



בית משפט לתביעות קטנות בהרצליה

ת"ק 14-10-23133 מאירי נ' בע"מ ואח'

תיק חיצוני:

בפני כב' הרשם הבכיר צחי אלמוג

התובע

ירון מאירי

נגד

הנתבעים

1. חב' mb global בע"מ
2. מיכל ברנע
3. רובי לאנג

פסק דין

1
2
3
4
5
6
7
8
9
10
11
12
13
14
15
16
17
18
19
20
21
22
23

התובע, רואה חשבון במקצועו, הגיש תביעה בה טען כי הנתבעים שלחו אליו בדואר אלקטרוני דברי 7 דיוורי פרסומות בין התאריכים 19.12.12 עד 27.8.14. הוא לא נתן הסכמתו לכך והדבר נעשה בניגוד לסעיף 30א' לחוק התקשורת (בזק ושידורים) (תיקון מס' 40), התשס"ח-2008, ועל כן הוא עותר לפיצוי בסך 7,000 ₪ בהתאם להוראות אותו החוק.

הנתבעים טוענים כי הקשר בין הצדדים נוצר באמצעות הפייסבוק שבמהלכו הסכים התובע לקבל דברי פרסומת לרשותו. התובע פרסם את עסקיו, שיווק תמונות קנבס, בדף הפייסבוק של הנתבעת 1 ללא רשותה. לטענתה, מדובר בלא פחות מ- 15 פעמים בהן קישר התובע תמונות אישיות שלו במסגרת הדף האישי של הנתבעות בפייסבוק. התובע יכול היה להסיר עצמו מרשימת התפוצה אך בחר שלא לעשות כן, אף שמדובר בדברי פרסומת שנשלחו כל שלושה חודשים במשך למעלה משנתיים.

לדיון התייצבו התובע והנתבע 3 שטען כי הינו בן זוגה של הנתבעת 2 אשר בבעלותה הנתבעת 1. הוא הסביר כי התובע השאיר מספרי טלפון ומייל אישי באתר הנתבעת 1 בדף הפייסבוק ולכתובת זו נשלחו דברי הדואר, וזאת לאחר שהתובע הציע למכירה את מרכולתו. מדובר, לטענת הנתבע 3, בקשר עסקי שנוצר בין החברות, וכי בכל עת יכול היה לבקש הסרת כתובתו מרשימת התפוצה.

התובע חזר על טענותיו ואמר כי מעולם לא הסכים לקבל דברי פרסומת מהנתבעים ומכאן התביעה.



בית משפט לתביעות קטנות בהרצליה

ת"ק 14-10-23133 מאירי נ' בע"מ ואח'

תיק חיצוני:

1 החוק מאפשר לבית המשפט לפסוק בגין כל דבר פרסומת פיצוי שלא יעלה על סך 1,000 ₪.
2 לאחרונה, התווה בית המשפט העליון, בשני פסקי דין מרכזיים את השיקולים העקרוניים
3 שיש בהם כדי להנחות את בתי המשפט בבואם לפסוק פיצויים בשל הפרת החוק (ראו: רע"א
4 2904/14 זיו גלסברג נ' קלאב רמון בע"מ; רע"א 1954/14 אילן חזני נ' שמעון הנגבי
5 (סיתונית מועדון דאיה ורחיפה במצנחים). ואלו השיקולים המנחים:
6
7 לצורך שיגור דבר פרסומת נדרשת הסכמתו המפורשת של הנמען, והעובדה שהלה לא ביקש
8 מן המפרסם להסירו מרשימת התפוצה אינה מעלה או מורידה לעניין עצם החבות.
9
10 בבואם לפסוק פיצוי לדוגמה, על בתי המשפט לראות ברף העליון שהציב המחוקק נקודת
11 מוצא, ממנה ניתן להפחית במקרים המתאימים. אין משמעות הדבר שכל אימת שפלוגי יפר
12 את סעיף 30א, ייפסק פיצוי לדוגמה בשיעור המרבי הנקוב בחוק, ויש להביא בחשבון את
13 מכלול הנסיבות.
14
15 על בתי המשפט לשקלל בין יתר הגורמים גם את העובדה שהמעוול אפשר להסיר את שמו
16 של הניזוק מרשימת תפוצת דברי הפרסומת בקלות יחסית, אף שהדגש הוא על האופן בו
17 התנהג המעוול ולא על חובת הניזוק להקטין את נזקו. בהקשר זה נקבע כי מתן אפשרות
18 להסרה מרשימת התפוצה, כשלעצמה, אינה מחייבת הקטנת הפיצוי, אך בימ"ש רשאי
19 להתחשב בעובדה זו במכלול השיקולים.
20
21 על בית המשפט גם לשקול את נסיבות ביצוע ההפרה הכוללות, בין היתר, את תוכן הפרסום
22 (אם הוא פוגעני); את התנהגות הנתבע; את הרווח הצפוי לו מן הפרסום (ככל שניתן
23 להעריכו); את מספר דברי הפרסומת ששלח וכמה הודעות נשלחו לכל כתובת.
24
25 החוק קובע כי יש לשלם את סכום הפיצויים לנפגע הקונקרטי, דהיינו – מגיש התובענה. יחד
26 עם זאת, אין באמור כמובן כדי לפגוע בשיקול דעתם של בתי המשפט, ככל שימצאו לנכון
27 לקבוע למשל, כי תובע פלוגי מייצר תביעות חדשות לבקרים, מה שעל פניו עלול להחשיד
28 בתאוות רווח אישי, ועל כן לתקבל תביעתו בשיעור מופחת.
29
30 ומן הכלל את הפרט:
31



