



בית משפט השלום בטבריה

תא"מ 17-12-18206 גרינבאום נ' זיפי אחזקות בע"מ

תיק חיצוני:

בפני כבוד הרשם בכיר מוהנד חליאלה

תובעים יאיר גרינבאום

נגד

נתבעים זיפי אחזקות בע"מ

פסק דין

מונחת לפני תביעה בסדר דין מהיר ע"ס 66,000 ₪ לפיצוי בגין משלוח דברי פרסומת לפי הוראת סעיף 30א. לחוק התקשורת (בזק ושידורים), תשמ"ב-1982 (להלן: "החוק").

כתב התביעה:

1. בכתב התביעה נטען כי הנתבעת היא חברת מסחר מקוון המפעילה אתר אינטרנט למכירת מוצרים; בין התאריכים 26.7.2017 ו-24.9.2017 שיגרה הנתבעת אל תיבת הדואר של התובע 63 הודעות פרסומת, (להלן: "ההודעות"); ניסיונותיו של התובע להסיר עצמו מרשימת התפוצה לא צלחו; ב-29.9.2017 שלח לנתבעת מכתב ובו ביקש הסרתו מרשימת הנמענים של דברי הפרסומת אך במקום להסירו מן הרשימה שלחה לו הנתבעת שלושה דברי פרסומת נוספים בתאריכים 1.10.2017, 3.11.2017 ו-29.11.2017, (להלן: "ההודעות האחרונות"). נוכח התנהגות זו של הנתבעת, הגיש התובע את תביעתו זו על מנת להגן על עצמו מפגיעתם של דברי הפרסומת של הנתבעת.

2. לטענת התובע, בכל פעם שניסה להסיר עצמו מרשימת התפוצה הסתבך הדבר בשל מורכבות התהליך ורק לאחר מספר ניסיונות צלח ניסיון ההסרה.

3. התובע טוען כי הנתבעת פעלה בניגוד להוראת סעיפים 30א. (ב) וסעיפים 30א. (ה) ו-30א. (ה) (2) לחוק שכן ההודעות לא כללו מידע בדבר אפשרות למשלוח הודעת סירוב ולא כללו מנגנון הסרה אוטומטי. כמו כן לא הופיע בהודעות שמו המלא של המפרסם, כתובתו ודרך יצירת קשר עמו.



בית משפט השלום בטבריה

תא"מ 17-12-18206 גרינבאום נ' זיפי אחזקות בע"מ

תיק חיצוני:

1 4. עוד טען התובע בכתב התביעה כי הנתבעת לא הקפידה על הוראת סעיף 30א.ד) לחוק לפיה הודעת
2 הסירוב תינתן בכתב או בדרך שבה שוגר דבר הפרסומת לפי בחירת הנמען.

3
4 5. טענה נוספת בפיו של התובע היא שהנתבעת אינה עומדת בתנאים המצטברים שקובע בסעיף 30א.ג) (ג)
5 לחוק ועל כן אינה יכולה ליהנות מהחריג הקבוע בסעיף הנ"ל. בין היתר טען, כי הוא לא מסר את פרטיו
6 לנתבעת במהלך רכישת מוצר או במהלך מו"מ לרכישת מוצר אלא במהלך הרשמה לאתר.

7
8 7. לכתב התביעה צורפו תצלום מסך טופס ההרשמה לאתר, העתקי ההודעות, מכתב התראה, העתקי
9 ההודעות האחרונות, תוצאות עיון במאגר רשם מאגרי המידע – הרשות להגנת הפרטיות ותצהיר
10 תמיכה.

כתב ההגנה:

11
12
13
14 8. הנתבעת טענה בכתב ההגנה כי התובע מסר לה את פרטיו ורכש ממנה מספר מוצרים; התובע נרשם
15 לאתר הנתבעת ב- 19.8.2015 .

16
17 ב- 12.10.2015, מסר לראשונה את פרטיו לצורך קבלת דיוור פרסומי. ב- 23.11.2015 עשה שימוש
18 בדיוור של הנתבעת וביצע רכישה מהאתר.

19
20 כך גם ביצע רכישות שונות ב- 21.9.2016 ב- 17.12.2016 ב- 31.1.2017 ב- 4.7.2017 ב- 23.7.2017 ב-
21 15.9.2017 ואף ב- 24.12.2017 ביצע רכישה מהאתר.

