונטיים לתביעה.

135.2. להורות לפייסבוק לפצות את חברי הקבוצה בגין הנזקים שנגרמו להם.

135.3. להורות על פייסבוק לחטמיע מנגנון המוודא את גילאי המצטרפים לשירותיה, וכן להורות על פייסבוק לחדול מעשיית שימוש פסול במידע אישי ורגיש הנוגע לקטינים העושים שימוש בשירותיה.

135.4. להורות על פייסבוק לרשום מאגרי מידע כדין, ככל ויתברר כי לא עשתה כן עובר להגשת התביעה.

135.5. להורות על פסיקת כל סעד אחר לטובת חברי הקבוצה, כפי שימצא בית המשפט הנכבד לנכון.

135.6. לעשות שימוש בסמכות שהוענקה לו מכוח סעיף 22 לחוק תובענות ייצוגיות, ולפסוק כי פייסבוק תפצה את התובעים על מאמציהם במסגרת הליך זה, בשיעור של 5% מהתועלת שתושג לחברי הקבוצה, או לפי שיקול דעתו של בית המשפט הנכבד.

135.7. לעשות שימוש בסמכות שהוענקה לו מכוח סעיף 23 לחוק תובענות ייצוגיות, ולפסוק כי פייסבוק תפצה את באי כוח התובעים בעד הטיפול בתובענה הייצוגית, לרבות בבקשה לאישור התובענה הייצוגית, בשיעור שלא יפחת מ-25% בתוספת מע"מ מחסכום שיושב לחברי הקבוצה, או לפי שיקול דעתו של בית המשפט הנכבד.

### ח. סיכום

136. לאור כל האמור לעיל, מתבקש בית המשפט הנכבד לזמן את פייסבוק לדין, לאשר את הדיון בתביעה כתביעה ייצוגית, ולהורות על מתן הסעדים המנויים בבקשה זו.

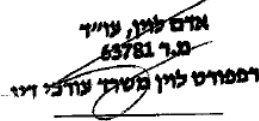


יועי ביטון, עו"ד



יונתן רפפורט, עו"ד

אדם לוי, עו"ד  
מ.ר 63781  
רפפורט לוי ושות' עורכי דין



אדם לוי, עו"ד

רפפורט לוי - עורכי דין

ב"כ התובעים

תל-אביב, היום 6 בחודש דצמבר שנת 2016

מדינת ישראל

בית משפט המחוזי בלוד תאריך 8.12.16

**טופס 1 – פתיחת הליך אזרחי**  
(לפי תקנה 7 א(ב) לתקנות סדר הדין האזרחי, התשמ"ד-1984)

סמן במשבצת המתאימה:

1. המסמך המוגש

<input checked="" type="checkbox"/> תובענה עיקרית	<input type="checkbox"/> ערעור <input type="checkbox"/> ערעור שכנגד	<input type="checkbox"/> הודעה לצד ג'	<input type="checkbox"/> תביעה שכנגד	<input type="checkbox"/> בקשה בכתב המוגשת לפני פתיחת התיק העיקרי
---	--	---------------------------------------	--------------------------------------	--

2. (א) סוג תיק בהליך אזרחי

<input type="checkbox"/> אביעה	<input type="checkbox"/> בקשה לאישור עיקול	<input type="checkbox"/> בקשה לפי חוק להגנה על עדים התשס"ט-2008	<input type="checkbox"/> בקשה לתשלום תכוף	<input type="checkbox"/> הגבלים עסקיים	<input type="checkbox"/> הטרדה מאיימת וצו תגנה
<input type="checkbox"/> המרצת פתיחה	<input type="checkbox"/> המרצת פתיחה בוררות	<input type="checkbox"/> ועדת ערר	<input type="checkbox"/> חוזה אחיד	<input type="checkbox"/> חיקור דין אזרחי	<input type="checkbox"/> ניהול רכושם של נעדרים או שבויים
<input type="checkbox"/> ערעור אזרחי	<input type="checkbox"/> ערעור בחירות	<input type="checkbox"/> ערעור על בית דין למשמעת	<input type="checkbox"/> ערעור על בית דין משמעותי של עובדי מדינה של רשויות מקומיות	<input type="checkbox"/> ערעור על בית דין משמעותי של לשכת עורכי הדין	<input type="checkbox"/> ערעור על בית דין משמעותי של לשכת עורכי הדין
<input type="checkbox"/> ערעור לפי חוק חילוקי שנספו במערכה (תגמולים ושיקום), התש"ל-1950	<input type="checkbox"/> ערעור על החלטת ועדה	<input type="checkbox"/> ערעור על החלטת רשם בית המשפט	<input type="checkbox"/> ערעור שונה אזרחי	<input type="checkbox"/> ערר על פי חוק המיס, התש"ט-1959	<input type="checkbox"/> עתירות אסירים
<input type="checkbox"/> פירוקים	<input type="checkbox"/> פשיטת רגל	<input type="checkbox"/> רשות ערעור אזרחי	<input type="checkbox"/> רשות ערעור על החלטת רשם ההוצאה לפועל	<input type="checkbox"/> תיק אזרחי	<input type="checkbox"/> תיק אזרחי בסדר דין מהיר
<input type="checkbox"/> תיק אזרחי בסדר דין מקוצר	<input type="checkbox"/> תביעת בוררות	<input checked="" type="checkbox"/> תובענה ייצוגית			

