



בית משפט השלום בפתח תקווה

תאד"מ 22-11-40148 רודניצקי ואח' נ' קינג שוז יבוא בע"מ ואח'

לפני כבוד השופטת עדנה יוסף-קוזין

תובעים

1. לאון רודניצקי
2. ספיר נמיר
3. רחל לוי
4. ויולטה אלנה לדרמן
5. כפיר ספיר

נגד

נתבעים

1. קינג שוז יבוא בע"מ
2. אלמוג כלפון

ב"כ התובעים, עו"ד אופיר לב
ב"כ הנתבעים, עו"ד אבינועם צדק

פסק דין

א. מבוא וטענות הצדדים

1. תביעה כספית על סך 25,000 ש"ח שעילתה פיצוי בשל משלוח הודעות פרסומת.
2. נתבעת 1 היא חברה אשר במועדים הרלבנטיים לתביעה עסקה במכירת מוצרי הנעלה באמצעות חנות במרשתת. נתבע 2 היה במועדים הרלבנטיים הבעלים של נתבעת 1.

טענות התובעים

3. לטענת התובעים, הם קיבלו דברי פרסומת במסרונים ששלחה נתבעת 1. זאת על אף שלא נתנו אישור לקבלת דברי הפרסומת. דברי הפרסומת אינם מכילים את פרטי המפרסם באופן ברור כנדרש בחוק, ומכילים קישור אשר מוביל לאתר האינטרנט של נתבעת 1. ביום 26.5.2022 שלחו התובעים לנתבעת 1 מכתב התראה, אך, לטענתם, לא קיבלו מענה (נספח 9 לכתב התביעה).
4. בטבלה הבאה מוצגות טענות התובעים לעניין המועדים בהם נשלחו לכל אחד מהם דברי פרסומת ואם התבקשה בקשת הסרה (נספח 3 לכתב התביעה):



בית משפט השלום בפתח תקווה

תאד"מ 22-11-40148 רודניצקי ואח' נ' קינג שזו יבוא בע"מ ואח'

שם התובע/ת	תאריך ושעת קבלת דבר הפרסומת	האם התבקשה הסרה?
לאון רודניצקי	14.4.2022 17:38	כן
	20.4.2022 14:05	לא
	1.5.2022 18:43	לא
	12.5.2022 17:59	לא
	19.4.2022 18:33	לא
ספיר נמיר	12.5.2022 18:21	לא
	19.5.2022 18:10	כן
רחל לוי	20.4.2022 14:04	לא
	1.5.2022 19:42	לא
	12.5.2022 18:22	לא
	19.5.2022 17:39	לא
	2.6.2022 21:37	לא
וילטה אלנה	20.4.2022 14:23	לא
	1.5.2022 18:52	לא
	12.5.2022 18:15	לא
	19.5.2022 19:28	לא
	2.6.2022 21:46	לא
כפיר ספיר	12.5.2022 17:41	לא
	19.5.2022 19:54	לא
	2.6.2022 22:08	לא

5. לטענת התובעים, הנתבעים הפרו את האמור בסעיף 30א לחוק התקשורת (בזק ושידורים), תשמ"ב-1982 (להלן: "החוק" או "חוק התקשורת"), ואת האמור בסעיפים 2א(6), ג2, 4ב(2) ו-14ג(א)(1) לחוק הגנת הצרכן, תשמ"א-1981 (להלן: "חוק הגנת הצרכן").
6. לטענת התובעים, משלוח דברי הפרסומת פגע בפרטיותם, הטרידם ונגרמה להם עוגמת נפש. עוד לטענתם, הנתבעים אינם מנהלים מאגר מידע, ובכך הם מפריס את האמור בסעיפים 8, 9 ו-17 לחוק הגנת הפרטיות, תשמ"א-1981 (להלן: "חוק הגנת הפרטיות"), ולכן מכוח סעיף 29א לחוק הגנת הפרטיות הם זכאים לפיצוי נוסף בסך של 50,000 ש"ח.
7. התובעים הציגו בטבלה הבאה את סכומי התביעה לגבי כל אחד מהם:



בית משפט השלום בפתח תקווה

תאד"מ 22-11-40148 רודניצקי ואח' נ' קינג שוז יבוא בע"מ ואח'

שם התובע/ת	סכום התביעה בגין משלוח דבר פרסומת	סכום התביעה בגין הטרדה והשחתת זמן	סכום התביעה בגין פגיעה בפרטיות
לאון רודניצקי	5,000 ₪	500 ₪	1,000 ₪
ספיר נמיר	2,000 ₪	500 ₪	1,000 ₪
רחל לוי	5,000 ₪	500 ₪	1,000 ₪
וילטה אלנה	5,000 ₪	500 ₪	1,000 ₪
כפיר ספיר	3,000 ₪	500 ₪	1,000 ₪

עוד לטענת התובעים, על הנתבעים לשלם להם בגין משלוח מכתב ההתראה 1,000 ש"ח.

לטענתם, הסכומים לעיל מסתכמים ל- 28,000 ש"ח, אך הם הגבילו תביעתם לסך 25,000 ש"ח. בהתאם, מעבר לפיצוי בגין משלוח דברי הפרסומת שלא כדין, הם תובעים 5,000 ש"ח בגין יתר רכיבי התביעה אשר יחולקו באופן שווה בין התובעים.

טענות הנתבעים

8. לטענת הנתבעים, התובעים הסכימו למשלוח דברי הפרסומת. לטענתם, למעט תובעת 2, שמספר הטלפון הנייד שלה לא אותר במאגר הנתונים, יתר התובעים הזינו את מספר הטלפון הנייד כי רצו להירשם למאגר מועדון הלקוחות של נתבעת 1. צורפו תדפיסי מאגר הנתונים מתוך מערכת בשם "אלמנטור" (נספח 1 לכתב ההגנה), על פיהם התובעים הזינו את מספרי הטלפון הנייד על מנת להצטרף למועדון הלקוחות של נתבעת 1 ובמסגרת זו הסכימו לקבלת דברי פרסומת, כדלקמן: תובע 1 ביום 10.4.2022, תובעת 3 ביום 13.4.2022, תובעת 4 ביום 14.4.2022 ותובע 5 ביום 10.5.2022.

9. לכן, לטענת הנתבעים, מתקיים האמור בסעיף 30א(ג) לחוק, על פיו אין צורך בהסכמה בכתב לקבלת דברי פרסומת אם הנמען ידע כי מסירת מספר הטלפון שלו תשמש אמצעי לקבלת דברי פרסומת.

10. לטענתם, ניתן לאתר במרשתת את מספרי הטלפון של התובעים, ולכן לא הייתה כל מניעה לפנות לתובעים כלקוחות פוטנציאליים, אף אם לא היו נרשמים לאתר. כך גם לא נפגעה פרטיותם. עוד לטענתם, משנת 2023 נכנס לתוקפו תיקון לחוק הגנת הצרכן, הקובע כי לרשומים במאגר המנוהל על ידי הרשות להגנת הצרכן אסור לפנות באמצעות פניות שיווקיות, אך אין זה המצב והתובעים אינם מצויים במאגר זה.



בית משפט השלום בפתח תקווה

תאד"מ 22-11-40148 רודניצקי ואח' נ' קינג שוז יבוא בע"מ ואח'

11. לטענת הנתבעים, הם לא ראו את הודעות ההסרה שכביכול שיגרו התובעים, משום שככל הנראה לא שוגרו כנדרש על מנת לצבור עוד הודעות ולהתעשר על חשבון הנתבעים בחוסר תום לב. כמו כן, לטענתם, הימנעות ממשלוח הודעת סירוב מלמדת כי ההודעות לא היוו מטרד. עוד לטענתם, לא קיבלו את מכתב ההתראה אותו התובעים טענו ששלחו. לטענתם, אין מקום לפצות את התובעים שעה שנרשמו מדעת למועדון הלקוחות של נתבעת 1, וכאשר לאחר משלוח דבר הפרסומת הראשון יכלו בנקל לפנות לנתבעת 1 באמצעות הקישור המובנה במסרונים ולוודא כי פעולת ההסרה בוצעה.

