



## בית משפט השלום באשדוד

ת"א 40940-08-21 בוהדנה ואח' נ' קופרשטיין

תיק חיצוני:

לפני כבוד השופט יהודה ליבליין

1. ביו - אייר ע.מ 558244349  
2. יהודה בוהדנה  
3. אבי שיעה

התובעים  
ע"י ב"כ עו"ד י' צברי

נגד

יסמין קופרשטיין

הנתבעת  
ע"י ב"כ עו"ד ה' אגמי

### פסק דין

#### מבוא

1. האם הביטויים "גנב במילה עדינה", "לא כדאי לכם לרכוש ממנו נוכל..." ו-"לא להתעסק עם הספק הזה!!! נוכל!!!", אותם רשמה הגב' יסמין קופרשטיין בדפים העסקיים בהם עושה שימוש השותפות "ביו-אייר" ברשתות החברתיות "פייסבוק" ו"אינסטגרם", מהווים עוולה של לשון הרע, בהתאם להוראות חוק איסור לשון הרע, תשכ"ט-1965 (להלן - "החוק"), היא השאלה המתעוררת בהליך זה.

#### העובדות שאינן שנויות במחלוקת

2. השותפות הלא רשומה, הנושאת את השם המסחרי "ביו-אייר", בה שותפים מר יהודה בוהדנה ומר אבי שיעה, עוסקת ביבוא ושיווק של מכשירים להפצת ריחות (להלן - "ביו אייר"). תביעה זו הוגשה על-ידי שותפות "ביו אייר" ועל-ידי השותפים בה מר בוהדנה ומר שיעה באופן אישי, וכל השלושה יכוננו להלן לצורך נוחות - "התובעים".

3. במהלך חודש דצמבר 2020 רכשה הגב' יסמין קופרשטיין (להלן - "הנתבעת") מ"ביו-אייר" מכשיר להפצת ריח, במחיר של 930 ש"ח (ראו חשבונית - נספח א' לכתב ההגנה) (להלן - "המוצר").

4. לטענת הנתבעת, בעת שפתחה את החבילה בה נארז המוצר שנשלח אליה, נמצא על-ידה, כי המוצר שבור.

5. בעקבות פניית הנתבעת ל"ביו-אייר" בטענה כי המוצר שהתקבל שבור, היא התבקשה לשלוח את המוצר לבדיקה. לאחר הבדיקה, השיב מר בוהדנה לנתבעת, כי בסמוך לאחר שהתקבל בידה המוצר, הוא הנחה אותה טלפונית כיצד להפעילו והמכשיר אף פעל, ומכאן יש להסיק שהמכשיר נשבר שעה שהיה בשימושה של הנתבעת (ראו ההתכתבות בין הצדדים - נספח ב' לכתב ההגנה).

6. היות ש"ביו-אייר" סירבה להחליף את המוצר השבור בטענה כי השבר לא באחריותה, ובמקום זאת הציעה לנתבעת לרכוש מוצר נוסף בעלות מופחתת, ביטלה הנתבעת את הוראת התשלום בגין



## בית משפט השלום באשדוד

ת"א 40940-08-21 בוהדנה ואח' נ' קופרשטיין

תיק חיצוני:

- המוצר שרכשה, וכתוצאה מכך הלכה למעשה לא שילמה את התשלום השני בגין רכישת המוצר בסך של 465 ₪.
7. בנוסף, הגישה הנתבעת תביעה קטנה לבית משפט השלום בבאר-שבע (תיק 21-01-24849), במסגרתה הגיעו הצדדים לכלל הסדר של פשרה ביום 07.06.2021, ולפיו הנתבעת תשלם את יתרת התמורה בגין רכישת המוצר, ולאחר ביצוע התשלום תשלח לה "ביו-אייר" מוצר חדש, וכן 5 מבשמים מסיליקון (ראו פרוטוקול הדיון ופסק הדין – **נספח ג'** לכתב ההגנה).
8. ביום 21.06.2021, **כשבועיים לאחר שניתן פסק הדין בפשרה**, ביצעה הנתבעת את הפרסומים נשוא התביעה.
9. בשעה 10:11 פרסמה הנתבעת, בדף הפייסבוק העסקי של "ביו-אייר", את הדברים הבאים (ראו **נספח 1** לכתב התביעה):
- "תזהרו לרכוש מהספק הזה מוכר מוצרים שבורים ולא לוקח אחריות גנב במילה עדינה!!!"
- בסמוך לאחר מכן, פרסמה הנתבעת, בדף הפייסבוק העסקי של "ביו-אייר", את הדברים הבאים (ראו **נספח 2** לכתב התביעה):
- "לא כדאי לכם לרכוש ממנו נוכל מוכר במכיר מטורף ומספק מוצר סיני שבור".
- באותה שעה פרסמה הנתבעת, בתגובה להערות של לקוחות, בדף הפייסבוק העסקי של "ביו-אייר", דברים אלה (ראו **נספח 3** לכתב התביעה):
- "לא להתעסק עם הספק הזה!!!! נוכל!!!"
10. בשעה 10:14 פרסמה הנתבעת בדף האינסטגרם העסקי של "ביו-אייר", את האמירה הבאה (ראו **נספח 4** לכתב התביעה):
- "נוכלים".
- בשעה 10:15 פרסמה הנתבעת בתגובה לפרסום מוצר בדף האינסטגרם של "ביו-אייר", את הדברים הבאים (ראו **נספח 5** לכתב התביעה):
- "לא להתקרב לספק...נוכל".
11. הפרסומים בוצעו בדפים העסקיים של התובעת, על-גבי מודעות ממומנות.
- המחלוקות וטענות הצדדים**
12. הנתבעת איננה מכחישה את ביצוע הפרסומים, אך מכחישה, כי מדובר ב"פרסום" כהגדרת מונח זה בחוק. לטענתה, לא עלה בידי התובעים להוכיח, כי לפרסומים נחשף אדם נוסף מלבד התובעים.
- מנגד, לטענת התובעים, רבים צפו בפרסומים עליהם הגיבה הנתבעת.
13. הנתבעת מוסיפה וטוענת בהקשר זה, כי התובעת היא השולטת בתכנים המתפרסמים בעמודים העסקיים שלה ברשתות החברתיות "פייסבוק" ו-"אינסטגרם", וכי החליטה לאפשר את



## בית משפט השלום באשדוד

ת"א 40940-08-21 בוהדנה ואח' נ' קופרשטיין

תיק חיצוני:

