



בית משפט לתביעות קטנות בירושלים

ת"ק 5644-03-21 עובד נ' אופטיקה הלפרין בע"מ

בפני כבוד השופטת מוריה צ'רקה

אלירם עובד

תובע

נגד

אופטיקה הלפרין בע"מ

נתבעת

פסק דין

1 התובע, עורך דין במקצועו, קיבל שלוש הודעות דוא"ל מאת הנתבעת, ובגינן הגיש תביעה לפי ס'
2 30א' לחוק התקשורת (בזק ושידורים), תשמ"ב-1982 (להלן: "החוק"). לטענת התובע, הוא מעולם
3 לא הצטרף למועדון הלקוחות של הנתבעת, ומעולם לא הסכים לקבל דברי פרסומת, ולאחר קבלת
4 ההודעה הראשונה ביקש להסיר אותו מרשימת התפוצה של הנתבעת באמצעות משלוח הודעת
5 דוא"ל אל הכתובת ממנה נשלחה אליו הפרסומת. למרות האמור, נשלחו אל התובע עוד שתי
6 הודעות, הראשונה לפני הגשת התביעה, והשנייה לאחריה, ובגינה ביקש התובע לתקן תביעתו.
7 לטענת הנתבעת, ביום 3.10.19 הצטרף התובע למועדון הלקוחות שלה במעמד רכישת שני זוגות
8 משקפי שמש ואישר לה לשלוח לו דברי פרסומת. הנתבעת תומכת טענותיה בכך שהחברות במועדון
9 החלה במועד בו נרכשו המשקפים, וכי מהחשבונית ניתן לראות שהתובע קיבל הנחה המיועדת
10 לחברי מועדון. הנתבעת לא הציגה אישור כתוב או מוקלט של התובע. למרות האמור, אני מקבלת
11 את טענת הנתבעת כמסתברת יותר מעדות התובע נוכח מכלול הנסיבות. הנחת המועדון שהתקבלה
12 אצל התובע, בצירוף עם החפיפה בין מועד ההצטרפות למועדון לבין מועד רכישת המוצרים, יחד עם
13 העובדה שבמחשבי הנתבעת רשומים כל פרטיו של התובע, ובהם תאריך לידה, מס' ת.ז., מס'
14 הטלפון הנייד וכתובת הדוא"ל, כל אלו יחד מטים את הכף להעדפת גרסת הנתבעת על פני זו של
15 התובע. יתר על כן, ניסיון החיים, לפיו מרבית הלקוחות יסכימו לקבל דברי פרסומת בתמורה להנחה
16 של כמה מאות שקלים, מחזקת את הגרסה. אשר על כן, אני סבורה שהנתבעת הייתה רשאית לשלוח
17 לתובע את ההודעה הראשונה, מכח הוראת ס' 30א(ג) לחוק.
18 יחד עם זאת, לאחר קבלת ההודעה הראשונה, שלח התובע לנתבעת הודעה לפיה הוא מסרב לקבל
19 דברי פרסומת. לטענת הנתבעת, היא המשיכה לשלוח לו הודעות, משום שהוא לא לחץ על "כפתור
20 ההסר", דהיינו על הקישורית שהופיע בתחתית הודעת הדוא"ל שנשלחה אליו. אלא שס' 30א(ד)(1)
21 קובע ש"הודעת הסירוב תינתן בכתב או בדרך שבה שוגר דבר הפרסומת, לפי בחירת הנמען", דהיינו
22 החוק אינו מטיל על התובע את החובה להיכנס לקישורית שנשלחה אליו, ואינו מאפשר לנתבעת
23 לבחור את הדרך בה יישלחו אליה הודעות הסירוב. לפיכך, מעת שהתובע פנה אל הנתבעת באמצעות
24 הודעת דוא"ל שנשלחה אל הכתובת ממנה נשלחו אליו דברי הפרסומת, והודעתו לא חזרה אליו



בית משפט לתביעות קטנות בירושלים

ת"ק 5644-03-21 עובד נ' אופטיקה הלפרין בע"מ

1 בציון שהכתובת שגויה, יש לראות אותו כמי שהודיע לנתבעת שהוא מסרב לקבל דברי פרסומת, ועל
2 כן "אין לנתבעת הגנה" (כלשון ס' 30א(י)(5)(א) לחוק) מפני התביעה בגין שני הפרסומים שנשלחו אל
3 התובע לאחר משלוח הודעת הסירוב.

