

ת"ל 514919539-11-15

בניית משפט השלום
בתל אביב

בעניין:

אופיר לב ת.ז. 040833816

ע"י ב"כ עוה"ד אופיר לב מ.ר. 63763
מרח' הרב קוק 80, הרצליה 4650514
טלפון: 09-7415737; פקס: 09-7446661
דואר אלקטרוני: ofirlevlaw@gmail.comהתובע

- נגד -

קידום נט בניית אתרים בע"מ ח.פ. 514919539

מרח' הרב כהנמן 111 בני ברק מיקוד 5155357
טל 074-7174040. פקס: 074-7174030
דואר אלקטרוני: office@kidumnet.co.ilהנתבעתמהות התביעה: כספית (חוק התקשורת (בזק ושידורים), הפרת חובה חקוקה).
סכום התביעה: 3,000 שקלים חדשים.**כתב תביעה בסדר דין מהיר**

"ספאם" הוא מטריד ממשי. הוא מפריע. הוא מציק. הוא גוזל זמן. הוא חודר אל הפרטיות. הוא מריח מניצולו של האחר למטרותיו¹.

מוגש בואת כתב תביעה מסוג תביעה כספית, וזאת בעקבות הטרדות שיווקיות ושליחת פרסומות אל התובע מטעם הנתבעת.

תביעה זו עניינה בהפרות של סעיף 30א לחוק התקשורת (בזק ושידורים), תשמ"ב-1982 ולהלן- החוק) מצד הנתבעת כלפי התובע, וללא כל הסבר מוצדק. מכאן באה תביעה זו לעולם.

א. בעלי הדין בתיק:

1. התובע הינו אדם פרטי. למען הגילוי הנאות התובע הוא עורך דין מ.ר. 63763. (להלן- התובע).

2. הנתבעת הינה חברה לבניית אתרים ולקידום ושיווק באינטרנט (להלן- הנתבעת).

העתק פרטי העסק מצורפים בזאת לכתב תביעה זה ומסומנים בתור נספח 1 והינם חלק בלתי נפרד הימנו.

¹ כבוד השופט גיא הימן בעניין 31524-02-15 גיא אבידור נ' פוני בי. זד, אם בע"מ (פורסם בנבו).

ב. העובדות הרלוונטיות לעניינינו

3. התובע החל לקבל מהנתבעת "דברי פרסומת" בדוא"ל ולנייד כהגדרתם בחוק, וזאת מבלי שנרשם למאגר ו/או הסכים לקבל "דבר פרסומת" ממנה כאשר מעולם לא נתן לנתבעת אישור לקבל ממנה דברי פרסום וכאשר לא ברור כיצד הגיע לנתבעת כתובת דוא"ל או את מספרו וזאת על אף בקשות חוזרות ונשנות לנתבעת להסביר כיצד קיבלו את הפרטים.

העתק דברי הפרסומת מצורפים בזאת לכתב הביעה זה ומסומנים בתור נספח 2 והינם חלק בלתי נפרד הימנו.

4. כמו כן, הנתבעת מוסיפה חטא על פשע ועוברת על חוק הגנת הצרכן כאשר מציעה אתר "חינם" כפי שניתן לראות בנספחים 1-2 אך מתנתת זאת בעלויות איחסון, בתשלום ותקופת התחייבות מינימאלית ככה שלמעשה אין הנתבעת נותנת אתר חינם.

ג. המסגרת הנורמטיבית

5. יפים לעניין זה דבריו של כבוד השופט ע' פוגלמן לאחרונה בהלכת חזני²:

