בית משפט השלום בהרצליה

תא״מ 7596-02-16 סלמן נ׳ הוט - מערכות תקשורת בע״מ ואח׳

תיק חיצוני:

בפני **כבוד הרשמת בכירה ענת דבי**

תובע **איתי סלמן**

נגד

נתבעות **1.הוט - מערכות תקשורת בע״מ**
2.הוט מובייל בע״מ

פסק דין

1. לפניי תביעה שהגיש התובע כנגד הנתבעות, ואשר עניינה הודעות ספאם אשר לפי הנטען שלחו הנתבעות לטלפון הסלולרי של התובע.

התובע הינו המחזיק בפועל והמשתמש הבלעדי במכשיר טלפון נייד שמספרו: 052-8351727.

נתבעת 1 היא חברה פרטית, העוסקת בין היתר, במכירת שירותי תקשורת, טלוויזיה ואינטרנט. החל מחודש אפריל 2014 ועד היום התובע הינו לקוח של הנתבעת 1, אשר סיפקה לו שירותים של תשתית אינטרנט.

נתבעת 2, היא חברת בת פרטית של הנתבעת 1 ועוסקת במתן שירותי טלפונים ותקשורת.

בכתב התביעה טען התובע, כי הנתבעות שלחו אליו הודעות טקסט אשר הינן דבר פרסומת וכי ההודעות נשלחו אליו ללא הסכמתו ובניגוד להוראות **סעיף 30א לחוק התקשורת (בזק ושירותים), התשמ״ב – 1982** (להלן: ״החוק״). עוד נטען, כי על אף שהתובע ביקש הפסקת משלוח ההודעות- לא חדלו הנתבעות ממשלוח ההודעות.

התובע תבע פיצוי בסך 1,000 ₪ בגין כל הודעת טקסט שנשלחה אליו ובסה״כ, הגיש התובע תביעה על סך 23,000 ₪.

2. נתבעת 1 הגישה כתב הגנה במסגרתו טענה, כי התובע חובר לשירותי תשתית האינטרנט ביום 27.4.14 ובמסגרת ההתקשרות מסר התובע פרטי התקשרות, לרבות טלפון שמספרו 052-8351727. על גבי סיכום המכירה שנשלח לתובע, הודיעה הנתבעת במפורש, כי פרטי ההתקשרות שנמסרו על ידו ישמשו לצורך משלוח הודעות שיווקיות, אלא אם יודיע על סירובו לקבלת הודעות אלה. הודעה

כאמור, נמסרה לתובע גם בהסכם המנוי בשירותי הטלקום המהווה חלק בלתי נפרד מתנאי ההתקשרות. נטען, כי התובע מעולם לא הודיע על סירובו לקבלת ההודעות.

בנוסף, טענה כי חלק מההודעות אותן מצרף התובע לכתב תביעתו, הינן הודעות שירותיות, המיידעות את התובע, בין היתר, בדבר שליחת פרטי עסקה או ביצוע עבודות תשתית או תקלה שנסתיימה ועל כן, אינן נכללות בגדר "דבר פרסומת" כהגדרתו בחוק התקשורת.

עוד נטען, כי שתי ההודעות (מיום 5.4.14 ומיום 7.5.14) כלל לא נשלחו על ידי נתבעת 1.

3. נתבעת 2 הגישה כתב הגנה במסגרתו טענה, כי התובע התחבר לשירותיה ביום 13.10.14 והתנתק משירותיה במהלך שנת 2015.

נתבעת 2 הפנתה לפרק "התנאים הנוספים" בהסכם ההתקשרות בינה לבין התובע, שם נקבע כי נתבעת 2 רשאית לעשות שימוש בפרטים שנשלחו לה ע"י התובע לצורך משלוח דברי פרסומת, אלא אם הודיע לה התובע אחרת.

נתבעת 2 מודה כי שלחה לתובע 4 הודעות: הודעה מיום 2.11.14 שהינה אינפורמטיבית בלבד, והודעות מתאריכים 20.11.15, 24.11.14 ו- 8.12.14, אשר הנתבעת מודה כי הינן הודעות פרסומיות כהגדרתן בחוק.

יחד עם זאת, טוענת הנתבעת כי החל מיום 8.12.14, שהוא מועד ההזדמנות הראשונה בה ביקש התובע להסיר את מספר המנוי שבחזקתו מרשימת התפוצה של נתבעת 2, לא נשלחו הודעות נוספות.

