



בית משפט לתביעות קטנות בתל אביב - יפו

ת"ק 5240-10-11 גלסברג נ' האפרתי ואח'

ת"ק 34799-01-12 גלסברג נ' האפרתי ואח'

בפני כב' השופט רמי חיימוביץ

תובע זיו גלסברג
בעצמו

נגד

נתבעים 1. יוסי האפרתי
2. עופר האפרתי
3. אי מייליון בע"מ
באמצעות עו"ד שי ארז

פסק דין

1
2 סעיף 30א לחוק התקשורת (בזק ושידורים), תשמ"ב-1982 (חוק הבזק) אוסר על שיגור דבר פרסומת
3 באמצעות מתקן בזק אלא בתנאים שנקבעו בחוק, ובלשון השגורה – הסעיף אוסר על משלוח דואר
4 אלקטרוני המכונה "דואר זבל".
5 הנתבעים עוסקים בשיווק ופרסום באינטרנט עבור אחרים והם שלחו לתובע 17 הודעות דוא"ל
6 שכללו פרסומות של בתי עסק שונים.
7 לאחר שמיעת הראיות וטיעוני הצדדים מצאתי לקבל את התביעה כנגד נתבעת 3, ולקבוע כי הנתבעת
8 המחזיקה במאגרי המידע ושולחת את הודעות הפרסומת עבור אחרים מהווה "מפרסם" כהגדרתו
9 בחוק הבזק וכי שלחה לתובע הודעות פרסומת בניגוד לחוק. התביעה האישית כנגד נתבעים 1-2,
10 מנהלי החברה, נדחית.
11 לשלמות התמונה אעיר כי התובע הוא עו"ד והנתבעים יוצגו ע"י עו"ד, וכי היקף הליכים בתיק חרג
12 מהרגיל בתביעות קטנות.

התובע

14 1. התובע מפעיל אתר אינטרנט של משרד עו"ד השייך לאביו בכתובת "glazberg.com"
15 (הסיומת המשרדית) בלשון התובע – זו שם הדומיין. באתר מספר תיבות דוא"ל שכל הכתובות
16 שלהן מסתיימות בסיומת המשרדית. התובע תכנן את האתר כך שקיימות כתובות דוא"ל שהוקצו
17 לגורמים ספציפיים, וכן תיבת דוא"ל מרכזית בכתובת home@glazberd.com אשר "אוספת"
18 אליה כל הודעות דוא"ל אחרת שנשלחת לסיומת המשרדית. תיבת הדוא"ל המרכזית היא בשליטת
19 התובע. לטענת התובע באופן זה הוא יכול להגן על פרטיותו ולרשום באתרי אינטרנט המבקשים
20 כתובת דוא"ל כתובת שאינה כתובתו האישית ודוא"ל, אם ישלח, יגיע אליו בכל זאת.

1 מתוך 6



בית משפט לתביעות קטנות בתל אביב - יפו

ת"ק 11-10-5240 גלסברג נ' האפרתי ואח'

ת"ק 12-01-34799 גלסברג נ' האפרתי ואח'

1

2

הנתבעים

2. נתבעת 3 (הנתבעת) היא חברה שעיסוקה דיוור ישיר באמצעות דוא"ל. נתבע 2, מר עופר האפרתי, הוא הבעלים והמנהל והנתבע 1, מר יוסי האפרתי, הוא בנו. על-פי פרסומיה מחזיקה הנתבעת מאגרים של מיליוני כתובות דוא"ל ומאות אלפי כתובות דוא"ל עסקי, ועיסוקה במשלוח פרסומות לרשימות תפוצה של נמענים. חלק מהמאגרים והכתובות הועברו לנתבעת מגופים אחרים בנסיבות שלא הובררו [עמ' 13, 31]; וחלקן נאספו ונאספות על-ידה. איסוף הכתובות נעשה באופן הבא: לקוח שמתעניין בשירותיה של חברה אלמונית מוזן כתובת דוא"ל ושאל אם הוא מסכים לקבל פרסומים. במידה והלקוח מודיע כי הוא מסכים לקבל פרסומות הוא מצורף לרשימת התפוצה של הנתבעת ומכאן ואילך הוא מתחיל לקבל מן הנתבעת פרסומות, גם אם אינן קשורות לנותן השירות שבשירותיו התעניין.

