



בית משפט לתביעות קטנות בחיפה

ת"ק 63690-10-18 אור ואח' נ' קופת כרטיסים חיפה בעמ ואח'

בפני כבוד השופטת קרן מרגולין-פלדמן

התובע גיא אור

נגד

הנתבעת קופת כרטיסים חיפה בע"מ

פסק דין

- 1
2 1. לפניי תביעה כספית לתשלום סך של 4,000 ₪ בגין משלוח 4 דברי פרסומת לתובע, על ידי
3 מסרונים, מבלי שנתן את הסכמתו המפורשת לכך, ובניגוד להוראות סעיף 30א לחוק
4 התקשורת (בזק ושירותים), התשמ"ב-1982 (להלן: "החוק").
5
6 לשיטת התובע, אליבא דכתב התביעה, בקשותיו של התובע מהנתבעת להפסיק את שליחת
7 המסרונים באמצעות השבת מסרונים לנתבעת בהתאם למתווה שצוין בהודעות הפרסומת,
8 לא הביאו להפסקת משלוח דברי הפרסומת לתובע, ומכאן תביעה קטנה זו.
9
10 התובע, אדם פרטי שברשותו טלפון נייד, טוען כי ב-4 מועדים שונים בין התאריכים 27.06.18 -
11 06.08.2018 שיגרה הנתבעת למכשירו הנייד הודעות בעלות אופי מסחרי שהינן "דבר
12 פרסומת" כהגדרתה בסעיף 30א(א) לחוק התקשורת (בזק ושירותים).
13
14 מעיון בהודעות הטקסט אשר צורפו לכתב התביעה, עולה כי ההודעות אשר נשלחו לתובע שוגרו
15 מטלפון שמספרו 052-9999981, מבלי ציון שם השולח ועם קישור לחיץ המפנה להמשך דבר
16 פרסומת ורכישת כרטיסים באתר אינטרנט.
17
18 בכל אחת מן ההודעות ישנה אפשרות הסרה מרשימת התפוצה באמצעות השבת הודעה ובה המסר
19 "5037" לשולח. התובע פעל בהתאם להוראות ההודעה שקיבל, ומעת קבלת ההודעה
20 הראשונה השיב בהודעה מתאימה, בבקשה להסירו מרשימת התפוצה. ואולם התובע
21 המשיך לקבל את דברי הפרסומת כאמור פעמים נוספות. לטענת התובע, בגין אלו זכאי הוא
22 לפיצויים, ללא הוכחת נזק, בסך 1,000 ₪ עבור כל הודעה בהתאם לסעיף 30א(י).
23



בית משפט לתביעות קטנות בחיפה

ת"ק 18-10-63690 אור ואח' נ' קופת כרטיסים חיפה בעמ ואח'