בית משפט לתביעות קטנות בהרצליה

ת"ק 14-10-23133 מאירי נ' בע"מ ואח'

תיק חיצוני:

1 עיון במיילים שנשלחו לתובע מגלה כי מדובר בהצעות שונות לרכישת נכסי נדל"ן, ומבחינה
2 זו הם עונים על הגדרת המונח "פרסומת" באותו החוק, שכן, מדובר ב"מסר המופץ באופן
3 מסחרי, שמטרתו לעודד רכישת מוצר או שירות או לעודד הוצאת כספים בדרך אחרת".
4
5 הוראות החוק הן חד משמעיות ולפיהן קיים איסור כללי לשלוח דברי פרסומת לנמען שלא
6 נתן את הסכמתו לכך קודם לכן. לצורך שיגור דבר פרסומת נדרשת הסכמתו המפורשת של
7 הנמען מראש. בכך אימץ המחוקק הישראלי את המודל הנהוג באיחוד האירופי, מודל ה-opt
8 in, לפיו חל איסור על משלוח הודעות פרסומת בשיווק ישיר אלא אם התקבלה מראש
9 הסכמת הנמען, וזאת בניגוד למודל ה-opt out הנהוג בארצות הברית, לפיו ניתן לשלוח
10 הודעות פרסומת בשיוור ישיר אלא אם הודיע הנמען כי הוא מסרב לקבלן (ראו פס"ד
11 גלסברג לעיל). לפיכך, לא ניתן לומר כי עצם פרסום פרטיו של התובע בעמוד הפייסבוק של
12 הנתבעת מהווה הסכמה מראש שכן החוק דורש הסכמה מפורשת מראש ולא הסכמה
13 מכללא המוסקת מן הנסיבות. לפי לשון החוק נראה גם כי הוא אינו מבחין בין נמען פרטי
14 לבין נמען מסחרי.
15
16 מכאן, שבהעדר הוכחה מצד הנתבעים כי התובע נתן הסכמתו מראש לשיגור דברי פרסומת,
17 הרי שיש בשיגור המיילים שצורפו לכתב התביעה משום הפרת הוראות החוק. יחד עם זאת,
18 הגעתי למסקנה כי במקרה יש מקום לפסוק לתובע פיצוי מופחת מזה הקבוע בחוק, וזאת
19 נוכח השיקולים המנחים שבפסיקת בית המשפט העליון, כפי שפורטו לעיל.
20
21 המדובר בפרסומת המציע רכישת נכסי נדל"ן וככזו לא ניתן לומר כי היא פוגענית. כמו כן,
22 לא הובאו נתונים ולא הוכח מהו הרווח הצפוי לנתבעים בשל משלוח דבר פרסומת ללא
23 הסכמת הנמען מראש.
24
25 בכל שבעת המיילים ניתן לראות כי בתחתית כל אחד מהם ישנה אפשרות לבקש הסרה
26 מרשימת התפוצה. מדובר באופציה קלה ופשוטה ליישום. ההודעות נשלחו בתאריכים אלו:
27 19.12.12, 28.3.13, 28.5.13, 21.10.13, 2.12.13, 9.6.14 ו- 27.8.14. משמע, שבין כל דבר
28 פרסום למשנהו, עבר פרק זמן ממושך יחסית שבו יכול היה התובע לבקש להסיר עצמו
29 מרשימת התפוצה בקלות יחסית.
30



בית משפט לתביעות קטנות בהרצליה

ת"ק 14-10-23133 מאירי נ' בע"מ ואח'

תיק חיצוני:

1 אף שיש בהוראות החוק כדי לעודד אכיפה פרטית כנגד התופעות עימן מבקש החוק
2 להתמודד, הדגיש בית המשפט העליון כי אם נוכח בית המשפט כי תובע פלוני מייצר תביעות
3 חדשות לבקרים, מה שעל פניו עלול להחשיד בתאוות רווח אישי, עשויה תביעתו להתקבל
4 בשיעור מופחת.