- פרסומם על מנת ליצור עילת תביעה, וכראיה לכך תעיד העובדה שהפרסומים הוסרו זמן קצר לאחר פרסומם.
14. מוסיפה הנתבעת וטוענת, כי מדובר בפרסום אודות "חוויה צרכנית" שלה, גם אם היא בוטה בלשונה, וככזו היא מבטאת מדיניות ראויה של "זכות הציבור לדעת", כאשר מנגד התובעים מבקשים למנוע מן הציבור מידע חשוב.
- מנגד לטענת התובעים, אין מדובר בביקורת צרכנית, אלא בגידופים של הנתבעת כלפי השותפות, והראיה לכך שאין מדובר בביקורת, היא העובדה שהנתבעת בחרה לבצע את הפרסומים על גבי מודעות ממומנות, וזאת במטרה לגרום לה נזק מרבי.
15. באשר לשימוש בביטוי "גניבה" טוענת הנתבעת, כי המוצר נשלח לתובעת על מנת שתבדוק אותו, אך התובעת מאנה להחזיר לה אותו, עד אשר הוגשה התביעה לבית המשפט לתביעות קטנות. לגישתה, בכך מתקיימים יסודות עבירת הגניבה הקבועים בסעיף 383 לחוק העונשין, תשל"ז-1977. הנתבעת מוסיפה ומחדשת בסיכומיה, כי התנהלותה של התובעת בעניינה, ובכלל זאת הסירוב להשיב לה את המוצר, מהווה לכל הפחות "גניבת דעת".
- בהקשר זה טוענים התובעים, כי לא הוכחו יסודות עבירת הגניבה, בפרט נוכח העובדה שהנתבעת היא זו ששלחה את המוצר לבדיקת התובעים, ביטלה את יתרת התשלום בגינו, ואף סירבה לאסוף את המוצר התקול ממשרדי התובעת.
16. לבסוף טוענת הנתבעת, כי לא הוכח קיומו של נזק לתובעת כתוצאה מן הפרסומים שבוצעו. מנגד, לטענת הנתבעת יש לפסוק לטובתה את הפיצוי הסטטוטורי הקבוע בחוק, ללא הוכחת נזק, ואף לקבוע כפל פיצוי היות שעולה מהתנהגות הנתבעת כוונה ברורה לפגוע.
17. להלן אדון במחלוקות, ואבחן באם יש בפרסומים של הנתבעת משום "לשון הרע", ובהקשר זה אבחן אם עומדת לזכות הנתבעת הגנה ולפיה הפרסום בוצע בתום לב או לחילופין כי יש אמת בפרסום.
- ככל שתימצא אחריות לנתבעת, אדון במחלוקת ביחס לגובה הפיצוי הראוי.

### דיון והכרעה

האם הפרסומים מהווים לשון הרע

18. סעיף 1(3) לחוק, מגדיר "לשון הרע", כפרסום אשר "עלול לפגוע באדם במשרתו, אם משרה ציבורית ואם משרה אחרת, בעסקו, במשלח ידו או במקצועו". יצוין, כי בסעיף 1 לחוק נקבע, כי אדם ובכלל זה תאגיד.
- לפי סעיף 2 לחוק, פרסום יכול להיות בעל פה או בכתב או בכל אמצעי אחר, ככל שהגיע לאדם אחר זולת הנפגע.



## בית משפט השלום באשדוד

ת"א 21-08-40940 בוהדנה ואח' נ' קופרשטיין

תיק חיצוני:

19. באשר לאופן בו יש לבחון את הטענה בדבר קיומה של עוולת לשון הרע, ניתן לפנות להלכה שנפסקה בע"א 4534/02 רשת שוקן בע"מ נ' הרציקוביץ', פ"ד נח(3) 558 (2004), שם קבע בית המשפט העליון (פסקה 9) כך:

"ניתוח ביטוי במסגרת עוולת לשון הרע נעשה בארבעה שלבים: בשלב הראשון, יש לשלוף מתוך הביטוי את המשמעות העולה ממנו לפי אמות המידה המקובלות על האדם הסביר, כלומר יש לפרש את הביטוי באופן אובייקטיבי, בהתאם לנסיבות החיצוניות וללשון המשתמעת (שנהר [39], בעמ' 109). בשלב השני, יש לברר, בהתאם לתכלית החוק לאיזונים חוקתיים, אם מדובר בביטוי אשר החוק מטיל חבות בגינו, בהתאם לסעיפים 1 ו-2 לחוק (השוו Price supra [40], at pp. 3-4). בשלב השלישי, בהנחה שעברנו את המשוכה השנייה, יש לברר אם עומדת למפרסם אחת ההגנות המנויות בסעיפים 13-15 לחוק. השלב האחרון הוא שלב הפיצויים. ודוק: 'האיזון החוקתי בין הזכות לשם הטוב ולפרטיות לבין הזכות לחופש הביטוי משתרע הן על קביעת האחריות (בנזיקין ובפלילים) בגין לשון הרע והן על קביעת הסעדים הננקטים כאשר מתגבשת האחריות' (פרשת אמר [1], בעמ' 520). כך האיזון שולט על קביעת הגדרתם של הביטויים המהווים לשון הרע, על היקפן של ההגנות המנויות בחוק ועל סוגיית הפיצויים."

דהיינו, על מנת לברר אם הפרסומים שבוצעו על ידי הנתבעת מהווים "לשון הרע", יש לבחון את משמעות הביטוי, בהתאם לנסיבות הפרסום, והאם באיזון בין הזכות לשם טוב לבין הזכות לחופש ביטוי, מקים הפרסום חבות מכוח חוק איסור לשון הרע. ככל שאקבע, כי מבחינה אובייקטיבית הפרסומים מהווים "לשון הרע", יש לבחון באם עומדות לצד הנתבעת מי מההגנות הנטענות על-ידיה בכתב ההגנה – אמת בפרסום ותום לב.

20. השאלה אם ביטוי מסוים או דברים שנאמרו מהווים "לשון הרע", נבחנת על בסיס מבחן אובייקטיבי. נקבע בעניין זה, כי השאלה שיש לבחון היא "מהו המובן שהאדם הסביר והרגיל היה מייחס לפרסום, ואם היה באותו מובן כדי לפגוע בשמו הטוב של התובע. בהתאם לכך, אין חשיבות לכוונת המפרסם או לדרך שבה הובן הפרסום על-ידי הטוען לפגיעה בו." (ראו ע"א 1104/00 אפל נ' חסון, פ"ד נו(2) 607, 617 (2002)) (ההדגשה שלי - י.ל.).

