בית משפט לתביעות קטנות בחיפה

ד' אלול תשפ"ו, 17 אוגוסט 2026

ת"ק 30250-10-25 בוגנה נ' סלקום ישראל בע"מ

תיק חיצוני:

בפני **הרשם הבכיר, בנימין בן סימון**

תובעת **נעה בוגנה**

נגד

נתבעת **סלקום ישראל בע"מ**

פסק דין

1. לפניי תביעה לפיצוי בסך 13,500 ₪ בשל משלוח דברי פרסומת בדואר אלקטרוני ובמסרונים, ללא הסכמת התובעת ואף לאחר שדרשה מן הנתבעת, פעם אחר פעם, להסירה מרשימות התפוצה.

2. לאחר שעיינתי בכתבי הטענות ובנספחיהם ושמעתי את עדויות הצדדים, מצאתי לקבל את התביעה בעיקרה.

3. התובעת היא לקוחה של הנתבעת בתחום שירותי האינטרנט. לטענתה, הנתבעת שיגרה אליה דברי פרסומת באמצעות כתובת הדואר האלקטרוני ומספר הטלפון הנייד שלה, אף שמעולם לא נתנה את הסכמתה לקבלתם.

4. התובעת אינה תובעת בגין דבר הפרסומת הראשון שנשלח אליה ביום 15.8.2024. ביום 18.8.2024 שלחה התובעת לכתובת הדואר האלקטרוני הייעודית שהנתבעת עצמה מסרה לצורך הסרה מרשימות תפוצה הודעה ברורה בזו הלשון: "נא להסיר אותי מרשימת התפוצה לדברי פרסום, גם מנייד 052-8799234. תודה".

5. חרף הודעת הסירוב נשלחו אל התובעת 12 דברי פרסומת נוספים: מסרונים בימים 25.8.2024, 30.8.2024, 4.9.2024, 18.3.2025, 18.6.2025 ו־25.8.2025; והודעות דואר אלקטרוני בימים 2.3.2025, 25.3.2025, 29.4.2025, 11.8.2025, 19.8.2025 ו־8.9.2025.

6. התובעת לא הסתפקה בהודעת הסירוב הראשונה. ביום 2.3.2025 פנתה פעם נוספת וביקשה במפורש להסירה מן התפוצה הן בדואר האלקטרוני והן במספר הטלפון. ביום 26.3.2025 שלחה בקשת הסרה נוספת, וביום 25.8.2025 התקשרה לנתבעת ודרשה כי משלוח הפרסומות יופסק. לאחר אותה

שיחה אף נשלח אליה אישור שלפיו בקשת חסימת המסרונים נקלטה ותבוצע בימים הקרובים. למרות זאת, ביום 8.9.2025 נשלחה אליה הודעת פרסומת נוספת בדואר האלקטרוני.

7. הנתבעת טענה כי בקשת ההסרה שנשלחה בדואר האלקטרוני הביאה לחסימת כתובת הדואר האלקטרוני בלבד, ואילו לשם חסימת מסרונים היה על התובעת לבצע פעולת הסרה נפרדת. עוד נטען כי במועד מאוחר יותר בוצעה פעולה באתר הנתבעת אשר פתחה מחדש את האפשרות לקבלת דברי פרסומת.

8. סעיף 30א(ב) לחוק התקשורת (בזק ושידורים), התשמ"ב–1982, קובע מודל של הסכמה מראש – Opt In – ולפיו אין מפרסם רשאי לשגר דבר פרסומת באמצעות הודעה אלקטרונית או הודעת מסר קצר ללא קבלת הסכמה מפורשת מראש של הנמען בכתב.

