

26 ביוני, 2016

לכבוד
חה"כ איתן כבל, יו"ר
חברות וחברי וועדת הכלכלה
הכנסת
שלום רב,

הנדון: התיקון לחוק הספאם - השתקה של פעילי, פעילות וארגוני החברה האזרחית

אנו פונים אליכם בבקשה שתחזרו ותשקלו את התיקון החדש ל"חוק הספאם", שאושר בוועדת הכלכלה בשבוע שעבר; ¹ התיקון מנחית מכה אנושה על חופש הביטוי ועל מרחב הפעולה של פעילים, פעילות וארגונים בחברה האזרחית בישראל, ואפילו על מי שיפנה לציבור הרחב בבקשה לסיוע במימון ניתוח יקר שיציל את חייו של בן משפחתו.

התיקון מטיל סנקציות חמורות על פעילים וארגונים חברתיים בשל "הפצת רעיונות", וחוסם את יכולתם של ארגוני המגזר השלישי לפנות לציבור בישראל ולגייס תרומות לפעילות עשירה ומגוונת בנושאים בעלי חשיבות ציבורית אדירה: סיוע לנזקקים, זכויות בעלי מוגבלויות, קידום ערכים דמוקרטיים, הגנת הסביבה, הגנה על זכויות בעלי חיים ועוד.

פגיעה זו אינה מיידתית ואינה חוקתית ואנו מבקשים שתמנעו ממנה.

1. חוק הספאם נחקק בשנת 2007 כמענה לשימוש הולך וגובר באמצעי תקשורת (טלפון, פקס ודוא"ל) לשם הפצת פרסומות וקידום מכירות.

2. שלא כמו התיקון החדש, החוק גובש רק לאחר התלבטות ומחשבה מרובות, ויצר איזון עדין בין שתי זכויות יסוד: בין חופש הביטוי המסחרי לבין הזכות לפרטיות - הזכות של אזרחים ואזרחיות להגן על עצמם מפני "מתקפה" והטרדות של דברי פרסומת ו"דואר זבל".

3. החוק הטיל הגבלות קשות על עסקים וחברות מסחריות שמבקשות לקדם את עסקיהן, וקבע ברירת מחדל שלפיה חל על "מפרסם" איסור לשלוח "דבר פרסומת" לנמען, שלא נתן הסכמתו לכך מראש ובכתב; ² זהו מודל הידוע בשם "opt-in", בשונה מ"מודל opt-out הקיים בארה"ב, ולפיו ניתן לשלוח הודעות פרסומת בשיווק ישיר, אלא אם כן הודיע הנמען כי הוא מסרב לקבל הודעות כאמור. ³

4. הבחירה בין מודל הסכמה של opt-in לבין מודל של opt-out היא קריטית לאור מחקרים וסקרים שמלמדים, שאנשים אינם נוטים לתת הסכמה מפורשת ואקטיבית גם אם הם נוטים להסכים, ו"נוכח ההעדפה האנושית שלא להחליט ולהעדיף את ברירת המחדל". כך, למשל, במדינות אירופאיות שבהן הצטרפות לתכנית תרומת איברים טעונה הסכמה אקטיבית (opt-in)

אחוז ההצטרפות הוא נמוך מאוד, ואילו במדינות שבהן מודל ההסכמה הוא opt-out מרשם אחוז מצטרפים גבוה להפליא של כמעט 100%.⁴

