



בית משפט השלום ברמלה

10 ינואר 2022

תא"מ 28019-09-20 מאירי נ' איזובר בתי קפה בע"מ

בפני כב' הרשמת הבכירה זהבית חמו

ירון מאירי

התובע

נגד

איזובר בתי קפה בע"מ

הנתבעת

פסק דין

1. פתח דבר

לפניי תביעה כספית בסך 49,000 ₪ בגין משלוח 49 הודעות פרסומת לתובע על ידי הנתבעת, שמפעילה מסעדה בעיר ראשון-לציון.

ההודעות נשלחו באמצעות מסרונים לטלפון הנייד של התובע במשך תקופה של כ-10 חודשים, החל מחודש מאי 2019 ועד לחודש מרץ 2020.

אין חולק שהמסרונים כללו אפשרות למשלוח הודעת סירוב באמצעות לחיצה על קישור ("לינק").

כן אין חולק שהתובע שלח לנתבעת 7 הודעות סירוב, בין החודשים מרץ – מאי 2020, זאת באמצעות משלוח מסרונים חוזרים, ולא באמצעות לחיצה על הקישור שהופיע בהודעות. לאחר משלוח מסרונים הסירוב הופיעה בטלפון הנייד של התובע הודעה כדלקמן: "Not sent. Tap again".

לטענת התובע לחיצה על בקשת סירוב באמצעות קישור עלולה לגרום לכניסת וירוסים לטלפון הנייד ולכן הוא הוא ביקש את הסרתו מרשימת הדיוור באותו האופן שבו התקבלו הודעות הפרסומת ולא באמצעות הקישור שצורף להודעה.

לטענת הנתבעת התובע ידע היטב כי שליחת מסרונים חוזרים בבקשת "הסר" לא יביאו להסרתו מרשימת הדיוור שלה, שכן הדבר כתוב באורח מפורש בהודעות שנשלחו אליו. בנוסף, התובע קיבל הודעות בטלפון הנייד שלו, שמודגשת בצבע אדום, שלפיהן ההודעות לא נשלחו. הנתבעת טוענת עוד שהתובע, שהוא תובע סדרתי מתוחכם בתחום הספאם, מעולם לא פנה אליה בדרך אחרת בבקשת סירוב, לרבות באמצעות שיחה טלפונית, מכתב, הודעת פקסימיליה או הודעת דואר-אלקטרוני למרות שיכל לעשות כן בנקל, שכן פרטי הנתבעת מפורסמים במרשתת.

המחלוקות העיקריות בין הצדדים הן כדלקמן: **ראשית**, האם התובעת הייתה רשאית לשלוח לתובע הודעת פרסומת. **שנית**, האם נפל פגם באפשרות הסירוב שהופיעה בהודעות הנתבעת באמצעות לחיצה על קישור בלבד ו**שלישית**, שאלת תום-ליבו של התובע.



בית משפט השלום ברמלה

10 ינואר 2022

תא"מ 20-09-28019 מאירי נ' איזובר בתי קפה בע"מ

2.

תמצית טענות התובע

לטענת התובע ההודעות הפרסומיות נשלחו אליו ללא הסכמתו, ובניגוד להוראות סעיף 30א לחוק התקשורת (בזק ושירותים), התשמ"ב-1982. כן נטען שהתובע נדרש להשחית משאבים וזמן על מנת להתמודד עם דברי הפרסומת ששיגרה אליו הנתבעת.

התובע מפנה עוד להודעה הראשונה שנשלחה אליו באמצעות מסרון מיום 29.5.2019, שבה נכתב: "... בעבר רכשת אצלנו ופרטייך נשארו במערכת. בתקופה הקרובה אנו מעוניינים לשלוח אלייך פרסום של הטבות ועדכוניס. נשמח שתישאר ברשימת לקוחותינו. במידה ואינך מעוניין לקבל הטבות אלו אנא לחץ כאן להסרה. להסרה: hasr.co.il/rm/CLqLA".

לטענת התובע, הודעה זו מהווה הפרה של הוראות חוק התקשורת, שכן עסק יכול להכניס לקוח לרשימת תפוצה רק לאחר קבלת הסכמה מפורשת מצדו, להבדיל מהעדר מענה.

