



בית משפט לתביעות קטנות בתל אביב - יפו

14 ביולי 2021

ת"ק 14165-05-21 מלין נ' אם אס פי גרופ בע"מ

לפני כבוד השופט רז נבון

התובע:

ירון מלין

נגד

הנתבעת:

אם אס פי גרופ בע"מ

פסק דין

לפניי תביעה כספית ע"ס 20,000 ₪ שהוגשה ע"י התובע כנגד הנתבעת, ועניינה הפרת הוראות חוק זכויות יוצרים, תשס"ח-2007 (להלן: "חוק זכויות יוצרים"), וכן הוראות חוק התקשורת (בזק ושידורים), התשמ"ב-1982 (להלן: "חוק התקשורת").

א. תמצית טענות התובע:

1. ביום 14 באפריל 2021 פרסם התובע בדף הפייסבוק: "משרות חווית משתמש", מודעה בה חיפש מתנדב שישתף עמו פעולה לצורך עיצוב אפליקציה.
2. להלן נוסח המודעה:

"שלום קוראים לי ירון ואני מפתח תוכנה בגוגל. בזמני הפנוי אני מפתח את האפליקציה החינמית Warranty Keeper שעוזרת לאנשים לשמור את תעודת האחריות למוצרים שהם קונים. האפליקציה מתורגמת ל-12 שפות (על ידי מתנדבים) ומשרתת אלפי אנשים מכל העולם. אני מחפש מעצב שיעזור לי לעצב מחדש את האפליקציה, יכול להתאים מאוד לכאלו שמחפשים לבנות תיק עבודות/לצבור ניסיון. נשמע לכם מעניין? הגיבו פה או שלחו מייל"
(להלן: "המודעה").

3. לטענת התובע, הנתבעת העתיקה את המודעה לאתר שלה, ללא קבלת אישורו, תוך שהיא משמיטה את פרטי יצירת הקשר שפרסם התובע במודעתו המקורית, כך שמי שצופה במודעה באתר של הנתבעת ומבקש ליצור קשר עם התובע, נדרש לפנות לנתבעת.
4. הנתבעת לא הסתפקה בכך ושלחה לתובע הודעות פרסומת בדוא"ל, הגם שהתובע לא נתן את הסכמתו למשלוח אותן הודעות מראש. המדובר ב-10 הודעות פרסומת.
5. התובע פנה לנתבעת וביקש אותה מספר פעמים להסיר את המודעה מהאתר שלה, כמו גם לחדול משליחת מסרים פרסומיים כאמור, אך הנתבעת לא נערתה לפניו.
6. נוכח האמור, עותר התובע לפיצוי כספי בסך של 20,000 ₪ בגין ראשי הנזק כדלקמן:



בית משפט לתביעות קטנות בתל אביב - יפו

14 ביולי 2021

ת"ק 14165-05-21 מלין נ' אם אס פי גרופ בע"מ

- סך של 10,000 ₪ נוכח הפרת זכויות יוצרים. לטענתו המודעה הינה יצירה מוגנת והעתקתה ללא הסכמתו וללא ציון העובדה כי הוא היוצר, עולה כדי הפרת הוראות סעיף 56 לחוק זכויות יוצרים.
- סך של 10,000 ₪ בגין הפרת הוראות סעיף 30א לחוק התקשורת נוכח משלוח הודעת ספאם- משלוח דבר פרסומת ללא קבלת הסכמתו. המדובר ב-10 הודעות אשר נשלחו בין התאריכים 16-22 באפריל 2021.

