



בית משפט לתביעות קטנות בתל אביב - יפו

ת"ק 41899-02-24 פאזנר נ' דבראשוילי

לפני כבוד השופטת צפורה אוחנה קפש

התובע: מיכאל פאזנר

נגד

הנתבע: גבריאל דבראשוילי

פסק דין

1. התביעה הנוכחית הוגשה על ידי התובע בדרישה לקבלת פיצוי בסך 1,000 ₪ עבור כל אחת מתשע הודעות המהוות "דבר פרסומת" כהגדרת המונח בחוק התקשורת (בזק ושידורים) תשמ"ב - 1982 (להלן: "החוק") שנשלחו אל התובע, ובסך הכל 9,000 ₪.
2. בכתב התביעה פרט התובע כי קיבל חמש הודעות "דבר פרסומת" בין התאריכים 21.7.2021 – 26.7.2021 ועוד ארבע הודעות "דבר פרסומת" בתאריכים שבין 30.11.2023 – 31.1.2024.
3. התובע טען, כי רכש מוצר באתר הנתבע, אולם לא ביקש ולא הסכים לקבל את החומר הפרסומי, כי משלוח ההודעות אליו נעשה ללא המילה "פרסומת" בכותרת וכי אמנם משלוח ההודעות הפסיק לאחר ששלח הודעת דואר אלקטרוני פעם אחת אל הנתבע, אולם בחלוף שנתיים קיבל שוב דברי פרסומת מאותו נתבע.
4. הנתבע הגיש כתב הגנה וטען, כי התובע נרשם למועדון הלקוחות של הנתבעת בעת שרכש מוצר של הנתבעת ביום 3.5.2021 וכי בעקבות כך נשלחו אליו הודעות הפרסומת. הנתבע הציג בכתב ההגנה אישור הזמנה מאת התובע מיום 3.5.2021.
5. הנתבע טען עוד, כי בדברי הפרסומת שנשלחו, הופיעה אפשרות הסרה באמצעות קישור (link), אולם התובע בחר שלא לפעול בדרך זו ותחת זאת שלח הודעת דואר אלקטרוני לנתבע רק בחלוף חודשיים, ביום 26.7.2021 ולאחר שצבר 5 הודעות. הנתבע הפנה לתוכן הודעת הדוא"ל שנשלחה מטעם התובע, בה לא ביקש התובע להסיר את שמו מרשימת התפוצה אלא ביקש רק לקבל פיצוי כספי. לטענתו התנהלות זו מהווה חוסר תום לב.
6. מיד עם קבלת הודעת הדואר האלקטרוני מאת התובע, פרטיו של התובע הוסרו מרשימת התפוצה והוא חדל לקבל דברי פרסומת משך למעלה משנתיים.



