



בית משפט לתביעות קטנות בתל אביב - יפו

ת"ק 52827-07-25 עשיר נ' מס גרופ בע"מ ואח'

בעקי
לפני כבוד הרשם בכיר מיכאל שמפל

התובע: מאור עשיר

נגד

הנתבעים: 1. מס גרופ בע"מ - נמחקה
2. עמית ויינבלום - נמחק
3. רותם כהן - נמחק
4. רן כהן ת.ז. 025215914

פסק דין

מבוא

1. לפני תביעה קטנה ע"ס 10,000 ₪ שעניינה משלוח דברי פרסומת בניגוד להוראות סעיף 30א לחוק התקשורת (בזק ושידורים), התשמ"ב-1982 (להלן: "חוק התקשורת" או: "חוק הספאס").
2. במקור, התביעה הוגשה כנגד ארבעה נתבעים כרשום לעיל - החברה ("הנתבעת"/"החברה") ושלושה בעלי מניות ודירקטורים בה, אלא שבשלב מסוים, כנגד הנתבע 4 ("הנתבע") ניתן פסק די בהיעדר הגנה, ואילו התביעה כנגד יתר הנתבעים נמחקה לבקשת התובע. בסופו של דבר, לאחר הגשת בקשה מתאימה ותגובת התובע, פסק הדין כנגד הנתבע בוטל (תוך חיובו בהוצאות). הדיון בתובענה נערך ביום 11.1.2026 ועתה הגיעה עת ההכרעה.

עיקר טענות התובע

3. לדברי התובע, ביום 21/02/2023 נשלחה אליו הודעת פרסומת ראשונה באמצעות מערכת Broadcast – פלטפורמת דיור אוטומטי המשמשת את הנתבעת – וזאת מבלי שנתן את הסכמתו המפורשת לקבלת דברי פרסומת.
4. לטענתו, למחרת, ביום 22/02/2023, ביצע הסרה באמצעות קישור ייעודי, ולאחר מכן הופיעה בפניו הודעה המאשרת כי "הוסר בהצלחה". על אף האמור, המשיכו הנתבעים לשגר אליו דברי



בית משפט לתביעות קטנות בתל אביב - יפו

ת"ק 52827-07-25 עשיר נ' מם גרופ בע"מ ואח'

פרסומת בתאריכים 14/03/23, 22/03/23, 25/07/23, 17/10/23, 17/04/24, 07/04/25 ו 28/04/25.

5. התובע טוען כי כלל ההודעות נשאו תוכן שיווקי מובהק שמטרתו קידום עסקיה של הנתבעת, זאת מבלי שצוין בהן במפורש כי מדובר ב"פרסומת", מבלי שנכללו בהן פרטי זיהוי מלאים של המפרסם ומבלי לציין את דרכי ההתקשרות עמו, בניגוד להוראות סעיף 30א(ד) ו 30א(ה) לחוק התקשורת.

6. לטענת התובע, מדובר בהפרה של הוראות סעיף 30א(ב) לחוק, שכן ההודעות נשלחו ללא הסכמה מפורשת מראש ובכתב; ובהפרה של סעיף 30א(ה), שכן השיגור נמשך אף לאחר שבוצעה הסרה תקפה. עוד נטען כי ההודעות אינן עומדות בדרישות הצורה המתחייבות מהחוק, לרבות היעדר פרטי המפרסם ותיוג הודעה כ"פרסומת".

7. לטענתו, התנהלות הנתבעים מלמדת על שיטה שיווקית עקבית במסגרתה נשלחים דברי פרסומת לנמענים ללא קבלת הסכמה כדין, תוך התעלמות מבקשות הסרה חוזרות ונשנות. התובע מוסיף כי גם לאחר שפנה בדוא"ל ביום 28/04/2025 וביקש הבהרה, לא סופקה לו כל אסמכתא המעידה כי נתן הסכמה לקבלת דברי הפרסומת, והוצג בפניו מסמך בלתי רלוונטי שכונה "שיחת אפיון", שאינו ממלא אחר דרישות החוק.

