



## בית משפט לתביעות קטנות בראשון לציון

ת"ק 15-05-28871 ריטרסקי נ' מרכז הבניה הישראלי בע"מ

תיק חיצוני:

בפני כבוד הרשמת הבכירה דליה אסטרייכר

תובע טל ריטרסקי

נגד

נתבעת מרכז הבניה הישראלי בע"מ

### 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

1. לפני תביעה על סך של 28,000 ₪, שעילתה פיצויים בגין 27 דברי פרסומת ששוגרו לתובע באמצעות מסרונים למכשיר הנייד שלו בלא שניתנה הסכמתו לכך, בניגוד לסעיף 30א לחוק התקשורת (בזק ושידורים), התשמ"ב-1982 (להלן: "חוק התקשורת").

2. לא היתה מחלוקת בין הצדדים באשר לעצם שיגור המסרונים. המדובר ב- 27 מסרונים ששוגרו לתובע מאת הנתבעת בין התאריכים 24.3.2014 - 27.3.2015, כאשר לטענת התובע בכתב תשובתו, גם לאחר ששלח לנתבעת במייל התראה נוספת טרם פנייה לערכאות ובה בקשה נוספת להסרה המשיכה הנתבעת במעשיה ושלחה גם לאחר הגשת כתב התביעה דבר פרסומת נוסף.

3. לטענת התובע על אף שהביע את סירובו לקבלת דברי פרסומת ממנה ב- 11 הודעות סירוב (8 מסרונים ו- 3 שיחות טלפון) המשיכה הנתבעת לשלוח לו דברי פרסומת ולהטרידו גם לאחר שבשיחות הטלפון התחייבה לחדול מכך וממילא עתר כי בית המשפט יתן דעתו לאופן התנהלות הנתבעת לרבות "אי לקיחת אחריות על מעשיה ומחדליה הברורים והחמורים, היתממותה וחוסר תום לבה...".

4. הנתבעת מצדה הכחישה את המיוחס לה בכתב התביעה. לשיטתה, השמיט התובע מכתב תביעתו כי הן במהלך 2012 והן שוב בשנת 2014 בעקבות פרסומים לתערוכת בילדינג, פנה לנתבעת באמצעות פרסום אינטרנט וביקש להירשם כאדריכל/מעצב פנים/יזם ואף אישר קבלת הודעות ועדכונים. פרטיו של התובע נקלטו במאגרי הנתבעת המיועדים לבעלי מקצוע הפועלים בתחום הנדל"ן הכל כפי שמפורט בנספח ב'1 לכתב



## בית משפט לתביעות קטנות בראשון לציון

ת"ק 15-05-28871 ריטרסקי נ' מרכז הבניה הישראלי בע"מ

תיק חיצוני:

1 ההגנה. זאת ועוד טענה הנתבעת כי התוכן המופנה אל בעלי המקצוע בתחום הבנייה  
2 אינם מהווים דבר פרסומת כהגדרתו בחוק התקשורת, שכן הם מקבלים עדכונים  
3 מקצועיים ורעיונות לתכנון בתים וממילא ככל שתהיה הוצאה כספית בשלב כלשהו  
4 יחולו על הלקוח ולא על האדריכל/ מעצב פנים/יזם ובמקרה זה הכוונה לתובע. באשר  
5 להודעות ההסרה- טענה הנתבעת, כי המסרונים נשלחו לתובע מקווי בזק וניתן היה  
6 ליצור קשר עם מספר הטלפון ממנו נשלחה ההודעה ולבקש את הסרת שמו. שליחת  
7 הודעת "הסר" למספר נייח אינה אפקטיבית וממילא אינו מסוגל לקבל מסרונים.

8

9 5. לאחר בחינת טענות הצדדים מסקנתי היא כי דין התביעה להתקבל. עם זאת, לא ראיתי  
10 לפסוק את מלוא הסכום הנתבע.

