



בית משפט לתביעות קטנות בתל אביב - יפו

ת"ק 12-09-22163-09 מזן נ' אי מייליון בע"מ ואח'

בפני כב' הרשם הבכיר יגאל נמרודי

איריס מזן

תובעת

נגד

נתבעים

1. אי מייליון בע"מ
2. מאיר ברק
3. אייזנברג גרופ
4. אלבר-1
5. אשראי אישי ר.א פיננסים בע"מ
6. better place ישראל
7. ביפר
8. גרופהון בע"מ
9. hackeru
10. הטכניון - מכון טכנולוגי לישראל
11. מגדלי נווה פ"ת
12. מט"ח 24
13. טאבו ישיר מקבוצת קו מנחה
14. קליניקה כרמל
15. שיא גל יאכטות
16. שטראוס מייס בע"מ (תמי 4) - מחוקה

פסק דין

משלוח הודעות דוא"ל בניגוד להוראות "חוק הספאם"; משלוח הודעות דוא"ל שאינן מתייחסות למוצר מסוים או שירות נתון שרכש הנמען מהמפרסם או שנוהל לגביו משא ומתן לכישרתו אשר משוגר על-ידי "מפרסם מקצועי"; הימנעות הנמען מלשגר למפרסם הודעה בדבר סירובו לקבל דברי פרסומת – אלו הסוגיות העומדות במוקד התביעה שלפניי.

הצדדים ועיקרי טענותיהם:

1. התובעת קיבלה לתיבת הדואר האלקטרוני הודעות שונות, אשר נשלחו על ידי הנתבעת 1 ונועדו לפרסם מוצרים או שירותים שונים המתייחסים לפעילותם של הנתבעים 2–16. התובעת מסתייגת מעצם שיגור ההודעות אל תיבת הדואר שלה, על כן הוגשה על ידה התובענה. התובעת לא הודיעה לנתבעת 1 על סירובה לקבל הודעות שונות.



בית משפט לתביעות קטנות בתל אביב - יפו

ת"ק 12-09-22163 מזן נ' אי מייליון בע"מ ואח'

2. הנתבעת 1 טוענת שהתובעת – בהיותה עיתונאית – אשר פרסמה את כתובת הדוא"ל שלה
בפורום אתר האינטרנט "תפוז", ראתה בתיבת הדוא"ל משום תיבת דוא"ל עסקית, באופן שיש
לראות בתובעת משום "בית עסק", בכל הקשור להוראות סעיף 30א לחוק התקשורת (בזק
ושידורים), תשמ"ב-1982 (להלן – "חוק התקשורת"); התובעת נרשמה בשנת 2007 למאגרי
הנתבעת 1 באמצעות אתר דרושים המצוי בבעלותה ואשר פעילותו מנוהלת ללא חיוב כספי מצד
הפונים; התובעת מעולם לא הודיעה לנתבעת 1 על סירובה לקבל הודעות שונות ולא ביקשה
להסיר את כתובת הדוא"ל שלה מרשימת התפוצה וממילא לא נגרם לה נזק כלשהו; כמו כן,
חלק מהדיוררים כוללים הצעות ללא תשלום והם לא מהווים פרסומת; חלק מהדיוררים מהווים
אומנם פרסומת, אולם לא הייתה מניעה משיגורם לתיבת הדוא"ל של התובעת, בהיותה "בית
עסק" והיא ממילא מעולם לא ביקשה להסיר את תיבת הדוא"ל מרשימת התפוצה.
3. הנתבע 2 טען, בין היתר, שהוא אישית אינו מהווה "מפרסם", כהגדרת ביטוי זה בסעיף 30א
לחוק התקשורת, כבר מעצם העובדה שהפרסום המיוחס לו מתייחס למעשה לתאגיד ולא אליו
אישית.
- הנתבעת 16 הגיעה עם התובעת להסדר מחוץ לכותלי ביהמ"ש. בנסיבות כאמור, לא יובאו
בחשבון הפרסומים המתייחסים לנתבעת זו (8 פרסומים), אף בכל הקשור לאחריות המיוחסת
לנתבעת 1 בגין פרסומים המתייחסים לנתבעת זו.
- הנתבעות 8, 9 ו- 11 לא הגישו כתב הגנה ולא התייצבו לדיון (לנתבעות אלו מיוחסים 2, 4 ו- 2
פרסומים – בהתאמה). הנתבעות כאמור זומנו כדיון.
4. הנתבעות הנוספות: 3 (5 פרסומים), 4 (פרסום אחד), 5 (2 פרסומים), 6 (פרסום אחד), 7 (2
פרסומים), 10 (2 פרסומים), 12 (2 פרסומים), 13 (4 פרסומים), 14 (5 פרסומים) ו- 15 (8
פרסומים), טענו בכתבי ההגנה מטעמן, בעיקרם של דברים, להיעדר אחריות מטעמן לפרסום,
בשים לב לעובדה שהן רכשו שירותי פרסום מהנתבעת 1 או ממשרדי פרסום אשר הסתייעו
בשירותי הנתבעת 1, כאשר הותנה על ידן שלא ייעשה כל פרסום המנוגד להוראות הדיון, וממילא
– הן לא שיגרו "דבר פרסומת" באופן ישיר לתובעת. נטען שהנתבעות כאמור פועלות באמצעות
ספקים האמונים על פרסום על-פי רשימות תפוצה ומאגרים מורשים בלבד, הפועלים בהתאם
לחוק. נתבעות אחדות טענו שהן כלל לא מכירות את הנתבעת 1. חלק מהנתבעות טענות
שהתובעת נרשמה לרשימות תפוצה שונות, באופן שמאפשר לשגר אליה פרסומים שונים.