4. בדיון שהתקיים בתביעה, הציג התובע את הודעות הטקסט שנשלחו לטלפון הסלולרי האישי שלו והצדדים חזרו על טענותיהם.

<u>המסגרת המשפטית</u>

5. **<u>הוראות התיקון לחוק</u>**:

סעיף 30א(א) לחוק מגדיר מהו "דבר פרסומת" כדלקמן:

> **"דבר פרסומת" – מסר המופץ באופן מסחרי, שמטרתו לעודד רכישת מוצר או שירות או לעודד הוצאת כספים בדרך אחרת."**

סעיף 30א(א) לחוק מגדיר מהו "מפרסם":

""מפרסם" – מי ששמו או מענו מופיעים דבר הפרסומת כמען להתקשרות לשם רכישתו של נושא הפרסומת, מי שתוכנו של דבר הפרסומת עשוי לפרסם את עסקיו או לקדם את מטרותיו, או מי שמשווק את נושא הפרסומת בעבור אחר..."

סעיף 30א(ב) לחוק קובע:

"לא ישגר מפרסם דבר פרסומת באמצעות פקסימיליה, מערכת חיוג אוטומטית, הודעה אלקטרונית או הודעת מסר קצר, בלא קבלת הסכמה מפורשת מראש של הנמען, בכתב, לרבות בהודעה אלקטרונית או בשיחה מוקלטת; פנייה חד פעמית מטעם מפרסם לנמען שהוא בית עסק, באחת הדרכים האמורות בסעיף קטן זה, המהווה הצעה להסכים לקבל דברי פרסומת מטעמו, לא תיחשב הפרה של הוראות סעיף זה".

6. **<u>האם ניתנה הסכמה מפורשת מראש ובכתב של התובע לקבלת ההודעות?</u>**

6.1. **<u>באשר לנתבעת 1:</u>**

ב"כ נתבעת 1 טענה, כי אימו של התובע חתמה בשמו של התובע על פקודת עבודה מאפריל 2014 לביצוע התקנה של שירותי הנתבעת אצל התובע, שם צוין בין היתר:

"אני מסכים/ה כי מידע שמסרתי ל- HOT יופיע במאגרי המידע של HOT או מי מטעמה רשאית לעשות שימוש במידע הנ"ל לצורך מתן שירותים לפי הסכם זה ולצורך הצעת שירותים ומוצרים נוספים שלה..".

נטען, כי חתימת האם כאמור מהווה הסכמה מטעם התובע לקבלת הודעות הטקסט מן הנתבעת מכוח הוראות **חוק השליחות, תשכ"ה-1965** (להלן: "חוק השליחות") (ש' 26-25 לפרוטוקול). התובע טען מאידך, כי אין בחתימתה של אימו משום הסכמה לקבלת הודעות, שכן בחתימתה אישרה אימו את קבלת המסמכים ולא את תוכנם.

6.2 השאלה היא, האם ניתן לראות בחתימתה של האם על טופס ההזמנה כהרשאה מטעמו של התובע לקבלת ההודעות, והאם ניתן ככלל ליתן הסכמה באמצעות אדם אחר לקבלת הודעות פרסומיות?

מסקנתי הינה כי התשובה לכך הינה שלילית ואבהיר.

6.3 חוק התקשורת מעמיד במרכזו את ההגנה על זכות הפרטיות של הלקוחות והתמודדות עם תופעת ה"ספאם" המתפתחת וגוברת בשנים האחרונות. הגישה בחוק הינה מחמירה, הן בשל היקף תופעת הספאם והן בשל חשיבותה של הזכות עליה בא החוק להגן. הדבר בא לידי ביטוי גם בסע' 30א(ב) לחוק, במסגרתו נדרשת הסכמה מפורשת, מראש ובכתב של הלקוח לקבלת ההודעות. **ברע"א 2904/14 זיו גלסברג נ' קלאב רמון בע"מ** (פורסם בנבו), הבהיר כב' השי' אליקים רובינשטיין כי התיקון לחוק בא להגן על הזכות לפרטיות, אשר הינה זכות יסוד במשפט הישראלי ואשר עוגנה ב**סע' 7 לחוק יסוד: כבוד האדם וחירותו**.

