



בית משפט לתביעות קטנות בהרצליה

ת"ק 20-06-72084 אלמקייס נ' 911 אופנה בע"מ

בפני כב' הרשם הבכיר צחי אלמוג

זיו אלמקייס

התובע

נגד

911 אופנה בע"מ

הנתבעת

פסק דין

1

2

3 תביעה בגין משלוח הודעות פרסומת לכתובת המייל של התובע בניגוד להוראות סעיף 30א לחוק
4 התקשורת (בזק ושירותים), התשמ"ב-1982 (להלן – חוק התקשורת).

5

6

טענות התובע

7 התובע טוען כי מיום 26/03/2020 ועד ליום 09/06/2020 שלחה לו הנתבעת 42 הודעות פרסומיות
8 באמצעות דואר אלקטרוני אל כתובת המייל שלו. התובע טוען כי בחודש מרס, אפריל, מאי, ויוני, הוא
9 ביקש בכל פעם מהנתבעת להסיר אותו מרשימת התפוצה (תאריכי הפניה: ביום 26.3.19, 7.4.20,
10 25.5.20, 27.5.20).

11 ביום 09/06/2020 שלח התובע באמצעות עורך דינו מכתב התראה אל כתובת המייל של הנתבעת (אותה
12 הכתובת ממנה נשלחו אל התובע המיילים) ובה ביקש מהנתבעת להסירו מרשימת התפוצה, לטענתו,
13 רק לאחר שליחת מכתב ההתראה הוא הוסר מרשימת התפוצה.

14 התובע מבקש פיצוי בסך של 34 אלף ₪ עבור 42 מיילים שנשלחו לו.

15

טענות הנתבעת

16 הנתבעת טוענת כי התובע הסכים להיות ברשימת התפוצה שלה ואף נתן את הסכמתו לכך. בנוסף,
17 בשל משבר הקורונה, היא נאלצה להוציא את חלק מעובדיה לחל"ת, וחלק מהעובדים שהיו בחל"ת
18 הינם מהמחלקה אשר מטפלת בנושא הדיוור ובקשות ההסרה של לקוחות מרשימת התפוצה. לטענת
19 הנתבעת ככל הנראה בשל היותם של חלק מהעובדים במחלקה הנ"ל בחל"ת בקשתו של התובע להסרה
20 לא בוצעה באופן מידי.

21 הנתבעת טוענת כי התובע לא הקטין את הנזק והמתין עד "שצבר" מספר רב של מיילים שנשלחו לו
22 על ידה ורק לאחר מכן החליט לבקש הסרה. כמו כן טוענת הנתבעת כי הנתבע יכול היה לפנות אל
23 הנתבעת באופן ישיר בטלפון ולבקש את הסרתו אך הוא לא עשה זאת ולכן עליו להלין רק על עצמו.
24 עוד טענה כי התובע לא השתמש בלחצן "הסר" המצוי בתחתית כל מייל.



