



## בית משפט לתביעות קטנות בתל אביב - יפו

ת"ק 64170-04-25 יודקביץ נ' טי.טי. אנד קיי תיקים בע"מ

לפני כבוד הרשם בכיר מיכאל שמפל

התובע: אלכסנדר צבי יודקביץ ת"ז

נגד

הנתבעת: טי.טי. אנד קיי תיקים בע"מ חברות 513497800

### פסק דין

#### מבוא

1. בפניי תביעה כספית על סך 7,000 ₪, שעניינה משלוח 14 דברי פרסומת בניגוד להוראות סעיף 30א לחוק התקשורת (בזק ושידורים), התשמ"ב-1982 (להלן: "חוק התקשורת" \ "חוק הספאס").

#### עיקר טענות התובע

2. לטענת התובע, הנתבעת שלחה למספר הטלפון הנייד שלו דברי פרסומת באמצעות מסרונים, וזאת החל מחודש אוגוסט 2024, על אף שמעולם לא הסכים לכך, ולא אישר זאת. נטען, כי דברי הפרסומת נשלחו ע"י הנתבעת מבלי שקיבלה מפורשות ומראש את הסכמתו לכך, כפי שנדרש בסעיף 30א(ב) לחוק התקשורת, ובעשותה כן, ללא כל הסכמה מצדו, הפרה את הוראות החוק.

3. עוד נטען כי קישורי ההסרה לא היו תקינים וכל ניסיון לבצע הסרה - נכשל. זאת ועוד - גם לאחר שביקש להסירו מרשימת התפוצה באמצעות פניה לשרות הלקוחות (פניה שאין מחלוקת כי התקבלה אצל הנתבעת), הנתבעת המשיכה לשלוח אליו דברי פרסומת, אם כי מדובר רק בשלושה מסרונים שנשלחו במהלך חודש אפריל 2025.

4. בשים לב לכל האמור לעיל סבור התובע, כי הנתבעת הפרה את הוראות החוק ולפיכך הוא עותר לפיצוי מכוחו. התובע טוען לקבלת 14 מסרונים ודורש פיצוי בסך של 7,000 ₪ (500 ₪ עבר כל הודעת ספאס)

#### עיקר טענות הנתבעת



## בית משפט לתביעות קטנות בתל אביב - יפו

ת"ק 64170-04-25 יודקביץ נ' טי.טי. אנד קיי תיקים בע"מ

5. הנתבעת מכחישה את טענות התובע. לטענתה, מספר הטלפון אליו נשלחו המסרונים הוזן במערכת הדיוור הפרסומי שלה לאחר מתן הסכמה לקבלת חומר פרסומי, במסגרת רכישת מוצר בשנת 2021.
6. נטען, כי התובע כלל לא הוכיח שמספר המנוי אליו נשלחו המסרונים נמצא בבעלותו וכן הועלו תמיהות ביחס לכך, שמספר הטלפון הרשום בכותרת כתב התביעה שונה מהמספר אליו נשלחו המסרונים השיווקיים.
7. נטען, כי ככל הנראה בשל תקלה כלשהי, התובע הוסיף לקבל מספר מצומצם של הודעות, גם לאחר שבקשת ההסרה מחודש אפריל 2025 התקבלה.
8. לטענת הנתבעת, ככל שסבר התובע כי ההודעות אינן רצויות לו, היה עליו לפעול להסרתן מרשימת התפוצה והדיוור באמצעות קישור הסרה, שהיה תקין לחלוטין.

### דיון והכרעה

9. בדיון שנערך בפניי העידו התובע ושני עדים מטעם הנתבעת. כמו כן הוצגו מסמכים ואף אפשרתי לנתבעת להגיש מסמכים נוספים לאחר הדיון (והדבר אכן נעשה). אציין כבר עתה, כי לאחר ששמעתי את טענות הצדדים ועיינתי בכל אשר הוגש לתיק, הגעתי לכלל מסקנה כי דין התביעה להתקבל, אך באופן חלקי.
10. התובע הציג בפניי, על גבי הטלפון הנייד שברשותו, את כל ההודעות אשר בבסיס התביעה. התובע העיד, כי ברשותו שני קווים - זה שמספרו נרשם בכותרת כתב התביעה ומספר נוסף אליו נשלחו המסרונים השיווקיים. התובע הכחיש כי רכש מהנתבעת סט מזוודות בשנת 2021 (או מוצר אחר, בכל מועד שהוא), וחזר על כל יתר טענותיו בכתב התביעה.
11. נציגי הנתבעת חזרו על הנטען בכתב ההגנה וטענו, כי משלוח המסרונים נעשה בעקבות רכישת סט מזוודות בשנת 2021 ורק לאחר השארת פרטים - כתובת דוא"ל, שם ומספר טפון נייד.
12. במהלך הדיון התברר, כי ככל הנראה, אותה רכישת סט מזוודות בשנת 2021 נעשתה ע"י עמיתה של התובע ממקום עבודתו, אשר משום מה, מחד - רשמה בפרטי ההזמנה את שמו של התובע ואת מספר הטלפון הנייד שלו, ומאידך - רשמה את כתובת הדוא"ל שלה ואת כתובת מגוריה בעיר אשדוד. עובדה זו הובררה רק כאשר התובע נשאל האם הוא יודע למי שייכת כתובת הדוא"ל הרשומה במאגרי הנתבעת. נתתי אמן מלא בעדותו של התובע, כי הדבר נודע לו לראשונה רק במהלך הדיון.



