



בית משפט לתביעות קטנות בפתח תקווה

ת"ק 16443-12-17 רבינוביץ נ' זיפ הופ רשת חנויות בע"מ

תיק חיצוני:

בפני כבוד הרשמת בכירה אפרת רחלי מאירי

תובע נתן דוד רבינוביץ

נגד

נתבעת זיפ הופ רשת חנויות בע"מ

פסק דין

1
2 1. מונחת לפניי תביעה על סך של 33,000 ש"ח שעילתה פיצוי ללא הוכחת נזק בגין משלוח 40
3 דברי פרסומת לדואר האלקטרוני של התובע, בניגוד לסעיף 30א לחוק התקשורת (בזק
4 ושידורים), התשמ"ב-1982 (המכונה "חוק הספאם"). להלן: "חוק התקשורת". סכום
5 התביעה הופחת לצרכי אגרה וגבולות גזרת בית המשפט לתביעות קטנות לסך של 33,000
6 ש"ח.

7

העובדות הצריכות לעניין

8
9 2. על פי המתואר בכתב התביעה, הנתבעת, רשת חנויות הלבשה, שיגרה 40 דברי פרסומת לתובע
10 באמצעות הודעה אלקטרונית לכתובת המייל שלו, בהם עודדה את התובע לרכוש מוצר או
11 שירות או להוציא כספים בדרך אחרת וזאת בניגוד להוראות חוק התקשורת. שכן, התובע לא
12 נתן את הסכמתו המפורשת מראש לקבלת דברי פרסומת. כמו כן, 25 הודעות מתוך 40 הודעות
13 הפרסומת שנשלחו, נשלחו ללא זיהוי בכותרת ההודעה כי מדובר בפרסומת. אשר על כן, עותר
14 הוא לחייב את הנתבעת בסך של 1000 ₪ עבור כל דבר פרסומת שקיבל מהנתבעת בניגוד לחוק.
15
16 3. הנתבעת מנגד, סבורה כי יש לדחות את התביעה. לדידה, קם לה הסייג הקבוע בסעיף 30א (ג)
17 לחוק התקשורת משהתובע הצטרף למועדון הלקוחות ואפשר בהתאם לתקנון המועדון
18 לשלוח לו הודעות על מבצעים והנחות והוא יכול להסיר את שמו בכל עת. כן ביצע קנייה



בית משפט לתביעות קטנות בפתח תקווה

ת"ק 17-12-16443 רבינוביץ נ' זיפ הופ רשת חנויות בע"מ

תיק חיצוני:

1 נוספת במסגרת המועדון וזכה להטבת המועדון. התובע מעולם לא הסיר עצמו מרשימת
 2 התפוצה ועם קבלת התביעה, הנתבעת הסירה את שמו לאלתר ומאז הוא אינו מקבל הודעות.
 3
 4 .4 בכתב תשובתו, חזר התובע על עיקר טענותיו והטעים כי הנתבעת בכתב הגנתה לא הכחישה
 5 כי שיגרה הודעות תוך הפרה של חובת ציון היותן הודעות פרסומת. כן הבהיר כי משלא ביצע
 6 כל רכישה לאחר 4.4.12, יש בדבר כדי לחזק את טענתו לפיה הנתבעת הפסיקה לשלוח לו
 7 הודעות פרסומת לתקופה של יותר משלוש שנים אולם ללא כל התראה מראש, חזרה לשלוח
 8 הודעות פרסומת תכופות לתובע בלי לבקש את אישורו, החל מחודש פברואר 2016. על כן,
 9 הוא טוען, "לתובע הייתה כל זכות שבעולם, לאחר 3 שנים בהן לא קיבל הודעות פרסומת
 10 מהנתבעת, להניח שיחסי עם הנתבעת הסתיימו וכי אין הוא דרוש להסיר את עצמו משום
 11 מאגר שהוא, שכן אך סביר כי הוא הוסר משם בין כה וכה. ההצמדות לאישור התובע שניתן
 12 לפני 6 שנים, שעה שבזמן זה לא ביצע התובע כל שימוש בחברות המועדון, וכן המועדון
 13 הפסיק לשלוח לו הודעות פרסומת – אינה אלא היתממות והתנהלות שאינה ראויה. חשוב
 14 מכך – לאחר זמן כה רב – לא ניתן להגדיר זאת כמקרה בו ניתן "אישור" התובע. בשנת
 15 2016- כשחודשו ההודעות – לא ניתן כל אישור לכך" (ס"ק 14 לכתב תשובתו).