4 באשר לשיעור הפיצוי שיש לפסוק לתובע, מורה אותנו ס' 30א(י)(1) לחוק כי לבית המשפט סמכות
5 לפסוק פיצויים לדוגמא:

6 "רשאי בית המשפט לפסוק בשל הפרה זו פיצויים שאינם תלויים בנזק (בסעיף זה –

7 פיצויים לדוגמה), בסכום שלא יעלה על 1,000 שקלים חדשים בשל כל דבר פרסומת

8 שקיבל הנמען בניגוד להוראות סעיף זה;

9 (2) בבואו לקבוע את גובה הפיצויים לדוגמה, רשאי בית המשפט להתחשב בכך

10 שאותו מפרסם הורשע, בשל אותו מעשה, בעבירה לפי סעיף קטן (ו);

11 (3) בבואו לקבוע את גובה הפיצויים לדוגמה, יתחשב בית המשפט, בין השאר,

12 בשיקולים המפורטים להלן, ולא יתחשב בגובה הנזק שנגרם לנמען כתוצאה מביצוע

13 ההפרה:

14 (א) אכיפת החוק והרתעה מפני הפרתו;

15 (ב) עידוד הנמען למימוש זכויותיו;

16 (ג) היקף ההפרה;"

17 ההלכה בעניין זה סוכמה בפסק דינו המלומד של כבוד השופט ט' חבקין בת"ק (תביעות קטנות ת"א)

18 44069-09-14 עמית זילברג נ' קניה טובה באינטרנט בע"מ (11.3.15), וכן פורטו בו השיקולים שעל

19 בית המשפט לשקול בבואו לקבוע את גובה הפיצוי:

20 "אמת המידה לפסיקת פיצוי ללא הוכחת נזק בגין שיגור דבר פרסומת באמצעות

21 מתקן בזק לפי [סעיף 30א\(י\)\(1\)](#) לחוק התקשורת התוותה בשני פסקי דין שניתנו בבית

22 המשפט העליון – [רע"א 2904/14 גלסברג נ' קלאב רמון בע"מ](#) (27.7.2014) (דן יחיד);

23 [רע"א 1954/14 חזני נ' הנגבי](#) (4.8.2014) (מותב שלושה). בעניין חזני קבע בית המשפט