בנוסף, התובע מפנה להודעות סירוב שנשלחו על ידו החל מיום 20.3.2020, כאשר לטענתו הוא בחר במשלוח הודעת סירוב באותו האופן שבו התקבלו הודעות הפרסומת, ולמרות בקשתו הוא לא הוסר. התובע מפנה בהקשר זה לפסיקת בית המשפט העליון ברע"א 1954/14 אילן חזני נ' שמעון הנגבי (סיתונית מועדון דאיה ורחיפה במצנחים) (4.8.2014) (להלן: "עניין חזני") ורע"א 2904/14 זיו גלסברג נ' קלאב רמון בע"מ (27.7.2014) (להלן: "עניין גלסברג"), שהכירה בכך שלחיצה על קישור עלולה לגרום לכניסת וירוסים לטלפון הנייד של הנמען ולפגיעה בפרטיותו, ולכן בחר לשלוח בקשת סירוב בטוחה יותר, באמצעות משלוח מסרונים חוזרים.

התובע מפנה עוד לפסק דין שניתן בעניינה של הנתבעת, שבו הכיר בית המשפט לתביעות קטנות בתל-אביב (ת"ק 25226-03-20 עו"ד שי איידלסון נ' איזובר בתי קפה ישראל 15 בע"מ (07.08.2020) (להלן: "עניין איידלסון")) בכך שהודעות הנתבעת אשר כוללות אפשרות סירוב באמצעות קישור בלבד אינן עולות בקנה אחד עם הוראות חוק התקשורת.

לפיכך, עותר התובע לקבלת פיצוי בסך 1,000 ₪ בגין כל הודעה שנשלחה אליו.

3.

תמצית טענות הנתבעת

לטענת הנתבעת התנהלות התובע אינה תמימה, והוא ידע היטב שמשלוח הודעות סירוב באמצעות מסרונים לא יביא להסרתו מרשימת הדיוור של הנתבעת, אך הוא העדיף להמשיך ולקבל הודעות מהנתבעת לצורך הגשת התביעה דנן, זאת במקום נקיטת פעולה פשוטה שתביא להסרתו בפועל, כגון לחיצה על הקישור או פנייה לנתבעת באמצעי תקשורת אחר.

לטענת הנתבעת המדובר בתובע סדרתי מומחה בתחום הספאם, שהגיש כ-150 תביעות בטענה להפרת הוראות חוק התקשורת ואשר הפך את הגשת התביעות למקצוע שני, לרבות על ידי עידוד אחרים להגיש



בית משפט השלום ברמלה

10 ינואר 2022

תא"מ 28019-09-20 מאירי נ' איזובר בתי קפה בע"מ

תביעות בסיועו תמורת קבלת תשלום במידה והתביעות תתקבלנה, תוך שבתי המשפט מטיחים ביקורת על התנהלותו חסרת תום הלב (ת"ק (הרצ" 23133-10-14 ירון מאירי נ' MG GLOBAL (15.1.2015); תא"מ (ת"א) 11364-02-19 ירון מאירי נ' וי.אר. אינטראקטיב בע"מ (6.2.2020); ע"א (ת"א) 41702-05-20 ירון מאירי נ' וי.אר. אינטראקטיב בע"מ (10.8.2020); תא"מ (ת"א) 19687-07-19 ירון מאירי נ' גלובס פבלישר עתונות (1983) בע"מ (13.2.2020); תא"מ (ת"א) 18623-02-19 ירון מאירי נ' פאנדר בע"מ (26.12.2019)).

בנוסף, הנתבעת טוענת שבהודעה הראשונה, שנשלחה אליו לאחר שביצע עסקה עם הנתבעת, ניתנה לתובע אפשרות להסיר עצמו מרשימת הדיוור והוא לא עשה כן. לטענת הנתבעת לתובע אין טענה כלפי עצם צירופו לרשימת הדיוור אלא אך ורק לכך שההודעות כללו אפשרות סירוב באמצעות קישור. לטענת הנתבעת, קיימת פסיקה שמכירה באפשרות סירוב באמצעות קישור כדרך לגיטימית, שתואמת את הוראות הדין (רת"ק (ת"א) 51774-07-20 אוריאל רז המאושר נ' בזק החברה הישראלית לתקשורת בע"מ (30.7.2020); תא"מ (ת"א) 18623-02-19 ירון מאירי נ' פאנדר בע"מ (26.12.2019)).

אשר על כן, ולאור העובדה שהנתבעת פנתה אל התובע לאחר עסקה שבוצעה ביניהם, שבמהלכה מסר לה את מספר הטלפון הנייד שלו בידעה שישלחו אליו הודעות שיווקיות, אין כל מניעה במשלוח הודעות שמציעות אפשרות סירוב באמצעות לחיצה על קישור.