בית משפט לתביעות קטנות בתל אביב - יפו

ת"ק 12-09-22163 מזן נ' אי מייליון בע"מ ואח'

דיון והכרעה:

5. הדין:

סעיף 30א לחוק התקשורת קובע כדלקמן:

"(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; פנייה חד-פעמית מטעם מפרסם לנמען שהוא בית עסק, באחת הדרכים האמורות בסעיף קטן זה, המהווה הצעה להסכים לקבל דברי פרסומת מטעמו, לא תיחשב הפרה של הוראות סעיף זה.

(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).

המונחים "דבר פרסומת" ו- "מפרסם" מוגדרים בסעיף 30א לחוק התקשורת כדלקמן:

"דבר פרסומת" – "מסר המופץ באופן מסחרי, שמטרתו לעודד רכישת מוצר או שירות או לעודד הוצאת כספים בדרך אחרת";

"מפרסם" – "מי ששמו או מענו מופיעים בדבר הפרסומת כמען להתקשרות לשם רכישתו של נושא דבר הפרסומת, מי שתוכנו של דבר הפרסומת עשוי לפרסם את עסקיו או לקדם את מטרותיו, או מי שמשווק את נושא דבר הפרסומת בעבור אחר; לעניין זה, לא יראו כמפרסם מי שביצע, בעבור אחר, פעולת שיגור של דבר פרסומת כשירות בזק לפי רישיון כללי, רישיון מיוחד או מכוח היתר כללי, שניתנו לפי חוק זה".

סעיף 30א(י) לחוק התקשורת מסמיך את בית המשפט לפסוק בשל הפרת הוראות חוק התקשורת פיצויים לדוגמה שאינם תלויים בנזק, בסכום שאינו עולה על 1,000 ₪ בשל כל דבר פרסומת שקיבל הנמען בניגוד להוראות חוק התקשורת. אשר לשיקולים בפסיקת שיעור הפיצוי נקבע בסעיף 30א(י)(3) לחוק התקשורת כדלקמן:



בית משפט לתביעות קטנות בתל אביב - יפו

ת"ק 12-09-22163 מזן נ' אי מייליון בע"מ ואח'

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

4 (א) אכיפת החוק והרתעה מפני הפרתו;