3. הנתבעת מקבלת מבתי העסק ששוכרים את שירותיה תשלום עבור משלוח הפרסומות, לעתים תשלום גלובאלי ולעתים תשלום עבור הצלחה ולפי מספר חלקוחות שפתחו את הפרסומות.

14

התביעה וטענות הצדדים

4. הנתבעת שלחה 17 הודעות דוא"ל שכללו פרסומות לכתובות עם הסימט המשרדית, רובן לכתובות דוא"ל שרשם התובע באתרים שונים. הפרסומות הגיעו לתיבת הדוא"ל המרכזית ולתובע. התובע טוען כי שיגור הודעות הדואר האלקטרוני נעשה בניגוד לסעיף 30א לחוק הבזק ולכן הגיש תביעות כנגד החברות שמוצריהן ושירותיהן פורסמו וכנגד הנתבעים. התביעות כנגד החברות שמוצריהן ושירותיהן פורסמו סולקו בהסכמה. התביעה כנגד הנתבעים נותרה תלויה ועומדת.

5. הנתבעים טוענים כי העובדה שהתובע השתמש בתיבת דוא"ל מרכזית ש"אספה" אליה דברי דואר שוללת את עילת התביעה ולמצער מלמדת כי התובע עושה שימוש לרעה בהוראות חוק הבזק, בניגוד לתכליתו. ראייה לכך היא העובדה שהתובע בחר שלא להסיר עצמו מרשימת התפוצה אף שהיה יכול לעשות זאת. הנתבעים מוסיפים כי ממילא מדובר בהצעות חנימיות חד פעמיות, שנשלחו לכתובת עסקית, ולכן אין הפרה של החוק. על כל אלה טוענים נתבעים 2-3 כי אין עילת תביעה אישית כנגדם וכי עילת התביעה היא, לכל היותר, כנגד החברה.

26

לאחר שמיעת טענות הצדדים ובחינת הראיות מצאתי לקבל את התביעה כנגד נתבעת 3 ולדחותה כנגד נתבעים 1-2. טענות הנתבעים בנוגע להתנהלות התובע ולאופן קבלת הדוא"ל אינן מצדיקות דחיית התביעה, אולם יינתן להן ביטוי בהערכת הנזק.

30



בית משפט לתביעות קטנות בתל אביב - יפו

ת"ק 11-10-5240 גלסברג נ' האפרתי ואח'

ת"ק 12-01-34799 גלסברג נ' האפרתי ואח'