11

12

13

### האם עדכונים מקצועיים והפצת רעיונות ללקוחות: "דבר פרסומת"?

14

15 6. [סעיף 30א](#) לחוק התקשורת קובע, בסעיפים הרלוונטיים לענייננו, כך:

16

17 (ב) לא ישגר מפרסם דבר פרסומת באמצעות פקסימיליה, מערכת  
18 חיוג אוטומטי, הודעה אלקטרונית או הודעת מסר קצר, בלא קבלת  
19 הסכמה מפורשת של הנמען, בכתב, לרבות בהודעה אלקטרונית או  
20 בשיחה מוקלטת...

21 (ג) על אף הוראות סעיף קטן (ב), רשאי מפרסם לשגר דבר פרסומת  
22 כאמור באותו סעיף קטן אף אם לא התקבלה הסכמת הנמען,  
23 בהתקיים כל אלה:

24 (1) הנמען מסר את פרטיו למפרסם במהלך רכישה של מוצר או  
25 שירות... והמפרסם הודיע לו כי הפרטים שמסר ישמשו לצורך  
26 משלוח דבר פרסומת מטעמו, באחת הדרכים האמורות בסעיף קטן  
27 (ב);

28 (2) המפרסם נתן לנמען הזדמנות להודיע לו כי הוא מסרב לקבל דברי  
29 פרסומת כאמור, דרך כלל או מסוג מסוים, והנמען לא עשה כן;

30 (3) דבר הפרסומת מתייחס למוצר או לשירות מסוג דומה למוצר או  
31 לשירות האמורים בפסקה (1).

32

33 7. עוד רלוונטית לענייננו הגדרת "דבר פרסומת" בסעיף-קטן (א), שזו לשונה:

34

35 "דבר פרסומת" – מסר המופץ באופן מסחרי, שמטרתו לעודד רכישה  
36 מוצר או שירות או לעודד הוצאת כספים בדרך אחרת.

37



## בית משפט לתביעות קטנות בראשון לציון

ת"ק 15-05-28871-05 ריטרסקי נ' מרכז הבניה הישראלי בע"מ

תיק חיצוני:

8. לא ארחיב כאן על הרקע לחקיקתו של ההסדר הנדון – ראו סקירה מפורטת בפסק-דינו של בית המשפט העליון ברע"א 1954/14 חזני נ' הנגבי [פורסם בנבו] (4.8.2014). כפי שצוין שם, החוק בא להתמודד עם תופעת ה-Spam ("דואר זבל"), קרי: הפצה המונית של הודעות פרסומת בלתי-רצויות באמצעות רשתות תקשורת. בית המשפט ציין כי תופעה זו מגלמת בתוכה שורה של בעיות ובהן פגיעה בפרטיותו של הנמען, אילוץ הנמען לעסוק בעל כורחו במיון הודעות תוך בזבוז זמן, הפצת תכנים פוגעניים ועוד (שם, פס' 2 לפסק-הדין של כבוד השופט פוגלמן). החוק בא להתמודד עם הסוגיה בדרך של הסדר מסוג opt-in, שלפיו ברירת המחדל היא שהמפרסם אינו רשאי לשגר דברי פרסומת כהגדרתם בחוק אלא אם התקבלה מראש הסכמתו המפורשת של הנמען, זאת בכפוף לחריגים המנויים בסעיף 30א(ג) לחוק (שם, פס' 6 לפסק-הדין). למען שלמות התמונה יצוין כי החוק מתווה סנקציה עונשית בגין הפרתו (קנס), ולצד זאת גם סנקציה אזרחית; בהקשר אחרון זה צעד המחוקק צעד נוסף וקבע כי במקום שבו שוגר דבר פרסומת ביוזמתו של הנמען, רשאי בית המשפט לפסוק פיצוי ללא הוכחת נזק בסך שלא יעלה על 1000 ₪, זאת בגין כל דבר פרסומת שקיבל הנמען (סעיף-קטן (י)). החוק מונה שיקולים שונים שיובאו בחשבון הפיצוי.
9. על רקע זה, עולה השאלה אם ההודעות ששוגרו לתובע בענייננו מהוות "דבר פרסומת" כמשמעות התיבות האלה בחוק התקשורת, לאמור: "מסר המופץ באופן מסחרי, שמטרתו לעודד רכישת מוצר או שירות או לעודד הוצאת כספים בדרך אחרת". הנתבעת גורסת כי בהודעות נשוא ענייננו היא לא הציעה ללקוחותיה לרכוש דבר, אלא אך ורק הפיצה "רעיונות עבור לקוחותיהם אשר הם אלו שירכשו, בסופו של דבר, אם בכלל" בעלי ערך (כתב הגנה סעיף 19). בכך, לשיטתה, אין לראות משום שיגור "דבר פרסומת".
10. עיון בתוכן המסרונים מעלה כי המדובר בהזמנת הלקוח להשתתף ביריד/ תערוכה. די נהיר, כי גם "הזמנות להשתתף באירועים", "הצעות לרעיונות" ו"עדכונים", וודאי כאשר מלווה לכל "הזמנה" "עדכון"/ "רעיון" שכזה שירות "חינם", כגון: "ראו הודעה זו כאישור כניסה ללא תשלום", "הכניסה חינם", "הירשמו עכשיו למסלול הכניסה המהיר בחינם", מהוות פרסומת. ברי כי הדבר נעשה על מנת למשוך את קוראי ההודעות ומקבלי ה"חינם" לרכוש את שירותי הנתבעת וזאת לשם קידום עסקיה ומטרותיה, שהן כמובן מטרות רווחיות. ברי לכל, כי הנתבעת אינה מחלקת "רעיונות" הזמנות לאירועי חינם" מתוך נדיבות לב גרידא, ומצג המתנה נועד להסוות את המטרה