דיון והכרעה

16
 17
 18
 19 .5 מטרת סעיף 30א (י) (3) לחוק התקשורת היא לעקור תופעה של שיגור מסרונים ללא הסכמת
 20 הנמענים שאינה אלא בגדר הטרדה, וזו מכונה "דואר זבל". הספאם מהווה מטרד ציבורי
 21 והמחוקק ביקש למגר את התופעה באמצעות הטלת אחריות מלאה על מפרסם בדמות פיצוי
 22 לדוגמה שאיננו דורש הוכחת נזק. הכלל שאימץ המחוקק הוא אפוא מודל opt in ולא opt
 23 out. אמור מעתה; חל איסור על משלוח דבר פרסומת בשיווק ישיר אלא אם כן נתקבלה
 24 מראש הסכמת הנמען. זאת, למעט במצב בו חלה התקשרות קודמת בין המפרסם לצרכן, או
 25 אז האחריות מועברת לצרכן לבקש להסיר עצמו מרשימת התפוצה (וראו לעניין זה דברי
 26 ההסבר להצעת חוק התקשורת (בזק ושידורים) (תיקון מס' 40), התשס"ח-2008 ס"ח 518;
 27 רע"א 3545/14 גלסברג נ' קלאב רמון בע"מ (27.7.2014). להלן: "גלסברג"; רע"א 1954/14
 28 חזני נ' הנגבי (סיתונית מועדון דאיה ורחיפה במצנחים) (4.8.2014). להלן: "חזני").

6. סעיף 30א(ב) לחוק התקשורת קובע בזו הלשון:

32 "...(ב) לא ישגר מפרסם דבר פרסומת באמצעות פקסימיליה,
 33 מערכת חיוג אוטומטי, הודעה אלקטרונית או הודעת מסר קצר, בלא
 34 קבלת הסכמה מפורשת מראש של הנמען, בכתב, לרבות בהודעה



בית משפט לתביעות קטנות בפתח תקווה

ת"ק 17-12-16443 רבינוביץ נ' זיפ הופ רשת חנויות בע"מ

תיק חיצוני:

1 אלקטרונית או בשיחה מוקלטת; פנייה חד-פעמית מטעם מפרסם
2 לנמען שהוא בית עסק, באחת הדרכים האמורות בסעיף קטן זה,
3 המהווה הצעה להסכים לקבל דברי פרסומת מטעמו, לא תיחשב
4 הפרה של הוראות סעיף זה".

5
6 בסעיף זה, "דבר פרסומת" מוגדר כ"מסר המופץ באופן מסחרי, שמטרתו לעודד רכישת מוצר
7 או שירות או לעודד הוצאת כספים בדרך אחרת". לעניין זה, ייחשב בין היתר "מפרסם" -
8 "מי שתוכנו של דבר הפרסומת עשוי לפרסם את עסקיו או לקדם את מטרותיו, או מי
9 שמשווק את נושא דבר הפרסומת בעבור אחר".

10 7. ודוק; חזקה על מפרסם ששיגר דבר פרסומת בניגוד להוראות סעיף 30א שעשה כך ביודעין.
11 הנטל להוכיח כי הדבר נעשה שלא ביודעין, מוטל על המפרסם. מקום בו ניתנה הודעת סירוב
12 למפרסם - טענה לפיה לא עשה זאת ביודעין לא תעמוד לו. כך, גם מקום בו שיגר המפרסם
13 בעבר דבר פרסומת לנמען, לא יוכל הוא לטעון להגנתו כי לא עשה זאת ביודעין, אפילו תמצי
14 לומר כי בעבר דבר הפרסומת נשלח שלא ביודעין. עוד קובע הסעיף, כי דבר פרסומת ששוגר
15 לנמען לפי רשימה של מענים או מספרי טלפון לא יהווה הגנה למפרסם (ראו והשוו עם פסק
16 דיני בת"ק 16-06-30270 איתי בן חיים נ' החברה לפיתוח גני תקווה (24.8.2016)).