דיון והכרעה

- 1
- 2 6. החוק: סעיף 30 לחוק הבזק חולל מהפכה בתחום הפצת דברי פרסומת המוניים ואסר על
- 3 "מפרסם" לשגר "דבר פרסומת" באופן המוני "בלא קבלת הסכמה מפורשת מראש של הנמען,
- 4 בכתב". בכך אימץ המחוקק הישראלי את מודל ה-opt-in, הקיים באיחוד האירופי, ולפיו חל איסור
- 5 על משלוח הודעות פרסומת בשיווק ישיר, אלא אם התקבלה מראש הסכמת הנמען. לאיסור הכללי
- 6 נקבעו חריגים מצומצמים יחסית. כך, הותר משלוח הפרסומת שהיא "פנייה חד-פעמית מטעם
- 7 מפרסם לנמען שהוא בית עסק... המהווה הצעה להסכים לקבל דברי פרסומת מטעמו"; וכך
- 8 הותרה משלוח פרסומת בתנאים המצטברים שנמנו בסעיף קטן (ג) והם: שהנמען מסר את פרטיו
- 9 למפרסם במהלך רכישה של מוצר או שירות; שהמפרסם הודיע לנמען כי הפרטים שמסר ישמשו
- 10 למשלוח דבר פרסומת מטעמו; שהמפרסם נתן לנמען הזדמנות להודיע כי הוא מסרב לקבל דברי
- 11 פרסומת והנמען לא עשה כן; ושדבר הפרסומת מתייחס למוצר או לשירות מסוג דומה למוצר או
- 12 לשירות אותו ביקש הנמען לרכוש מהמפרסם.
- 13 7. הנתבעת היא "מפרסם": הגדרת "המפרסם" בסעיף 30 כוללת את בית-העסק
- 14 שהפרסומת מקדמת את מטרותיו וכן את "מי שמשווק את נושא דבר הפרסומת בעבור אחר" אלא
- 15 אם החזיק ברשיון כדין. הנתבעת נכללת בסיפא ההגדרה, והטלת אחריות עליה היא בליבת החוק
- 16 שנועד למנוע את תופעת ההפצה ההמונית של הודעות פרסומת בלתי רצויות, שהפכה בשנים
- 17 האחרונות למטרד ציבורי (דברי החסבר להצעת חוק התקשורת, תיקון 33, ה"כ 182, תשמ"ה-2005).
- 18 במקרים רבים בית-העסק אינו מחזיק במאגר מידע המאפשר לו את שיגור הפרסומת ההמוני והוא
- 19 נדרש לרכוש את שירותיהם של גופים מסחריים – דוגמת הנתבעת – שעיסוקם באיסוף מאגרי מידע
- 20 ושיגור הפרסום למספר רב של נמענים. גופים מסחריים אלו הם העומדים מאחורי השיגור ההמוני,
- 21 הם המבצעים אותו בפועל והם אלו המפיקים ממנו תועלת כלכלית, ועל כן קיים טעם ממשי בהטלת
- 22 אחריות עצמאית ונפרדת עליהם. כאמור למעלה – הוכח שהנתבעת מחזיקה במאגרי דוא"ל ועוסקת
- 23 בשיווק המוני ולפיכך היא מהווה מפרסם כהגדרתו בחוק.
- 24 8. ההודעות הן "פרסומת": "פרסומת", כהגדרתה בחוק היא "מסר המופץ באופן מסחרי,
- 25 שמטרתו לעודד רכישה מוצר או שירות או לעודד הוצאת כספים בדרך אחרת". הנתבעת טוענת כי
- 26 חלק מההודעות שהוצעו הן "הצעות חנימיות להתנסות" שאינן מהוות פרסומת וחלקן מהוות הצעה
- 27 לקבלת דברי פרסומת שנשלחה לכתובת מסחרית. אינני מקבל טענות אלו. קריאת הודעות הדוא"ל
- 28 שצורפו לכתב התביעה מלמדת כי הן מהוות פרסומות במובן הפשוט ובהתאם להגדרה החוקית.
- 29 מדובר במודעות שנועדו לעודד את הנמען לרכוש את המוצר או השירות המוצעים בהן, וגם במקרה
- 30 שבו ההתנסות הראשונית היא חינם (ורוב המודעות אינן כאלו) ברי כי המטרה היא שהנמען ירכוש
- 31 את השירות ויציא בהמשך כספים. לשון הפרסומות מלמדת גם שאין מדובר בהצעה לקבל דברי
- 32 פרסומת, אלא בפרסומת גופה. אני קובע כי ההודעות הן פרסומות כהגדרתן בחוק.



בית משפט לתביעות קטנות בתל אביב - יפו

ת"ק 11-10-5240 גלסברג נ' האפרתי ואח'

ת"ק 12-01-34799 גלסברג נ' האפרתי ואח'

