



## בית משפט לתביעות קטנות בחדרה

ת"ק 14-12-20869 זיו נ' מרכז הבניה הישראלי בע"מ  
ת"ק 14-11-21695 זיו נ' מרכז הבניה הישראלי בע"מ

תיק חיצוני:

בפני כב' השופטת רקפת סגל מוהר

שאול זיו  
אילנית זיו

תובעים

נגד

מרכז הבניה הישראלי בע"מ

נתבעת

### פסק דין

#### רקע

התובעים הינם בני זוג אשר פנו בתחילה אל בית המשפט בשתי תביעות נפרדות המכוונות כלפי הנתבעת – תביעות שעילותיהן זהות. משכך ובהסכמתם, נעתרתי בשעתה לבקשת הנתבעת והוריתי על איחוד הדיון בשתי תביעות אלה.

מכתבי הטענות של הצדדים ומדברי התובע בעדותו בפני עולה כי במהלך שנת 2012 פנו התובעים אל הנתבעת בעקבות פרסום שלה שהופיע באינטרנט ובקשו להרשם לתערוכת "פסטיבל העיצוב למשפחות". דא עקא, שבעוד התובעים טוענים כי כל שעשו התמצה ברישומם לתערוכה זו כמשפחה מתעניינת בלבד וכי הם מעולם לא נתנו לנתבעת את הסכמתם לקבלת מסרונים כלשהם ממנה, טוענת הנתבעת כי השניים נרשמו לתערוכה ב"שני כובעים" – הן כמשפחה מתעניינת והן כאדריכלים/מעצבי פנים וכי במצב דברים זה ולנוכח אישורם לקבל ממנה הודעות ועדכונים, נשלחו אליהם במהלך הזמן שחלף מאז, הזמנות לאירועים שונים.

הודעות הנתבעת שנשלחו אל התובעים במהלך שנת 2014 במסרונים SMS למכשירי הטלפון הסלולריים שלהם, הן העומדות בבסיס תביעותיהם לפיצוי בגין הפרת הוראת סעיף 30א לחוק התקשורת (בזק ושירותים) התשמ"ב – 1982 (להלן: "החוק").



## בית משפט לתביעות קטנות בחדרה

ת"ק 14-12-20869 זיו נ' מרכז הבניה הישראלי בע"מ  
ת"ק 14-11-21695 זיו נ' מרכז הבניה הישראלי בע"מ

תיק חיצוני:

### טיעוני הצדדים וראיותיהם

- 1  
2  
3 טענות התובעים בדבר מסרוני הפרסומת שנשלחו אל מכשירי הטלפון הסלולאריים שלהם, מגובות  
4 בתצלומי ההודעות:
- 5 • **19 הודעות שנשלחו אל התובע** מ- 3 מספרי טלפון שונים, בתאריכים 24.3.14, 18.4.14,  
6 7.5.14, 12.5.14, 13.5.14, 14.5.14, 15.5.14, 15.6.14, 1.7.14, 6.7.14, 8.7.14, שתי הודעות  
7 ב- 10.7.14, שתי הודעות ב- 17.7.14, והודעות נוספות ב- 31.8.14, 1.9.14, 5.9.14 ו-7.9.14.
  - 8 • **12 הודעות שנשלחו אל התובעת** מ- 4 מספרי טלפון שונים, בתאריכים 18.6.14, 1.7.14,  
9 6.7.14, 8.7.14, שתי הודעות ב- 10.7.14, שתי הודעות ב- 17.7.14, 31.8.14, 1.9.14, 5.9.14 ו-  
10 7.9.14.
- 11 התובע טוען כי על אף שביום 7.5.14 הוא שיגר אל הנתבעת מסרון חוזר בו בקש ממנה כי תסירו  
12 מרשימת התפוצה שלה (ר' מסרון חוזר שנשלח למספר 03-6555222) ובימים 14.5.14 ו- 16.5.14  
13 התקשר אליה (ר' פלט פירוט שיחות המלמד על שיחה של 01.24 דקות אל מספר הטלפון של  
14 הנתבעת ב- 14.5.14 ושיחה של 02.41 דקות ב- 16.5.14), המשיכה הנתבעת במשלוח ההודעות.  
15 הנתבעת טוענת כי פנתה אל הנתבעת במסרון חוזר ביום 5.9.14 שלאחריו הגיעה אליה  
16 הודעה אחת נוספת (ביום 7.9.14).
- 17 התובעים טוענים כאמור כי הם מעולם לא נתנו לנתבעת את הסכמתם למשלוח הודעות אלה  
18 ומוסיפים כי הנתבעת הפרה את החובה המוטלת עליה מכח החוק לכלול בהודעותיה פרטים בדבר  
19 האפשרות למשלוח הודעת הסרה שכן רק בהודעות שנשלחו אליהם ביום 5.9.14 נכללו הפרטים  
20 שאפשרו להם לעשות כן.
- 21  
22 הנתבעת, הטוענת להגנתה כי משלוח ההודעות לתובעים נעשה באישורם ובהסכמתם, סומכת טענה  
23 זו על אלה:
- 24 • מודעת הפרסום באינטרנט שבאמצעותה נרשמו התובעים לתערוכה "למשפחות בונות  
25 ומשפצות" בה מובהר (בפינה השמאלית התחתונה) לכל מי שנרשם ומוסר לה את פרטי  
26 שמו, מס' הטלפון הנייד שלו וכתובת הדואר האלקטרוני שלו כי: "עם מסירת הפרטים  
27 הנ"ל הינך מביעה את הסכמתך לקבל באמצעות הדואר ו/או הדואר האלקטרוני, הודעות  
28 ועדכונים".
  - 29 • טופס רישום של התובע על בסיס "דף נחיתה פסטיבל העיצוב משפחות".
  - 30 • טופס רישום של התובע על בסיס "פסטיבל העיצוב 2012 – דף נחיתה אדריכלים".
  - 31 • טופס רישום של התובעת על בסיס "דף נחיתה פסטיבל העיצוב משפחות".
  - 32 • טופס רישום של התובעת על בסיס "פסטיבל העיצוב 2012 – דף נחיתה אדריכלים".