17
18 8. אכן, גם עידוד עקיף של שימור לקוח, הגברת החשיפה למותג או פתיחת 'נתיב לקשר עמוק
19 יותר עם מספק השירות' עשוי להיחשב כדבר פרסומת (ראו עניין תק 16-01-54963 רונן לוי נ'
20 012 סמייל טלקום בע"מ (5.9.2016), והאסמכתאות שם. מפנה לתק 14-05-20153 גבירצמן
21 נ' אלבר ציי רכב בע"מ (21.3.2015) ולת"ק 10-01-14311 איכנברונר נ' תקשורת מקוונת
22 דיגיטלית בע"מ (28.7.2016)). כך, חברה השולחת ללקוחותיה הודעה בה היא מציעה להם
23 דרכים לשיפור התועלת אותה הם מפיקים מהמוצר שהיא מוכרת או לקבלת חוויית שירות
24 טובה יותר כאשר יישומה של ההמלצה אינו כרוך באופן ישיר בהוצאת כספים תיחשב דבר
25 פרסומת (ראו ת"ק 14-10-21384 לוי נ' קרדן רכב בע"מ (24.9.2015)), ולשאלה אם מדובר
26 בעידוד ישיר ומפורש להוצאת כספים או בעידוד עקיף עשויה להיות חשיבות כשיקול אך
27 לעניין שיעור הפיצוי (עניין רונן לוי דלעיל). כך, גם הצעת מתנות או שירותים חינמיים על ידי
28 בית העסק יכולה להיחשב כדבר פרסומת (ראו עניין בן חיים, רונן לוי ולוי דלעיל וכן עם
29 האמור בפסק דיני בתא"מ 15-12-67074 אלעד שלמה נ' שופרסל בע"מ (13.4.2017). להלן:
30 "שופרסל").
31



בית משפט לתביעות קטנות בפתח תקווה

ת"ק 17-12-16443 רבינוביץ נ' זיפ הופ רשת חנויות בע"מ

תיק חיצוני:

- 1 אמור מעתה; הפסיקה הרחיבה את משמעות המונח "פרסומת" לפי חוק התקשורת האסור
2 לשיגור ללא הסכמת הנמען, כאשר הדגש אינו בעצם הפרסום אלא באי מתן ההסכמה
3 לקבלתו.
4
5 **ומהתם להכא.**
- 6 9. תחילתו של שיגור ההודעות האלקטרוניות כלפיהן מלין התובע הוא בשנת 2011, עת הוא
7 נרשם למועדון לקוחות אצל הנתבעת, כאשר במסגרת הרשמה זו מאפשר הלקוח לרשת
8 הנתבעת לשלוח לו הודעות על מבצעים והנחות והוא יכול לבקש להסיר את שמו בכל זמן
9 שיחפוץ. על פי המתואר בכתב ההגנה, התובע ביצע עוד קנייה במסגרת הטבת המועדון בשנת
10 2012. על כן, הנתבעת טוענת כי קיימת לה הגנה מכוח סעיף 30א (ג) לחוק התקשורת עת
11 במסגרת ההרשמה למועדון התובע נתן את פרטיו האישיים ואת כתובת המייל שלו למשלוח
12 הודעות ומבצעים לחברי מועדון, ניתנה לו הזדמנות להסיר עצמו ודבר הפרסומת מתייחס
13 למוצר שרכש. כן טענה כי בכל מייל שנשלח לתובע הייתה לו אפשרות הסרה והתובע בחר
14 להסיר עצמו רק לקראת סוף שנת 2017 (בתאריך 27.11.2017, עת נקלטה הודעת הסרה
15 במערכת האוטנטית של משלוח ההודעות), ומאז לא קיבל דברי פרסומת.
16
- 17 10. כאמור, בכתב תביעתו עתר התובע לחייב את הנתבעת בגין 40 דברי פרסומת ששיגרה הנתבעת
18 החל מיום 10.2.2016. לטענתו חלפו מספר שנים מאז נרשם לחברות במועדון, ולא היה סיפק
19 בידו להסיר עצמו משהיה טרוד בהתמחות ובנסיעה לנופש בחו"ל, וכלשונו: **"באמצע 2016**
20 **מתחילים המיילים וכבר לא מופיע "אדוני שלום...". לא שמתי לב בהתחלה והייתי בשנת**
21 **התמחות ואז הייתי בדרום אמריקה"** (עמ' 1, ש' 29-28), ועל כן המתין עם תביעתו להסרה.
22
- 23 11. עם כל הכבוד, משאין חולק כי התובע נרשם לחברות המועדון ונהנה מהמבצעים, טענה לפיה
24 הנתבעת לא שיגרה במשך תקופה ארוכה הודעות והוא מודע לשיהוי הרב ולכן מואיל בטובו
25 לתובע רק החל משנת 2016, ואף 'הסכים' להפחית לצרכי אגרה ועל מנת להיכנס בשערי בית
26 משפט לתביעות קטנות לסך של 33,000 ₪, כאשר בהמתנתו זו צבר הודעות שכנראה לא
27 הטרידו את מנוחתו – ולשם כך נועד החוק – משחלק מהזמן אף בילה בחו"ל ובוודאי לא
28 הוטרד מההודעות, אין להלום. מטרת החוק אינה ליצור עבור תובע "קופת חיסכון" עת הוא
29 לא מתריע בפני קבלת ההודעות אלא ממתין ולמצער למעלה משנה וחצי וצובר הודעות, שאף
30 לא הוטרד מרובן. אכן, המחוקק אינו דורש הסרה, אולם הדבר נגזר כחלק מתום הלב וגם לו
31 יצויר כי הנתבעת אחראית בדין, יש בחוסר תום הלב וההגינות להפחית את חיוב הפיצוי עד
32 כדי סכום אפס. במקרה דנן, לא מצאתי כי הנבעת אחראית משעומדת לה ההגנה החקוקה
33 בסעיף 30א (ג) לחוק כאמור. שכן, אין חולק בדבר היותה של הנתבעת "מפרסם" ובשיגור





