



בית משפט לתביעות קטנות בתל אביב - יפו

ת"ק 8952-01-25 לוי נ' סקראצ' - גרד וזכה בע"מ

לפני כבוד השופט טל חבקין, סגן נשיאה

התובע:

אופק לוי

נגד

הנתבעת:

סקראצ' - גרד וזכה בע"מ

פסק דין

לפניי תביעה קטנה על סך של 25,000 ש"ח שעילתה פיצוי ללא הוכחת נזק בגין משלוח 22 דברי פרסומת ששוגרו כמסרונים לטלפון הנייד של התובע, בניגוד לסעיף 30א לחוק התקשורת (בזק ושידורים), התשמ"ב-1982 (להלן: "החוק" או "חוק התקשורת"). יצוין כבר עתה כי מנספחי כתב התביעה עולה שנשלחו 18 דברי פרסומת.

העובדות

1. הנתבעת היא חברה ישראלית שעיסוקה במתן שירות לגירוד כרטיסי "חיש גד" באופן מקוון באמצעות אפליקציה ואתר אינטרנט. התובע נרשם לשירותי הנתבעת באמצעות טופס רישום, ובמסגרת זו מסר לנתבעת את מספר הטלפון הנייד שלו וכתובת הדואר האלקטרוני שלו. בין הימים 3.12.2024 ל-3.1.2025 התובע קיבל מהנתבעת 18 הודעות פרסומת במסרונים לטלפון הנייד שלו, והעתקן צורף לכתב התביעה. הוא ביקש להסיר את מספרו מרשימת התפוצה של הנתבעת באמצעות משלוח הודעת מסר קצר (SMS) למספר שממנו קיבל את הודעות הפרסומת (פעולת "השב"). התובע שלח ארבע הודעות כאלו, כמשמעותן בסעיף 30א(ד)(1) לחוק, כולן נשלחו בהצלחה ולא התקבלה הודעת שגיאה. אף על פי כן הוא המשיך לקבל הודעות פרסומת. כלל ההודעות כוללות מסרים שיווקיים ופרסומיים לרכישת מוצרים או שירותים מהנתבעת. לטענת התובע, ביום 23.12.2024 הוא שלח לנתבעת מכתב התראה לפני נקיטת הליכים משפטיים שבו דרש פיצוי ללא הוכחת נזק בסך של 13,000 ש"ח. המכתב נשלח לכתובת הרשומה של הנתבעת, לכתובת הדוא"ל המצוינת בתקנון האתר שלה, וכן לכתובת הדוא"ל הרשומה כבעלת הדומיין. הוא לא קיבל מענה, וגם לאחר ששלח את מכתב ההתראה המשיך לקבל הודעות פרסומיות.

2. במישור המשפטי נטען כי הנתבעת מפרה את החוק באופן סדרתי, לרבות את סעיף 30א(ד)(1) לחוק הקובע כי "הודעת הסירוב תינתן בכתב או בדרך שבה שוגר דבר הפרסומת, לפי בחירת הנמען"; את סעיף 30א(ה)(1)(ב) לחוק הקובע שיש לפרט בהודעה את כתובת השולח ודרכי יצירת הקשר עמו; ואת סעיף 30א(ה)(1)(ג)(1) לחוק הקובע שמנגנון ההסרה יהיה פשוט וסביר



בית משפט לתביעות קטנות בתל אביב - יפו

ת"ק 8952-01-25 לוי נ' סקראצ' - גרד זכה בע"מ

בנסיבות העניין. נתבע סך של 23,000 ש"ח כפיצוי ללא הוכחת נזק ופיצוי נזיקי בגין ההודעות, וסך נוסף של 2,000 ש"ח כהוצאות משפט.

