



בית משפט לתביעות קטנות בירושלים

ת"ק 16-11-5369 כהן נ' בית דפוס "דפוס סדר צלם"

ת"ק 16-11-5444 כהן נ' סחר במט"ח real forex

לפני כבוד הרשמת בכירה עדי בר-טל

התובעת

צפורה כהן

נגד

נתבעות

1. בית דפוס "דפוס סדר צלם"

2. אר. אפ. אקס גלובל טריידינג בע"מ

פסק דין

- 1
- 2
- 3
- 4
- 5
- 6
- 7
- 8
- 9
- 10
- 11
- 12
- 13
- 14
- 15
1. לפניי שתי תביעות שהוגשו על ידי תובעת אחת, למתן פיצוי ללא הוכחת נזק, וזאת מכח סעיף 30 א' לחוק התקשורת (בזק ושידורים), התשמ"ב – 1982 (להלן: "חוק התקשורת").
 2. בנוגע לנתבעת 1 התובעת טוענת, כי זו שלחה 39 הודעות פרסום לדואר האלקטרוני שלה, המשמש אותה במסגרת עבודתה כדיאטנית קלינית. לטענת התובעת, דברי הפרסומת כללו מסר מסחרי, שמטרתו לעודד אותה לרכוש מוצר או שירות מהנתבעת 1. התובעת צירפה לתביעתה את כל ההודעות שנשלחו אליה. התובעת מוסיפה בכתב תביעתה וטוענת כי היא לא מסרה לנתבעת 1 את כתובת הדואר האלקטרוני אליה נשלחו דברי הפרסומת ואף לא נתנה הסכמתה המפורשת לשלוח אליה דברי פרסומת מהנתבעת 1.
 3. נוכח האמור תובעת התובעת פיצויים ללא הוכחת נזק, בהתאם להוראות סעיף 30א (י) (1) לחוק התקשורת, בסכום של 1,000 ₪ לכל דבר פרסומת שקיבלה מהנתבעת 1. התביעה צומצמה והיא עומדת על סך 33,000 ₪, כגבול סמכותו של בית משפט לתביעות קטנות.
 4. טענות התובעת כלפי הנתבעת 2 הינן זהות, למעט העובדה שהנתבעת 2 שלחה אל התובעת, כטענתה, 34 הודעות פרסומת. גם במקרה זה הועמד סכום התביעה על סך של 33,000 ₪, כגבול סמכותו של בית משפט לתביעות קטנות.



בית משפט לתביעות קטנות בירושלים

ת"ק 16-11-5369 כהן נ' בית דפוס "דפוס סדר צלם"