ההתפתחויות הטכנולוגיות והשימוש ההולך וגובר בתקשורת האלקטרונית הוליד את התופעה הידועה כ"דואר זבל" (UCM – Unsolicited Commercial Message או "Spam") - הפצה המונית של הודעות פרסומת בלתי רצויות ובהם הודעות דואר אלקטרוני, הודעות טלפוניות מוקלטות, SMS ("מסרונים"), מכתבי פקסימיליה וכיוצא באלה. הספאם מהווה מסרר ציבורי הגורם לנזקים רחבי היקף. כאשר הוא נשלח באמצעות הודעות דואר אלקטרוני הוא גורם לבעיות מכמה סוגים: הסוג הראשון נוגע לתוכן של הודעות הפרסומת - תדיר שהן מכילות מידע שקרי או פוגעני שמגיע לנמען אשר אינו חפץ בו. דוגמאות שכיחות הן פרסומים של אתרי הימורים, פורנוגרפיה, דרכים מהירות להתעשרות או מכירת מוצרים או שירותים שונים שהנמען לא הביע עניין ברכישתם. הבעיה מחמירה כשקטינים נחשפים להודעות ונפגעים מתוכן. דואר הזבל אף משמש להפצת וירוסים באמצעות תכנים מניפולטיביים. דרך נפוצה היא קישורית המנוסחת בסגנון: "אם ברצונך להסיר את עצמך מרשימת תפוצה זו, לחץ כאן". אלא שלחיצה עלולה להפיץ וירוס שיויק למהשב ועלול לגרום לאובדן של מידע יקר ערך, לעלויות הכרוכות בניסיון לשקמו ולעגמת נפש. סוג שני של בעיות נוגע לפגיעה בפרטיות של הנמען, שכתובת הדואר אלקטרוני שלו הועברה לשולח ונעשה בה שימוש בלא הסכמתו. סוג שלישי של בעיות נוגע לשימוש בדואר האלקטרוני כאמצעי תקשורת. קלות ההפעלה ועלותו

² רע"א 1954/14 אילן חזני נ' שמעון הנגבי (סיתונות מועדון דאיה ורחיפה במצנחים).

הנמוכה של הדואר האלקטרוני הפכה אותו לאמצעי תקשורת נפוץ ויעיל. עסקים רבים משתמשים בו כאמצעי תקשורת מרכזי. תופעת הספאם פוגעת ביעילות ובתועלת שהעסקים מפיקים ממנו ופוגמת במסחר. הסוג הרביעי והמשמעותי מכולן נוגע להעברת העלויות הכרוכות בשימוש בדואר האלקטרוני מן המפרסם אל הנמען וספקי התקשורת. דואר הזבל כופה על הנמענים, בעל כורחם, לבצע פעולות רבות ותדירות של מיון דואר אלקטרוני. זמן רב מבזבז על סינון והפרדה בין ההודעות הרצויות לבין כלל ההודעות המתקבלות. מעבר על כל ההודעות הוא פעולה שצורכת זמן, והסינון האמור – שנעשה על בסיס יומיומי – מצטבר לכדי פרקי זמן ממושכים. מחקרים מצאו שהזמן המבזבז לטיפול בדואר זבל בארצות הברית בלבד הסב נזקים המגיעים כדי 20 מיליארד דולר בשנה בגין אובדן פריון בעבודה (ראו Justin M. Rao & David H. Reiley, *The Economics of Spam*, 26 J. Econ. Persp. 87, 87-89 (2012)). הספאם מטיל עלויות משמעותיות גם על ספקי התקשורת. ההערכה היא שכ-20% מהתשלום החודשי לספקי הרשת מיוחס לעלויות הטיפול בדואר הזבל, שכן כל דואר כזה שמועבר לנמען עובר דרך ספק הרשת שלו. בעוד שהמפרסם נושא בעלות מזערית בלבד עבור הפרסום (בעלות פחותה ממאה דולרים אפשר לשלוח הודעת פרסומת למיליון איש), יתר העלויות מגולגלות אל כתפיהם של הנמענים ושל ספקי הרשת. בין היתר נושאים הנמענים בעלויות של זמן, תשלום עבור קו הטלפון, אי-נחתות ואיבוד דואר רצוי; ואילו הספקים נושאים בעלויות של רכישת אמצעי הגנה (תוכנות וכזה אדם), ציוד חדיש וקווי תקשורת רחבים יותר. לבסוף, דואר זבל פוגע גם בצדדים שלישיים שאינם במעגל התקשורת בין המפרסם לנמען: פגיעה במוניטין של גופים שכתובות הדואר שלהם משמשות מסווה למפרסמים (ראו אלעד נ' שרף "דואר-זבל בישראל – סקירת הדין המצוי והדין הרצוי" חשפט ועסקים ג' 425, 431-438 (2005) (להלן: שרף); יהודה טרואן חקיקה למניעת הפצה של דואר זבל (הכנסת, מרכז המחקר והמידע, 2007); עניין גלסברג, בפסקה ח).