הנתבעת מוסיפה וטוענת כי בעקבות פסק הדין שניתן נגדה בעניין איידלסון היא שינתה את הודעותיה ואפשרה משלוח הודעות סירוב באמצעות מסרון, וזאת עוד טרם הגשת התביעה דנן.

לאור האמור לעיל, הנתבעת סבורה שיש לדחות את התביעה, ולחלופין לפסוק לתובע פיצוי בסך 1,000 ₪ בגין הודעה אחת בלבד. כן מפנה הנתבעת לפסיקה בדבר הפחתת סכום הפיצוי הקבוע בדין בנסיבות דומות למקרה דנן, וזאת בהתחשב בעובדות הבאות: ראשית, קיימת פסיקה שמתירה משלוח הודעות הסרב באמצעות קישור, כך שגם אם נפל פגם בהתנהלות הנתבעת הדבר לא נעשה בזדון; שנית, הנתבעת תיקנה את הודעותיה מיד לאחר פסק הדין בעניין איידלסון, וזאת טרם הגשת התביעה דנן ושלישית, התנהלות חסרת תום-הלב של התובע, ש"אורב" לחברות וממתין לשגגות בהודעות הפרסומת שלהן שבגינן יוכל להגיש תביעות נוספות.

4. ביום 6.1.2022 קיימתי דיון הוכחות בתובענה שבמהלכו נשמעו עדויות התובע ונציגת הנתבעת, הגב' קארין מוסצ'ו שרון. לאחר מכן סיכמו באי-כוח הצדדים טיעוניהם בעל-פה.

5. דיון והכרעה

לאחר שעיינתי בכתבי הטענות על נספחיהם, שמעתי את העדויות, התרשמתי מהעדים באופן בלתי אמצעי וכן לאחר ששמעתי את סיכומי באי-כוח הצדדים ובחנתי את הוראות הדין והפסיקה, הגעתי למסקנה שלפיה הודעות הנתבעת אינן עולות בקנה אחד עם הוראות חוק התקשורת. כן שוכנעתי



בית משפט השלום ברמלה

10 ינואר 2022

תא"מ 28019-09-20 מאירי נ' איזובר בתי קפה בע"מ

שהתובע פעל בחוסר תום-לב, עת בחר להגיש תביעתו רק לאחר קבלת 49 הודעות פרסומת, וממילא לאחר הסרתו מרשימת הדיוור של הנתבעת ביוזמתה היא, באופן המצדיק הפחתת הפיצוי הקבוע בגין באופן משמעותי, כך שדין התביעה להתקבל באופן חלקי בלבד. אבהיר את טעמי.

בהתאם לתקנה 82(ב) לתקנות סדר הדין האזרחי, התשע"ט-2018 פסק דיני ינומק באופן תמציתי.

6. האם התובעת הייתה רשאית לשלוח לתובע הודעת פרסומת?

סעיף 30א(ב) לחוק התקשורת מורה כי:

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

מלשון החוק עולה אפוא כי לצורך שיגור דבר פרסומת נדרשת הסכמה מפורשת מראש של הנמען, פרט לחריגים שנקבעו בחוק.

בסעיף 30א(ג) לחוק התקשורת נקבע:

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

(1) הנמען מסר את פרטיו למפרסם במהלך רכישה של מוצר או שירות, או במהלך משא ומתן לרכישה כאמור, והמפרסם הודיע לו כי הפרטים שמסר ישמשו לצורך משלוח דבר פרסומת מטעמו, באחת הדרכים האמורות בסעיף קטן (ב);

(2) המפרסם נתן לנמען הזדמנות להודיע לו כי הוא מסרב לקבל דברי פרסומת כאמור, דרך כלל או מסוג מסוים, והנמען לא עשה כן;

(3) דבר הפרסומת מתייחס למוצר או לשירות מסוג דומה למוצר או לשירות האמורים בפסקה (1)".