24 העליון כי בבואו לקבוע את סכום הפיצוי כאמור, על בית המשפט לשים לנגד עיניו

25 את תכליות החוק: אכיפה, הרתעה יעילה ועידוד הגשת תובענות מצד אחד; ולהקפיד

26 שהפיצוי יהיה מידתי ולא מעבר לנדרש לשם השגת אותן תכליות מצד שני. הפיצוי

27 נועד להכווין את התנהגות המפרסם באופן שפרסום עתידי במתכונת זו יהיה בלתי

28 כדאי עבורו. לשם כך יש לשקול שני סוגי שיקולים: הסוג הראשון מתמקד בנסיבות

29 ביצוע ההפרה וכולל, בין היתר, את תוכן הפרסום (אם הוא פוגעני אם לאו); את

30 התנהגות הנתבע; את הרווח הצפוי לו מן הפרסום (ככל שניתן להעריכו); את מספר

31 דברי הפרסומת ששלח לתובע (ואותן בלבד), וכמה הודעות נשלחו לכל כתובת (אם

32 מדובר במשלוח בודד לכל כתובת או בהפרה חוזרת ונשנית). בית המשפט הדגיש כי

33 כמות ההודעות שנשלחה לתובע גודרת את תקרת הסכום שניתן לפסוק (לא ניתן





בית משפט לתביעות קטנות בירושלים

ת"ק 5644-03-21 עובד נ' אופטיקה הלפרין בע"מ

1 לפסוק פיצוי העולה על 1,000 ש"ח בגין כל הפרה ללא הוכחת נזק), אך מעבר לכך
2 היא אך שיקול אחד מבין מכלול השיקולים האמורים... נקודת המוצא היא שתביעה
3 בגין הפרה בודדת תזכה את התובע במלוא הסכום (1,000 ש"ח) כדי שתושג התכלית
4 ההרתעתית. ככל שמספר ההפרות עולה כך גדלה התקרה שבית המשפט רשאי
5 לפסוק, אולם עליו להיעצר בסכום המשקף הרתעה יעילה בנסיבות העניין ולא מעבר
6 לכך. סוג שני של שיקולים שנדרש בית המשפט לשקול עניינו בשאיפה לעודד הגשת
7 תביעות יעילות שמטרתן להגשים את תכליות החוק. לשם כך יש לשקול את עלויות
8 ניהול ההליך ביחס לתועלת שתופק ממנו. נקבע כי יש לפסוק שכר טרחה והוצאות
9 בסכום שבמכלול יהפוך את הגשתה לכדאית. כך למשל אף שתביעה בגין הפרה בודדת
10 תזכה את התובע לכל היותר בפיצוי של 1,000 ש"ח, ניתן לפסוק בגינה שכר טרחה
11 והוצאות העולים על סכום זה כדי שיהיה כדאי להגישה, ובלבד שהסכום הכולל
12 שנפסק יהיה סביר ומידתי בשים לב לשיקולים המנחים את בית המשפט בפסיקת
13 שכר טרחה והוצאות משפט (עניין חזני, פסקה 10). השופט (כתארו אז) רובינשטיין
14 הדגיש בעניין חזני כי לבית המשפט יש שיקול דעת לקבוע את סכום הפיצוי בהתאם
15 למכלול נסיבות העניין.
16 קודם שאתייחס לנסיבות שהוכחו בענייננו, אבקש להבחין בין שני מצבים שבהם
17 משוגרים דברי פרסומת באמצעות מתקן בזק שניתן לתבוע בגינם פיצוי לדוגמה לפי
18 [סעיף 30א](#) לחוק התקשורת. מצב אחד עניינו בשולח המשגר דברי פרסומת לנמענים
19 בלא שאלה פנו אליו קודם לכן או שהיה ביניהם קשר עסקי קודם. הכוונה למפרסמים
20 הנוקטים באסטרטגיה שיווקית של שיגור דברי פרסומת לקהל הרחב – בלא
21 שהנמענים הביעו עניין בכך – בהצעה לרכוש שירותים או מוצרים. זהו המצב שנדון
22 בעניין חזני. המצב השני עניינו בשולח המשגר דברי פרסומת לנמענים שנתנו הסכמה
23 לקבלם בעבר; בשלב מסוים החליטו כי אינם מעוניינים בהמשך השיגור וביקשו
24 להסירם מרשימת התפוצה; ואף על פי כן המשיכו לקבל דברי פרסומת בניגוד
25 לרצונם. לדעתי, משלוח דברי פרסומת במצב הראשון הוא חמור בהשוואה לשיגור
26 דברי פרסומת במצב השני. הטעם לכך הוא שהיקף החשיפה לדברי פרסומת במצב
27 הראשון הוא בלתי-מוגבל, וזו התופעה העיקרית שחוק הספאם ביקש למגר: הצפה
28 בלתי-נשלטת ובלתי-מבוקרת של דברי פרסומת שהנמען לא הסכים לקבלם; שאין לו
29 כל שליטה על התכנים הנכללים בהם (שעלולים להיות פוגעניים); כאשר זהות השולח
30 אינה ידועה לו ועל כן נקיטת פעולה להסרתם באמצעות לחיצה על קישורים שנכללים
31 בהם עלולה לחשוף את הנמען להידבקות בוירוסים ובסוסים טרויאניים. שיגור דברי
32 פרסומת במצב השני הוא ככלל חמור פחות, אלא אם כן השולח מתעלם באופן עקבי
33 מבקשות הסרה מרשימת התפוצה. זאת משום שמספר ההודעות שנשלחות במצב
34 הזה הוא מבוקר, שכן בשלב כלשהו הנמען הסכים לקבלן. הנמען יודע את זהות