בית משפט לתביעות קטנות בפתח תקווה

ת"ק 17-12-16443 רבינוביץ נ' זיפ הופ רשת חנויות בע"מ

תיק חיצוני:

- 1 דברי הפרסומת לכתובת הדואר האלקטרוני של התובע. המחלוקת היא אפוא בנוגע להסכמה
2 משתמעת מכוח סעיף 30א (ג)2 לחוק עם הצטרפותו לשירותיה, עת הנתבעת נתנה הזדמנות
3 לתובע להודיע כי הוא מסרב לקבל דבר פרסומת בכל הנוגע לדבר פרסומת המתייחס למוצר
4 או שירות מסוג דומה למוצר או השירות אותם רכש. אין חולק כי התובע הצטרף לשירותי
5 הנתבעת ואין חולק כי לא הסיר עצמו. ברם, לטענתו "בכל מקרה, (כ)שאתה שלוש שנים לא
6 מקבל מיילים ואין תקשורת עם אותו גוף ופתאום מתחיל להיזכר בי, זה לא עונה על ההגדרה
7 הכבושה בחוק. לא הסתכלתי על זה כהסכמה. חובת ההוכחה על הנתבעת ולא עמדה בזה"
8 (עמ' 2, שורות 2 ו-3). רוצה לומר, כי לשיטתו הצבעה לעבר הסכמתו המשתמעת מתנתקת עם
9 חלוף הזמן בו הנתבעת אינה שולחת אליו הודעות.
- 10
- 11 12. אשר על כן, עולה אפוא השאלה האם אי משלוח הודעות במשך תקופה ארוכה מחייב את
12 המפרסם לדרוש הסכמה מחדש או יצירת קשר מחדש באמצעות רכישה אצל המפרסם, על
13 מנת לאפשר המשך שיגור הודעות?
14
- 15 למקרא סעיף 30א לחוק התקשורת וחוק הגנת הצרכן, התשמ"א-1981 הרי שאין לדרוש את
16 שלא אמור בו. המחוקק לא הטיל על המפרסם לבקש הסכמה פוזיטיבית לשם המשך שיגור
17 הודעות, וגם אם בחר מפרסם מטעמיו שלו שלא לשלוח במשך תקופה ארוכה הודעות אין בכך
18 "משום ויתור" על הלקוח כלקוח לקבלת ההודעות.
- 19
- 20 יתר על כן, מקום בו המחוקק דורש הסכמה לחידוש שירות או לקבלת הודעות בדרך מסוימת,
21 הוא מציין זאת במפורש, ומכאן אתה למד הסדר שלילי (ראו והשוו: סעיפים 13א (ג) ו(ד)
22 לחוק הגנת הצרכן, התשמ"א-1981 בכל הנוגע לחידוש עסקה מתמשכת וכן סעיף 13ב לחוק
23 הגנת הצרכן בכל הנוגע למשלוח חשבונות באמצעות מייל).
- 24
- 25 בל נשכח, כי הוראת חוק היוצאת ממענו של המחוקק, כמו גם תקנות ונהלים היוצאים מפיו
26 הרגולטור הרלוונטי, נחקקים עלי ספר לאחר שנתקיים דין ודברים עם העוסקים מחד
27 והצרכנים מנגד – למצער נציגי כל אלה שדבר החקיקה רלוונטי עבורם – מתוך חתירה לערוך
28 איזון ראוי, מידתי וסביר המבוסס על ניתוח של עלות מול תועלת הטמונים באינטרס
29 הצרכנים לעומת העוסקים בדבר. כאשר המחוקק מעוניין לעגן דבר מה בחוק, אין הוא מהסס
30 לעשות כן. אין מדובר בחסר פרשני או לקונה אלא בכוונת מכוון (ראו והשוו עם האמור בפסק
31 דיני בת"ק 16-08-39585 אופיר כהן נ' מכבי שירותי בריאות (10.3.2017)).
- 32