5. מודל ההסכמה שנקבע בחוק הספאם "משקף איזון ראוי בין ההגנה על פרטיות המשתמש לבין שימוש מסחרי לגיטימי במיתקן בזק לצורך שיווק ישיר" (כאמור בדברי ההסבר להצעת חוק הספאם). חופש הביטוי המסחרי נמצא בתחתית המדרג הערכי והנורמטיבי של חופש הביטוי, ועל כן, במקרה של התנגשות בינו לבין הזכות לפרטיות אין מניעה לבחור בהסדר שמכביד עליו.
6. התיקון החדש מעתיק את אותן הגבלות קשות שנתפרו במיוחד ל"דבר פרסומת" מסחרית ומטיל אותן כמות שהן גם על "בקשת תרומה" לכל מטרה שהיא, ואפילו על כל "הפצת רעיונות לשם השפעה על עמדות או על התנהגויות", למעט "מסרים פוליטיים" ו"תעמולת בחירות".
7. מהלך מעין זה הוא **על פניו בלתי חוקתי**: עוד קודם שנצלול בנבכי ההסדר החדש, הדעת נותנת כי פגיעה שתחשב מידתית על חופש הביטוי המסחרי אינה מידתית ואינה מאוזנת, שעה שהיא מוטלת על חופש הביטוי בעניינים חברתיים ופוליטיים.
8. אכן, התיקון החדש מחריג מסרים "פוליטיים" ובהתאם לזאת קיים ספק אם המגבלות החדשות יחולו על קידום אגידה מדינית ועל הפצת רעיונות בנושאים השנויים במחלוקת פוליטית (למשל, "הפצת רעיונות" נגד תכנית ההתנתקות, נגד המלחמה בעזה, קידום "יוזמת ז'נבה", ונגד מתווה הגז - לפחות מהרגע שזה הפך לשנוי במחלוקת פוליטית).⁵
- ברם, חופש הביטוי הפוליטי, שהמשפט החוקתי מעניק לו את "ההגנה המרבית",⁶ אינו מצומצם למחלוקות בזירה הפרלמנטרית והוא פורש את אברותיו גם על רעיונות ומאבקים בסוגיות חברתיות, סביבתיות, כלכליות ואחרות. **דמוקרטיה של ממש** אינה מתמצית בבחירות אחת למספר שנים ובפעולת המוסדות הפוליטיים הנבחרים, והיא גם **תלויה בהשתתפות ערה של אזרחים ואזרחיות**, כמו גם של ארגונים בשדה החברתי.⁷
- "כדי להצדיק פגיעה בחופש הביטוי הפוליטי נדרשת בחינה קפדנית והדוקה".⁸ התיקון החדש אושר בלא שהתקיימה בחינה קפדנית, ו"המוצר הסופי" של החקיקה לא היה עובר בדיקה **חוקתית** לו הייתה מתבצעת כזו.
9. חמור לא פחות הוא ניתוק צינור החמצן של ארגונים המגייסים תרומות לפעילות סיוע והעצמה של המוחלשים, בעלי מוגבלויות, ונזקקים אחרים, שהמדינה אינה מסוגלת לדאוג להם כפי צרכיהם. אם יאושר התיקון לא ניתן יהיה לפנות לגיוס המוני של תרומות קטנות, **וכל פעילות חברתית תהיה מותנית ברצונם הטוב של ראשי המדינה** (מימון ממשלתי) או בתרומות גדולות של תאגידים.
- התיקון החדש מטיל את אותן הגבלות וסנקציות חמורות **אפילו על אדם פרטי** שיפנה לציבור הרחב בבקשה לקבלת **תרומה שתסייע במימון ניתוח יקר** לבן משפחה.⁹
10. עוד נציין, כי בחוק הספאם המקורי, יש חריגים שהקלו במעט את ההגבלות על גורמים מסחריים, כמו למשל, היתר למשלוח דבר פרסומת למי שרכש/ה מוצר או שירות מהמפרסם; אך חריגים והקלות אלו אינן ישימות לארגונים חברתיים, שאין להם דבר להציע למכירה זולת בקשה לתרומה וקריאה לתמיכה ב"רעיונות".¹⁰