3. הנתבעת טוענת להגנתה כי התובע נרשם לשירותיה ואישר קבלת תוכן פרסומי, עובדה שהתובע הסתיר בכתב התביעה ולא הוכחה על ידו משהועלתה. כמו כן נטען כי הודעות הפרסומות שנשלחו כללו מנגנון הסרה פשוט באמצעות לחיצה על קישור. לטענתה, התובע נמנע במכוון מללחוץ על קישור ההסרה ובמקום זאת שלח הודעות "הסר" למערכת אוטומטית, בידיעה כי הדבר לא יוביל להסרתו מרשימת התפוצה. נטען כי ניתן להסיק שהימנעות זאת הייתה במכוון, שכן סמוך למועד הגשת הבקשה למתן פסק דין בהיעדר הגנה שהוגשה בתיק זה התובע הסיר עצמו מרשימת התפוצה באמצעות הקישור. לטענת הנתבעת, מקום שבו הייתה לתובע האפשרות לעשות שימוש בקישור ההסרה, שליחת הודעת "הסר" למערכת אוטומטית אינה בגדר אי הסכמה למשלוח הודעות. משכך, בהיעדר הודעת אי-הסכמה של התובע לנתבעת, התובע אינו זכאי לסעד כלשהו. משהסתיר את העובדה כי נרשם לשירותיה, הנתבעת טוענת כי התובע פעל בחוסר תום לב ובחוסר ניקיון כפיים במטרה ליצור עילת תביעה מלאכותית ולסחוט כספים שלא כדין. הנתבעת מדגישה כי פעלה בהתאם להוראות הדין וסיפקה דרך פשוטה וסבירה להסרה מרשימת התפוצה, ושהתובע נהג בחוסר תום לב בכך שלא עשה שימוש בקישור ההסרה. נטען כי אין לקבל טענה עמומה לחשש של התובע ללחוץ על קישור ההסרה כאשר מדובר במקור מזוהה, מחברה המספקת שירות שהתובע נרשם אליו מרצונו. על אחת כמה וכמה חשש זה לא יכול לעמוד לתובע משעשה שימוש בקישור כדי להסיר את עצמו מרשימת התפוצה בסופו של דבר.

דין והכרעה

4. הצדדים הסכימו שהתובענה תוכרע על דרך הכתב ובלא לקיים דיון. משהתאפשר להם להשלים טיעון והם ניצלו את האפשרות, ניתן פסק דין זה.

5. נפתח בתשתית הנורמטיבית. סעיף 30א(ב) לחוק אוסר על "מפרסם" כהגדרתו בסעיף 30א(א) לחוק לשגר דברי פרסומת באמצעות מתקן בזק בלא שניתנה הסכמתו של הנמען לשליחתן קודם לכן. מפרסם המשגר דברי פרסומת בניגוד להוראות הסעיף, מבצע עוולה אזרחית המזכה בפיצוי בגין נזק שנגרם כאמור בסעיף 30א(ט) לחוק, או בפיצוי ללא הוכחת נזק כאמור בסעיף 30א(י) לחוק.

6. אמת המידה לפסיקת פיצוי ללא הוכחת נזק בגין שיגור שלא כדין של דבר פרסומת באמצעות מתקן בזק לפי סעיף 30א(י) לחוק התקשורת התוותה בשני פסקי דין שניתנו בבית המשפט העליון – רע"א 2904/14 גלסברג נ' קלאב רמון בע"מ (27.7.2014) (דן יחיד); רע"א 1954/14 חזני נ' הנגבי (4.8.2014) (מותב שלושה). בעניין חזני קבע בית המשפט העליון כי בבואו לקבוע את