בית משפט לתביעות קטנות בתל אביב - יפו

ת"ק 41899-02-24 פאזנר נ' דבראשוילי

7. לטענת הנתבע, ביום 7.10.2024 ביצע התובע הרשמה חדשה לאתר ובעקבות כך נשלחו אליו ארבע הודעות פרסומת. הנתבע הציג מסמך "הרשמה חדשה" של התובע ממועד זה בו מפורטים פרטי התובע.
8. גם במקרה זה, לאחר קבלת דברי הפרסומת, בחר התובע לא ללחוץ על קישור ההסרה ושלח הודעת דוא"ל אל הנתבע בה ביקש פיצוי כספי ללא בקשת הסרה. הנתבע הסיר את התובע מרשימת התפוצה והתובע חדל לקבל הודעות מהנתבע.
9. שני הצדדים התייצבו לדיון והעלו את טענותיהם בדיון. התובע טען כי במועד רכישת המוצר בשנת 2021 לא ביקש להרשם למועדון הלקוחות וכי בטופס ההרשמה שצורף לכתב ההגנה מצויין כי הוא אינו חבר מועדון ("not logged in").
10. עוד הוא ציין כי הוא מעדיף לא ללחוץ על קישורים אותם הוא מקבל בהודעות שונות ולכן לא ביקש את ההסרה בדרך זו אלא רק בהודעת הדואר האלקטרוני שנשלחה ביום 26.7.2021.
11. הנתבע ציין כי הוא מקפיד לדוור הודעות פרסומת רק ללקוחות המעוניינים בכך וכי רכש מערכת ייעודית יקרה מספק חיצוני, מומחה בתחום, לצורך הסרה של לקוחות שאינם מעוניינים בקבלת דברי פרסומת כדי למנוע טעויות. לטענת הנתבע, מאחר שהתובע לא שלח את בקשת ההסרה באמצעות ההודעה שנשלחה אליו (לחיצה על קישור "הסר") הוא עצמו יזם את הסרת התובע לאחר קבלת הודעת הדוא"ל ממנו. לאחר שהתובע פנה אליו פעם נוספת בדואר האלקטרוני בחלוף למעלה משנתיים, הבין הנתבע כי ככל הנראה קיימת תקלה בהסרה שנעשתה באמצעותו (ולא באמצעות הספק החיצוני) ולכן ביקש מהספק לקיים חסימה מוחלטת כנגד התובע.
12. הנתבע ציין עוד כי הוא מפעיל את העסק משנת 2002 וכי זו הפעם השלישית שקיבל פניה בעניין זה וכי בשתי הפעמים הקודמות הוא לא נדרש לשלם פיצוי.
13. לאחר שעיינתי בכתבי הטענות, שמעתי את הצדדים ושקלתי את הדברים החלטתי לקבל את התביעה באופן חלקי ולהורות לנתבע לשלם לתובע סך כולל של 2,100 ₪.

העדר קבלת הסכמה מראש לדבר פרסומת

14. הוראות סעיף 30א (ב) לחוק קובעות:





בית משפט לתביעות קטנות בתל אביב - יפו

ת"ק 41899-02-24 פאזנר נ' דבראשוילי

"(ב) לא ישגר מפרסם דבר פרסומת באמצעות פקסימיליה, מערכת חיוג אוטומטי, הודעה אלקטרונית או הודעת מסר קצר, בלא קבלת הסכמה מפורשת מראש של הנמען, בכתב, לרבות בהודעה אלקטרונית או בשיחה מוקלטת"

15. חריג לכלל מובא בסעיף 30 א (ג) לחוק בו נקבע כי :

"(ג) על אף הוראות סעיף קטן (ב), רשאי מפרסם לשגר דבר פרסומת כאמור באותו סעיף קטן אף אם לא התקבלה הסכמת הנמען, בהתקיים כל אלה :

(1) הנמען מסר את פרטיו למפרסם במהלך רכישה של מוצר או שירות, או במהלך משא ומתן לרכישה כאמור, והמפרסם הודיע לו כי הפרטים שמסר ישמשו לצורך משלוח דבר פרסומת מטעמו, באחת הדרכים האמורות בסעיף קטן (ב) ;

(2) המפרסם נתן לנמען הזדמנות להודיע לו כי הוא מסרב לקבל דברי פרסומת כאמור, דרך כלל או מסוג מסוים, והנמען לא עשה כן ;

(3) דבר הפרסומת מתייחס למוצר או לשירות מסוג דומה למוצר או לשירות האמורים בפסקה (1).

16. בענייננו, הנתבע לא הצליח להוכיח כי התקיים אחד משני סעיפי החוק המקנה לו אפשרות לשגר דבר פרסומת לתובע.

בעניין ס' 30 א (ב) לחוק נקבע :

"נקודת המוצא, לעניין נטל ההוכחה, הריהי כי המוציא מחברו עליו הראיה (בבלי, בבא קמא לה, א). על כן, הנמען-התובע, הטוען להפרת סעיף 30א(ב) לחוק, הוא אשר נושא בנטל ההוכיח את תביעתו ; עליו נטל השכנוע, עליו חובת הראיה (ע"א 78/04 המגן חברה לביטוח בע"מ נ' שלום גרשון הובלות בע"מ, פ"ד סא(3) 18, 36 (2006) (להלן : עניין המגן)). אולם, בהצהרת הנמען כי למיטב ידיעתו לא נתן הסכמה למשלוח דברי הפרסומת, עוברת חובת הראיה אל כתפי המפרסם-הנתבע. זהו המצב ברובם המוחלט של המקרים בתביעות לפי



