



## בית משפט לתביעות קטנות בקריות

ת"ק 39950-10-21 נסימוב נ' אספרסו קלאב בע"מ

תיק חיצוני:

בפני כבוד השופט צבי כוחן

מזל נסימוב	תובעת
נגד	
אספרסו קלאב בע"מ	נתבעת

### פסק דין

1 בפניי תביעת התובעת על סך 20,000 ₪, לפיצויה בלא הוכחת נזק בהתאם לסעיף 30א לחוק  
 2 התקשורת (בזק ושידורים), תשמ"ב – 1982 (להלן: "חוק התקשורת"), בעקבות מסרוני SMS  
 3 והודעות אי-מייל ששלחה הנתבעת אל התובעת.

#### טענות הצדדים בתמצית:

#### טענות התובעת:

- 8 1. לטענת התובעת, הנתבעת שיגרה לטלפון של התובעת וכן לכתובת האי-מייל שלה הודעות  
 9 פרסומת בניגוד לחוק התקשורת.
- 10 2. התובעת שלחה בקשות הסרה ביום 14.09.20 באמצעות הודעת SMS ולאחר שלחצה על קישור  
 11 שהיה מצורף להודעת הפרסומת, וכן שלחה הודעת אי-מייל בהודעה חוזרת בבקשה להסירה  
 12 מרשימת התפוצה ולהפסיק לשלוח אליה הודעות. כמו כן, יזמה שתי שיחות טלפון (ב- 28.12.20  
 13 וב- 25.03.21) וביקשה שיסירו אותה מרשימות התפוצה.
- 14 3. לטענתה, הנתבעת המשיכה לשלוח אליה לאחר מכן פרסומות במספר רב של פעמים, ובסך הכל  
 15 טענה למשלוח של 27 פרסומים.
- 16 4. התובעת צירפה תדפיסים המציגים משלוח פרסומים באמצעות הודעות SMS וכן באי-מייל,  
 17 וכן צירפה העתק מכתב התראה ששלחה ביום 30.08.21 לנתבעת.
- 18 5. התובעת מפנה במכתב ההתראה לחוק לסעיף 30א(ב) לחוק התקשורת, וביקשה לפסוק לה  
 19 פיצויים בהתאם לאמור בו.

20

21



## בית משפט לתביעות קטנות בקריות

ת"ק 39950-10-21 נסימוב נ' אספרסו קלאב בע"מ

תיק חיצוני:

### טענות הנתבעת:

- 1
  - 2
  - 3
  - 4
  - 5
  - 6
  - 7
  - 8
  - 9
  - 10
  - 11
  - 12
  - 13
  - 14
  - 15
  - 16
  - 17
  - 18
  - 19
  - 20
  - 21
  - 22
  - 23
  - 24
  - 25
  - 26
  - 27
  - 28
  - 29
  - 30
6. הנתבעת משווקת מכוונות קפה וקפסולות קפה לשימוש ביתי ועסקי, ומפרסמת את מוצריה, בין היתר, באמצעות אתר האינטרנט והפייסבוק. לטענתה, הינה פונה באופן יזום לקהל לקוחות שפנו ביוזמתם אליה תחילה טלפונית ו/או באמצעות האינטרנט, התעניינו ברכישת מוצר ומבקשים לקבל מידע שיווקי בעתיד. לטענתה, היא פועלת כך בהתאם לחוק התקשורת.
7. ביום 31.07.20 התובעת יזמה התקשרות עם הנתבעת, השאירה את פרטיה לרבות מס' טלפון וכתובת אי-מייל, ואישרה קבלת המסרים. מכאן, לטענת הנתבעת, שליחת המסרים הינה מתוקף הסכמתה המפורשת של התובעת.
8. נציגי החברה יצרו קשר עם התובעת כדי למסור לה פרטים אודות מוצרים שונים. התובעת קיבלה הצעות מחיר ומסרה כי תשקול את ההצעות. בהמשך, ובהתאם לאישור התובעת לקבל מסרים פרסומיים, נשלחו אליה מסרים הן בהודעות SMS לטלפון הנייד והן לאי-מייל של התובעת.
9. לדברי הנתבעת, בדקה עם ספק שליחת הודעות ה-SMS החיצוני שלה, חברת "סלקט", ועלה שעם קבלת ההודעה החמישית, השיבה התובעת ב"הסר". משלב זה התובעת נחסמה לקבלת הודעות SMS. עוד טענה, כי התובעת עצמה אינה טוענת לקבלת הודעות SMS נוספות לאחר שהשיבה "הסר".
10. הנתבעת מצביעה על העובדה, כי התובעת לא השיבה "הסר" מיד לאחר קבלת הודעת ה-SMS הראשון אלא צברה מספר הודעות ורק לאחר קבלת ההודעה החמישית, שלחה הודעת הסרה.
11. לטענת הנתבעת, לפי חוק התקשורת, בקשת ההסרה תינתן בכתב או בדרך שבה שוגרה דרך הפרסומת. אכן כך עשתה התובעת ומאז לא קיבלה מסרונים.
12. לטענתה, הנתבעת לא הייתה יכולה לדעת ולא הייתה צריכה לדעת, שהתובעת מבקשת גם להסיר את קבלת ההודעות לתיבת האי-מייל שלה, מה גם, כי צרכנים רבים מבקשים הסרה מקבלת הודעות SMS ומשאירים את האפשרות לקבלת המסרים לאי-מייל.
13. הנתבעת מסרה, כי ביצעה בדיקה עם הספק החיצוני שעוסק בשליחת מיילים פרסומיים עבורה, ועלה שהתובעת מעולם לא ביקשה להסירה.
14. לטענתה, התובעת בחרה שלא לבקש הסרה באמצעות האי-מייל, למרות שבתחתית המסר שקיבלה יש הסבר לאופן משלוח בקשת הסרה.
15. הנתבעת טענה עוד, כי עם קבלת מכתב ההתראה מאת התובעת, שבו ציינה מפורשות בקשה להסרה מהודעות SMS ואי-מייל, כאחד, הוסרה התובעת מכל מערכת משלוח המסרים של הנתבעת.



## בית משפט לתביעות קטנות בקריות

### ת"ק 39950-10-21 נסימוב נ' אספרסו קלאב בע"מ

תיק חיצוני:

16. הנתבעת מדגישה, כי ההודעה שקיבלה התובעת מנציג החברה ביום 9.08.20 אינה מהווה הודעת מסר פרסומי, שכן מדובר בפניה של נציג בהמשך לפנייתה של התובעת אל הנתבעת בפייסבוק, ותשובת התובעת לנציג, אינה מהווה הודעת סירוב לקבלת פרסום כלשון החוק.
17. הנתבעת מדגישה כי סעי' 30א(ד) לחוק התקשורת דורש הסרה בכתב או בדרך שבה שוגר דבר הפרסומת לפי בחירת הנמען. לכן, כשהתקבל מכתב ההתראה בכתב בו ביקשה התובעת הסרה, פעלה הנתבעת בהתאם והסירה את התובעת מרשימת התפוצה שלה, כליל.
18. לטענת הנתבעת, התובעת הינה תובעת סדרתית, בעלת ניסיון עבר עשיר בתביעות ספאם, כגון תביעתה זו, ויודעת כיצד יש לבצע הסרה מסודרת ומפורשת מרשימות תפוצה כדין.
19. כ"כ טענה הנתבעת, להתנהלות חסרת תום לב מצד התובעת בהגשת התביעה, שכן לדבריה, הנתבעת היא שיזמה את ההתקשרות עם הנתבעת בהמשך לפרסומת שיווקית בפייסבוק, אישרה קבלת מסרים פרסומיים מהנתבעת, ניהלה עם הנתבעת מו"מ וביקשה הצעת מחיר, בחרה שלא להסיר עצמה עם קבלת המסרונים הראשונים, וכן לא להסיר עצמה בהתאם לדרכים המקובלות הידועות לכל ובניגוד למצופה מהאדם הסביר, ובמיוחד לאור ניסיונה העשיר בתביעות ספאם.
20. הנתבעת מפנה לפסיקה לפיה נדחו תביעות ספאם, כשתובע ביקש הסרה שלא באמצעות מנגנון ההסרה המקובל.
21. הנתבעת חוזרת וטוענת כי עמדה בתנאי חוק התקשורת.
22. עוד טענה הנתבעת, כי כלל המסרונים שקיבלה התובעת, היו בעלי תוכן רלוונטי לחבילות הקפה בהן התעניינה קודם להשאת פרטיה, ולכן פעלה בהתאם לחוק סעי' 30א(ג)(3) לחוק התקשורת.
- 20  
21
- מהלך הדיון:**
- 22  
23. במהלך הדיון שמעתי באריכות את שני הצדדים, וכן נתתי בידם האפשרות להציג שאלות לצד שכנגד, וכן להשיב לשאלות בית המשפט.
- 24  
24. התובעת הציגה בדיון בבית המשפט 3 הודעות SMS (מסרונים) נוספים (להלן: "המסרונים הנוספים"), שנתקבלו בטלפון שלה מהנתבעת במהלך חודש 10/21 (קרי, לאחר משלוח מכתב ההתראה של התובעת לנתבעת מחודש 08/21, ובסמיכות למועד הגשת התביעה).
- 25  
25. כן השמיעה התובעת הקלטות שיחות טלפוניות שלה עם נציג/ת הנתבעת מיום 28.12.20 ומיום 25.03.21, בה היא מבקשת מהם שיפסיקו לשלוח לה הודעות שיווקיות נוספות, וכי הנציג/ה במענה לכך, מבטיחים כי העניין יטופל תוך "יום-יומיים".
- 26  
26. לבקשת נציג הנתבעת במהלך הדיון, אפשרתי לו לבחון האם אכן מדובר במספר הטלפון הנייד של התובעת, באמצעותו ביצעה הרישום הראשוני באתר הנתבעת (31.07.20), וכן האם המדובר במסרונים נוספים, שנשלחו על-ידי הנתבעת או מי מטעמה.
- 27  
28  
29  
30  
31  
32  
33





## בית משפט לתביעות קטנות בקריות

ת"ק 39950-10-21 נסימוב נ' אספרסו קלאב בע"מ

תיק חיצוני:

1 כפועל יוצא מכך, נציג הנתבעת התקשר לטלפון הנייד של התובעת באולם בית המשפט, ונוכח  
2 לדעת שאכן המדובר באותו מספר נייד בו התבצע הרישום לאתר הנתבעת, כפי הנטען על-ידי  
3 התובעת.

### דיון והכרעה:

4  
5  
6 המסגרת הנורמטיבית:

7 28. סעיף 30א(ב) לחוק התקשורת קובע –

8  
9 "לא ישגר מפרסם דבר פרסומת באמצעות פקסימיליה, מערכת חיוג אוטומטי, הודעה  
10 אלקטרונית או הודעת מסר קצר, בלא קבלת הסכמה מפורשת מראש של הנמען, בכתב, לרבות  
11 בהודעה אלקטרונית או בשיחה מוקלטת; ...".

12  
13 29. כידוע, תיקון מס' 40 לחוק התקשורת, הנודע גם כ'חוק הספאם', חוקק במטרה למנוע את  
14 המטרד שבהפצת הודעות פרסומת בלתי רצויות, באמצעות רשתות תקשורת (spam) (ראו:  
15 בדברי ההסבר להצעת חוק התקשורת (בזק ושידורים) (תיקון מס' 33), התשס"ה-2005, ה"ח  
16 הממשלה 182, 886; רע"א 1326/18 סמארט קלאב אחזקות בע"מ נ' כהן, [פורסם בנבו] פסקה  
17 15 (31.12.2020)).

18 30. הנה כי כן, הכלל הבסיסי בתיקון מס' 40 האמור, אוסר על מפרסם לשלוח דבר פרסומת לנמען,  
19 מבלי שהלה נתן הסכמה מפורשת לכך, בכתב.