5 (ב) עידוד הנמען למימוש זכויותיו;

6 (ג) היקף ההפרה".
7

8 6. התביעה כנגד הנתבעת 1 :
9

10 לאחר בחינת כתבי הטענות, טענות הצדדים בדיון, הוראות הדין והראיות, נחה דעתי שדין
11 התביעה כנגד הנתבעת 1 להתקבל.
12

13 הוראות סעיף 30א לחוק התקשורת הן הוראות בעלות אופי צרכני מובהק. בנסיבות כאמור,
14 מדובר בהוראות קוגנטיות, על כל הכרוך והמשתמע מכך. על מנת ש"מפרסם" יהיה רשאי לשגר
15 הודעות לנמענים שונים בלא שיראו בפרסום משום הפרה של ההוראות כאמור, עליו לעמוד
16 בתנאים הקבועים בחוק התקשורת – ככתבן וכלשונו, ואין לאפשר עקיפה של ההוראות בדרכים
17 יצירתיות – מנוגדות לחוק [ת"א (מחוזי תל-אביב) 1586/09 איילת חיות נ' טלרן מסרים מיידיים
18 בע"מ (5.4.2011)].
19

20 איני מקבל את טענת הנתבעת 1 לפיה תיבת הדוא"ל של התובעת מהווה תיבת דוא"ל של "בית
21 עסק". עיתונאי הפועל כשכיר בגוף תקשורתי אינו מהווה "עסק"; קביעה זו בעינה עומדת, גם
22 אם העיתונאי מפעיל פורום במרחב האינטרנטי.
23

24 בכל הקשור לבחינת שאלת אחריותו של "מפרסם", אין משמעות לשאלה האם הנמען הודיע על
25 סירובו לקבלת "דבר פרסומת" או שהוא נמנע ממתן הודעה כאמור. אין להוסיף על הוראות
26 סעיף 30א לחוק התקשורת תנאים שלא נקבעו במפורש בסעיף.
27

28 אשר לטענה לפיה לתובעת לא נגרם נזק כלשהו, הרי שהוראת סעיף 30א(ג)(3) לחוק התקשורת
29 מורה מפורשות שבית המשפט "לא יתחשב בגובה הנזק שנגרם לנמען כתוצאה מביצוע
30 ההפרה".
31

32 עיינתי בדיוורים השונים שצורפו לכתב התביעה. לא שוכנעתי שישנם דיוורים אשר אינם מהווים
33 "דבר פרסומת", בהיותם "הצעות ללא תשלום". מטרת החוק הייתה למנוע עידוד לרכישת מוצר
34 או שירות (ראו הגדרת הביטוי "דבר פרסומת" בסעיף 30א לחוק התקשורת), ועולה מהדיוורים
35 באופן ברור שמדובר בפרסומים שנועדו למטרה זו. כאמור, הנתבעת 1 עצמה אינה בית עסק
36 המספק מוצר מסוים או שירות מסוים. היא מנהלת התקשורת עסקית עם הנתבעים הנוספים,
37 בתמורה לתשלום כספי, כל זאת לצורך פרסום ושיווק מוצרים ושירותים בתחום עיסוקם של



בית משפט לתביעות קטנות בתל אביב - יפו

ת"ק 12-09-22163-09 מזן נ' אי מייליון בע"מ ואח'

1 הנתבעים. כשם שההתקשרות בין הנתבעת 1 לבין הנתבעים הנוספים היא התקשרות עסקית,
2 אשר מטרתה להעשיר את קופת הנתבעת 1, מטרה זהה ישנה לנתבעים הנוספים, אשר משלמים
3 לנתבעת 1 כספים לצורך קידום פעילותם העסקית. גם אם בדיוורים עצמם לא נקוב תשלום
4 מסוים, מטרת הדיוור ברורה ואינה משתמעת לשני פנים. בסופו של יום המטרה הינה לגרום
5 לנמען להוציא כספים בעקבות ההודעה ששוגרה אליו. מדובר ב"דבר פרסומת", גם אם אין
6 מעבר של כספים מהנמען לשולח וגם אם האינטראקציה הכספית נעשית באופן עקיף או במועד
7 מאוחר יותר. העלאת הטענה לפיה לא מדובר ב"דבר פרסומת" אינה אלא ניסיון לעקוף את
8 הוראות החוק [ראו גם ת"ק (תל-אביב) 20453-03-11 עו"ד אסף לוטן נ' לוג טק תקשורת בע"מ
9 [(9.9.2011)].