## בית משפט לתביעות קטנות בחדרה

ת"ק 14-12-20869 זיו נ' מרכז הבניה הישראלי בע"מ  
ת"ק 14-11-21695 זיו נ' מרכז הבניה הישראלי בע"מ

תיק חיצוני:

1 הנתבעת מוסיפה וטוענת כי התכנים המופנים לאדריכלים ומעצבי פנים אינם בגדר "דבר פרסומת"  
2 כהגדרתו בחוק היות ואין בהם כדי לגרום לאדריכל או למעצב הפנים להוציא כסף בדרך כלשהי  
3 ומבקשת להדגיש כי מסרון ההסרה ששלח התובע למספר 03-6555222 ממילא לא יכול היה להיות  
4 אפקטיבי שכן מדובר במספר ניח שאינו מסוגל לקבל מסרונים. בהקשר זה מציינת הנתבעת כי  
5 התובעים לא נקטו באף אחת משתי האפשרויות לבקש הסרה שכן עמדו בפניהם – האחת באמצעות  
6 ה"לינק" שקבלו לטלפונים הניידים שלהם והאחרת באמצעות פניה למוקד "טלכול" וכי יש בכך כדי  
7 ללמד על תכנונם מראש לצבור מסרונים לשם ביסוס תביעתם.

8  
9 בתגובתו לטענות הנתבעת עמד התובע על גרסתו לפיה הוא פנה אליה בטלפון ושוחח עם נציגי שירות  
10 שלה, הגם ששמותיהם אינם זכורים לו, אישר קיומו של "לינק" אשר לגרסתו הופיע בטופס הרישום  
11 לתערוכה ודחה מכל וכל את טענות הנתבעת בנוגע לכוונה שהיתה לו או לתובעת ל"אסוף" מסרונים  
12 לשם ביסוס התביעות, באמרו: "אני לא זוכר הודעות שקבלתי במהלך השנים 2012-2014. אם  
13 הייתי מתכוון לאסוף הודעות הייתי תובע גם על הודעות ישנות יותר. ב- 2014 זה הגיע למצב של  
14 הטרדה, כל יום או יום אחרי יום".

### דיון והכרעה

15  
16 סעיף 30א'(ב) לחוק קובע כי:

17  
18 "לא ישגר מפרסם דבר פרסומת באמצעות פקסימיליה, מערכת חיוג אוטומטי, הודעה  
19 אלקטרונית או הודעת מסר קצר, בלא קבלת הסכמה מפורשת מראש של הנמען, בכתב,  
20 לרבות בהודעה אלקטרונית או בשיחה מוקלטת; פנייה חד-פעמית מטעם מפרסם לנמען  
21 שהוא בית עסק, באחת הדרכים האמורות בסעיף קטן זה, המהווה הצעה להסכים לקבל  
22 דברי פרסומת מטעמו, לא תיחשב הפרה של הוראות סעיף זה" (הדגשה שלי – ר.ס.מ.).