## בית משפט לתביעות קטנות בראשון לציון

ת"ק 15-05-28871-05 ריטרסקי נ' מרכז הבניה הישראלי בע"מ

תיק חיצוני:

- 1 האמיתית שלה שהיא חשיפת מקבל המתנה לדבר פרסומת. בין אם באמצעות הלקוח /  
2 התובע בין אם באמצעות מי מטעמו.  
3  
4 11. אני סבורה כי אין הצדקה להדיר ממסגרת החוק הודעה של בית עסק המציע ללקוח  
5 להצטרף למועדון לקוחות תוך קבלת הטבות. ברור הדבר, כי כאשר בית עסק מציע  
6 ללקוח "כרטיס כניסה VIP חינם" עושה זאת משום האינטרס הכלכלי הגלום בכך  
7 וממילא, אין הדבר גורע כי מדובר באמצעי שיווק לכל דבר ועניין. יש לזכור, כי במסגרת  
8 ההגדרה של "דבר פרסומת" כלל החוק גם מסר שמטרתו "לעודד הוצאת כספים בדרך  
9 אחרת", וכפי שכבר נפסק, "במרכיב אחרון זה נמנע המחוקק במתכוון מהצרת  
10 גבולותיה של ההגדרה. אדרבה, הוא הרחיבה כך שתקיף סוגים שונים של ביטויים,  
11 שהמשותף להם הוא כי בעקבותיהם ידורבן הנמען, בכל דרך שהיא, לשלם" [\(ת"ק](#)  
12 [\(שלום ת"א\) 20453-03-11 לוטן נ' לוג טק תקשורת בע"מ](#) [פורסם בנבו] (9.9.2011)).  
13  
14 12. לא שאלת מי בסופו של יום עתיד "להוציא את הכסף" או האם זה הלקוח/התובע  
15 או מי מטעמו. השאלה היא אם ההודעה שנשלחה לנמען היא "דבר פרסומת" אם לאו;  
16 כלומר, אם היא באה לעודד שימוש במוצרי או בשירותיו של שולח ההודעה, או לעודד  
17 "הוצאת כספים בדרך אחרת".  
18  
19 לשיטתי, ההודעות ששוגרו לתובע אכן נועדו לפרסם את הנתבעת במשמעות האמורה  
20 וממילא מהוות "דבר פרסומת כמשמעות הביטוי בחוק התקשורת".  
21  
22