ת"ק 16-11-5444 כהן נ' סחר במט"ח real forex

5. בתגובה לתביעה, טוענת הנתבעת 1, כי לא היא שלחה לתובעת הודעות דואר אלקטרוני מטעמה וכי המיילים נשלחו מטעם חברת גוגל, אשר הנתבעת 1 משלמת לה בעבור פרסום. עוד טוענת הנתבעת 1 כי כשמקבלים תיבת דואר חינוס מחברת גוגל, גוגל מחתימה על תנאים הכוללים, בין היתר, אישור משלוח פרסומות. הנתבעת 1 מפנה את התובעת לתבוע את גוגל. מנהל הנתבעת 1, הבהיר בכתב ההגנה, כי התקשר לתובעת והסביר לה כי המפרסמת היא ככל הנראה חברת גוגל ולא הנתבעת 1, אך לדברי הנתבעת 1 התובעת לא הסכימה עימה. הנתבעת 1 צירפה לכתב הגנתה את חשבוניות התשלום ששילמה לחברת גוגל בעבור ביצוע פרסומות. כמו כן צירפה הנתבעת 1 לכתב הגנתה דוגמא של אחת מהודעות הדואר האלקטרוני הנטען שנשלחו לתובעת. ניתן לראות כי השולח הינו: mail-noreply@google.com.
6. הנתבעת 2 טוענת בכתב הגנתה, כי היא חברה בעלת רישיון, המנהלת זירת מסחר עצמאית. אף הנתבעת 2 התקשרה עם חברת גוגל העולמית בכדי לפרסם את שירותיה באמצעות פלטפורמות המדיה והשירותים שזו מציעה. הנתבעת 2 מצרפת אסמכתאות להתקשרותה עם חברת גוגל.
7. הנתבעת 2 מוסיפה וטוענת כי דין התביעה להידחות על הסף בהיעדר עילה כנגדה. לטענתה, היא מעולם לא שלחה ישירות אל התובעת דברי פרסום או שיווק, בהסכמה או שלא בהסכמה.
8. הנתבעת 2 מסבירה, כי כאשר משתמש פותח תיבת דואר אלקטרוני בחברת גוגל (חשבון גוגל) הוא נידרש לתת הסכמתו לתנאים והגבלות של חשבון הדואר האלקטרוני, ובין היתר הוא נותן לגוגל הסכמה להראות לו פרסומות בתוך תיבת הדואר האלקטרוני, במקום ייעודי המוקצה לכך.
9. לטענת הנתבעת 2, הפרסומים המוצגים בתביעה הינם "באנרים" שהוצגו במקום המיועד להם. מדובר במודעות שאינן מהוות חלק מהמייל ומופרדות ממנו. זאת ועוד בטרם פתיחת פרסומות אלו רשום עליהן כי הן "מודעה", להבדיל מהמיילים עצמם.
10. בשל העובדה שדבר הפרסום אינו נשמר ונעלם לאחר תקופה, התובעת, בפעולה מכוונת, פתחה את דבר הפרסומת והעבירה אותו לתיבת הדואר הנכנס שלה, תוך לחיצה על כפתור "שמור בתיבת הדואר הנכנס". כאשר הפרסומת נשמרת בתיבת הדואר, מתקבלת תצורה של פרסומת כעולה מהתביעה, כאילו מדובר במייל שנשלח מ - mail-



בית משפט לתביעות קטנות בירושלים

ת"ק 16-11-5369 כהן נ' בית דפוס "דפוס סדר צלם"

ת"ק 16-11-5444 כהן נ' סחר במט"ח real forex

- 1 noreply@google.com. הנתבעת 2 אף מפנה לפרסומת מיום 22.8.16 שצורפה לכתב
2 התביעה, ומצביעה על כך שאין מדובר בפרסום אודותיה, אלא בפרסום של חברה מתחרה.
3 למרות זאת המייל ממנו נשלח הפרסום הינו אותו מייל של גוגל – mail-
4 noreply@google.com (ראה נספח ג' לכתב ההגנה).
- 5 הנתבעת 2 מבקשת להדגיש כי התצורה המופיעה בנספחי התביעה, אינה התצורה
6 המתקבלת אצל משתמשי גוגל, אלא נערכה מניפולציה (פעולה מכוונת) להכנסת הפרסומת
7 לתוך המייל.
- 8 גם לטענת הנתבעת 2, ככל שקיימת יריבות כלשהי, היא של התובעת כלפי חברת גוגל בלבד.
9 ביום 18.5.17 התקיים דיון בתובענות אלו. אציינו כי כבר בתחילת הדיון, ובהסכמת הצדדים,
10 אוחד הדיון בשתי התביעות, אשר עוסקות באותה סוגיה ומעלות את אותן שאלות.

דיון והכרעה:

- 11
- 12 הנתבעת הוגשה בטענה להפרת סעיף 30 א לחוק התקשורת, הקובע כדלקמן:
- 13 "ב) לא ישגר מפרסם דבר פרסומת באמצעות פקסימיליה, מערכת חיגוג אוטומטי,
14 הודעה אלקטרונית או הודעת מסר קצר, בלא קבלת הסכמה מפורשת מראש של הנמען,
15 בכתב, לרבות בהודעה אלקטרונית או בשיחה מוקלטת; פנייה חד-פעמית מטעם מפרסם
16 לנמען שהוא בית עסק או לנמען לשם קבלת תרומה או תעמולה, באחת הדרכים האמורות
17 בסעיף קטן זה, המהווה הצעה להסכים לקבל דברי פרסומת מטעמו, לא תיחשב הפרה של
18 הוראות סעיף זה..."
- 19 "דבר פרסומת" מוגדר כ"מסר המופץ באופן מסחרי, שמטרתו לעודד רכישת מוצר או
20 שירות או לעודד הוצאת כספים בדרך אחרת".
- 21 "מפרסם" מוגדר כ"מי ששמו או מענו מופיעים בדבר הפרסומת כמען להתקשרות לשם
22 רכישתו של נוסא דבר הפרסומת, מי שתוכנו של דבר הפרסומת עשוי לפרסם את עסקיו
23 או לקדם את מטרותיו, ובכלל זה לקדם קבלת תרומות או תעמולה, או מי שמשווק את
24 נוסא דבר הפרסומת בעבור אחר; לעניין זה, לא יראו כמפרסם מי שביצע, בעבור אחר,
25 פעולת שיגור של דבר פרסומת כשירות בזק לפי רישיון כללי, רישיון מיוחד או מכוח היתר
26 כללי, שניתנו לפי חוק זה".