בע"א 723/74 הוצאת עיתון "הארץ" בע"מ נ' חברת החשמל לישראל בע"מ, פ"ד לא(2) 281, 300 (1977)) נקבע, ביחס לאופן בו יש ליישם את המבחן האובייקטיבי, כך:

"עת באים לבחון מה משמעותם של דברים בעיני הקורא הסביר הרגיל, אין בדרך-כלל חשיבות לכך מה היתה כוונתו של המפרסם ... הרי שאלה זו בלתי-רלבנטית לחלוטין (בג"צ היועץ המשפטי נ' דבר', [פ"ד ח 1017], בע' 1053). כן אין להביא ראיות בקשר לשאלה מה המשמעות שאותה ייחס קורא רגיל או סוג קוראים זה או אחר לפרסום ואין צורך בשמיעת עדויות ביחס לשאלה כיצד הובנו דברי הפרסום, אלא בית-המשפט הוא שישקול את הדבר (ע"א 36/62, 92/62 עוזרי נ' גלעד, [פ"ד טז 1553]





## בית משפט השלום באשדוד

ת"א 21-08-40940 בוהדנה ואח' נ' קופרשטיין

תיק חיצוני:

Slim v. Daily Telegraph (1968) 2 במשפט L . J Diplock כדברי השופט (1968) 2 במשפט Q.B. 157, 165, 171:

**'מה שקובע הוא, מה היא לדעת השופט היושב לדין, המשמעות האחת והיחידה אשר הקוראים כאנשים סבירים, במקובץ, היו צריכים ליחס למילים. זוהי המשמעות 'הטבעית והרגילה' של המילים במשפט דיבה...'" (ההדגשה שלי - י.ל.)**

21. דהיינו, על מנת לברר אם הביטויים מהווים "לשון הרע", יש לבחון את משמעות הביטויים באופן אובייקטיבי, ובהתאם לנסיבות פרסומם.

22. לגישתי, כינויים כמו "גנב" או "נוכל", כאשר הם מופיעים על גבי דפים עסקיים ובפרט על גבי מודעות ממונות שעל בסיסן נחשפים לקוחות פוטנציאליים למוצריה של "ביו-אייר", מהווים במובהק "לשון הרע" מבחינה אובייקטיבית, ובפרט כך שאין בצדם כל הסבר לכינויים בהם עשתה שימוש הנתבעת בפרסומיה.

23. לאחר שהגעתי לכלל מסקנה, כי פרסומים שביצעה הנתבעת מהווים "לשון הרע" כלפי השותפות, יש לבחון את יסוד הפרסום. בחינה זו נדרשת, היות שבסעיף 7 לחוק איסור לשון הרע נקבע, כי קיומה של עוולה אזרחית מותנה בכך שהפרסום נעשה לכל הפחות לאדם נוסף זולת הנפגע. בהקשר זה טוענת הנתבעת, כי לא עלה בידי התובעים להוכיח שאדם כלשהו זולתם נחשף לפרסומים שלה.

24. תחילה יש לומר, שלא יכולה להיות מחלוקת, כי התגובות של הנתבעת על-גבי הדפים העסקיים של התובעת מהוות "פרסום", כהגדרת מונח זה בסעיף 2 לחוק. בע"א 1239/19 שאול נ' ניידלי **תקשרות בע"מ** (פורסם במאגרים משפטיים 08.01.2020) קבע בית המשפט העליון, כי פרסום ברשת האינטרנט, ובכלל זה ברשת החברתית "פייסבוק", מהווה "פרסום" לצורך החוק. קביעות אלה יפות גם לענייננו, וודאי לגבי הרשת החברתית "פייסבוק" שנדונה בפרשת "ניידלי" הנ"ל, אך גם בכל הקשור לפרסום ברשת החברתית "אינסטגרם".

וידגש, העובדה שמדובר בתגובות של הנתבעת על גבי מודעות ממומנות, ואין מדובר ב"פוסט" עצמאי, אין בה כדי לשנות את המסקנה. בסעיף 46 לפסק הדין בעניין "ניידלי" נקבע כך:

"כאשר משתמש מפרסם תגובה לפרסום המכיל לשון הרע, ייתכן שהדבר יוביל באופן דומה לחשיפת הפרסום מושא התגובה למשתמשים נוספים. אולם, במקרה זה נהיר כי יש להתמקד בתוכן התגובה של אותו משתמש ולא בעצם החזרה על הפרסום, הנעשית באופן טכני, ללא מעורבותו הפעילה." (ההדגשה שלי - י.ל.)

עולה מן האמור, שניתן להתייחס לכתיבת תגובות המכילה לשון הרע, כאל כתיבת פוסט עצמאי.

25. החוק מוסיף וקובע, כי הפרסום צריך שיהא לכל הפחות לאדם נוסף "זולת הנפגע", ובעניין זה העיד מר בוהדנה, כי בנו הוא שנחשף לראשונה לפרסומים והפנה את תשומת ליבו (ראו עמ' 9 לפרוט' ש' 24 - 31), עוד העיד מר בוהדנה, כי נוסף על כך "לקוחה" הפנתה את תשומת ליבו לפרסומים (ראו, שם; וכן ראו צילום מסך מן הטלפון הנייד של מר בוהדנה, ובו על-פי הנטען



## בית משפט השלום באשדוד

ת"א 21-08-40940 בוהדנה ואח' נ' קופרשטיין

תיק חיצוני:

- ההודעה שנשלחה לו – מוצג ת/6). אלא שהתובעים נמנעו מלהעיד את בנו של מר בוהדנה, ואף את ה"לקוחה", ועל-כן עדותו של מר בוהדנה היא עדות יחידה של בעל דין, שאין לה סיוע (ראו סעיף 54 לפקודת הראיות [נוסח חדש], תשל"א-1971). במקרה דנן, לא מצאתי נימוק להסתפק בעדותו של מר בוהדנה, כאשר אין הסבר מדוע לא הובאו לעדות הבן והלקוחה.
26. זאת ועוד, ההימנעות מהעדת בנו של מר בוהדנה והלקוחה פועלת לחובת התובעים, וזאת לאור החזקה ולפיה הימנעות צד מהבאת עדות רלוונטית, שיש בה לכאורה כדי לתמוך בגרסתו מקימה חזקה, כי העדות הייתה תומכת דווקא בגרסת הצד שכנגד (ראו ע"א 8151/98 **ביאטריס שטרנברג נ' ד"ר אהרון צ'צ'יק** (פורסם במאגרים משפטיים 04.11.2001)).
27. אלא, שעל אף מחדל זה יש לקבוע, כי מדובר ב"פרסום" בהתאם להגדרה שבחוק, היות שלגישתי אין צורך להוכיח בראיות פוזיטיביות שאדם נוסף מלבד בוהדנה צפה בפרסומים של הנתבעת. ואסביר.
28. בהתאם להוראות סעיף 7 לחוק, פרסום לשון הרע לאדם או יותר זולת הנפגע תהא עוולה אזרחית. לפיכך, לכאורה, נדרש כי יצפה בתגובות שפרסה הנתבעת לפחות אדם אחד נוסף, זולת מר בוהדנה. אלא שסעיף 2(ב)2 לחוק מלמד אותנו, כי הדבר איננו דרוש, היות שביטוי בכתב יהווה פרסום, בין היתר, "אם היתה בכתב והכתב עשוי היה, לפי הנסיבות, להגיע לאדם זולת הנפגע." (ההדגשה שלי - י.ל.)
29. בעניין זה כתב המלומד א' שנהר בספרו **דיני לשון הרע** (נבו הוצאה לאור בע"מ, תשנ"ז - 1997), עמ' 91 - 92 (1997), כך:

