



בית משפט לתביעות קטנות בהרצליה

ת"ק 15-11-42161 בראון נ' גרופר קניות חברתיות בע"מ

תיק חיצוני:

בפני כבוד השופט יוסי ברכיה

התובעת: מור בראון

נגד

הנתבעת: גרופר קניות חברתיות בע"מ
ע"י נציג מטעמה מר חיים חלפון

פסק דין

- 1
- 2 1. בפניי תביעה קטנה בסך 33,800 ₪, שעניינה משלוח דברי פרסומת בניגוד להוראות סעיף 30
- 3 א לחוק התקשורת (בזק ושירותים), התשמ"ב-1982 (להלן - החוק).
- 4 **טענות התובעת**
- 5 2. בתאריך 29.7.15 הזמינה התובעת באמצעות הנתבעת כרטיסיה לברכה בנתניה. לטענתה
- 6 קרובת משפחה אמרה לה כי הנתבעת שולחת הרבה מיילים, ואם היא לא רוצה לקבל מיילים,
- 7 אזי עליה לא לסמן "v" ליד הריבוע באתר שלהם, המעיד על אישור לקבל "מיילים מותאמים
- 8 אישית, עם דילים שווים באזור שלי, מוצרים וחופשות (ניתן להסיר את עצמכם מרשימת
- 9 התפוצה בכל עת)".
- 10 3. התובעת העידה כי כך היא נהגה ומחקה את ה- "v" מחקוביה הרלבנטית באתר הנתבעת
- 11 (עמוד 1 ש' 10-13, מסמך ת/1).
- 12 4. לטענת התובע, החל מאותו יום החלה התובעת לקבל מהנתבעת הודעות מייל רבים (התובעת
- 13 צירפה צילומי מסכים של תיבת האי מייל שלה שסומנו ת/2).
- 14 5. ואכן עיון במסמכי ת/2 מראה כי לאחר שלוש הודעות מהנתבעת למייל התובעת ביום 29.7.15
- 15 הקשורים לרישום התובעת אצל הנתבעת (הודעה אחת עניינה איפוס סיסמה לאתר גרופון,
- 16 השניה אישור ההזמנה שהזמינה התובעת והשלישית השובר עבור העיסקה שנקנתה) החלה
- 17 התובעת לקבל מהנתבעת מיום 30.7.15 ועד ליום 20.9.16 כ- 150 הודעות פרסומיות (שם ש'
- 18 15-19).
- 19 6. לטענת התובעת היא התקשרה 3 פעמים לשירות הלקוחות של הנתבעת וביקשה את הפסקת
- 20 משלוח הודעות הפרסומת. התובעת הודתה כי אין לה אינדיקציה שהיא אכן התקשרה
- 21 לנתבעת, אך היא העריכה ששיחות אלו הוקלטו אצל הנתבעת (שם ש' 20-21 וכן עמוד 3 ש'



בית משפט לתביעות קטנות בהרצליה

ת"ק 15-11-42161 בראון נ' גרופר קניות חברתיות בע"מ

תיק חיצוני:

- 1 21. יצויין כי בכתב התביעה לא ציינה התובעת כי היא התקשרה לתבועת בתקופה זו על מנת
2 לבקש את הפסקת משלוח הפרסומות.
- 3 7. בתאריך 20.9.15 שלחה התובעת לתבועת בקשת הסרה מרשימת התפוצה. במסמך ת/4 שהינו
4 צילום מסך חשבון הגיימייל של התובעת, ניתן לראות שורה שם מצויין "הסרה מרשימת
5 תפוצה גרופון". בחקירתה הנגדית אודות שורה זו והקשר שלה לתבועת העידה התובעת כי:
6 "אני עשיתי הסרה מרשימת תפוצה וסימנתי שאני לא מעוניינת, זה שלקח אותי...הרי מה
7 הם עושים, הם שולחים מייל שלא רשום גרופון, אבל כשמיסירים הכתובת שמופיעה
8 באישור שלי, לא מזכיר את המילה "גרופון" ולפי דעתי זה דרך להתחמק. אני מצהירה
9 שההסרה הזו היא לגרופון" (עמוד 3 ש' 8-10).
- 10 8. במסמך ת/3 (כולל שלושה דפים) מצולם מסך מתאריך 20.9.16, הוא היום בו התובעת ביקשה
11 את הסרתה מרשימת התפוצה כאמור בסעיף הקודם. הכותרת של חדף הראשון הינה:
12 "הסרה מרשימת תפוצה גרופון", מתחת נמצא המשפט "בטל מינוי", ובתחתית החדף נכתב:
13 "שמך יוסר מהמנוי". בעמוד השני ישנה פניה מאת התבועת עם הכיתוב: "חבל שאתה עוזב",
14 במשך מופיע שאלון קצר תחת הכותרת, "אנא ספר לנו למה ביטלת את המינוי", התובעת
15 מילאה את האפשרות: "התוכן שקיבלתי לא רלוונטי עבורי". בעמוד השלישי צויין "נשמח
16 לשמוע ממך" ו"תודה על המשוב".
- 17 9. גם לאחר בקשת החסרה המשיכה התבועת לטענת התובעת, לשלוח לה הודעות עם תוכן
18 שיווקי. בין התאריכים 20.9.15 ועד לתאריך 8.11.15 הגישה התובעת צילומי מסך מחשבון
19 הגיימייל שלה עם כ- 140 הודעות פרסומיות נוספות (העתיקי צילומי המסכים הוגשו וסומנו
20 ת/5).
- 21 10. התובעת העידה מפורשות כי לאחר שהיא עשתה סדר בתיבת המייל שלה, התברר לה כי
22 הודעות הספאם שקיבלה הן רק מהנתבעת (עמוד 2 ש' 10-11).
- 23 11. התובעת הכחישה את טענות הנתבעת לפיהן היא "ערכה" את תשדורות המייל שהיא צירפה
24 לרבות את הודעת החסרה וטיענה שאין לה רקע טכנולוגי והיא לא יודעת איך מבצעים הסרות
25 אלו (שם ש' 12-13).
- 26 12. בחקירתה הנגדית העידה התובעת, כי ב- 29.7.15 זו הפעם הראשונה שהיא ביקשה לקנות
27 מהנתבעת דבר מה. לפני כן, היא לא זוכרת אם ביקשה, אבל לא שללה שזה יכול להיות,
28 ובמענה לשאלה אם בעבר היא קיבלה מיילים היא ענתה כי אם היא קיבלה, זה היה ללא
29 אישור ממנה (שם, ש' 18-23).
- 30 13. בסיכום עדותה העידה התובעת:
31 "אני אדם פרטי שקיבל 400 מיילים בחודשיים שביקש ממכם להפסיק. אני לא מחפשת
32 לתבוע אנשים" (עמוד 3 ש' 21-22).
- 33



בית משפט לתביעות קטנות בהרצליה

ת"ק 15-11-42161 בראון נ' גרופר קניות חברתיות בע"מ

תיק חיצוני:

- 1 70. לאור זאת טענה הנתבעת בכתב הגנתה (סעיף 22.2) כי אין צורך בהרתעה מיוחדת שלה, מאחר
2 שממילא היא פועלת בדרך של קיום החוק.
3 71. לסיום טענה הנתבעת בכתב הגנתה (סעיף 22.3), כי אין היא ותובעת צדדים זרים, אלא
4 עסקינן בתובעת שהייתה מנויה שלה, ולטעמה היא אף ביקשה כי יישלחו לה דברי פרסומת,
5 כלומר, אין המדובר במקרה בו הנתבעת שולחת דברי דואר לגורם הזר לה לחלוטין
6 ובאקראיות (בנסיבות סעיף 30 א (5) (ג) לחוק), אלא לגורם שהתקשר עימה בעבר ואף היה
7 מנוי שלה.
8 72. בטעמים אלו יש לדעת הנתבעת בכדי להביא להפחתת הפיצוי שיושת עליה.
9 73. בנסיבות העניין, ולאחר ששקלתי את כלל השיקולים הרלבנטיים לתובענה זו, בהתחשב
10 בדרישות החוק לקביעת פיצוי ובפרשנות הפסיקה לדרישות החוק, ולאחר ששקלתי את
11 טענות הצדדים, הגעתי לכלל מסקנה כי הפיצוי הראוי בתובענה זו יהיה בשיעור כולל של
12 **20,000 ₪**.
13 74. הנתבעת תשלם לתובעת סך זה בתוך 30 יום מהיום, שאם לא כן הוא יישא ריבית והפרשי
14 הצמדה החל מהיום ועד ליום התשלום המלא בפועל.
15 רשות ערעור לבית המשפט המחוזי בתוך 15 יום.

16
17
18
19
20
21
22

ניתן חיום, ד' אב תשע"ו, 08 אוגוסט 2016, בהעדר הצדדים.