8. ביום 07/05/2025 שיגר התובע מכתב התראה לנתבעים, במסגרתו דרש כי יופסק השיגור ויועמד לו פיצוי סטטוטורי בגין ההפרות השונות. בהיעדר מענה, שלח ביום 18/05/2025 תזכורת נוספת, אך גם זו נותרה ללא התייחסות.

9. לטענתו, התנהלות הנתבעים – לרבות התעלמותם מפניותיו, המשך משלוח ההודעות לאורך תקופה ממושכת ושיגור הודעות ללא ציון זהות השולח – מהווה פגיעה בנמען, הטרדה מהותית ועוגמת נפש המצדיקה פיצוי נוסף על הקבוע בחוק.

10. לפיכך עתר התובע לפיצוי סטטוטורי בסך 8,000 ₪ בגין שמונה הודעות פרסומיות שנשלחו אליו, בהתאם לסעיף 30א(י1) לחוק התקשורת, וכן לפיצוי נוסף בסך 2,000 ₪ בגין עוגמת נפש, טרדה והוצאות, ובסה"כ 10,000 ₪.



בית משפט לתביעות קטנות בתל אביב - יפו

ת"ק 52827-07-25 עשיר נ' מס גרופ בע"מ ואח'

עיקר טענות הנתבע

11. הנתבע טוען, בראש ובראשונה, להעדר יריבות, שהרי ההתקשרות הרלוונטית נעשתה מול הנתבעת - חברת מס גרופ בע"מ בלבד - היא המפעילה של אותה מערכת Broadcast. לטענתו, לא מתקיימים בינו לבין התובע יחסים משפטיים, חוזיים או עסקיים ישירים, ומשכך לא קמה עילת תביעה נגדו.
12. נטען, כי התובע פעל בחוסר תום לב כשהגיש תביעה אישית נגד הנתבע ונגד בעלי מניות נוספים בחברה וניסה "להרים את מסך ההתאגדות" בניגוד לדין. הנתבע מפנה, בהקשר זה, להוראות סעיף 6 לחוק החברות, התשנ"ט-1999 (להלן: "חוק החברות") הקובע כי הרמת מסך תיעשה רק במקרים חריגים של תרמית, הונאה או שימוש לרעה באישיות המשפטית הנפרדת - נסיבות שאינן מתקיימות כאן.
13. לגופו של עניין, הנתבע טוען כי המערכת Broadcast היא שירות תוכנה לניהול מערכות שיווק ותקשורת ("SaaS"), המבוסס על רישום יזום של המשתמש. לטענתו, ביום 06/02/2023 התובע נרשם ביוזמתו לשירות תחת השם "משרד עורכי דין מאור עשיר", ובמסגרת ההרשמה אישר את תנאי השימוש הכוללים גם הסכמה לקבלת מסרים שיווקיים ומידע מקצועי מהחברה. נטען, כי מאחר והמערכת דורשת אימות במסרון, הרישום וההסכמה לא יכלו להתבצע, אלא באופן פעיל ומודע מצד התובע.
14. הנתבעים מוסיפים כי הודעות הפרסומת נשלחו ממערכת אוטומטית של החברה בלבד ולא מכתובת דוא"ל אישית כלשהי, וכי כל הודעה שנשלחה כללה אפשרות פשוטה לביצוע הסרה, כנדרש בסעיף 30א(ו) לחוק התקשורת. עוד נטען, כי בקשות הסרה שבוצעו במערכת עלו יפה, בוצעו הסרות בפועל, ולכן לא מדובר בהפרת החוק.
15. עוד נטען כי התובע, בהיותו עורך דין, ניסה לנצל את מעמדו ואת הידע המשפטי שברשותו לשם הפעלת לחץ בלתי הוגן על הנתבע, לרבות פרסום מענו הפרטי והגשת תביעה בסכום מנופח ובמועד מוקדם.
16. בנסיבות אלה טוען הנתבע, כי לא נפל פגם בהתנהלותו או בהתנהלות החברה, כי לא נשלחו דברי פרסומת בניגוד לחוק וכי לא נגרם לתובע כל נזק או טרדה ממשיים.