בית משפט לתביעות קטנות בתל אביב - יפו

ת"ק 41899-02-24 פאזנר נ' דבראשוילי

סעיף 30א לחוק התקשורת, ומכאן שהלכה למעשה, כדרך קבע, מוטלת חובת הראיה בכגון דא על המפרסם (רע"א 1231/17 רז נ' אימפרשן מדיה בע"מ, [פורסם בנבו] פסקה ח' (20.4.2017)). כך, אם אין בידי המפרסם ראיה להסכמה ראשונית, ובהתקיים יתר התנאים המצוינים בחוק התקשורת, ככלל תתקבל תביעת הנמען (ע"א 2144/13 עזבון המנוח עמית עמוס מנטין ז"ל נ' הרשות הפלסטינאית, [פורסם בנבו] פסקה 71 (6.12.2017); ע"א 73/86 שטרנברג נ' עיריית בני-ברק פ"ד מג(3) 343, 348-347 (1989)).

רע"א 4704/20 יונתן בן-עמי נ' FACEBOOK IRELAND LTD ואח' [פורסם בנבו] (9.2.2021) (להלן: "עניין בן עמי")

17. בענייננו, התובע הבהיר כי לא ביקש להכליל ברשימת התפוצה של הנתבע ודי בכך כדי להעביר את הנטל אל כתפי הנתבע, אשר לא הצליח להראות כי קיימת הסכמה מפורשת של התובע לקבלת דברי פרסומת. הנתבע הציג אמנם טופס רכישה של התובע באתר, ממנו התקבלו פרטיו של התובע אולם בשום מקום לא נרשמה בטופס הסכמה לקבלת דברי פרסומת.

18. כאמור, גם החריג הקבוע בסעיף 30א(ג) אינו מתקיים:

"טענה לתחולת החריג הקבוע בסעיף 30א(ג), להבדיל מטענה להפרת סעיף 30א(ב) לחוק, הריהי טענת הגנה שמעלה המפרסם-הנתבע, והנטל להוכחתה רובץ לפתחו (עניין המגן, בעמוד 37). עליו להוכיח כי התקיים מכלול התנאים, שבגינם הותר לו לשלוח לנמען-הנתובע דבר פרסומת, גם ללא הסכמה מפורשת בכתב מצדו. כלומר, למרות שאיננו נדרש להביא ראיה להסכמה, הרי שעליו להראות כי הלקוח הנדון מסר לו מרצונו את פרטי התקשורת; כי הובהר ללקוח שבכוונת העסק לכלול ברשימת תפוצה; כי ניתנה ללקוח הזדמנות לסרב להיכלל ברשימת התפוצה; כי הלקוח לא הביע התנגדות לכך; וכי דבר הפרסומת מקדם מוצר הדומה למוצר שלגביו הביע הלקוח". (עניין בן עמי, פסקה 17)

19. בענייננו, לא הוצגה ראיה לכך שהובהר לתובע כי פרטיו ישמשו למשלוח דבר פרסומת, ניתנה לו הזדמנות לסרב לכך והוא לא עשה כן. זאת אף כי אין מחלוקת כי התובע רכש מוצר ומסר את פרטיו במועד הרכישה וכי דבר הפרסומת מקדם מוצר הדומה למוצר אותו רכש התובע מלכתחילה.

20. בהעדר ראיות כאמור, נמצא כי הנתבע אכן הפר את הוראות סעיף 30א לחוק בכך ששיגר לתובע דבר פרסומת ללא הסכמתו.