זאת ועוד, **סעיף 1ב' לחוק השליחות חוק השליחות, תשכ"ה-1965** קובע:

> **" כל פעולה משפטית יכולה לשמש נושא לשליחות, <u>חוץ מפעולה שלפי מהותה או על פי דין יש לבצעה אישית</u>"**. (ההדגשה שלי- ע.ד.)

לאור המטרה אשר עמדה בבסיסו של חוק התקשורת ורוחו של החוק סבורני, כי על בית המשפט לדקדק גם בבואו לקבוע מהי הסכמה העונה לקריטריונים אשר נקבעו בחוק. בשל כך, מסקנתי היא, כי אין לקבל הסכמה לקבלת הודעות באמצעות אחר. מסקנה זו נסמכת גם על הוראות חוק השליחות כאמור לעיל. זכות הפרטיות הינה זכות אישית. ההודעות הפרסומיות נשלחות לטלפון האישי של התובע ועל כן, על ההסכמה להיות חתומה ע"י התובע עצמו.

אוסיף ואומר, סעיף ההסכמה מופיע בטופס אשר במהותו הינו טופס לאישור התקנה בבית הלקוח. אין זה בגדר צפיות סבירה של לקוח החותם על טופס מנהלי כזה כי בין השורות תימצא פסקה במסגרתה הוא מביע הסכמתו לקבלת דברי פרסומת מן הנתבע. פיסקת ההסכמה גם מודפסת באותיות קטנות, כאשר על הקורא הסביר לעשות מאמץ על מנת לקראן, אינה ברורה דיה ומנוסחת על דרך ברירת המחדל. יש בכך כדי לחזק את מסקנתי כי לא ניתן לראות בחתימת האם על טופס ההתקנה כהסכמה לקבלת הודעות.

ב"כ נתבעת 1 טענה לחילופין, כי במועד ההתקשרות נשלחו לכתובת הדואר האלקטרוני של התובע סיכום מכירה ותקנון מבצע, הכוללים הודעה מפורשת על כי הפרטים שמסר ישמשו למשלוח הודעות וכי התובע לא השיב כי הינו מסרב למשלוח ההודעות. ברם- אין בידי לקבל טענה זו, העומדת בניגוד ללשונו הברורה של החוק, כי נדרשת הסכמה מפורשת בכתב ומראש. אין לראות במחדלו של התובע להשיב למייל כהסכמה מצידו לקבלת הודעות.

לאור האמור לעיל אני קובעת כי לא ניתנה הסכמה למשלוח דברי פרסומת ע"י נתבעת 1.

6.4. **באשר לנתבעת 2**:

ב"כ נתבעת 2 טענה בדיון כי התובע התקשר עימה טלפונית וכי הסכם ההתקשרות נשלח בדואר אלקטרוני שמסר התובע בטלפון והיה אמור להיות מוחזר לנתבעת 2 חתום על ידי התובע. ברם- לא צורף כל מסמך חתום ע"י התובע. משכך, נתבעת 2 לא עמדה בדרישות אשר נקבעו בחוק.

משכך, אני קובעת כי גם בהתייחס לנתבעת 2 לא ניתנה הסכמה מפורשת למשלוח דברי פרסומת.

7. **האם ניתנה הסכמה שאינה מפורשת?**

7.1 **סעיף 30א(ג) לחוק** קובע:

> **"על אף הוראות סעיף קטן (ב), רשאי מפרסם לשגר דבר פרסומת כאמור באותו סעיף קטן אף אם לא התקבלה הסכמת הנמען, בהתקיים כל אלה:**
>
> **(1)הנמען מסר את פרטיו למפרסם במהלך רכישה של מוצר או שירות, או במהלך משא ומתן לרכישה כאמור, והמפרסם הודיע לו כי הפרטים שמסר ישמשו לצורך משלוח דבר פרסומת מטעמו, באחת הדרכים האמורות בסעיף קטן (ב);**
>
> **(2)המפרסם נתן לנמען הזדמנות להודיע לו כי הוא מסרב לקבל דברי פרסומת כאמור, דרך כלל או מסוג מסוים, והנמען לא עשה כן;**
>
> **(3)דבר הפרסומת מתייחס למוצר או לשירות מסוג דומה למוצר או לשירות האמורים בפסקה (1)."**

7.2 **האם הנתבעות עמדו בתנאי סעיף 30א(ג)?**

נתבעת 1:

נתבעת 1 צירפה פלט ממוחשב בו צוין כי שלחה לתובע בדואר אלקטרוני את מסמכי ההתקשרות אשר בהם צוין במפורש כי הפרטים שנמסרו ישמשו למשלוח הודעות פרסומיות. בפלט צוין כי המייל נשלח לכתובת הדואר האלקטרוני של התובע וכי הוא "נקרא –read".