"ההבדל העיקרי בין יסוד ה'פרסום' הנדרש בעבירה הפלילית לבין יסוד ה'פרסום' הנדרש בעוולה האזרחית נוגע למספר האנשים, זולת הנפגע, שאליהם צריך הפרסום להגיע. סעיף 7 לחוק איסור לשון הרע מגדיר את העוולה האזרחית כך:

'פרסום לשון הרע לאדם אחד או יותר זולת הנפגע, תהא עוולה אזרחית...!'

מהוראה זו עולה, כי די בכך שהפרסום ייעשה לאדם אחד בלבד זולת הנפגע כדי להטיל על המפרסם אחריות אזרחית לפרסום. את הכלל הזה יש לשלב בהוראות סעיף 2 לחוק, בנוגע לכוונה המתלווה לפרסום ובנוגע לשאלה האם הפרסום חייב להגיע בפועל לפי שאליו הוא מכוון. מכאן עולה, שאדם יישא באחריות אזרחית לפרסום לשון הרע שלא בכתב אם הפרסום היה מיועד לאדם אחד לפחות זולת הנפגע והוא אכן הגיע בפועל לאדם אחד לפחות זולת הנפגע, וכי אדם יישא באחריות אזרחית לפרסום לשון הרע בכתב אם הפרסום עשוי היה לפי הנסיבות להגיע לאדם אחד זולת הנפגע." (ההדגשה שלי - י.ל.)

ראו עוד בעניין זה: תמ"ש (באר שבע) 21757-10-11 **פלונית נ' אלמוני** (פורסם במאגרים משפטיים 11.08.2013); ת"א (חי') 33871-11-17 **גבי רז נ' רינת ירדן** (פורסם במאגרים משפטיים 28.01.2021); תא"מ (הרצ'י) 26222-03-20 **יואב לוי נ' רויטל בר** (פורסם במאגרים משפטיים,



## בית משפט השלום באשדוד

ת"א 40940-08-21 בוהדנה ואח' נ' קופרשטיין

תיק חיצוני:

- 13.12.2020); ת"א (אשד'') 10790-03-19 אורי פירוז נ' יגאל רפאל כהן (פורסם במאגרים משפטיים 21.03.2021).
30. ואכן אין לצפות, כי מקום בו בוצע פרסום פומבי של ביטוי פוגעני, כדוגמת פרסום כרזה על-גבי לוח מודעות ברחובה של עיר או פרסום במרחבי המרשתת, יאלץ התובע לנסות ולהתחקות אחר מי שנחשף לפרסום, כאשר הנחה סבירה היא שבשל פומביות הפרסום צפה בו לכל הפחות אדם אחד נוסף זולת הנפגע.
31. לפיכך, די בכך שקיים פוטנציאל שהפרסום נצפה על-ידי אדם נוסף זולת מר בוהדנה, כדי לעמוד בתנאי הפרסום הקבוע בסעיף 2(ב) לחוק.
- לכך אוסיף, כי התובעת צרפה לכתב התביעה כנספח 2 צילום מסך של אחת הפרסומות הממומנות שעל גביה ביצעה הנתבעת פרסום, ובצדק מפנה התובעת לכך שהמודעה הגיעה ל-15,223 איש ו-620 איש אף הקליקו על המודעה על מנת לצפות במוצר. הנתבעת לא סתרה נתונים אלה, ולפיכך תהיה זו הנחה סבירה, במאזן הסתברויות, שלפחות אדם אחד זולת מר בוהדנה צפה בה.
32. טרם סיום הדיון בסוגיית הפרסום יש להידרש לטענת הנתבעת (ראו סעיף 17 לסיכומיה), ולפיה התובעת היא שביצעה את הפרסום, היות שביכולתה לבחור את התכנים והתגובות העולים לדף העסקי שלה, והיא אפשרה את העלאת פרסומי הנתבעת לדפים העסקיים למספר דקות ספורות, אך ורק לצורך תביעה זו.
33. לא רק שטענה זו של הנתבעת לא גובתה בראיה כלשהיא, אלא שהיא מהווה הרחבת חזית מובהקת, היות שדבר לא נטען בעניין זה בכתב ההגנה של הנתבעת. בהתאם, כבר כאשר עלתה טענה זו מפי ב"כ הנתבעת הערתי, כי לא רק שמדובר בהרחבת חזית אסורה, אלא שהיא אף איננה נתמכת בחוות דעת כפי שהיה נדרש לצורך הוכחת טענה מסוג זה (ראו עמ' 7 לפרוט' ש' 26).
- לפיכך, אני דוחה טענה זו של הנתבעת, כי התובעת שלטה באופן מוחלט בפרסומים, ויכולה הייתה למנוע את העלאתם לדף העסקי.
34. לאור כל האמור לעיל, יש לקבוע, כי הפרסומים של הנתבעת, ולפיה "ביו-אייר" "גנבה" או התנהלה ב"נוכלות" מהווים "לשון הרע".
- מאחר שקבעתי, כי הפרסומים מהווים "לשון הרע", יש לבחון האם עומדת לטובת הנתבעת אחת ההגנות המנויות בחוק. בהקשר זה יש לומר, כי הנתבעת טענה בסיכומיה להגנות של "אמת בפרסום" ולהגנת "תום הלב".
- טענת "אמת בפרסום"
35. טוענת הנתבעת, שיש "אמת בפרסום", היות שהסירוב של התובעת להשיב לידיה את המוצר התקול, לאחר שקיבלה אותו לצורך בחינת טענות הנתבעת, שקולה לגניבה, כהגדרת מונח זה בסעיף 383 לחוק העונשין, תשל"ז-1977.