יוסי ברכיה, שופט

23
24
25
26



בית משפט לתביעות קטנות בהרצליה

ת"ק 15-11-42161 בראון נ' גרופר קניות חברתיות בע"מ

תיק חיצוני:

- 1 **טענות הנתבעת**
- 2 14. נציג הנתבעת בדיון בחר שלא להעיד (שם, ש' 28). כך שאת טענות הנתבעת ניתן ללמוד מכתב
- 3 ההגנה שלה ומהמסמכים שהוגשו במסגרת החקירה הנגדית של התובעת.
- 4 15. הנתבעת טוענת, בין היתר, כי אין קשר בין תכתובות המייל שקיבלה התובעת לבין הנתבעת
- 5 (סעיף 6 לכתב ההגנה).
- 6 16. לא הוכח ע"י התובעת כי כתובת המייל שצויינה במסך ת/3 מיום 20.9.15, הוא המסך
- 7 שהתובעת טענה שנשלח אליה מאת הנתבעת עם בקשתה להתנתק מגרופון, קשור לנתבעת
- 8 (סעיף 7 לכתב ההגנה).
- 9 17. התובעת ערכה את המסמכים אותם הפיקה מהגימייל שלה ולכן אין לתת בהם אמון.
- 10 18. כך, לא הוכח כי שורת המייל מיום 20.9.15 ממסמך ת/4, השורה המעידה לטענת התובעת כי
- 11 היא ביקשה את הסרה מקבלת דברי פרסום, שייך כלל לנתבעת (עמוד 4, סיכומי הנתבעת
- 12 בדיון, ש' 23-25).
- 13 19. כך לא ברור מדוע במסמך ת/1 המונה שני עמודים (ההזמנה שביצעה התובעת ביום 29.7.15,
- 14 מועד הצטרפותה לנתבעת) המסמך הראשון משעה 16:35 שם מופיע הריבוע עם האישור/אי
- 15 אישור לקבל תוכן שיווקי, אחוז הסוללה של הטלפון הסלולרי שממנו צולם המסך, הוא 40%,
- 16 ולעומת זאת באישור ההזמנה מאותה שעה אחוז הסוללה הוא 81% (ש' 26-28).
- 17 20. כן טענה הנתבעת כי לשיטתה התובעת הסירה את ה- "י" ממסמך ת/1 באופן שאינו כדין (ש'
- 18 ש' 29), ובאופן כללי לא נראה לנתבעת כי אדם סביר מצלם מסך המתעד רכישה שהוא ביצע
- 19 באמצעות האינטרנט (שם, ש' 29-30).
- 20 21. הנתבעת הכחישה כי התובעת התקשרה למוקד 3 פעמים בכדי לבטל את משלוח התוכן
- 21 השיווקי לתיבת הגימייל שלה.
- 22 22. הנתבעת הציגה מסמך (נ/2), שלטענתה מוהווה אסמכתא כי התובעת ביקשה לקבל מהנתבעת
- 23 תוכן שיווקי כבר בשנת 2011. להלן המסמך:
- 24

Email	Country Code	Division/Channel	Status	lastSubscribedTime	LastModificationTime	LastUnsubscriptionTime
Mor.brown85@gmail.com	IL	איזור השרון	inactive	13/03/2011	28/12/2015	28/12/2015
Mor.brown85@gmail.com	IL	נפש ותיירות	inactive	22/10/2011	28/12/2015	28/12/2015
Mor.brown85@gmail.com	IL	הרצליה- רמת השרון	inactive	21/11/2011	28/12/2015	28/12/2015

25



בית משפט לתביעות קטנות בהרצליה

ת"ק 15-11-42161 בראון נ' גרופר קניות חברתיות בע"מ

תיק חיצוני:

23. מסמך זה הוצג ללא כל אסמכתא למקורו וללא כל כותרת או לוגו. ממשמך זה ביקשה
1 הנתבעת ללמוד כי כבר בשנת 2011 התובעת אישרה לנתבעת לשלוח לתיבת הגימייל שלה
2 דברי פרסומת (התובעת אישרה כי כתובת המייל במסמך היא שלה- סעיף 2.8 לכתב התביעה
3 וכן בעמוד 3 ש' 19).
4
24. על פי הטבלה, חשבון התובעת לא בתוקף מכיוון שביום **28.12.15** התובעת הוסרה מרשימת
5 התמוצה, כפי שמוכח ממסמך 1/3 שהגישה הנתבעת.
6
- הכרעה בעובדות**
7
25. לאחר ששמעתי את בעלי הדין, ועיינתי בכל החומר שהוגש בפניי, הגעתי לכלל מסקנה כי אני
8 מקבל כמהימנה את עדות התובעת.
9
26. התובעת מסרה עדות שלימה, אמינה וסדורה, ולא מצאתי שלא לקבלה.
10
27. טענות הנתבעת לפיהן התובעת ערכה את מסכי הגימייל שלה, מהם הפיקה את המסמכים
11 אותם צירפה לתביעתה, שינתה בהם, הוסיפה בהם ועשתה בהם מניפולציות כאלו ואחרות,
12 מעשים שהוכחו נמרצות ע"י התובעת, **לא הוכחו** ע"י הנתבעת.
13
28. לפיכך אני קובע, כי התובעת התקשרה עם הנתבעת ביום 29.7.16 עת רכשה כרטיסים לבריכה,
14 כפי שניתן לראות מ-3 השורות הראשונות של הדואר הנכנס ביום 29.7.15 (מסמך ת/2). שורה
15 ראשונה: **"אישור סיסמא לאתר גרופון"**, שורה שניה: **"אישור ההזמנה שלכם באתר גרופון"**
16 ושורה שלישית: **"השובר עבור העיסקה שלך"**, משורות אלו ניתן ללמוד כי בשלב זה התובעת
17 החלה את ההתקשרות עם הנתבעת. ודוק השורה הראשונה הינה **אישור הסיסמה לאתר**
18 הנתבעת.
19
29. אני מקבל את טענת התובעת כי בעת ההתקשרות היא ביקשה **שלא לקבל תוכן** שיווקי
20 מהנתבעת (מחקה את ה- "v" מהקוביה המתאימה), אני **דוחה** את הטענה כי התובעת מחקה
21 את ה- "v" מהקוביה המתאימה באתר בדרך לא כשרה. טענה זו כאמור לא הוכחה.
22
30. אכן, לא הוברר די הצורך ע"י התובעת כיצד הדף השני ממסמך ת/1 צולם כאשר הסוללה
23 מראה על 81% והדף הראשון מורה על 40%. ניתן להסביר זאת בהסברים שונים, ואולם
24 התובעת לא סיפקה כל הסבר, מלבד הסבר לבעיה כלשהיא בטלפון. "זה הזוי" סיכמה
25 התובעת עניין זה (עמוד 3 ש' 5-6). ואולם, מעת שקיבלתי את הסבר התובעת שהיא הסירה
26 את ה- "v" מהריבוע הרלבנטי, סוגיית הפרש האחווים בסוללה מוקהית ונעלמת.
27
31. עד להודעת ההסרה מטעם התובעת ביום 20.9.15 היא קיבלה כ- **150 הודעות** שיווקיות מאת
28 הנתבעת.
29
32. אני קובע כי התובעת, אכן ביקשה לחסיר ביום 20.9.15 את עצמה מרשימת התמוצה של
30 הנתבעת כפי שניתן לראות בשורה מיום זה במסמך ת/4, שם צויין **"הסרה מרשימת תמוצה**
31 **גרופון"**, וכי תגובת הנתבעת- גרופון המביעה צער על עזיבתה (ת/3) התקבלה בעקבות בקשת
32



בית משפט לתביעות קטנות בהרצליה

ת"ק 15-11-42161 בראון נ' גרופר קניות חברתיות בע"מ

תיק חיצוני:

- 1 החסרה ובאותו תאריך - 20.9.15. טענות הנתבעת כי מסמכים אלו מבויימים או כל כיו"ב לא
2 הוכחו.
- 3 33. טענת התובעת כי התקשרה 3 פעמים בין תאריך הצטרפותה לרשימת התפוצה ועד למועד
4 החסרה, לא הוכחה על ידה, מה גם שטענה זו נטינה לראשונה רק בעדותה בפניי ולא נזכרה
5 בכתב התביעה, ואולם, אין לאי הוכחת טענה זו השפעה על התוצאה הסופית.
- 6 34. לאחר משלוח הודעת החסרה קיבלה התובעת לפחות עוד כ- 140 הודעות וזאת עד ל- 8.11.15.
7 (ת/5).
- 8 35. הנה כי כן, בין התאריכים 29.7.15-8.11.15 קיבלה התובעת קרוב ל- 300 הודעות מטעם
9 הנתבעת, וזאת ללא קבלת אישור בכתב לכך.
- 10 36. טענות התובעת משתלבות היטב במסמכים שהוצגו על ידה ומגבים אותן.
- 11 37. מנגד, אני קובע כי לא הוכח ע"י הנתבעת כי כבר בשנת 2011 התובעת ביקשה לקבל מהנתבעת
12 תוכן שיווקי, וזאת בהסתמך על מסמך נ/2. המדובר במסמך לאקוני, סתום, שלא ברור למה
13 כוונתו, מסמך זה אינו נושא כל כותרת, או שיוך כלשהוא לנתבעת ולא ברור מה מקורו
14 ותכליתו.
- 15 38. במסמך זה אין אף כל איזכור לשם התובעת או זיהוי אחר שלה כגון מספר טלפון שלה, כתובת
16 IP ממנה בוצע הרישום והשעה בה בוצע הרישום.
- 17 39. מכל מקום, כפי שיבואר להלן, אין די במסמך זה בכדי לקבוע כי התובעת אכן נתנה אישור
18 לקבלת תוכן שיווקי מאת הנתבעת כנדרש בחוק.
- 19 **הפן המשפטי**
- 20 40. ראשית, אין כל ספק שרובן ככולן של ההודעות הדוא"ל שנשלחו לתובעת הינן "דבר פרסומות"
21 כהגדרתו בסעיף 30 א (א) לחוק, היינו "מסר המופץ באופן מסחרי, שמטרתו לעודד רכישת
22 מוצר או שירות או לעודד הוצאת כספים בדרך אחרת".
- 23 41. באשר לשאלת החסכמה של התובעת לקבלת הודעות הדוא"ל. סעיף 30 א (ב) לחוק קובע כך:
24 "לא ישגר מפרסם דבר פרסומות באמצעות פקסימיליה, מערכת חיוב אוטומטי, הודעה אלקטרונית
25 או הודעת מסר קצר, בלא קבלת הסכמה מפורשת מראש של הנמען, בכתב, לרבות בהודעה
26 אלקטרונית או בשיחה מוקלטת...".
- 27 42. הוראות סעיף זה ברורות, אין לשגר דבר פרסומות, באמצעות בין היתר, הודעה אלקטרונית
28 בלא לקבל הסכמה מפורשת, מראש ובכתב מאת הנמען.
- 29 43. מלשון החוק ברור כי הכלל הוא ש"אין לשגר דבר פרסומות", אלא אם כן ישנה הסכמה מראש
30 ובכתב מאת הנמען. על משגר דבר הפרסומות להוכיח כי הוא קיבל הסכמה מראש ובכתב מאת
31 הנמען.



בית משפט לתביעות קטנות בהרצליה

ת"ק 15-11-42161 בראון נ' גרופר קניות חברתיות בע"מ

תיק חיצוני:

44. אין כל ספק כי בנדון שבפנינו, הנתבעת לא הראתה כי התובעת, היא הנמען, אכן הסכימה
בכתב לקבל דברי פרסומת. מסמך 2/ אין בו בכדי להוכיח כי כבר בשנת 2011 התובעת ביקשה
או אישרה לקבל דברי דואר. כאמור מסמך זה הינו מסמך עמום, ובטח שאין בו בכדי לקבוע
שהתובעת אישרה בכתב קבלת דברי פרסומת כדרישת החוק.
45. גם אם ניתן היה לקבוע ממסמך זה כי אכן התובעת אישרה קבלת דברי דואר לתיבת הגימייל
שלה, וכאמור אני לא קובע זאת, הרי שב- 29.7.15 היא התנגדה לקבלת דברי פרסומת, בכך
שחיה מחקה את ה- "v" מחיריבוע הרלבנטי במסמך 1/1, כך שבמעשיה משנת 2015 היא
ביטלה את ההסכמה, לו הייתה כזאת משנת 2011.
46. עוד נקבע בסעיף 30 א (ג) לחוק:
"ג) 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)."
47. ס"ק (ג) מסדיר את האפשרות של מפרסם לשלוח לנמען דברי פרסומת. הסעיף מונה שלושה
תנאים שחייבים כולם להתקיים בכדי שניתן יהיה לשלוח את דברי הפרסומת.
48. התנאי הראשון הוא, שהנמען מסר את פרטיו למפרסם במהלך רכישת המוצר, והמפרסם
הודיע לו כי פרטים אלו ישמשו לצורך משלוח דבר פרסומת מטעמו. תנאים אלו נתונים
להוכחת המפרסם.
49. אין כל ספק כי הנתבעת לא הוכיחה כי בשנת 2011 במהלך הרכישה, שגם היא לא הוכחה,
היא קיבלה מהתובעת את פרטיה לצורך משלוח דברי פרסומת וכי היא הודיע לה שפרטים
אלו ישמשו למשלוח דברי פרסומת. התובעת הכחישה זאת, ומכל מקום בהתקשרות הנוספת
ב- 29.7.15 התובעת סירבה לקבל דבר פרסומת מאת הנתבעת. סירוב אותו קבעתי כי אכן
הוא ניתן.
50. מכאן, כי הנתבעת גם לא הוכיחה כי בזמן מהזמנים התובעת אפשרה לה לשלוח לה דברי
פרסומת.
51. וגם אם תמצי לומר, ואין אני קובע זאת, כי אכן בשנת 2011 התובעת אישרה לנתבעת לשלוח
לה דברי דואר בהתאם לדרישות החוק, ואני אקבע, כי גם ב- 29.7.15 התובעת אישרה לנתבעת
לשלוח לה דברי פרסומת בהתאם לס"ק (ג) (כלומר אדחה את טענת התובעת כי היא לא סימנה