ב. תמצית טענות הנתבעת

7. הנתבעת עוסקת בייעוץ והכוונה למחפשי עבודה. הנתבעת עוסקת במתן שירותי פרסום והפצת קורות חיים בקרב מעסיקים פוטנציאליים, ובמסגרת המותג JobSwipe שמופעל גם על ידה, היא מעניקה פלטפורמה חינמית ברובה, במסגרתה מעסיקים מפרסמים משרות מחד, והמועמדים מפרסמים קורות חיים מאידך, במטרה למצוא התאמות.
8. הנתבעת מציינת, כי מדובר בתובע שפרסם מודעת דרושים ורצה בחשיפת המודעה, ובעיקר רצה לקבל קורות חיים ושיתופי פעולה, וכך היה כהגדרתה.
9. **אשר לטענה בדבר הפרת זכויות יוצרים** - בהתאם לפסק הדין המנחה בעניין אולג'ובס (ת.א. 1074/05 מעריב הוצאת מודיעין בע"מ נ' חברת אול יוניד בע"מ) נקבע, כי מודעת דרושים אינה יצירה מוגנת על פי החוק, וכי הגנתה תפגע באינטרס הציבורי של פרסום מודעת דרושים.
10. **אשר לטענה בדבר משלוח הודעת ספאם** - לטענת הנתבעת העברת קורות חיים למעסיק פוטנציאלי אינה הפרה של הוראות חוק התקשורת. קבלת קו"ח אינה מעודדת רכישת מוצר, שירות או הוצאת כספים. הנתבעת גם מלינה על כך, כי התובע לא ביצע הסרה בלינק שצוין במודעה אלא השיב בדוא"ל חוזר.

ג. המסגרת הדיונית

11. דיון במעמד הצדדים התקיים היום לפניי.
12. יוער, כי התובע התקשה לבצע מסירות לנתבעת נוכח היעדר כתובת סדורה. יוער, כי גם נציג הנתבעת התקשה לעיתים לספק תשובה סדורה ביחס לכתובתה. יוער, כי גם בכתב ההגנה שהגישה הנתבעת היא לא מצאה לנכון למסור את כתובתה.

ד. דיון והכרעה

13. לאחר שמיעת טענות הצדדים ועיון בכתבי טענותיהם סברתי, כי דין התביעה להתקבל בחלקה. אבאר להלן את הטעמים העומדים אחר החלטתי זו.

ד.1. המודעה שפרסם התובע אינה יצירה מוגנת והוא אינו זכאי לפיצוי מכוח חוק זכויות

יוצרים:

14. סעיף 4(א) לחוק זכויות יוצרים קובע, כי זכות יוצרים תהא ביצירות אלה: "(1) יצירה מקורית שהיא יצירה ספרותית יצירה אמנותית, יצירה דרמטית או יצירה מוסיקלית, המקובעת בצורה כלשהי".



בית משפט לתביעות קטנות בתל אביב - יפו

14 ביולי 2021

ת"ק 14165-05-21 מלין נ' אם אס פי גרופ בע"מ

15. במסגרת ההלכה הפסוקה נקבע, כי לצורך הענקת הגנה על יצירה באמצעות זכות יוצרים, יש לעמוד בשלושה מבחנים: מבחן המקור, מבחן ההשקעה ומבחן היצירתיות ע"א 7996/11 סייפקום בע"מ נ' עופר רביב (נבו 18.11.2013).
16. אשר למבחן המקור- מקורה של המודעה בענייננו הוא אכן פרי עטו של התובע.
17. אשר למבחן ההשקעה - מוכן אני לצאת מנקודת הנחה, כי מינימום של עמל אנושי הושקע בניסוח המודעה, וכי גם במבחן זה עומד התובע.
18. דא עקא, שבכל הנוגע למבחן היצירתיות, הרי שאינני סבור, כי התובע עומד במבחן זה. על מנת שהיצירה תהיה מוגנת בזכויות יוצרים, לא די אם יוכח, כי היוצר השקיע עמל ביצירה, אלא על היוצר להוכיח כי ביצירה קיימת מידת יצירתיות, דהיינו כי היצירה משקפת ביטוי אינטלקטואלי של היוצר, בדרגה של "כישרון או שיקול דעת".
- בענייננו, לא מצאתי במודעה יצירתיות מיוחדת אשר חורגת מעניינה של מודעת דרושים רגילה, אשר מתפרסמת תדיר במקומותינו. אין מדובר ביצירה אשר מזכה בהגנה.
- לעניין זה ראו את שנפסק בת"א (מחוזי ת"א) 1379-06 חוגל בע"מ נ' ערן רביב (נבו 02.03.2010):

"איני רואה כל יצירתיות או מקוריות במודעת פרסום גרידא המופיעות בלוחות פרסום כרגיל. עסקינן במידע טכני, "יבש", הכולל פרטים ועובדות שאין בהם כל יצירתיות או חידוש, או שהם תולדה של השקעה או פרי עמל הראויים להגנה. לא ראיתי הצדק למתן הגנה של זכות יוצרים למודעה למכירת נכס או כלי רכב או חיפוש עובד בתחום מסוים. בכל אלה, אין ולו אותו מינימום של יצירתיות, גם לפי הגישה המקלה שנקבעה בפס"ד אינטרלוג, הנדרשת על מנת שתזכה להגנת זכויות יוצרים. לא ניתן לשלול אפשרות לפיה במקרים מסוימים, ייכלל במודעת פרסום מידע, תוכן או שהיא תעוצב באופן מקורי, חדשני פרי עמל והשקעה שיהיה בו יסוד של מקוריות. ככל שיהיה כאלה, יהיה מקום לשקול האם אין מקום להגן על זכויות הבעלים".