## בית משפט לתביעות קטנות בתל אביב - יפו

ת"ק 64170-04-25 יודקביץ נ' טי.טי. אנד קיי תיקים בע"מ

13. סעיף 30א(א)(1) לחוק התקשורת מגדיר "דבר פרסומת" כ-"מסר המופץ באופן מסחרי, שמטרתו לעודד רכישת מוצר או שירות או לעודד הוצאת כספים בדרך אחרת".

14. סעיף 30א(ב) לחוק התקשורת קובע כי "לא ישגר מפרסם דבר פרסומת באמצעות פקסימליה, מערכת חיוג אוטומטי, הודעה אלקטרונית או הודעת מסר קצר... בלא קבלת הסכמה מפורשת מראש של הנמען, בכתב, לרבות בהודעה אלקטרונית או בשיחה מוקלטת...". קרי, חלי איסור על מפרסם לשלוח "דבר פרסומת" באמצעי תקשורת שונים, אלא אם ניתנה לכך הסכמת הנמען מראש ובכתב. עם זאת פנייה חד פעמית אל הנמען לשם קבלת הסכמה עתידית, לא תחשב כהפרה.

15. סעיף 30א(ג) לחוק התקשורת קובע כי על אף הוראות סעיף קטן (ב), ניתן לשלוח דברי פרסומת גם ללא הסכמת הנמען, ובלבד שמתקיימים שלושה תנאים מצטברים, כדלקמן:

(1) הנמען מסר את פרטיו למפרסם במלך רכישה של מוצר או שירות, או במהלך מו"מ לרכישה כאמור, והמפרסם הודיע לו כי הפרטים שמבסר ישמשו לצורך משלוח דבר פרסומת מטעמו.

(2) המפרסם נתן לנמען הזדמנות להודיע לו כי הוא מסרב לקבל דברי פרסומת כאמור, והנמען לא ניצל את ההזדמנות.

(3) דבר הפרסומת מתייחס למוצר או לשירות מסוג דומה למוצר או לשירות מאותו הסוג שהנמען רכש או ניהל לגביו משא ומתן כאמור בפסקה (1).

16. עיון בהודעות שצורפו כנספחים לכתב התביעה מלמד, כי כולן נושאות אופי שיווקי מובהק, ונראה כי אין על כך חולק. על כן, ההודעות האמורות מהוות "דבר פרסומת" כמשמעותו בסעיף 30א לחוק התקשורת.

17. הכלל הוא כי התובע נושא בנטל הראייה לתביעתו, ואולם מקום שבו הנמען מכחיש כי נתן את הסכמתו למשלוח דברי פרסומת, עובר הנטל אל כתפי המפרסם להוכיח כי ניתנה הסכמה מפורשת בהתאם לסעיף 30א(ב) לחוק התקשורת. במקרה דנן, אני מקבל את טענתו של התובע כי הוא עצמו מעולם לא נתן לנתבעת הסכמה לקבלת דברי פרסומת, ובאשר לאותה עמיתה אשר משום מה, ביצעה את הזמנת המזוודות תוך שימוש במספר הטלפון של התובע - לא ניתן לדעת האם נתנה הסכמה לקבלת דיוור פרסומי, שהרי היא לא הובאה למתן עדות.

18. יחד עם זאת, גם בהיעדר עדותה של אתה עמיתה של התובע, מוצא אני לקבוע כי לא הוכח שהיא נתנה הסכמה מפורשת למשלוח דיוור פרסומי למספר הטלפון הנייד של התובע.