22
23 9. גם לאחר הגשת התביעה ביצע התובע רכישות מאתר הנתבעת ב- 20.1.2018 וב- 25.1.2018 – תוך
24 שהוא מוסר שוב את פרטיו ונותן הסכמתו לקבל מהנתבעת דיוור פרסומי.

25
26 10. עוד טענה הנתבעת כי התובע שלח לה את פרטי ההתקשרות עמו על גבי טופס עליו נכתב כי "יישלחו
27 מבצעים מגניבים מהאתר" ולתובע הייתה האפשרות להשלים את הרכישה מהאתר תוך סימון תיבה
28 לצידה נכתב "איני מעוניין לקבל מבצעים מגניבים מהאתר" והוא בחר שלא לעשות כן בכל אחת
29 ואחת מהפעמים שבהן ביצע רכישה באתר.

30
31 11. הנתבעת טענה בנוסף, כי ההודעות ששלחה לתובע אינן בגדר דבר פרסומת כהגדרתן בחוק.
32



בית משפט השלום בטבריה

תא"מ 17-12-18206 גרינבאום נ' זיפי אחזקות בע"מ

תיק חיצוני:

12. טענה נוספת שהועלתה בכתב ההגנה היא שרק ב-26.5.2017 ביקש התובע לראשונה להסירו מרשימת התפוצה של הנתבעת ומיד חדלה האחרונה לשלוח אליו עד שנרשם לרכישת מוצרים וקבלת דוורים בשנית ב-4.7.2017.

ב-25.9.2017 ביקש שוב להסירו מרשימת התפוצה וגם הפעם חדלה הנתבעת מלשלוח לו דברי פרסומת.

13. לטענת הנתבעת, התובע יכול היה בקלות לסרב לקבל דברי פרסומת.

הוכחות:

עדות התובע:

14. התובע אישר בחקירתו כי ההרשמה הראשונה שלו לאתר הנתבעת נעשתה בשנת 2015; במסגרת תהליך ההרשמה מסר את פרטי הדואר האלקטרוני שלו לצורך הרכישה; כשנתיים לאחר מכן ביקש להתנתק מהאתר; הכחיש כי במהלך השנתיים 2015-2017 שבהן היה רשום באתר קיבל מהנתבעת פרסומות; טען כי במהלך 60 הימים שבהם קיבל פרסומות ניסה מספר פעמים להתנתק אך לא הצליח; אישר כי לפחות לגבי חלק מההודעות מושא התביעה הן חתוכות "אני רואה שחלק נכון מה שאת אומרת. אולי בגלל הקובץ הכבד". (ראו פרוטוקול – עמוד 4 שורה 18).

15. התובע אישר כי ההודעה מסתיימת באופציית ההסרה כפי שרשום ב-1/נ אך הוסיף וטען כי אופציית ההסרה לא פעלה – "כן אני זוכר אני מנסה ללחוץ וזה לא נותן לי כלום. היה הקש איזשהו קוד וזהו".

"ש. איך בסופו של יום הצלחת?

ת. אחרי הרבה ניסיונות. איכשהו בסוף אחרי כמה ימים ניסיתי. היו חודשיים שכל יום קיבלתי מייל.

ש. אבל בכל אחד מהמיילים ניתנה לך אפשרות להסיר.

ת. לא. היה כתוב משפט להסרת רשימת התפוצה ולחצתי וזה לא נתן כלום. הסרתי את עצמי מהרבה רשימות תפוצה.

ש. איך התנתקת בסופו של יום?

ת. ניסיתי הרבה פעמים. או שהם עשו שינוי במערכת או אני לא יודע.



בית משפט השלום בטבריה

תא"מ 17-12-18206 גרינבאום נ' זיפי אחזקות בע"מ

תיק חיצוני:

- 1 ש. על איזה קוד אתה מדבר?
2 ת. אני לא יודע. בסוף זה נתן לי בלי קוד".
3
4 16. כשנשאל על התקנון של הנתבעת השיב כי ב-2015 לא קרא את התקנון וב-2017 קרא ברפרוף
5 "עברתי על מה שכתוב שם ויש שם מיליון סעיפים על החובה שלהם".
6
7 17. התובע אישר בחקירתו כי ללא אישור מטעמו שקרא את התקנון לא יכול היה לבצע את הרכישה.
8
9 18. לשאלה אם בעקבות חלק מהפרסומות לחץ על המוצרים, (לצורך ביצוע רכישות), השיב כי "אני
10 לא זוכר".
11
12 התובע הוסיף בקשר לביצוע רכישות בעקבות ועל סמך ההודעות כי: "יכול להיות שאם היה מייל
13 עם מוצרים והוא נשאר פתוח אז יכול להיות שהבת הגדולה שלי...או יכול להיות שאני נכנסתי
14 בעצמי. אני לא זוכר ולא רוצה להגיד".
15
16 19. התובע אישר בחקירתו כי גם כיום הוא מחובר לאתר ומבצע רכישות. (פרוטוקול – עמוד 5 שורה
17 21).
18
19 20. בקשר להודעות האחרונות אישר כי מדובר בהודעות שנשלחו אליו בעקבות רכישות שביצע.
20
21 ש. צירפת מיילים שבהם טענת שעל אף הניתוק שלך נשלחו אלייך שעל פי התצהיר שלך המשיכו
22 להישלח ואני מקריאה. מיום 1.10.17 "חשוב לנו לוודא..."
23 ת. תקריאי את התחלת המייל. את כל המייל.
24 ש. "חשוב לנו לוודא שקיבלת את הפרטים". האם הם התקבלו לאחר שביצעת הזמנות ברשת?
25 ת. כן. הקראת רק את ההתחלה. ההמשך יש לנו מלא מוצרים באתר, כאלה שימצאו חן בעיניך
26 ... עוד פעם פרסומות. המשפט הראשון היה תגובה לרכישה וההמשך לא קשור בכלל לרכישה".
27
28 **עדות הנתבעת:**
29
30 21. מר דימיטרי מקרנקו שהעיד מטעם הנתבעת אישר כי לצורך הרכישה יש חובה להזין פרטים
31 ולהסכים לתקנון; אשר לשאלה מתי התחילו להוסיף בהודעות שמדובר בדבר פרסומת השיב כי:





בית משפט השלום בטבריה

תא"מ 17-12-18206 גרינבאום נ' זיפי אחזקות בע"מ

תיק חיצוני:

1
2 "ש. אתה טוען שבהודעות דואר אלקטרוני מופיע הכיתוב פרסומת. מתי התחלתם להוסיף את
3 המילה פרסומת?
4 ת. לא זוכר.
5 ש. אני אומר לך שבחלק גדול מההודעות שנשלחו לתובע לא הופיעה ההודעה פרסומת.
6 ת. אני לא יודע על מה אתה מדבר. איזה הודעות?
7 ש. בסעיף 15 לתצהירך אתה טוען שההודעות אינן מהוות דבר פרסומת. איך זה מתיישב עם זה
8 שעכשיו אמרת בעדות שהמילה פרסומת מופיעה?
9 ת. המילה פרסומת מופיעה בפרסומת ויש עוד הודעות נוספות על ההזמנה כפי שדיברנו קודם."

10
11 אשר להודעות האחרונות השיב כי :

12
13 "ש. מדוע המשכתם לשלוח לתובע הודעות לאחר ביצוע ההסרה?
14 ת. על איזה הודעות מדובר?
15 ש. מופיעות בתצהיר התובע שתי הודעות. אתה זוכר את התאריך שצינת קודם שהתובע הסיר עצמו?
16 ת. 25.9
17 ש. יש כאן 2 הודעות לאחר ההסרה. (נספח ז' לתצהיר התובע).
18 ת. שתי ההודעות קשורות למוצרים שהוא רכש ולוודא שקיבל אותן כי אחרת אנחנו צריכים לדווח לצד
19 שלישי שזה עלי או איביי שהרוכש לא קיבל את המוצרים ולדאוג להחזיר לו את כספו במידת הצורך.
20 ש. שתי ההודעות האלה קשורות למוצרים שרכש ובכל זאת אתה מצרף להודעה דבר פרסומת נוסף
21 שאתה כותב: " יש לנו מלא מוצרים חדשים באתר". זאת אומרת שזה תופסת להודעת הווידוי שרצית
22 לוודא על המוצר שהוא רכש.
23 ת. זה לא עיקר המייל. אפילו לא רואים אותם ברגע שפותחים את המייל".

דיון והכרעה:

24
25
26
27 22. לאחר ששמעתי את העדויות ובחנתי את המוצגים שהונחו על שולחני, באתי למסקנה כי במשלוח
28 ההודעות מושא התביעה אל התובע הפרה הנתבעת את הוראות סעיף 30.א לחוק.