במקרה דנן, דומה שאין חולק כי לא ניתנה הסכמה מפורשת של התובע לקבלת מסרים שיווקיים מהנתבעת, בין בכתב ובין בשיחה מוקלטת, ולמצער לא הוצגה ראייה כאמור לבית המשפט. עם זאת, לטענת הנתבעת במהלך עסקה שביצע התובע עמה – בין על ידי הזמנת משלוח באתר הנתבעת ובין על ידי הזמנה טלפונית – הוא נחשף לתקנון הנתבעת ולחלופין למסר מוקלט שלפיהם פרטיו ישמשו למשלוח הודעות פרסומת. אבהיר כבר עתה שלבית המשפט לא הוצגה כל ראייה בהקשר זה, ואף לא הובהר באיזה מועד ביצע התובע הזמנה מהנתבעת, באיזה אופן היא בוצעה (הזמנה טלפונית או באתר הנתבעת) וכיצד נחשף התובע לאותו מידע נטען. כן לא הוצג לבית המשפט תקנון הנתבעת ולא הושמע המסר המוקלט הנטען. כידוע, בהתאם להוראות הדין וההלכה הפסוקה, נטל ההוכחה לכך שהתובע הסכים לקבלת הודעות פרסומת מוטל על הנתבע (סעיף 30א(ב) לחוק התקשורת; רע"א 1231/17 רז נ' אימפרשן מדיה בע"מ (20.4.17)).



בית משפט השלום ברמלה

10 ינואר 2022

תא"מ 28019-09-20 מאירי נ' איזובר בתי קפה בע"מ

1 לאור האמור לעיל, אין זאת אלא שהנתבעת דן לא עמדה בנטל הקבוע בדין להוכיח הסכמת התובע
2 לקבלת מסרים שיווקיים ממנה.

3
4 אוסיף כי אין בידי לקבל את טענת הנתבעת שלפיה היא סברה ששאלת הסכמת התובע להצטרף
5 לרשימת הדיוור שלה אינה מצויה במחלוקת, שכן התובע טען בכתב התביעה באורח מפורש שהוא לא
6 נתן הסכמתו כאמור, וזאת כבר בפתיח כתב התביעה. עניין זה אף עלה בישיבת קדם המשפט מיום
7 6.1.22, שבמהלכה טען התובע: "כן אכלתי במסעדה ולא ביקשתי שיוסיפו אותי לרשימת התפוצה.
8 לא מסרתי מעולם את הפרטים שלי. ציינתי בכתב התביעה שההודעות נשלחו ללא אישור שלי וללא
9 הסכמה שלי" (עמ' 1, שורות 12-14).

10
11 זאת ועוד; אף אם אקבל את טענת הנתבעת שלפיה התובע מסר לה את מספר הטלפון הנייד שלו במהלך
12 עסקה בין הצדדים, עניין שכאמור מוכחש על ידי התובע ולא הוכח על ידי הנתבעת, על הנתבעת מוטל
13 הנטל להוכיח כי היא הודיעה לתובע שהפרטים ישמשו למשלוח פרסומות, וכאמור לעיל לא הוצגה כל
14 אסמכתה בהקשר זה על ידי הנתבעת, חרף העובדה שמידע כאמור אמור להיות מצוי ברשותה (עמ' 9,
15 שורות 12-20). מעל ומעבר לדרוש, אוסיף כי לעניות דעתי ההודעה הראשונה שנשלחה לתובע באמצעות
16 מסרון מיום 29.5.2019 אינה מקיימת בנסיבות המקרה דן את הוראות סעיף 30א(ג) לחוק, וזאת
17 בהעדר אפשרות להודיע על סירוב לקבלת דברי פרסומות באמצעות משלוח מסרון "הסר", אלא רק על
18 ידי לחיצה על קישור, וזאת כפי שיפורט להלן.

19
20 מטעמים אלה, אני מקבלת את טענת התובע שלפיה הנתבעת לא הייתה רשאית לשלוח לו הודעות
21 שיווקיות בהתאם לסעיף 30א לחוק התקשורת.

7. האם נפל פגם באפשרות הסירוב שהציעה הנתבעת, באמצעות לחיצה על קישור בלבד?

22
23 סעיף 30א(ד)(1) לחוק שעוסק במשלוח הודעת סירוב מורה כי:
24 "הסכים הנמען לקבל דברי פרסומת לפי הוראות סעיף קטן (ב) או לא הודיע על סירובו
25 לקבלם לפי הוראות סעיף קטן (ג), רשאי הוא, בכל עת, להודיע למפרסם על סירובו לקבל
26 דברי פרסומת, דרך כלל או מסוג מסוים, ולחזור בו מהסכמתו, ככל שניתנה (בסעיף זה –
27 הודעת סירוב); הודעת הסירוב לא תהיה כרוכה בתשלום, למעט עלות משלוח ההודעה;
28 הודעת הסירוב תינתן בכתב או בדרך שבה שוגר דבר הפרסומת, לפי בחירת הנמען;".

