ת"ק 13262-04-26 קודסי נ' שאמא תכשיטים בע"מ

תיק חיצוני:

לפני כבוד הרשמת הבכירה איה מחאג'נה קרמאן

תובעים **רואא קודסי**

נגד

נתבעים **שאמא תכשיטים בע"מ**

פסק דין

הקדמה:

1. לפניי תביעה קטנה על סך של 7,000 ₪. התביעה מבוססת על טענה למשלוח שבע הודעות פרסומת (SMS) לטלפון הנייד של התובעת בניגוד להוראות סעיף 30א לחוק התקשורת (בזק ושידורים), התשמ"ב-1982.
2. בהתאם להחלטה מיום 09 יולי 2026, ומשנקבע כי התובענה מתאימה להכרעה על יסוד הכתב לפי תקנה 13(ג) לתקנות שיפוט בתביעות קטנות (סדרי דין), התשל"ז-1976, ניתן פסק דין זה ללא קיום דיון פרונטלי ולאחר שהצדדים השלימו את טיעוניהם.

טענות התובעת:

3. התובעת, לקוחה לשעבר של הנתבעת, טוענת כי קיבלה מהנתבעת 7 הודעות SMS הכוללות דברי פרסומת בניגוד להוראות חוק התקשורת. הודעות אלו התקבלו בתאריכים הבאים: "20.3.2024, 13.11.2025, 12.2.2025, 20.3.2025, 13.2.2026, 10.3.2026, 19.3.2026". התובעת טוענת כי ההודעות נשלחו ללא הסכמתה המפורשת מראש, בין בכתב ובין בדרך אחרת, וכי לא צוינה בהן אפשרות הסרה כנדרש בחוק.
4. לעניין היעדר ההסכמה, מפנה התובעת לסעיף 30א(ב) לחוק התקשורת (בזק ושידורים), תשמ"ב-1982, וטוענת שלמיטב זכורונה היא מעולם לא נתנה לנתבעת הסכמה כזו, לא במעמד רכישת התכשיטים בעבר ולא בכל שלב אחר. לעניין היעדר אפשרות ההסרה, התובעת מציינת כי שמה לב לראשונה להפרה עם קבלת ההודעה מיום "19.3.2026", ובעקבות בדיקה רטרואקטיבית גילתה כי גם ההודעות הקודמות שנשלחו אליה לא כללו אפשרות הסרה כדין. היא מפנה לסעיף 30א(ה) לחוק, הקובע כי מפרסם יציין בדבר הפרסומת באופן בולט וברור את "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".
5. בטיעוניה המשלימים, דוחה התובעת את טענת הנתבעת כי ציון מספר הטלפון או פרטי ההתקשרות היווה מנגנון להסרה, שכן אלו הופיעו כחלק מהמסר השיווקי ולא כדרך

מסמך זה חתום דיגיטלי

למימוש זכות הסירוב. היא מוסיפה כי גם אם ייקבע שמדובר במנגנון, הוא אינו חוקי, שכן מנגנון הסרה צריך להיות מיידי, טכני, פשוט ומופעל עצמאית על ידי הנמען, ללא צורך ביצירת קשר אישי עם העסק, מסירת פרטים נוספים או קבלת הנחיות. כמו כן, היא טוענת להפרת סעיף 30א(ד)(1)(א) לחוק, לפיו "הודעת סירוב תינתן בכתב או בדרך שבה שוגר דבר הפרסומת, לפי בחירת הנמען", בעוד שבמקרה זה לא ניתנה לה כל אפשרות בחירה.

6. התובעת מציינת כי פנתה לנתבעת במכתב התראה ביום "23.3.2026", והנתבעת השיבה ביום "8.4.2026" כי הסירה את פרטיה אך לא הציעה כל הסדר לפיצוי.

7. התובעת עותרת לקבלת פיצוי ללא הוכחת נזק בסך של "7,000 ש"ח" (בהתאם לסכום של "1,000 ש"ח" בגין כל הודעה) לפי סעיף 30א(י)(1) לחוק.

טענות הנתבעת:

8. הנתבעת, טוענת כי יש לדחות את התביעה במלואה. היא מבהירה כי 7 הודעות המסרון (SMS) שנשלחו לא שוגרו ברצף מטריד, אלא נפרסו על פני תקופה ממושכת של כשנתיים, כאשר הראשונה שבהן נשלחה כ-27 חודשים לפני הגשת התביעה. לדבריה, משלוח ההודעות נעשה במסגרת פעילות עסקית רגילה ובתום לב, ללא כל כוונת זדון או התעלמות מהוראות הדין.

