



בית משפט לתביעות קטנות בהרצליה

ת"ק 53483-05-14 שלוו נ' אלבר ציי רכב (ר.צ.) בע"מ

בפני כב' השופט אילן סלע

התובע

אורן שלוו

נגד

הנתבעת

אלבר ציי רכב (ר.צ.) בע"מ

פסק דין

- 1
- 2
- 3 1. ביום 09.02.14 רכש התובע מהנתבעת אופנוע חדש. במסגרת עסקת הרכישה הובטחה
- 4 לתובע חבילת אביזרים שכללה, בין היתר, שרשרת לקשירת האופנוע. לטענתו, צוין בפניו כי שווי
- 5 השרשרת הינו 900 ₪. ואולם, חרף ההבטחה, עד היום, ועל אף פניות חוזרות ונשנות לנתבעת,
- 6 היא לא סיפקה לו את השרשרת.
- 7
- 8 2. בנוסף נטען, כי החל מסמוך למועד רכישת האופנוע ובמשך חודשים, שיגרה אליו
- 9 הנתבעת דברי פרסומת באמצעות הודעות SMS למכשיר הטלפון הסלולארי שלו. דברי הפרסומת
- 10 כללו מסר מסחרי שמטרתו לעודד רכישת מוצר או שירות, הוצאת כספים או חיזוק מותגי
- 11 הנתבעת.
- 12
- 13 3. לדבריו, דברי הפרסומת שוגרו אליו מבלי שנתן את הסכמתו המפורשת לקבלתם. הנתבעת
- 14 אף אינה מאפשרת לו להסיר את שמו ממאגריה בדרך הקבועה בדין. זאת ועוד, גם לאחר ששלח
- 15 לה הודעת SMS חוזרת ובה ביקש להסירו מרשימות התפוצה, הוא המשיך לקבל הודעות נוספות.
- 16 סך הכול, שלחה לו הנתבעת 19 הודעות.
- 17
- 18 4. בנסיבות אלו, הוא הגיש את תביעתו כנגד הנתבעת לפיצוי בסך של 19,000 ₪, סך של
- 19 1,000 ₪ לכל הודעה בהתאם להוראת סעיף 30א' לחוק התקשורת (בזק ושירותים), תשמ"ב –



בית משפט לתביעות קטנות בהרצליה

ת"ק 53483-05-14 שלוו נ' אלבר ציי רכב (ר.צ.) בע"מ

- 1 1982 (להלן: "חוק התקשורת"); סך של 900 ₪ בגין השרשרת שלא סופקה לו; וסך נוסף של
2 1,100 ₪ פיצוי בגין אובדן זמן ועוגמת נפש. הוא העמיד את תביעתו על סך של 21,000 ₪.
3
4 .5 בהגנתה טענה הנתבעת, כי השרשרת אכן הובטחה לתובע אך היא אזלה מן המלאי שלה.
5 היא הציעה לתובע לקבל הטבה חלופית שוות ערך לשרשרת או להפחית את סכום ההטבה מאביזר
6 אחר שהוא ירכוש אצלה או להמתין עד להגעת שרשרת מחו"ל. לטענתה, התובע בחר להמתין
7 להגעת השרשרת מחו"ל.
8
9 .6 באשר להודעות ששלחה, ציינה הנתבעת כי מעולם לא שלחה אל התובע מידע פרסומי
10 ו/או שיווקי לקידום עסקיה או רכישת מוצר או שירות, אלא אך ורק מתנות שאינן מותנות בכל
11 פעולה ו/או תשלום מצדו. היא הוסיפה כי על אף שמדובר במתנה היא אפשרה לתובע להודיע לה
12 כי הוא מסרב לקבל מסרונים מעין אלו ולהסירו מרשימת התפוצה בלחיצה על קישור הנמצא בגוף
13 ההודעה, אך התובע לא עשה שימוש באפשרות זו ולא פנה אליה בדרישה להסירו בכל דרך שהיא.
14
15 .7 בדיון שהתקיים ביום 28.08.14 שבו הצדדים על טיעוניהם והתובע ציין ואף הציג לבית
16 המשפט כי שעה שהוא לוחץ על הקישור שנשלח אליו במסגרת ההודעה מהנתבעת, הוא מקבל
17 הודעה בה מוצגים מתנות למי שייכנס לעמוד הפייסבוק של הנתבעת ויבצע פעולות שונות
18 המצוינות בהודעה. לדבריו, עמוד הפייסבוק של הנתבעת הינו עמוד מסחרי הכולל מידע פרסומי
19 עבור עבודותיה ושירותיה, ופעילות הנעשית בו חושפת את הנתבעת בפני משתמשים אחרים
20 ומקדמת את עסקיה. מדובר, אפוא, בפרסומת מושווית הבאה בגדרי דבר פרסומת כמשמעותו
21 בחוק התקשורת. הנתבעת מצדה שבה על טענותיה וטענה כי מדובר במתן מתנות בלבד.
22
23 .8 הדין עם התובע.
24
25 .9 ראשית לעניין השרשרת. לא הייתה מחלוקת כי הנתבעת התחייבה לספק לתובע שרשרת
26 במסגרת עסקת רכישת האופנוע. לא הייתה מחלוקת כי השרשרת לא סופקה. גם לא הייתה
27 מחלוקת של ממש על שוויה של השרשרת המובטחת. כל שטענה הנתבעת היה כי הציעה לתובע
28 הצעות חלופיות אך הוא סרב. בנסיבות אלו, שעה שאין מחלוקת כי כחלק מהעסקה הובטחה
29 לתובע שרשרת על הנתבעת לקיים את התחייבותיה, וגם אם תחילה הסכים התובע להמתין עד