20 31. משניתנה הסכמת הנמען לקבלת הפרסומות, יש באפשרותו להודיע למפרסם על רצונו לחדול  
21 מלקבל הודעות פרסומת – בבחינת, הפה שהתיר הוא הפה שיכול לסרב, ובהתאם לתנאי סעיף  
22 30א(ד)(1) לחוק התקשורת –

23  
24 "הסכים הנמען לקבל דברי פרסומת לפי הוראות סעיף קטן (ב) או לא הודיע על סירובו לקבלם  
25 לפי הוראות סעיף קטן (ג), רשאי הוא, בכל עת, להודיע למפרסם על סירובו לקבל דברי  
26 פרסומת, דרך כלל או מסוג מסוים, ולחזור בו מהסכמתו, ככל שניתנה (בסעיף זה – הודעת  
27 סירוב); הודעת הסירוב לא תהיה כרוכה בתשלום, למעט עלות משלוח ההודעה; הודעת  
28 הסירוב תינתן בכתב או בדרך שבה שוגר דבר הפרסומת, לפי בחירת הנמען"; (ההדגשה שלי  
29 – צ.כ.).

30  
31 32. כאמור, על פי סעיף חוק זה, הודעת סירוב לקבלת פרסומות תהיה בכתב או באותו אופן בה  
32 התקבלה הפרסומת, כשבידי הנמען הבחירה בדרך העברת הודעת הסירוב. הווה אומר, בידי  
33 הנמען הברירה אם לשלוח את הודעות הסירוב "בכתב", או באופן שבו קיבל אותן. המפרסם  
34 נדרש אמנם להעמיד דרך "פשוטה וסבירה" למשלוח הודעות סירוב, אך זאת מבלי לגרוע  
35 מזכותו של הנמען לשלוח את ההודעה בדרך המתאימה לו.



## בית משפט לתביעות קטנות בקריות

ת"ק 39950-10-21 נסימוב נ' אספרסו קלאב בע"מ

תיק חיצוני:

1 33. יחד עם זאת נקבע בפסיקה, כי משקיימת בהודעת הפרסומית קישורית המאפשרת משלוח  
2 הודעת סירוב באמצעות לחיצה עליה, הרי –

3  
4 " ... שנתונה לנמען הזכות לבחור את אופן משלוח הודעת הסירוב, ברי כי השימוש בזכות זו –  
5 כשימוש בכל זכות משפטית – צריך להיעשות בתום-לב (סעיפים 39 ו-61(ב) לחוק החוזים  
6 (חלק כללי), התש"ל-ג-1973; ע"א 8553/19 אלכסנדר אורן בע"מ נ' כהן, [פורסם בנבו] פסקה 31  
7 (17.11.2020); ע"א 3190/18 תומר מרקוביץ' נ' ועד בית הכנסת "נחלת יצחק", [פורסם בנבו]  
8 פסקה 21 (7.6.2020)), " (רע"א 4704/20 יונתן בן עמי נ' FACEBOOK IRELAND LTD (פורסם  
9 בנבו, 9.2.21)).

10 34. ככל שיוכח כי נמען המשיך לקבל הודעות פרסומת אף לאחר משלוח הודעת סירוב בפרט, או  
11 בכלל, בניגוד לאמור בחוק הספאם, הרי שהנתבע יהיה זכאי לפיצוי גם ללא הוכחת נזק,  
12 ובהתאם לאמור בסעיף 30א(י)(1):

13  
14 "שוגר דבר פרסומת ביודעין בניגוד להוראות סעיף זה, רשאי בית המשפט לפסוק בשל הפרה  
15 זו פיצויים שאינם תלויים בנזק (בסעיף זה – פיצויים לדוגמה), בסכום שלא יעלה על 1,000  
16 שקלים חדשים בשל כל דבר פרסומת שקיבל הנמען בניגוד להוראות סעיף זה;" (ההדגשה  
17 שלי – צ.כ.).

18  
19 35. "הכלל הוא אפוא, כי הסכום הנקוב בסעיף 30א(י)(1) הוא סכום המוצא לפסיקת הפיצוי  
20 לדוגמא, ממנו ניתן – בנסיבות המתאימות – להפחית". (רע"א 2904/14 זיו גלסברג נ' קלאב  
21 רמון בע"מ (פורסם בנבו 27.07.14)).