בית משפט לתביעות קטנות בירושלים

ת"ק 21-03-5644 עובד נ' אופטיקה הלפרין בע"מ

1 השולח וכי ההודעות אינן מסוכנות, ועל כן יכול להסיר את עצמו מרשימת התפוצה
2 יחסית בקלות. אף יש לזכור כי בשלב כלשהו הפיק הנמען תועלת מקבלת דברי
3 הפרסומת – אשר נשלחו אליו בהסכמתו – ועל כן יש מקום לגלות סלחנות כלפי
4 השולח במקום שבו הוכח שלא הפסיק לשלוח אותן אף שנתבקש לעשות כן בעקבות
5 טעות כנה. לעומת זאת, התעלמות עקבית ומכוונת מבקשות הסרה והמשך שיגור
6 דברי פרסומת היא נסיבה לחומרה...
7 ודוק: מטרתו של חוק הספאם היא להרתיע באפקטיביות מפני הפצה של "דואר
8 זבל". תכליתו אינה עונשית. החוק אינו מבקש לפגוע פגיעה בלתי מידתית בעסקים
9 שככלל מפיצים דברי פרסומת רק למי שמבקש זאת, ושאיננה להם תקלה
10 נקודתית... המחוקק ביקש להפקיד את מלאכת אכיפת החוק בנושא זה בידי תובעים
11 פרטיים שיקדמו את אינטרס הציבור. בדומה למוסד התובענה הייצוגית, המקנה
12 לתובע מייצג ולבא כוחו תמריץ להגיש בקשות לאישור תובענות ייצוגיות יעילות
13 המקדמות אינטרס ציבורי חשוב, גם חוק הספאם מקנה לתובעים פרטיים –
14 המשמשים מעין "יזמים" – תמריץ להגיש תביעות כאלו. בכך הם משרתים תכלית
15 חברתית של מיגור תופעת הספאם המהווה רעה חולה (עניין חזני, בפסקה 10). אין
16 נפקא מינה כמה תביעות הגיש תובע כזה ובלבד שהוא בא לבית המשפט בתום לב,
17 כשידיו נקיות ועושה מלאכתו נאמנה. ככלל עורכי דין הם מועמדים טובים להגיש
18 תביעות כאלה בהיותם בקיאים במסגרת הנורמטיבית ובאורח הדיון ויכולים לסייע
19 לבית המשפט להכריע בהן ביעילות. הצד השני של המטבע הוא שחשוב כי התובעים
20 בתביעות כגון דא יהיו ערים לכך שהפיצוי שנפסק להם לא נפסק משום שנגרם להם
21 נזק, אלא משום שהחוק מבקש לתמרץ אותם לנקוט פעולות המקדמות את אינטרס
22 הציבור. עמידה דווקנית על פסיקת פיצוי גבוה בנסיבות שבהן לא קיימת הצדקה –
23 פיצוי הפוגע פגיעה בלתי-מידתית ולכן עונשית בצד שכנגד – חוטאת לתכליות החוק,
24 ומייחסת משקל רב מדי לאינטרס האישי של התובע על חשבון אינטרס הציבור. לכך
25 אין מקום, ואני סבור שבית המשפט רשאי להקנות להתנהגות מסוג זה משקל בסכום
26 הפיצוי שייפסק, בהיקש מהשיקולים שרשאי בית המשפט לשקול בבואו לפסוק שכר
27 טרחה לבא כוח מייצג בתובענה ייצוגית (השוו [לסעיפים 25\(ב\)\(4\)](#) ו-[25\(ב\)\(5\)](#) לחוק
28 [תובענות ייצוגיות](#), התשס"ו-2006).