בית משפט לתביעות קטנות בהרצליה

ת"ק 53483-05-14 שלוו נ' אלבר ציי רכב (ר.צ.) בע"מ

- 1 להגעת משלוח חדש של שרשראות, עתה בחלוף למעלה מחצי שנה, הנתבעת חבה לפצות את
2 התובע בשווי השרשרת שלא סיפקה לו, היינו בסך של 900 ₪.
3
4 10. ובאשר למשלוח ההודעות. אכן, ההודעות שנשלחו לתובע, על פניהן, הן הודעות
5 המציעות מתנות חנם. כך למשל, הוצע בהן "ארוחת ארבע מפנקת במיוחד", "ארוחת צהריים
6 מאוחרת", "כרטיס זוגי למופע", "מגש פיצה עד הבית" ועוד. על מנת לקבל את המתנה היה על
7 מקבל ההודעה ללחוץ על הקישור המופיע בהודעה. או אז, נפתחה בפניו הודעה נוספת ובה נכתב
8 כיצד ניתן לקבל את המתנה.
9
10 11. אכן, מההודעות שנפתחו בפני התובע אותן צרף לתביעתו, לצורך קבלת המתנה לא היה
11 צריך לשלם בכסף, אך היה צריך "לשלם" בכתיבת תוכן בעמוד הפייסבוק של הנתבעת. כך,
12 למשל, על מנת לקבל במתנה אוזניית Bluetooth לקסדה, היה צורך בכתיבת סיפור "על השיחה
13 הכי מוזרה שהייתה לכם בחיים". לשם קבלת מגש פיצה היה צורך לשתף בתמונה, וגם אז היו
14 זוכים בכך רק 30 הראשונים שעשו זאת. הנה כי כן, מתברר כי גם ל"חנם" יש מחיר. לא זו בלבד
15 שאין ממש בטענת הנתבעת בכתב הגנתה כי בהודעות הוצגו "אך ורק מתנות שאינן מותנות בכל
16 פעולה ו/או תשלום" (ההדגשה אינה במקור – א.ס.), אלא שה"תשלום" בדמות הפעולות
17 הנזכרות, נעשה באמצעות גלישה באתר הפייסבוק של הנתבעת שהיא חברה מסחרית ואתר
18 הפייסבוק שלה משמש אותה לצרכיה המסחריים, ולו באמצעות גלישה של אנשים שונים ורבים
19 בו.
20
21 12. "דבר פרסומת" מוגדר בסעיף 30א' לחוק התקשורת כ"מסר המופץ באופן מסחרי,
22 שמטרתו לעודד רכישת מוצר או שירות או לעודד הוצאת כספים בדרך אחרת". די נהיר, כי גם
23 הצעות לתת מתנה, וודאי בנסיבות מקרה זה, בין היתר, הדרך בה ניתן לזכות ב"מתנה" והתמורה
24 שיש לשלם תמורתה, כמו גם אופן ומקום מתן התמורה, מהוות פרסומת. ברי כי הדבר נעשה על
25 מנת למשוך את קוראי ההודעות ומקבלי ה"מתנות" לרכוש את שירותי הנתבעת וזאת לשם קידום
26 עסקיה ומטרותיה, שהן כמובן מטרות רווחיות. ברי לכל, כי הנתבעת אינה מחלקת מתנות מתוך
27 נדיבות לב גרידא, ומצג המתנה נועד להסוות את המטרה האמיתית שלה שהיא חשיפת מקבל
28 המתנה לדבר פרסומת (השוו: ת"א 1586/09 חיות נ' קנטור (פורסם בנבו, 5.04.11)).
29