בית משפט לתביעות קטנות בירושלים

ת"ק 16-11-5369 כהן נ' בית דפוס "דפוס סדר צלם"

ת"ק 16-11-5444 כהן נ' סחר במט"ח real forex

15. אין מחלוקת בין הצדדים, כי ההודעות המצורפות לכתב התביעה מהוות דבר פרסומת מסחרית שנועדה למשוך לקוחות לצורך רכישת מוצר או שירות אצל הנתבעות. המחלוקת הינה בנוגע לעניינים הבאים: האם הודעת הפרסומת נשלחה באמצעות הודעה אלקטרונית ונמצאת בתוך תיבת המיילים של התובעת; האם האחריות למודעות אלו רובצת לפתחה של חברת גוגל באופן בלעדי או גם לפתחן של הנתבעות; האם התובעת הסכימה לקבל מודעות פרסום אלו.

7 האם הודעות הפרסומת נשלחו אל התובעת באמצעות הודעה אלקטרונית

16. לצורך בחינת שאלה זו עלינו לבדוק כיצד מוגדרת "הודעה אלקטרונית". מונח זה הוגדר בסעיף 30 א(ב) לחוק התקשורת: "הודעה אלקטרונית" – מסר בזק מקודד המועבר ברשת האינטרנט אל נמען או קבוצה של נמענים, וניתן לשמירה ולאחזור בדרך ממוחשבת".

17. נראה כי אין מחלוקת בנוגע להתקיימות שלוש התנאים הראשונים: מדובר במסר בזק המועבר ברשת האינטרנט אל נמען. השאלה היא - האם מסר זה ניתן לשמירה ואחזור בדרך ממוחשבת?

18. התובעת טענה, במילותיה שלה, כי הדרך היחידה לשמור את הפרסומות המדוברות, הינה על ידי שליחת הפרסומת לתוך תיבת הדואר הנכנסת שלה (inbox). כלומר, הפרסומת הזו, אינה ניתנת לשמירה באופן רגיל בלחיצת כפתור השומר את הפרסומת, אלא על התובעת לפעול באופן אקטיבי, וכדי לשמור את הפרסומת, עליה להכניסה לתוך תיבת המייל שלה, באמצעות שליחת דואר לתוך תיבת המייל. וכעדות התובעת בעמ' 1 שורות 18-23 לפרוטוקול הדיון:

20 "ת. אני מקבלת לאימייל שלי, זה נמצא ברשתות החברתיות או ב"קידומי מכירות" מה
21 שאני צריכה לעשות זה אני נכנסת ולא ניתן להסיר את ההודעות האלה, או פרסומות אלו
22 ומה שאני צריכה לעשות להעביר את זה למייל שלי ולצלם את זה.... אפשר לפתוח את
23 ההודעות, אבל כדי להוכיח שזה נשלח אלי הייתי צריכה להעביר את זה לדואר הנכנס שלי
24 כי זה מגיע למייל." ההדגשה אינה מקור – ע.ב.

19. אם כן ברור, כי להבדיל ממייל רגיל, הנשלח לתיבת הדואר, במקרה הנדון מדובר בתצורה אחרת של פרסומת אשר, הגם שהתובעת העידה שמופיעה במייל שלה, היא אינה נמצאת בתוך תיבת הדואר עצמה, אלא מחוצה לה. כדי לשמור את הפרסומת, יש להכניסה



בית משפט לתביעות קטנות בירושלים

ת"ק 16-11-5369 כהן נ' בית דפוס "דפוס סדר צלם"