כך גם בענייננו- התובע מסר במודעת דרושים מידע טכני שאין בו כל יצירתיות או חידוש או פרי עמל מיוחד. כל שיש בנמצא הוא מודעה אינפורמטיבית חסרת ייחודיות או חדשנות בגדרה ביקש למצוא מעצב. המודעה אינה ראויה להגנה כיצירה מוגנת, והרצון להכפיפה לחוק זכויות יוצרים נדחה בזאת.

גם בדיון אשר התקיים לפניי ניסיתי להבין מהתובע מהו הערך המוסף במודעה שפורסמה. הוא מצדו טען שאין מדובר במודעת דרושים אלא בשיתוף פעולה חברי. המדובר בטענות מוקשות. מדובר במודעת דרושים רגילה, וגם אם מבוקש לאתר מתנדב, אין הדבר הופך את המודעה לכזו



בית משפט לתביעות קטנות בתל אביב - יפו

14 ביולי 2021

ת"ק 14165-05-21 מלין נ' אם אס פי גרופ בע"מ

אשר משקפת יצירה מיוחדת או כשרון מיוחד. לפנינו מודעה אינפורמטיבית רגילה - הא ותו לא. אין עסקינן ביצירה מוגנת.

19. למעלה מן הצורך, הצדדים עסקו בפרשנות פסק דינו של בית המשפט המחוזי בת"א (ת"א) 1074/05 מעריב הוצאת מודיעין בע"מ נ' חברת אול יו ניד בע"מ (11.7.2010). נוכח הניתוח דלעיל וקביעתי, כי אין מדובר כלל ביצירה מוגנת אין צורך להרחיב את היריעה ביחס לפרשנות השונה שמבקש התובע ליתן לפסק דין זה. אך למעלה מן הצורך אציין, כי כשם שבפסק הדין הנ"ל נקבע, כי המידע הגולמי במודעות הפרסום באותו הליך אינו מצוי בתחום דיני זכויות היוצרים, כך גם בענייננו, המידע הגולמי במודעה של התובע (והמודעה כולה מהווה לטעמי מידע גולמי וכללי), אינה מקנה הגנה מכוח חוק זכויות יוצרים.

20. **סיכום ביניים**: דין טענות התובע בדבר הפרת זכויות יוצרים להידחות.

2. מקובלת עליי עמדת התובע, כי הנתבעת שלחה לו דברי פרסומת (ספאם) בניגוד לדין:

21. סעיף 30א (א) (1) לחוק התקשורת, מגדיר "דבר פרסומת" באופן כדלקמן:

"מסר המופץ באופן מסחרי, שמטרתו לעודד רכישת מוצר או שירות

או לעודד הוצאת כספים בדרך אחרת".

22. ברע"א 4806/17 פסגות בית השקעות בע"מ נ' גלסברג (25.10.2017), עמד בית המשפט העליון על הפרשנות הרחבה שיש ליתן ל"דבר פרסומת":

"התשובה לשאלה האם הודעה מסוימת מהווה "דבר פרסומת"

תלויה במטרה שאותה היא באה להגשים ולא בהכרח באופן שבו

נמען סביר היה מבין אותה. עוד עולה מלשונה של הגדרה זו כי היא

מסבה עצמה גם על מסרים שנועדו למשוך את הנמען להתקשר עם

המפרסם שלא באמצעות מסר מפורש ושיר אלא בדרכים עקיפות.