22 במסגרת שיקוליו של בית משפט לעניין גובה הפיצוי יהיה עליו לשקול גם את השיקולים  
23 המפורטים בחוק התקשורת בסעיף 30א(י)(3):

24  
25 "בבואו לקבוע את גובה הפיצויים לדוגמה, יתחשב בית המשפט, בין השאר, בשיקולים  
26 המפורטים להלן, ולא יתחשב בגובה הנזק שנגרם לנמען כתוצאה מביצוע ההפרה:  
27 (א) אכיפת החוק והרתעה מפני הפרתו;  
28 (ב) עידוד הנמען למימוש זכויותיו;  
29 (ג) היקף ההפרה;"

30  
31 וכפי שפירט כבוד השופט ע' פוגלמן: "להשקפתי, בבואו לקבוע את סכום הפיצוי מכוח סעיף  
32 30א(י) לחוק, שומה על בית המשפט לשים לנגד עיניו את השיקולים המנויים בחוק  
33 שמטרתם להשיג את תכליותיו האמורות (אכיפה, הרתעה, ועידוד הגשת תובענות יעילות)  
34 מצד אחד; ולוודא שהפיצוי לא יהיה מעבר לנדרש לצורך השגתן, מצד שני. הפיצוי נועד



## בית משפט לתביעות קטנות בקריות

ת"ק 39950-10-21 נסימוב נ' אספרסו קלאב בע"מ

תיק חיצוני:

1 להכווין את התנהגות הנתבע באופן שפרסום עתידי במתכונת זו יהיה בלתי כדאי עבורו. לשם  
 2 כך נדרש בית המשפט לשקול שני סוגים של שיקולים: הסוג הראשון מתמקד בנסיבות ביצוע  
 3 ההפרה וכולל, בין היתר, את תוכן הפרסום (אם הוא פוגעני); את התנהגות הנתבע; את הרווח  
 4 הצפוי לו מן הפרסום (ככל שניתן להעריכו); את מספר דברי הפרסומת ששלח לתובע (ואותן  
 5 בלבד) וכמה הודעות נשלחו לכל כתובת (אם מדובר במשלוח בודד לכל כתובת או בהפרה חוזרת  
 6 ונשנית). ...סוג שני של שיקולים עניינו בשאיפה לעודד הגשת תביעות יעילות שמטרתן  
 7 להגשים את תכליות החוק. לשם כך יש לשקול את עלויות ניהול ההליך ביחס לתועלת שתופק  
 8 ממנו" (רע"א 1954/14 אילן חזני נ' שמעון הנגבי (סיתונית מועדון דאיה ורחיפה במצנחים)  
 9 (פורסם בנבו, 4.08.14).  
 10 36. בין יתר שיקולי בית המשפט נמנה גם תום הלב של התובע (ראו לעניין זה למשל בפסק הדין  
 11 שניתן בתא"מ 16745-06-19 גורדון (סלמן) נ' אפריל - רשת חנויות קוסמטיקה ובשמים בע"מ  
 12 (פורסם בנבו, 28.07.22).

### מן הכלל אל הפרט:

13  
 14 37. אין חולק, כי התובעת היא זו שיזמה את הפנייה הראשונית לנתבעת והתעניינה לגבי מוצרי  
 15 הקפה הנמכרים שלה, כבר ביום 31.07.20 (ראו: הודעת מנהל המערכת מ- 31/07/2020 בשעה  
 16 12: 31 שהעתקה, שלהלן, צורף לכתב ההגנה - ס' 6.1, וכן בתשובות התובעת לנציג הנתבעת,  
 17 בעמ' 2 לפרוטוקול, שורות 22-25, 28-30).  
 18 38. אין בידי לקבל טענת התובעת ולפיה במסגרת פנייתה האמורה לנתבעת, לא נתנה הסכמתה  
 19 לקבלת מידע פרסומי מהנתבעת, שכן היא עומדת בסתירה לתוכן ההודעה בה צוין בתשובה  
 20 לשאלה "מאשר/ת קבלת מידע פרסומי: כן". (ההדגשה שלי - צ.כ.)  
 21