בית משפט לתביעות קטנות בפתח תקווה

ת"ק 17-12-16443 רבינוביץ נ' זיפ הופ רשת חנויות בע"מ

תיק חיצוני:

13. השתכנעתי כי התובע הסכים במשתמע לקבלת דברי פרסומת מצד הנתבעת, ואפילו יצויר כי התחרט, המצג שהציג לפני הנתבעת במעשה ובמחדל מקנה לה הגנה מלאה מפני טענה בנוגע להפרת סעיף 30א לחוק התקשורת. גם אם נלך לפי הגישה "המקלה", המתנה במשך שש שנים, הלכה למעשה, עם תחילת קבלת הודעות ממועדון לקוחות שהוא נמנה עליו ומתוזכר לגבי מבצעיו, מלמדת כי קבלת התביעה תחטא למטרות החוק. אין בכך אכיפה והרתעה יעילה, אפקטיבית ומידתית כלפי עוסק שקיבל הסכמת הצרכן לכך, ואין בכך תקיפה של תופעה מטרידה עבור צרכן שלא חפץ לכאורה במוצר או בשירות, אלא זו עשויה לייחס משקל רב מידי לאינטרס האישי של התובע על חשבון אינטרס הציבור ולכך אין מקום (ראו והשוו: תק 14-09-44069 עמית זילברג נ' קניה טובה באינטרנט בע"מ (11.3.2015); עניין שופרסל דלעיל).

אכן, יש מקום להגן על הצרכן, אולם גם על הצרכן לגלות אחריות צרכנית. הלכה היא, כי עקרון תום הלב גובר בנסיבות מסוימות אף על דרישות קוגנטיות לרבות דרישת הכתב (ראו ע"א 986/93 יעקב קלמר נ' מאיר גיא, פ"ד נ (1) 185). אפילו תמצי לומר כי הנתבעת הפרה הוראות החוק, הרי שבנסיבות מסוימות יש בתום הלב כדי להשליך על גובה הפיצוי לרבות פיצוי אפסי. התובע אשר חבר בקהילת הנתבעת יכול היה למצער להקטין את "הנזק", מקום בו נניח לטובתו כי הנתבעת הפרה את הוראות החוק, ולא להשתמש בדין כקרדום לחפור בו, אפילו והדין היה עומד לצידו (ראו והשוו: עניין שופרסל דלעיל).