29
30 כאמור לעיל, ההודעות שנשלחו לתובע כללו אפשרות סירוב אחת ויחידה, באמצעות לחיצה על קישור
31 ("לינק"). התובע סירב ללחוץ על הקישור לצורך הסרתו וזאת מחשש לוורוסים.

32
33
34 השאלה האם אפשרות הסירוב שהציעה הנתבעת בהודעותיה תואמת להוראות החוק נדונה בפסיקה
35 פעמים רבות, ללא הכרעה אחידה.



בית משפט השלום ברמלה

10 ינואר 2022

תא"מ 28019-09-20 מאירי נ' איזובר בתי קפה בע"מ

התובע מפנה לפסק דינו של בית המשפט העליון בעניין חזני שבו נקבע כי המפרסם שלח הודעת פרסומת ללא קבלת אישור מהנמען, כפי שנקבע בעניינו. בית המשפט העליון (כב' השופט פוגלמן) נדרש לשאלה האם יש להטיל על הנמען נטל להסיר את עצמו מרשימת התפוצה כאשר השולח אפשר לו להסיר את כתובתו מרשימת הדיוור באמצעות לחיצה על קישור, וקבע כי יש ליתן את הדעת גם לעובדה שהנמען אינו יודע אם ההודעה שנשלחה אליו היא ממקור אמין ובטוח, ועל כן קיים חשש שהוא עלול לחשוף עצמו לסיכון של הידבקות בוירוס ולנזק נוסף.

בפסיקה מאוחרת יותר נקבע כי במקרים שבהם הפרסומת נשלחה ממקור ידוע או ממקור אמין, כגון במקרה שבו הנמען נרשם אצל המפרסם לקבלת דואר וקיבל ממנו הודעות משך שנים ארוכות, החשש מווירוסים לא קיים (רת"ק (ת"א) 51774-07-20 רז המאושר נ' בזק החברה הישראלית לתקשורת בע"מ (30.7.2020); ע"א (ת"א) 17136-03-17 גרוס נ' דיינרס קלוב ישראל בע"מ ואח' (2.10.2018); תא"מ (הרצ' 50159-01-17 בלינזון נ' וי.אר אינטראקטיב בע"מ (28.2.2018)). דא עקא, מקרים אלה שונים מנסיבות המקרה שלפניי. ראשית, במקרה דנן לא הוכחה הסכמת התובע לקבלת פרסומות מהנתבעת כך שהתובע לא הביע אמונו בנתבעת ובפרסומיה. שנית, לא הוכחה זיקה ממשית בין התובע לנתבעת, כגון בין צרכן לבית עסק שאת שירותיו הוא צורך במשך שנים ארוכות, ונראה כי לכל היותר מדובר בסועד שביקר במסעדת הנתבעת.

נוסף על האמור לעיל, חרף מקרים שבהם הכיר בית המשפט באפשרות סירוב שהציע מפרסם על ידי לחיצה על קישור וזאת בנסיבות מסוימות שאינן דומות למקרה שלפניי, קיימת פסיקה אחרת, שקובעת כי צירוף קישור לדבר פרסומת אינו בין הדרכים המנויות בחוק למשלוח הודעת סירוב. וכדברי כב' השופטת שמולביץ בע"א 16321-03-20 עקיבא נ' טרוולייק בע"מ ואח' (20.9.2020):

"רבות נכתב על הסיכון הטמון בלחיצה על קישור, בין היתר בשל חשש מנוזקה אפשרית. אמנם, ניתן להבחין בין שולח המוכר לנמען, לבין שולח שאינו מוכר לנמען, ולאבחן את רמות החשש הסובייקטיבי של הנמען בכל מקרה ומקרה. רמת חשש זו, יכול שתילקח בחשבון בעת קביעת שיעור הפיצוי, אך אין בה כדי להביא לשלילת חבות השולח. לדידי, אין לחייב את הנמען בלחיצה על קישור הנשלח אליו, אף אם זה נשלח ממקור מוכר, ואין לזקוף לחובתו את העובדה שבחר שלא ללחוץ על קישור לשם הסרתו מרשימת תפוצה. זאת, מהטעם הפשוט שדרך זו של הסרה, גם אם היא נחזית לעיתים כיעילה יותר, אינה בין הדרכים המנויות בחוק למשלוח הודעת סירוב... יש לזכור כי תכלית החוק היא מניעת תופעת דואר הספאם ויצירת הרתעה יעילה של הרבים. סבורתני כי אין להטיל על הנמען את הנטל לבחון את מידת אמינותו ומהימנותו של קישור הנשלח אליו. הדגש צריך להיות מושם על התנהגות המעוול דווקא, ועל עמידתו בהוראות הברורות שקבע המחוקק".