בית משפט לתביעות קטנות בתל אביב - יפו

ת"ק 8952-01-25 לוי נ' סקראצ' - גרד זוכה בע"מ

סכום הפיצוי כאמור יש להקנות משקל לתכליות החוק: אכיפה, הרתעה יעילה ועידוד הגשת תובענות מצד אחד; ולהקפיד שהפיצוי יהיה מידתי ולא מעבר לנדרש לשם השגת אותן תכליות מצד שני. הפיצוי נועד להכווין את התנהגות המפרסם באופן שפרסום עתידי במתכונת זו יהיה בלתי כדאי עבורו. לשם כך יש לשקול שני סוגים של שיקולים: הסוג הראשון מתמקד בנסיבות ביצוע ההפרה וכולל בין היתר את תוכן הפרסום (אם הוא פוגעני אם לאו); את התנהגות הנתבע; את הרווח הצפוי לו מן הפרסום (ככל שניתן להעריכו); את מספר דברי הפרסומת ששלח לתובע (ואותן בלבד); וכמה הודעות נשלחו לכל כתובת (אם מדובר במשלוח בודד לכל כתובת או בהפרה חוזרת ונשנית). בית המשפט העליון הדגיש כי כמות ההודעות שנשלחה לתובע גודרת את תקרת הסכום שאפשר לפסוק, אך מעבר לכך היא אך שיקול אחד מבין מכלול השיקולים האמורים. נקודת המוצא היא שתביעה בגין הפרה בודדת תזכה את התובע במלוא הסכום כדי שתושג התכלית ההרתעתית. ככל שמספר ההפרות עולה כך גדלה התקרה שבית המשפט רשאי לפסוק, אולם עליו להיעצר בסכום המשקף הרתעה יעילה בנסיבות העניין ולא מעבר לכך. סוג שני של שיקולים שנדרש בית המשפט לשקול עניינו בשאיפה לעודד הגשת תביעות יעילות שמטרתן להגשים את תכליות החוק. לשם כך יש לשקול את עלויות ניהול ההליך ביחס לתועלת שתופק ממנו. נקבע כי יש לפסוק שכר טרחה והוצאות בסכום שבמכלול יהפוך את הגשתה לכדאית (עניין חזני, פסקה 10). השופט (כתוארו אז) רובינשטיין הדגיש בעניין חזני כי לבית המשפט יש שיקול דעת לקבוע את סכום הפיצוי בהתאם למכלול נסיבות העניין.

7. בת"ק (תביעות קטנות ת"א) 44069-09-14 זילברג נ' קנייה טובה באינטרנט בע"מ (11.3.2015) ציינתי שיש להבחין בין שני מצבים שבהם משוגרים דברי פרסומת באמצעות מתקן בזק שניתן לתבוע בגינם פיצוי לפי סעיף 30א לחוק התקשורת (ראו גם רת"ק (מחוזי ב"ש) 49131-16 קושרובסקי נ' כרטיסי אשראי לישראל בע"מ, פסקה 11 (5.5.2016)). מצב אחד עניינו בשולח המשגר דברי פרסומת לנמענים בלא שאלה פנו אליו קודם לכן או שהיה ביניהם קשר עסקי קודם. הכוונה למפרסמים הנוקטים אסטרטגיה שיווקית של שיגור דברי פרסומת לקהל הרחב – בלא שהנמענים הביעו עניין בכך – בהצעה לרכוש שירותים או מוצרים. המצב השני עניינו בשולח המשגר דברי פרסומת לנמענים שנתנו הסכמה לקבלם בעבר; בשלב מסוים החליטו כי אינם מעוניינים בהמשך השיגור וביקשו להסירם מרשימת התפוצה; ואף על פי כן המשיכו לקבל דברי פרסומת בניגוד לרצונם. קבעתי באותו עניין כי משלוח דברי פרסומת במצב הראשון הוא חמור בהשוואה למשלוח דברי פרסומת במצב השני. הטעם לכך הוא שהיקף החשיפה לדברי פרסומת במצב הראשון הוא בלתי מוגבל, וזו התופעה העיקרית שחוק התקשורת ביקש למגר: הצפה בלתי נשלטת ובלתי מבוקרת של דברי פרסומת שהנמען לא הסכים לקבלם; שאין לו כל שליטה על התכנים הנכללים בהם (שעלולים להיות פוגעניים); כאשר זהות השולח אינה ידועה לו ועל כן נקיטת פעולה להסרתם באמצעות לחיצה על קישוריות שנכללות בהם עלולה לחשוף את הנמען להידבקות בנוזקות ובסוסים טרויאניים. שיגור דברי פרסומת במצב השני הוא ככלל חמור פחות, אלא אם כן השולח מתעלם באופן עקבי מבקשות הסרה של הנמען מרשימת התפוצה. זאת משום שמספר ההודעות שנשלחות במצב הזה הוא מבוקר, שכן בשלב כלשהו הנמען הסכים לקבלן; הנמען יודע את זהות השולח, ועל



בית משפט לתביעות קטנות בתל אביב - יפו

ת"ק 8952-01-25 לוי נ' סקראצ' - גרד זכה בע"מ

כן יכול להסיר את עצמו מרשימת התפוצה יחסית בקלות. לעומת זאת, התעלמות זאת, התעלמות עקבית ומכוונת מבקשות הסרה והמשך שיגור דברי פרסומת היא נסיבה לחומרה. בקשות רשות ערעור על פסק דין זה נדחו (רת"ק (מחוזי ת"א) 36018-04-15 זילברג נ' קניה טובה באינטרנט בע"מ (27.4.2015); רע"א 3311/15 זילברג נ' קניה טובה באינטרנט בע"מ (25.6.2015)). יצוין שגם מקור מהימן עלול להימצא בדיעבד כ"עוקץ" או כנוזקה, וכבר היו דברים מעולם.