23  
24 עוד קובע החוק, בהוראת סעיף 30א'(ה) כי:

25 (1) "מפרסם המשגר דבר פרסומת בהתאם להוראות סעיף זה יציין בו את הפרטים האלה  
26 באופן בולט וברור, שאין בו כדי להטעות:  
27

...

28 (ב) שמו של המפרסם, כתובתו ודרכי יצירת הקשר עמו;  
29 (ג) זכותו של הנמען לשלוח בכל עת הודעת סירוב כאמור בסעיף קטן (ד), ודרך אפשרית  
30 למשלוח הודעה כאמור שהיא פשוטה וסבירה בנסיבות העניין, ואם דבר הפרסומת  
31 משוגר באמצעות הודעה אלקטרונית - כתובת תקפה של המפרסם ברשת האינטרנט  
32 לצורך מתן הודעת סירוב.

33 (2) על אף הוראות פסקה (1), מפרסם המשגר דבר פרסומת באמצעות הודעת מסר קצר  
34 יציין בדבר הפרסומת רק את שמו ואת דרכי יצירת הקשר עמו לצורך מתן הודעת סירוב".  
35



## בית משפט לתביעות קטנות בחדרה

ת"ק 14-12-20869 זיו נ' מרכז הבניה הישראלי בע"מ  
ת"ק 14-11-21695 זיו נ' מרכז הבניה הישראלי בע"מ

תיק חיצוני:

1 סעיף 30 הנ"ל נחקק על רקע התגברות התופעה של שליחת מסרים פרסומיים לציבור ללא  
2 הסכמתו, תוך שימוש בטכנולוגיה מתקדמת. בדברי ההסבר להצעת החוק (ה"ח 182 (תיקון מס' 33),  
3 התשמ"ה-2005) נכתב כי:

4 **"תופעת ההפצה ההמונית של הודעות פרסומת בלתי רצויות באמצעות**  
5 **רשתות תקשורת (לרבות באמצעות דואר אלקטרוני, הודעות SMS**  
6 **ופקסימיליה), המכונה "spam", הפכה בשנים האחרונות למטרד ציבורי**  
7 **כלל-עולמי, והיקפה מצוי במגמת עליה חדה. יודגש כי התופעה והיקפה**  
8 **מצויים במגמת עליה חדה (לפי נתונים שפרסמה נציבות האיחוד האירופי,**  
9 **בשנת 2003 עלה נפח הודעות ה-spam המופצות באמצעות דואר אלקטרוני**  
10 **על 50% מכלל התעבורה העולמית של הודעות דואר אלקטרוני).**  
11 **תופעת ה-spam מעוררת בעיות במישורים שונים, ובהן- בעיות של אבטחת**  
12 **מידע, חדירה למחשבים ללא היתר והפצת וירוסים, פגיעה בפרטיותו של**  
13 **המשתמש ברשת והטרדתו, פגיעה בהתפתחותו של המסחר האלקטרוני,**  
14 **פגיעה בעסקים בשל אובדן זמן והשקעת משאבים. תופעה זו מעמיסה עלויות**  
15 **מיותרות על הציבור, ובכלל כך על מפעילי תקשורת (בעלי התשתיות, ספקי**  
16 **האינטרנט וכו'), עסקים, משתמשי אינטרנט פרטיים ורשויות העוסקות**  
17 **באכיפה".**

18  
19 לאחר ששמעתי את גרסאות הצדדים ועיינתי בראיותיהם, דעתי היא כי דין תביעות  
20 התובעים להתקבל בחלקן, באופן שיובהר להלן, ואלה הם נימוקי:

- 21 • הנתבעת שלחה אל התובעים הודעות טקסט למכשירי הטלפון הסלולריים שלהם וזאת על
- 22 אף שבמודעת הפרסומת שבעקבותיה הם נרשמו לתערוכותיה או לפחות לאחת מהן, הובהר
- 23 להם כי מסירת פרטיהם מבטאת את הסכמתם לקבל הודעות ועדכונים באמצעות הדואר
- 24 ו/או הדואר האלקטרוני בלבד. הווה אומר, משהם מסרו לנתבעת את פרטיהם, הביעו
- 25 התובעים את הסכמתם מראש לקבל ממנה הודעות ועדכונים, אך לא הסכימו במפורש כי
- 26 הדבר יעשה גם באמצעות הודות סמס למכשירי הטלפון הסלולריים שלהם.
- 27 • אכן, תכני ההודעות שנשלחו אל התובעים לא הכילו פרטים בדבר דרכי יצירת
- 28 קשר לצורך מתן הודעת סירוב דווקא, אך היה בהם "לינק" להרשמה שגם
- 29 באמצעותו יכולים היו הם לנסות ליצור קשר עם הנתבעת ולבקש את הסרתם
- 30 מרשימת התפוצה.
- 31 • אין חולק על כך שהתובעים לא עשו שימוש בלינק זה וכי ההודעות שנשלחו אל
- 32 התובע בתאריכים 24.3.14 ו- 18.4.14 לא גרמו לו לפנות אל הנתבעת בכל דרך
- 33 שהיא ולבקש כי תסיר אותו מרשימת אנשי התפוצה שלה.
- 34 • בתאריך 7.5.14 שלח התובע אל הנתבעת מסרון חוזר עם בקשה להסרתו
- 35 מרשימת התפוצה, אלא שהוא עשה כן למספר הטלפון הנייח שהופיע בראש
- 36 ההודעות שנשלחו אליו, מספר אשר מטבע הדברים נתברר כבלתי יעיל.



## בית משפט לתביעות קטנות בחדרה

ת"ק 20869-12-14 זיו נ' מרכז הבניה הישראלי בע"מ  
ת"ק 21695-11-14 זיו נ' מרכז הבניה הישראלי בע"מ

תיק חיצוני:

- 1 הפעמים הבאות בהן פנה התובע אל הנתבעת – בשיחות טלפון – היו בימים  
2 14.4.14 ו-16.5.14.  
3 לטעמי, החל ממועדים אלה, היה על הנתבעת לפעול לשם הסרת התובע מרשימת  
4 התפוצה שלה ומשהיא לא עשתה כן, קמה לתובע עילת תביעתו נגדה.  
5 התובע הוכיח כי התקשר אל מספר הטלפון של הנתבעת ואני מאמינה לו שמדובר  
6 היה בשיחות של ממש עם נציגיה. בהקשר זה אעיר כי אף אם הייתי מניחה  
7 לטובת הנתבעת שפנייתו הברורה הראשונה של התובע אליה נעשתה ביום  
8 7.10.14 (ר' **נספח ד לכתב ההגנה**) הרי שראיותיה שלה (**נספח ז לכתב ההגנה**  
9 **לגבי פניה נוספת שלו מ- 26.10.14**) מלמדות על כך שהיא לא חדלה ממשלוח  
10 המסרונים אליו גם בתקופה שלאחר המועדים נשוא התביעה. עובדה זו עומדת  
11 לה – לנתבעת, לרועץ.  
12 • באשר לתובעת – זו לא טוענת כי ניסתה לפנות אל הנתבעת בדרך כלשהי, למעט  
13 במסרון חוזר ביום 5.9.14, שלאחריו הגיעה אליה הודעה אחת נוספת (ביום  
14 7.9.14) והיא מסתפקת בטענה לפיה הנתבעת לא נתנה לה כל אפשרות לעשות כן.  
15 כפי שהבהרתי לעיל, לאור מספר הטלפון של הנתבעת שהופיע בכותרת ההודעות  
16 וה"לינק" שהופיע בתכנון, אין בידי לקבל טענה זו.  
17 • טענת הנתבעת לפיה התכנים המופנים לאדריכלים ומעצבי פנים אינם בגדר "דבר  
18 פרסומי" כהגדרתו בחוק היות ואין בהם כדי לגרום לאדריכל או למעצב הפנים  
19 להוציא כסף בדרך כלשהי, הינה טענה הנוגדת את מטרת החוק, בעיני.  
20 דעתי היא כי הן הפרשנות מילולית והן הפרשנות תכליתית של המונח "דבר  
21 פרסומי" מוליכות למסקנה שכוונת המחוקק היתה למנוע מן המפרסמים לגרום  
22 לאנשים – בין אם באופן ישיר ובין אם באופן עקיף – להוציא כספים.  
23 "דבר פרסומי" מוגדר בסעיף 30א' הנ"ל כ"מסר המופץ באופן מסחרי שמטרתו  
24 לעודד רכישת מוצר או שירות או לעודד הוצאת כספים בדרך אחרת". ברי כי  
25 שליחת ההודעות למי שנחשבו בעיניה כאדריכלים ומעצבי פנים (אף אם התובעים  
26 עצמם טוענים כי הם אינם כאלה) נעשתה על ידי הנתבעת מתוך מטרה להגדיל  
27 את רווחיה ואף נציגתה שהופיעה בפני בתיק זה אישרה זאת בעקיפין באמרה, בין  
28 השאר, כי: "בעצם ברגע שאנחנו מזמינים אדריכלים ומעצבים להגיע לתערוכה  
29 שלנו, אנחנו מעודדים אותם להביא משפחות בונות ומשפחות שבסופו של דבר  
30 הם יפנו את המוצרים ללקוחות ולא הם (עצמם – ר.ס.מ) ירכשו אותם".  
31  
32