כך נקבע גם בנוגע לנתבעת בעניין איידלסון:

"נהיר הדבר בעיני כי מתן אפשרות להפעיל, בהודעת-הטקסט ששלח המפרסם, קישור אשר משמיע סירוב, לא יוכל להיחשב "סירוב בדרך שבה שוגר דבר הפרסומת" – לשון-



בית משפט השלום ברמלה

10 ינואר 2022

תא"מ 28019-09-20 מאירי נ' איזובר בתי קפה בע"מ

1 החוק... הקישור כמוהו כשער בין יקומים: אינך יודע מה תמצא מעברו האחר – חתול,
2 מפלצת או ילדה יפה (כתב ושר: רמי פורטיס) – עד שהגעת לשם. הלחיצה עלולה להזיק.
3 שכרה עלול לצאת בהפסדה...
4 אך מובן כי אינני מבקש לייחס לנתבעת או למי מטעמה כוונה לטמון פח לתובע או להזיק לו.
5 מוכן אני לקבל את גרסתה כי לחיצה על הקישור מקשרת הייתה את התובע למערכת-
6 אלקטרונית ומאפשרת לנתבעת לדעת, כל צורכה, על סירובו לקבל ממנה פרסומות בעתיד.
7 ברם נהיר כי אין לחיצה על קישור ככתיבתה של הודעת-טקסט. זאת, לא רק משום ההבדל
8 הטכני בין השתיים אלא, בייחוד, לנוכח הסיכון אשר טבוע בלחיצה על קישוריות – בין
9 שהוא מעוגן במציאות ובין שהוא נחלת-מחשבתם של רבים... בהתחשב בתכליתו של
10 ההסדר שבסעיף 30א(ד)(1) לחוק התקשורת אין זו, אפוא, ה"דרך שבה שוגר דבר
11 הפרסומת" ואין לקבלה כמשקפת בחירה רצונית של הנמען".
12

13 לטעמי, לשון החוק נהירה וברורה, וממנה עולה כי שעה שהודעות הפרסומות נשלחו לתובע באמצעות
14 מסרונים היה על הנתבעת לאפשר גם את משלוח הודעת הסירוב באמצעות מסרון, קרי "באותה הדרך
15 בה שוגר דבר הפרסומת", כך שהאפשרות למשלוח הודעות סירוב שהציעה הנתבעת במקרה שלפניי
16 אינה עולה בקנה אחד עם הוראות החוק.
17

18 אשר על כן, לא ניתן לבוא בטרוניה לתובע על עצם סירובו ללחוץ על הקישור שצורף לפרסומות שנשלחו
19 אליו, כך שעל הנתבעת לפצות את התובע בגין ההודעות שנשלחו אליו שלא כדין, הן ללא הסכמתו והן
20 בהעדר אפשרות תקנית למשלוח הודעת הסירוב.
21

8. קביעת סכום הפיצוי ובחינת התנהלות הצדדים

22 סעיף 30 א(1) לחוק התקשורת קובע כי בית המשפט רשאי לפסוק לנמען פיצוי ללא הוכחת נזק
23 בסכום שלא יעלה על 1,000 ₪ בגין כל דבר פרסומת שקיבל בניגוד להוראות החוק.
24

25 בפסיקה נקבע כי במקרה של הפרת סעיף 30א לחוק יש לפסוק לתובע פיצוי כספי, וזאת למרות שהחוק
26 נוקט בלשון "רשאי". לאחרונה קבע בית משפט העליון שעסקינן בפיצויים ללא הוכחת נזק, ועל כן
27 קשה לחשוב על נסיבות שיצדיקו שלילת פיצוי כליל (רע"א 7064/17 ערד נ' מנקס אונליין טרייד אין
28 בע"מ (11.2.2018)). כן נקבע שנקודת המוצא בקביעת גובה הפיצוי היא הרף העליון שקבע המחוקק
29 ומסכום זה בידי בית המשפט להפחית על פי שיקול דעתו (רע"א 9162/16 יוגב עזרא נ' הזנק להצלחה
30 בע"מ (5.1.2017)).
31