<sup>1</sup> הוחלף ק"ת תשע"ה מס' 7542 מיום 13.8.2015 עמ' 1811.

(ב) סוג תיק בהליך משפחה

<input type="checkbox"/> אימוץ	<input type="checkbox"/> אפטרופסות	<input type="checkbox"/> אכיפת פסק חוץ	<input type="checkbox"/> בקשה לאישור עיקול	<input type="checkbox"/> חטירה מאיימת וצו חגנה
<input type="checkbox"/> היתר נישואין	<input type="checkbox"/> יישוב סכסוך	<input type="checkbox"/> ערעור משפחה	<input type="checkbox"/> ערעור על החלטת רשם	<input type="checkbox"/> רשות ערעור משפחה
<input type="checkbox"/> שינוי שם	<input type="checkbox"/> תביעת בורות	<input type="checkbox"/> קביעת גיל	<input type="checkbox"/> התרת נישואין	<input type="checkbox"/> תיק הסכס
<input type="checkbox"/> תיק משפחה	<input type="checkbox"/> תביעת נזיקות	<input type="checkbox"/> תיק עובדות	<input type="checkbox"/> ערעור משפחה אימוץ	

3. סכום התביעה

(בתביעות כספיות בלבד): טרם ידוע

4. סוג עניין

ניש למלא בהתאם להודעת מנהל בתי המשפט לפי תקנה 7א(ג) לתקנות סדר הדין האזרחי, התשמי"ד-1984, כפי שמתפרסמת ברשומות מזמן לזמן):

(באפשרותך לבחור יותר מסוג עניין אחד באותו התיק, והאגרה שתשולם היא האגרה הגבוהה ביותר)

5. פרטי מגיש התובענה (די בציון פרטי בעל הדין הראשון)  קטין  חסוי

שם (פרטי ומשפחה/חברה/מוסד)	מס' זהות/מס' ח"פ*	מס' טלפון	כתובת
פלוגי	_____	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>

\* בהתאם לתקנה 7א(ו) לתקנות סדר הדין האזרחי, התשמי"ד-1984, אם אין בידי מגיש התובענה "מספר זהות" מהגדרתו בתקנות האמורות, עליו לפרט את הטעמים לכך. לפיכך, אם אין ברשותך מס' זהות, נא פרט: \_\_\_\_\_

6. פרטי בעל-דין שכנגד (די בציון פרטי הנתבע הראשון)  קטין  חסוי

שם (פרטי ומשפחה/חברה/מוסד)	מס' זהות/מס' ח"פ*	מס' טלפון	כתובת
facebook Ireland	462932	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>	Hanover. 5-7 Hanover Quay Dublin 2

בעניין עיזבון המנוח (בתיקי עזבונות בלבד)	מס' זהות	תאריך פטירה
□□□□□	□□□□□	□□□□□

7. אחר:

הוגשה בקשה לפטור מתשלום אגרה בהתאם לתקנות בתי המשפט (אגרות), התשס"ז-2007, או תקנות בית המשפט לענייני משפחה (אגרות), התשנ"ו-1995.

8. פרט בקשות שנפתחו לפני פתיחת ההליך הנוכחי:

מס' תיק	שם התיק	תיאור
□□□□□	□□□□□	□□□□□

9. פרטי בא כוח (אם מגיש התובענה מיוצג)

שם פרטי ושם משפחה	שם עורך הדין	שם משרד עורך הדין	מס' רישיון	מס' פקס	מס' טלפון
אדם לוין	□□□□□	□□□□□	63781	03-5716290	050-7133188

אני מצהיר כי ידוע לי שסעיף 4 לטופס זה משמש, בין השאר, לצורך שומת אגרת בית משפט ואני מתחייב כי אין התובענה כוללת סוגי עניין שלא פורטו בסעיף 4 לטופס זה.

אדם לוין, ע"י  
מ.ר. 63781  
ממשרד עו"ד עורכי דין  
חתימה

7.12.16  
תאריך