14. ודוק; התובע מסר את מספר הטלפון הנייד שלו "לצורך התקשרות". "התקשרות" מבחינה לשונית משמעותה גם באמצעות דיבור. הוא הודה שנתן את הסכמתו לקבלת הודעות. גם אם לשיטתו לא התכוון, ברגע שקיבל את ההודעות יכול היה לבקש הסרתן. הוא לא יכול להיבנות על כך שהחוק לא דורש ממנו לבקש הסרתן עת הוא עצמו יצר מצג כלפי הצד שכנגד כי הוא מסכים לקבלתן. הוא נהנה מההטבות שקיבל, עליהן ידע בין היתר באמצעות אותן פרסומות. רוצה לומר, כי הפרסומות לא רק מקדמות את עסקיה של הנתבעת אלא מקדמות גם את צורכי הלקוח החוסך בכיסו, עת גילה הסכמה מפורשת הן בהצטרפותו והן בהתנהגותו בפועל בין אם בשתיקה ובין אם באומר במהלך התקופה בה נהנה מההטבות ולא הביע התנגדות לקבל "התראות" בדבר ההטבות (ראו עניין שופרסל דלעיל).

15. למען הסר ספק, ברור הוא כי הצטרפות לחברות מועדון אין פירושה הסכמה לקבל תוכן שיווקי וכך גם היחשפות לתקנון שאינו יכול לגבור על הוראות חוק קוגנטיות. אולם, המחוקק מעביר את הנטל אל התובע לבקש הסרה מקום בו הנתבעת עומדת בסייגי החוק, היינו בתחולת סעיף 30א(ג) האמור.



בית משפט לתביעות קטנות בפתח תקווה

ת"ק 17-12-16443 רבינוביץ נ' זיפ הופ רשת חנויות בע"מ

תיק חיצוני:

1
2 יוזכר, כי התובע לא חלק שהצטרף למועדון, וכי בתקנון כתוב שמוסכם לקבל דיוור אם כי לא
3 זכר שמילא את רובריקת ההסכמה אולם זכר כי מסר פרטיו, באופן המאפשר לנתבעת לבקש
4 את הגנת החוק. קו תביעתו מסתכם בכך ש"גם אם ניתנה הסכמה, היא נסתיימה באיזה
5 שלב" (עמ' 1, ש' 9-10). עמדה זו אין בידי לקבל.
6
7 אכן, הנתבעת לא הציגה טופס הצטרפות למועדון עליו חתם התובע בשנת 2011 על הסכמתו
8 לקבל דברי פרסומת מהנתבעת וכאמור אין בעצם ההצטרפות למועדון כדי להעיד על הסכמה
9 מפורשת לקבל דברי פרסומת. אולם, הנתבעת במקרה דנן לא טענה כי יש בזאת להעיד על
10 הסכמתו המפורשת לקבלת תוכן שיווקי אלא די בדבר כדי לשמש לה הגנה מכוח סעיף 30א
11 (ג) לחוק והתובע לא חלק שהייתה לו הזדמנות וניתנה לו ההזדמנות להסיר את עצמו (והשוו:
12 תק 15-05-9196 צבייה פיין נ' סטימצקי (2005) בע"מ (4.9.2015)). הוא ידע כי פרטי
13 ההתקשרות שמסר שימשו את הנתבעת לשלוח לו הטבות והנחות במשך שנה לפחות
14 במסגרתה רכש עוד מוצר, וכנגד משלוח תכופ של הודעות במהלך שנים 2011-2012 לא תבע.
15 על כן, לפנינו קיבול בהתנהגות ויצירת מצג המתיר לנתבעת לפעול באופן שפעלה, ועצם
16 הפסקת משלוח הודעות מצידה אין בה כדי להקים לתובע זכות לפיצוי בגין המשך משלוח
17 הודעות לאחר הפסקה, מטעמיה שלה, בין היתר עקב חילופי גברא. כן, לא הוכח כי חברותו
18 במועדון פקעה אלא לאחר קבלת התביעה אצל הנתבעת בחודש דצמבר 2017, דבר שאמור
19 לגרור אחרי הפסקת משלוח הודעות (ראו והשוו: עניין פיין נ' סטימצקי דלעיל; ת"ק-1613
20 03-14 בן ארי נ' סטימצקי (2005) בע"מ (21.7.2014)).
21
22 16. על כן, השתכנעתי כי קמה לנתבעת הגנה מכוח הוראות סעיף 30א (ג) לחוק הקובעות כאמור
23 כי חרף ס"ק (ב), מקום בו הנמען מסר את פרטיו למפרסם במהלך הרכישה של מוצר או
24 שירות, או במהלך משא ומתן לרכישה כאמור, והמפרסם הודיע לו כי הפרטים שמסר ישמשו
25 לצורך משלוח דבר פרסומת מטעמו; המפרסם נתן לנמען הזדמנות להודיע לו כי הוא מסרב
26 לקבל דברי פרסומת, דרך כלל או מסוג מסוים, והנמען לא עשה כן ודבר הפרסומת מתייחס
27 למוצר או לשירות מסוג דומה למוצר או לאותו שירות – לא תקום לחובת הנתבעת הפרת
28 הוראת סעיף 30א לחוק. התובע מסר את פרטיו במסגרת הרכישה ולא חלק על כך שהנתבעת
29 נתנה לו הזדמנות להודיע על סירובו וכי יוכל להסיר את פרטיו אלא שחלוף הזמן בו לא נשלחו
30 הודעות (לדבריו במשך 3 שנים), יש בזאת לנתק את הקשר בין הסכמתו המשתמעת בשנת
31 2011 לקבלת הודעות החל משנת 2016 ועל כן לא היה מוטל עליו לפנות לנתבעת בבקשת
32 הסרה, ולא היא. אין מחלוקת שדברי הפרסומת התייחסו למוצרים של מועדון לקוחות
33 הנתבעת אליו הוא הצטרף. אשר על כן, גם לפי קו זה קם לה הסייג הפוטר את הנתבעת מחבות
34 הסעיף, ואין משמעות לדבר אם כיום אינו חבר מועדון משפגה סיסמתו. בעניין זה השיב נציג