9. הנתבעת מדגישה כי מאחר שמדובר בהודעות מסר קצר, חל עליהן ההסדר הייחודי והמצומצם שבסעיף 30א(ה)(2) לחוק התקשורת, לפיו על המפרסם לציין "רק את שמו ואת דרכי יצירת הקשר עמו לצורך מתן הודעת סירוב". בכל הודעה הופיעו שם הנתבעת ומספר טלפון פעיל של העסק, המאפשר ליצור עמה קשר ישיר, ולכן זהות המפרסם לא הוסתרה ולא נמנעה מהתובעת אפשרות מעשית לפנות להפסקת הדיוור. הנתבעת מוסיפה כי גם אם ייקבע שנפל פגם באופן ציון אפשרות ההסרה, הרי שמדובר לכל היותר בפגם טכני שאינו מצדיק פסיקת פיצוי.

10. הנתבעת טוענת כי חל בעניינה חריג הלקוח הקיים הקבוע בסעיף 30א(ג) לחוק התקשורת, המאפשר משלוח פרסומת ללקוח שמסר את פרטיו במהלך רכישה עבור מוצר מסוג דומה. התובעת הינה לקוחה חוזרת שביצעה שתי רכישות מרצונה, האחת בשנת "2020" והשנייה בשנת "2022", ובשתיהן מסרה באופן מודע את מספר הטלפון שלה לקבלות הרכישה. הדיווח שנשלח אליה התייחס לתחום פעילות זהה במהותו – תכשיטים – ולכן פרטיה הופיעו במערכות הנתבעת על רקע התקשרות עסקית קודמת וחוזרת ולא באופן מקרי.

11. הנתבעת מצביעה על כך שהתובעת עצמה הודתה כי ב-6 מתוך 7 ההודעות היא כלל לא הבחינה בזמן אמת, אלא איתרה אותן בדיעבד בחיפוש רטרואקטיבי לאחר קבלת ההודעה האחרונה. לפיכך, שש הודעות אלו לא גרמו לתובעת כל מטרד או הפרעה בפועל בזמן אמת, והעובדה שהתגלו רק בדיעבד היא שיקול משמעותי ביותר לשאלת תום הלב ושיעור הפיצוי. ההודעה האחרונה היא היחידה שהתובעת הבחינה בה בזמן אמת, וביחס אליה ננקטו פעולות הסרה מיידיות ללא כל שיהוי או התעלמות.

12. עוד נטען כי מיד עם קבלת פנייתה בכתב של התובעת מיום "23.3.2026", הנתבעת פעלה באופן מיידי, הסירה את פרטי התובעת ממערכות הדיוור, התנצלה בפניה ולא שלחה אליה אף הודעה נוספת. לאור זאת, הנתבעת טוענת כי הגשת התביעה אינה נובעת מצורך מעשי בהפסקת הדיוור, אלא היא בעיקרה דרישה קנטרנית לפיצוי כספי עונשי ומלא בסך "7,000 ש"ח".

דיון והכרעה:

13. לאחר שעיינתי בחומר הראיות שהוגש לתיק, ושקלתי את מכלול השיקולים הרלבנטיים, אני סבורה כי יש לקבל את התביעה באופן חלקי. אפרט את עמדתי בתמצית וזאת בהתאם לתקנה 15 לתקנות שיפוט בתביעות קטנות (סדרי דין), תשל"ז-1976.

14. תחילה יצוין, כי אין מחלוקת בעניין משלוח 7 הודעות פרסומת לתובעת, והמחלוקת נסובה סביב שאלת חוקיות המשלוח וגובה הפיצוי הראוי. ראוי לציין כי לכתב התביעה צורפו העתקי ההודעות אך לא הופיע התאריך של משלוחם בתוך ההודעות, אך מאחר והנתבעת לא התכחשה למשלוח ההודעות ו/או למועד משלוחן, אני מתייחסת למועדים שצוינו בכתב התביעה כעובדה מוסכמת.