## בית משפט לתביעות קטנות בחדרה

ת"ק 14-12-20869-12 זיו נ' מרכז הבניה הישראלי בע"מ  
ת"ק 14-11-21695-11 זיו נ' מרכז הבניה הישראלי בע"מ

תיק חיצוני:

### סוף דבר

לאור כל האמור לעיל אני מחליטה לחייב את הנתבעת לפצות את התובע בגין שליחת 12 הודעות פרסומת שנשלחו אליו בניגוד לחוק (החל מיום 1.7.14 ואילך) ואילו את התובעת בגין הודעה אחת (ביום 7.9.14).

באשר לגובה הפיצוי - החוק מעניק לצרכן אפשרות לקבל פיצוי ללא הוכחת נזק בשיעור של עד 1,000 ₪ בגין כל הודעת פרסום שנשלחה אליו שלא כדין. סעיף 30א(ג)(3) לחוק זה קובע את השיקולים שעל בית המשפט לשקול בקביעת שיעור הפיצוי:

"(3) בבואו לקבוע את גובה הפיצויים לדוגמה, יתחשב בית המשפט,

בין השאר, בשיקולים המפורטים להלן, ולא יתחשב בגובה

הנזק שנגרם לנמען כתוצאה מביצוע ההפרה:

(א) אכיפת החוק והרתעה מפני הפרתו;

(ב) עידוד הנמען למימוש זכויותיו;

(ג) היקף ההפרה;

מכיוון שמחד הנני רואה בחומרה את העובדה שהתובעים (ובעיקר התובע) ביקשו שמשלוח הודעות הפרסום למכשירי הטלפון שלהם ייפסק, אך הנתבעת לא שעתה לבקשותיהם, ומאידך מוכנה אני להניח לטובתה כי היא שגתה בפירוש הסכמתם לקבל הודעות בדואר או בדואר האלקטרוני כהסכמה לקבל הודעות SMS גם כן, ו/או התרשלה בניסוח ההבהרה לנרשמים בהקשר זה, אני מחליטה לפסוק לזכות כל אחד מהתובעים פיצוי בסך של 500 ₪ לכל הפרה ובסה"כ 6,000 ₪ לזכות התובע ו- 500 ₪ לזכות התובעת.

בנוסף לסכומים אלה תשלם הנתבעת לתובעים הוצאות בסך כולל של 500 ₪ (לא ראיתי מקום לפצל את סכום ההוצאות מכיוון לדעתי מדובר בתביעות שמלכתחילה אמורות היו להיות מוגשות במסגרת תביעה אחת, יחדיו).

הסכומים ישולמו בתוך 30 יום, שאם לא כן יישאו הפרשי הצמדה וריבית כחוק עד ליום התשלום בפועל.

זכות להגיש בקשת רשות ערעור לבית המשפט המחוזי בתוך 15 יום.

המזכירות תמציא את פסק הדין לצדדים בדואר רשום.

ניתן היום, י' אייר תשע"ה, 29 אפריל 2015, בהעדר הצדדים.

רקפת סגל מוהר, שופטת



## בית משפט לתביעות קטנות בחדרה

ת"ק 20869-12-14 זיו נ' מרכז הבניה הישראלי בע"מ  
ת"ק 21695-11-14 זיו נ' מרכז הבניה הישראלי בע"מ

תיק חיצוני:

- 1
- 2
- 3