מנהל מערכת 31/07/2020 12:31

**התקבל ליד חדש מפייסבוק אספרסו קלאב**

שם מלא: מזל נסימוב  
 טלפון: 052-8164803  
 דואר אלקטרוני: dafnajoy@gmail.com  
 מאשר/ת קבלת מידע פרסומי: כן

מקור הליד: Facebook  
 קמפיין: LeadGen Video  
 קבוצת מודעות: EN-HE+AR+28  
 מודעה: Pay\_Capsules\_OneTouch-New2  
 דף נחיתה: facebook\_lead\_ads

22  
 23 39. אני דוחה גם טענת התובעת לזיוף תשובתה "כן" על-ידי הנתבעת ו/או מי מטעמה בהודעת  
 24 המנהל כנ"ל, שכן היא טענה שנטענה על-ידה בעלמא, ללא כל עיגון ראייתי, מה עוד שטענתה



## בית משפט לתביעות קטנות בקריות

ת"ק 39950-10-21 נסימוב נ' אספרסו קלאב בע"מ

תיק חיצוני:

- 1 כי טענת הזיוף הועלתה על-ידי תובע אחר בהליך אחר המתנהל לפי חוק התקשורת בבית משפט  
2 כנגד הנתבעת, איננה מהווה ביסוס ראייתי כלשהו לטענת התובעת בהליך שבפניי (ראו: בעמ' 1  
3 לפרוטוקול, שורות 24-30).
- 4 40. אין מחלוקת בין הצדדים, כי ביום **14.09.20**, היינו כחודש וחצי בלבד ממועד פנייתה היזומה  
5 לנתבעת, התובעת שלחה לנתבעת הודעת SMS "הסר" (נספח ב' לכתב ההגנה).
- 6 41. יחד עם זאת, קיימת מחלוקת בין הצדדים, האם התובעת ביקשה גם הסרתה מרשימת התפוצה  
7 של הנתבעת באמצעות דיוור ישיר באי-מייל. התובעת טוענת כי אכן עשתה זאת, אך הנתבעת  
8 טוענת כי התובעת, למרות שבנקל הייתה יכולה ללחוץ על כפתור "הסר" בתחתית ההודעה  
9 שנשלחה אליה, לא פעלה לעשות כן בפועל (ראו: נספח ג' לכתב ההגנה), למרות ניסיונה הרב  
10 והעשיר בתביעות ספאם כגון דא.  
11 42. בעניין זה כבר נקבע בפסיקה, כי:
- 12 "ככלל, שמורה לו, לנמען, הזכות לשלוח הודעת סירוב בדרך שבה קיבל את דברי הפרסומת;  
13 או בכתב, כטוב בעיניו. לחיצה על לחצן 'הסר' כאופציה יחידה, לא רק שאפשר שאינה מוכרת  
14 ופשוטה לחלק מהנמענים, הרי שממילא איננה יכולה לאיין את זכותם-זו. הדבר מתחייב  
15 מלשון חוק 'הספאם', ומתכליתו כהסדר המבקש להפחית את המטרד, ולהוריד 'כאב ראש'  
16 מן הנמען." (רע"א 4704/20 יונתן בן עמי נ' FACEBOOK IRELAND LTD (פורסם בנבו, 9.2.21)).
- 17 43. לפיכך, אין בידי לקבל טענות הנתבעת בעניין זה (היינו, כי דרכי ההסרה מקבלת תוכן שיווקי  
18 שלה, נדרשות לביצוע בשתי פלטפורמות תקשורתיות שונות, האחת, במשלוח הודעת "הסר" ב-  
19 SMS, והשנייה, בלחיצה על כפתור "הסר" בדואר אלקטרוני), כפי המוצאות ביטוי בתשובות  
20 נציג הנתבעת לשאלות בית המשפט, בעמ' 3 לפרוטוקול, שורות 10-26.
- 21 44. משכך, מצאתי לנכון לקבוע, כי "המועד הקובע" בו הודיעה התובעת לנתבעת על רצונה לגרוע  
22 אותה מרשימות התפוצה של הנתבעת ולהפסיק לקבל כל תוכן שיווקי ממנה הוא – **14.09.20**  
23 (לעיל ולהלן: "המועד הקובע").
- 24 45. לכן, מצטרפות גם הקלטות שיחות הטלפון של התובעת עם נציגת הנתבעת מיום **28.12.20**,  
25 ומיום **25.03.21**, בהן היא מבקשת מהם שיפסיקו לשלוח לה הודעות שיווקיות נוספות, וכי נציגי  
26 הנתבעת במענה לכך, מבטיחים כי העניין יטופל תוך "יום-יומיים".
- 27 46. התובעת עצמה הודתה בפניי (בעמ' 2 לפרוטוקול, שורות 1-4), כי לא קיבלה מהנתבעת כל  
28 מסרונים - הודעות SMS נוספות, לאחר ה- **14.09.20**, למעט אותם 3 מסרונים נוספים, שנתקבלו  
29 בטלפון שלה מהנתבעת, במהלך חודש **10/21**, והוצגו בפניי ובפני נציג הנתבעת במהלך הדיון,  
30 כאמור לעיל.