תשובת התובעים

12. בכתב התשובה טענו התובעים כי אין לייחס לתדפיסי מערכת "אלמנטור" שצרפו הנתבעים כל משקל ראיתי. עוד לטענתם, לאחר קבלת מכתב ההתראה התנהלה התכתבות בין נתבע 2 לב"כ התובעים (נספח 2 לכתב התשובה).

13. הנתבעים ויתרו על חקירת התובעים למען קיצור הבירור. בדיון ההוכחות העיד נתבע 2 בחקירה נגדית.

ב. דיון והכרעה

14. אין מחלוקת כי ההודעות שצרפו לכתב התביעה נשלחו על ידי נתבעת 1 לתובעים והם "דבר פרסומת", כמוגדר בסעיף 30א(א)(1) לחוק: "מסר המופץ באופן מסחרי, שמטרתו לעודד רכישת מוצר או שירות או לעודד הוצאת כספים בדרך אחרת".

ב(1) הסכמה לקבל דברי פרסומת

15. סעיף 30א(ב) לחוק קובע: "לא ישגר מפרסם דבר פרסומת באמצעות פקסימיליה, מערכת חיוג אוטומטי, הודעה אלקטרונית או הודעת מסר קצר, בלא קבלת הסכמה מפורשת מראש של הנמען, בכתב, לרבות בהודעה אלקטרונית או בשיחה מוקלטת;...".

הנטל להוכיח הסכמה מפורשת מראש ובכתב למשלוח דבר פרסומת מוטל על הנתבעים (רע"א 1621/16 MEGA ADVANCED MATHEMATICAL SYSTEM LTD נ' עו"ד עמית זילברג (4.6.2016)).

להוראה זו יש חריגים. הרלבנטי לענייננו הוא סעיף 30א(ג) הקובע:



בית משפט השלום בפתח תקווה

תאד"מ 22-11-40148 רודניצקי ואח' נ' קינג שוז יבוא בע"מ ואח'

"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).

16. בע"א 4704/20 יונתן בן-עמי נ' FACEBOOK IRELAND LTD, פס' 16 (9.2.2021) (להלן: "פס"ד בן-עמי"), נקבע: "...כאשר התקיימו בין הצדדים יחסי מסחר קודמים, מתיר החוק למפרסם לשלוח דבר פרסומת לנמען, אף אם לא ניתנה הסכמתו המפורשת בכתב (ראו: דברי ההסבר, בעמוד 887; ע"א 534/17 לפיד נ' סלקום ישראל בע"מ, [פורסם בנבו] פסקאות 21-16 (6.3.2019) (להלן: עניין לפיד)). ביסוד החריג ניצבת ההנחה שדבר פרסומת, שנשלח בהמשך למערכת היחסים שבין עסק לציבור לקוחותיו, איננו בהכרח מטרד, וכי מנגנוני השוק יש בהם כדי להניא עסק מפרסם מלשלוח דברי פרסומת שציבור לקוחותיו אינו מעוניין בהם (עניין לפיד, פסקה 19). על כן, קובע סעיף 30א(ג) לחוק מספר תנאים מצטברים, שבהתקיימם רשאי העסק לשלוח פרסומות לציבור לקוחותיו, אף אם לא נתנו את הסכמתם המפורשת לכך בכתב."