9. העובדה שהנמען הוא לקוח של המפרסם אינה מהווה, כשלעצמה, הסכמה למשלוח דברי פרסומת. סעיף 30א(ג) לחוק קובע חריג מוגבל ביחס ללקוחותיו של עוסק, אולם תחולתו מותנית בהתקיימותם המצטברת של התנאים שנקבעו בו: מסירת הפרטים במהלך רכישה או משא ומתן; הודעה לנמען כי פרטיו ישמשו למשלוח פרסומות; מתן אפשרות לסרב לכך; ומשלוח פרסומות המתייחסות למוצר או לשירות מסוג דומה.

10. גם מקום שבו ניתנה הסכמה, רשאי הנמען לחזור בו ממנה בכל עת. בהתאם לסעיף 30א(ד)(1) לחוק, הודעת הסירוב יכולה להינתן בכתב או בדרך שבה שוגר דבר הפרסומת, לפי בחירת הנמען.

11. בהתאם לסעיף 30א(י) לחוק, רשאי בית המשפט לפסוק פיצוי ללא הוכחת נזק בסכום שלא יעלה על 1,000 ₪ בשל כל דבר פרסומת שנשלח בניגוד לחוק. בקביעת שיעור הפיצוי יש לשקול, בין היתר, את אכיפת החוק וההרתעה מפני הפרתו, את עידוד הנמען למימוש זכויותיו ואת היקף ההפרה.

12. הנתבעת לא הציגה הסכמה מפורשת כלשהי של התובעת לקבלת דברי פרסומת. נציגת הנתבעת אף אישרה בעדותה, במענה לשאלת בית המשפט, כי לפני משלוח הפרסומות לא היה בידי הנתבעת אישור מוקדם של התובעת.

13. הנתבעת גם לא הוכיחה את התקיימות התנאים המצטברים שבסעיף 30א(ג) לחוק. היא לא הציגה הסכם, טופס, הקלטה, הודעה או תיעוד אחר שמהם ניתן ללמוד כי הודיעה לתובעת שפרטיה ישמשו למשלוח דברי פרסומת, וכי ניתנה לה אפשרות לסרב לכך.

14. בעניין זה יפים הדברים שנקבעו בתא"מ 12617-02-16 עטיה נ' ג.מ. השקעות ואופנה בע"מ:

"הנתבעת לא הוכיחה כי התובעת הביעה הסכמתה למשלוח דברי פרסומת אליה. הנתבעת לא השכילה להמציא טופס שבו מביעה התובעת את הסכמתה לשיגור פרסומות אליה. ויודגש, אין בהצטרפות התובעת למועדון הלקוחות של החברה הסכמה הנדרשת בחוק – למשלוח פרסומות אליה".

15. הדברים חלים ביתר שאת בענייננו. שם נדונה לקוחה שהצטרפה למועדון לקוחות ומסרה את פרטיה; ואילו כאן לא הציגה הנתבעת אפילו תשתית ראייתית לכך שהתובעת הצטרפה למסגרת כלשהי שבגדרה הובא לידיעתה כי יישלחו אליה דברי פרסומת. עצם היותה לקוחה של הנתבעת בתחום האינטרנט אינו שקול להסכמה לקבלת פרסומות בדואר אלקטרוני ובמסרונים.

16. גם בהחלטה בת"צ 23787-03-23 כהן ואח' נ' סלקום ישראל בע"מ הודגש כי הפניה כללית למסמכי ההתקשרות, שבתוכם מוכמנת הודעה בדבר משלוח דברי פרסומת, אינה מקיימת את חובת ההודעה האקטיבית המוטלת על המפרסם לפי סעיף 30א(ג) לחוק. אמנם מדובר בהחלטה שניתנה בשלב בקשת האישור, ולא בפסק דין סופי בתובענה, אולם הנמקת בית המשפט נשענת על לשון החוק ותכליתו, ובפרט על הצורך להבטיח שהנמען יהיה מודע לכך שפרטיו ישמשו למשלוח דברי פרסומת ויוכל לממש את זכותו לסרב לכך.