בית משפט לתביעות קטנות בהרצליה

ת"ק 53483-05-14 שלוו נ' אלבר ציי רכב (ר.צ.) בע"מ

13. ככל דבר חקיקה, גם את חוק התקשורת, יש לפרש על פי תכליתו. בדברי ההסבר להצעת
1 חוק התקשורת (הצעת חוק התקשורת (בזק ושירותים) (תיקון מס' 33), תשס"ה-2005 (הצעות
2 חוק הממשלה 182 (תשס"א) 886) נאמר:
3
4 נוכח ריבוי הפרסומים המגיעים ישירות לבתים פרטיים, באמצעות פקס,
5 הודעות SMS והודעות דואר אלקטרוני, מצד משווקים ומפרסמים המבקשים
6 להציע מוצריהם, גובר הצורך להגן על פרטיותם של האזרחים מפני שיטפון
7 פרסומי זה, שעל פי רוב, הם אינם מעוניינים בו...
8 הצעת חוק זו באה להסדיר את ההתקשרות הזו ולאסור עליה בהעדר הסכמת
9 הנמען, כך שמותר יהיה להתקשר לצורך שיווק או פרסום של מוצר או
10 שירות רק לאחר קבלת הסכמה מראש.
11
14. לאחרונה (רע"א 1954/14 חזני נ' הנגבי (סיתונת מועדון דאיה ורחיפה במצנחים)
12 (פורסם בנבו, 4.08.14); רע"א 2904/14 גלסברג נ' קלאב רמון בע"מ (פורסם בנבו, 27.07.14)),
13 עמד בית המשפט בצורה נרחבת על תכליותיו של החוק במיגור תופעת ה-"Spam" וסקר את
14 הנזקים השונים הנגרמים מתופעת ה-"Spam" שהמחוקק בחר להילחם בה באמצעות סעיף 30א'
15 לחוק התקשורת. בין היתר ציין בית המשפט את נזקי המטרד שבתופעה זו, הן באשר לתוכן
16 ההודעות המכילות לא פעם מידע שקרי או פוגעני שמגיע לנמען אשר אינו חפץ בו; הן בשל
17 הסכנה בגרימת נזק למחשב או למכשיר מקבל ההודעה בדרך של הפצת וירוס; הן בשל הזמן
18 המצטבר לסינון הודעות מעין אלו ומחיקתן; והן בשל הפגיעה בהתפתחותו של המסחר
19 האלקטרוני ופגיעה בעסקים בשל אבדן זמן והשקעת משאבים. ומעל הכול הפגיעה בפרטיותו של
20 המשתמש ברשת והטרדתו.
21
22
15. נוכח תכלית זו, נדמה כי לא זו בלבד שגם פרסום הנעשה על דרך של מתן מתנה חוסה
23 בכנפי החוק, ולא זו בלבד שקבלת טענת הנתבעת כי הפצת הודעות בדרך זו אינה מנוגדות
24 להוראות החוק, תרוקן את החוק מתוכן, אלא ששיטה זו שנועדה לעקוף את הוראות סעיף 30א'
25 לחוק התקשורת, שעה שהטרדת הפרט נעשית בדרך מתוחכמת יותר ומטרידה יותר, יש בה
26 חומרה יתרה.
27
28
16. זאת, מפני שאדם המקבל פרסומת המעידה מעצמה באופן ישיר על כוונתה, מותירה
29 למקבל את האפשרות להתעלם ממנה לאלתר (לכן, בין היתר בין התנאים למשלוח הודעה מותרת
30 לפי חוק התקשורת הוא ציון בנושא ההודעה את דבר היותה הודעת פרסומת – סעיף 30א'(ה)(1)
31 לחוק התקשורת). מאידך, שעה שהמקבל סבור שהוא מקבל מתנה, מטבעו של עולם קיימת
32



