



בית משפט לתביעות קטנות בחיפה

ת"ק 16-04-14969 סלם נ' קופת חיפה - כרטיסים (1989) בע"מ

תיק חיצוני:

בפני **כבוד השופט זיו אריאלי**

תובע **אושר סלם**

נגד

נתבעת **קופת חיפה - כרטיסים (1989) בע"מ**
ח.פ. 512672205

פסק דין

1
2
3 בפני תביעה לפיצויים, שעניינה פרסומים אשר נשלחו לתובע, לטענתו, בניגוד לסעיף 30 לחוק
4 התקשורת (בזק ושידורים), תשמ"ב-1982 [להלן: חוק התקשורת].

רקע וטענות הצדדים:

5
6
7
8 כנטען בכתב התביעה, לתובע תיבת דואר אלקטרוני. לטענתו, הנתבעת שיגרה אליו 32 דברי
9 פרסומת, באמצעות הודעה אלקטרונית, בתקופה שמיום 6.12.15 ועד 4.4.16. על פי הטענה, התובע
10 מעולם לא נתן את הסכמתו המפורשת לקבלת דברי פרסומת מאת הנתבעת. משכך, ובהתאם
11 להוראות סעיף 30א(1) לחוק התקשורת, עותר התובע לפצותו בסך של 1,000 בגין כל הודעת,
12 ובסה"כ 32,000 ₪.

13
14 הנתבעת טענה בכתב ההגנה כי התובע רכש ביום 16.11.15 2 כרטיסים דרך אתר האינטרנט של
15 הנתבעת. במעמד הרכישה, התובע הסכים לקבל דואר פרסומי מאת הנתבעת, והזין בעצמו את
16 כתובת הדוא"ל שלו. משכך, הרי שיש לראות את התובע כמי שהסכים לקבל דואר פרסומי
17 מהנתבעת. לתמיכה בטענתה צירפה הנתבעת לכתב ההגנה צילום מסך של פרטי הלקוח של התובע,
18 בו מופיע אישור התובע לקבלת דואר פרסומי. עוד הפנתה הנתבעת לכך שבדבר הפרסומת קיימת
19 האפשרות להסיר את כתובת הדואר האלקטרוני מרשימת התפוצה של הנתבעת. התובע בחר שלא
20 לעשות כן, ולמעשה "אגר" 32 הודעות מיילים בתקופה של שנה וארבעה חודשים, זאת – לטענת
21 הנתבעת – על מנת להתעשר על חשבון הנתבעת שלא כדין. עוד טענה הנתבעת כי התובע הודיע לה
22 שהוא אינו מעוניין בקבלת דואר פרסומי רק במועד הגשת התביעה. משלא ביקש התובע להסירו
23 מרשימת התפוצה, הרי שאין לפסוק לו כל פיצוי, ובוודאי שלא פיצוי מקסימלי כאמור בסעיף
24 30א(1) לחוק התקשורת.



בית משפט לתביעות קטנות בחיפה

ת"ק 16-04-14969 סלם נ' קופת חיפה - כרטיסים (1989) בע"מ

תיק חיצוני:

1
2 בדיון שהתקיים ביום 9.8.16 אישר התובע כי אכן רכש כרטיסים מאת הנתבעת דרך אתר האינטרנט.
3 עם זאת, טען כי לא הסכים שיישלח לו דואר פרסומי. התובע הפנה אל נספח 1 לכתב ההגנה של
4 הנתבעת – צילום מסך של פרטי הלקוח (התובע) אצל הנתבעת, ממנו עולה לכאורה כי השורה בדבר
5 הסכמה לקבלת תוכן פרסומי – אינה מסומנת.

6
7 נציגת הנתבעת בדיון טענה כי נספח 1 הינו צילום בשחור/לבן, ועל כן לא ניתן לראות שהתובע סימן
8 את השורה המתאימה [לטענתה, כאשר לקוח בוחר לקבל תוכן פרסומי, נצבעת המשבצת המתאימה
9 בצבע תכלת]. לאור חוסר הבהירות בהסברי נציגת הנתבעת, נדחה הדיון, לבקשת הנתבעת, על מנת
10 שלדיון הנדחה יתייצב איש טכני מטעמה אשר יסביר את אופן פעולת המערכת. הדיון לפיכך נדחה
11 ליום 8.11.16.

