



בית משפט לתביעות קטנות בכפר סבא

ת"ק 45562-11-21 הנדי נ' עיתון פנורמה בע"מ

תיק חיצוני:

בפני כבוד השופטת דר להב

מוסטפא הנדי

התובע:

נגד

עיתון פנורמה בע"מ

הנתבעת:

פסק דין

1. התביעה דנן הוגשה ביום 18.11.2021 ובה טען התובע כי על הנתבעת לפצותו בסך של 21,000 ש"ח – 1,000 ש"ח בגין כל אחת מ-21 הודעות פרסומת שנשלחו לטלפון הנייד של התובע על ידי הנתבעת, וזאת בניגוד להוראת סעיף 30א לחוק התקשורת (בזק ושידורים), התשמ"ב-1982 ("חוק התקשורת"). התובע מפרט כי שלח חמש בקשות הסרה באמצעות הקישור שצורף לחלק מן ההודעות (חלק מההודעות כלל לא כללו אפשרות להסרה), אולם למרות זאת המשיך לקבל מהנתבעת הודעות פרסומת. יצוין, כי מדובר בהודעות בשפה הערבית, אשר לפי הנטען עוסקות בשיווק קורסי אונליין.
2. בכתב ההגנה מטעמה טענה הנתבעת כי אין לה שום קשר לנסיבות המתוארות בכתב התביעה. לפי הנטען, הנתבעת מעולם לא עסקה במשלוח הודעות פרסומיות, לא שלחה לתובע הודעות פרסומיות כלשהן, וגם המספרים והאתר שמהם נשלחו ההודעות מעולם לא היו בבעלותה.
3. ביום 24.4.2022 התקיים דיון בפני השופט העמית א' גופמן בבית המשפט לתביעות קטנות בחדרה, והוחלט להעביר את התיק לבית המשפט במחוז מרכז, בשל חוסר סמכות מקומית.
4. ביום 25.7.2022 התקיים לפניי דיון שבו נכחו התובע ומנהל הנתבעת, מר בסאם ג'אבר. כשנשאל התובע כיצד יודע כי ההודעות נשלחו מהנתבעת, הצביע על הלוגו המופיע בחלק מן ההודעות, שבו נכתב "PANET", לטענתו, סימן המסחר של הנתבעת. מנהל הנתבעת, מנגד, טען כי מדובר בזיוף של צד ג' אשר עשה שימוש בלוגו של הנתבעת. מנהל הנתבעת אף ציין כי הוא יודע במי מדובר.
5. בנסיבות אלה, אפשרתי לנתבעת להגיש הודעה לצד ג' נגד אותו גורם שלטענתה שלח לתובע את ההודעות שבהן מופיע הלוגו שלה, תוך שצוין כי ככל שלא תוגש הודעת צד ג', יינתן פסק דין.



בית משפט לתביעות קטנות בכפר סבא

ת"ק 45562-11-21 הנדי נ' עיתון פנורמה בע"מ

תיק חיצוני:

1 .6 ביום 18.8.2022, חלף הודעת צד ג', הוגשה "הודעה מטעם הנתבעת וסיכומי טענותיה". הנתבעת
2 טענה כי אינה מעוניינת בהגשת הודעת צד ג', היות ואינה נושאת באחריות כלשהי למפורט
3 בכתב התביעה ואין זה צודק שהיא תישא בהוצאות ואגרות. הנתבעת עמדה על כך שאין לה
4 שום קשר להודעות שנשלחו לתובע, אין לה קשר למספרי הטלפון ולאתר שמופיעים בהודעות.
5 עוד ציין, כי בקלות ניתן לאתר את בעלי האתר וסימן המסחר המופיעים בהודעות, ואף צירפה
6 את פרטי בעל הדומיין (KASHA GROUP LTD) ואת בעלי סימן המסחר PANET (ג'אבר מדיה
7 בע"מ).

8
9 .7 אפשרתי לתובע להגיב להודעת הנתבעת, והנ"ל השיב שדברי הנתבעת אך מחזקים את הטענה
10 שכל ההודעות, הנושאות את הלוגו של הנתבעת, נשלחו באופן ישיר או עקיף על ידה.