6. בדברי החסבר להצעת החוק (ה"ח 182 (תיקון מסי 33)), התשמ"ה-2005) צוין, כי:

"תופעת ההפצה ההמונית של הודעות פרסומת בלתי רצויות באמצעות רשתות תקשורת (לרבות באמצעות דואר אלקטרוני, הודעות SMS ופקסימיליה), המכונה "spam", הפכה בשנים האחרונות למטרד ציבורי כלל-עולמי, והיקפה מצוי במגמת עליה חדה. יודגש כי התופעה והיקפה מצויים במגמת עליה חדה (לפי נתונים שפרסמה נציבות האיחוד האירופי, בשנת 2003 עלה נפח הודעות ה-spam המופצות באמצעות דואר אלקטרוני על 50% מכלל התעבורה העולמית של הודעות דואר אלקטרוני).

תופעה ה spam מעוררת בעיות כמישורים שונים, ובהן- בעיות של אבטחת מידע, חזירה למחשבים ללא היתר והפצת וירוסים, פגיעה בפרטיותו של המשתמש ברשת הטרדה,

פגיעה בהתפתחותו של המסחר האלקטרוני, פגיעה בעסקים בשל אובדן זמן והשקעת משאבים. תופעה זו מעמיסה עלויות מיותרות על הציבור, ובכלל כן על מפעילי הקשורת (בעלי התשתיות, ספקי האינטרנט וכו'), עסקים, משתמשי אינטרנט פרטיים ורשויות העוסקות באכיפה".

7. עוד פורטו בדברי החסבר להצעת החוק המטרות העומדות בבסיס חקיקת החוק, כדלקמן:

"נוכח ריבוי הפרסומים המגיעים ישירות לבתים פרטיים, הודעות דואר אלקטרוני, SMS, הודעות באמצעות פקס, מצד משווקים ומפרסמים המבקשים להציג את מוצריהם, גובר הצורך להגן על פרטיותם של האזרחים מפני שיטפון פרסומי זה, שעל פי רוב, הם אינם מעוניינים בו. ובהקשר זה יש לציין, כי בדרך כלל החברות מגיעות אל הצרכנים הפוטנציאליים בלא היכרות קודמת, דרך מאגרי שמות עליהם הגיחו את ידן, למורת רוחו של האדם שאינו מעוניין בכך. כאמור, ושלא נזן לכך אישור מראש. הצעת חוק זו באה להסדיר את ההתקשרות הזו ולאסור עליה בהעדר הסכמת הנמען, כך שמוותר יהיה להתקשר לצורך שיווק או פרסום של מוצר או שירות רק לאחר קבלת הסכמה מראש".

8. חוק התקשורת (בזק ושידורים), תשמ"ב-1982 קובע בסעיף 30א כי:

"דבר פרסומי" - מסר המופץ באופן מסחרי, שמטרתו לעודד רכישת מוצר או שירות או לעודד הרצאת כספים בדרך אחרת;

"הודעה אלקטרונית" - מסר בוק מקודד המועבר ברשת האינטרנט אל נמען או קבוצה של נמענים, וניתן לשמירה ולאחזור בדרך ממותשבת;

"הודעת מסר קצר" - מסר בוק הכולל כתב, לרבות אותות או סימנים, או מסר בוק הכולל חוזי או שמע, ומועבר באמצעות רשת בוק ציבורית אל ציוד קצה של נמען או קבוצה של נמענים;

"מפרסם" - מי ששמו או מענו מופיעים בדבר הפרסומי כמען להתקשרות לשם רכישתו של נשוא דבר הפרסומי, מי שתוכנו של דבר הפרסומי עשוי לפרסם את עסקיו או לקדם את מטרותיו, או מי שמשווק את נשוא דבר הפרסומי בעבור אחר; לעניין זה, לא יראו כמפרסם מי שביצע, בעבור אחר, פעולת שיווק של דבר פרסומי כשירות בוק לפי רישיון כללי, רישיון מיוחד או מכוח היתר כללי, שניתנו לפי חוק זה.

