



## בית משפט לתביעות קטנות בתל אביב - יפו

ת"ק 9196-05-15 פיין נ' סטימצקי (2005) בע"מ

תיק חיצוני:

**בפני כבוד השופטת ד"ר פנינה נויבירט**

**תובעת צביה פיין**

**נגד**

**נתבעת סטימצקי (2005) בע"מ**

### פסק דין

1  
2 בפני תביעה קטנה אשר עניינה שתי הודעות פרסומיות מטעם הנתבעת, אשר נשלחו באמצעות  
3 מסרונים למכשיר הטלפון של התובעת.

### טענות הצדדים

#### **תמצית טענות התובעת**

4  
5  
6  
7  
8  
9 לטענת התובעת, ההודעות הפרסומיות נשלחו לה בניגוד להוראות חוק התקשורת (בזק ושידורים),  
10 תשמ"ב – 1982 (להלן: "חוק התקשורת"). התובעת אישרה, כי בעבר היתה חברת מועדון של הנתבעת.  
11 עם זאת, היא טענה, כי מעולם לא חתמה או נתנה הסכמתה לקבלת מסרונים, וכן כי תוקף חברותה  
12 במועדון פג זה מכבר.

#### **תמצית טענות הנתבעת**

13  
14  
15  
16 הנתבעת אינה מכחישה, כי שלחה המסרונים לתובעת, היא גם אינה חולקת על תכנם הפרסומי של  
17 המסרונים. עם זאת, טענה הנתבעת, כי שלחה המסרונים לאחר שהתובעת נתנה הסכמתה לכך, עם  
18 הצטרפותה כחברה במועדון הנתבעת. הנתבעת טענה, כי התובעת מסרה ביוזמתה לנתבעת את כתובת  
19 הדואל ומספר הטלפון הנייד שלה, וזוהי עדות להסכמתה לקבל מהנתבעת תכנים שיווקיים.

### דיון והכרעה

20  
21  
22  
23 אין מחלוקת בין הצדדים, כי לתובעת נשלחו שני מסרונים ובהם תכנים פרסומיים מידי הנתבעת. כמו  
24 כן הצדדים מסכימים, כי בעבר היתה התובעת חברת מועדון הלקוחות של הנתבעת. המחלוקת בין



## בית משפט לתביעות קטנות בתל אביב - יפו

ת"ק 15-05-9196-05 פיין נ' סטימצקי (2005) בע"מ

תיק חיצוני:

1 הצדדים נסובה על השאלה, האם התובעת נתנה הסכמתה לקבלת דברי פרסומת מהנתבעת או שמא  
2 לאו. לאחר ששמעתי את טענות הצדדים, הגעתי לכלל מסקנה, כי הדין עם התובעת.

3  
4 בהתאם להוראות סעיף 30א(ב) לחוק התקשורת חל איסור על שיגור הודעת פרסום באמצעי תקשורת  
5 שונים, לרבות מסרונים, זולת במקרה בו ניתנה הסכמה מפורשת מראש ובכתב של מקבל ההודעה,  
6 ובלשון הסעיף:

7  
8 (ב) לא ישגר מפרסם דבר פרסומת באמצעות פקסימיליה, מערכת חיוג  
9 אוטומטי, הודעה אלקטרונית או הודעת מסר קצר, בלא קבלת הסכמה מפורשת  
10 מראש של הנמען, בכתב, לרבות בהודעה אלקטרונית או בשיחה מוקלטת; פנייה  
11 חד-פעמית מטעם מפרסם לנמען שהוא בית עסק, באחת הדרכים האמורות בסעיף  
12 קטן זה, המהווה הצעה להסכים לקבל דברי פרסומת מטעמו, לא תיחשב הפרה  
13 של הוראות סעיף זה.

14  
15 מלשון הסעיף עולה בבירור, כי אין די בהעלאת טענה בעלמא להסכמה מטעם מקבל דבר הפרסומת,  
16 על מנת "להכשיר" את שליחתו בידי המפרסם. נדרשת הסכמה כתובה ומפורשת, אשר ניתנה קודם  
17 לשליחת דבר הפרסומת.