ת"ק 16-11-5444 כהן נ' סחר במט"ח real forex

- 1 באמצעות העברה למייל, אל תוך תיבת הדואר. רק באמצעות העברה זו למייל, מקבלים את
2 הפרסומות בתצורה שצורפה לכתב התביעה.
- 3 עוד אציין, כי במהלך הדיון הדגימה הנתבעת 2 באמצעות מכשיר הפלאפון שלה, כיצד הדבר
4 מתבצע, והתובעת אכן אישרה זאת שוב.
- 5 הן בכתב ההגנה מטעם הנתבעת 2 והן מההדגמה באולם בית המשפט עולה, כי אותה
6 פרסומת נמצאת בתוך רובריקת "קידומי מכירות", אך במופרד מיתר המיילים ובריבוע
7 עליון נפרד. כמו כן, להבדיל מיתר המיילים באותה רובריקה, על פרסומת זו מצוין, כי
8 מדובר בהודעה. ראה סעיף 16.1 לכתב ההגנה והתמונה המצורפת שם.
- 9 הלכה למעשה, הנתבעות טוענות, כי מדובר ב"באנר" (הודעה מתפרצת) ולא במייל וכי חוק
10 התקשורת כלל לא כיוון לפרסומות מסוג זה.
- 11 טענה זו של הנתבעות בדבר שונות הפרסומות הנדונות מפרסומות המתקבלות למייל ואשר
12 עליהן חל חוק התקשורת, מקובלת עליי. הפרסומות נשוא התביעה, אכן שונות במהותן
13 ובצורתן ממיילים שמתקבלים לתוך תיבת הדואר: מדובר בפרסומת המופרדת מהמיילים;
14 היא בעלת תצורה שונה; היא לא נכנסת לתוך תיבת המיילים אלא אם מכניסים אותה
15 באופן אקטיבי; היא נעלמת לאחר תקופה ואינה נשמרת בתוך תיבת הדואר הנכנס; כתוב
16 עליה באופן מפורש כי מדובר בהודעה.
- 17 עניין דומה נדון אצל כבוד השופט גרוסקופף בתצ (מרכז) 1862-11-12 יוסף טויסטר נגד
18 google inc (פורסם בנבו מיום 8.9.14) (להלן: "עניין טויסטר"). שם טענו הצדדים כי
19 המחוקק לא התכוון לאסור פרסומות המוצגות באתרי תוכן. כראיה צוטטו חילופי דברים
20 מועדת הכלכלה וועדת המדע של הכנסת בעניין הצעת חוק התקשורת שהתקיימה ביום
21 1.4.2008 עמ' 48 לפרוטוקול:
- 22 "היו"ר ארדן: אבל החוק לא חל אם אני כרגע גולש ב – YNET ויש הודעה מתפרצת.
23 עו"ד גירון: על באנרים וכאלה זה לא חל."
- 24 אם כן, "באנרים" ודומיהם לא נכללו במסגרת החוק. נוכח האמור המסקנה המתבקשת
25 הינה כי הפרסומות נשוא התביעה לא נשלחו באמצעות הודעה אלקטרונית, ולפיכך אינן
26 נכנסות לתחולת סעיף 30 א(ב) לחוק התקשורת.



בית משפט לתביעות קטנות בירושלים

ת"ק 16-11-5369 כהן נ' בית דפוס "דפוס סדר צלם"