דין והכרעה

11
12
13
14 .8 טענת ההגנה היחידה של הנתבעת במקרה דנן היא כי אין לה כל קשר להודעות שנשלחו לתובע,
15 כלומר, היא אינה "מפרסם" ששיגר את ההודעה, לפי חוק התקשורת. "מפרסם" לפי חוק
16 התקשורת מוגדר כך:

17
18 "מי ששמו או מענו מופיעים בדבר הפרסומת כמען להתקשרות לשם
19 רכישתו של נושא דבר הפרסומת, מי שתוכנו של דבר הפרסומת עשוי
20 לפרסם את עסקיו או לקדם את מטרותיו, ובכלל זה לקדם קבלת
21 תרומות או תעמולה, או מי שמשווק את נושא דבר הפרסומת בעבור
22 אחר; לעניין זה, לא יראו כמפרסם מי שביצע, בעבור אחר, פעולת שיגור
23 של דבר פרסומת כשירות בזק לפי רישיון כללי, רישיון מיוחד או מכוח
24 היתר כללי, שניתנו לפי חוק זה;"

25
26 .9 מדובר בהגדרה רחבה, הכוללת בחובה הן את הגורם שעיסוקו בשיווק ובפרסום והן את הגורם
27 שנהנה מן הפרסום הלכה למעשה (רע"א 1326/18 סמארט קלאב אחזקות בע"מ נ' כהן
28 (31.12.2020)).

29
30 .10 התובע ביסס את טענתו כי "המפרסם" הוא למעשה הנתבעת, על סימן המסחר (הלוגו) המופיע
31 בחלק מן ההודעות, הנראה כך (עמ' 5 לנספחי כתב התביעה):





בית משפט לתביעות קטנות בכפר סבא

ת"ק 45562-11-21 הנדי נ' עיתון פנורמה בע"מ

תיק חיצוני:

11. ואכן, באתר של הנתבעת, מופיע בדיוק אותו לוגו:



12. מכאן שאין ספק כי הנתבעת נכנסת להגדרה הרחבה של "מפרסם" בין כ"מי ששמו או מענו מופיעים בדבר הפרסומת כמען להתקשרות לשם רכישתו של נושא דבר הפרסומת" ובין כ"מי שתוכנו של דבר הפרסומת עשוי לפרסם את עסקיו או לקדם את מטרותיו".

13. טוענת הנתבעת, ב"הודעה וסיכום טענותיה" (שהוגשה ללא קבלת רשות ותוך הרחבת חזית), כי ניתן לאתר בקלות את בעל סימן המסחר הנ"ל, ואף צירפה את נסח סימן המסחר PANET מרשות הפטנטים, שם מופיע כי בעל סימן המסחר הוא: "גיאבר מדיה בע"מ". אלא שהנתבעת ו"גיאבר מדיה בע"מ" הן חברות תקשורת הנמנות על אותה קבוצה (קבוצת גיאבר), והן נתבעות תדיר זו לצד זו (ר' למשל, ת"א 23523-01-14; ת"צ 36284-11-21 ועוד). לא בכדי, אפוא, גם באתר הנתבעת עצמה נעשה שימוש בסימן המסחר PANET, דבר שלא הוכחש על ידה.

14. לא יכול להיות חולק, אפוא, כי סימן המסחר שבו עושה הנתבעת שימוש אכן מופיע בהודעות הפרסומת שנשלחו אל התובע. נותרה אפוא טענה אחת בלבד הטענה בירור, והיא האם גורם אחר עשה שימוש בסימן המסחר של הנתבעת ושלה את הודעות הפרסומת לתובע, ללא ידיעתה וללא רשותה. בעניין זה טענה הנתבעת כי צד ג' עשה שימוש ללא רשות בלוגו שלה, ולה עצמה אין כל קשר למשלוח ההודעות. הנתבעת הגדילה לעשות וטענה כי היא יודעת בדיוק מיהו אותו צד ג' העושה שימוש שלא כדין בשמה. בנסיבות אלה, אפשרתי לנתבעת להוכיח טענתה ולהגיש הודעת צד ג' נגד אותו גורם. אולם הנתבעת הודיעה כי אינה מעוניינת במשלוח ההודעה. בכך, כשלה אפוא הנתבעת להראות כי צד ג' עשה שימוש שלא כדין בשמה ובלוגו שלה, לצורך משלוח הודעות פרסומת. יתרה מכך, הנתבעת לא טענה ולא הראתה כי ביקשה מאותו צד ג' להפסיק את משלוח הודעות הפרסומת בשמה (ר' בעניין זה סעיף 30א(י)(5) לחוק התקשורת).

15. המסקנה היא אפוא, כי הנתבעת היא אכן בגדר "מפרסם" ששלח הודעות פרסומת לתובע.

16. התובע טען כי קיבל מהנתבעת 21 הודעות (אותן צירף לכתב התביעה); כי מעולם לא ביקש לקבל מהנתבעת דברי פרסומת; כי ב-11 הודעות הראשונות כלל לא היה קישור שבו ניתן היה לבקש להסיר את הנמען מרשימת התפוצה; וכי גם לאחר שצורף קישור, והתובע ביקש את הסרתו, המשיך משלוח הודעות הפרסומת, ולבסוף נאלץ התובע להגיש את התביעה.