29 במקרה שבפני, התביעה הוגשה לאחר הפעם הראשונה שבה נשלחה הודעת דוא"ל למרות הודעת
30 הסירוב, והיא תוקנה על מנת להוסיף תביעה בגין הודעת דוא"ל נוספת. התובע הפנה לשורה ארוכה
31 של פסקי דין, אולם לא מצאתי הפניה לפסק דין בו נידון מקרה עם מספר הפרות כה מועט. מחד,
32 בהגשת התביעה בגין מספר כה קטן של הפרות גילה התובע דעתו שמשלוח דברי הפרסומת אכן
33 הפריע לו עד מאד, מאידך, הוא גם גילה דעתו שדי בפיצוי נמוך (יחסית) כדי להוות תמריץ עבורו
34 להגשת התביעה. מנגד, הנתבעת עצמה היא "נתבעת סדרתית" של תביעות על הפרת חוק התקשורת





בית משפט לתביעות קטנות בירושלים

ת"ק 21-03-5644 עובד נ' אופטיקה הלפרין בע"מ

1 בוק ושידורים), תשמ"ב-1982. עיון במאגרים המשפטיים מלמד שנפסקו נגדה פיצויים בלא פחות
 2 מ- 9 פסקי דין מנומקים (ת"ק (תביעות קטנות הרצ') 2986-11-16 אופיר שרון נ' אחים הלפרין -
 3 אופטיקה (2000) בע"מ (6.5.2017), ת"ק (תביעות קטנות חי') 2582-04-16 אסף רוקני נ' אופטיקה
 4 הלפרין בע"מ (4.12.16), ת"ק (תביעות קטנות ת"א) 64577-01-15 יניב אורן נ' אופטיקה הלפרין
 5 אחזקות בע"מ (15.6.15), ת"ק (תביעות קטנות חד') 25730-03-16 סהר שוקרון נ' אופטיקה הלפרין
 6 בע"מ (13.2.17), ת"ק (תביעות קטנות הרצ') 29542-12-14 רנון גורטנשטיין נ' אופטיקה הלפרין
 7 בע"מ (23.7.15), ת"ק (שלום בת ים) 47859-03-20 יבגני אייזנשטט נ' אופטיקה הלפרין
 8 בע"מ (15.10.2020), ת"ק (תביעות קטנות ת"א) 5500-09-15 עו"ד חיים אביגדור איציקובסקי נ'
 9 אופטיקה הלפרין בע"מ (2.6.16), ת"ק (תביעות קטנות ת"א) 1289-04-15 שלי מבשוב נ' א.ר.
 10 לוגיסטיק נדל"ן בע"מ (17.11.15), ת"ק (תביעות קטנות ראשל"צ) 7640-12-16 דותן מימון נ'
 11 אופטיקה הלפרין בע"מ (16.5.17), לעומת 4 תביעות שנדחו (ת"ק (תביעות קטנות קריות) 19621-
 12 08-17 אולג ספונוב נ' אופטיקה הלפרין בע"מ (20.7.2020), ת"ק (תביעות קטנות פ"ת) 44920-01-
 13 17 אופיר לוי נ' אופטיקה הלפרין בע"מ (27.7.17), ת"ק (תביעות קטנות ת"א) 40364-06-16 עידן
 14 דויב נ' אופטיקה הלפרין בע"מ (20.3.17), תא"מ (שלום בת ים) 49869-09-20 ירון מאירי נ' ליטל
 15 עמאר (2.5.21)). וכי למרות הסכומים שנפסקו נגדה, טרם הושגה הרתעה אפקטיבית, אשר תביא
 16 אותה להפנים שעליה להתייחס אל הודעות הסירוב שנשלחות אליה באמצעות הדוא"ל כשם שהיא
 17 מתייחסת על הודעות הסירוב שנשלחות אליה באמצעות הלחיצה על הקישורית.
 18 יחד עם זאת, דברי הפרסומת נשלחו אל התובע לאחר שתחילה הסכים לקבלם, ותוכנם אינו פוגעני,
 19 ועל כן ההפרה אינה ברף החמור ביותר.
 20 בנסיבות אלה, ראיתי לפסוק לתובע פיצוי לדוגמא בסך של 1,000 ₪. בנוסף, תישא הנתבעת
 21 בהוצאות התובע בסך 500 ₪.
 22 ניתן להגיש בקשת רשות ערעור לבית המשפט המחוזי בתוך 15 יום ממועד קבלת פסק הדין.

23

24

ניתן היום, י"ז אב תשפ"א, 26 יולי 2021, בהעדר הצדדים.



מוריה צירקה, שופטת

מוריה צירקה, שופטת

27

28