בית משפט לתביעות קטנות בהרצליה

ת"ק 53483-05-14 שלוו נ' אלבר ציי רכב (ר.צ.) בע"מ

- 1 אפשרות סבירה יותר שהוא יפעל לקבלה – וזהו הרציונל השיווקי העומד אחר הפרסום בדרך זו –
2 ורק לאחר שהוא מבקש לקבל את המתנה הוא נחשף ל"תמורה" שעליו לשלם, אם בפעולה כלשהי
3 ואם בהיחשפות לתוכן פרסומי אחר של המפרסם.
4
- 5 17. בשים לב לאמור, ההודעות ששלחה הנתבעת לתובע הן אכן דבר פרסומת כמשמעותו
6 בחוק התקשורת.
7
- 8 18. באשר לשאר טענות הנתבעת יצוין כי העובדה שהתובע נמצא ברשימת הלקוחות של
9 הנתבעת אינה מתירה שיגור דברי פרסומת, כל עוד לא נתקיימו הוראות סעיף 30א'(ב) ו30א'(ג)
10 לחוק התקשורת, דהיינו, שהנמען נתן הסכמתו או שבעת מסירת פרטיו במהלך רכישה של מוצר
11 או שירות הודיע לו המפרסם כי הפרטים שמסר ישמשו לצורך משלוח דבר פרסומת מטעמו ונתן
12 לו הזדמנות להודיע לו כי הוא מסרב לקבל דברי פרסומת. הנתבעת לא הצביעה על קיום תנאים
13 אלו במקרה זה.
14
- 15 19. גם טענת הנתבעת כי אפשרה לתובע להודיע לה כי הוא מסרב לקבל מסרונים ולבקש
16 להסירו מרשימת התפוצה באמצעות לחיצה על הקישור הנמצא בגוף ההודעה שמוכיל ישירות
17 להסרה והתובע בחר שלא לעשות כן, אין בו להועיל לה. שכן, לא זו בלבד שעיון בהודעות מלמד
18 כי לא צוינה בהן אפשרות ההסרה באמצעות לחיצה על קישור; ולא זו בלבד שמשתמש שאינו
19 פתוח לגלישה באינטרנט אינו יכול להגיע להודעה שאולי ממנה ניתן לפעול להסרה; ולא זו בלבד
20 שבהתאם להוראות סעיף 30א'(ד) לחוק התקשורת על המפרסם לאפשר – במקרה בו שיגור
21 הפרסומת מותר – משלוח הודעת סירוב גם בדרך בה שוגר דבר הפרסומת; אלא שבמקרה זה, כפי
22 שעולה מתצלום הודעות התובע לנתבעת, הוא אכן ביקש הסרה בדרך של משלוח "השב" להודעה
23 שנשלחה לו, אך שמו לא הוסר והוא המשיך לקבל הודעות. במקרה זה אפוא, הפרה הנתבעת לא
24 מעט מהוראות חוק התקשורת.
25
- 26 20. בהתאם להוראות סעיף 30א'(י)(3) לחוק התקשורת בקביעת גובה הפיצויים לדוגמה על
27 בית המשפט לשקול בין היתר את השיקולים הבאים: אכיפת החוק והרתעה מפני הפרתו; עידוד
28 הנמען למימוש זכויותיו; והיקף ההפרה. במקרה זה, לא נמצא שיקול שיש בו כדי לפעול לטובתה
29 של הנתבעת, אדרבה, כאמור, במשלוח ההודעות בדרך של הבטחת מתנה גלומה חומרה יתרה



בית משפט לתביעות קטנות בהרצליה

ת"ק 53483-05-14 שלוו נ' אלבר ציי רכב (ר.צ.) בע"מ

1 בנסיבות העניין. בד בבד, לא התרשמתי כי התובע פעל בחוסר תום לב אל מול הנתבעת. בשים לב
2 לכל האמור, אני מחייב את הנתבעת לשלם לתובע סך של 1,000 ₪ עבור כל הודעה ובסך הכול
3 סך של 19,000 ₪. זאת בנוסף לחיובה בתשלום שווי השרשרת שהובטחה לתובע, כאמור.
4
5 הנתבעת תשלם אפוא, לתובע סך של 19,900 ₪ וכן הוצאות בסך של 700 ₪ נוספים (הכולל גם
6 את אגרת המשפט ששילם).
7
8 הסכומים ישולמו בתוך 30 יום.
9
10 ערעור ברשות לבית המשפט המחוזי בתוך 15 יום.
11
12 המזכירות תשלח את פסק הדין לצדדים.
13
14 ניתן היום, ה' אלול תשע"ד, 31 אוגוסט 2014, בהעדר הצדדים.
15

אילן סלע, שופט

16
17
18
19