בית משפט לתביעות קטנות בתל אביב - יפו

ת"ק 41899-02-24 פאזנר נ' דבראשוילי

אי ציון המילים "פרסומת"

21. בסעיף 30א (ה) לחוק מצויין:

(ה) (1) מפרסם המשגר דבר פרסומת בהתאם להוראות סעיף זה יציין בו את הפרטים האלה באופן בולט וברור, שאין בו כדי להטעות:

(א) היותו דבר פרסומת; המילים "פרסומת", "בקשת תרומה" או "תעמולה", לפי העניין, יופיעו בתחילת דבר הפרסומת, ואם דבר הפרסומת משוגר באמצעות הודעה אלקטרונית – בכותרת ההודעה;

22. הצדדים אינם חלוקים בסוגיה העובדתית לפיה לא צויין בדברי הפרסומת כי מדובר ב"דבר פרסומת" ועיון בהודעות הפרסומת מעלה כי אכן באף אחת מתשע ההודעות שנשלחו לא פורט התוכן כראוי.

23. במצב זה, גם אילו היתה מוכחת הסכמת התובע לקבלת דברי הפרסומת, הרי שעצם משלוח דבר הפרסומת ללא ציון המילה "פרסומת", מצדיקה מתן פיצוי בהתאם להוראות החוק.

הפיצוי

24. בסעיף 30א (י) לחוק נקבעה תקרת הפיצוי לנמען שקיבל דברי פרסומת בניגוד לחוק:

(י) (1) שוגר דבר פרסומת ביודעין בניגוד להוראות סעיף זה, רשאי בית המשפט לפסוק בשל הפרה זו פיצויים שאינם תלויים בנוק (בסעיף זה – פיצויים לדוגמה), בסכום שלא יעלה על 1,000 שקלים חדשים בשל כל דבר פרסומת שקיבל הנמען בניגוד להוראות סעיף זה;

.....

(3) בבואו לקבוע את גובה הפיצויים לדוגמה, יתחשב בית המשפט, בין השאר, בשיקולים המפורטים להלן, ולא יתחשב בגובה הנזק שנגרם לנמען כתוצאה מביצוע ההפרה:

(א) אכיפת החוק והרתעה מפני הפרתו;

(ב) עידוד הנמען למימוש זכויותיו;

(ג) היקף ההפרה;



בית משפט לתביעות קטנות בתל אביב - יפו

ת"ק 24-02-41899 פאזנר נ' דבראשוילי

25. נוסף לשיקולים המנויים בחוק לבחינת גובה הפיצוי, יש לשקול גם את השאלה אם בדבר הפרסומת שנשלח, ניתנה אפשרות למקבל להסיר את שמו מרשימת תפוצת דברי הפרסומת בקלות יחסית:

"בית המשפט ישקול גם את "העובדה שהמעוול איפשר להסיר את שמו של הניזוק מרשימת תפוצת דברי הפרסומת בקלות יחסית, וכל העושה כן הרי זה משובח וייפטר מן המטרד במהרה" (שם, פסקה ג). העובדה כי שיקול זה משמש שיקול ממשי להפחתת הפיצוי, אף נקבעה להלכה בדעת רוב בעניין רע"א 1954/14 חזני נ' שמעון הנגבי (סיתוונית מועדון דאיה ורחיפה במצנחים) [פורסם בנבו] (4.8.2014)"
(ע"א (י-ם) 17-12-2526 קסטרו מודל בע"מ נ' בר רגב (נבו 8.4.2018)).

26. בענייננו, הצדדים שניהם הסכימו - ונתון זה עולה גם מהראיות שהוצגו בכתבי הטענות, כי בהודעות שנשלחו אל התובע ניתנה אפשרות קלה ופשוטה להסרה, אלא שהתובע לא עשה בה שימוש, לטענתו מאחר שהוא לא לוחץ על קישורים ממקור שאינו בטוח. שיקול זה, לפיו מתאפשרת הסרה באופן קל ופשוט מהווה כאמור **שיקול ממשי** להפחתת הפיצוי ונראה כי במקרה הנוכחי יש להפחית את הפיצוי המקסימלי באופן משמעותי.