10
11 לא הונחה בפניי תשתית עובדתית המעידה על כך שהתובעת נתנה הסכמתה לנתבעת 1 –
12 "מפורשות מראש" (כאמור בסעיף 30א(ב) לחוק התקשורת) – לקבל "דבר פרסומת". הנטל
13 להוכיח טענה כאמור מוטל על המפרסם הטוען לכך, כל זאת באמצעות ראיות ברורות הכוללות
14 תיעוד הן ביחס למועד מתן ההסכמה והן ביחס לסוג המוצר המסוים או השירות המסוים לגביו
15 ניתנה ההסכמה.

16
17 גם אם אצא מנקודת מוצא לפיה ניתנה על ידי התובעת הסכמה לשגר אליה "דבר פרסומת", הרי
18 שבהתאם להוראת סעיף 30א(ג)(3) לחוק התקשורת רשאית הייתה הנתבעת 1 לשלוח לתובעת
19 "דבר פרסומת המתייחס למוצר או השירות מסוג דומה למוצר או השירות האמורים בפסקה
20 (1)", הכוונה לאותו "מוצר או שירות" שנרכש או שהנמען והמפרסם ניהלו משא ומתן לרכישתו
21 (סעיף 30א(ג)(1) לחוק התקשורת).

22
23 היינו, גם אם ניתנה על ידי התובעת הסכמה לשלוח אליה "דבר פרסומת", כל זאת במסגרת
24 ניסיון להיעזר בשירותי הנתבעת 1 למצוא עבודה, לכל היותר ניתן היה לשלוח אליה הצעות
25 עבודה, אולם לא מעבר לכך. בתנאי הקבוע בסעיף 30א(ג)(3) לחוק התקשורת – ללא כל ספק –
26 לא עמדה הנתבעת 1, והיא אינה מתייחסת להוראת החוק כאמור בכתב ההגנה מטעמה, מאחר
27 ובהיותה "מפרסם מקצועי" עמידה בהוראת החוק כאמור אינה עולה בקנה אחד עם אופי
28 פעילותה העסקית – אספקת שירותי פרסום עבור אחרים ביחס למגוון של פעילויות עסקיות,
29 מוצרים ושירותים.

30
31 הנתבעת 1 לא עמדה בתנאים הקבועים בחוק התקשורת והמאפשרים שיגור פרסום, ולמעשה
32 היא כלל לא יכולה לעמוד בתנאים, מעצם היותה תאגיד העוסק בפרסום ולא תאגיד העוסק
33 בשיווק של מוצר מסוים או שירות מסוים.

34
35 אני קובע אפוא שהנתבעת 1 הפרה את הוראות סעיף 30א לחוק התקשורת, על כל הכרוך
36 והמשתמע מכך.



בית משפט לתביעות קטנות בתל אביב - יפו

ת"ק 12-09-22163-09 מזן נ' אי מייליון בע"מ ואח'

7. התביעה כנגד הנתבעים הנוספים:

האחריות בגין פרסום המנוגד לדין מוטלת על "מפרסם". המחוקק בחר בהגדרה רחבה, הכוללת הן את הגורם המשווק את דבר הפרסומת והן את הגורם אשר עשוי ליהנות מעצם הפרסום (ספק המוצרים או השירותים) [ר' הגדרת המונח "מפרסם" בסעיף 30א(א) לחוק התקשורת]. חיוב כספי מוטל בגין שיגור דבר פרסומת "ביודעין בניגוד להוראות סעיף זה" [סעיף 30א(י)(1) לחוק התקשורת], כאשר המחוקק קבע חזקה לפיה הפרסום נעשה ביודעין והעביר את הנטל להוכיח אחרת על "המפרסם" הטוען לכך [סעיף 30א(י)(5) לחוק התקשורת].