17. הנתבעים טענו כי במסגרת רישום למועדון הלקוחות של נתבעת 1, ניתנת הסכמה לקבל דברי פרסומת. לטענתם, לאחר בדיקה, נמצא כי תובעים 1, ו-3-5 נרשמו למועדון הלקוחות וכך נתנו הסכמתם למשלוח דברי הפרסומת. הנתבעים צירפו כאמור תדפיסי מערכת מידע, אשר לטענתם מוכיחים את הרישום למועדון הלקוחות (להלן: "התדפיסים", נספח 1 לכתב ההגנה). אשר לתובעת 2, לטענת הנתבעים, לא נמצא כי היא נרשמה ונטען כי ככל הנראה מדובר בתקלת



בית משפט השלום בפתח תקווה

תאד"מ 22-11-40148 רודניצקי ואח' נ' קינג שוז יבוא בע"מ ואח'

מערכת. התובעים טענו כי לא נתנו הסכמתם לקבל דברי פרסומת, והטילו ספק בתדפיסים שהציגו הנתבעים. משכך, הנטל להוכיח הסכמת התובעים מוטל על הנתבעים.

18. לא מצאתי שיש בידי הנתבעים **"הסכמה מפורשת מראש"** של התובעים, כנדרש בחוק. בתדפיסים אין ראיה להסכמת התובעים לקבל דברי פרסומת.

19. כך גם גרסת הנתבעים לכך שברישום למועדון הלקוחות ניתנה הסכמה לקבלת דברי הפרסומת, לא הוכחה. לא נתנו הסברים מקצועיים או עדות איש מחשבים לגבי אופן הרישום, כיצד ניתנה הסכמת הנרשמים למשלוח דברי הפרסומת, וכיצד נשמרים הנתונים במערכת המידע. (לגבי רף ההוכחה הנדרש, ראו: ת"ק (ת"א) 8559-03-16 **חיים איציקובסקי נ' אשת - ארגון שרותי תיירות בע"מ**, פס' 18-22 (7.9.2016), ובקשת רשות הערעור שנדחתה ברת"ק (ת"א) 10373-10-16 **16 חיים איציקובסקי נ' חברת אשת - ארגון שרותי תיירות בע"מ (אשת תורס)** (31.10.2016); תאד"מ (ב"י) 21-06-2284 **נחום רוטנשטיין נ' ברופי בע"מ**, פס' 13 (4.9.2023)).

20. דברי נתבע 2 בחקירתו הנגדית לא סיפקו הסבר מספק לגרסת ההגנה. לטענתו: **"הם [התובעים] נרשמו בניוזלטר של האתר נמשך המאגר של הניוזלטר שנרשמים לתוך המערכת שממנה נשלח האסמסים, יש גם תיעוד מלא של ההרשמה שגם זה צורף"**. (פרוט' עמ' 6 ש' 14-16). נתבע 2 הודה שלא הוא בנה את המערכת, וטען **"...זה מערכת בינלאומית, אני לא יכול לבנות הלוואי הייתי יכול לבנות מערכת כזאת הייתי מיליונר"** (פרוט' עמ' 7 ש' 4-5). בהמשך דבריו לא ידע להסביר כיצד התובעים נרשמו למועדון הלקוחות והאם קיבלו בפועל ניוזלטר. נתבע 2 הסתבך בדבריו כשנשאל מדוע אין הוכחה למשלוח ניוזלטר לתובעים, טען שיתכן והם קיבלו למייל, ואז לא ידע להסביר היכן באתר יש אפשרות לרשום מייל. עוד טען שיתכן והתובעים נרשמו בדרך אחרת **"יש כמה סוגי הרשמה באתר... יש גם את הפופ אפ שקובץ בהתחלה של הברוכים הבאים"**, **"יש כמה סוגי הרשמה באתר יש לנו כאן יש לך למעלה יש לך בצור קשר יש כמה סוגים שם"**, ובניגוד לטענתו הקודמת, לפיה התובעים נרשמו לקבלת ניוזלטר, טען לבסוף שהוא כלל לא יודע איך התובעים נרשמו. (פרוט' עמ' 7 ש' 7-23, עמ' 10 ש' 16-20, עמ' 11 ש' 20-34, עמ' 12 ש' 1-26).