11. חוק הספאם נחקק בשנת 2007 לאחר דיון ציבורי ופרלמנטרי ממושך ומלומד, וקבע, איזון רגיש; נשאלת אפוא השאלה, **מה הפר את האיזון? מה השתנה מאז 2007 שמצדיק את שינוי ההסדר** מקצה אל קצה? מה גרם לשינוי הדרסטי שחל בעמדה המקצועית שהציג משרד התקשורת במהלך חקיקתו של החוק המקורי ב-2007? **מה הזעיק את ראש מטה השר במשרד התקשורת, שהחליף למעשה את הדרג המקצועי בדיון הקצר והנמהר על התיקון החדש, ושהתנגד לכל עידון בהסדר הדרקוני בטרם יחילו אותו גם על המגזר השלישי ועל כל איש ואשה בחברה האזרחית?**
12. השינוי היחיד שחל מאז 2007 ושעל גליו נישאה יוזמת התיקון, הוא ריבוי המקרים של פניות טלפוניות עם הודעה מוקלטת. "הבשורה" שהבטיחו יוזמי החקיקה הייתה: **"סוף להצקות מקבר רחל? ניתן יהיה לתבוע מלכ"רים שמטרידים בטלפון"**.¹¹ כלומר, הטרדות טלפוניות, שבשונה מדוא"ל למשל, תופסות אותנו תמיד בזמן הלא מתאים, הן התופעה החדשה שעומדת מאחורי התיקון.¹²
13. לאור זאת, לא ברור מדוע לא ניתן היה להסתפק בתיקון מינורי ורגיש יותר, לאיזון שנקבע בחוק המקורי? מדוע "קפצו" על העגלה גורמים רבים כל כך? **מדוע הונפה החרב על מקורות המימון ועל הפצת רעיונות של החברה האזרחית בישראל?**
14. ויודגש, גם הפצת רעיונות בנושאים החשובים ביותר או גיוס תרומות למטרות נשגבות אינם מצדיקים הפקרה של הזכות לפרטיות. ובעניין זה אין אנו מבחנים בין הקול שבוקע מקבר רחל אמנו לבין הקול שמבקש תרומה שתסייע לנוזקים, למאבק סביבתי או להגנה על בעלי החיים.
15. **אפשר וראוי להגביל את השימוש במתקני התקשורת באופן מאוזן ומידתי**, אך לבטח לא באופן שבו עושה זאת התיקון החדש. כך למשל, אין מקום להטלת מגבלות על הפצת רעיונות וגיוס תרומות למטרות חברתיות והומניטאריות באמצעות דוא"ל. רובן המכריע של פניות דוא"ל היה ונשאר מסחרי, ולא שמענו ולו נימוק אחד מדוע יש לחרוג מההסדר הקיים; באשר לשיחות הטלפון המוקלטות - התופעה שרק בעטייה נולדה יוזמה החקיקה - מן הראוי להתיר אותן בכפוף להסדר הסרה, שיאפשר למקבל השיחה להודיע שאין הוא מעוניין לקבל שיחות נוספות כמותה (הסדר של opt out, במקום ההסדר החמור של opt-in שנקבע, כאמור, לגבי פרסומת מסחרית).¹³
- הסדרים מידתיים מעין אלה נתקלו בווטו חסר פשר של הממשלה ובנסיבות אלו התיקון, שבא להתמודד עם שיחות מוקלטות מקברי צדיקים, מאיים להשתיק ולהטיל מום בכלל החברה האזרחית בישראל.
16. לאור האמור לעיל אנו מבקשים שתחזרו בכסף ושלא תעבירו את התיקון לחוק הספאם במתכונתו הנוכחית.

בכבוד רב ובברכה,

אבנר פינצ'וק, עו"ד

¹ "חוק הספאם" הוא למעשה **סעיף 30א** בחוק התקשורת (בזק ושידורים) התשמ"א-1982, שכותרתו: **"שיגור דבר פרסומת באמצעות מיתקן בזק"**. להלן הקטעים הרלבנטיים שבחוק משולבים עם התיקון (**מודגש**).

(א) בסעיף זה -

"דבר פרסומת" – מסר המופץ באופן מסחרי, שמטרתו לעודד רכישת מוצר או שירות או לעודד הוצאת כספים בדרך אחרת; **וכן מסר המופץ לציבור הרחב שמטרתו בקשת תרומה או הפצת תעמולה; לעניין זה, "תעמולה" – הפצת רעיונות לשם השפעה על עמדות או על התנהגויות, למעט תעמולה שיש בה מסר פוליטי, ובכלל זה תעמולת בחירות;**

"מפרסם" – מי ששמו או מענו מופיעים בדבר הפרסומת כמען להתקשרות לשם רכישתו של נושא דבר הפרסומת, מי שתוכנו של דבר הפרסומת עשוי לפרסם את עסקיו או לקדם את מטרותיו, **ובכלל זה לקדם קבלת תרומות או השפעה על עמדות או התנהגויות או מי שמשווק את נושא דבר הפרסומת בעבור אחר;** לעניין זה, לא יראו כמפרסם מי שביצע, בעבור אחר, פעולת שיגור של דבר פרסומת כשירות בזק לפי רישיון כללי, רישיון מיוחד או מכוח היתר כללי, שניתנו לפי חוק זה.