18  
19 במקרה דנן, לא התרשמתי, כי הסמכתה של התובעת לקבלת המסרונים הוכחה. לדברי הנתבעת,  
20 התובעת הצטרפה למועדון הלקוחות של הנתבעת בתאריך 22.11.10. לטענתה, עם הצטרפותה  
21 למועדון, חתמה התובעת על טופס הצטרפות, אשר בו סעיף הסכמה מפורש לקבלת דברי פרסומת  
22 מהנתבעת. הנתבעת צירפה לכתב הגנתה דוגמה לטופס הצטרפות למועדון. הנתבעת מפנה לפסקה  
23 המופיעה בתחתית הטופס, אשר זו לשונה: "אני מאשר/ת שקראתי את הוראות תקנון המועדון  
24 ("התקנון"), ושאני מסכימה/ה לכל הוראות התקנון ולכל שינוי עתידי בהוראות התקנון וכן אני  
25 מסכימה/ה לקבל מסטימצקי (2005) בע"מ (סטימצקי)" מידע שיווקי ופרסומי בקשר לסטימצקי,  
26 לפעילויותיה, למוצריה ולמבצעי הטבות לחברי המועדון בהתאם לשיקול דעתה הבלעדי של סטימצקי  
27 בכל אמצעי תקשורת, דואר ואמצעים אלקטרוניים וסלולריים, לרבות SMS, MMS ודואר  
28 אלקטרוני". לטענת הנתבעת, בחתימה על הטופס מאשר המצטרף למועדון את הסכמתו לקבלת דברי  
29 פרסומת מאת הנתבעת כאמור. לפיכך, עצם הצטרפות התובעת למועדון הלקוחות מעידה על הסכמתה  
30 המפורשת והכתובה של התובעת לקבלת דברי פרסומת מהנתבעת.

31  
32 הנתבעת הוסיפה וטענה, כי הסכמת התובעת לקבלת דברי פרסומת כאמור תקפה אף במידה שזו אינה  
33 מחדשת את חברותה במועדון, שכן אין באי חידוש החברות כדי להפקיע את ההסכמה לקבלת דברי



## בית משפט לתביעות קטנות בתל אביב - יפו

ת"ק 15-05-9196 פיין נ' סטימצקי (2005) בע"מ

תיק חיצוני:

1 פרסומת. עוד טענה הנתבעת, כי אין ברשותה מידע על לקוחותיה, זולת מידע הנמסר לה ישירות  
2 ובאופן יזום מידי לקוחותיה.

3  
4 אין בידי לקבל את גרסת הנתבעת. הנתבעת לא הציגה את טופס ההצטרפות עליו חתמה התובעת עם  
5 הצטרפותה למועדון הלקוחות בנובמבר 2010. בדוגמת טופס ההצטרפות שהגישה הנתבעת (להלן:  
6 "דוגמת הטופס") אמנם קיים סעיף הסכמה לקבלת דברי פרסומת. עם זאת, הנתבעת לא הוכיחה, כי  
7 דוגמת הטופס משקפת את נוסח הטופס שהיה בתוקף עת הצטרפה התובעת למועדון לפני למעלה  
8 מארבע שנים. בכתב ההגנה סתמה הנתבעת ולא פירשה האם דוגמת הטופס מתייחסת למועד  
9 הצטרפות התובעת למועדון – נובמבר 2010. במעמד הדיון הודה נציג הנתבעת, כי דוגמת הטופס  
10 משקפת את הנוסח בו השתמשה הנתבעת להחתמת לקוחותיה החל משנת 2012 ולא בשנת 2010,  
11 ובלשונו: "הטופס משנת 2012 היא הצטרפה למועדון. הטופס נסרק לתוך המחשב. מ-2014  
12 לסטימצקי מצטרפים בערך בין 50 ל-70 אלף מצטרפים כל שנה. עד שנת 2014 אין לנו את הטופס  
13 המקורי לא שמרנו אבל החל מ-2014 אנחנו סורקים את הטופס על מנת למנוע מקרים כאלה" (עמ' 1  
14 לפרוטוקול, שורות 26-28, עמ' 2, שורה 1).