## בית משפט לתביעות קטנות בקריות

### ת"ק 39950-10-21 נסימוב נ' אספרסו קלאב בע"מ

תיק חיצוני:

- 1 על פי תדפיסי הודעות האי-מייל של התובעת, שצורפו לכתב התביעה, המשיכה התובעת לקבלן  
2 מהנתבעת, לאחר המועד הקובע, ב- 12 הזדמנויות שונות: 11.11.20, 10.11.20, 5.11.20,  
3 26.08.21, 23.11.20, 26.11.20, 26.04.21, 13.05.21, 9.06.21, 2.07.21, 14.07.21, 11.08.21, ו- 26.08.21.  
4 48. מכתב ההתראה נשלח על-ידי התובעת לנתבעת (צורף כנספח לכתב התביעה), ביום **30.08.21**.  
5 49. בסעיף 30(א)(י)(5) לחוק התקשורת נקבע, כי:  
6  
7 **"חזקה על מפרסם ששיגר דבר פרסומת בניגוד להוראות סעיף זה, שעשה כך ב**יודעין** כאמור**  
8 **בפסקה (1), אלא אם כן הוכיח אחרת; לעניין זה, לא תהיה למפרסם הגנה במקרים**  
9 **המפורטים להלן:**  
10 **(א) שיגור דבר הפרסומת נעשה לאחר שניתנה למפרסם הודעת סירוב מאת הנמען כאמור**  
11 **בסעיף קטן (ד);"**  
12  
13 50. משכך, אני קובע כי הנתבעת שלחה לתובעת 12 הודעות מייל, ועוד 3 הודעות SMS בידועין,  
14 לאחר המועד הקובע, **ובסה"כ 15 הודעות**, זאת בניגוד להוראות הסעיף ותכלית החוק, ובכך  
15 עוולה בידועין כלפי התובעת.  
16 51. בבואי לקבוע את סכום גובה הפיצויים שיש לפסוק לתובעת, בהתאם לסעיף 30(א) לחוק  
17 התקשורת, בגין הפרתו על-ידי הנתבעת, בנסיבותיה של תביעה זו, נתתי דעתי למצוות המחוקק,  
18 ולפיה אין להתחשב בנזק שנגרם לתובעת כתוצאה מביצוע ההפרה.  
19 52. כן נתתי דעתי לשיקולי אכיפה, הרתעה, ועידוד הגשת תובענות יעילות לשם השגת תכלית החוק  
20 ומניעת הפצת תכני פרסום שיווקיים, בניגוד לרצון והסמכת הנמענים להם, ובעניינינו - התובעת.  
21 53. נתתי דעתי גם להיקף ההפרה, בעניינינו - 15 הודעות בסה"כ.  
22 54. בנוסף, נתתי דעתי לשאלת תום לבה של התובעת, בהיותה "תובעת סדרתית" של תביעות ספאם  
23 כנגד מפרסמים, ובסה"כ כ-14 תביעות ספאם, שהגישה לבתי המשפט נגד נתבעים שונים,  
24 במרוצת השנים 2017-2022.  
25 55. לעובדה זו יש השלכה על תביעתה הנוכחית של התובעת, שכן התובעת הגישה אותה לבית  
26 המשפט רק ב- **17.10.21**, היינו, בחלוף למעלה משנה מהמועד הקובע (14.09.20), בו ביקשה  
27 הסרתה מרשימת התפוצה השיווקית של הנתבעת, למרות שהמשיכה, לטענתה, לקבל מספר  
28 הודעות מייל מהנתבעת כבר במהלך חודש 11/20.  
29 56. לטעמי, ניסיונה הרב והעשיר של התובעת בתביעות ספאם מסוג דא, חייב אותה לשלוח את  
30 מכתב ההתראה לנתבעת, כבר בסמיכות זמנים למועד זה (11/20) ועם קבלת הודעות המייל  
31 הראשונות מהנתבעת, שהגיעו אליה לאחר המועד הקובע, ולא להמתין עם משלוחו לנתבעת,  
32 רק בשלהי חודש 08/21, כחלק מחובת הקטנת הנזק החלה על התובעת.