בית משפט לתביעות קטנות בפתח תקווה

ת"ק 17-12-16443 רבינוביץ נ' זיפ הופ רשת חנויות בע"מ

תיק חיצוני:

- 1 הנתבעת, כי התובע אינו חבר מועדון מרגע קבלת התביעה אצלה, או אז הסירו אותו (עמ' 2,
2 ש' 12).
- 3
- 4 17. התובע אינו חולק על תוכן התקנון אולם טוען כי על הנתבעת להוכיח הסכמתו – שאינה
5 נדרשת באופן מפורש בהתאם לסייג האמור – בהתאם לאופן שמילא את פרטיו בתקנון האתר
6 משנת 2011.
- 7
- 8 מעבר לכך שאין בדבר להשליך על תוצאת פסק הדין לנוכח האמור, דומה כי דרישה זו כי
9 הנתבעת אינה עומדת בנטל להוכיח עקב אי המצאת התקנון משנת 2011 ובזאת לעשות שימוש
10 בדין כקרדום לחפור בו, אחרי שיהיו של שש שנים וחצי, כאשר גם לגישת התובע במשך השנה
11 הראשונה קיבל הודעות ולא עשה עמן דבר אלא אף הגיע ורכש מוצר נוסף אצל הנתבעת ונהנה
12 מההטבה, מלמדת על התנהלות דווקא מצדו שאינה מתיישבת עם אמירתו **"לא היה אלמנט**
13 **של לראות את ההודעה הראשונה ולחכות בצד"** (עמ' 2, ש' 27-28), ואיני רואה מקום לעשות
14 שימוש בכלל ביחס לאי הצגת ראייה כדבר לחובתה כאשר הוא גרם לנזק ראייתי עת מדובר
15 בתקנון באינטרנט שיכול ועודכן במרוצת השנים ועלות המשאבים הכרוכים באיתור המקור
16 לאותו זמן הצטרפות אינה מבוטלת. זאת, כשאף הוא עצמו לא מכחיש כי ניתנה לו הזדמנות
17 להסיר את עצמו.
- 18
- 19 18. בכל הנוגע לאי זיהוי בכותרת ההודעה כי מודבר בפרסומת (ב-25 הודעות מתוך 40), הרי
20 משקבעתי כי אלו נשלחו כדין ולא בניגוד לחוק, וכי התובע ידע גם ידע כי מדובר בפרסומת
21 ועל כן אין מקום להיצמדות ללשון חוק דווקנית מילולית וכל שכן, עת מדובר בזמן ממושך
22 של המתנה, דבר שכאמור לא הטריד את מנוחתו של התובע – לא מצאתי לחייב את הנתבעת
23 באופן אותו מבקש התובע, עבור סך של 1000 ₪ בגין כל הודעה.
- 24
- 25 ודוק; תכלית הוראה זו (סעיף 30א(ה)(1)א) לחוק התקשורת) הייתה לאפשר סיווג מהיר
26 ופשוט של דברי פרסומת. בדרך זו ביקש המחוקק למזער את הפגיעה הכרוכה במסרים
27 פרסומיים הנשלחים לפי החוק, אולם לנמען אין עניין בהם. העובדה כי דבר פרסומת נשלח
28 כדין, אין בה כדי לאיין את הדרישה לאפיון דבר פרסומת במילה "פרסומת" (ראו ת"צ 36086-
29 07-11 (17 תביעות שאוחדו) עו"ד אסף חרסט ואח' נ' ידיעות אחרונות ואחרים (19.9.2012)).
- 30 רוצה לומר, כי תכלית הוראת החוק היא שהנמען יכול להסיר עצמו באופן מהיר ויעיל ומבלי
31 לעיין בהודעה גופה. דומה, כי תכלית זו אינה מתקיימת במקרה דנן. ההודעות בכותרתן
32 נושאות פרסומת למבצעים והנחות. ההודעות נושאות את שם הנתבעת אליה חבר התובע
33 ואופיין דומה אם לא זהה. כפי שאין לראות בהוראות הסעיף הסדר קוגנטי המונע מהנמען