### הסכמת התובע:

- 23 13. הנתבעת טוענת אף אם עסקינן בדבר פרסומת- ואכן כך קבעתי לעיל- הרי שחל בעניינו  
24 החריג הקבוע בסעיף קטן (ג).  
25  
26 בעניין זה אני דוחה את טענת הנתבעת לפיה די בהירשמות התובע לאתר הנתבעת כדי  
27 להביע את הסכמתו לקבלת דברי פרסומת מטעמה. הנתבעת לא הציגה כל מסמך בכתב  
28 המלמד כי עובר למשלוח המסרונים לתובע היא קיבלה את הסכמתו המפורשת בכתב.  
29 עיון בנספח ב' 1 לכתב התביעה מעלה כי מסמך זה כולל אוסף פרטים של התובע, ובין  
30 היתר, המילים: "יזם", "ריטרסקי", מספר נייד, "נרשמי תערוכת בילדינג 2014". אלא,  
31 שלא די בפרטים אלה כשלעצמם כדי להצביע על כך כי התובע נתן הסכמתו המפורשת  
32 לקבלת דברי פרסומת מאת התובעת. התובע מצדו הגיש את דף ההרשמה לאתר  
33 הנתבעת (ת/4), בו יש מקום לרשום פרטיים אישיים אולם אין בו זכר לנושא הסכמה



## בית משפט לתביעות קטנות בראשון לציון

ת"ק 15-05-28871 ריטרסקי נ' מרכז הבניה הישראלי בע"מ

תיק חיצוני:

1 לשיגור דבר פרסומת- בקשה /ואו מתן הסכמה לכך וממילא אין על הוכחה כי  
2 "המפרסם הודיע לו כי הפרטים שמסר ישמשו לצורך משלוח דברי פרסומת מטעמו,  
3 באחת הדרכים האמורות בסעיף קטן (ב)".

4  
5 משכך ועל רקע נסיבות אלה אני קובעת כי הנתבעת לא קיבלה את הסכמתו המפורשת  
6 של התובע לשיגור דברי פרסומת.

7  
8 למעלה מן הצורך, יצוין כי אפילו ניתנה הסכמה מראש או מתקיימים תנאי החרג  
9 שבסעיף קטן (ג) הנמען רשאי בכל עת להודיע למפרסם על סירובו לקבל דברי פרסומת  
10 ולחזור בו מהסכמתו, ככל שניתנה. הודעת הסירוב, כך מורה החוק, תינתן בכתב או  
11 בדרך שבה שוגר דבר הפרסומת, לפי בחירת הנמען.

### הפיצוי:

12  
13  
14 14. אמות המידה לקביעת הפיצוי ללא הוכחת נזק בגין שיגור דבר פרסומת בניגוד לחוק  
15 התקשורת נקובות [בסעיף 30א\(ג\)](#) לחוק, והפסיקה עסקה בנושא זה לא פעם (ראו עניין  
16 **חזני הנ"ל**; ראו גם [רע"א 2904/14 גלסברג נ' קלאב רמון בע"מ](#) [פורסם בנבו]  
17 (27.7.2014)). כאמור, הפיצוי המקסימאלי ללא הוכחת נזק הוא 1,000 ₪ בגין כל הודעה  
18 שקיבל הנמען ([סעיף 30א\(ג\)\(1\)](#) לחוק), אך כמובן מדובר בתקרה ולבית המשפט מסור  
19 שיקול הדעת בקביעת הסכום הראוי בכל מקרה ומקרה. בהפעלת שיקול הדעת יתחשב  
20 בית המשפט, לפי מצוות החוק, בין היתר, באכיפת החוק והרתעה מפני הפרתו, בעידוד  
21 הנמען לממש את זכויותיו ובהיקף ההפרה ([סעיף 30א\(ג\)\(3\)](#) לחוק). ודוק: שיעור הנזק  
22 שנגרם בשל ההפרה אינו רלוונטי לפיצוי, ותכלית הפיצוי אינה הטבת נזק שהוסב לתובע  
23 – "השבת המצב לקדמותו" – כי אם עידוד הגשת תביעות, קידום אכיפתו של החוק  
24 ויצירת ההרתעה המבוקשת.