32 במסגרת קביעת סכום הפיצוי על בית המשפט לשקול, בין היתר, את היקף ההפרה, עידוד הנמען לממש
33 את זכויותיו, אכיפת החוק והרתעה מפני הפרתו. ההלכה הפסוקה מורה שנקודת המוצא היא שתביעה
34 בגין הפרה בודדת תזכה את התובע במלוא הסכום הקבוע בחוק התקשורת כדי שתושג התכלית
35 ההרתעתית. עם זאת, ככל שמספר ההודעות עולה, כך גדלה התקרה שבית המשפט רשאי לפסוק, אולם
36



בית משפט השלום ברמלה

10 ינואר 2022

תא"מ 28019-09-20 מאירי נ' איזובר בתי קפה בע"מ

עליו להיעצר בסכום המשקף הרתעה יעילה בנסיבות העניין ולא מעבר לכך (עניין חזני). כן נקבע בפסיקה שאין חובה לערוך חישוב אריתמטי מדויק של סכום פיצוי בגין כל הודעה בנפרד, וניתן לפסוק פיצוי גלובאלי (ע"א 2207-10-18 שופמינד בע"מ ואח' נ' אברהם ואח' (23.1.19)), כאשר בין יתר השיקולים בקביעת גובה הפיצויים יש לבחון גם את התנהלות הנפגע (רע"א 1868/16 ישי רז נ' עופר האפרתי (19.6.2016); ע"א 4704/20 יונתן בן עמי נ' FACEBOOK IRELAND LTD (9.2.2021)).

במקרה דנן, עסקינן בפרסום מסחרי שאינו כולל מסר פוגעני. הודעות הפרסומת, 49 במספר, נשלחו ללקוח של הנתבעת, מבלי שהתובע נתן הסכמתו לכך מראש. ההודעות נשלחו לטלפון הנייד של התובע, בשעות שונות, במשך תקופה של כ-10 חודשים, כך שעסקינן בממוצע של הודעה אחת לשבוע (למרות שבפועל ההודעות נשלחו לעיתים בהפרש של יום אחד בין הודעה להודעה ובמקרים אחרים בהפרשים ממושכים יותר). לטעמי, שעה שלא הוכח שהתובע הסכים לקבל הודעות מסוג זה למכשיר הטלפון הנייד שבבעלותו, לעיתים במהלך יום העבודה ולעיתים בשעות הערב, ובהינתן שההודעות לא כללו אפשרות למשלוח הודעת סירוב בהתאם להוראות הדין יש לראות בהן מטרד של ממש, שמצדיק פסיקת פיצוי כספי. עם זאת, לזכות הנתבעת עומדת העובדה שהנתבעת כללה בהודעותיה אפשרות סירוב, גם אם זו אינה תואמת להוראות הדין, וכן העובדה שהנתבעת שינתה את אופן משלוח ההודעות עוד טרם הגשת התביעה דנן, ואף ככל הנראה הסירה ביוזמתה את התובע מרשימת הדיוור שלה לאחר פסק הדין בעניין איידלסון.

כן יש ליתן את הדעת לכך שהתובע – שאין חולק שהוא תובע סדרתי מיומן ומקצועי, הבקי היטב בהוראות החוק ובהלכה הפסוקה – בחר לשגר הודעת סירוב לנתבעת במסרונים, כאשר היה עליו לדעת שהמסרונים אינם נשלחים לנתבעת. התובע אף קיבל התראה בטלפון הנייד שלו שמסומנת בצבע אדום, שלפיה: "Not sent. Tap again". בחקירתו הנגדית הוא לא שלל שהיה מודע לכך בזמן אמת (עמ' 7, שורות 16-17). אשר על כן, טענת באת כוח התובע שלפיה התובע לא היה מודע לכך ולא שם ליבו להתראה המופיעה הן על הצג הראשי של הטלפון הנייד והן בגוף ההודעות עם הנתבעת (עמ' 7, שורות 23-24), אינה מקובלת עליי כלל ועיקר.