15. הנתבעת טוענת לתחולתו של "חריג הלקוח הקיים" לפי סעיף 30א(ג) לחוק, אולם חריג זה מותנה בארבעה תנאים מצטברים, שהם כי הנמען מסר את פרטיו למפרסם במהלך רכישה או משא ומתן לרכישה; המפרסם הודיע לו שהפרטים ישמשו למשלוח דברי פרסומת; ניתנה לנמען הזדמנות להודיע על סירוב והוא לא עשה כן; ודבר הפרסומת מתייחס למוצר או לשירות מסוג דומה למוצר או לשירות שנרכשו. הנתבעת לא הציגה כל מסמך חתום או ראיה אחרת המעידה כי התובעת אישרה לקבל הודעות אלו או כי ניתנה לה הזדמנות לסרב לכך במעמד הרכישות.

16. בפסיקה, כגון ע"א 534/17 **עו"ד רונן לפיד נ' סלקום ישראל בע"מ** (6.3.2019) (להלן: "**בעניין לפיד**"), נקבע כי הסתמכות המפרסם על החריג מותנית בהתקיימותם של התנאים המצטברים שנקבעו בו, ומשלא הוכיחה הנתבעת כי התקיימו כל תנאי החריג, שליחת דברי הפרסומת נעשתה בניגוד לחוק. יתרה מכך, כפי שנקבע בעניין לפיד, חריג הלקוח הקיים אינו פוטר את המפרסם מהחובה לאפשר הודעת סירוב פשוטה וסבירה בגוף ההודעה.

17. באשר למנגנון ההסרה, הודעות הנתבעת כללו את מספר הטלפון הכללי של העסק אך לא ציינו כי הוא מיועד להסרה ולא איפשרו הסרה פשוטה כגון השבת הודעת "הסר". מנגנון המאלץ את הנמען ליזום שיחת טלפון או ליצור קשר אישי עם העסק הוא מסורבל, מטריד ואינו עומד בדרישת החוק למנגנון פשוט וסביר.

18. סעיף 30א(ה)(2) לחוק קובע כי מפרסם המשגר דבר פרסומת באמצעות הודעת מסר קצר יציין בה רק את שמו ואת דרכי יצירת הקשר עמו לצורך מתן הודעת סירוב, ואילו סעיף 30א(ד)(1) מעניק לנמען את הבחירה בדרך משלוח הודעת הסירוב. לפיכך, מספר טלפון פעיל

של העסק כשלעצמו, ללא הבהרה שהוא מיועד להסרה וללא מתן דרך קלילה ונגישה להסרה (כגון SMS חוזר), מהווה פגם מהותי בהתנהלות הנתבעת.

19. עם זאת, לקביעת גובה הפיצוי יש לשקול את נסיבות המקרה לקולא בהתאם לסעיף 30א(י)(3) לחוק ולפסיקה ברע"א 1954/14 **אילן חזני נ' שמעון הנגבי**. **<u>ראשית</u>**, התובעת הייתה לקוחה לשעבר ורכשה מספר פעמים המוצרים הנמכרים. **<u>שנית</u>**, הנתבעת הפסיקה את משלוח ההודעות באופן מיידי עם קבלת הודעת ההסרה הראשונה של התובעת ביום 23.3.2026 ולא שלחה הודעות נוספות לאחר מכן. **<u>שלישית</u>**, משך הזמן שחלף בין הודעה להודעה היה ארוך ומרווח מאוד, כאשר שבע ההודעות נפרסו על פני תקופה ממושכת של כשנתיים, מה שמפחית את עוצמת ההטרדה בהשוואה למשלוח תכוף ואינטנסיבי.

20. מכלול הדברים האמור מביאני לאיזון לפיו, בנסיבות, יש מקום להפחית משמעותית את הפיצוי ובנסיבות אני מעמידה את גובה הפיצוי על סך של 150 ₪ עבור כל הודעה.

סוף דבר,

21. אשר על כן, אני מחייבת את הנתבעת לשלם לתובעת סך כולל של 1,400 ₪, בתוך 30 יום מהיום, שאם לא כן תתוסף ריבית שקלית מיום מתן פסק הדין ועד התשלום המלא בפועל.
22. בנסיבות ומשלא התקיים דיון, כל צד ישא בהוצאותיו.
23. לצדדים הזכות להגיש בקשת רשות ערעור על פסק הדין לבית המשפט המחוזי בנוף הגליל-נצרת, תוך 30 יום מקבלת פסק הדין לידיהם.
24. המזכירות תסגור את התיק, תבטל את הדיון הקבוע ותשלח את פסק הדין לצדדים.

ניתן היום, כ"ג אלול תשפ"ו, 05 ספטמבר 2026, בהעדר הצדדים.

איה מחאג'נה קרמאן, רשמת בכירה