בית משפט לתביעות קטנות בהרצליה

ת"ק 20-06-72084 אלמקייס נ' 911 אופנה בע"מ

- 1 עד כאן טענות הצדדים.
- 2 חוק התקשורת אוסר על מפרסם לשלוח דבר פרסומת באמצעות פקסימיליה, מערכת חיוג אוטומטי,
3 דואר אלקטרוני או מסרון (SMS), ללא הסכמה מראש ובכתב של הנמען. בנוסף, מחייב החוק את
4 המפרסם לציין את פרטיו בדבר הפרסום ואת העובדה שמדובר בדבר פרסום, באופן גלוי וברור המונע
5 הטעיה. אין חולק כי המיילים שנשלחו לתובע מופצים באופן מסחרי וכוללים תוכן, שמטרתו לעודד
6 רכישת מוצר או "שירות" ומהווים "דבר פרסומת" כהגדרתו בסעיף 30א(א) לחוק התקשורת.
- 7 חוק התקשורת קובע איסור לשגר דבר פרסומת ללא הסכמה מראש ובכתב של הנמען. ההסכמה
8 הנדרשת לפי סעיף 30א(ב) לחוק התקשורת היא הסכמה מראש, לפני שיגור ההודעה, אלא אם נתן
9 המפרסם לנמען הזדמנות להודיע לו, שהוא מסרב לקבל דברי פרסומת, דרך כלל, או מסוג מסוים
10 והנמען לא עשה כן.
- 11 סעיף 30א(י)(5) לחוק התקשורת קובע חזקה לפיה, מפרסם ששיגר דבר פרסומת בניגוד להוראות סעיף
12 30א לחוק התקשורת, עשה כך ביודעין, אלא אם הוכיח אחרת.
- 13 מהחזקה הקבועה בסעיף עולה, שהנטל להוכיח את הסכמת הנמען לקבלת דבר פרסומת מוטל על
14 כתפי המפרסם, קרי, הנתבעת (ראו: רע"א 1621/16 MEGA ADVANCED MATHEMATICAL
15 SYSTEM LTD נ' זילברג, [פורסם בנבו] מיום 14.6.2016 להלן – עניין MEGA); ת"צ (חי') 40072-
16 01-16 רפול נ' קבוצת אורמוש בע"מ, [פורסם בנבו] מיום 3.1.2017).
- 17 אמנם, התובע טען בכתב התביעה כי אינו זוכר שנרשם לקבלת דברי פרסומת מן הנתבעת, אולם אין
18 לראות בטיעון זה משום אישור להסכמה, כאמור. במקרה כזה, היה על הנתבעת להראות הסכמה
19 בכתב של התובע לקבלת המיילים, אולם הנתבעת לא הראתה הסכמה כזו. לכן, חזקה שהמיילים
20 נשלחו בניגוד להוראת החוק.
- 21 מהמיילים שצורפו ניתן לראות כי אמנם בתחתית כל מייל יש לחצן "הסר", אך ממש מתחתיו נרשם:
22 "או כתבו לנו למייל service@storyonline.co.il"
- 23 הנוסח, הצורה והמיקום שבו הופיע המלל הנ"ל מלמד כי התובע יכול היה לבקש להסיר את עצמו
24 מרשימת התפוצה גם על ידי משלוח מייל, כפי שאכן עשה.
- 25 טענת הנתבעת כי התיבה אליה שלח את הבקשות לא נוטרה או כי מדובר בתיבת ספאם או כי מאחר
26 ובתקופת הקורונה הוצאו חלק מעובדיה לחל"ת ולכן לא טיפלו בעניין, אינה מעניינה של התובע. משעה
27 שהנתבעת יצרה במיילים ששלחה מצג כי הנמען יכול לבקשת להסיר עצמו גם באמצעות משלוח מייל
28 רגיל, ולא רק על ידי לחיצה על "הסר", הרי שחובתה ואחריות לעמוד מאחורי מצג זה ולדאוג כי
29 משלוח המיילים יופסק כבר לאחר הבקשה הראשונה. הא ראייה כי מכתב ההתראה נשלח לאותו מייל
30 והוא טופל מייד והתובע הפסיק לקבל מיילים. כלומר, כי מדובר בתביעת דואר פעילה.