בנוסף, יש לזכור שהודעת הסירוב הראשונה "נשלחה" על ידי התובע ביום 20.3.2029, בעוד שהודעת הפרסומת הראשונה התקבלה ביום 29.5.2019, קרי לאחר כ-10 חודשים בלבד. עת נשאל בחקירתו הנגדית מדוע לא פנה לנתבעת קודם לכן, התובע לא סיפק הסבר מניח את הדעת (עמ' 8, שורות 15-19). בנוסף, אין חולק שהנתבע לא פנה לנתבעת בכל דרך אחרת להפסקת המטרד, לרבות משלוח דואר אלקטרוני, שיחת טלפון או כל דרך אחרת, וזאת מבלי שהתעלמתי מפסיקת בית המשפט העליון בעניין גלסברג שלפיה אין על התובע בתביעות מסוג זה חובה שבדין להקטנת נזקו. לטעמי, התנהלות זו מלמדת על חוסר תום ליבו של התובע, שכן בדרך זו צבר התובע 49 הודעות (!), חרף העובדה שניתן היה להסיר את המטרד קודם לכן, בין באמצעות פנייה לנתבעת או על ידי הגשת התביעה בזמן סביר לאחר קבלת ההודעה הראשונה, זאת בשונה מהתובע בעניין איידלסון. יתרה מכך, התובע אף אישר בחקירתו הנגדית כי במספר פסק דין שניתנו בעניינו נקבע שהוא פעל בחוסר תום לב במטרה להגדיל את סכומי



בית משפט השלום ברמלה

10 ינואר 2022

תא"מ 28019-09-20 מאירי נ' איזובר בתי קפה בע"מ

התביעות (עמ' 6, שורות 23-24) ועל כן מצופה היה שהתובע יפנים את דברי בית המשפט (ראו למשל תא"מ 11364-02-19 מאירי נ' וי.אר אינטראקטיב בע"מ, פסקה 8 לפסק הדין (6.2.2020); תא"מ (בת-ים) 49869-09-20 ירון מאירי נ' ליטל עמאר (2.5.2021)), אך לדאבון הלב הדבר לא נעשה.

מעדות התובע אף עולה כי הסרתו מרשימת הדיור של הנתבעת נעשתה ביוזמתה של הנתבעת, כך שאילולא עשתה כן, לא מן הנמנע שהתביעה הייתה מוגשת בסופו של יום על סכום גבוה יותר באופן ניכר, לאחר "צבירת" שלל הודעות נוספות.

שיקולים אלה עומדים לחובת התובע, ומביאים אותי לידי מסקנה שיש לפסוק לתובע פיצוי על הרף הנמוך, בסכום של 100 ₪ להודעה, ובסך הכול סך של 4,900 ש"ח.

9. סוף דבר

נקבע שהנתבעת לא הייתה רשאית לשלוח הודעות פרסומת לתובע.

בנוסף, הודעות הנתבעת, כפי שנשלחו לתובע, אינן עולות בקנה אחד עם הוראות חוק התקשורת בכל הנוגע לאופן משלוח הודעת הסירוב. עם זאת, יש להתחשב בעובדה שהנתבעת כללה בהודעותיה אפשרות למשלוח הודעת סירוב וכן בכך שהנתבעת תיקנה את מחדליה עוד טרם הגשת התביעה דנן.

כן הגעתי לכלל מסקנה שהתובע פעל בחוסר תום-לב, עת בחר להגיש תביעתו רק לאחר שקיבל 49 הודעות פרסומת, וממילא לאחר הסרתו מרשימת הדיור של הנתבעת ביוזמתה, באופן שמצדיק הפחתת הפיצוי הקבוע בדין באופן משמעותי, ולהעמידו על סך של 100 ₪ לכל אחת מההודעות.

10. אשר על כן, אני מורה על קבלת התביעה באופן חלקי, ומחייבת את הנתבעת לשלם לתובע פיצוי כספי בסך 4,900 ₪. בנוסף, אני מחייבת את הנתבעת לשאת בהוצאות התובע ובשכ"ט עו"ד בסך 2,500 ₪. סכום זה, בסך כולל של 7,400 ₪, ישולם לתובע בתוך 30 יום, אחרת יישא הפרשי הצמדה וריבית כדין מיום מתן פסק הדין ועד למועד התשלום בפועל.

זכות ערעור כדין.

המזכירות תמציא עותק מפסק הדין לצדדים.

ניתן היום, ח' שבט תשפ"ב, 10 ינואר 2022, בהעדר הצדדים.

זהבית חמו, רשמת בכירה



בית משפט השלום ברמלה

10 ינואר 2022

תא"מ 28019-09-20 מאירי נ' איזובר בתי קפה בע"מ

1