9. משלוח הפרסומות: הנתבע 2 הודה כי הנתבעת היא ששלחה את כל הודעות הדוא"ל נשוא התביעות [עמ' 11, 3].
10. חריג בית-עסק: לא מתקיים החריג של פנייה חד-פעמית לבית עסק המהווה הצעה להסכים לקבל דברי פרסומת מטעמו. ראשית, התובע הזין כתובות דוא"ל **פרטיות** ולא כתובת של משרד עורכי הדין. העובדה שהכתובות כללו את הסימול המשרדית לא הופכת אותן לכתובות של בית-העסק. הנתבע 2 טען כי מדובר בכתובת עסקית אך סירב להשיב מניין קיבל את הכתובת או מדוע סבר כי מדובר בכתובת עסקית [עמ' 13, 31]. שנית, כאמור לעיל, מדובר בפרסומות גופן ולא בהצעה להסכים ולקבל פרסומת. עולה אפוא כי החריג אינו מתקיים.
11. חריג הסכמת הנמען: כאמור לעיל, סעיף 30א(ג) קובע חריג שעניינו הסכמה שבשתיקה של הנמען לקבל פרסומות. הסעיף קובע תנאים מצטברים שהנטל להוכחתם מוטל על המפרסם. במקרה הנוכחי לא הוכח קיום התנאים ואף הוכחה הפרתם. לא-זו-בלבד שלא הוצגה כל ראיה לכך שהמפרסם הודיע לתובע שהפרטים שמסר ישמשו למשלוח דבר פרסומת ושהתובע הסכים לקבל את הפרסומות, אלא שמהטופס היחיד שהציגה הנתבעת עצמה [6/נ] עולה כי התובע **לא אישר** קבלת דיוור. הדבר הוצג למר האפרתי בחקירתו ותשובתו הייתה **"אני מודה שזה לא בסדר וטעות שקיבל. בטעות לא עשיתי את המילה 'מאשר' והוא בטעות קיבל מיילים לכתובת זו"** [עמ' 14, 9]. מר אפרתי אף הודה כי לפחות חלק מכתובות הדוא"ל הקשורות לתובע התקבלו מגורמים אחרים וכי לא וידא שגורמים אלו אכן ביקשו את רשותו של התובע למשלוח דברי דוא"ל [עמ' 13, 25]. זאת-ועוד, תנאי נוסף לקיום החריג הוא שהפרסומות ייתחסו "למוצר או לשירות מסוג דומה למוצר או לשירות אותו ביקש הנמען לרכוש מהמפרסם", ואילו בחינת הפרסומות מלמדות כי הפרסומות **אינן** קשורות למוצר או לשירות אליהם נרשם התובע ואף אינן משקפות מוצר או שירות מסוג דומה. למעשה, מתעורר גם ספק ניכר האם דרך הפעולה שבה נוקטים הנתבעת ובתי העסק, כאשר לקוח שפונה לבית-עסק **מסויים** ומסכים לקבל **ממנו** פרסומים מופנה למאגר כתובות כללי השייך **לנתבעת** – ולא לאותו בית עסק שבשירותיו התעניין – הולמת את הוראות החוק. עם זאת הואיל לא נשמעו טיעונים בנושא ואינני קובע בכך ממצא ברור. מכל מקום, אין ספק שבמקרה הנוכחי החריג אינו מתקיים.
12. התנהלות התובע – אי הסרה מהרשימות: טענה מרכזית של הנתבעת נוגעת להחלטת התובע שלא להסיר את כתובות הדוא"ל מרשימת התפוצה. גם טענה זו אינה מתקבלת. המחוקק הישראלי קבע כאמור מנגנון "opt in" ולפיו חל **איסור** על משלוח הודעות פרסומת בשיווק ישיר, אלא אם התקבלה מראש הסכמת הנמען. הפרת החוק בוצעה מייד עם שיגור פרסומת ללא הסכמה, ובחירתו של הנמען להוציא עצמו מהרשימה היא משנית ורלוונטית לפסיקת הפיצוי במידה ומתקבלות מספר הודעות פרסומת בזו אחר זו לאותה כתובת. עוד אוסיף, כי במקרה הנוכחי הסרת כתובת אחת מהשירות לא הייתה פותרת את הבעיה, שכן התובע הזין, כאמור, מספר כתובות, ורק חסימת הסימול המשרדית (הדומיין) היתה מונעת שיגור פרסומות שיגיעו אליו.



בית משפט לתביעות קטנות בתל אביב - יפו

ת"ק 11-10-5240 גלסברג נ' האפרתי ואח'

ת"ק 12-01-34799 גלסברג נ' האפרתי ואח'

13. התנהלות התובע ופתיחת תיבת דוא"ל כללית: טענה מרכזית נוספת נוגעת להתנהלותו של התובע בשל כך שפתח תיבת דוא"ל כללית ש"אספה" גם הודעות דוא"ל שאינן מיועדות לו. לטענתה התנהלות זו מלמדת כי התובע מבקש "לצוד" תביעות למטרת רווח. אינני מקבל טענה זו. הפרסומות שוגרו לכתובת דוא"ל שרשם התובע והגיעו לידי הנתבעת ללא הסכמתו וללא ידיעתו. העובדה שמדובר בכתובות שאינן מוקצות באופן קבוע לתובע אינה מעלה ואינה מורידה. התובע הסביר את מניעיו ואופן פעולתו – הגנה על פרטיותו – ושוכנעתי כי סיבותיו כנות וכי מטרתו אינה דווקא איסוף מודעות פרסומות לצורך הגשת תביעות. נזכור כי החובה החוקית מוטלת על הנתבעת – המפרסם, ולא על התובע – הנמען, וכי היה על הנתבעת להימנע משיגור הודעות דוא"ל בהתאם לחוק. חרף כל אלה, מצאתי להתחשב בטענת הנתבעת לעת פסיקת ההוצאות בסיום.