25  
26 15. בענייננו, התובע שיגר לנתבעת הודעות "הסר". בין אם ניתן לשלוח מסרונים למספר  
27 נייד ובין אם לאו הרי שהתובע אף לא הסתפק במשלוח ההודעות (שמלבד אחת שלא  
28 ניתן היה לשלוח אותה כולן נשלחו), התקשר 3 פעמים לנתבעת, שוחח עמה וזו הבטיחה  
29 לו כי יופסקו שיגורי ההודעות.

30  
31 16. התובע צירף 27 מסרונים שצורפו לכתב התביעה. המדובר אפוא בהפרה בהיקף לא  
32 מבוטל, וממילא בהטרדה שאין להקל בה ראש. הסכום של 1,000 ₪ לכל הודעה, שנקבע  
33 בחוק, הוא בגדר תקרה, ואף כי מספר ההודעות ששוגרו תוחם את הרף העליון של  
34 הפיצוי ובהחלט מהווה שיקול רלוונטי בשומת הפיצוי, חובה על בית המשפט לוודא כי



## בית משפט לתביעות קטנות בראשון לציון

ת"ק 15-05-28871-05 ריטרסקי נ' מרכז הבניה הישראלי בע"מ

תיק חיצוני:

1 הפיצוי לא יהא מעבר לנדרש כדי להשיג את מטרות החוק. יפים לעניין זה דבריו של  
2 כבוד השופט פוגלמן בעניין חזני הנ"ל:

3  
4 "חשוב להדגיש כי כמות ההודעות שנשלחה לתובע  
5 גודרת את תקרת הסכום שבית המשפט רשאי  
6 לפסוק... אך מעבר לכך היא אך שיקול אחד מבין  
7 מכלול השיקולים שנמנו לעיל. כך למשל אפשר  
8 שייפסק פיצוי בסכום זהה לאדם שנשלחו לו 100  
9 הודעות ולאדם שנשלחו לו 1,000 הודעות, ובלבד  
10 שהפיצוי השיג את תכליות החוק: אכיפה והרתעה  
11 אפקטיבית ומידתית. נקודת המוצא היא שתביעה  
12 בגין הפרה בודדת תזכה את התובע במלוא הסכום  
13 (1000 ₪) כדי שתושג התכלית ההרתעתית. ככל  
14 שמספר ההפרות עולה כך גדלה התקרה שבית  
15 המשפט רשאי לפסוק, אולם עליו להיעצר בסכום  
16 המשקף הרתעה יעילה בנסיבות העניין ולא לפסוק  
17 מעבר לכך" (שם, פס' 10 לפסק-הדין).

18  
19 17. בהקשר זה יצוין, כי התובע עותר לקבלת פיצוי גם בגין "אי לקיחת אחריות על מעשיה  
20 ומחדליה הברורים והחמורים, היתממותה וחוסר תום לבה..." אלא שאני רואה  
21 בדרישה זו למעשה כתביעה לפיצוי עונשי וממילא איני רואה כל הצדקה לפסיקת  
22 הסכומים המבוקשים מעבר לפיצוי מכוח סעיף 30א(ג) לחוק, שהוא עצמו – כזכור-  
23 פיצוי ללא הוכחת נזק.

24  
25 18. סוף דבר, לאחר ששקלתי את מכלול השיקולים הצריכים לעניין, החלטתי לפסוק לתובע  
26 פיצוי בסך 9,000 ₪ כולל הוצאות משפט. סכום זה ישולם תוך 30 ימים מעת המצאת  
27 פסק הדין, שאם לא כן ישא רבית והפרשי הצמדה מיום מתן פסק הדין ועד למועד  
28 התשלום בפועל.

29  
30  
31 ניתן להגיש בקשת רשת ערעור, תוך 15 ימים, לבית המשפט המחוזי מרכז- לוד.

32  
33  
34 ניתן היום, ז' כסלו תשע"ו, 19 נובמבר 2015, בהעדר הצדדים.



## בית משפט לתביעות קטנות בראשון לציון

ת"ק 15-05-28871-05 ריטרסקי נ' מרכז הבניה הישראלי בע"מ

תיק חיצוני:

דליה אסטרייך

דליה אסטרייך, רשמת בכירה

1  
2  
3  
4  
5