19. היה על הנתבעת להציג אסמכתא או לחלופין - טופס הצטרפות או צילום דף נחיתה, או לכל הפחות אינדקציה משמעתית אחרת לקיומה של הסכמה לקבלת דיוור פרסומי באמצעות



## בית משפט לתביעות קטנות בתל אביב - יפו

ת"ק 64170-04-25 יודקביץ נ' טי.טי. אנד קיי תיקים בע"מ

מסרונים. משלא צורפה כל אסכמתא לכך, ואף לא אינדקציה מינמלית לכך שבעת רכישת סט המוודות, הרכש לא רק מילא את פרטיו, אלא גם נתן הסמה מפורשת לקבלת דיוור פרסומי, אני קובע כי הסכמה זו לא ניתנה.

20. חיזוק למסקנתי זו ניתן לקבל מעדותה של עדת הנתבעת אשר ציינה, כי מספר הטלפון הוסף **אוטומטית** לרשימת הדיוור, בעת ביצוע רכישת המזוודות. דהיינו - הנתבעת מודה כי מספר הטלפון שנרשם בעת ביצוע הרכישה מתווסף אוטומטית לרשימת הדיוור וכלל לא מתבקש אישור מפורש לקבלת דיוור פרסומי. **פרקטיקה מעין זו מנוגדת לדין**. משכך, סבורני כי הנתבעת לא הרימה את הנטל המוטל עליה וטענתה בעניין זה נדחת.

21. יתרה מכך: גם אם הייתי מקבל את טענת הנתבעת כי משלוח המסרונים נעשה אך ורק לאחר קבלת הסכמה מפורשת (וכאמור - לא כך הדבר), עדיין הייתי קובע כי היא נהגה בניגוד לחוק וזאת בשים לב לכך, שקישורי ה"הסרה" המופיעים בסיומה של כל הודעה, לא היו תקינים ולא אפשרו לתובע להסיר את עצמו מרשימת הדיוור. בעניין זה אני מקבל לחלוטין את טענתו ועדותו של התובע, שלא נסתרו.

22. משלא הוכחה הסכמה לקבלת דברי פרסומת, ומשהוכח כי קישורי ה"הסרה" לא היו תקינים, וכי המסרונים שנשלחו לתובע בחודש אפריל 2025 - מקורם בתקלה כלשהי (שלא הובררה כלל), נותר לבחון את היקף ההפרה ואת שיעור הפיצוי הראוי בנסיבות העניין. לעניין שיעור הפיצוי, סעיף 30א(1) לחוק התקשורת, מקנה לבית המשפט סמכות לפסוק פיצוי ללא הוכחת נזק, מקום שבו שוגר דבר פרוסמת ביודעין, וזאת עד לסכום של 1,000 ₪, בגין כל דבר פרסומת שנשלחה בניגוד להוראות החוק. התובע מלכתחילה עתר לפיצוי בסך 500 ₪ עבור כל הודעה.

23. בקביעת גובה הפיצוי יש לשקול את מכלול נסיבות העניין כמפורט בסעיף 30א(1)(3) לחוק התקשורת. במקרה שלפניי מתקיימים מספר שיקולים לפיצוי מקסימלי בגין דברי הפרסומת אותם שלחה הנתבעת לתובע, ובין היתר כי לא התקבלה הסכמה למשלוח ההודעות וכי קישורי ה"הסרה" לא היו תקינים. מנגד, קיימים מספר שיקולים להפחתת סכום הפיצוי, ובין היתר כי מדובר בפרסום מסחרי שאינו פוגעני, ואין מדובר במפרה סדרתית של החוק (בכל אופן - הדבר לא נטען לא הוכח). ראו, בין היתר: רע"א 2904/14 זיו גלסברג נ' קלאב רמון בע"מ (פורסם במאגרים, 27.7.2014).

24. על כן, התביעה מתקבלת בחלקה. אני מחייב את הנתבעת לשלם לתובע סך כולל של 4,900 ₪ (350 ₪ בגין כל הודעת 'ספאם' שנשלחה). וכן הוצאות משפט בסך 750 ₪. סכומים אלה ישולמו בתוך 30 יום מהיום, אחרת יישאו ריבית פיגורים מהיום ועד למועד התשלום המלא בפועל.



## בית משפט לתביעות קטנות בתל אביב - יפו

ת"ק 64170-04-25 יודקביץ נ' טי.טי. אנד קיי תיקים בע"מ

25. ניתן להגיש בקשת רשות ערעור על פסק הדין לבית המשפט המחוזי בתל אביב, בתוך 30 יום מיום קבלתו.

26. **המזכירות** תשלח את פסק הדין לצדדים בדואר רשום עם אישורי מסירה.

ניתן היום, כ"ז טבת תשפ"ו, 16 ינואר 2026, בהעדר הצדדים.

מיכאל שמפל, רשם בכיר