## בית משפט השלום באשדוד

ת"א 40940-08-21 בוהדנה ואח' נ' קופרשטיין

תיק חיצוני:

36. טוב היה אילו הנתבעת לא חזרה על טענה זו בסיכומיה. יוזכר (ראו סעיפים 7 - 8 לעיל), כי הפרסומים בוצעו לאחר שהצדדים הגיעו לכלל הסדר של פשרה, ולפיו הנתבעת תקבל מוצר חדש, ואף לאחר שהנתבעת קיבלה לידה את המוצר החדש. עולה מעדותה, כי המוצר החדש התקבל בידיה כשבוע וחצי לאחר שניתן פסק הדין (ראו עמ' 29 לפרוט' ש' 9 - 10). היות שפסק הדין ניתן ביום 07.06.2021 והפרסומים בוצעו ביום 21.06.2021, אזי עולה מעדותה של הנתבעת, כי הפרסומים בוצעו כאשר היה בידי הנתבעת המוצר החדש, וממילא לא ניתן לומר, כי "ביו-אייר" "גנבה" ממנה מכשיר.

37. הנתבעת ניסתה לטעון, כי הפרסום בוצע ביום שבו ניתן פסק הדין, אלא שאינני נותן אמון בעדותה, משום שבכך סתירה לאמור בסעיף 9 לכתב ההגנה בו אישרה כי הפרסומים בוצעו ביום 21.06.2021. זאת ועוד, כאשר עומתה הנתבעת בחקירתה הנגדית עם סתירה זו ועם צילום מסך הנושא תאריך 21.06, היא העידה ש"מבחינת תאריכים אני באמת לא זוכרת את התאריכים המדויקים, לא של המשפט ולא של מה שרשום פה בתביעה...." (ראו עמ' 23 לפרוט' ש' 15 - 16). מכאן, שהנתבעת לא סתרה את טענת התובעת, ולפיה הפרסומים בוצעו ביום 21.06.2021.

38. אך גם אם נפלה טעות בעניין זה, ואכן הפרסומים בוצעו בסמוך לאחר שניתן פסק הדין בתביעה הקטנה, עדיין לא ניתן לומר שבמועד כלשהוא הקודם למועד ביצוע הפרסומים, ביצעה התובעת עבירת "גניבה".

39. אמנם, הנתבעת שלחה לתובעת את המכשיר שרכשה ושעל-פי טענתה הגיע לידיה כשהוא שבור, וזאת לצורך בחינתו בעקבות תלונתה, ומכשיר זה נותר בחזקת התובעת עד לדיון בתביעת הנתבעת, אלא שבכך לא ניתן לומר שמתקיימים יסודות עבירת הגניבה. מר בוהדנה העיד, כי לאחר שבחן את המכשיר התקול הוא הגיע למסקנה, כי המכשיר נשבר לאחר שהתקבל על-ידי הנתבעת ולכן אין אחריות לתובעת, ולכן הציע לנתבעת לאסוף את המכשיר השבור, אך היא סירבה (ראו עמ' 16 - 17 לפרוט'). מנגד, הנתבעת לא הציגה כל ראיה לכך שדרשה השבת המכשיר השבור, אך התובעת סירבה לכך.

ויזכר עוד, כי עד למועד הדיון בבית המשפט לא השלימה הנתבעת את מלוא התשלום בגין המכשיר שרכשה.

די באמור לעיל, כדי לדחות את טענת הנתבעת, ולפיה התובעת "גנבה" ממנה.

40. למעלה מן הצורך אומר, כי התובעים אינם צריכים להוכיח, שאין אמת בטענת הנתבעת, אלא מלוא הנטל בעניין זה מוטל על כתפי הנתבעת להוכיח את טענתה כי "ביו-אייר" "גנבה" ממנה. ראו לעניין זה את הדברים הבאים מתוך ספרם של המלומדים ח' גנאים, מ' קרמניצר, ב' שנוור "לשון הרע הדין המצוי והרצוי" (המכון הישראלי לדמוקרטיה, 2005), בעמ' 226:

"במשפט המצוי, אין התובע נדרש להוכיח את שקריות הפרסום לצורך זכייה בתביעתו. אם חפץ הנתבע להישען על אמת הפרסום כרכיב בהגנתו, מוטל עליו הנטל להוכיח את אמתות הפרסום...במשפט המקובל ניתנו הנמקות מספר לכלל







## בית משפט השלום באשדוד

ת"א 40940-08-21 בוהדנה ואח' נ' קופרשטיין

תיק חיצוני:

הראייתי שמטיל את נטל ההוכחה בעניין אמתות הפרסום על הנתבע. ראשית, הנתבע הוא שחדר לתחום הפרט של התובע בכך שפגע בכבודו. לפיכך, יש להטיל עליו את הנטל להוכיח שפגיעה זו היא מוצדקת. שנית, ההנחה היא שמי שמפרסם דבר יודע את כל פרטיו, ויכול להוכיח אותו ביתר קלות מאשר כל אדם אחר. שלישית, לאור חזקת החפות שעומדת לכל אדם ואדם, חזקה שכל דבר שלילי שנאמר על אדם הוא שקרי, עד שלא יוכח שאותו אדם אכן עשה את שמיוחס לו.

41. היות שכך, היה על הנתבעת להראות, כי התובעת קיבלה את החזקה במכשיר שרכשה בטענות מרמה, וכי לא היה בכוונת התובעת להשיב לה את המוצר. זאת היא לא עשתה.
42. משהבינה הנתבעת, כי לא עלה בידה להוכיח שהתובעת ביצעה עבירת "גניבה", הרי שהיא טוענת לראשונה בסיכומיה, כי כוונתה הייתה לכך שהתובעת ביצעה "גניבת דעת", היות שהיא "מסתירה מעיניהם של הלקוחות חוויות לקוחות, אף אם הן בוטות." (ראו בסעיף 5 לסיכומיה).
43. לא רק שטענה זו גם היא מהווה הרחבת חזית אסורה, באשר דבר לא נטען בעניין זה בכתב ההגנה, הרי שלגופה יש לדחות את הטענה, היות שבפרסומים אין דבר המתאר "חוויות לקוח", אלא הכפשות גרידא בלי כל הסבר לרקע ה"צרכני" העמוד ביסודן.
44. לאור כל האמור יש לומר, שלא עלה בידי הנתבעת להוכיח את טענתה כי "ביו-אייר" "גנבה" ממנה, וממילא אין אמת בפרסום בו נקטה הנתבעת בביטוי זה.