בית משפט לתביעות קטנות בהרצליה

ת"ק 15-11-42161 בראון נ' גרופר קניות חברתיות בע"מ

תיק חיצוני:

- 1 v " בריבוע המתאים המורה על סירובה לקבל דבר פרסומת), הרי שהחל מ- 20.9.15 מעת
2 שהתובעת ביקשה להסיר אותה מרשימת התפוצה של התבועת, היה על התבועת לחדול מכך.
3 52. סוגיית סירוב לקבל דברי פרסומת מוסדרת בס"ק (ד) לחוק וקובעת כך :
- 4 53. (ד) הסכים הנמען לקבל דברי פרסומת לפי הוראות סעיף קטן (ב) או לא הודיע על
5 סירובו לקבלם לפי הוראות סעיף קטן (ג), רשאי הוא, בכל עת, להודיע למפרסם על
6 סירובו לקבל דברי פרסומת, דרך כלל או מסוג מסוים, ולהזדרז בו מהסכמתו, ככל
7 שניתנה (בסעיף זה – הודעת סירוב); הודעת הסירוב לא תהיה כרוכה בתשלום,
8 למעט עלות משלוח ההודעה; הודעת הסירוב תינתן בכתב או בדרך שבה שוגר דבר
9 הפרסומת, לפי בחירת הנמען."
- 10 54. כאמור, התובעת שיגרה הודעת חסרה באמצעות המייל, בדיוק בדרך שהיא קיבלה את כלל
11 דברי הפרסומת של התבועת ובהתאם לדרישת החוק, והחל מאז כאמור, היא קיבלה עוד כ-
12 150 דברי פרסומת.
- 13 55. הנה כי כן, התבועת לא הוכיחה כי היא קיבלה את הסכמת התובעת כאמור בחוק לקבלת
14 דברי הפרסומת, מאידך התובעת הוכיחה כי היא התנגדה לקבלת דברי פרסומת, ומשלב
15 מסויים היא גם דרשה את הפסקת משלוח דבר הפרסומת.
- 16 56. לפיכך, אני קובע כי התבועת שלחה לתובע כ- 300 דברי פרסומת בניגוד לחוק, או למצער
17 (ואיני קובע זאת) 140 הודעות בניגוד לחוק החל מעת בקשת ההסרה.
- 18 57. בת"ק (ת"א) 65201-01-15 ישי רז נ' עופר האפרתי (נפס"ד של כבי' חש' רחל ועורקבו), נדון
19 מקרה דומה לשלנו. במקרה זה שנדון בשנת 2015, התבועת הציגה אישור משנת 2007 בטרם
20 נכנס התיקון לחוק לתוקף, שממנו עולה כי התובע אישר לשלוח לו דברי פרסומת מאת
21 התבועת. התבועת שם הציגה מסמך הדומה למסמך 2/3, וממנו למדה על הסכמת התובע
22 למשלוח דברי פרסומת. התביעה שם נדחתה. בית המשפט קבע בין היתר, כי היה על התובע
23 להודיע על חזרתו מההסכמה, ובית המשפט ראה במסמך הנ"ל אסמכתא להסכמת התובע.
- 24 58. אלא שבשונה מהנדון שבפנינו, בנדון שם המסמך שהוצג היה מפורט הרבה יותר ממסמך 2/3
25 אצלנו, במסמך שם פורט, הנושא במסגרתו נעשה הדיוור, שמות האנשים, כתובת המייל
26 שלהם, היום והשעה בו אישרו את הדיוור, מספרי הטלפון של המבקשים וכתובת ה- IP
27 שלהם. כאמור, בנדון שבפנינו מסמך 2/3 כפי שפורט לעיל הוא מסמך הנעדר פרטים רבים
28 המונעים ממני ללמוד על כוונת המסמך ועל שיוכו לתובעת.
- 29 59. והעיקר, בנדון שם התובע לא הודיע על חזרתו מהסכמתו. בנדון שבפנינו, התובעת הודיעה
30 לפחות פעמיים על חזרתה או על אי הסכמתה לקבלת דברי דואר – ב- 29.7.15 וב- 20.9.15,
31 ולשיטתה גם בעוד 3 שיחות טלפון. אשר על כן פסק דין זה לא יועיל לתבועת.
- 32
33



בית משפט לתביעות קטנות בהרצליה

ת"ק 15-11-42161 בראון נ' גרופר קניות חברתיות בע"מ

תיק חיצוני:

- 1 60. ומה דינו של מפרסם שמפר את דרישות החוק;
 2 כך קובע ס"ק (י) לחוק:
- 3 (1) שוגר דבר פרסומת ביועין בניגוד להוראות סעיף זה, רשאי בית המשפט
 4 לפסוק בשל הפרה זו פיצויים שאינם תלויים בנוק (בסעיף זה – פיצויים
 5 לדוגמה), בסכום שלא יעלה על 1,000 שקלים חדשים בשל כל דבר פרסומת
 6 שקיבל הנמען בניגוד להוראות סעיף זה...
 7 (3) בבואו לקבוע את גובה הפיצויים לדוגמה, יתחשב בית המשפט, בין השאר,
 8 בשיקולים המפורטים להלן, ולא יתחשב בגובה הנזק שנגרם לנמען כתוצאה
 9 מביצוע ההפרה:
 10 (א) אכיפת החוק והרתעה מפני הפרתו;
 11 (ב) עידוד הנמען למימוש זכויותיו;
 12 (ג) היקף ההפרה;
 13 (5) חזקה על מפרסם ששיגר דבר פרסומת בניגוד להוראות סעיף זה, שעשה כן
 14 ביועין כאמור בפסקה (1) אלא אם כן הוכיח אחרת. לענין זה לא תהיה למפרסם
 15 הגנה במקרים המפורטים להלן:
 16 (א) שיגור דבר הפרסומת נעשה לאחר שניתנה למפרסם הודעת סירוב מאת הנמען
 17 כאמור בסעיף קטן (ד)...."
- 18 61. מה גובה הפיצוי הראוי לה זכאית התובעת בשל הפרת דרישות החוק ע"י הנתבעת?
 19 62. בית המשפט בענין רע"א 1954/14 חזני נ' הנגבי עמד השיקולים שיש לשקול בעת פסיקת
 20 גובה הפיצוי. וכך נאמר שם:
- 21 "על נקודת המוצא שבבסיס סעיף 30 א (י) לחוק היא שנמען של דבר פרסומת שנשלח בהפרה של
 22 החוק לא יטרח להגיש תובענה לפיצוי בגינה משום שהנוק האישי שנגרם לו נמוך מן העלות
 23 הכרוכה בניהולה. בשל כך נקבע בחוק פיצוי בסך של עד 1,000 ש"ח להפרה ללא הוכחת נזק.
 24 סעיף זה קובע כי בקביעת שיעור הפיצוי אין להידרש לשיעור הנזק שנגרם לתובע בגין ההפרה.
 25 הסעיף מניח אפוא שאפשר שהנוק שנגרם לתובע כודד הוא זניח, ושאדם בר דעת לא היה בא
 26 בתביעה בגינו... ואף על פי כן מסמין את בית המשפט לפסוק פיצוי בסכום לא מבוטל בגין כל
 27 הפרה. מטרת הפיצוי אינה להשיב את מצבו של התובע לקדמותו (שהרי אין להתחשב בשיעור
 28 הנזק שנגרם לו), כי אם לאכוף את החוק, להרתיע את הנתבע ולתמרון הגשת תביעות יעילות. זהו
 29 אפוא פיצוי לדוגמה (ראו ענין גלבדג, בפסקאות ט"ז)...."
- 30 להשקפתי, בבואו לקבוע את סכום הפיצוי מכוח סעיף 30 א (י) לחוק, שומה על בית המשפט לשים
 31 לנגד עיניו את השיקולים המנויים בחוק שמטרתם להשיג את תכליותיו האמורות (אכיפה, הרתעה
 32 ועידוד הגשת תובענות יעילות), מצד אחד; ולוודא שהפיצוי לא יהיה מעבר לנדרש לצורך השגתן,
 33 מצד שני. הפיצוי נועד להכווין את התנהגות הנתבע באופן שפרסום עתידי במתכונת זו יהיה בלתי
 34 כדאי עבורו. לשם כך נדרש בית המשפט לשקול שני סוגים של שיקולים: הסוג הראשון מתמקד
 35 בנסיבות ביצוע החפרח וכולל, בין היתר, את תוכן הפרסום (אם הוא פוגעני); את התנהגות
 36 הנתבע; את הרווח הצפוי לו מן הפרסום (ככל שניתן להעריכו); את מספר דברי הפרסומת ששלח



בית משפט לתביעות קטנות בהרצליה

ת"ק 15-11-42161 בראון נ' גרופר קניות חברתיות בע"מ

תיק חיצוני:

- 1 לתובע (ואותן בלבד) וכמה הודעות נשלחו לכל כתובת (אם מדובר במשלוח בודד לכל כתובת או
2 בהפרה הודעת ונשניה). השוב להגיש כי כמות ההודעות שנשלחה לתובע גודרת את תקרת הסכום
3 שבית המשפט רשאי לפסוק (בית המשפט אינו רשאי לפסוק פיצוי העולה על 1,000 ש"ח בגין כל
4 הפרה ללא הוכחת נזק). אך מעבר לכך היא אך שיקול אחד מבין מכלול השיקולים שנמנו לעיל.
5 כך למשל אפשר שייפסק פיצוי בסכום זהה לאדם שנשלחו לו 100 הודעות ולאדם שנשלחו לו
6 1,000 הודעות, ובלבר שהפיצוי השיג את תכליות החוק: אכיפה והרתעה אפקטיבית ומידתית.
7 ככל שמספר ההפרות עולה כך גדלה התקרה שבית המשפט רשאי לפסוק, אולם עליו להיעצר
8 בסכום המשקף הרתעה יעילה בניסבות העניין ולא לפסוק מעבר לכך.
- 9 סוג שני של שיקולים ענינו בשאיפה לעודד הגשת תביעות יעילות שמטרתן להגשים את
10 תכליות החוק. לשם כך יש לשקול את עלויות ניהול ההליך ביחס לתועלת שתופק ממנו...
11 כשמדובר בתביעה אישית לפי סעיף 30 א (י) לחוק, סכום הפיצוי שייפסק אינו קשור בנוק שנגרם
12 בפועל, אלא נועד כשילעצמו לתמריץ הגשת תביעות יעילות. במובן זה יש לראות כפיצוי מעין
13 "גמול מיוחד" לתובע המייצג. הרי שתכליותיה המיוחדות של תביעה לפי חוק הספאם מוליכות
14 למסקנה כי יש לפסוק שכר טרחה והוצאות בסכום שבמכלול יהפוך את הגשתה לכדאית... "
15 (הדגשות במקור).
- 16 63. הנה כי כן, בבואי לשקול את גובה הפיצוי עלי לשקול בין היתר שיקולים אלו: אכיפת החוק
17 והרתעה מפני הפרתו, עידוד הנמנע למימוש זכויותיו והיקף ההפרה. עניין חוגי מורה לנו
18 לפסוק פיצוי מידתי המתאים לתכלית האכיפתית של החוק, פיצוי שיהלום את מטרת הפיצוי
19 לגרום לחוסר כדאיות בפרסום בניגוד לחוק. בבדיקה בטרם פסיקת הפיצוי, יש לבדוק את
20 מספר דברי הפרסום, תוכן הפרסום, התנהגות הנתבע והרווח הצפוי לו מן הפרסום, וכל זאת
21 במקביל לעידוד הגשת תביעות יעילות שמטרתן להגשים את דרישות החוק.
- 22 64. בנדון שבפנינו נשלחו כ- 300 הודעות בניגוד לחוק. זוהי הפרה משמעותית של החוק. הנתבעת
23 לא הוכיחה כי התובעת אישרה לשלוח לה את דברי הפרסום. גם אם נאמר לטובת הנתבעת
24 כי כ- 140 דברי דואר נשלחו לתובעת בין התאריכים 29.7.15 עד 20.9.15 והתובעת לא דרשה
25 את החסרה ואולי אף הפיקה מכך תועלת מסוימת, הרי שמעט בקשת החסרה נשלחו עוד כ-
26 150 דברי פרסומת נוספים.
- 27 65. אכן בסופו של דבר התובעת חוסרה מרשימות התפוצה ביום 28.12.15.
- 28 66. אין צורך לדרוש מנמען כי הוא יבקש את הסרת דברי הפרסומת באופן תדיר ורציף.
- 29 67. מנגד טענה הנתבעת בכתב הגנתה (סעיף 21.1) כי היא מכבדת את החוק ומקפידה שלא לשלוח
30 דברי פרסומת למנויים שביקשו ממנה לחדול מכך. "עניין זה הוא נר לרגליה" כדבריה.
- 31 68. הנתבעת הוסיפה וטענה, כי מערכת החסרה הינה ממוחשבת, אוטומטית ואמינה וכל מנוי
32 שלה יכול בלחיצת כפתור להסיר עצמו מרשימת התפוצה. הנתבעת טענה כי היא מכבדת את
33 בקשות לקוחותיה.
- 34 69. אם "בדרך לא דרך" כלשונה בכתב ההגנה, היא המשיכה להפיץ הודעות למנוי שביקש את
35 הסרתו, הרי שמדובר בתקלה נדירה ובתום לב.