בית משפט לתביעות קטנות בפתח תקווה

ת"ק 17-12-16443 רבינוביץ נ' זיפ הופ רשת חנויות בע"מ

תיק חיצוני:

1 מלוותר על סימון "דבר פרסומת" כזה או אחר שישלח אליו בעתיד במילה "פרסומת", ובלבד
 2 שוויתור זה יהיה מודע ואקטיבי (למשל, באמצעות הוספת סימון על-ידי הנמען בתיבה
 3 מתאימה בעת הגשת הבקשה להצטרף לאתר הקופונים), כאמור בעניין ידיעות אחרונות
 4 דלעיל, כך גם ידיעה של נמען בדבר שולח המייל – הן בהיותו מפרסם ברמה האובייקטיבית
 5 והן היותו שייך לנתבעת ברמה הסובייקטיבית – יש בכך להוות נסיבות מקלות, בכל הנוגע
 6 לגובה הפיצוי מקום בו קמה אחריות לנתבעת. דא עקא, בענייננו, שונה הדבר. שכן, הנתבעת
 7 זוכה להגנת המחוקק עם מילוי תנאי הסייג הקבוע בסעיף 30א (ג) לחוק התקשורת, וכפועל
 8 יוצא היא אינה בגדר מפרת חוק עת קיים לה פטור מאחריות כאמור.

19. אשר על כן, ולנוכח האמור לעיל, הגעתי כלל מסקנה כי דין התביעה להידחות.

12 הגם שהנתבעת אינה מפרת חוק ביחס לתובע, אי ציון הודעת פרסומת מהווה הפרת חובה
 13 חקוקה ועליה לנהוג בהתאם להוראות הדין ביחס לכל לקוח פוטנציאלי שנתן הסכמתו
 14 לקבלת תוכן שיווקי מטעמה. על כן, משיקולים אלו, לא מצאתי לחייב את התובע בהוצאות
 15 עבור ההליך והדבר יגולם בכך שהנתבעת תישא בהוצאותיה.

בקשת רשות ערעור לביתה משפט המחוזי תוך 15 יום.

המזכירות תמציא העתק מפסק הדין לצדדים.

ניתן היום, ט' ניסן תשע"ח, 25 מרץ 2018, בהעדר הצדדים.



אפרת רחלי מאירי, רשמת בכירה



26
27
28
29