### הגנת תום הלב

45. טוענת הנתבעת, כי גם אם אין אמת בפרסום, הרי שמדובר בפרסום בתום לב, שכן מדובר ב"ביקורת צרכנית" לגיטימית, גם אם היא נעשתה בלשון בוטה (ראו בסעיף 33 לסיכומיה), ומפנה בעניין זה להוראת סעיף 15(4) לחוק לשון הרע, ולפסק דין שלכאורה ניתן על-ידי בית המשפט המחוזי בנצרת (ת"א 16-03-33865). יצוין, כי פסק הדין לא צורף על-ידי הנתבעת, ולא נמצא על-ידי במאגרים משפטיים. לגישה, הפרסום מבסס את זכות הציבור לדעת.
46. אינני מקבל את טענת הנתבעת, כי הפרסומים מהווים תיאור של "חוויה צרכנית", היות שעיון בהם מעלה שאין תיאור של "החוויה", כך שהקורא והצרכן הפוטנציאלי איננו יכול להתרשם ולעבד את העובדות בעצמו. כל שנחשף לעיני קהל הלקוחות הפוטנציאליים של "ביו-אייר", היא הטענה, כי "ביו-אייר" "גנבה" מהנתבעת, וכי הינה "נוכלת". לפיכך, הטענה כי ביסוד הפרסומים עומדת "זכות הציבור לדעת" טוב היה לה שלא תטען. את הנתבעת לא עניינה זכות הציבור לדעת, באשר לא הציגה כל מידע קונקרטי, אלא הסתפקה בהשמצות גרידא.
47. בחקירתה הנגדית, התבקשה הנתבעת להסביר, היכן בפרסומים מתוארת ה"חוויה הצרכנית", אלא שהנתבעת במובהק בחרה להתחמק ממתן תשובה, ואף נרשמה על-ידי הערה בעניין זה (ראו בעמ' 27 לפרוט' ש' 17 - 24).



## בית משפט השלום באשדוד

ת"א 40940-08-21 בוהדנה ואח' נ' קופרשטיין

תיק חיצוני:

התביעה האישית של מר בוהדנה ומר שעה

48. התביעה הוגשה, לא רק על-ידי שותפות "ביו-אייר", אלא גם על-ידי מר בוהדנה ומר שעה באופן אישי, אף ששם כלל אינו נזכר בפרסומי הנתבעת.

היות שכך, לגישתי, לא הוכח שהפרסום הופנו באופן אישי כלפי מר בוהדנה ומר שעה, ואף הקורא איננו יכול להתרשם, כי האמירות מופנות כלפיהם. זאת ועוד, מר שעה, כלל לא העיד בבית המשפט.

49. לפיכך, יש לדחות את תביעתם האישית של מר בוהדנה ומר שעה.

שיעור הפיצוי

50. לפי סעיף 7א לחוק איסור לשון הרע, בית המשפט רשאי לחייב את המעוול (מוציא לשון הרע) בתשלום פיצויים, ללא הוכחת נזק, עד לתקרה בסך של כ- 77,500 ₪ (הסכום נכון להיום); וכפליים סכום זה ככל שהוכחה כוונה לפגוע.

הסעד בו נקבו התובעים בתביעתם הוא סעד של פיצוי ללא הוכחת נזק, לפי סעיף 7א לחוק, בסך כולל של 135,000 ₪.

51. הפיצוי בגין לשון הרע תכליתו להשיג מטרות שונות – האחת, הטבת נזקיו של התובע, דהיינו לעודד את רוחו ולתקן את הנזק לשמו הטוב (ראו רע"א 4740/00 אמר נ' יוסף [פורסם במאגרים משפטיים 14.08.2001]); השניה, סנקציה עונשית כלפי מפרסם לשון הרע (ראו ע"א 9474/03 יורם גדיש תשתית ובנייה (1992) בע"מ נ' בהג'את מוסא (פורסם במאגרים משפטיים 21.11.2006)); השלישית, היבט חינוכי שעניינו העברת מסר לציבור (ראו ע"א 89/04 נודלמן נ' שרנסקי (פורסם במאגרים משפטיים 04.08.2008)).

52. טוענת התובעת, כי השימוש בביטויים פוגעניים במספר פרסומים, על גבי מודעות ממומנות שלה, שאין בהם כל תיאור של "חוויה", מלמד על הכוונה של הנתבעת לפגוע בה עסקית, ובהתאם מבקשת שייפסק לה מלוא הפיצוי המבוקש בכתב התביעה בסך של 135,000 ₪.

מנגד, טוענת הנתבעת, כי לא רק שלא הוכח קיומו של נזק, אלא שהפרסומים שתוכנם הוא של תיאור חוויה צרכנית, הוסרו מן הדפים העסקיים של התובעת בחלוף מספר דקות בודדות.

53. אמנם לא עלה בידי התובעת להוכיח קיומו של נזק קונקרטי, אלא שבעניין זה יש לומר שכאשר מדובר באובדן לקוחות פוטנציאליים אשר נחשפו לעמודים העסקיים של "ביו-אייר", ובצד זאת לפרסומים של הנתבעת, הרי שקיים קושי מובנה להוכיח כמה מהם נמנעו מלרכוש מוצרים לאחר שנחשפו לדברי הנתבעת. בת"א (אשד' 10790-03-19 אורי פירוז נ' יגאל רפאל כהן (פורסם במאגרים משפטיים 21.03.2021) כתבתי בעניין זה כך:

"בצד זאת יש לומר, כי קיים קושי להראות את הנזק שנגרם כתוצאה מכך שאנשים נחשפו לתגובת, ובחרו שלא להשתתף בקורסים שמשווק פירוז באמצעות העסק. עניין זה לא יבוא לידי ביטוי בשום דו"ח כספי. לכן, יש להוסיף, כי פרסום לשון הרע



## בית משפט השלום באשדוד

ת"א 21-08-40940 בוהדנה ואח' נ' קופרשטיין

תיק חיצוני:

יש בכוחו ליצור נזק לא רק ממוני, אלא גם כזה שאיננו ממוני בשל עגמת הנפש שחוזה הנפגע.

