



בית משפט השלום בכפר סבא

27 דצמבר 2018

תא"מ 17-05-48920 שיבר נ' מילר חנויות וגלריות בע"מ

1

בפני כב' הרשם הבכיר איתי רגב

תובעת דנית שיבר

נגד

נתבעת מילר חנויות וגלריות בע"מ

2

פסק דין

3

1. לפני תביעה על סך 7,500 ₪ שעניינה טענת התובעת כי קיבלה מהנתבעת, שלא בהסכמתה ובניגוד להוראות חוק התקשורת, ארבעה מסרונים המהווים דבר פרסומת של הנתבעת.
2. המסרונים נשלחו במהלך עשרת החודשים שבין נובמבר 2015 וספטמבר 2016, ולאחר קבלת המסרון הרביעי שלחה התובעת לנתבעת הודעת "הסר". לאחר מכן קיבלה התובעת מסרון נוסף (בינואר 2017), חמישי במספר.

8

3. הנתבעת לא חולקת על כך שההודעות נשלחו על ידה וכי מדובר בדברי פרסומת אולם לעמדתה נתנה התובעת הסכמתה לקבלת ההודעות משנמנתה על קהל לקוחותיה של הנתבעת (ב-2008) ומסרה את פרטי ההתקשרות עמה. הנתבעת אף מציינת כי לא קיבלה את הודעת ההסרה שהתובעת טענה ששלחה, ולראיה – הגישה תדפיס שיחות נכנסות של קו הטלפון אליו היתה אמורה התובעת לשלוח הודעתה.

12

4. דין התביעה להתקבל באופן חלקי.

16

5. סעיף 30א(ב) לחוק התקשורת קובע כך:

19

"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 או לנמען לשם קבלת תרומה או תעמולה, באחת הדרכים האמורות בסעיף קטן זה, המהווה הצעה להסכים לקבל דברי פרסומת מטעמו, לא תיחשב הפרה של הוראות סעיף זה".

25

6. כידוע, חקיקתו של סעיף 30א לחוק נועדה לתת מענה לבעיית ה"ספאם" – בעיה חברתית שהתחדדה בשנים שקדמו לחקיקה – משלוח הודעות מסחריות רבות לאנשים לאחר שצורפו לרשימות תפוצה אלקטרוניות, מבלי שנתנו הסכמתם לכך (ראו: רע"א MEGA 1621/16).
ADVANCED MATHEMATICAL SYSTEM LTD נ' זילברג, פסקה 10 (14.6.2016).

29



בית משפט השלום בכפר סבא

27 דצמבר 2018

תא"מ 17-05-48920 שיבר נ' מילר חנויות וגלריות בע"מ

7. המודל שאומץ בחקיקה הישראלית, בדומה לגישה האירופאית (ובשונה מזו האמריקאית, למשל) הוא מודל של opt in, ולפיו משלוח של הודעות מסחריות שעליהן חל החוק חייב להיות מבוסס על הסכמה מראש, ולא רק על האפשרות לדרוש הסרה מרשימת התפוצה. החקיקה הישראלית קיבלה גישה מחמירה נוספת, בקבעה כי משלוח דבר פרסומת באמצעים המנויים בסעיף 30א לחוק חייב להיות מבוסס על הסכמה מפורשת וכי אין די בהסכמה מכללא.
8. הנטל להראות כי התובעת נתנה הסכמתה המפורשת לקבלת דברי פרסומת מוטל על כתפי הנתבעת ואין בידה להרים נטל זה. אין די בכך שהתובעת נתנה לנתבעת את פרטי ההתקשרות עמה (ועוד בתקופה שקדמה לחוק, ככל הנראה). למעשה, אין בידי הנתבעת ראיה מפורשת לכך שהתובעת היא שמסרה את פרטיה – ואף שהדבר משתמע מכך שהתובעת היתה (כפי שאישרה) לקוחה של הנתבעת לפני כעשור, אין בידי הנתבעת להציג ראיה על האופן בו נמסרו לה פרטי ההתקשרות של התובעת. ממילא אין בידי הנתבעת להראות שעם מסירת הפרטים נתנה התובעת גם את הסכמתה לקבלת דברי הפרסומת.
9. מטעם זה דין התביעה להתקבל, שכן התובעת הוכיחה שקיבלה דברי פרסומת מן הנתבעת וזאת מבלי שנתנה הסכמתה לקבלתם.
10. משכך, על הנתבעת לפצות את התובעת בגין דברי הפרסומת שנשלחו אליה בניגוד להוראות חוק התקשורת.
11. בקביעת שיעור הפיצוי קבעו הדין והפסיקה שורה של שיקולים שיעמדו לנגד עיני בית המשפט (ורי' רע"א 7064/17 ארז נ' מנקס אונליין טריידינג בע"מ; כב' הש' מזוז, פס"ד מיום 11.12.18) ובהם עידוד אכיפת החוק, היקף ההפרה, מידת ההרתעה הכללית והספציפית ועוד.
12. לנגד עיני עמדו, בין היתר, טענת התובעת כי הגישה תביעה זו משום שכפרט היא "מאד מוטרתת" (עמ' 5 לפרוטוקול, שורה 17) מההפרעה שנגרמה לה מההודעות (כולל אלו שנשלחו על ידי הנתבעת, אולם לא רק בגללן); כי מקור ההודעות היה ידוע לתובעת והיה בידיה לפנות אל הנתבעת ולדרוש את הפסקת משלוח ההודעות (ורי' ת"ק 605-07-16 (הרצ'): אי-ההסרה עשויה להילקח בחשבון בעת קביעת שיעור הפיצוי במסגרת ההתחשבות בתום ליבו של התובע, אף אם אין על הנמען חובה להקטין הנזק ולהסיר עצמו מרשימת התפוצה); כי שוכנעתי בכנות אמונתה של הנתבעת שסברה (אך טענה בסברה זו) שפעלה בהתאם להוראות החוק; שהיה בידי התובעת להגיש תביעתה גם במסגרת תביעה קטנה – הן נוכח סכומה והן נוכח נסיבותיה ("הליך התביעה הקטנה עוצב כהליך פשוט, קצר וזול מתוך מטרה להקל על אזרחים ללא הכשרה משפטית להביא את עניינם לבית המשפט, גם כאשר אין מדובר בענין בהיקף כספי משמעותי, וללא צורך בייצוג משפטי" – רע"א 7064/17, פסקה 12).





בית משפט השלום בכפר סבא

27 דצמבר 2018

תא"מ 17-05-48920 שיבר נ' מילר חנויות וגלריות בע"מ

1 13. מתוך האיזון הנדרש, לדעתי, בין קיום יסוד ההרתעה ומבלי שיהיה בה רכיב עונשי מצאתי
2 לחייב את הנתבעת בתשלום פיצוי בסך 250 ₪ בגין כל אחד מדברי הפרסומת – ובסה"כ 1,250
3 ₪. הנתבעת תישא בהוצאות ובשכ"ט התובעת בסך 250 ₪ נוספים – ובסה"כ 1,500 ₪.

4

5 14. בקופת בית המשפט פקדון בסך 1,500 ₪ שהפקידה הנתבעת. הפקדון יועבר לתובעת,
6 באמצעות ב"כ, ובכך ישולם פסק הדין.

7

8 זכות ערעור כחוק.

9

10 ניתן היום, י"ט טבת תשע"ט, 27 דצמבר 2018, בהעדר הצדדים.

11

12 איתי רגב, רשם בכיר

13

13