21. חיזוק למסקנה, לפיה אין לסמוך על התדפיסים כמוכיחים רישום התובעים והסכמה למשלוח דברי הפרסומת, הוא טענת ההגנה כי בעניינה של תובעת 2 נפלה ככל הנראה תקלה. כלומר, יתכן שלא ניתן לסמוך על התדפיסים, ובכלל על המגנון לו טוענים הנתבעים כי באמצעות רישום למועדון הלקוחות ניתנת הסכמה למשלוח דברי הפרסומת.



בית משפט השלום בפתח תקווה

תאד"מ 22-11-40148 רודניצקי ואח' נ' קינג שוז יבוא בע"מ ואח'

22. נתבע 2 נשאל בחקירתו מי שלח לתובעים את ההודעות והשיב שהוא איש שיווק בשם אדם מחברת LLC שנמצאת בחו"ל. כשנשאל מדוע בכתב ההגנה נטען שאיש שיווק מחברת קרגו אקספרס שלח את ההודעות, השיב שגם הוא שלח את ההודעות, אך לאחר מכן תיקן ואמר שמדובר באותו איש שיווק בשם אדם שעבד כפרילנסר בחברת קרגו אקספרס (פרוט' עמ' 5, עמ' 6 ש' 1). הנתבעים לא הביאו לעדות את אותו איש שיווק או גורם אחר שהיה אחראי בפועל על מערכת המידע ומשלוח ההודעות.

23. עוד יש לציין את הקשיים בעניין בעלות נתבע 2 בחברה ומעורבותו בה. בכתב ההגנה נטען כי פעילות נתבעת 1 חוסלה במאי 2023, שנתבע 2 היה בעליה ומנהלה לשעבר ושלא הוא הפיץ בפועל את דברי הפרסומת, אלא משווק עצמאי שנשכר על ידי נתבעת 1 ופעל בהתאם למאגר הנתונים של הלקוחות שנרשמו למועדון הלקוחות. כאמור, בחקירתו טען נתבע 2 שהוא, יחד עם המשווק העצמאי, שלחו את דברי הפרסומת, וטען שנתבעת 1 עדיין בבעלותו אך פעילותה נמכרה. (פרוט' עמ' 3 ש' 17-27, עמ' 4, עמ' 5 ש' 1-18), בסיכומיו טען שוב כי נתבעת 1 לא בבעלותו (פרוט' עמ' 16 ש' 33-34).

24. עולה אפוא שהנתבעים לא הוכיחו כי התובעים נתנו הסכמה מפורשת ובכתב לקבלת דברי הפרסומת. כמו כן, לא מתקיים החריג הקבוע בסעיף 30א(ג), המאפשר משלוח דברי פרסומת ללא הסכמה מפורשת ובכתב, היות והתנאי הראשון לחריג לא מתקיים: הנתבעים לא הרימו את הנטל להוכיח שהתובעים נרשמו למועדון הלקוחות, ואף לא הוכח כי ברישום למועדון הלקוחות ניתנת הסכמה לקבלת דברי פרסומת.

25. לפיכך, במשלוח דברי הפרסומת נושא התביעה הפרו הנתבעים את הוראות חוק התקשורת.