8. הבחנה זו רלוונטית לענייננו. משטענה הנתבעת כי התובע נרשם לשירותיה, האחרון לא הכחיש זאת בהשלמת הטיעון מטעמו, אך הדגיש שהעיקר אינו טמון בכך, אלא בעובדה שהנתבעת לא הסירה אותו כשהתבקשה לעשות כן בדרך שבה קיבל את ההודעה: הוא קיבל אותה במסרון, וביקש להסיר את עצמו במסרון, כפי שהחוק קובע שיש לאפשר לו. גדר המחלוקת נוגעת אפוא לאופן משלוח "הודעות הסירוב", ובפרט להחלטת התובע שלא ללחוץ על קישור ההסרה שנשלח במסרונים.

9. כאמור, סעיף 30א(ד)(1) לחוק קובע כי "הודעת הסירוב תינתן בכתב או בדרך שבה שוגר דבר הפרסומת, לפי בחירת הנמען", וסעיף 30א(ה)(ג)(1) לחוק מחייב את המפרסם לציין בדבר הפרסומת גם את "זכותו של הנמען לשלוח, בכל עת, הודעת סירוב כאמור בסעיף קטן (ד), ודרך אפשרית למשלוח הודעה כאמור שהיא פשוטה וסבירה בנסיבות העניין". סעיף 30א(ה)(2) לחוק – שהוא דין ספציפי המתייחס להודעת מסר קצר – מוסיף וקובע: "מפרסם המשגר דבר פרסומת באמצעות הודעת מסר קצר יציין בדבר הפרסומת רק את שמו ואת דרכי יצירת הקשר עמו לצורך מתן הודעת סירוב". בהקשר זה נפסק: "בידי הנמען הברירה אם לשלוח את הודעות הסירוב בכתב, או באופן שבו קיבל אותן. המפרסם נדרש אמנם להעמיד דרך 'פשוטה וסבירה' למשלוח הודעות סירוב, אך זאת מבלי לגרוע מזכותו של הנמען לשלוח את ההודעה בדרך המתאימה לו. העובדה שניתנה בידי [התובע] האפשרות לשלוח הודעת סירוב באמצעות לחיצה על לחצן 'הסרה', איננה גורעת אפוא מזכותו לשלוחה באמצעות דואר-אלקטרוני, כפי שנשלחה אליו, או בכתב, כרצונו" (רע"א 4704/20 בן-עמי נ' Facebook Ireland Ltd, פסקה 22 (9.2.2021) (השופט נ' סולברג בדן יחיד)).

10. בענייננו הנתבעת לא עמדה בדרישות החוק כאשר שלחה לתובע הודעות מסר קצר שלא כללו אפשרות ליתן הודעת סירוב באותו אופן שבו הן נשלחו. האפשרות היחידה שצוינה בהודעה להסרה הייתה לחיצה על קישור. בכך אין די כדי לעמוד בהוראות החוק (ע"א (מחוזי מ"ר) 16321-03-20 עקיבא נ' טרוולייק בע"מ, פסקות 51-52 (20.9.2020); עניין קושרובסקי, פסקה 21. מגד ראו ת"צ (מחוזי מ"ר) 32280-09-22 פרייפלד נ' מקס סטוק בע"מ, פסקות 31-33 (23.8.2024), שם נקבע כי התחמקות מתהליך הסרה פשוט ומהימן לצורך צבירת הודעות פרסומת עלולה להיחשב חוסר תום לב השולל את הזכאות לפיצוי).