ת"ק 16-11-5444 כהן נ' סחר במט"ח real forex

26. קביעה זו עולה בקנה אחד עם התכלית שלשמה חוקק תיקון מספר 40 לחוק התקשורת ואשר באה להתמודד עם בעיות של הודעות פרסום פוגעניות; בעיות של פגיעה בפרטיות הנמען שכתובת הדואר האלקטרוני שלו הועברה ללא הסכמתו; ובעיית יעילות ובזבוז זמן בשל צורך בסינון והפרדה בין ההודעות הרצויות לבין כלל ההודעות המתקבלות. ראה בעניין זה רע"א 1954/14 **אילן חזני נגד שמעון הנגבי** (פורסם בנבו מיום 4.8.14) (להלן: "**פס"ד חזני**"). שם עמד בית המשפט העליון בהרחבה על הקשיים והבעיות שדואר הספאם גורם, לרבות מבחינה כלכלית, כאשר מחקרים מצאו שהזמן המבוזבז לטיפול בדואר זבל בארה"ב בלבד, הסב נזקים המגיעים לכדי 20 מיליארד דולר בשנה בגין אובדן פריון בעבודה. כמו כן נמצא כי כ- 20% מהתשלום החודשי לספקי הרשת מיוחס לעלויות הטיפול בדואר הזבל.
27. מצאתי לנכון לציין נתונים אלו, שכן הם מחדדים את העובדה שהמקרה הנדון לא נמנע עם המקרים בגינם חוקק תיקון 40 לחוק התקשורת. הפרסומות נשוא התביעה מופרדות באופן ברור מיתר דברי הדואר ואין שום צורך במיון או מחיקתן, בהינתן כי הן נעלמות לאחר פרק זמן. הפרסומות אף לא תופסת נפח בתיבת המיילים.
28. בעניין זה אציין עוד, כי התובעת בעדותה טענה שהפרסומות "קופצת לה לעין" וכי היא פותחת את המייל שלה ברובריקה של "קידומי מכירות", הואיל ושם מקבלים חשבונות של אשראי ומים (עמ' 2 שורות 9-15 וכן עמ' 1 שורה 27 לחקירה). בפועל, ובהתאם להדגמה שבוצעה בדיון, הדגמה שהתובעת אישרה, ניתן היה לראות שהפרסומות כאמור מופרדות מהמיילים ברובריקה זו, כך שאין צורך לפותחה. זאת ועוד, הפרסומות אינה מתריעה על קבלת מייל חדש. אציין כי לא הוצג בפניי ערוב בין הודעות בגין חשבונות מים ואשראי לבין הפרסומות נשוא התביעה.
29. אוסיף, כי במקרה הנדון, אף אם היינו מוצאים שכל ארבע התנאים בבסיס הגדרת "**הודעה אלקטרונית**" מתקיימים, עדיין קשה היה לקבוע כי קיימת הפרה של חוק התקשורת במקרה הנדון, וכי הפרסומות הועברו ב"הודעה אלקטרונית". מקובלת עליי בעניין זה קביעתו של כבוד השופט גרוסקופף בעניין **טויסטר**. אכן לא ניתן לפרש את הגדרת המונח "**הודעה אלקטרונית**" כפשוטה ויש לבחון את הדברים בהיבט הטכנולוגיה המתקדמת, המקדימה את החקיקה, וכן לנוכח התכלית העיקרית של החוק והיא - לחסוך מהמשתמשים ברשת את הטרדה הכרוכה בטיפול בדבר הפרסומות. מקום בו לא קיימת כלל טרחה כזו, הרי שקיים ספק ממשי לכך שהפרסומות היא אכן פרסומות מהסוג אותה ביקש המחוקק למנוע.



בית משפט לתביעות קטנות בירושלים

ת"ק 16-11-5369 כהן נ' בית דפוס "דפוס סדר צלם"