- 1 2. הנתבעת טוענת מנגד בכתב הגנתה, כי הגוף האחראי לשליחת הודעות הפרסומת היא חברת
2 "אתוס", שכן היא אשר פנתה ללקוחות מאתרה לרכישת כרטיסים באתר הנתבעת.
3
4 עוד לשיטת התובעת, היא אינה עושה שימוש בקמפיינים סלולאריים בכדי לפרסם את
5 הופעותיה, ואינה שולחת מידע ללקוחותיה ללא אישורם, ולטענתה אמצעי זה אף אינו מצוי
6 ברשותה.
7
8 3. הנתבעת הגישה הודעת צד ג' כנגד חברת "אתוס" וזו לא השיבה לטענות הנתבעת באמצעות
9 כתב הגנה.
10
11 4. יצויין כבר בשלב מקדמי זה כי הנתבעת לא תמכה טענותיה באסמכתאות, ואף לא המציאה
12 לבית המשפט כל מסמך אשר יעיד על טיב היחסים בינה לבין מי שלשיטתה הפיץ את
13 המסרים, ואשר יש בו כדי להעיד על כך שהיא אוסרת משלוח הודעות בדרך של מסרונים
14 על ידי צד ג' לשם קידום קמפיינים סלולאריים, כפי שטוענת כאן.
15
16 יובהר כי חזקה על הנתבעת כי לו היו בידיה הסכמים המעידים על כך שבהתקשרותה על
17 חברת אתוס ביקשה לאסור מפורשות הפצת קמפיינים סלולאריים, היתה מציגה אותם לפני
18 ביהמ"ש.
19
20 5. התובע צירף לתיק מכתב מאת הנתבעת ממנו עולה כי כי חברת 'א.ט.ק שיווק והפצה בע"מ',
21 ח.פ. 512672205, (היא הנתבעת כאן) מבהירה כי 'קופת כרטיסים חיפה' הוא השם המסחרי
22 של החברה. עוד הובהר שם כי "קופת חיפה" הוא אינו שם מסחרי של הנתבעת ומדובר
23 בחברה אחרת שלנתבעת אין כל קשר עימה.
24
25 6. במעמד הדיון ביקש התובע להדגים כיצד הגיע אל הנתבעת ומנין שאב את פרטיה. בהתאמה,
26 הציג התובע מה מתרחש בעת לחיצה על לחצן הקישור המופיע בתוכן ההודעה אשר נשלחה
27 אליו. כך, התברר כי בעת לחיצה על הקישור עולה אתר אינטרנט, אשר תקנונו מפורסם
28 בתוכו. מעיון באתר התקנון עלה כי האתר מופעל ומנוהל ע"י חברת "קופת ת"א כרטיסים
29 ומופעים בע"מ", וכי זה מאפשר רכישת כרטיסים הן מ"קופת חיפה" והן מ"קופת תל
30 אביב".
31
32 כן מופיעות באתר כתובות שונות ליצירת קשר, כאשר כתובת "קופת חיפה" היא ברח'
33 ברולד 11 חיפה – מען הנתבעת כאן, ואילו מענה של "קופת תל אביב" היא שונה, ומצויה



בית משפט לתביעות קטנות בחיפה

ת"ק 18-10-63690 אור ואח' נ' קופת כרטיסים חיפה בעמ ואח'

- 1 בתל אביב. לצד מען "קופת חיפה" מופיע אף מספר טלפון ליצירת קשר לשם רכישת
2 כרטיסים למופעים המשווקים על ידי "קופת חיפה".
3
4 7. נציגת הנתבעת טענה לעניין זה בדיון כאן כי "קופת חיפה" ו"קופת ת"א" הן שתי חברות
5 שונות המנוהלות ע"י גוף אחד ואותם בעלים. כן הבהירה כי חברת "א.ט.ק שיווק והפצה"
6 (קרי הנתבעת עצמה) היא הבעלים של משרד "קופת חיפה" בלבד בעוד קופת ת"א מנוהלת
7 ע"י חברה אחרת הנקראת "קופת ת"א כרטיסים ומופעים בע"מ".
8
9 8. לאחר ששמעתי את הצדדים הגעתי לכלל מסקנה כי דין התביעה להתקבל בחלקה ולהלן
10 נימוקיי:
11
12 9. סעיף 30א לחוק עוסק בשיגור דבר פרסומת באמצעות מתקן בזק. סעיף זה קובע כי חל
13 איסור על 'מפרסם' לשלוח דבר פרסומת (ובכלל זאת "מסר המופץ באופן מסחרי, שמטרתו
14 לעודד רכישת מוצר או שירות או לעודד הוצאת כספים בדרך אחרת") לנמען, בין היתר
15 באמצעות הודעות SMS, זאת ללא קבלת הסכמה מפורשת מראש ובכתב של הנמען.
16
17 כן נקבע שם כי לביהמ"ש סמכות לפסוק פיצוי ללא הוכחת נזק בשיעור של עד 1,000 ₪
18 במקרה של משלוח הודעת פרסומת בניגוד להוראות החוק ביודעין.
19 אשר לנטל להוכיח מודעות למשלוח קבע המחוקק חזקות, כפי שיפורט עוד בהמשך.
20
21 10. עיון בהודעות שנשלחו אל התובע מלמד כי אלו נועדו לעודד את מקבל ההודעות לפנות
22 ולרכוש כרטיסים למופעים דרך האתר אליו מפנה הקישור. אין מחלוקת אם כן כי מדובר
23 בדבר פרסומת אשר נשלח באמצעות מסרון.
24
25 11. התובע העיד, ועדותו נמצאה אמינה בעיניי, כי מעולם לא ביקש לקבל דברי פרסומת מאת
26 הנתבעת או מאת אתו"ס או כל גורם אחר. תמיכה לגרסתו מצאתי בהתנהלותו של התובע
27 אשר שלח פעם אחר פעם הודעה חוזרת בתקווה להסירו מרשימת הנמענים.
28
29 12. למעלה מן הצורך אציין כי גם לו נתן התובע את פרטיו כאמור, הרי שמעת ששלח התובע
30 מסרונים בחוזר ובהם ביקש להסירו מרשימת הנמענים, הרי שיש לראות את ההודעות
31 הנוספות שנשלחו ככאלו שנשלחו ללא הסכמת הנמען.
32
33 עיון בצילומי המסך שהציג התובע מלמד כי לאחר קבלת ההודעה הראשונה פעל התובע
34 מספר פעמים להסרתו מרשימת התפוצה, בהתאם להוראות סעיף 30 א(ד)(1) הקובע כי:



בית משפט לתביעות קטנות בחיפה

ת"ק 18-10-63690 אור ואח' נ' קופת כרטיסים חיפה בעמ ואח'

- 1 "הסכים הנמען לקבל דברי פרסומת לפי הוראות סעיף קטן (ב) או לא הודיע על סירובו
2 לקבלם לפי הוראות סעיף קטן (ג), רשאי הוא, בכל עת, להודיע למפרסם על סירובו לקבל
3 דברי פרסומת, דרך כלל או מסוג מסוים, ולחזור בו מהסכמתו, ככל שניתנה (בסעיף זה –
4 הודעת סירוב); הודעת הסירוב לא תהיה כרוכה בתשלום, למעט עלות משלוח ההודעה;
5 הודעת הסירוב תינתן בכתב או בדרך שבה שוגר דבר הפרסומת, לפי בחירת הנמען."
6
- 7 נשאלת עתה השאלה האם ניתן לראות בנתבעת כאן כ"מפרסם" לצורך חיובה על פי הוראות .13
8 החוק. "מפרסם" קובעות הוראות סעיף 30(א) לחוק, הוא – "מי ששמו או מענו מופיעים
9 בדבר הפרסומת כמען להתקשרות לשם רכישתו של נושא דבר הפרסומת, מי שתוכנו של
10 דבר הפרסומת עשוי לפרסם את עסקיו או לקדם את מטרותיו, או מי שמשווק את נושא
11 דבר הפרסומת בעבור אחר"
12
- 13 הנה כי כן, נראה כי 'מפרסם' הוא גם מי שתוכנו של דבר הפרסומת עשוי לפרסם את עסקיו,
14 וגם מי שפרטי ההתקשרות עימו מופיעים בדבר הפרסומת כמען להתקשרות לצורך רכישת
15 המוצר/השירות. במקרה שלפניי הופיעו פרטי הנתבעת, על פי כתובת ומספר טלפון כאמצעי
16 ליצירת קשר לרכישת הכרטיסים למופעים המשווקים באמצעות הפרסום, וממילא
17 משמדובר במופעים המשווקים על ידי הנתבעת, הרי שדומני כי יש לראות את הנתבעת כמי
18 שפרסום המודעה עשוי לקדם את עסקיו.
19 על כן, דומה כי יש לראות בנתבעת כ"מפרסם" על פי הגדרתו של המחוקק.
20 כאן המקום להדגיש כי תשובתה של הנתבעת במכתבה אל התובע לפיה "קופת חיפה" היא
21 חברה אחרת שאינה קשורה בה עומדת בסתירה לגרסת נציגתה בדיון כאן, ממנה עולה כי
22 קופת חיפה היא הנתבעת, על פי שמה המסחרי.
23
- 24 כאמור, תנאי לחיוב הנתבעת בפיצוי ללא הוכחת נזק, הוא כי הפרסום האסור נעשה .14
25 "ביודעין", ואולם המחוקק מצא לנכון להקל עם התובע בהוכחת עילתו ולקבוע חזקות
26 לחובת המפרסם בכל הנוגע לסוגית הידיעה.
27
- 28 כך, נקבע בסעיף 30 א(י)(5) כי "חזקה על מפרסם ששיגר דבר פרסומת בניגוד להוראות סעיף
29 זה, שעשה כן **ביודעין**... אלא אם הוכיח אחרת...".
30
- 31 בעניינו כאן, דומה כי יש לראות את שיגור דברי הפרסומת אל התובע ככאלו שנעשו על ידי .15
32 הנתבעת "ביודעין". ראש וראשון משום שהתובעת לא הרימה כלל את הנטל המוטל עליה
33 להוכיח כי לא היתה מודעת למשלוח ההודעות. הנתבעת מציינת הן בכתב הגנתה והן
34 בהודעת צד ג' שהגישה, כי "הגוף האחראי לשליחת הודעת פרסומת זו דרך מספר הטלפון