בית משפט לתביעות קטנות בתל אביב - יפו

ת"ק 8952-01-25 לוי נ' סקראצ' - גרד זוכה בע"מ

11. מקום שעסקינן בתביעה לפיצוי ללא הוכחת נזק (להבדיל מתובענה ייצוגית, שככלל לא ניתן לפסוק בה פיצוי ללא הוכחות נזק לנוכח סעיף 20(ה) לחוק תובענות ייצוגיות, התשס"ו-2006 האוסר זאת) – המתמקד מעצם טיבו וטבעו בהרתעה והכוונת התנהגות – נראה לי שאין בהימנעות מלחיצה על קישור כמנגנון הסרה בלעדי משום חוסר תום לב, וזאת אף אם הודעת הפרסומת נשלחה ממקור שנחזה להיות מהימן. כידוע, גם מקורות מהימנים עלולים להתברר כניסיונות עוקץ ונוזקות, ולכן יש מקום לאפשר מנגנון הסרה שאינו כולל לחיצה על קישור. כמו כן, בנסיבות שמהן משלוח הודעת "השב" לא יוביל להסרה, השיקול הרלוונטי לקביעת סכום הפיצוי אינו בהכרח מספר הודעות הסירוב שנשלחו או מספר הודעות הפרסומת שנשלחו לאחר משלוח הודעות הסרה לא אפקטיביות. הדגש צריך להיות מושם על פסיקת סכום שדי בו כדי להרתיע את שולח ההודעות ולתמרצו לאפשר הסרה בדרך הקבועה בחוק, ובענייננו: באמצעות מנגנון "השב", שהוא ללא ספק הדרך הפשוטה והסבירה בנסיבות למתן הודעת סירוב (השוו לע"א (מחוזי ת"א) 2207-10-18 **שופמינד בע"מ נ' אברהם**, פסקה 11(א) (23.1.2019); ראו גם ת"ק (תביעות קטנות ת"א) 79150-09-24 **קרן נ' מקס איט פיננסים בע"מ**, פסקה 5 (18.3.2025)).

12. בענייננו ההודעות אכן מפרות את הוראות החוק במובן זה שלא נכתב בתחילתן שמדובר בהודעות פרסומת (תוך הפרה של סעיף 30א(ה)1(א) לחוק); לא צוינו בהודעה שמו של המפרסם, כתובתו ודרכי יצירת קשר עמו (תוך הפרה של סעיף 30א(ה)1(ב) לחוק); והעיקר הוא שמנגנון ההסרה אינו מאפשר להסיר את הנמען מרשימת התפוצה בדרך שבה התקבלה ההודעה (תוך הפרה של סעיף 30א(ד) סיפה לחוק התקשורת) ובדרך פשוטה וסבירה בנסיבות העניין (כאמור בסעיף 30א(ה)1(ג) לחוק).

13. בהיעדר מידע על אודות היקף עסקיה של הנתבעת, אך לנוכח אופי השירות שהיא מספקת והיקפו הפוטנציאלי, אני סבור שסך של 7,000 ש"ח כפיצוי ללא הוכחת נזק הוא סכום סביר כדי ליצור תמריץ מספיק שיגרום לה לשנות את המנגנון כך שיהא כדין.

14. לא מצאתי מקום לפסוק פיצוי נוסף בגין פגיעה בפרטיות.

סוף דבר

15. התביעה מתקבלת בחלקה במובן זה שהנתבעת תשלם לתובע סך של 7,000 ש"ח וכן הוצאות משפט בסך של 100 ש"ח.

אפשר להגיש בקשת רשות ערעור לבית המשפט המחוזי בתל אביב יפו תוך 30 יום ממועד המצאת פסק הדין.





בית משפט לתביעות קטנות בתל אביב - יפו

ת"ק 8952-01-25 לוי נ' סקראצ' - גרד וזכה בע"מ

הסכום המופקד בקופת בית המשפט על הפירות יועבר לתובע. מתוך סכום זה 600 ש"ח נפסקו בעבר בגין ביטול פסק הדין, והיתרה היא על חשבון פסק דין זה.

המזכירות תמציא את פסק הדין לצדדים.

ניתן היום, ט"ו בטבת התשפ"ו, 4 בינואר 2026, בהעדר הצדדים.

טל חבקין, שופט, סגן הנשיא