בית משפט לתביעות קטנות בהרצליה

ת"ק 20-06-72084 אלמקייס נ' 911 אופנה בע"מ

- 1 לאור האמור, המסקנה היא כי הנתבעת לא הוכיחה כי התובע הסכים לקבלת דברי פרסומת ממנה,
2 וכי בנסיבות מקרה זה, הוא שלח בקשת הסרה לכתובת מייל חוקית. אין המדובר במשלוח לתיבת
3 דואר שהיא noreply. לפיכך, יש לדון בגובה הפיצוי לו זכאי התובע.
- 4 בהתאם לנספחי כתב התביעה נשלח המייל הראשון ביום 28.3.19 והאחרון ביום 9.6.20, שאז שלח
5 התובע לאותה כתובת מייל אליה נשלחו בקשות ההסרה מכתב התראה מעו"ד ולאחריו נפסק משלוח
6 המיילים.
- 7 סעיף 30א(1) לחוק התקשורת קובע, כי בית המשפט רשאי לפסוק בשל הפרת הוראות החוק פיצויים
8 לדוגמה שאינם תלויים בנזק בסכום שלא יעלה על 1,000 ש"ח להודעה. בהתאם להוראות חוק
9 התקשורת, על בית המשפט לשקול בקובעו את שיעור הפיצוי, בין היתר, את האינטרס שבאכיפת החוק
10 והרתעה מפני הפרתו, את הרצון לעודד את הנמען לממש את זכויותיו ואת היקף ההפרה. בתוך כך,
11 אין לשקול את גובה הנזק שנגרם לנמען כתוצאה מביצוע ההפרה (סעיף 30א(3) לחוק).
- 12 יחד עם זאת, אין להסיק כי הפיצוי חייב לשקף מכפלה פשוטה של מספר ההודעות באלף שם להודעה.
13 כפי שנפסק "אפשר שייפסק פיצוי בסכום זהה לאדם שנשלחו לו 100 הודעות ולאדם שנשלחו לו 1,000
14 הודעות, ובלבד שהפיצוי השיג את תכליות החוק: אכיפה והרתעה אפקטיבית ומידתית" (ראו: רע"א
15 1954/14 חזני נ' הנגבי, פסקה 10 (4.8.2014); רע"א 2904/14 גלסברג נ' קלאב רמון בע"מ, פסקה
16 י"ב (27.7.2014)). על כן, ככל שמספר ההודעות עולה, כך גדלה תקרת הפיצוי, אולם על גובה הפיצוי
17 "להיעצר בסכום המשקף הרתעה יעילה בנסיבות העניין ולא לפסוק מעבר לכך" (עניין חזני, שם). כפי
18 שנפסק, "נקודת המוצא בקביעת גובה הפיצוי בעבור משלוח דבר פרסומת בניגוד להוראות סעיף 30א
19 לחוק התקשורת היא הרף העליון שקבע המחוקק, ומסכום זה בידי בית המשפט להפחית על פי שיקול
20 דעתו" (רע"א 9162/16 עזרא נ' הזנק להצלחה בע"מ, פסקה י" (5.1.2017)).
- 21 פסיקת פיצוי ברף הגבוה, מתחייבת מקום בו יש להרתיע מפרסם הפועל שלא בתום לב, תוך הפרה
22 בוטה של הוראות החוק, לשם הדוגמא: נתבע המפרסם פרסום פוגעני, למספר רב של נמענים
23 שפרטיהם לא נמסרו לו מרצונם, אלא הגיעו לידיו מגורם שלישי, תוך פגיעה בפרטיותם. לא זה המקרה
24 שבפניי. בנוסף, התובע המתין וצבר 42 הודעות בטרם פנה לבית המשפט, אילו היה פונה בתביעה קודם
25 לכן, סביר למדי כי משלוח המיילים היה נפסק ובהתאם הפיצוי לו היה זכאי.
- 26 כמו כן לא שוכנעתי כי הנתבעת נהגה בנסיבות חמורות של אסטרטגיית שיווק פסולה אלא בחברה
27 הנוהגת לשגר דיוורים לנמעניה, ומה גם שלא הוכח כי היא מפירת חוק סדרתית, ועל כן השיקול
28 ההרתעתי להישנות מקרים דומים פוחת בעניינה.
- 29 בשים לב לשיקולים המנחים, לתכליות החוק ולאמות המידה בדבר הרתעה אפקטיבית ומידתית, אני
30 סבור כי לא קיימת הצדקה בפסיקת הפיצוי הסטטוטורי המרבי הקבוע בחוק, וכי די בפיצוי כולל
31 בסכום פחות מהתקרה הקבועה בחוק שיש בו כדי לשקף את קולה של ההרתעה.



בית משפט לתביעות קטנות בהרצליה

ת"ק 72084-06-20 אלמקייס נ' 911 אופנה בע"מ

1 בשקלול כל האמור לעיל מצאתי לחייב את הנתבעת בפיצוי בסך 6,000 ₪ בצירוף הפרשי הצמדה
2 וריבית מיום הגשת התביעה ועד התשלום בפועל, בתוספת חלקית של האגרה בסך 60 ₪ והוצאות
3 משפט בסך 500 ₪. הסכומים ישולמו בתוך 60 יום.

4
5 ניתן להגיש בקשת רשות ערעור לבית המשפט המחוזי בתוך 15 יום מיום פסק הדין.
6

7
8 ניתן היום, כ"ו אב תש"פ, 16 אוגוסט 2020, בהעדר הצדדים.
9

צחי אלמוג, רשם בכיר

10
11
12
13
14
15
16