10 סיכום לעניין אחריות

14. נוכח כל האמור לעיל שוכנעתי כי הנתבעת הפרה את הוראות חוק הבזק ושלחה לתובע 17 הודעות פרסומות שלא כדין. התביעה כנגד הנתבעת מתקבלת.

15. לא מצאתי שהוכחה עילת תביעה אישית כנגד נתבעים 2-3. נתבעים אלו הם עובדי החברה ומנהליה, ואף שביצעו את המשלוח בפועל, אין הצדקה, במקרה זה, להרים את מסך ההתאגדות ולחשוף אותם לתביעה אישית. התביעה כנגדם נדחית.

16 הפיצוי

16. סעיף 30א(ג) לחוק הבזק קובע פיצוי של עד 1,000 ₪ בשל כל דבר פרסומות שקיבל הנמען בניגוד להוראות החוק, ואף מונה את השיקולים שעל בית-המשפט לשקול בעת קביעת גובה הפיצוי ובהם: אכיפת החוק והרתעה מפני הפרתו; עידוד הנמען למימוש זכויותיו; והיקף ההפרה.

17. במקרה הנוכחי קיים אינטרס ציבורי משמעותי בהרתעת גופים דוגמת הנתבעת, שכן, כאמור, היא – ולא בית העסק – זו שעוסקת באיסוף כתובות הדוא"ל, היא האחראית על קבלת הסכמות הנמענים לקבל פרסומות, היא זו שמשווגת את הנמענים, והיא שבונה את רשימות התפוצה ומסירה מהן נמענים המבקשים הסרה. אין ספק כי הנתבעת ודומיה הן גורם מרכזי שהחוק כיוון אליו, ואלמנט ההרתעה מכוון כלפיהן. עם זאת, אעיר כי במהלך הדיון עלה כי נתבע 2 הפנים את ההרתעה החוקית, ובעדותו אף עלה כי פנה למדינה לקבלת רישיון כללי או רישיון מיוחד המאפשרים שיגור דוא"ל המוני ולא נענה. עובדה זו אינה פוטרת את הנתבעת מקיום החוק, אולם היא מעידה כי ההרתעה, כעיקרה, פועלת. נושא היקף ההפרה נלמד מריבוי הודעות הדואר, אולם מספרן הועצם מכך שהתובע השתמש במספר כתובות דוא"ל ומאן להסיר עצמו מרשימות התפוצה, דבר שהחמיר את ההפרה ויש לתת לו ביטוי בעונש.



בית משפט לתביעות קטנות בתל אביב - יפו

ת"ק 11-10-5240 גלסברג נ' האפרתי ואח'

ת"ק 12-01-34799 גלסברג נ' האפרתי ואח'

18. בסיכומם של דברים, ובהתייחסות גם לפסיקה ולעונשים שהוטלו, ולעובדה שהתובע פוצה גם ע"י בתי העסק עימם הגיע להסכמי פשרה, מצאתי לקבוע כי הנתבעת תפצה את התובע בסכום כולל של 5,000 ₪ בגין כל ההפרות.

4 **סוף דבר**

19. התביעה כנגד נתבעים 1-2 נדחית.

20. התביעה כנגד נתבעת 3 מתקבלת.

21. נתבעת 3 תפצה את התובע בסכום של 5,000 ₪, בתוספת הוצאות משפט בסך 1,500 ₪ שיצטרפו להוצאות שכבר נפסקו בתיק. שיעור ההוצאות נקבע ביחס להיקף ההליכים.

22. הסכומים ישולמו בתוך 30 יום מהיום ולאחר מועד זה יישאו הצמדה וריבית.

10

11 **לצדדים זכות להגיש בקשת רשות ערעור לבית-המשפט המחוזי בת"א בתוך 15 יום מיום קבלת**

12 **פסק הדין.**

13

14 ניתן היום, א' סיון תשע"ג, 10 מאי 2013, בהעדר הצדדים.

15

רמי

16 רמי חיימוביץ, שופט

17

18

19

20

21

22