בית משפט לתביעות קטנות בתל אביב - יפו

ת"ק 52827-07-25 עשיר נ' מס גרופ בע"מ ואח'

דיון והכרעה

17. בדיון שנערך בפניי העידו התובע והנתבע, המשמש בתפקיד מנכ"ל חברת מס גרופ בע"מ ומנהל בפועל של מערכת Broadcast. לאחר ששמעתי את טענות הצדדים ועיינתי בכתבי הטענות ובנספחים – הגעתי לכלל מסקנה כי דין התביעה להתקבל ברובה.
18. התובע חזר על טענותיו מכתב התביעה, והבהיר כי ברשותו 8 הודעות דוא"ל בעלות תוכן שיווקי מובהק, שנשלחו אליו ממערכת Broadcast בתקופה שבין פברואר 2023 לאפריל 2025, וזאת ללא שהסכים לקבלן וממילא לאחר שביצע פעולה להסרה כבר ביום 22/02/2023. התובע הציג צילום מסך ממנו עולה, לכאורה, כי בקשת ההסרה התקבלה וכי הופיעה בפניו הודעה "הוסרת בהצלחה מרשימת התפוצה". עוד העיד כי מעולם לא נתן הסכמה מפורשת בכתב לקבלת דברי פרסומת וכי פנה לנתבעים מספר פעמים בכתב בבקשה להפסיק את השיגור ולהמציא אסמכתא להסכמה, אך פניותיו לא נענו כנדרש.
19. מנגד, העיד הנתבע כי שירות Broadcast הוא מוצר תוכנה (SaaS) לניהול שיווק דיגיטלי, וכי התובע נרשם מיוזמתו לשירות ביום 06/02/2023 תחת שם משרדו, לאחר שאישר את תנאי השימוש הכוללים, לטענתו, גם הסכמה לקבלת מסרים שיווקיים ומידע מקצועי. הנתבע לא הציג לפניי אישור ספציפי הנושא את שמו של התובע, אלא טען כי "כך פועלת המערכת" וכי מבחינה טכנית לא ניתן להשלים רישום ללא מתן הסכמה. באשר לטענת ההסרה, הנתבע טען כי המסך שצירף התובע איננו מסך ההסרה המקורי של המערכת, וכי ככל הנראה מדובר בשגיאה טכנית בצד התובע שאינה משקפת הסרה שבוצעה במערכת (הנתבע הפנה לשוני בין שתי הודעות ההסרה - 1/נ). עוד הוסיף הנתבע כי מרגע שצוות השירות קיבל את בקשת ההסרה המפורשת במייל ביום 28/04/2025 – התובע הוסר מידית מרשימת התפוצה ולא נשלחו אליו הודעות נוספות.
20. במהלך הדיון התברר כי בהודעות שנשלחו לתובע הופיע שם המותג Broadcast בלבד, ללא ציון מפורש של שמה המלא של החברה – מס גרופ בע"מ – ופרטי התקשרות מלאים, כנדרש בסעיף 30א(ד) לחוק התקשורת. התובע הדגיש כי נדרש מאמץ לא מבוטל כדי לאתר את זהות החברה



בית משפט לתביעות קטנות בתל אביב - יפו

ת"ק 52827-07-25 עשיר נ' מם גרופ בע"מ ואח'

שמאחורי המותג. הנתבע, מצדו, טען כי מדובר בפרקטיקה מקובלת בעולם התוכנה וכי שם החברה מופיע בתנאי השימוש ובמדיניות הפרטיות באתר.

21. המחלוקת בתיק זה מתמקדת, אפוא, בשתי שאלות עיקריות: האחת – האם הוכח כי התובע נתן הסכמה מפורשת, מראש ובכתב, לקבלת דברי פרסומת כמשמעותם בסעיף 30א(ב) לחוק התקשורת; והשנייה – בהנחה שהתובע ביקש להסיר את עצמו מרשימת התפוצה בפברואר 2023, האם המשך משלוח ההודעות לאחר מועד זה מהווה הפרה של הוראות סעיף 30א(ה) ו-30א(ד) לחוק, ומהו היקף הפיצוי הסטטוטורי הראוי, במקרה זה.