מסקנה זו עולה בבירור גם מדברי ההסבר לסעיף 30א לחוק

התקשורת, שם נאמר כי "מוצע להבהיר כי ההסדר המוצע יחול לגבי

מסר ... שמטרתו לעודד הוצאת כספים בכל דרך" (הצעת חוק

התקשורת (בזק ושידורים) (תיקון מס' 33), התשס"ה-2005, הצ"ח

הממשלה 182, 889). מסקנה זו עולה גם מדבריו של יו"ר ועדת

הכלכלה דאז ח"כ גלעד ארדן במהלך דיוני הוועדות בסעיף 30א

לחוק התקשורת, אשר ציין כי ישנם "טריקים פרסומיים, שכותבים

לך: "זכית בחבילת נופש חינם", וכאשר אתה מתקשר מסתבר שזה

עניין שיווקי" והוסיף כי סעיף 30א אמור לחול גם על מסרים מסוג

זה ו"לסגור את כל הפרצות ולמנוע התחכמויות" (ראו: פרוטוקול

מס' 6 מישיבת הוועדה המשותפת של ועדת הכלכלה וועדת המדע

והטכנולוגיה, הכנסת ה-17, בעמ' 9 (1.4.2008); עוד ראו: רע"א



בית משפט לתביעות קטנות בתל אביב - יפו

14 ביולי 2021

ת"ק 14165-05-21 מלין נ' אם אס פי גרופ בע"מ

MEGA ADVANCED MATHEMATICAL 1621/16

SYSTEM LTD נ' זילברג, [פורסם בנבו] בפסקה 13 (14.6.2016)."

[ההדגשה אינה במקור]

ובמילים אחרות: בלי טריקים ובלי התחכמויות - גם מסרים עקיפים שנועדו לעודד הוצאת כספים ורכישת מוצר או שירות, עולים כדי "דבר פרסומת" אסור.

23. בענייננו טוענת הנתבעת, כי אין מדובר בדבר פרסומת, שכן המסרים לא נועדו לעודד רכישת מוצר או שירות או לעודד הוצאת כספים. כפי שיובהר להלן, טענתה זו של הנתבעת מעוררת קשיים.

24. הלכה למעשה התחוויר, כי הנתבעת מציעה שירות למעסיקים שמוגבל לפרסום של 5 מודעות, וכי מעבר למספר זה, אמור המעסיק לשלם כספים עבור השירות המוצע על ידי הנתבעת. מסקנה זו התחווירה נוכח המסמכים הבאים:

- בדיון שהתקיים לפניי, הגיש התובע את ת1. המדובר בלוח התשלומים של הנתבעת ביחס למעסיקים. שמו של השירות הוא **JobSwipe pro**, והוא מתייחס למעסיקים אשר מבקשים לפרסם יותר מ-5 מודעות דרושים. עבור חודש פרסום העלות הינה סך של 69 ₪; עבור שלושה חודשי פרסום העלות הינה סך של 47.35 ₪ לחודש; עבור 6 חודשי פרסום העלות הינה סך של 32.21 ₪ לחודש.

נציג הנתבעת לא כפר בדיון במסמך שהוצג ובמודל העסקי של הנתבעת. לא מיותר לציין, כי בכתב ההגנה נמנעה הנתבעת מלפרט או לגלות אודות שירות ה-pro שהינו שירות בתשלום ועל כך אין אלא להצר.

- מעיון בנספח "ד-1" (דוא"ל ששלחה הנתבעת לתובע) עולה, כי הנתבעת פונה לתובע לצורך חשיפה של שירותיה לאמור: "...you got free exposure...". ברי, כי אם השירות הכולל של הנתבעת היה בחינם, לא היה צריך לציין ולהדגיש, כי מדובר בחשיפה חינם.

- בהמשך באותו מסמך אף מובהר, כי השירות החינמי מאפשר לתובע לערוך עד 5 מודעות בחינם ("you can edit the jobs and add up to five jobs for free"); היינו מעבר ל-5 מודעות, השירות כרוך בתשלום.

- הדברים חוזרים על עצמם גם בחלק מהפניות הנוספות אשר נשלחו לתובע.

25. הנה כי כן - השירות של הנתבעת אינו בחינם לגמרי; השירות שניתן ללא עלות הוא מצומצם ומוגבל ומאחוריו עומדת הצעה להתקשרות תמורת תשלום. אין מדובר בחברה פילנטרופית אשר אלא בחברה עסקית שפועלת בהתאם למודל עסקי מוגדר של הפגשת מעסיקים ועובדים ובקבלת עמלה תמורת השידוך ביניהם כאשר מהמעסיקים גובה הנתבעת עמלות לאחר מספר שימושים ללא עלות. מכאן, שהפניות והמסרים נועדו לקדם, ולו גם בעקיפין, הוצאת כספים ורכישת שירות.