(ב) לא ישגר מפרסם דבר פרסומי באמצעות פקטימיליה, מערכת חיוג אוטומטי, הודעה אלקטרונית או הודעת מסר קצר, בלא קבלת הסכמה מפורשת מראש של הנמען, ככתב, לרבות בהודעה אלקטרונית או כשיחה מוקלטת; פנייה חדר-פעמית מטעם מפרסם לנמען שהוא בית עסק, באחת הדרכים האמורות בסעיף קטן זה, המהווה הצעה להסכים לקבל דבר פרסומי מטעמו, לא תיחשב הפרה של הוראות סעיף זה.

...

(ד) הסכים הנמען לקבל דבר פרסומי לפי הוראות סעיף קטן (ב) או לא הודיע על סירובו לקבלם לפי הוראות סעיף קטן (ג), רשאי הוא, בכל עת, להודיע למפרסם על סירובו לקבל דבר פרסומי, דרך כלל או מסוג מסוים, ולאחזור בו מהסכמתו, ככל שניתנה (בסעיף זה - הודעת סירוב); הודעת הסירוב לא תהיה כרוכה בתשלום, למעט עלות משלוח ההודעה; הודעת הסירוב תיכתב או בדרך שבה שוגר דבר הפרסומי, לפי בחירת הנמען.

(ה) (1) מפרסם המשגר דבר פרסומי בתאם להוראות סעיף זה יציין בו את הפרטים האלה

באופן בולט וברור, שאין בו כדי להטעות:

- (א) היותו דבר פרסומת; המילה "פרסומת" תופיע בתחילת דבר הפרסומת, ואם דבר הפרסומת משוגר באמצעות הודעה אלקטרונית - בכותרת ההודעה;
- (ב) שמו של המפרסם, כתובתו ודרכי יצירת הקשר עמו;
- (ג) זכותו של הנמען לשלוח, בכל עת, הודעת סירוב כאמור בסעיף קטן (ד), ודרך אפשרית למשלוח הודעה כאמור שהיא פשוטה וסבירה בנסיבות העניין, ואם דבר הפרסומת משוגר באמצעות הודעה אלקטרונית - כתובת תקפה של המפרסם ברשת האינטרנט לצורך מתן הודעת סירוב.

- (1) (1) מפרסם המשגר דבר פרסומת בניגוד להוראות סעיפים קטנים (ב) או (ג), דינו - קנס כאמור בסעיף 61(א)(4) לחוק העונשין;
- (2) מפרסם המשגר דבר פרסומת שלא צוינו בו הפרטים האמורים בסעיף קטן (ה) באופן בולט וברור, או שיש בפרטים שצוינו כדי להטעות, בניגוד להוראות אותו סעיף קטן, דינו - קנס כאמור בסעיף 61(א)(3) לחוק העונשין.

- (ח) מנהל של תאגיד וכן מי שאחראי לתחומי השיווק או הפרסום בתאגיד (בסעיף זה - נושא משרה בתאגיד) חייב לפקח ולעשות כל שניתן למניעת עבירה לפי סעיף קטן (ו) בידי התאגיד או בידי עובד מעובדיו; המפר הוראה זו, דינו - קנס כאמור בסעיף 61(א)(3) לחוק העונשין; נעברה עבירה בידי התאגיד או בידי עובד מעובדיו, חזקה היא כי נושא משרה בתאגיד הפר את חובתו לפי סעיף קטן זה, אלא אם כן עשה כל שניתן כדי למלא את חובתו.
- (ט) הפות הוראות סעיף זה היא עולה אורחית והוראות פקודת הנידון [נוסח חדש], יחולו עליה, ככפוף להוראות סעיף זה.