12
13 לדיון שהתקיים ביום 8.11.16 התייצב מר שקד ניר, מטעם הנתבעת, ומסר הסבר מפורט בדבר אופן
14 פעולת המערכת של הנתבעת. לטענתו, קיימת אבחנה בין מערכת רכישת הכרטיסים של הנתבעת
15 (הנקראת "טופטיקס") לבין מערכת שליחת הדיוור ושיווק דואר פרסומי (מערכת "אקטיב טרייל").
16 באמצעות מערכת "אקטיב טרייל" נערך סינון, על פי כללים שנקבעו מראש, של נתוני הלקוחות
17 שמולאו במערכת "טופטיקס". פעולת הסינון, לטענתו של מר ניר, מביאה לכך שמתקבל קובץ הכולל
18 רק פרטי לקוחות אשר סומנה (במערכת "טופטיקס") הסכמה לקבלת דואר פרסומי. לדברי מר ניר –
19 מדי שבוע מוזמנים דרך הנתבעת עשרות אלפי כרטיסים, ומדי שבוע הנתבעת מסננת מתוך מסד
20 הנתונים הכולל את מזמיני הכרטיסים (דוגמת ת/1) קובץ בגיליון אקסל, הכולל שמות ופרטי
21 לקוחות אשר הסכימו לקבל תוכן פרסומי. פרטים אלו מועברים למערכת "אקטיב טרייל", ולהם
22 (ורק להם) נשלחות הודעות דוא"ל הכוללות חומר פרסומי.

דיון והכרעה:

23
24
25
26 לאחר ששקלתי את טענות הצדדים ועיינתי בכתב הטענות על נספחיהם, השתכנעתי כי דין התביעה
27 להתקבל בחלקה.

28
29 אין מחלוקת כי הנתבעת שלחה לתובע הודעות דואר אלקטרוני, הכוללות תוכן פרסומי. השאלה
30 היחידה במחלוקת היא אם התובע הסכים למשלוח דואר פרסומי, אם לאו. לעניין זה, מסתמכת
31 הנתבעת על רישומיה הממוחשבים (ועל הסבריו של מר ניר, בעדותו בפני).

32
33 מטבע הדברים, מר ניר לא יכול היה לזכור אם התובע אכן הסכים לקבל תוכן שיווקי אם לאו. עדותו
34 מתייחסת לתהליכי העבודה של הנתבעת. למעשה, טענת הנתבעת מבקשת להניח את המבוקש:



בית משפט לתביעות קטנות בחיפה

ת"ק 16-04-14969 סלם נ' קופת חיפה - כרטיסים (1989) בע"מ

תיק חיצוני:

1 מאחר ולתובע נשלחו דברי דואר פרסומי, המסקנה המתחייבת היא כי שמו הופיע בקבצי האקסל
2 אשר נשלחו למערכת אקטיב טרייל, ומשמעות הדבר היא כי התובע סימן, בעת שרכש כרטיסים
3 באמצעות אתר האינטרנט של הנתבעת, כי הוא מעוניין לקבל חומר פרסומי. לא השתכנעתי
4 מהסבריו של מר ניר ומהתיעוד שהוצג לעיוני, כי אכן מסקנות אלו הן מסקנות מתחייבות:
5 ראשית, מעדותו של מר ניר עולה כי הנתבעת לא נוהגת לשמור את קבצי האקסל שהיא מייצאת מדי
6 שבוע למערכת "אקטיב טרייל". משכך, לא ניתן לדעת אם פרטיו של התובע נכללו בקובץ הלקוחות
7 של הנתבעת אשר הסכימו לקבל תוכן פרסומי (או למשל, אם פרטיו הוספו בשלב מאוחר יותר).
8 עובדה זו, בדבר היעדר רישום המלמד באופן חד משמעי על הסכמתו של התובע לקבל תוכן שיווקי -
9 יש לזקוף לחובתה של הנתבעת.
10 שנית, במסד הנתונים של לקוחות הנתבעת (דוגמת צילום המסך ת/1) אין תיעוד של מועד יצירת
11 הפרטים ואין אפשרות לדעת אם ומתי נערכו שינויים במהלך הזמן. במלים אחרות, לא ניתן לדעת,
12 אם צילום המסך ת/1 המתייחס לתובע (ואשר בו מסומנת השורה בדבר הסכמה לקבלת דבר
13 פרסומי) – זהה למסך ולפרטים שמילא התובע בעת שהזמין כרטיסים אצל הנתבעת ביום 16.11.15.
14 רוצה לומר: ייתכן כי הסימון של השורה הכוללת הסכמה לקבלת דואר פרסומי, נעשה על ידי התובע
15 בעת הזמנת הכרטיסים. אך באותה מידה, ייתכן כי נעשה על ידי התובע בעת הזמנות מאוחרות של
16 כרטיסים, ולצורך העניין – ייתכן כי השורה סומנה על ידי נציג של הנתבעת, בשלב מאוחר. אף
17 עובדה זו יש לזקוף לחובתה של הנתבעת.
18 שלישית, עיון בנספח 1 לכתב ההגנה מעלה, לכאורה, כי בחלק הימני התחתון של המסך מופיעות
19 שתי שורות: שורה אחת, "כן, ניתן ליצור אתי קשר" – מסומן באות V. מתחתיה מופיעה השורה
20 הרלבנטית, "הסכמה לקבלת דואר פרסומי מקופת תל-אביב/קופת חיפה". שורה זו אינה מסומנת
21 באות V. לטענת נציגת הנתבעת בדיון שהתקיים ביום 9.8.16 – המערכת הייתה מעוצבת בעבר באופן
22 שונה, ובחירת הלקוח בדבר הסכמה לקבלת דואר פרסומי לא סומנה באות V אלא בצביעת משבצת
23 בצבע תכלת. אלא שבעניין זה לא ניתנה תשובה אחידה על ידי נציגי הנתבעת במהלך הדיון מיום
24 8.11.16. תחילה טענת מר ניר כי הוא עובד כשנה וחצי אצל הנתבעת, וכי הפורמט של סימון "V"
25 קיים מאז ומעולם. רק לאחר שנציגת הנתבעת התערבה במהלך עדותו של מר ניר וציינה כי הפורמט
26 שונה בחודש יולי 2016, ניתנה על ידו תשובה שונה. במלים אחרות, עדותו הראשונית של מר ניר
27 תמכה דווקא בגרסתו של התובע, ולא בגרסת הנתבעת.
28
29 אשר על כן אני קובע, כי הנתבעת שלחה לתובע, החל מיום 6.12.15 ועד יום 4.4.16, 32 הודעות דואר
30 אלקטרוני הכוללות דבר פרסומי, וכי לא עלה בידי הנתבעת להראות כי התובע נתן את הסכמתו
31 למשלוח דברי פרסומי כאמור.
32
33



בית משפט לתביעות קטנות בחיפה

ת"ק 16-04-14969-04 סלם נ' קופת חיפה - כרטיסים (1989) בע"מ

תיק חיצוני:

1
2
3
4
5
6
7
8
9
10
11
12
13
14
15
16
17
18
19
20
21
22
23
24
25
26
27
28
29
30
31
32
33
34
35
36
37
38
39
40

לעניין שיעור הפיצוי – סעיף 30א(י) לחוק התקשורת קובע כדלהלן (ההדגשות אינן במקור):

- (1) שוגר דבר פרסומת ביוזעין בניגוד להוראות סעיף זה, רשאי בית המשפט לפסוק בשל הפרה זו פיצויים שאינם תלויים בנזק (בסעיף זה – פיצויים לדוגמה), בסכום שלא יעלה על 1,000 שקלים חדשים בשל כל דבר פרסומת שקיבל הנמען בניגוד להוראות סעיף זה;
- (2) בבואו לקבוע את גובה הפיצויים לדוגמה, רשאי בית המשפט להתחשב בכך שאותו מפרסם הורשע, בשל אותו מעשה, בעבירה לפי סעיף קטן (ו);
- (3) בבואו לקבוע את גובה הפיצויים לדוגמה, יתחשב בית המשפט, בין השאר, בשיקולים המפורטים להלן, ולא יתחשב בגובה הנזק שנגרם לנמען כתוצאה מביצוע ההפרה:
 - (א) אכיפת החוק והרתעה מפני הפרתו;
 - (ב) עידוד הנמען למימוש זכויותיו;
 - (ג) היקף ההפרה;

הנה כי כן, סעיף 30א(י) לחוק התקשורת מקנה לבית המשפט סמכות לפסוק פיצוי ללא הוכחת נזק, בהתחשב במכלול נסיבות העניין. אין המדובר בסמכות חובה, אלא ברשות הנתונה בידי בית המשפט. רשות זו יש להפעיל בשים לב לתכלית הסעיף האוסר על משלוח דבר פרסומת. מטרתו של הפיצוי היא להרתיע גופים מסחריים מפני התנהגות אשר המחוקק רואה אותה כפסולה. בעניין זה יש מקום לשקול (על אף שמדובר ב"אחריות מוחלטת") את מידת האשם שדבק בהתנהגותו של המפרסם. ככל שיוכח כי המפרסם נקט אמצעי זהירות סבירים למנוע את ההפרה, או כי לא ידע עליה. עוד יש להביא בחשבון, במסגרת השיקולים לעניין קביעת שיעור הפיצוי, את נסיבות ביצוע ההפרה ואת התנהלות הנתבעת, וכן את השאיפה לעודד הגשת תביעות יעילות.