בית משפט לתביעות קטנות בחיפה

ת"ק 18-10-63690 אור ואח' נ' קופת כרטיסים חיפה בעמ ואח'

- 1 המצוין בכתב התביעה היא חברת "אתו"ס". וכי "חברת אתו"ס הפנתה לקוחות מהאתר
2 שלה לרכישת כרטיסים באתר של הנתבעת".
3
- 4 16. דומה כי העובדות העומדות אם כן בבסיס משלוח ההודעות ידועות לנתבעת, וזו לא הראתה
5 מתי הגיע מידע זה לידיה ומדוע ייקבע כי לא היתה מודעת למשלוח ההודעות עובר
6 לשליחתן.
7
- 8 17. אזכיר כי אתו"ס צורפה להליך זה כצד שלישי, לבקשת הנתבעת (שלא עתרה לצירופה של
9 אתו"ס כנתבע נוסף כאן). אתו"ס קיבלה העתק מכתב התביעה, כתב ההגנה, וההזמנה לדין
10 ובחרה שלא להתגונן ועל כן אני יוצאת מנקודת הנחה כי זו אמנם שלחה את ההודעות
11 בעצמה, ועל כן עונה אף היא להגדרת "מפרסם". ואולם – אין די בכך כדי לפטור את הנתבעת
12 מחבותה על פי החוק, שהרי כאמור בהגדרת ה"מפרסם" שבחוק – גם מי שמשווק את נשוא
13 הפרסום עבור אחר יחשב כמפרסם, אך אין בהגדרתו ככזה כדי לפטור את יתר הגורמים
14 העונים להגדרות החלופיות שם, וביניהם מי שעשוי להניב תועלת מן הפרסום, ומי שפרטיו
15 מופיעים כפרטים ליצירת קשר לרכישת השירות – הנתבעת כאן (לניתוח מקרה דומה ר'
16 ת.צ. (חי') 14-12-66747 מור כהן נ' קליניקות כרמל בע"מ, 11.2.16).
17
- 18 18. ויובהר - יהיה מקור ידיעותיה של הנתבעת בנוגע לאופן משלוח ההודעות וזהות השולח
19 אשר יהיה, ויהיה מועד ידיעתה אשר יהיה – הנטל להראות כי אתו"ס לא הוסמכה על ידה
20 לשלוח את ההודעות מבעוד מועד (וכי ככל שבין השתיים הסכמי עבודה, הרי שבאלו איסור
21 מפורש מפני משלוח הודעות אסורות בשם הנתבעת) - מוטל על הנתבעת, וזו לא הביאה כל
22 ראייה בעניין זה.
23
- 24 19. מכל האמור מצאתי לנכון לקבוע כי הנתבעת, אשר נחשבת אף היא כ'מפרסם' בעניינו כאן,
25 לא הרימה את הנטל להראות כי ההודעות שוגרו אל התובע שלא בידיעתה.
26
- 27 20. למעלה מן הצורך אבהיר כי אף לו הצליחה הנתבעת להרים את הנטל להראות כי עובר
28 למשלוח ההודעות לא ידעה כי אתו"ס נוקטת בדרך של פרסום סלולארי כאמור, גם אז לא
29 היה בכך כדי להועיל לנתבעת כנגד תביעת התובע על פי ההודעות השניה, השלישית
30 והרביעית.
31
- 32 במה דברים אמורים? על פי לשונו של החוק, גם לו הייתה מוכיחה הנתבעת טענתה כי לא
33 ידעה על משלוח ההודעות לתובע, הגנה זו היתה עשויה לסייע לה רק **ביחס למשלוח ההודעה**
34 **הראשונה**, שכן משלא חדלו ההודעות להישלח אל התובע לאחר מכן קמות כנגד הנתבעת