15  
16 אמנם נציג הנתבעת טען, במעמד הדיון לראשונה, כי בשנת 2012 חידשה התובעת את חברותה במועדון  
17 הלקוחות, וכי בעת חידוש החברות חתמה על טופס אשר נוסחו זהה לדוגמת הטופס. ברם לא  
18 השתכנעתי מטענתו זו.

19  
20 התובעת אישרה, כי הצטרפה בעבר כחברת מועדון הלקוחות של הנתבעת, אך הכחישה בתוקף, כי  
21 חתמה על חידוש חברות במועדון, ואף טענה, כי חידוש החברות במועדון, לו טען נציג הנתבעת, נעשה  
22 ללא הסכמתה, ובלשונו (במענה לשאלה: "כמה שנים היית חברה (במועדון – פ.נ.): "אני לא זוכרת.  
23 חודשה חברותי ללא הסכמת" (עמ' 2 לפרוטוקול, שורה 13, וכן ראו עמ' 1 שורה 14).

24  
25 הנתבעת עצמה לא טענה בכתב הגנתה כי התובעת חידשה אי פעם חברותה במועדון, אלא טענה, כי  
26 התובעת הצטרפה כחברה במועדון בשנת 2010 בלבד. בכרטיס החבר של התובעת במערכות הנתבעת,  
27 אשר צורף לכתב ההגנה, אף מפורט תאריך ההצטרפות המקורי למועדון – ה-22.11.10 ללא כל איזכור  
28 של חידוש החברות במועדון. במעמד הדיון הסביר נציג הנתבעת, כי כרטיס החבר הוקלד בתאריך  
29 25.5.12. מכאן ניתן ללמוד, לדבריו, כי התובעת חידשה חברותה במועדון בתאריך זה (הסברו זה נשמט  
30 מהפרוטוקול). ברם בהיעדר אינדיקציה מפורשת בכרטיס החבר לחידוש החברות במועדון בשנת  
31 2012, לא ניתן להסיק מהמועד בו הוקלד כרטיס החבר, כי אכן בשנת 2012 חידשה התובעת את  
32 חברותה וחתמה על טופס נוסף, במתכונת דוגמת הטופס שהציגה הנתבעת.

33



## בית משפט לתביעות קטנות בתל אביב - יפו

ת"ק 15-05-9196 פ"יין נ' סטימצקי (2005) בע"מ

תיק חיצוני:

1 למעלה מן הצורך, גם אם אניח, כי הנתבעת חתמה בשנת 2010 על טופס בנוסח זהה לנוסח דוגמת  
2 הטופס, ולחילופין אף אם אקבל הטענה, כי התובעת חידשה החברות בשנת 2012, עדיין אין בכך כדי  
3 להוכיח, כי התובעת הסכימה לקבל דברי פרסומת מהנתבעת. התובעת טענה כאמור, כי מעולם לא  
4 הסכימה לקבלת דברי פרסומת. הנתבעת אישרה בכתב הגנתה, כי ההצטרפות למועדון החברים אינה  
5 מותנית במתן ההסכמה לקבלת דברי פרסומת כאמור, ובלשון הנתבעת (בסעיף 1 לכתב ההגנה): "כמו  
6 כן, נתנה התובעת מפורשות את הסכמתה לקבל מידע שיווקי ופרסומים שונים מהנתבעת (אם כי  
7 יכולה היתה התובעת לבחור גם לא לאשר זאת, שכן החברות במועדון אינה מותנית בהסכמה לקבל  
8 תוכן שיווקי)". משמע, שהנתבעת מודה, כי ניתן להצטרף למועדון מבלי לתת הסכמה לקבלת תוכן  
9 שיווקי. לפיכך אף אליבא דגרסת הנתבעת עצמה, בהיעדר הטופס המקורי עליו חתמה התובעת, לא  
10 ניתן לשלול האפשרות, כי התובעת בחרה שלא לאשר קבלת תוכן שיווקי עם הצטרפותה למועדון או  
11 עם חידוש חברותה בו.