ר' בעניין זה רע"א 1954/14 חזני נ' הנגבי (לא פורסם, 4.8.2014), מפי כב' השופט פוגלמן:

"בבואו לקבוע את סכום הפיצוי מכוח סעיף 30א(י), שומה על בית המשפט לשים לנגד עיניו את השיקולים המנויים בחוק שמטרתם להשיג את תכליותיו האמורות (אכיפה, הרתעה ועידוד הגשת תובענות יעילות), מצד אחד, ולוודא שהפיצוי לא יהיה מעבר לנדרש לצורך השגתו, מצד שני. הפיצוי נועד להכווין את התנהגות הנתבע באופן שפרסום עתידי במתכונת זו יהיה בלתי כדאי עבורו. לשם כך נדרש בית המשפט לשקול שני סוגים של שיקולים: הסוג הראשון מתמקד בנסיבות ביצוע ההפרה וכולל, בין היתר, את תוכן הפרסום (אם הוא פוגעני), את התנהגות הנתבע, את הרווח הצפוי לו מן הפרסום (ככל שניתן להעריכו), את מספר דברי הפרסומת ששלח לתובע... נקודת המוצא היא שתביעה בגין הפרה בודדת תזכה את התובע במלוא הסכום (1,000 ₪) כדי שתושג התכלית ההרתעתית. ככל שמספר ההפרות עולה כך גדלה התקרה שבית המשפט רשאי לפסוק, אולם עליו להיעצר בסכום המשקף הרתעה יעילה בנסיבות העניין ולא מעבר לכך".

בעניינו, ובאשר להתנהלות הנתבעת, הגם שנשלחו במקרה זה 32 הודעות של דברי פרסומת,



בית משפט לתביעות קטנות בחיפה

ת"ק 16-04-14969 סלם נ' קופת חיפה - כרטיסים (1989) בע"מ

תיק חיצוני:

1 התרשמתי מעדותו של מר ניר כי הנתבעת עשתה ועושה מאמצים כנים למנוע עד כמה שניתן משלוח
2 דברי פרסומת למי שלא נתן את הסכמתו לכך. בנוסף, למדתי מעדותו כי הנתבעת פעלה לתקן את
3 דרכיה והפסיקה את משלוח דברי הפרסומת מיד לאחר הגשת התביעה. עוד נתתי דעתי לכך שמדובר
4 בפרק זמן קצר יחסית בו נשלחו הודעות הפרסומת אל התובע. הנתבעת שלחה לתובע דברי פרסומת
5 שאינם פוגעניים. בנסיבות אלו, אני סבור כי אין מקום לחייב את הנתבעת בתשלום פיצוי מקסימלי
6 בגין כל הודעת דוא"ל שנשלחה אל התובע. ניתן, להערכתך, להסתפק בחיוב הנתבעת בסכום צנוע
7 בהרבה. סכום המשקף להבנתי את הצורך בהרתעה יעילה – לא יותר ולא פחות מכך.

8

9 סוף דבר, לאחר שנתתי דעתי למכלול השיקולים אשר פורטו לעיל, אני מחייב את הנתבעת לפצות
10 את התובע בסך כולל של 2,000 ₪, בצירוף הפרשי הצמדה וריבית ממועד הגשת התביעה ועד למועד
11 התשלום בפועל. כמו כן אני מחייב את הנתבעת בהוצאות התובע בסך 500 ₪, בצירוף הפרשי הצמדה
12 וריבית מהיום ועד למועד התשלום בפועל.

13

14 ניתן להגיש בקשת רשות ערעור לבית המשפט המחוזי בחיפה בתוך 15 יום ממועד קבלת פסק
15 הדין.

16 המזכירות תשלח את העתק פסק הדין לצדדים, בדואר רשום.

17

18 ניתן היום, י"א חשוון תשע"ז, 12 נובמבר 2016, בהעדר הצדדים.

19

זיו ארילי, שופט

20

21

22

23