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

סעיף 30א(ב) לחוק קובע כי "לא ישגר מפרסם דבר פרסומת באמצעות פקסימיליה, מערכת חיוג אוטומטי, הודעה אלקטרונית או הודעת מסר קצר, אלא אם כן נתן לכך הנמען, מראש, את הסכמתו המפורשת, בכתב, לרבות בהודעה אלקטרונית או בשיחה מוקלטת; ואולם מפרסם רשאי לפנות לנמען, באופן שיקבע השר, לשם קבלת הסכמתו כאמור".

מכאן, כי המחוקק קובע כלל איסור גורף אשר לפיו אין לשלוח דבר פרסומת באמצעות אמצעים אלקטרוניים אלא אם ניתנה הסכמה מפורשת מראש ובכתב. החרוג היחיד הוא פנייה חד פעמית שמטרתה לבקש את אותה הסכמה.

סעיף 30א(ג) מוסיף חריג מצומצם נוסף, ולפיו ניתן לשלוח דבר פרסומת גם ללא הסכמה מוקדמת, אך ורק אם מתקיימים שלושה תנאים מצטברים:

"(1) הנמען מסר את פרטיו למפרסם במהלך רכישה של מוצר או שירות, או במהלך משא ומתן לרכישה כאמור, והמפרסם הודיע לו כי הפרטים שמסר ישמשו לצורך משלוח דבר פרסומת מטעמו;

(2) המפרסם נתן לנמען הזדמנות להודיע לו כי הוא מסרב לקבל דבר פרסומת כאמור, והנמען לא ניצל הזדמנות זו;

(3) דבר הפרסומת מתייחס למוצר או לשירות מסוג דומה למוצר או לשירות מאותו סוג שהנמען רכש מהמפרסם או ניהל לגביו משא ומתן לרכישה כאמור".



בית משפט לתביעות קטנות בתל אביב - יפו

ת"ק 52827-07-25 עשיר נ' מם גרופ בע"מ ואח'

תנאים אלו הם מצטברים, ומשלא מתקיים אחד מהם – שוב אין תחולה לחריג, והאיסור שבסעיף 30א(ב) יחול במלואו.

23. בהתאם להלכה שנקבעה ברע"א 4806/17 פסגות נ' גלסברג (25.10.2017), יש לפרש את המונח "דבר פרסומת" באופן רחב, לפי מטרת המסר – לא לפי הדרך שבה הנמען הבין אותו. גם הודעה הכוללת הצעה מרומזת או עידוד עקיף להתקשרות עסקית, תיחשב לפרסום אסור אם לא ניתנה הסכמה מראש.

24. ההודעות שנשלחו לתובע נושאות אופי שיווקי מובהק ונועדו לעודד שימוש מסחרי במערכת "Broadcast" והתקשרות עסקית עם החברה המפעילה אותה. בהתאם ללשון החוק, מדובר ב"דבר פרסומת" כהגדרתו בסעיף 30א(א)(1) לחוק שלעיל.

25. לעניין זה, סעיף 30א(א)(2) לחוק התקשורת מגדיר "מפרסם" כ"מי ששמו או מענו מופיעים בדבר הפרסומת כמען שאליו ניתנת התגובה לנמען בקשר לתוכן דבר הפרסומת, לרבות מי שתוכנו של דבר הפרסומת עשוי לתרום לעסקיו".

בנסיבות דנן, תוכן ההודעות, השימוש בשם המסחרי Broadcast שהן עסקו במישרין בשירותי השיווק הדיגיטלי שמספקת הנתבעת, מלמדים כי מדובר במסרים שנשלחו מטעמה ובעניינה של הנתבעת, ולכן היא באה בגדר "מפרסם" כמשמעותו בסעיף זה.

26. הנתבעת כאמור טענה כי התובע נרשם מיוזמתו ביום 06/02/2023 לשירות וכי ההודעות נשלחו במסגרת השימוש הרגיל במערכת. ואולם, הנתבעת לא הציגה כל אסמכתא ממנה עולה הסכמה מפורשת, כתובה או מתועדת כדין מצדו של התובע. די בכך כדי לקבוע כי לא הוכחה הסכמה מפורשת כדרישת סעיף 30א(ב) לחוק שצוין לעיל. הנטל להוכיח כי ניתנה הסכמה כאמור מוטל, כידוע, על המפרסם.