## בית משפט לתביעות קטנות בקריות

ת"ק 39950-10-21 נסימוב נ' אספרסו קלאב בע"מ

תיק חיצוני:

- 1 57. מנגד, וכאמור לעיל, לא קיבלתי טענת הנתבעת לחוסר תום לבה של התובעת, לעניין אי הסרה  
 2 נטענת וכנדרש הימנה מרשימת התפוצה של המיילים של הנתבעת, באמצעות לחיצה על כפתור  
 3 "הסר".
- 4 58. עיון בפסיקות הקודמות שניתנו בתביעות ספאם דומות לאלה, הן בעניינה של התובעת, והן  
 5 בעניינם של תובעים אחרים מלמדנו, כי מנעד סכום הפיצויים שנקבע בגין הפרת החוק, בגין  
 6 הודעה אחת, נתון על פי החוק לשיקול דעתו של בית המשפט, כל מקרה בנסיבותיו, ונע בין 100  
 7 ₪ להודעה במקרה של תובע סדרתי (תא"מ 11773-10-20 רז המאושר נ' גושן (חופשי מעשי)  
 8 ואח' מיום 28.6.22, שם נפסקו 1,300 ₪ לתובע, בגין 13 הודעות מייל), ועד לתקרה הקבועה  
 9 בחוק, קרי 1,000 ₪, ובסה"כ 6,000 ₪ ל- 6 הודעות SMS (ת"ק 32207-09-21 ביטון נ'  
 10 איי.בי.קיי השקעות ונכסים בע"מ ואח' מיום 4.07.22).

### סוף דבר:

- 11  
 12  
 13 59. מכלל הטעמים והשיקולים המפורטים מעלה, מצאתי לנכון לפסוק לתובעת סכום של 200 ₪  
 14 לכל הודעה, ובגין 15 הודעות מפרות, כפי שקבעתי לעיל, סך 3,000 ₪.  
 15 60. כמו-כן ובנוסף, הריני מחייב בזאת את הנתבעת לשלם לתובעת החוזר אגרת תביעה בסך 200 ₪,  
 16 וכן הוצאות משפט בסך של 500 ₪.  
 17 61. כל הסכומים כנ"ל ישולמו לתובעת, בתוך 30 יום ממועד המצאת פסק הדין לנתבעת, שאם לא  
 18 כן יישאו הפרשי הצמדה וריבית כחוק, מיום מתן פסק הדין ועד למועד תשלום המלא בפועל.  
 19  
 20

### המזכירות תמציא פסק הדין לצדדים.

21  
 22 ניתן היום, ט' אב תשפ"ב, 06 אוגוסט 2022, בהעדר הצדדים.

צבי כוחן, שופט



25  
 26