על הקושי בהוכחת הנזק בעוולת 'לשון הרע' עמד בית המשפט העליון בפסק דינו בע"א 89/04 נודלמן נ' שרנסקי (פורסם במאגרים משפטיים 4.8.2008) (להלן – 'פרשת נודלמן'):

'מבחינת הדרישה ההוכחתית, ניתן להיעזר בחזקה עובדתית על פיה פרסום לשון הרע מעצם טיבו גורם נזק, אלא אם הוכח אחרת (שנהר, 367). למונח 'נזק' שבפקודת הנזיקין, הכולל גם פגיעה בשם טוב, יש להעניק משמעות רחבה, ולכלול בו כל הפסד מוחשי, לרבות סבל נפשי (דיני הנזיקין, 162; ע"א 243/83 עיריית ירושלים נ' גורדון, פד"י לט(1) 113 (1985), 139). כך הוא לענין העוולות הכלליות שבפקודת הנזיקין, המתפרשות גם על נזקים נפשיים וכאב וסבל, וכך הוא בעוולה על פי חוק איסור לשון הרע, שעיקר עניינה פגיעה בשם טוב של אדם.

עוולת לשון הרע גוררת באופן טבעי נזקים שלא אחת קשה לאמוד אותם במושגים ממוניים, וקשה להיטיב אותם בדרך ממונית ישירה."

54. ובהמשך פסק הדין עמדתי על האופן בו יש לפסוק את הסכום הפיצויים, כאשר מבוקש כי הפיצוי ייקבע ללא הוכחה.

"פיצוי בלא הוכחת נזק, כשמו כן הוא, אין על התובע חובה להוכיח את ההיקף המדויק של נזקו לצורך קבלת פיצוי. לכן, אף שפירוז לא הצליח להראות בראיות של ממש את היקף הפגיעה בו ובעסקו, הרי שכאמור יש קושי מובנה בכך.

יתרה מכך, בפרשת 'נודלמן' שנזכרה לעיל, קבע בית המשפט העליון שלפיצוי מטרות נוספות מעבר להטבת הנזק הממוני הישיר, ובין היתר יש לתת ביטוי לעוגמת הנפש שנגרמה לנפגע. בפסק הדין עמד בית המשפט על השיקולים אותם יש לשקול בקביעת סכום הפיצוי:

'מעקרונות היסוד האמורים לעיל, נגזרים השיקולים שיש לשקול לצורך הערכת שיעור הפיצוי הראוי, בין לחומרה ובין לקולא. בראש וראשונה, יש לתת משקל לנזק שנגרם לתובע כתוצאה מהפרסום, אשר הפיצוי התרופתי נועד להטבתו. קיימת חזקה, כי נגרם נזק לשמו הטוב של הנפגע מעצם פירסום לשון הרע, המצדיק פסיקת פיצויים אף ללא צורך שיוכיח נזק ממון מיוחד אשר נגרם הלכה למעשה (ענין מנדל-שרף, 174; ע"א 2668/97 ר"ח דורון רופין נ' גלובס פבלישר עיתונות, פד"י נה(1) 721 (1998), 725). נזק זה נשקל לא רק בהקשר לפרסום עצמו, אלא גם בהתחשב בהתנהגות הצדדים לאחריו, ואף במהלך הדיון המשפטי, התנהגות העשויה להגדיל את הנזק או להקטינו, לפי הענין. אף באשר למטרה העונשית, החינוכית וההרתעתית, יש לשקול את התנהגות המפרסם, ואת כוונותיו כפי שהן עולות מהתנהגותו כגון, האם היה בהן רישול או קלות דעת, או זדון וכוונה ישירה לפגוע.



## בית משפט השלום באשדוד

ת"א 40940-08-21 בוהדנה ואח' נ' קופרשטיין

תיק חיצוני:

ברוח זו מונה סעיף 19 לחוק מספר נסיבות שבכוחן להקל על הנתבע, בהן: היות הפרסום חזרה על דברים שנאמרו קודם לכן (לשון הסעיף, וראו גם ענין 723/74 הארץ, 322); היות המפרסם משוכנע באמיתות דבריו, בהיעדר כוונה לפגוע, וכן בקיום התנצלות, תיקון או הכחשה, או בנקיטת צעדים לצמצום תפוצתו של הפרסום. הערכת הנזק נותרת, בסופו של יום, עניין הנתון להערכה שיפוטית, הבנויה על אמות מידה כלליות, ועל נסיבותיו הקונקרטיות של המקרה הפרטי (ענין פרידמן, 244; ע"א 492/89 סלונים נ' 'דבר' בע"מ, פד"י מו(3) 827 (1992), 835).

בצד השיקולים הקשורים במידת הפגיעה בנפגע, נקבע בסעיף 19 לחוק שישנם שיקולים הקשורים במעוול, שיש לקחת אותם בחשבון, בעת פסיקת הפיצויים. נאמר בסעיף כך:

'בבואו לגזור את הדין או לפסוק פיצויים רשאי בית המשפט להתחשב לטובת הנאשם או הנתבע גם באלה:

- (1) לשון הרע לא היתה אלא חזרה על מה שכבר נאמר, והוא נקב את המקור שעליו הסתמך;
- (2) הוא היה משוכנע באמיתותה של לשון הרע;
- (3) הוא לא נתכוון לנפגע;
- (4) הוא התנצל בשל הפרסום, תיקן או הכחיש את הדבר המהווה לשון הרע או נקט צעדים להפסקת מכירתו או הפצתו של עותק הפרסום המכיל את לשון הרע, ובלבד שההתנצלות, התיקון או ההכחשה פורסמו במקום, במידה ובדרך שבהן פורסמה לשון הרע, ולא היו מסוייגים."

55. עולה מן האמור, שבעת קביעת גובה הפיצוי, יש לשקול, בין היתר, את שאלת תפוצת הפרסום, אשר לה משקל גבוה בקביעת גובה הפיצוי, את משך הזמן בו הציבור יכול היה להיחשף לפרסום (ראו בהקשר זה ע"א 552/73 רוזנבלום נ' כץ, פ"ד ל(1) 589, 594 (1975)), את קיומה או אי קיומה של התנצלות, וכן את התרשמות בית המשפט בדבר קיומה של כוונה לפגוע.

56. כאמור לעיל, לא נתתי אמון הטענת הנתבעת שמדובר בתיאור של "חוויה צרכנית". אין בפרסומים תיאור "חוויה", אלא הטחה של הכפשות בדפים עסקיים ממומנים. יתרה מכך, כאשר מדובר בפרסומים, שהם השמצה גרידא, ואין בצדם כל הסבר לאמירות, אזי עולה מהם כוונה ברורה לפגוע, בפרט נוכח מיקום הפרסום בדפים העסקיים של התובעת.