29
30 יחד עם זאת, מצאתי כי ההפרה בוצעה בנסיבות מקלות אשר מציבות אותה ברף הנמוך ביותר
31 מבחינת שיעור הפיצוי.
32



בית משפט השלום בטבריה

תא"מ 17-12-18206 גרינבאום נ' זיפי אחזקות בע"מ

תיק חיצוני:

1 מאחר שעסקינן בתביעה בסדר דין מהיר, חובה היא על בית המשפט לנמק את פסק דינו באופן
2 תמציתי, וכך ייעשה להלן:

שיגור דברי פרסומת:

3
4
5
6 23. הנתבעת לא חלקה על כך ששיגרה לתובע את ההודעות ואת ההודעות האחרונות.

7
8 24. על פי תוכן ההודעות וההודעות האחרונות, מדובר בהודעות הנושאות מסר שיווקי מובהק
9 שמעודד רכישת מוצרים שונים כגון – מטאטא חצי אוטומטי, מברשת שיניים חשמלית, סד בוהן
10 אורתופדי, מכשיר קטן במחיר קטנטן, בקבוק שתיה העם פילטר, שעון קיר תמים למראה עם כספת,
11 ראש מברגה אחד שנותן מענה לכל הגדלים – וכיו"ב מוצרים שונים ומגוונים.

12
13 25. יש להצר על כך שהנתבעת ניצלה את העובדה שהנייר סובל הכול וטענה כי לא מדובר בדברי
14 פרסומת. השיטה של הכחשה טוטלית של כל מה שטוען הצד שכנגד מהווה חוסר הגינות ומכבידה על
15 בית המשפט שלא לצורך.

האם התובע נתן הסכמתו המפורשת בכתב מראש:

16
17
18
19 26. סעיף 30. א. לחוק קובע כי תנאי הוא לכשרות של שיגור דבר הפרסומת הוא שהנמען נתן הסכמתו
20 המפורשת בכתב ומראש.

21
22 27. אין מחלוקת כי התובע אישר את התקנון של הנתבעת.

23
24 28. סעיף 2.1 – לתקנון קובע במפורש כי:

25
26 "בהמשך להצטרפותכם ורישומכם לאתר האינטרנט שלנו, אנו עשויים להתקשר אתך ולשלוח
27 אליך דילים מגניבים באמצעות דוא"ל. לפרטים נוספים, נא עיינו במדיניות הפרטיות שלנו שהנם
28 חלק מהסכמתך במסגרת תקנון זה להתקשר אתנו בקישור...".

29
30 29. אין מחלוקת כי הנתבע לא יכול היה אפילו לבצע רכישה מבלי לאשר את תוכנו של התקנון.

31
32 30. טענתו של הנתבע היא כי לא קרא את התקנון או דפדף בו ולא התעמק. טענה זו דינה להידחות.
33 הלכה היא משכבר הימים כי אדם החותם על מסמך חזקה עליו כי קרא אותו והסכים לתוכנו.



בית משפט השלום בטבריה

תא"מ 17-12-18206 גרינבאום נ' זיפי אחזקות בע"מ

תיק חיצוני:

31. העובדה שלא ניתן כלל לבצע את הרכישה ללא אישור התקנון על ידי הלקוח מבטיחה כי ההסכמה נינתה מראש וכי לא ישלחו דברי פרסומת ללא הסכמת הלקוח.

האם הנתבעת עמדה בכל התנאים הקבועים בסעיף-א. 30 לחוק:

32. השגת הסכמתו המפורשת של הלקוח בכתב ומראש אינה ממצה את חובותיו של המפרסם. על המפרסם, נוסף על כך, לפרסם את הפרטים הבאים באופן בולט וברור שאין בו כדי להטעות –

היותו דבר פרסומת, המילים פרסומת, בקשת תרומה או תעמולה לפי העניין יופיעו בתחילת דבר הפרסומת ואם דבר הפרסומת משוגר באמצעות הודעה אלקטרונית – בכותרת ההודעה.

שמו של המפרסם, כתובתו ודרכי יצירת הקשר עמו.