17. טענת הנתבעת כי התובעת, או אדם אחר שהיה מורשה לפעול בחשבונה, פתחו מחדש את אפשרות הדיוור באמצעות פעולה באתר, לא הוכחה. לא הוצג תיעוד של הפעולה הנטענת, מועד ביצועה, זהות מבצע הפעולה או נוסח ההסכמה שעליה, לפי הטענה, לחץ אותו אדם.

18. אין די באמירה כללית שלפיה "מישהו נכנס לאתר". הנתבעת היא שמחזיקה במערכות ובנתונים הנוגעים לפעולות באתר, ולמרות זאת לא הציגה כל ראיה ישירה לטענתה. לא הובהר גם כיצד פעולה בלתי מזוהה של צד שלישי יכולה להיחשב הסכמה מפורשת של התובעת לקבלת דברי פרסומת.

19. מכל מקום, גם אילו הוכחה הסכמה כלשהי בשלב מוקדם יותר – והיא לא הוכחה – התובעת ביטלה אותה במפורש כבר ביום 18.8.2024.

20. אין לקבל את טענת הנתבעת כי בקשת ההסרה שנשלחה בדואר האלקטרוני חלה רק על אותו ערוץ. התובעת לא הסתפקה בבקשת הסרה כללית, אלא ציינה במפורש כי היא מבקשת להסירה גם מן הנייד ואף מסרה את מספרו.

21. הנתבעת קיבלה אפוא הודעת סירוב כתובה, ברורה ומזוהה, החלה במפורש על שני אמצעי הקשר. הטענה כי הודעה זו חסמה מבחינה טכנית רק את הדואר האלקטרוני אינה גורעת מתוקפה המשפטי.

22. לשון החוק מקנה לנמען את הבחירה למסור הודעת סירוב "בכתב או בדרך שבה שוגר דבר הפרסומת". החוק אינו מטיל על הנמען חובה למסור הודעת סירוב נפרדת בכל מערכת פנימית שהמפרסם בחר להפעיל.

23. חלוקת מערכות הדיוור של הנתבעת למערכת דואר אלקטרוני ולמערכת מסרונים היא עניין ארגוני פנימי שלה. אין בה כדי לצמצם את תוקפה של הודעת הסירוב או להעביר אל התובעת את האחריות להתאים את בקשתה למבנה הטכני של מערכות הנתבעת.

24. חלוקת מערכות הדיוור של הנתבעת למערכת דואר אלקטרוני ולמערכת מסרונים היא עניין פנימי הנוגע לאופן ארגון מערכותיה. אין בחלוקה זו, כשלעצמה, כדי לגרוע מתוקפה של הודעת סירוב שנמסרה בדרך המותרת לפי סעיף 30א(ד)(1) לחוק, או להעביר אל התובעת את האחריות להתאים את בקשתה למבנה הטכני של מערכות הנתבעת. ככל שהנתבעת הייתה יכולה לזהות את התובעת ואת רצונה להפסיק את הדיוור, היה עליה לטפל בהודעת הסירוב באופן אפקטיבי ולהחילה על אמצעי הקשר הרלוונטיים, ולא להסתמך על ההפרדה הפנימית בין מערכותיה.

25. טענת הנתבעת כי המחשב אינו קורא את המלל שבהודעת ההסרה אינה יכולה לסייע לה. הנתבעת היא שהפנתה את לקוחותיה לכתובת דואר אלקטרוני ייעודית לצורך הסרה מרשימות התפוצה. עליה להפעיל מנגנון המסוגל לקלוט ולטפל בהודעות הנשלחות לכתובת זו. אין היא יכולה להזמין את הלקוח לשלוח הודעת סירוב בכתב, ולאחר מכן לטעון כי המערכת אינה קוראת את תוכנה.

26. במקרה שלפניי לא מדובר בתקלה נקודתית או בעיכוב טכני קצר. לאחר הודעת הסירוב הראשונה נשלחו לתובעת 12 דברי פרסומת במשך למעלה משנה. המשלוח נמשך גם לאחר בקשות נוספות בימים 2.3.2025 ו־26.3.2025, ואף לאחר שיחת הטלפון והאישור ששלחה הנתבעת ביום 25.8.2025.