ת"ק 16-11-5444 כהן נ' סחר במט"ח real forex

30. מכל מקום, כאמור, במקרה הנדון בהינתן כי מדובר בפרסומת שנעלמת באופן אוטומטי ואין צורך "לטפל" בה, הרי שלא מדובר בפרסומת אסורה על פי תיקון 40 לחוק התקשורת. ראה עניין **טויסטר** (סעיף 24 לפסק הדין). שם דובר על שירות Remarketing אך עניין זה דומה לענייננו:
- 1
2
3
4
- 5 "מודעות הפרסומת שגוגל מציבה באתרי התוכן השונים אינן מועברות לגולש באמצעות תוכנה המיועדת לקבלה, לשליחה ולניהול של מסרים מסוג זה על פי רצון המשתמש. כתוצאה מכך אין הפרסומות הללו מטילות על המשתמש את הנטל לטפל בהן לאחר שיעזוב את אתר התוכן אליו גלש – הן נעלמות מעולמו באופן אוטומטי, וללא שהמשתמש נדרש לעשות פעולה מצדו על מנת שלא יתקל בהן בעתיד במערכת הדואר האלקטרוני בה הוא משתמש".
- 6
7
8
9
10
31. יכולנו כבר בשלב זה לסיים ולקבוע כי דין התביעה להידחות, אלא שהנתבעות העלו טענות נוספות שראוי לדון בהם ולו בקצרה.
- 11
12
- 13 **האם הנתבעות ידעו שחברת גוגל המהווה קבלן עצמאי מפרה את הוראות החוק**
32. הנתבעות טוענות, כי הן שכרו את שירותי חברת גוגל לצורך ביצוע פרסום וכי אם אכן מדובר בפרסומות אסורות לפי חוק התקשורת, הרי שיש לפנות בעניין זה לחברת גוגל המהווה קבלן עצמאי.
- 14
15
16
33. התובעת מנגד טוענת, כי אין לראות בחברת גוגל אחראית, שכן לעמדתה חברת גוגל מהווה קבלן ביצוע של הנתבעות (עמ' 2 לפרוטוקול שורה 13).
- 17
18
34. הנתבעות טענו, כי אין בידן הסכם התקשרות כתוב מול חברת גוגל, אך צירפו לכתבי ההגנה חשבוניות תשלום לגוגל בגין פרסום.
- 19
20
35. מהפרסומות שצורפו לכתב התביעה עולה, כי הן נשלחו על ידי חברת גוגל ועל כך אין מחלוקת אף עם התובעת. בעניין זה אפנה לנספח ג' לכתב ההגנה מטעם הנתבעת 2, שהינו פרסום של **חברה מתחרה לנתבעת 2**, אך המייל ממנו כביכול נשלח פרסום זה, הינו אותו מייל ממנו נשלחו הפרסומות נושא התביעה - mail-noreply@google.com.
- 21
22
23
24
36. הנתבעת 2 הוסיפה, שהמייל של התובעת אינו רשום אצלם. הם חיפשו בכל המערכות של הנתבעת 2 וכתובת המייל שלה אינה מוכרת. נציגת הנתבעת 2 הבהירה בעדותה (עמ' 3 שורות 8-9): "אנחנו יכולים להגיד בוודאות שלא שלחנו שום מייל לכתובת מייל הזה."
- 25
26
27



בית משפט לתביעות קטנות בירושלים

ת"ק 16-11-5369 כהן נ' בית דפוס "דפוס סדר צלם"

ת"ק 16-11-5444 כהן נ' סחר במט"ח real forex

- 1 סעיף 30א (ט) לחוק התקשורת מפנה בעניין זה לסעיף 15 לפקודת הנזיקין, המטפל במערכת
2 היחסים שבין מזמין לקבלן עצמאי:
- 3 **"15. לענין פקודה זו, העושה חוזה עם אדם אחר, שאיננו עובדו או שלוחו, על מנת שיעשה**
4 **למענו מעשה פלוני, לא יהא חב על עוולה שתצמח תוך כדי עשיית אותו מעשה; הוראה זו**
5 **לא תחול באחת מאלה:**
- 6 ...
- 7 ..
- 8 **(3) הוא הרשה או אישר את המעשה שגרם לפגיעה או לנזק."**
- 9 סוגיה זו נדונה בהרחבה ברע"א 2059/16 א.א. קליניקות כרמל בע"מ נ' מור כהן (פורסם
10 בנבו מיום 27.7.16) (להלן: **"עניין מור כהן"**). כבוד השופטת חיות קבעה כי לצורך הוכחת
11 קיומו של החריג אשר בסעיף 15 (3) לפקודת הנזיקין, יש להוכיח, כי הנתבעת היתה מודעת
12 לכך שנשלחו בשמה דברי פרסומת מפרים, וכי לצורך כך אין די בהיעדר פיקוח של הנתבעת
13 על חברת הפרסום שפעלה בשמה, כדי להטיל אחריות על הנתבעת. אולם נקבע, כי אין
14 לשלול שהסכמה להתנהלותה הפסולה של חברת הפרסום, יכולה להינתן על ידי הנתבע אף
15 בשתיקה.
- 16 במקרה הנדון לא הובאו ראיות ואף לא נטען באופן מפורש לאישור או הרשאה שנתנו
17 הנתבעות לגוגל לבצע פרסום אסור על פי חוק התקשורת. נוכח האמור אינני קובעת
18 מסמרות בסוגיה זו לענייננו.
- 19 אציין, כי נציג הנתבעת 1 נשאל על ידי בית המשפט בנוגע לידיעתו אודות ההפרה הנטענת,
20 והוא הבהיר כי הוא לא אחראי על הפרסומים. הוא שוחח אחרי קבלת התביעה עם חברת
21 גוגל והפנה אותם לנטען בתביעה ולדבריו הם טענו שהם **"עוד לא שמעו על מישהו שתובע**
22 **על עניין כזה"** (עמ' 4 שורות 6-11). גם מר רוקח מטעם הנתבעת 2 העיד (עמ' 4 שורות 26-28)
23 כי לפי ההסכם מול גוגל הם מעבירים לחברת גוגל את התכנים וחברת גוגל מחליטה איפה
24 להציג את התכנים ולמי. בכל מקרה וזאת הודגש מספר פעמים במהלך הדיון, הנתבעות כלל
25 אינן סבורות שבוצעה כאן הפרה או כי מדובר בפרסום אסור, שכן מדובר בסוג של **"באנר"**.
26 לכן שאלת המודעות לקיומה של הפרה אינה רלוונטית.