27. בנוסף, הנתבע הבהיר כי כדי לעמוד בתנאי החוק התקשר עם חברה חיצונית הנמנית על החברות הטובות בשוק, לה שילם סכומי כסף גבוהים כדי שתבצע את תהליך ההסרה בצורה יעילה וטובה. עוד הוא העיד כי מיד כאשר קיבל את הודעת הדוא"ל מהתובע פעל להסרתו מרשימת התפוצה באופן עצמאי וכי כאשר הבין בפעם השנייה כי הסרה עצמאית זו היא שככל הנראה גרמה לתקלה – פעל באופן מיידי לביצוע חסימה כוללת. בנוסף, הנתבע העיד כי במשך 22 שנות פעילותו, זו הפעם השלישית בה קיבל פניה לעניין זה. מכלול הנסיבות מצביע על כך כי הנתבע אכן מודע להוראות החוק ופועל כדי לעמוד בהן.

28. נוסף לכך את עניין התנהלותו של התובע. עיון בהודעת הדוא"ל שנשלחה מטעמו של התובע כלל לא כללה בקשה להסרה. התובע שלח לנתבע הודעת דוא"ל ביום 26.7.2021 ובה ציין כי קיבל הודעות ספאם וכי הוא מבקש פיצוי. גם בהודעת המייל השני שנשלחה אל הנתבע לא נכללה בקשת הסרה אלא רק פיצוי כספי.

29. על אף שלא נכתב כך באופן מפורש בהודעת הדוא"ל, הנתבע הבהיר כי פעל להסרת התובע באופן עצמאי מיד כאשר קיבל את הפניה.



בית משפט לתביעות קטנות בתל אביב - יפו

ת"ק 41899-02-24 פאזנר נ' דבראשוילי

30. מכלול השיקולים שהובאו בהוראות החוק ובפסיקה מובילות למסקנה כי הפיצוי שצריך להפסק אינו ברף הגבוה. הנתבע הוסיף קישור "הסר" בהודעות, התקשר עם חברה חיצונית כדי לעמוד בתנאי החוק ולטפל בהסרות, הסיר את התובע מיד כשביקש ממנו לעשות כן והבהיר כי מדובר במקרה חריג באופן יחסי. בנוסף, גם כמות ההודעות שנשלחו אל התובע אינה גדולה, באופן יחסי, וכאמור היא הופסקה מיד עם פנייתו של התובע.

31. נוכח האמור הנתבע ישלם לתובע סך של 2,100 ₪ בגין משלוח 9 "דברי פרסומת" וכולל הוצאות משפט.

32. יוער בטרם סיום כי עוד לפני קיום הדיון הגיש התובע בקשה להוסיף לכתב התביעה 2 הודעות דוא"ל נוספות שנשלחו אליו באמצעות הנתבע, לאחר הגשת התביעה. הודעות דוא"ל אלה נשלחו אל התובע באופן אישי על ידי הנתבע לצורך עדכון התובע במועד הדיון החדש בהתאם להחלטת בית המשפט, כשבחותמת שמו של השולח נכלל לטענת התובע חומר פרסומי.

33. לא ראיתי מקום לדון בטענה מאחר שכתב התביעה לא תוקן בפועל, הדרישה הכספית בכתב התביעה נותרה בסך 9,000 ₪ לפי חישוב של 1,000 ₪ עבור 9 הודעות ולא שולמה אגרה בהתאם, אך אציין שספק בעיני אם ניתן לקרוא להודעות אלה "דבר פרסומת" ויתכן גם שבקשת צרופם לכתב התביעה, שעה שברור כי המשלוח נעשה בהתאם להחלטת בית המשפט לצורך עדכון במועד הדיון, עשוי להוות חוסר תום לב מצידו של התובע.

34. הסכום ישולם לתובע בתוך 30 יום מהיום שאם לא כן ישא הפרשי הצמדה וריבית כחוק.

35. ניתן להגיש בקשת רשות ערעור על פסק הדין בתוך 15 יום ממועד קבלת פסק הדין.

36. המזכירות תשלח את פסק הדין לצדדים בדואר רשום ואישור מסירה.

ניתן היום, י"ז אב תשפ"ד, 21 אוגוסט 2024, בהעדר הצדדים.

צפורה אוחנה קפש, שופטת



בית משפט לתביעות קטנות בתל אביב - יפו

ת"ק 41899-02-24 פאזנר נ' דבראשוילי