ב(2) הפרות נוספות

26. סעיף 30א(ה) לחוק קובע:

"(1) מפרסם המשגר דבר פרסומת בהתאם להוראות סעיף זה יציין בו את הפרטים האלה באופן בולט וברור, שאין בו כדי להטעות:

(א) היותו דבר פרסומת; המילים "פרסומת", "בקשת תרומה" או "תעמולה", לפי העניין, יופיעו בתחילת



בית משפט השלום בפתח תקווה

תאד"מ 22-11-40148 רודניצקי ואח' נ' קינג שוז יבוא בע"מ ואח'

דבר הפרסומת, ואם דבר הפרסומת משוגר באמצעות
הודעה אלקטרונית – בכותרת ההודעה;

(ב) שמו של המפרסם, כתובתו ודרכי יצירת הקשר עמו;

(ג) (1) זכותו של הנמען לשלוח, בכל עת, הודעת
סירוב כאמור בסעיף קטן (ד), ודרך אפשרית
למשלוח הודעה כאמור שהיא פשוטה
וסבירה בנסיבות העניין, ואם דבר הפרסומת
משוגר באמצעות הודעה אלקטרונית – כתובת
תקפה של המפרסם ברשת האינטרנט לצורך
מתן הודעת סירוב;

...

(2) על אף הוראות פסקה (1), מפרסם המשגר דבר פרסומת
באמצעות הודעת מסר קצר יציין בדבר הפרסומת רק את שמו
ואת דרכי יצירת הקשר עמו לצורך מתן הודעת סירוב."

27. כאמור, אין מחלוקת שמדובר בדברי פרסומת, לכן, היה נדרש לציין באופן בולט את המילה
"פרסומת". הנתבעים לא עשו כן.

28. כך גם לא צוינו שמה, כתובתה, ודרכי ההתקשרות עם נתבעת 1, אלא צורף קישור שמוביל לדף
האינטרנט שלה. קיים קושי לקבל שקישור לדף האינטרנט עונה לדרישות החוק, שכן עם
התגברות איומי הפישינג, ברור שאין ללחוץ על קישורים המגיעים מגורמים שאינם מוכרים.

29. כמו כן, לא קוימה הדרישה בעניין מתן הזכות לסירוב לקבלת דברי הפרסומת. בדברי הפרסומת
צורף קישור כשלפניו המילה "להסרה". אין בכך לקיים את הדרישה בחוק הקובעת שיש לציין
באופן בולט את "זכותו של הנמען לשלוח, בכל עת, הודעת סירוב כאמור בסעיף קטן (ד)...".
כמו כן, לא צוין בדברי הפרסומת שם ודרכי יצירת הקשר עם נתבעת 1 לצורך מתן הודעת סירוב.

30. לפיכך, הנתבעים הפרו את ההוראות הקבועות בסעיף 30א(ה) לחוק.

ב(3) גובה הפיצוי



בית משפט השלום בפתח תקווה

תאד"מ 22-11-40148 רודניצקי ואח' נ' קינג שוז יבוא בע"מ ואח'

31. סעיף 30א. (1) לחוק קובע: "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;".

סעיף 30א. (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."

המחוקק קבע שפיצוי לדוגמה הוא האמצעי היעיל להרתעת מפיצי ה"ספאם". הסמכות לפסוק פיצוי לדוגמה נתונה לשיקול דעת בית המשפט. זאת בהתאם לנסיבות המקרה, הרתעת מפר סדרתי, התנהגות הנפגע, תום ליבו, היות התובע תובע סדרתי, ועוד. (רע"א 2904/14 זיו גלסברג נ' קלאב רמון בע"מ (27.7.2014), פס"ד בן-עמי, פס' 27).

ברע"א 1954/14 חזני נ' הנגבי (4.8.2014) נפסק: "מטרת הפיצוי אינה להשיב את מצבו של התובע לקדמתו (שהרי אין להתחשב בשיעור הנזק שנגרם לו), כי אם לאכוף את החוק, להרתיע את הנתבע ולתמרץ הגשת תביעות יעילות... הפיצוי נועד להכווין את התנהגות הנתבע באופן שפרסום עתידי במתכונת זו יהיה בלתי כדאי עבורו" (פס' 9-10).