26. נבחן אם כן באופן פרטני את ההודעות אשר נשלחו לתובע (נספח "ד" לכתב התביעה):



בית משפט לתביעות קטנות בתל אביב - יפו

14 ביולי 2021

ת"ק 14165-05-21 מלין נ' אם אס פי גרופ בע"מ

- נספח "ד1" מיום 16 באפריל 2021 - המדובר בדבר פרסומת לכל דבר ועניין; הנתבעת פונה לתובע, מציגה את השירות שלה "jobswipe"; מבהירה כי מדובר בחשיפת חינוך; מבהירה, כי המודעה שלו נלקחה מדף פייסבוק והתובע יוכל לערוך אותה, לחפש מועמדים ולזמן לראיונות. הנתבעת אף מבהירה, כי התובע יוכל לערוך עד 5 משרות בחינם. היינו, ניתנת לתובע טעימה מהשירות, כאשר ברקע הדברים (והדבר אינו מפורסם בפנייה) ישנו גם שירות ה- JobSwipe pro שהוא בתשלום.
- נספחים "ד2" ו-"ד3" - פניות מיום 16 באפריל 2021 ומיום 17 באפריל 2021 – המדובר בפניות jobswipe אשר מעדכנת, כי פלוני ואלמוני אהבו את המודעה שפרסם התובע בפייסבוק, וכי אם חפץ התובע לצפות באותם מועמדים עליו ללחוץ על קישור מסוים. חלקן האחר של הפניות שבות ומפרטות את השירות שמציע jobswipe תוך הבהרה, כי השירות מוגבל לעריכת 5 מודעות בחינם. להבנתי, המדובר בדבר פרסומת, שכן הפניות נועדו לקדם את צריכת שירותיה של הנתבעת, אשר דורשת תשלום לאחר היקף שימוש מינימאלי.
- נספח "ד4" - פנייה מיום 18 באפריל 2021 - הפנייה נעשתה ע"י JobHunt, שהינה זרוע הפעילות השנייה של הנתבעת. כאן באה הצעה של הנתבעת לצרף את התובע לקהילת אנשי הקשר של הנתבעת המספקת קורות חיים בחינם בתחום תעשיית ההייטק. בהקשר זה סברתי, כי אין מדובר בדבר פרסומת, שכן שירות זה הוצע בחינם ולא מצאתי אינדיקציה, כי השירות יצריך הוצאת כספים או רכישת שירות (זאת להבדיל משירות jobswipe אשר לגביו נמצאו אינדיקציות לשירות בתשלום).
- נספח "ד5" - פנייה מיום 20 באפריל 2021 – פנייה מ jobswipe – פנייה ששבה ומפרטת את השירות שמציעה פלטפורמה זו של הנתבעת, תוך שהנתבעת שבה ומדגישה, כי לתובע ניתנה חשיפת חינוך, ניסוח המלמד כי מעבר לחשיפה קיים גם שירות בתשלום. המדובר אפוא בדבר פרסומת נוכח עידוד צריכת השירות שחלקו כאמור בתשלום.
- נספח "ד6" - פנייה מיום 20 באפריל 2021 – פנייה מ jobswipe – הגם שאין התייחסות לשאלה האם השירות בחינם אם לאו בפנייה זו, כפי שהובהר לעיל מדובר במסרים עקיפים לשירות שעשוי להיות גם בתשלום ומכאן שמדובר בדבר פרסומת.
- נספחים "ד7-10" - שלוש פניות מיום 22 באפריל 2021. הפניות נשלחו ע"י הנתבעת ואולם אין בהן שום אזכור לשירות שניתן על ידי הנתבעת. כל אחת מהפניות היא פנייה עצמאית של צדדים שלישיים שצפו במודעה ומציעים את עצמם לתפקיד. בכל אחת מהפניות מובאת הפנייה של הפונה הפוטנציאלי, קורות החיים שלו, ודרכי ההתקשרות המלאות עמו. סברתי, כי פניות אלה עולות כדי דבר פרסומת, שכן יש בהם כדי לעודד את התובע להתקשר עם הנתבעת שמפנה אליו מתעניינים פוטנציאליים וצריכת השירות של הנתבעת