אלא, שסימון שליחת מסמכי ההתקשרות במייל לתובע כ"נקרא" אינה יכולה להוות הוכחה המעידה כי הנתבעת יידעה את התובע על כך כי הפרטים שמסר ישמשו לצורך משלוח דברי הפרסומת כאשר התובע מכחיש קבלת המייל.

נוכח האמור, אני קובעת כי הנתבעת 1 לא הוכיחה את תנאיו המצטברים של הסעיף.

<u>נתבעת 2</u>:

נתבעת 2 טענה בדיון טענה כי ההסכם ההתקשרות, במסגרתו הודיעה לתובע כי פרטיו ישמשו למשלוח הודעות פרסומיות, נשלח בדואר האלקטרוני אל התובע. ברם - לא הובאה כל ראיה לכך כי הסכם ההתקשרות נשלח לדואר האלקטרוני של התובע.

נוכח האמור, אני קובעת כי נתבעת 2 לא עמדה בתנאיו המצטברים של סעיף 30(א)ג' לחוק.

<u>האם ההודעות נשוא התביעה נכנסות בגדר התיקון לחוק?</u>

8. **<u>האם הנתבעות הינן "מפרסם"?</u>**

עיון בהגדרת "מפרסם" בסעיף 30א(א) לחוק מלמד כי הנתבעות אכן נכנסות בגדרה של ההגדרה, שכן הודעות הטקסט באו על מנת לפרסם את עסקיהן של הנתבעות.

9. **<u>האם הודעות הטקסט נכנסות בגדר הגדרת "דבר פרסומת" כאמור בסע' 30א(א) לחוק?</u>**

החוק מגדיר "דבר פרסומת" כמסר המופץ באופן מסחרי ואשר מטרתו לעודד רכישת מוצר או שירות או לעודד הוצאת כספים בדרך אחרת. לשון החוק הינה ברורה בעניין זה.

לעניין זה יפים דבריה של כב' השי' חיות ברע"א 1621/16 **MEGA ADVANCED MATHEMATICAL SYSTEM LTD נ' עו"ד עמית זילברג** (פורסם בנבו):

"סעיף 30א(א) לחוק התקשורת מגדיר דבר פרסומת כ"מסר המופץ באופן מסחרי, שמטרתו לעודד רכישת מוצר או שירות או לעודד הוצאת כספים בדרך אחרת".

הגדרה זו חלה גם על הודעות פרסומיות המציעות הטבות שונות במטרה למשוך את מי ששוגרו אליהם להתקשר עם מי שאת עסקיו הן נועדו לקדם. יפים לעניין זה דבריו של יו"ר ועדת הכלכלה דאז ח"כ גלעד ארדן במהלך דיוני הוועדה בסעיף 30א לחוק התקשורת: יש גם טריקים פרסומיים, שכותבים לך: "זכית בחבילת נופש חינם", וכאשר אתה מתקשר מסתבר שזה עניין שיווקי. ... ככל שזה יהיה כרוך בדבר מה נוסף שיווקי או פרסומי, זה [הסעיף] יחול בוודאי. החוק נועד לסגור את כל הפרצות ולמנוע התחכמויות למי שלא מעוניין (ראו: פרוטוקול מס' 6 מישיבת הוועדה המשותפת של ועדת הכלכלה וועדת המדע והטכנולוגיה, הכנסת ה- 17, בעמ' 9 (1.4.2008))"

<u>ובענייננו</u>:

10. **<u>הודעות שנשלחו לתובע מטעם הנתבעת 1</u>**:

הודעות מיום 19.1.14, 20.1.14 ו- 21.1.14, נשלחו לתובע מטעם הנתבעת 1 בהיותו לקוח הנתבעת, במטרה לאשר את פרטי העסקה שבוצעה עם התובע. הודעות אלה, אינן מהוות "דבר פרסומת", שכן לא נשלחו במטרה לעודד רכישת מוצר או שירות או לעודד הוצאת כספים בדרך אחרת.