32. בנסיבות המקרה כאן יש להתחשב בשיקולים הבאים:

א. מצד אחד, עומדות ההפרות, כמפורט לעיל. אשר לטענת הנתבעים לחוסר תום ליבם של התובעים בשל סירובם הלא לגיטימי לבקש הסרה, נפסק כי סירוב לא לגיטימי להשתמש בלחצן הסר יכול להיחשב כהתנהגות שלא בתום לב, אשר משליכה על היקף הפיצוי (פס"ד בן עמי, פס' 24-27). כאמור, בדברי הפרסומת צורף קישור המאפשר לשלוח הודעת סירוב להמשך קבלת דברי הפרסומת, והתובעים לא השתמשו בלחצן זה. תובע 1 שלח הודעת "הסר" לשולח, לאחר קבלת דבר הפרסומת הראשון, אך משלוח דברי הפרסומת נמשך. לא מצאתי שסירוב התובעים ללחוץ על הקישור עולה לכדי סירוב לא לגיטימי, שכן, כאמור, הם רשאים לא ללחוץ על קישור. בעדות נתבע 2 ובסיכומים נטען שהתובעים היו יכולים לפעול גם במשלוח הודעת הסר לשולח כפי שעשה תובע 1 (פרוט' עמ' 9 ש' 24-23, עמ' 16 ש' 24-26), אך בדברי הפרסומת לא צוין שניתן לשלוח את המילה "הסר", אלא צורף רק הקישור שלידו המילה "הסרה".



בית משפט השלום בפתח תקווה

תאד"מ 22-11-40148 רודניצקי ואח' נ' קינג שוז יבוא בע"מ ואח'

ב. מצד שני, יש להפחית את סכום הפיצוי משהנתבעים ביקשו להתפשר לאורך כל ההליך, כעולה מהאמור בפרוטוקולים והתשובות שצורפו ב- 22.8.2024 ו- 21.5.2024, ומההתכתבות בין נתבע 2 לב"כ התובעים (נספח 2 לכתב התשובה). בנכונות להתפשר יש לראות כיוון חיובי בהתנהגות הנתבעים לקראת השגת התכלית ההרתעתית. לכך יש להוסיף כי לא הוכח שמכתב ההתראה נמסר לנתבעים, שכן לא צורף אישור מסירה, וההתכתבות ממרץ 2023 (נספח 2 לכתב התשובה) אינה מוכיחה כי המכתב נמסר ב- 26.5.2022. לכן, אין לזקוף לחובת הנתבעים את ההודעות הנוספות שנשלחו לאחר תאריך זה. במכלול השיקולים, יש להתייחס להיקף ההפרה (20 דברי פרסומת). כמו כן, לא הוכח כי התנהלו תביעות אחרות בגין הפרות חוק התקשורת כנגד הנתבעים. לא הובאו כתבי הטענות מההליכים שצוינו בכתב התשובה, כך שלא ניתן לדעת אם מדובר באותן עילות תביעה.

33. במכלול השיקולים לעיל, סכום הפיצוי אשר מביא להגשמת תכליות החוק הוא 10,000 ש"ח. כלומר, פיצוי בסך 500 ש"ח לכל הפרה.

34. התובעים זנחו בסיכומיהם את הטענות לפגיעה בפרטיות, ולהפרות מכוח חוק הגנת הצרכן. מעבר לכך, נמצא כי טענות אלה נטענו בעלמא וללא ביסוס מספיק.

ג. סוף דבר

35. הנתבעים ישלמו לתובעים, ביחד ולחוד, פיצוי בסך של 10,000 ש"ח בצירוף אגרות בית המשפט, ובצירוף שכ"ט עו"ד בסך של 1,770 ש"ח.

המזכירות תמציא את פסק הדין לב"כ הצדדים ותסגור את התיק.

ניתן היום, ט"ו סיוון תשפ"ה, 11 יוני 2025, בהעדר הצדדים.

עדנה יוסף-קוזין, שופטת