זכותו של הנמען לשלוח בכל עת הודעת סירוב כאמור בסעיף קטן ד' ודרך אפשרית למשלוח הודעה כאמור שהיא פשוטה וסבירה בנסיבות העניין ואם דבר הפרסומת משוגר באמצעות הודעה אלקטרונית – כתובת תקפה של המפרסם ברשת האינטרנט לצורך מתן הודעת סירוב.

33. מעיון בהודעות הפרסומת עולה כי הנתבעת לא ציינה כי מדובר בדבר פרסומת באופן בולט שאין בו כדי להטעות. הנתבעת רשמה בכותרת של הודעות הפרסומת באותיות קטנות ממש בשורה שבה מנתה את הפריטים – בסוף השורה נכתב "פרסומת מבית זיפי פשוט לקנות מחו"ל בעברית".

כך:

"... ברז מפל זכוכית מעוצב מעמד פטנט למיקרוגליסט כלי בישול יועד מציאות בשביד! פרסומת מבית זיפי – פשוט לקנות מחו"ל בעברית".

לאחר שורה זו, שהיא קשה לקריאה, מופיעה במלוא הדר תפארתה הפרסומת של המוצר בכתב גדול יותר ומובלט:

"היפטרו מקרש הגיהוץ המסורבל:

משטח גיהוץ מגנטי עמיד בחום

לגיהוץ בכל מקום, מפזר את החום

בצורה אחידה ותקף לגודל קטנטן

זה פשוט ניתן להניח את המשטח בכל מקום



בית משפט השלום בטבריה

תא"מ 17-12-18206 גרינבאום נ' זיפי אחזקות בע"מ

תיק חיצוני:

קנה עכשיו

34. המילים "פרסומת מבית זיפי" נכתבו באותיות קטנות וכלל אינן בולטות. הן מופיעות בסוף השורה ולא בתחילתה.

35. האופן והצורה שבהם נכתבו המילים "פרסומת מבית זיפי" אינו ברור ואינו בולט אלא להיפך.

36. הרציונל של הדרישה כי המילה "פרסומת" תופיע בהתחלה – בכותרת ובאופן בולט הוא שלנמען תהיה האפשרות לשלוח את ההודעה לפח הזבל הווירטואלי מבלי לקרוא את הפרסומת עצמה. ברם, הצורה והמיקום שבה נרשמו הדברים על ידי הנתבעת במקרה שלנו מאפשרת לקרוא לדעת כי מדובר בפרסומת רק לאחר שכבר קרא לפחות חלק מדברי הפרסומת וזה מה שביקש המחוקק למנוע.

37. כמו כן, לא נרשם השם המלא של הנתבעת וכתובת מלאה ודרכי יצירת הקשר עמה. לא נרשם מספר פקס'. לא נרשם מספר טלפון. (דבר שהיה מאפשר יצירת קשר עם גורם אנושי ולבקש הסרה).

38. הצדדים נחלקו בשאלה אם הנתבעת סיפקה אפשרות הסרה באמצעות כתבות תקפה באתר האינטרנט.

39. הנתבעת טענה כי התובע צריך הודעות חתוכות וכי בהודעות השלמות קיימת האופציה להסרה.

התובע אישר בחקירתו הנגדית כי הודעות הפרסומת שהגיש – לפחות בחלקן – חתוכות.

40. הנתבעת צירפה את נ/1 הודעה שלמה שלטענתה משקפת את ההודעות השלמות אותם שלחה לתובע ובתחתית ההודעה כתוב "הגדרות או הסרה מרשימת תפוצה".

41. התובע טען כי אפשרות ההסרה לא הייתה פעילה ובכל פעם שניסה הסתבכה הפעולה בשל מורכבותה.

42. קיומה של אופציית הסרה פעילה ותקינה אינו מוכח על ידי הוכחת עצם קיומה של רובריקה במסך המצולם אלא יש להוכיח כי האופציה פעילה ואפקטיבית ולא סתם מופיעה במסך.

43. קיומה של אופציית הסרה פעילה מהווה טענת הגנה ועל כן הנטל על הנתבעת להוכיח כי האופציה פעילה ותקינה.





בית משפט השלום בטבריה

תא"מ 17-12-18206 גרינבאום נ' זיפי אחזקות בע"מ

תיק חיצוני:

1 44. הנתבעת לא הביאה כל ראיה לסתור את טענת התובע כי האופציה לא הייתה פעילה ובכל פעם
2 שביקש להסיר את עצמו הסתבכה הפעולה.