בית משפט לתביעות קטנות בחיפה

ת"ק 18-10-63690 אור ואח' נ' קופת כרטיסים חיפה בעמ ואח'

- 1 חזקות נוספות על פי החוק, לפיהן נקבע בס' 30 א(י)(5) כי למפרסם, ככל שיהיה, לא תהיה
2 הגנה, במקרים בהם:
3 "א) שיגור דבר הפרסומת נעשה לאחר שניתנה למפרסם הודעת סירוב מאת הנמען
4 כאמור בסעיף קטן (ד);
5 ב) המפרסם שיגר בעבר דבר פרסומת לנמען בניגוד להוראות סעיף זה, אף אם לא
6 ביוזעין;
7 ג) דבר הפרסומת שוגר לנמען לפי רשימה של מענים או מספרי טלפון, לפי העניין,
8 שהורכבו בהתאם לרצף אקראי של אותיות, ספרות או סימנים אחרים, או שילוב
9 שלהם, כולם או חלקם."
10
11 אזכיר כי כבר קבעתי מעלה שמשלוח הודעות הסירוב על ידי התובע בדרך בה נשלחו די בהן
12 כדי שזה ייחשב כמי שמסר למפרסם הודעתו בדבר סירוב לקבלת ההודעות על פי הוראות
13 החוק (ר' סעיף 12 לעיל).
14
15 סעיף 30(א)(י)(5) לחוק קובע למעשה חזקה חלוטה לפיה יראו את השידור ככזה שנעשה בידי
16 המפרסם ביוזעין בהתקיים אחת החלופות הנסיבתיות שבסעיף. במקרה שלפניי מתקיימות
17 שתיים מתוך הנסיבות המתוארות שם, שעה שמדובר בהודעות שאינן ראשונות מסוגן
18 הנשלחות את התובע, וניתנו הודעות סירוב.
19
20 21. מכל אלו אני קובעת כי הנתבעת, המפרסמת, מושתקת מלהעלות טענות הגנה בדמות חוסר
21 ידיעה בכל הנוגע להודעות השניה, השלישית והרביעית, וכי ביחס להודעה הראשונה לא
22 הרימה הנתבעת את הנטל המוטל עליה להראות כי הודעה זו נשלחה בניגוד להוראות החוק
23 ללא ידיעתה.
24
25 22. אשר לשיעור הפיצוי לו זכאי התובע מאת הנתבעת – המחוקק קבע כי לאדם המקבל הודעת
26 פרסומת בניגוד להוראות החוק הזכות לתבוע פיצויים לדוגמא ללא הוכחת נזק, וזאת על
27 מנת להתמודד עם תופעת ההפצה ההמונית של הודעות פרסומת בלתי רצויות באמצעות
28 רשתות תקשורת, ואף קבע מהם השיקולים אשר יילקחו על ידי ביהמ"ש בחשבון בכל הנוגע
29 לקביעת שיעור הפיצוי.
30 כך, נקבע שם כי בין השיקולים על ביהמ"ש לשקול - "א) אכיפת החוק והרתעה מפני
31 הפרתו; (ב) עידוד הנמען למימוש זכויותיו; (ג) היקף ההפרה". כמו כן נקבע כי אין להביא
32 בחשבון את גובה הנזק שנגרם מההפרה, אך כבר נפסק כי ניתן להתחשב אף בהתנהלותו של
33 התובע ובתום לבו במסגרת פסיקת הפיצוי.
34



בית משפט לתביעות קטנות בחיפה

ת"ק 18-10-63690 אור ואח' נ' קופת כרטיסים חיפה בעמ ואח'