12  
13 לטענת הנתבעת, כל המידע על התובעת שבידי הנתבעת, לרבות כתובת הדואל ומספר הטלפון הנייד,  
14 נמסר לה באופן יזום בידי התובעת עצמה. הנתבעת תומכת טענה זו בתצהיר מטעם מנהלת מועדון  
15 הלקוחות של הנתבעת, אשר הוגש כתימוכין בהליך אחר בו נתבעה הנתבעת. מנהלת מועדון הלקוחות  
16 של הנתבעת לא זומנה למתן עדות, ולא נחקרה על תצהירה זה. ברם אף אם אקבל טענתה זו של  
17 הנתבעת, אין בכך משום אינדיקציה להסכמת התובעת לקבל מהנתבעת דברי פרסום.

18  
19 כאמור, הנתבעת כלל לא הוכיחה, כי הטופס שמילאה התובעת זהה לדוגמת הטופס. בהיעדר הטופס  
20 עליו חתמה התובעת, לא ניתן להתרשם מקיומו של קשר בין מסירת הפרטים בידי חבר המועדון לבין  
21 הסכמת חבר המועדון לקבלת תכנים פרסומיים מאת הנתבעת.

22  
23 בדוגמת הטופס, למשל, אין קשר בין מסירת הפרטים לבין ההסכמה לקבלת תכנים פרסומיים. השדות  
24 למילוי כתובת הדואל ומספר הטלפון הנייד של חבר המועדון מופיעים בדוגמת הטופס כ"שדות חובה",  
25 ומסומנים, ככאלה, בכוכבית. ניתן להבין מכך, כי לא ניתן להצטרף למועדון הלקוחות ללא רישום  
26 כתובת הדואל ומספר הטלפון הנייד. לעומת זאת, חברות במועדון אינה מותנית בהסכמה לקבל תוכן  
27 שיווקי (לפי הבהרת הנתבעת בכתב הגנתה לעיל). הנתבעת עצמה מבחינה, איפוא, בין מסירת כתובת  
28 הדואל ומספר הטלפון הנייד, אשר היא תנאי מקדמי להצטרפות לחברות במועדון, לבין הסכמה  
29 מפורשת לקבלת דברי פרסומת, אשר אינה תנאי מקדמי להצטרפות למועדון. מהעובדה שהתובעת  
30 מסרה לנתבעת את פרטיה ניתן ללמוד, לכל היותר, כי התובעת הצטרפה כחברה במועדון. לא ניתן  
31 ללמוד מכך שהיא הסכימה לקבל מהנתבעת תכנים פרסומיים.

32  
33 לאור כל האמור הגעתי לכלל מסקנה, כי לא הוכחה הסכמתה של התובעת לקבל מהנתבעת תכנים  
34 פרסומיים.



## בית משפט לתביעות קטנות בתל אביב - יפו

ת"ק 15-05-9196 פיין נ' סטימצקי (2005) בע"מ

תיק חיצוני:

1  
2 אמנם בהתאם לסעיף 30א(ג)(1) לחוק התקשורת רשאי מפרסם לשלוח דברי פרסומת במידה שפרטי  
3 הנמען נמסרו לו במהלך רכישה של מוצר או שירות, כאשר המפרסם הודיע לו, כי הפרטים שמסר  
4 ישמשו לצורך משלוח דבר פרסומת מטעמו. במקרה שלפני טענה הנתבעת בכלליות בסעיף 7 לכתב  
5 הגנתה להחלת סעיף 30א(ג). עם זאת, הנתבעת טענה כי סעיף זה חל מהטעם שהתובעת נתנה הסכמתה  
6 לקבלת תוכן שיווקי מהנתבעת, ומטעם זה בלבד, ובלשונה: "לא יכול להיות חולק כי בנסיבות העניין,  
7 בהן נתנה התובעת את הסכמתה המפורשת לקבלת תוכן שיווקי מהנתבעת, ובהתאם לאמור בסעיף  
8 30א(ג) לחוק התקשורת (בזק ושידורים), תשמ"ב – 1982, הייתה הנתבעת רשאית לשלוח לתובעת  
9 תוכן שיווקי כל עוד לא ניתנה על ידי התובעת הודעת חדילה". היינו הנתבעת כלל לא התיימרה לטעון,  
10 כי יידעה התובעת לאחר שזו מסרה לה את פרטיה, כי תשתמש בהם לצורך משלוח דבר פרסומת  
11 מטעמה.