27. גם טענת הנתבעת בדבר "תקלה טכנית" שנגרמה, לכאורה, בצד של התובע בעת ביצוע ההסרה אינה יכולה להועיל לה. התובע הציג צילום מסך ובו מופיעה בבירור ההודעה "הוסרת בהצלחה מרשימת התפוצה", ומכאן שהמסקנה המתבקשת היא כי ביצע את פעולת ההסרה כדין.

סעיף 30א(ה) לחוק התקשורת (בזק ושידורים), התשמ"ב-1982, קובע במפורש:

"(1) נמען רשאי בכל עת להודיע למפרסם כי הוא מסרב לקבל דברי פרסומת מהמפרסם;



בית משפט לתביעות קטנות בתל אביב - יפו

ת"ק 52827-07-25 עשיר נ' מס גרופ בע"מ ואח'

(2) מפרסם שקיבל הודעה כאמור, יחדל משלוח דברי פרסומת לנמען בתוך שלושה ימי עסקים ממועד קבלת ההודעה;

(3) מפרסם לא יתנה מתן שירות, מכירת מוצר או קבלת הטבה כלשהי בכך שהנמען לא ישלח הודעת סירוב כאמור."

משכך, עצם משלוח הודעות נוספות לאחר שהתובע ביצע הסרה המאושרת במערכת מהווה הפרה עצמאית של הוראת סעיף זה אשר מחייבת את המפרסם להפסיק משלוח דברי פרסומת בתוך שלושה ימי עסקים מקבלת הודעת הסירוב.

28. בנוסף, מעיון בהודעות עצמן עולה כי הנתבעת לא קיימה גם את הוראות סעיף 30א(ד) לחוק, הקובע כי "דבר פרסומת יישא בראשיתו את המילה 'פרסומת'; יפורט בו שמו של המפרסם, כתובתו ודרכי יצירת הקשר עמו לצורך משלוח הודעת סירוב כאמור בסעיף קטן (ה), באופן ברור ומובחן".

אם כן, ההודעות שנשלחו לתובע כללו את שם המותג Broadcast בלבד, ללא ציון שמה המלא של החברה (מס גרופ בע"מ), כתובתה, או דרכי יצירת קשר עמה. כמו כן, אף מנגנון ההסרה לא הובהר במפורש בכל אחת מן ההודעות. מחדלים אלה עומדים בניגוד לתכלית סעיף זה שמטרתה להבטיח שקיפות, זיהוי חד משמעי של מקור ההודעה, ומתן אפשרות ממשית לנמען להפסיק קבלת דברי פרסומת באופן יעיל.

29. טענת ההגנה שלפיה השם Broadcast הוא "שם מותג מקובל בעולם התוכנה" אינה מאפשרת לעקוף את חובת הציון הברור של פרטי השולח. הפסיקה הדגישה כי אין להסתפק בכינוי מותג או בשם מסחרי, וכי על דבר פרסומת לשאת את שמו המלא של הגוף המשפטי ושיטת יצירת הקשר עמו [ת"צ (מחוזי ת"א) 16494-12-20 מאיר יזדי נ' פועלי תל אביב אחזקות בע"מ (21.01.2024)].

30. אין גם תחולה לחריג הקבוע בסעיף 30א(ג) שצוין לעיל, שכן לא הוכח שהתובע רכש שירות כלשהו מאת הנתבעת או ניהל משא ומתן לרכישתו. עצם העובדה ש"ייתכן שהתעניין" בעבר בשירותי החברה, אין בה כדי למלא אחר דרישת החוק לאישור אקטיבי ומפורש.



בית משפט לתביעות קטנות בתל אביב - יפו

ת"ק 52827-07-25 עשיר נ' מם גרופ בע"מ ואח'