23. תחילה יש לבחון אם כן את נסיבות ביצוע ההפרה, ובהן - תוכן הפרסום, הרווח הצפוי למפרסם מהפרסום, התנהגות המפרסם ואת כמות ההודעות שנשלחו (ר' רע"א 1954/14 חזני נ' הנגבי, 4.8.14). נוסף על כך, בית המשפט התווה שיקולים מנחים לבתי המשפט בבואם לפסוק פיצויים בשל הפרת הוראות החוק (ר' רע"א 2904/14 גלסברג נ' קלאב רמון בע"מ, 27.7.14), בקבעו כי שיעור הפיצוי הנקוב בחוק הוא שיעור תקרת הפיצוי ממנה ייגזר הפיצוי בכל מקרה לפי נסיבותיו.
24. לאחר ששקלתי את נסיבות המקרה מצאתי כי יש להבחין ולאבחן בשיעור הפיצוי בין הפרסום הראשון, אשר נשלח טרם מסירת הודעת הסירוב המפורשת על ידי התובע לבין אלו שבאו לאחר מכן, וכן יש לקחת בחשבון את היקף ההפרה, כמות ההודעות שנשלחו אל התובע בסה"כ ואף פער הזמנים בין הודעה אחת לרעותה.
- דומה, כי היקף ההפרה, כפי שבאה לידי ביטוי במשלוח ההודעות השנייה, השלישית והרביעית רחב יותר מהיקפה של ההפרה במשלוח ההודעה הראשונה (לעניין הפער בהיקף ההפרה בין ההודעה הראשונה לאלו שלאחריה - ר' על דרך ההיקש את החזקות שקבע המחוקק בענין זה בסעיף 30א(5) המובא מעלה).
- ועוד, דומה כי יש צורך במידת הרתעה ואכיפה גבוהה יותר, כמו גם תמריץ מוגבר למימוש זכויות הנמען, כאשר ההודעות חוזרות על עצמן, ובמיוחד לאחר הודעת סירוב מפורשת. ויובהר - סבורתני כי על אף שההרתעה שיש לנקוט בה במקרה של משלוח ההודעה הראשונה אינה צריכה להיות רחבת היקף, הרי שהפיצוי נועד בין היתר לעודד את הנמען לפעול למימוש זכויותיו גם במקרה של הפרה כאמור.
- במקרה שלפניי התרשמתי כי עסקינן בפרסום מסחרי שאינו פוגעני מחד גיסא, ומאידך גיסא - מדובר בהפרה חוזרת ונשנית אשר בה נשלחו מספר הודעות, על אף שהתובע ביקש להסירו מהרשימה.
- אזכיר כי בשים לב להוראות סעיף 30א(ה) לחוק עולה כי ההודעות נשוא התביעה מהוות עוולה לא רק לנוכח שיגורן ללא הסכמת הנמען, אלא אף נוכח שליחתן מבלי שהן כוללות בכותרתן את המילה "פרסומת", ואת דרך ההתקשרות.
- משלא הובאו נתונים באשר לרווח הצפוי מן ההפרה, לאור קיומו של פער זמנים בין ההודעות, לאור העובדה שנשלחו בסה"כ 4 הודעות אל התובע, וכן נוכח העובדה שהתובע בחר לפנות אל ביהמ"ש מבלי להקדים פניה אל הנתבעת לקבלת פיצוי (באופן שהיה בו כדי



בית משפט לתביעות קטנות בחיפה

ת"ק 18-10-63690 אור ואח' נ' קופת כרטיסים חיפה בעמ ואח'

1 להגדיל את הוצאותיו בקשר עם עידוד אכיפת החוק), אני קובעת כי על הנתבעת לפצות את
2 התובע בסך של 350 ₪ בגין ההודעה הראשונה, בסך של 500 ₪ בגין השניה, ובסך של 600 ₪
3 בגין ההודעות השלישית והרביעית.

4

5 **25. בסה"כ אם כן אני מחייבת את הנתבעת לשלם לתובע סך של 2050 ₪, לרבות בגין הוצאות**
6 **ההליך כאן. הסכום ישולם בתוך 30 ימים מהיום שאם לא כן – יישא הפרשי הצמדה**
7 **וריבית מהיום ועד ליום התשלום המלא בפועל.**

8

9 צד ג' תשפה את הנתבעת בגין מלוא הסכום בו חויבה כאן כלפי הנתבע, משבחרה שלא
10 להתגונן.

11

12 לצדדים זכות להגיש בקשת רשות ערעור לביהמ"ש המחוזי בתוך 15 ימים.

13

14 המזכירות תשלח העתק מפסה"ד לצדדים בדואר רשום.

15

16

17 ניתן היום, ט"ו סיוון תשע"ט, 18 יוני 2019, בהעדר הצדדים.

18

רון מרגולין-פלדמן, שופטת

19

20

21

22