12  
13 למען הסר ספק אבהיר, כי לא הוכח, כי בעת שהתובעת מסרה את פרטיה לנתבעת, הודיעה הנתבעת  
14 לתובעת, כי תשתמש בפרטים אלה לשם שליחת תכנים שיווקיים, בפרט בהיעדר הטופס עליו חתמה  
15 התובעת. גם אם נניח, כי התובעת חתמה על טופס בנוסח דוגמת הטופס, עדיין איני מתרשמת כי יש  
16 בטופס זה הודעה ברורה מטעם הנתבעת על כוונתה להשתמש בפרטי חבר המועדון המצטרף לשם  
17 שליחת תכנים שיווקיים. בראש טופס זה, תחת שדות החובה למילוי (בהם פרטי דואר וטלפון נייד),  
18 נכתב: "הקפד/י לציין בהירות את כתובת הדואר האלקטרוני שלך כדי שנוכל לשלוח אליך את  
19 ניוזלטר המועדון הכולל ביקורות, המלצות, כתבות ומידע על מבצעים מיוחדים" (בנוסף מופיעה  
20 פסקת הסכמה לקבלת דברי פרסום בתחתית הטופס, אשר נוסחה צוטט לעיל, ואשר לדברי הנתבעת  
21 אינה תנאי להצטרפות למועדון). נוסח זה מתחמק ומעורפל. אין בו הודעה חד משמעית, כי ייעשה  
22 שימוש בפרטי חבר המועדון לשם משלוח דברי פרסומת, ואף הנתבעת לא טענה לקיומה של הודעה  
23 כאמור (לשם השוואה ראו נוסח ההודעה הברור לשימוש בפרטי לקוח לשם שליחת דברי פרסום, אשר  
24 הוכר ככזה הממלא את דרישות סעיף 30א(ג)(1) לחוק בת"ק 14-10-52599-10 הרצל נ' אשת טורס (פורסם  
25 במאגרים (2015))).

26  
27 הנני ערה לפסק דינה של כב' השופטת ציגלר אשר ניתן לפני ימים בודדים בת"ק 15-02-55980  
28 *מרקובסקי נ' סטימצקי* (פורסם במאגרים (2015)), במקרה דומה, ולהכרעתה השונה. יש שני הבדלים  
29 מהותיים בין נסיבות המקרה בעניין מרקובסקי לבין נסיבות המקרה דנן. בעניין מרקובסקי, אישרה  
30 התובעת, מקבלת דברי הפרסום, כי "חידשה את חברותה במועדון הנתבעת פעם אחר פעם" (אף כי  
31 טענה, כי תמיד הקפידה לציין כי אינה מעוניינת בקבלת תוכן שיווקי). לעומת זאת, במקרה שלפני,  
32 טענה התובעת כי הצטרפה כחברת מועדון הלקוחות של הנתבעת לפני מספר שנים, אך לא חידשה  
33 חברותה מאז. העובדה שהנתבעת לא הוכיחה את חידוש החברות, ולא הוכיחה את נוסח ההצטרפות  
34 כחברת מועדון בשנת 2010, עומדת ביסוד הכרעתי זו. בנוסף, בעניין מרקובסקי טען נציג הנתבעת, כי



## בית משפט לתביעות קטנות בתל אביב - יפו

ת"ק 15-05-9196 פיין נ' סטימצקי (2005) בע"מ

תיק חיצוני:

1 הצטרפות למועדון הלקוחות של הנתבעת אינה מחייבת מסירת פרטי הדואל והטלפון הנייד. במקרה  
2 שלפני לא נטענה טענה כזו על ידי הנתבעת או נציגה. ההיפך הוא הנכון, מדוגמת הטופס שהגישה  
3 הנתבעת עולה, כי ההצטרפות למועדון הלקוחות מותנית במסירת פרטי הדואל והטלפון הנייד, שכן  
4 מדובר בשדות חובה למילוי.