31. לפיכך, אני קובע כי הנתבעת שיגרה לתובע דברי פרסומת מובהקים, ללא הסכמה בכתב, ואף לאחר משלוח בקשת הסרה, שהתקבלה אצל הנתבעת. בכך הפרה הנתבעת את הוראות סעיפים 30א(ב), 30א(ד) ו 30א(ה) לחוק התקשורת.
32. מצאתי כי יש מקום לייחס אחריות אישית לנתבע – המשמש כמנכ"ל החברה ובעל מניות בה. סעיף 30א(ח) לחוק התקשורת קובע חובת פיקוח מוגברת על מנהלים ונושאי משרה הנוגעים לתחומי השיווק והפרסום בתאגיד. הסעיף מטיל עליהם אחריות לנקוט בכל האמצעים הנדרשים כדי למנוע משלוח דברי פרסומת אסורים בידי התאגיד או מי מעובדיו.
33. במקרה דנן, הנתבע הוא אחד מבעלי החברה ומשמש בתפקיד מנכ"ל, ובתפקידו זה נושא באחריות רוחבית וכוללת לפעילות החברה. מתוקף תפקידו כמנכ"ל, היה עליו לוודא קיומן של בקורות הולמות למניעת הפרת חוק התקשורת. הנתבע לא הסביר די הצורך כיצד הוא עצמו פועל למניעת הפרת חוק התקשורת.
34. על כן, בשים לב למעמדו הבכיר של הנתבע בחברה, מוטלת עליו אחריות לחובת פיקוח מוגברת המוטלת עליו מכוח דין, ואחריות לכשלים שנתגלו במערך הפיקוח של החברה כפי שמשתקף משליחת דברי הפרסומת לתובע חרף בקשה מפורשת להיות מוסר מרשימת הדיור. אני סבור כי יש לראות בו אחראי אישית לדברי הפרסומת, לצד הנתבעת (אלא שהתביעה נגדה כבר נמחקה).
35. אוסיף ואפנה לכל הנטען בסעיפים 33-30 לכתב התביעה, כאשר כל האמור בהם מקובל עליי. החזקה הרשומה בסעיף 30א(ח) לא נסתרה ע"י הנתבע, וכאמור, סבורני כי הוא לא עשה די על מנת למנוע את משלוח דברי הפרסומת לתובע וכן לא עשה די על מנת למנוע את הפרות החוק ע"י החברה, כמפורט וכמתואר לעיל. בנוסף לפסקי הדין שאוזכרו בכתב התביעה, אוסיף ואפנה לדברים שכבר כתבתי בעניין זה בפסק דין שניתן בת"ק (בת-ים) 60133-07-23 מאירי נ' ריווחית (14.07.2024), ולהחלטה מיום 27.07.2025 אשר ניתנה במסגרת ת"צ (שלום ת"א) 6481-03-24.
- אוריאל רז המאושר נ' שרייבר שמעון בע"מ (סעיפים 111-125).
36. סעיף 30א(י)(1) לחוק מקנה לבית המשפט סמכות לפסוק לתובע פיצוי ללא הוכחת נזק עד לסכום של 1,000 ₪ עבור כל הודעה בודדת – לפי שיקול דעתו ובהתאם לנסיבות. במקרה זה,



בית משפט לתביעות קטנות בתל אביב - יפו

ת"ק 52827-07-25 עשיר נ' מס גרופ בע"מ ואח'

- נשלחו שמונה הודעות, בחלקן לאחר הסרה, תוך התעלמות מפניות התובע ומבלי שיובהר מקור ההודעות או ההסכמה להן. מנגד, לא הוכחה כוונה לפעול בזדון.
37. לאחר איזון מכלול השיקולים, לרבות היקף ההודעות, משך הזמן והרושם שהותירה התנהלות הנתבעת והנתבע, אני מעמיד את סכום הפיצוי על 750 ₪ לכל הודעה, ובסך הכל 6,000 ₪ (עבור שמונה ההודעות) וכן הוצאות משפט בסך 1,000 ₪.
38. הנתבע 4, רן כהן, ישלם את הסכומים האמורים לתובע בתוך 30 ימים ממועד קבלת פסק הדין, שאם לא כן אלה יישאו ריבית פיגורים מהיום ועד לתשלום בפועל.
39. ניתן להגיש בקשת רשות ערעור על פסק הדין לביהמ"ש המחוזי בתל-אביב בתוך 30 יום מיום קבלתו.
40. המזכירות תשלח את פסק הדין לצדדים בדואר רשום.

ניתן היום, כ"ג טבת תשפ"ו, 12 ינואר 2026, בהעדר הצדדים.

מיכאל שמפל, רשם בכיר