בית משפט לתביעות קטנות בתל אביב - יפו

14 ביולי 2021

ת"ק 14165-05-21 מלין נ' אם אס פי גרופ בע"מ

- שחלקו הינו שירות בתשלום, ואולם נוכח העובדה שאין בפניות פרסומת נוספת ישירה לנתבעת, הרי שמדובר בפרסומת עקיפה.
27. הנה כי כן, לפנינו נתבעת אשר שולחת קורות חיים, כמו גם פניות הקשורות לשירות שלה, והכל במטרה לעודד את צריכת שירותיה. המדובר בשירותים אשר ניתנים בחינם שעה שמדובר בצריכה מצומצמת ואולם כאשר המעסיק מבקש לפרסם יותר מחמש משרות, הרי שהנתבעת גובה כסף על כך.
28. על כל אלה אוסיף, כי התובע ביקש מהנתבעת להסיר את הדיוור אליו ולא נענה. כעסו של התובע מובן כשלעצמו - הוא מפרסם מודעת דרושים, זו מועתקת, מוצאת את דרכה לאתר של הנתבעת, והיא (מבלי שהתובע הסכים לכך וודאי שלא בכתב), מתחילה לשגר אליו פניות בדבר השירות שלה (שכאמור לעיל אינו בחינם לגמרי), תוך שליחת קורות חיים של מועמדים פוטנציאליים, והכל מבלי שביקש אותה לעשות כן, ובניגוד גמור לדרישותיו ממנה לחדול ממעשיה אלה.
- בהקשר זה טענה הנתבעת, כי התובע נהג בחוסר תום לב, שעה שביקש להסיר את הפרסומים בדוא"ל ששלח לנתבעת, תחת לחיצה על לינק הסרה בגוף המודעה. לא מצאתי, כי הנתבע נהג בחוסר תום לב. סעיף 30א (ד) לחוק התקשורת קובע, כי: **"הודעת סירוב תינתן בכתב או בדרך שבה שוגר דבר הפרסומת, לפי בחירת הנמען"**. בענייננו, התובע שיגר דוא"ל חוזר והודיע על סירובו לקבל דבר פרסומת, ובכך פעל בהתאם להוראות הדין, וודאי שעה שבגוף הפניות של הנתבעת לא צוין, כי אין להשיב לדוא"ל.
- ה. תוצאת הדברים:**
29. הנתבעת שלחה לתובע דברי פרסומת שלא כדין, והמשיכה ועשתה כן גם שהתבקשה לחדול מכך. המדובר בתשע הודעות שקבעתי שהן מהוות דבר פרסומת כאשר בנוסף שלוש מהן מהוות דבר פרסומת הגם שבעקיפין (דבר שמצריך הפחתה בגובה הפיצוי).
30. מצאתי להביא בחשבון לקולא את העובדה, כי המסרים נשלחו במשך תקופה קצרה בת מספר ימים; עוד שיקול לקולא קיים נוכח העובדה שמנגון ההסרה היה פשוט וקל והתובע בחר שלא לעשות בו שימוש. עוד הבאתי לקולא כאמור לעיל את העובדה, כי חלק מההודעות הוגדרו על ידי כ"דבר פרסומת" נוכח הפרשנות הרחבה אשר ניתנת ל"דבר פרסומת" ואולם מדובר הלכה למעשה בפרסומת עקיפה.
31. נוכח כל האמור, אני מחייב את הנתבעת לשלם לתובע סך של 4,500 ₪ בגין משלוח ההודעות המפרות, וזאת בתוך 30 יום ממועד קבלת פסק הדין.
32. נוכח תוצאת ההליך- אין צו להוצאות.
33. המזכירות תדוור לצדדים. בנוסף-תזין המזכירות את כתובת הנתבעת שנמסרה בדיון ברחוב הנשיאים 24 בפתח תקווה.



בית משפט לתביעות קטנות בתל אביב - יפו

14 ביולי 2021

ת"ק 14165-05-21 מלין נ' אם אס פי גרופ בע"מ

ניתן להגיש בקשת רשות ערעור לבית המשפט המחוזי בת"א בתוך 15 יום ממועד קבלת פסק הדין.

ניתן היום, ה' אב תשפ"א, 14 יולי 2021, בהעדר הצדדים.

רז נבון, שופט