הודעה מיום 22.3.15 נשלחה לתובע בהיותו לקוח נתבעת 1, לצורך עדכון בעבודות תשתית המתבצעות ושיבושים שייתכנו. גם הודעה זו אינה מהווה "דבר פרסומת".

הודעה מיום 19.10.15 נשלחה לתובע מטעם נתבעת 1 לצורך עדכונו כי כלל השירותים שבו לפעילות תקינה. הודעה זו אינה מהווה "דבר פרסומת".

הודעות מיום 26.12.14 ומיום 28.10.15, הינן הודעות שירות אינפורמטיביות המעודדות את הלקוח לבצע פעולות בשירות עצמי באמצעות שימוש באתר האינטרנט של הנתבעת, לצורך קיצור זמני המתנת הלקוח למענה אנושי לביצוע אותן פעולות בדיוק. הודעות אלה נשלחו לתובע במועד בו היה לקוח של הנתבעת. הודעות אלה אינן הודעות פרסומיות כלשונן בחוק התקשורת, שכן נשלחו לתובע שלא לצורך שיווק או קידום עסקי הנתבעות, אלא לצורך ייעול השירות שמציעות הנתבעות לתובע בהיותו לקוח הנתבעות.

לעניין הודעות מיום 4.5.14 והודעה מיום 7.5.14, טוענת הנתבעת 1 כי מספר הטלפון ממנו נשלחו ההודעות אינו של הנתבעת 1. ברם- אין בטענה זו כל רבותא, שכן החוק קובע כי האחריות חלה על מי שתוכנו של דבר הפרסומת מפרסם את עסקיו או מקדם את מטרותיו.

שתי ההודעות הנ"ל מפרסמות את הנתבעת 1, מציינות את שמה לצורך רכישת נושא הפרסומת-הצטרפות לשירותי הנתבעת 1, כלומר, שיווקה של נתבעת 1. הודעות אלה הינן פרסומיות.

על כן, אני קובעת כי נתבעת 1 אחראית למשלוח הודעות פרסומיות מיום 4.5.14 ומיום 7.5.14.

אין מחלוקת כי הודעות מתאריכים 26.8.14, 20.10.14, 19.5.14, 10.6.14, 7.7.15, 3.9.15, מהוות "דבר פרסומת".

אשר על כן, נתבעת 1 שלחה סך הכל 8 הודעות פרסומיות לתובע.

11. **<u>הודעות שנשלחו מטעם הנתבעת 2:</u>**

הנתבעת 2 מודה כי שלחה סה"כ 4 הודעות לתובע.

הודעה מיום 2.11.14 שנשלחה לתובע מעודדת את הלקוח לבצע פעולות בשירות עצמי באמצעות שימוש באתר האינטרנט של הנתבעות, לצורך קיצור זמני המתנת הלקוח למענה אנושי ועל כן, אינה עומדת בגדרה של ההגדרה "דבר פרסומת".

לעניין הודעות מיום 20.11.15 24.11.14 ו- 8.12.14 אין מחלוקת כי הינן הודעות פרסומיות כהגדרת החוק.

משמע: נתבעת 2 שלחה בסה"כ 3 הודעות פרסומיות.

12. **<u>האם התובע שלח הודעת סירוב</u>**?

התובע טוען בכתב התביעה כי שלח חמש הודעות סירוב לשלושה מספרים שונים.
אולם, התובע מצרף כנספח אך ורק שתי הודעות סירוב ששלח, האחת ביום 19.5.14 לנתבעת 1, והשנייה ביום 8.12.14 לנתבעת 2.

<u>הודעת הסירוב לנתבעת 1 מיום 19.5.14</u>

הנושא שנוי במחלוקת.

הנתבעת 1 טוענת כי מעולם לא התקבלה אצלה בקשה ו/או הודעה על סירובו לקבלת הודעות כאמור. הנתבעת צירפה לכתב הגנתה נספח מטעם חברת 'יוניסל', ספקית התשתית למשלוח הודעות ו/או קבלת הודעות הסרה, אשר אישרה כי הודעה כאמור לא נתקבלה.

בדיון הפנתה ב"כ הנתבעת 1 לצילום הודעת הסירוב של התובע, כאשר בראש המסך רשום "אין כרטיס סים", בעוד שביתר ההודעות שצירף התובע, מופיע כי יש כרטיס סים. נטען, כי משמעות הדבר היא כי לא היה כרטיס סים במכשיר הפלאפון ובפועל ההודעה לא נשלחה.