57. בהתאם להוראות סעיף 19(4) לחוק, ניתן להתחשב גם בקיומה של התנצלות, אלא שהנתבעת לא מצאה מקום להתנצל – לא במהלך הדיון ואף לא בסיכומיה. מנגד, לזכות הנתבעת עומדת העובדה שהפרסומים הוסרו על-ידי התובעת בחלוף מספר דקות (ראו בעדותו של מר בוהדנה בקדם המשפט בעמ' 3 לפרוט' ש' 7 - 10).





## בית משפט השלום באשדוד

ת"א 21-08-40940 בוהדנה ואח' נ' קופרשטיין

תיק חיצוני:

58. אשר להיקף התפוצה ומשך זמן הפרסום, יש לומר, כי לכל הפחות לגבי פרסום מס' 2 הוכח שנשלח ללמעלה מ-15,000 לקוחות פוטנציאליים, אלא שהפרסומים הוסרו בחלוף 5 דקות, ולא ניתן עוד לראותם, ולכך יש לתת ביטוי בקביעת שיעור הפיצויים.

59. להלן תוצג סקירה של סכומי פיצוי שנפסקו לבעלי עסקים עקב פרסומי לשון הרע ברשתות חברתיות.

בת"א (ת"א) 15-04-33784 שי רג'ואן נ' אמנון יצחקי (פורסם במאגרים משפטיים 27.08.2015), נפסק לחובת הנתבע תשלום פיצוי בגובה 4,000 ₪, בהתחשב בכך שדובר בפרסומים הדדיים פוגעניים, שנעשו בקשר עם עיסוקם של הצדדים.

בת"א (ת"א) 14-10-16410 גיא בית און נ' מיכאל הרשקוביץ (פורסם במאגרים משפטיים 31.03.2015), נפסק לחובת הנתבע תשלום פיצויים בגובה של 10,000 ₪ בגין נזק בלתי מוכח שנגרם לתובע, עורך דין במקצועו, מפרסומי הנתבע, אשר נעשו באתר אינטרנט ובפייסבוק.

בת"א (ת"א) 17-09-39830 דרוקר נ' יואב אליאסי (פורסם המאגרים משפטיים 04.08.2020), נדון עניינה של מנהלת עמוד עסקי העוסק באוכל, אשר פרסמה פוסט פוליטי. כתגובה לפוסט הפוליטי, כתבו הנתבעים 2-10 ביקורות מכפישות בעמוד הפייסבוק העסקי שלה, מבלי שנמנו כלל על קהל לקוחותיה. נקבע כי דברי הביקורת שפורסמו עולים כדי לשון הרע, ונפסקו לחובת כל אחד מהנתבעים 2-10 תשלום סכומים הנעים בין 1,000 ₪ לבין 8,000 ₪ בתוספת הוצאות.

בת"א (אשד' 16-06-43185 רון גל הסעות בע"מ נ' יאן פקליס ואח' (פורסם במאגרים משפטיים 19.03.2020) נדון עניינו של אדם העוסק במתן שירותי הסעות, אשר פרסם בקבוצת ווטסאפ בה חברים כ-100 חברים בתחום מתן שירותי הסעות פרסומים, ולפיהם יש להיזהר מלעבוד עם חברת רון גל הסעות, מבלי לתת הסבר לאזהרה זו. לאחר שמיעת ראיות פסקתי לחובת הנתבע וחברה בבעלותו תשלום פיצוי בסך 6,500 ₪.

בת"א (אשדוד) 19-03-10790 פירוז נ' כהן (פורסם במאגרים משפטיים 21.03.2021) נדון עניינו של אדם אשר ביצע פרסום בדף עסקי המנוהל על ידי מר פירוז ברשת החברתית "פייסבוק", ובו רשם:

"די!!! מספיק עם השקרים האלה די!!... הייתי יורק לך בפרצוף... די להטעות אנשים

תמימים ולך לעבוד באמת, די לעבוד על אנשים – שקרן זונה!!!".

לאחר שמיעת ראיות, מצאתי כי פרסום זה בוצע על ידי הנתבע בטעות, היות שכיוון לעוסק אחר אשר לטענתו הונה אותו, אך נוכח כך שלמרות זאת סירב להתנצל, וכאשר לא הוכחה פגיעה עסקית קונקרטיית בשל הקושי הגלום בכך, אזי הוריתי למר כהן לפצות את מר פירוז בסך של 10,000 ₪.

בת"א (בת-ים) 19-10-23689 פרסום רוטשטיין בע"מ נ' פירסומוטור בע"מ (פורסם במאגרים משפטיים 11.07.2021) נדון עניינו של שתי חברות העוסקות בפרסומות על גבי רכבים, והנתבעת





## בית משפט השלום באשדוד

ת"א 40940-08-21 בוהדנה ואח' נ' קופרשטיין

תיק חיצוני:

שלחה מסרון ללקוח של התובעת, ובו הודיעה לו, כי התובעת נסגרה או מצויה בהליכי סגירה. בית המשפט פסק לטובת התובעת פיצוי בסך של 5,000 ₪.

60. ביישום לענייננו, לאחר שבחנתי את מכלול הנסיבות, ובכלל זה העובדה שלא עלה בידי התובעת להוכיח פגיעה ממונית קונקרטיה, אך בצד זאת קיים קושי להוכיח באם אנשים שנחשפו לפרסומים, נמנעו עקב כך מרכישת מוצרים המשווקים על-ידי "ביו-אייר", וכאשר אני נותן דעתי לכך שהנתבעת התכוונה לפגוע בעסקה של התובעת ואף לא התנצלה על-כך, אך מנגד הפרסום נותר בדפים העסקיים של התובעת זמן קצר בטרם הוסר, אזי שיעור הפיצויים הראוי בעיני עומד על סכום של 10,000 ₪.

### סוף דבר

61. התביעה בעניינה של התובעת 1 מתקבלת. התביעה בעניינם של התובעים 2 ו-3 נדחית.

הנתבעת תשלם לתובעת 1 פיצויים בסך של 10,000 ₪.

בנוסף, הנתבעת תשלם לתובעת 1 הוצאות משפט ושכ"ט עו"ד בסכום כולל של 5,000 ₪. לא מצאתי לפסוק הוצאות ושכ"ט לחובת התובעים 2 ו-3, היות שהנתבעת לא נדרשה לתוספת הגנה בעניינם מעבר להגנה שנדרשה בעניינה של התובעת.

הסכומים האמורים ישולמו בתוך 30 יום מיום קבלת פסק הדין בידי הנתבעת, ויישאו הפרשי הצמדה וריבית כחוק בחלוף מועד זה.

### זכות ערעור כחוק.

ניתן היום, ח' ניסן תשפ"ג, 30 מרץ 2023, בהעדר הצדדים.

יהודה ליבליין, שופט