לפיכך, באופן עקרוני, נתבעים שהפרסומים מתייחסים אליהם נדרשים לשאת – ביחד ולחוד עם הנתבעת 1 – באחריות לפרסום. נתבעים אחדים טענו שעמדו על דרישתם להבטיח שהנתבעת 1 פועלת לביצוע הפרסום שהוזמן על ידם בהתאם להוראות הדין. נתבעים אחרים טענו שהם לא מכירים את הנתבעת 1 והם שכרו את שירותיהם של משרדי פרסום על מנת להבטיח שכל פרסום ייעשה בכפוף להוראות החוק בלבד.

בכל הקשור לטיעון המתייחס לנתבעים שהתקשרו במישרין עם הנתבעת 1 – מעבר לעובדה שלא הוצגו הסכמי ההתקשרות בין הצדדים, הרי שלאור התנאי הקבוע בסעיף 30א(ג)(3) לחוק התקשורת, לפיו פרסום מותר אמור להתייחס ל-".... מוצר או לשירות מסוג דומה למוצר או לשירות האמורים בפסקה (1)", הרי שהנתבעת 1 – בהיותה "מפרסם מקצועי" שאינו יצרן של מוצר נתון או ספק של שירות נתון – ממילא אינה יכולה לעמוד בתנאי האמור. הטענה לפיה מדובר ב"פרסום" שאינו "ביודעין" – נדחתה.

בכל הקשור לטיעון המתייחס לנתבעים שהתקשרו עם משרדי פרסום, מתוך כוונה שהפרסום ייעשה על פי החוק, הרי שללא הצגת הסכמי ההתקשרות בין הנתבעים כאמור לבין משרדי הפרסום, לא עלה בידי הנתבעים כאמור לעמוד בנטל להוכיח כי ה"פרסום" המפר לא נעשה "ביודעין".

בכל הקשור לטענות הנתבע 2 בדבר היעדר יריבות בינו לבין התובעת, מאחר והפעילות אליה מתייחסים הפרסומים שייכת לתאגיד, הרי שלנוכח הפרסומים – המזכירים את הנתבע 2 אישית ולא מזכירים כלל תאגיד – אני דוחה את טענתו כאמור.

8. שיעור הפיצוי ומשמעות הימנעות התובעת מלהודיע לנתבעת 1 על סירובה לקבל "דבר פרסומת":

החוק מסמיך את בית המשפט לפסוק פיצוי בשיעור של עד 1,000 ₪ עבור כל פרסום, כאשר נקבעו אמות מידה באשר להיקף הפיצוי: על בית המשפט להביא בחשבון את היקף ההפרה, עידוד הנמען לממש את זכויותיו ואכיפת החוק והרתעה מפני הפרתו. מדובר ברשימה פתוחה,



בית משפט לתביעות קטנות בתל אביב - יפו

ת"ק 12-09-22163-09 מזן נ' אי מייליון בע"מ ואח'

1 אולם המחוקק הנחה את בית המשפט לא להתחשב בגובה הנזק שנגרם לנמען כתוצאה מביצוע
2 ההפרה [סעיף 30א(י)(3) לחוק התקשורת].

3
4 משמדובר בפיצוי שנפסק גם ללא קיומו של נזק, אין מקום להעלות טענה בדבר חובת הנמען
5 להקטין את נזקו, על ידי שיגור הודעת סירוב.