5  
6 נוכח הכרעתי, כי הסכמת התובעת לקבלת דברי פרסום מהנתבעת לא הוכחה, מתייטר הדיון בשאלה  
7 האם פקיעת חברות במועדון גוררת אחריה גם פקיעת הסכמה לקבלת תכנים פרסומיים, אשר ניתנה  
8 עם ההצטרפות למועדון. בשולי הדברים אציין, כי ככלל איני סבורה, כי עצם פקיעת חברות במועדון  
9 מביאה בהכרח לפקיעת תוקף הסכמה לקבלת תכנים פרסומיים, כל עוד ההסכמה עצמה אינה מוגבלת  
10 בזמן. הוראות חוק התקשורת אינן קוצבות הסכמת הלקוח לקבלת תכנים פרסומיים בזמן, ואינן  
11 תולות תוקף הסכמה זו בתוקף חברות במועדון כזה או אחר. עם זאת, מן הראוי לבחון כל מקרה  
12 לגופו, ולוודא, כי אין בשרבוב ההסכמה לקבלת תכנים פרסומיים לטופס הצטרפות במועדון משום  
13 הטעיית הלקוח, אשר עשוי לסבור, כי הסכמה זו הינה למשך חברותו במועדון בלבד (לעיון בגישות  
14 השונות בסוגייה זו ראו ת"ק 14-09-55875 יפה נ' סטימצקי (פורסם במאגרים (2015)) ומנגד ת"ק  
15 14-03-1613 בן ארי נ' סטימצקי (פורסם במאגרים (2014)).

### סוף דבר

16  
17  
18  
19 לאור האמור לעיל הגעתי לכלל מסקנה, כי בשגרה המסרונים עם דברי הפרסום לתובעת, הפרה  
20 הנתבעת את הוראות חוק התקשורת.

21  
22 בהתאם להלכה הפסוקה, השיקולים המנחים בפסיקת פיצוי בהתאם לסעיף להוראת סעיף 30א(1)  
23 לחוק, מתחשבים, בין היתר, בחשיבות אכיפת החוק וההרתעה מפני הפרתו, בנסיבות ביצוע ההפרה,  
24 ובעלויות ניהול ההליך. הקו המנחה בפסיקתו של כב' השופט רובינשטיין, הינו כי הרף העליון שהציב  
25 המחוקק לפיצוי בסך של 1,000 ₪ בגין כל הפרה הינו נקודת המוצא בפסיקת פיצוי (ראו רע"א 2904/14  
26 גלסברג נ' קלאב רמון בע"מ (פורסם במאגרים (2014) פסקה י"ב לפסק דינו של כב' השופט  
27 רובינשטיין). לפיכך, ובהתחשב בכך שבמקרה זה מדובר בשני מסרונים בלבד, אשר שוגרו בסמיכות  
28 זמנים, ואשר תכנם לא היה פוגעני, ובהיעדר חובת הקטנת הנזק מצד התובעת, מצאתי לנכון לפסוק  
29 לתובעת פיצוי בסך כולל של 1,700 ₪.

30  
31 לפיכך תשלם הנתבעת לתובעת סך כולל של 1,700 ₪, וזאת בתוך שלושים יום.

32  
33 ערער ברשות לבית המשפט המחוזי בתוך 15 יום.



## בית משפט לתביעות קטנות בתל אביב - יפו

ת"ק 15-05-9196 פיין נ' סטימצקי (2005) בע"מ

תיק חיצוני:

**המזכירות תמציא את פסק הדין לצדדים**

ניתן היום, כ' אלול תשע"ה, 04 ספטמבר 2015, בהעדר הצדדים.

ד"ר פנינה נויבירט, שופטת

1

2

3

4

5

6