בית משפט לתביעות קטנות בכפר סבא

ת"ק 45562-11-21 הנדי נ' עיתון פנורמה בע"מ

תיק חיצוני:

17. בכך התמלאו כל יסודותיו של סעיף 30א לחוק התקשורת, ונותר לבחון אפוא רק את גובה הפיצוי שיש לפסוק לטובת התובע.

18. לשם קביעת סכום הפיצוי ישקול בית המשפט, בין היתר, את השיקולים הבאים: (1) אכיפת החוק והרתעה מפני הפרתו; (2) עידוד הנמען למימוש זכויותיו; ו-(3) היקף ההפרה (רע"א 1954/14 חזני נ' הנגבי (4.8.2014)). עוד נפסק, כי "על בתי המשפט לראות ברף העליון שהציב המחוקק – 1,000 ש"ח – נקודת מוצא, ממנה כמובן ניתן להפחית, במקרים המתאימים" (רע"א 2904/14 גלסברג נ' קלאב רמון בע"מ (27.7.2014)).

19. ההלכה סוכמה כדלקמן, בת"ק 44069 זילברג נ' קניה טובה באינטרנט בע"מ (11.3.2015):

11 ... בבואו לקבוע את סכום הפיצוי כאמור, על בית המשפט לשים לנגד
12 עיניו את תכליות החוק: אכיפה, הרתעה יעילה ועידוד הגשת תביעות
13 מצד אחד; ולהקפיד שהפיצוי יהיה מידתי ולא מעבר לנדרש לשם השגת
14 אותן תכליות מצד שני. הפיצוי נועד להכווין את התנהגות המפרסם,
15 באופן שפרסום עתידי במתכונת זו יהיה בלתי כדאי עבורו. לשם כך יש
16 לשקול שני סוגי שיקולים: הסוג הראשון מתמקד בנסיבות ביצוע
17 ההפרה וכולל, בין היתר, את תוכן הפרסום (אם הוא פוגעני אם לאו);
18 את התנהגות הנתבע; את הרווח הצפוי לו מן הפרסום (ככל שניתן
19 להעריכו); את מספר דברי הפרסומת ששלח לתובע (ואותן בלבד), וכמה
20 הודעות נשלחו לכל כתובת (אם מדובר במשלוח בודד לכל כתובת או
21 בהפרה חוזרת ונישנית). בית המשפט הדגיש כי כמות ההודעות שנשלחה
22 לתובע גודרת את תקרת הסכום שניתן לפסוק (לא ניתן לפסוק פיצוי
23 העולה על 1,000 ש"ח בגין כל הפרה ללא הוכחת נזק), אך מעבר לכך היא
24 אך שיקול אחד מבין מכלול השיקולים האמורים... ככל שמספר
25 ההפרות עולה כך גדלה התקרה שבית המשפט רשאי לפסוק, אולם עליו
26 להיעצר בסכום המשקף הרתעה יעילה בנסיבות העניין ולא מעבר לכך.
27 סוג שני של שיקולים שנדרש בית המשפט לשקול עניינו בשאיפה לעודד
28 הגשת תביעות יעילות שמטרתן להגשים את תכליות החוק".

20. בבואי לשקול את כלל נסיבות העניין – הן מספר הפרות, הן העובדה שחלק מן ההודעות כלל לא אפשרו לתובע להסיר עצמו מרשימת התפוצה, הן העובדה שגם לאחר שביקש את הסרתו, המשיך משלוח ההודעות, וכן את אופן התנהלותה של הנתבעת בבית המשפט – כל אלה הם שיקולים מהסוג הראשון; והן את השיקול של עידוד הגשת תביעות יעילות שמטרתן הגשמת תכליות החוק – ראיתי לפסוק לתובע פיצוי בסך כולל של 5,000 ש"ח.

21. הנתבעת תשלם אפוא לנתבע סך של 5,000 ש"ח. סכום זה ישולם בתוך 30 ימים, אחרת יישא הפרשי הצמדה וריבית.





בית משפט לתביעות קטנות בכפר סבא

ת"ק 45562-11-21 הנדי נ' עיתון פנורמה בע"מ

תיק חיצוני:

1 ניתן להגיש בקשת רשות ערעור לבית המשפט המחוזי מרכז-לוד בתוך 15 ימים מהיום שהומצא
2 פסק הדין.

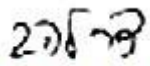
3

4

5

ניתן היום, א' אלול תשפ"ב, 28 אוגוסט 2022, בהעדר הצדדים.

6


דר להב, שופטת

7
8