בית משפט לתביעות קטנות בירושלים

ת"ק 16-11-5369 כהן נ' בית דפוס "דפוס סדר צלם"

ת"ק 16-11-5444 כהן נ' סחר במט"ח real forex

- 1 הנתבעת 1 הוסיפה שהיא הבהירה טלפונית לתובעת שככל שברצותה להגיש תביעה, הרי
2 שתביעה כזו יכולה להיות מופנית אך ורק לגוגל. התובעת הודתה כי פנתה במכתב לחברת
3 גוגל, אך לא נענתה (עמ' 2 שורות 26-27).

4 הסכם התובעת מול חברת גוגל

- 5 הנתבעות ממשיכות וטוענות כי בכל מקרה, גם אם ייקבע כי מדובר בפרסום הנוגד את סעיף
6 30 א לחוק התקשורת, הרי שהתובעת נתנה הסכמתה לשליחת הפרסומות במיקום בו הן
7 פורסמו ולכן דין תביעתה להידחות.

- 8 הנתבעת 2 בכתב הגנתה מבהירה כי עם פתיחת החשבון בחברת גוגל, המשתמש נדרש לתת
9 הסכמה מפורשת לתנאים וההגבלות של חשבון זה, ובין היתר כוללים התנאים הסכמה
10 להצגת פרסומות במקומות המוקצים לכך. הנתבעת אף מצטטת מתוך התנאים בכתב
11 הגנתה.

- 12 נציגי הנתבעות הוסיפו כי התניות של חברת גוגל בעניין קבלת פרסומות הינן תולדה של
13 העובדה ששירות חשבון המייל ניתן בחינם למשתמשים (עמ' 3 שורות 1-3 לפרוטוקול; עמ' 4
14 שורה 34).

- 15 הגם שאין צורך להכריע בסוגיה זו, משנקבע כי הפרסומות לא נשלחו באמצעות הודעה
16 אלקטרונית, יש לציין, כי נציג חברת גוגל לא הובא לעדות ולכן לא ניתן לקבל את טיעון
17 הנתבעות בדבר מתן הסכמת התובעת לחברת גוגל. בשים לב, כי תנאי פתיחת חשבון המייל
18 משתנים מעת לעת ולא ברור מהיכן נלקחו הציטוטים אשר בכתב ההגנה, והאם אותו הסכם
19 ממנו צוטטו הציטוטים, נחתם גם על ידי התובעת במועד בו היא פתחה את חשבון הגוגל
20 שלה.

21 סוף דבר

- 22 אשר על כן, ולנוכח האמור לעיל, לא שוכנעתי כי הנתבעות הפרו את הוראת סעיף 30א לחוק
23 התקשורת.

- 24 התביעה כנגד הנתבעות נדחית. התובעת תשלם הוצאות משפט לכל אחת מהנתבעות בסך
25 500 ₪ תוך 45 יום מהיום.

- 26 המזכירות תעדכן את הצדדים.

- 27 ניתן להגיש בקשת רשות ערעור לבית המשפט המחוזי בתוך 15 ימים.



בית משפט לתביעות קטנות בירושלים

ת"ק 5369-11-16 כהן נ' בית דפוס "דפוס סדר צלם"

ת"ק 5444-11-16 כהן נ' סחר במט"ח real forex

1

2

ניתן היום, כ"ח אייר תשע"ז, 24 מאי 2017, בהעדר הצדדים.

3

4

יעדי בר-טל, רשמת בכירה

5

6