- (*) (1) שוגר דבר פרסומת ביוזעין בניגוד להוראות סעיף זה, רשאי בית המשפט לפסוק בשל הפרה זר פיצויים שאינם תלויים בגוף (בסעיף זה - פיצויים לדוגמה), בסכום שלא יעלה על 1,000 שקלים חדשים בשל כל דבר פרסומת שקיבל הנמען בניגוד להוראות סעיף זה;

- (5) חוקה על מפרסם ששיגר דבר פרסומת בניגוד להוראות סעיף זה, שעשה כך ביוזעין כאמור בפסקה (1), אלא אם כן הוכח אחרת;

[ההדגשות שלי ואינן מופיעות במקור - א.ל.]

9. חוק הגנת הצרכן, תשמ"א-1981 קובע בין היתר כי:

17ד. לא יפרסם עוסק ולא ינקוב, במפורש או במשתמע, מחיר של נכס או של שירות המוצע לצרכן, אלא אם כן הוא המחיר הכולל בלבד ורק במטבע ישראלי.

17א. בפרק זה, "המחיר הכולל" - מחיר הכולל את סך כל התשלומים בעבור נכס או שירות ואת סך כל המסים החלים עליהם או על מכירתם והגנבים על ידי עוסק, לרבות -

- (1) מס ערך מוסף, אגרות או תשלומי חובה;
- (2) כל תשלום אחר הנלווה לרכישת אותו נכס או שירות, בלי שניתנת לצרכן אפשרות מעשית לוותר עליו במסגרת העסקה.

ד. מתן הזדמנות להקטנת נזק ולמיצוי הליכים:

10. התובע ניסח לפנות אל הנתבעת, לקבל הסברים, ואף הציע הצעה לסיום הסכסוך מחוץ לכותלי בית המשפט אך הנתבעת כלל לא הגיבה.
- העתק ההתראה מצורף בזאת לכתב תביעה זה ומסומן בתור נספח 3 והינו חלק בלתי נפרד הימנו.**
11. לתובע לא ניתן ואף לא הוצע כל פיצוי שהוא, בגין העוולות והנזקים המתוארים לעיל.
12. חיפוש פשוט מעלה כי מול הנתבעת קיימים מספר תביעות למשל 11610-01-15.

ה. סוף דבר:

13. הנתבעת פועלת בחוסר תום לב כאשר היא שולחת דברי פרסומת באמצעות רשימות תפוצת אליהם לא ביקש התובע להיכנס, ולהטריד את התובע ללא הבחנה, במטרה למכור את שירותיה ולהתעשר גרידא. בכך, מפרה הנתבעת את הוראות החוק ואת שלותו של התובע.
14. לתובע לא נותרה ברירה זולת הגשת תביעה זו. התובע מעמיד את תביעתו על סך של **₪ 3,000** בהתאם לדין ולפסיקת בית המשפט העליון העקבית ולאור עוגמת הנפש והטרחה הרבה הנגרמת על ידי הנתבעת אשר מפרה את החוק באופן סדרתי ומסרבת לדון בעניין הפיצוי.
15. כל הטענות בכתב התביעה, לרבות הטענות העובדתיות, נטענות במצטבר ואו לחילופין והכל בהתאם להקשר הדברים ולנסיבות העניין.
16. בית משפט מכובד זה מוסמך לדון בתביעה, מבחינת סמכותו המקומית והעניינית כיוון שדבר הדוא"ל נשלח באמצעות רשת האינטרנט והסלולר לתובע.
17. אשר על כן מתכבד בית משפט נכבד זה לזמן את הנתבעת לדין ולחייב אותה לשלם לתובע סך של **₪ 3,000** בתוספת הוצאות המשפט ושכ"ט עו"ד, בצירוף ריבית ופרשי הצמדה מיום הגשת התביעה ועד ליום התשלום בפועל ואף לחייבה להצהיר כי אין בכוונתה לתזור על עבירה זו ולהטיל סנקציה במידה וכן תחזור על עבירה זו.
18. מין חדין ומין הצדק לקבל את התביעה.



התובע,

אופיר לב