6
7 עם זאת, לא ניתן להתעלם ממצב בו הנמען אינו משגר הודעת סירוב. הודעה כאמור עשויה
8 להביא להפסקת שיגור פרסומים לנמען. נמען שנמנע משיגור הודעת סירוב מגלה דעתו שאף
9 שמדובר בפרסום המנוגד לחוק, הוא אינו רואה בעצם הפרסום משום מטרד משמעותי. הימנעות
10 של נמען משיגור הודעת סירוב אינה "מכשירה" את ההפרה, אינה מעניקה למפרסם המפר פטור
11 מתשלום פיצויים ואינה שוללת מהנמען את זכותו לפיצוי. אולם משהפיצוי הקבוע בחוק אינו
12 פיצוי סטטוטורי, אלא פיצוי המביא בחשבון שיקולים שונים, הימנעות הנמען משיגור הודעת
13 סירוב תהווה שיקול נוסף, בין יתר השיקולים אותם שוקל בית המשפט בעת קביעת שיעור
14 הפיצוי [כאמור בסעיף 30א(י)(3) לחוק התקשורת].

15
16 לאחר בחינת מכלול נסיבות העניין, אני מעמיד את שיעור הפיצוי הכולל שעל הנתבעת 1 לשלם
17 לתובעת ע"ס של 10,000 ₪. מדובר בפיצוי שעשוי להרתיע, מחד גיסא, והוא מביא בחשבון
18 מכלול נוסף של שיקולים, לרבות התייחסות לעובדה שהתובעת נמנעה מלשגר הודעת סירוב.
19
20 מצאתי מקום להפריד בין היקף אחריות הנתבעת 1 לבין היקף אחריות הנתבעים הנוספים.
21 אומנם גם הנתבעים כאמור מוגדרים כ"מפרסם", אולם אני סבור שבחינת נסיבות העניין
22 והשיקולים שעל בית המשפט להביא בחשבון בעת קביעת שיעור הפיצוי, מחייבים העמדת שיעור
23 פיצוי נמוך יותר. מצאתי מקום להטיל על כל נתבע פיצוי כספי ע"ס 150 ₪ בגין כל פרסום – כל
24 זאת ביחד ולחוד עם חיובה של הנתבעת 1.

25
26 9. אשר על כן, אני מורה כדלקמן:

27
28 הנתבעת 1 תשלם לתובעת סך של 10,000 ₪, בגין הפרסומים, בצירוף אגרת משפט ע"ס 100 ₪
29 (בהתאם לשיעור היחסי של הסכום שנפסק), בצירוף הוצאות משפט ע"ס 1,000 ₪;

30
31 כל אחד מהנתבעים 2 – 15 ישלם לתובעת סך של 150 ₪, בגין כל פרסום המתייחס אליו (מספר
32 הפרסומים מצוין בסעיפים 3 ו 4 – לפסק הדין); החיוב הינו ביחד ולחוד עם חיובה של הנתבעת
33 1 (בכל מקרה, למען הסר ספק, הפיצוי המקסימאלי שישולם לתובעת בגין הפרסומים לא יעלה
34 על סך של 10,000 ₪).



בית משפט לתביעות קטנות בתל אביב - יפו

ת"ק 12-09-22163 מזן נ' אי מייליון בע"מ ואח'

1 התשלום ייעשה בתוך 30 יום; תשלום בגין פרסום ואגרת משפט שלא ישולם במועד נושא הפרשי
2 הצמדה וריבית כחוק מיום הגשת התביעה ועד ליום התשלום המלא בפועל; תשלום בגין
3 הוצאות המשפט שלא ישולם במועד נושא הפרשי הצמדה וריבית כחוק מיום פסק-הדין ועד
4 למועד התשלום בפועל.

5
6
7
8
9
10
11
12
13
14
15

זכות להגיש בקשת רשות ערעור לבית המשפט המחוזי – בתוך 15 יום.

המזכירות מתבקשת לשלוח העתק מפסק הדין אל הצדדים.

ניתן היום, ב' ניסן תשע"ג, 13 מרץ 2013, בהעדר הצדדים.

יגאל נמרודי, רשם בכיר

16
17
18
19
20
21
22