נוכח האמור, קיימת אי בהירות באשר למשלוח ההודעה בפועל ולא ניתן לקבוע כי הודעת הסירוב אכן נשלחה לנתבעת 1.

<u>הודעת הסירוב לנתבעת 2 מיום 8.12.14</u>

אין מחלוקת כי הודעת הסירוב נתקבלה אצל נתבעת 2. הנתבעת ציינה, כי התובע צבר מספר הודעות ורק לאחר מכן שלח את הודעת הסירוב האמורה, ומיד לאחר קבלתה אצל נתבעת 2 הוסרו ההודעות.

13. **<u>גובה הפיצוי</u>**

סעיף 30א(י)(1) לחוק קובע כדלקמן:

"שוגר דבר פרסומת ביודעין בניגוד להוראות סעיף זה רשאי ביהמ"ש לפסוק בגין הפרה זו פיצויים שאינם תלויים בנזק (בסעיף זה – פיצויים לדוגמה), בסכום שלא יעלה על 1000 ₪ בשל כל דבר פרסומת שקיבל הנמען בניגוד להוראות סעיף זה."

סע' 30א(י)(3) קובע:

"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"

כב' הש' רובינשטיין התייחס לסוגית גובה הפיצוי בפסק דין גלסברג וקבע:

"לטעמי, בבואם לפסוק פיצוי לדוגמה לפי סעיף 30א(י) לחוק התקשורת, על בתי המשפט לראות ברף העליון שהציב המחוקק – 1,000 ₪- נקודת מוצא, ממנה כמובן ניתן להפחית, במקרים המתאימים. ברי, כי אין משמעות הדבר שכל אימת שפלוני יפר את סעיף 30א,

תיק חיצוני:

ייפסק פיצוי לדוגמא בשיעור המירבי הנקוב בחוק, ויש להביא בחשבון את מכלול הנסיבות, לרבות השיקולים המנויים בסעיף 3א(י)(3)."

עוד קבע כב' השי' רובינשטיין, כי:

"הפיצויים הניתנים על פי סעיף 30א לחוק הם כאמור פיצויים דוגמא, דהיינו- אינם נגזרים ישירות ממידת הנזק הקונקרטי אשר נגרם למאן דהוא. בפיצויים מעין אלה, לא הטיל המחוקק על הנפגע חובה שבדין להקטין את נזקו (ואין באמור, כמובן, כדי להפחית מחובתו של הנפגע, ככל בעל דין בכל עניין משפטי, לנהוג בתום לב)"

"אין בדברים אלה כדי למנוע בתי המשפט, בקביעת גובה הפיצויים שיש לשלמם על הפרת סעיף 30א לחוק, לשקלל בין יתר הגורמים גם את העובדה שהמעוול איפשר להסיר את שמו של הניזוק מרשימת תפוצת דברי הפרסומת בקלות יחסית, וכל העושה כן הרי זה משובח וייפטר מן המטרד במהרה; אולם הדגש הוא על האופן בו התנהג המעוול ולא על חובתו של הניזוק להקטין את נזקו."

נמצאנו, כי הפיצוי בחוק הינו עונשי ומטרתו הינה לעודד אכיפה פרטית כנגד תופעת ה"ספאם" לצורך בלימתה של תופעה זו. ליבו של הפיצוי נעוץ באופן בו התנהג המעוול והחוק לא הטיל על הניזוק חובה להקטין את נזקו. ברם- בית המשפט רשאי לקחת בחשבון שיקוליו את סוגיית תום ליבו של הניזוק.

14. לאחר ששקלתי כל השיקולים הרלוונטיים, אני מחייבת את נתבעת 1 לשלם לתובע סך של 800 ₪ בגין כל הודעה פרסומית שנשלחה, ובסה"כ סך 6,400 ₪.

אני מחייבת את נתבעת 2 לשלם סך 1,000 ₪ בגין כל הודעה פרסומית שנשלחה לתובע, סה"כ 3,000 ₪.

הסכומים ישולמו בתוך 30 יום.

בנסיבות בהן מצאתי כי חלק מן ההודעות אינן הודעות ספאם אלא הודעות שירותיות והחלק האחר הינו הודעות ספאם, אין צו להוצאות.

המזכירות תשלח פסק הדין לצדדים.

תיק חיצוני:

ניתן היום, ב׳ שבט תשע״ז, 29 ינואר 2017, בהעדר הצדדים.