5
6 ברי כי לשם בחינת הדבר מוסמך בית המשפט לבדוק האם יש דברים בגוי ולשם כך עומדים
7 לרשותו הנתונים שבמערכת נט המשפט. תשומת ליבי התעוררה שכן, כשבוע לפני הדיון בתיק
8 זה, התקיים דיון בתביעה אחרת של התובע, גם היא בשל טענה להפרת החוק הנ"ל (ת"ק
9 14-10-4879 מאירי נ. נטורופתיה). לפיכך, ובטרם הדיון בדקתי במערכת נט המשפט ומצאתי
10 כי בשנת 2014 הגיש התובע לבתי המשפט לתביעות קטנות לא פחות מ- 33 תביעות שכולן
11 תביעות בגין הפרת החוק.

12
13 יצוין כי התביעה הקודמת שנדונה בפניי הסתיימה בפשרה בהתאם לסעיף 79א' לחוק בתי
14 המשפט, אך באותו התיק צרפה הנתבעת תדפיס מאתר הפייסבוק של התובע שבה נכתבו
15 הדברים האלו, שיש בהם כדי להטריד:

16
17 **"אני מצרף תשלום שקיבלנו בעבור נצחון בעוד תביעה כנגד חברה**
18 **שפרסמה שלא כחוק ושלחה פרסומות רבות למייל בלי אישור...לא**
19 **מכירים את החוק? לא אוהבים בירוקרטיה? תנו לנו לעשות את העבודה**
20 **עבורכם. נכין כתב תביעה ונלווה אתכם בכל שלב ושלב. אנחנו נקבל**
21 **תשלום רק אם תנצחו במשפט. אז למה אתם מחכים? צרו קשר".**

22
23 ובהמשך, בדף אחר כתב:

24
25 **"לכל מי שקיבל פרסומת לנייד היום מיינות ביתן צרו איתי קשר מייד".**

26
27 הרושם העולה משילובם של דברים אלו ובשים לב למספר התביעות שהגיש התובע הוא כי
28 לא רק שמדובר בתובע סדרתי המגיש תביעות חדשות לבקרים, אלא גם במי שמעודד
29 אחרים לפנות אליו על מנת שיכין ויגיש תביעות עבורם ואף מהין לציין כי יגבה תשלום רק
30 אם התביעה תצלח. מתקבל איפוא הרושם כי התובע מבקש להפוך את הגשת התביעות
31 במסגרת החוק לתעשייה של ממש, בין עבורו ובין עבור אחרים, באופן שיש בו כדי להחשיד



בית משפט לתביעות קטנות בהרצליה

ת"ק 14-10-23133 מאירי נ' בע"מ ואח'

תיק חיצוני:

1 בתאווה לרווח כספי אישי המצדיקה הפחתת הפיצוי. גם לשון הרבים בה נוקט התובע
2 בדבריו (קיבלנו, נלווה אתכם, נקבל תשלום, תנו לנו וכו') עשויה ללמד על כך.

3
4 דומה כי בדיוק לדברים אלו כיוון בית המשפט העליון בעניין גלסברג שם אמר :

5
6 **"אולם, אין באמור כמובן כדי לפגוע בשיקול דעתם של בתי המשפט, ככל**
7 **שימצאו לנכון לקבוע למשל, כי תובע פלוני מייצר תביעות חדשות**
8 **לבקרים, מה שעל פניו עלול להחשיד בתאווה רווח אישי, ועל כן לתקבל**
9 **תביעתו בשיעור מופחת".**

10
11 נוכח מכלול הדברים שלעיל, ראוי לפסוק לתובע פיצוי מופחת הנמוך מהתקרה הקבועה
12 בחוק בגין כלל ההודעות ששלחו לו הנתבעים. לפיכך, ובשיקול כל האמור, אני מחייב את
13 הנתבעים לשלם לתובע בתוך 30 יום סך 2,000 ₪.

14
15 בנסיבות העניין, יישא כל צד בהוצאותיו.

16
17 ניתן להגיש בקשת רשות ערעור לבית המשפט המחוזי בתוך 15 יום מקבלת פסק הדין.

18
19 ניתן היום, כ"ד טבת תשע"ה, 15 ינואר 2015, בהעדר הצדדים.

20

21 צחי אלמוג, רשם בכיר