27. סעיף 30א(י)(5) לחוק מקים חזקה שלפיה מפרסם ששיגר דבר פרסומת בניגוד להוראות הסעיף עשה זאת ביודעין, אלא אם הוכיח אחרת. הנתבעת לא סתרה חזקה זו. ההפך הוא הנכון: ריבוי ההודעות והמשך משלוחן לאחר הודעות סירוב חוזרות מלמדים על כשל מתמשך במערכותיה.

28. ברע"א 2904/14 גלסברג נ' קלאב רמון בע"מ וברע"א 1954/14 חזני נ' הנגבי נקבע כי בבוא בית המשפט לפסוק פיצוי עליו להגשים את תכליות החוק – אכיפה, הרתעה ועידוד הגשת תביעות יעילות – ובה בעת לוודא שהפיצוי אינו עולה על הנדרש להשגתן.

29. כפי שנקבע בעניין עטיה, לצורך שיגור דבר פרסומת נדרשת הסכמה מפורשת של הנמען, והעובדה שהנמען לא ביקש להסירו מרשימת התפוצה אינה מעלה או מורידה לעניין עצם החבות. בענייננו, כאמור, התובעת אף שלחה כמה בקשות הסרה מפורשות.

30. השיקולים לחומרה במקרה זה הם ממשיים: לא הוכחה הסכמה כלשהי; הודעת הסירוב הראשונה הייתה מפורשת והתייחסה לשני ערוצי התקשורת; התובעת חזרה על בקשתה מספר פעמים; המשלוח נמשך למעלה משנה; ולא הוצגה תשתית ראייתית לטענה בדבר הסכמה מאוחרת או פתיחה מחודשת של הדיוור.

31. אין גם יסוד לטענת הנתבעת כי התובעת פעלה בחוסר תום לב או ביקשה לצבור הודעות לצורך תביעה. התובעת פנתה שוב ושוב לנתבעת בניסיון להביא להפסקת המשלוח. דווקא הנתבעת היא שלא כיבדה את בקשותיה.

32. הנתבעת היא גוף מסחרי גדול ומיומן המנהל מאגרי לקוחות ומערכות דיוור בהיקף נרחב. משום כך נדרשת ממנה הקפדה מיוחדת על קיומו של מנגנון הסרה פשוט, יעיל ואפקטיבי. אין להשלים עם מצב שבו לקוח מוסר הודעת סירוב ברורה, אך ממשיך לקבל פרסומות משום שמערכות הנתבעת אינן מסונכרנות זו עם זו.

33. בנסיבות אלה, ולאור הצורך באכיפת החוק ובהרתעה מפני הפרתו, מצאתי לפסוק לתובעת את הפיצוי המרבי בסך 1,000 ₪ בגין כל אחד מ־12 דברי הפרסומת, ובסך הכול 12,000 ₪.

34. הפיצוי הסטטוטורי מביא בחשבון גם את הטרחה ועוגמת הנפש שנגרמו לתובעת. לפיכך איני פוסק פיצוי נפרד נוסף בראש נזק זה.

סוף דבר

35. התביעה מתקבלת בעיקרה.

36. הנתבעת תשלם לתובעת סך של 9,000 ₪, בצירוף הפרשי הצמדה וריבית כחוק מיום הגשת התביעה ועד התשלום בפועל.

37. נוסף על כך תשלם הנתבעת לתובעת הוצאות משפט בסך 1,000 ₪.

38. הסכומים ישולמו בתוך 30 ימים ממועד המצאת פסק הדין לנתבעת.

זכות בקשת רשות ערעור תוך 30 יום

ניתן היום, ד' אלול תשפ"ו, 17 אוגוסט 2026, בהעדר הצדדים.

בנימין בן סימון, רשם בכיר