3
4 אפילו ניסיון חי פשוט באולם בית המשפט לא עשתה הנתבעת.

5
6 45. מעבר לכך, מצאתי אף חולשה בגרסה של הנתבעת לגבי אמינות הרישום במסך שלה כאשר נציג
7 הנתבעת טען בתצהירו כי קיימת אופציית סירוב במעמד הרישום לפי נספח ו' לתצהירו אך לאחר
8 חקירה נגדית קצרה התברר כי כיום לא קיימת אפשרות כזאת ולא הייתה לו כל תשובה או הסבר.
9 (פרוטוקול עמוד 9 שורות 1-2).

10
11 46. לסיכום הסוגיה של אפשרות הסרה – הנתבעת לא סתרה את טענת התובע לפיה אופציית ההסרה
12 לא הייתה פעילה ובכך הוכח כי הנתבעת ביצעה הפרה נוספת של הוראות סעיף 30 א. לחוק.

13 14 ההודעות האחרונות:

15
16 47. אין מחלקות כי ההודעות האחרונות כללו מסר שיווקי. העובדה שזה נעשה בהקשר של וידוא
17 קבלת מוצר, אינה מעלה ואינה מורידה לעניין היות הדבר הפרה של הוראות החוק.

18 19 סעד:

20
21 48. בבוא בית המשפט לקבוע את שיעורו של הפיצוי, עליו לקחת בחשבון בין היתר את היקף ההפרה.

22
23 49. בבואי לקבע את שיעורו של הפיצוי בתיק זה, אני לוקח לחומרה את המספר הרב של ההודעות.
24 מאידך עלי לקחת בחשבון כי התובע נתן הסכמתו מראש לקבלת ההודעות. התובע הוא לקוח קבוע
25 של הנתבעת. התובע ביצע רכישות מהאתר הן לפני והן אחרי משלוח ההודעות כך שלמעשה עשה
26 שימוש בדיור של הנתבעת.

27
28 50. במיוחד משכו את תשומת ליבי תשובותיו של התובע כשנשאל אם בגלל הודעות הפרסום ביצע
29 רכישות. בהתחלה אמר שהוא "לא זוכר"; לאחר מכן ניסה למצוא תירוץ והסתבך:

30
31 "יכול להיות שאם היה מייל עם מוצרים והוא נשאר פתוח אז יכול להיות שהבת הגדולה שלי...או
32 יכול להיות שאני נכנסתי בעצמי. אני לא זוכר ולא רוצה להגיד".





בית משפט השלום בטבריה

תא"מ 17-12-18206 גרינבאום נ' זיפי אחזקות בע"מ

תיק חיצוני:

1 51.מיותר לומר כי די בכך שהתובע שיתף פעולה עם חלק מהפרסומות באמצעות רכישה בפעול על מנת
2 לקבוע כי ההודעות רחוקות מלהוות מטרד אמתי לתובע אף כי לא ענו על דרישות החוק. מצב שבו
3 הלקוח מתעניין בפרסומות ומבצע בעקבות הפרסומות רכישות לאורך זמן קרוב למצב של השתק
4 ומניעות.

5
6 52.יחד על זאת, מאחר שמדובר בפיצוי ללא הוכחת נזק אין בעצם ביצוען של הרכישות כדי לגזור את
7 דין התביעה לדחייה.

8
9 53.המסקנה המתבקש היא שהפיצוי צריך להיות ברף הנמוך.

סוף דבר:

10
11
12
13 54.לאחר ששקלתי בדבר, אני מחייב את הנתבעת לשלם לתובע פיצוי בסך של 200 ₪ בגין כל הודעה
14 מתוך 63 ההודעות – ובסה"כ : 12,600 ש"ח.

15
16 כמו כן, תשלם הנתבעת לתובע פיצו בסך של 2,000 ₪ בגין ההודעות האחרונות.

17
18 סה"כ תשלם הנתבעת לתובע פיצו בסך של 14,600 ש"ח.

19
20 כמו כן, תשלם הנתבעת לתובע הוצאות משפט ושכ"ט עו"ד בסך כולל של 3,200 ₪.

21
22 זכות ערעור כחוק.

23
24 ניתן היום, י"ב כסלו תשע"ט, 20 נובמבר 2018, בהעדר הצדדים.
25

מוהנד חליאלה, רשם בכיר



26
27
28
29