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

...

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

(א) היותו דבר פרסומת; המילה "פרסומת" תופיע בתחילת דבר הפרסומת, ואם דבר הפרסומת משוגר באמצעות הודעה אלקטרונית – בכותרת ההודעה;

(ב) שמו של המפרסם, כתובתו ודרכי יצירת הקשר עמו;

(ג) זכותו של הנמען לשלוח, בכל עת, הודעת סירוב כאמור בסעיף קטן (ד), ודרך אפשרית למשלוח הודעה כאמור שהיא פשוטה וסבירה בנסיבות העניין, ואם דבר הפרסומת משוגר באמצעות הודעה אלקטרונית – כתובת תקפה של המפרסם ברשת האינטרנט לצורך מתן הודעת סירוב. **שוגר דבר הפרסומת באמצעות מערכת חיוג אוטומטי, יאפשר המפרסם לנמען, במשך 30 שניות מתחילת הודעת המסר הקולי, להסיר את שמו מרשימת התפוצה של המפרסם, בדרך של לחיצה על החייגן**

2 "נקודת המוצא שבבסיסו היא שחל איסור לשלוח הודעות פרסומת למי שלא קיבל הסכמה על כך, ועל כן השולח מפר את הוראות החוק **החל מהפרסומת הראשונה**. אומנם סעיף 30א(ב) סיפה לחוק קובע כי "פנייה חד-פעמית מטעם מפרסם לנמען שהוא בית עסק, באחת הדרכים האמורות בסעיף קטן זה, המהווה הצעה להסכים לקבל דברי פרסומת מטעמו, לא תיחשב הפרה של הוראות סעיף זה". ... ברם פנייה הכוללת כשלעצמה דבר פרסומת אינה יכולה להיחשב פנייה מהסוג המותר בסעיף." (רע"א 1954/14 **אילן חזני נ' שמעון הנגבי** (סיתונת מועדון דאיה ורחיפה במצנחים), (4.8.2014) השופט פוגלמן בפסקה 16).

3 הצעת חוק התקשורת (בזק ושידורים) (תיקון מס' 33), התשס"ה-2005, ה"ח הממשלה 886.

4 **הבחירה בין מודל הסכמה של opt-in לבין מודל של opt-out היא קריטית**. "ההבחנה בין התנהגות פסיבית לאקטיבית ידועה בתחומי השיווק, הפסיכולוגיה והכלכלה, נוכח ההעדפה האנושית שלא להחליט ולהעדיף את ברירת המחדל. כך, לדוגמה, במדינות מסוימות באירופה כמו שבדיה, פולין, בלגיה ואוסטריה, אחוז גבוה להפליא של כמעט 100% מהאזרחים מצטרפים לתוכנית תרומת איברים לאחר מותם. לעומת זאת, במדינות אחרות באירופה כמו אנגליה, גרמניה, הולנד ודנמרק, אחוז נמוך עד מאוד ועומד על כ-20%. כמעט אין מדינות שאחוז התורמים הוא אי שם באמצע. הסיבה לכך היא כוחה של ברירת המחדל. בארצות בהן שיעור המצטרפים גבוה במיוחד, כתוב בטופס רשיון הנהיגה כי יש לסמן אם אינך מעוניין להצטרף לתוכנית תרומת האיברים. ואילו בארצות בהן שיעור המצטרפים נמוך, כתוב בטופס כי יש לסמן אם הינך מעוניין בתרומת איברים (דוגמה זו לקוחה מתוך ספרו של דן אריאלי לא רציונלי ולא במקרה – הכוחות הסמויים שמעצבים את ההחלטות שלנו (הוצאת מטר, 2009), שם מסביר המחבר את כוחה של ברירת המחדל כאחת מהכוחות הסמויים המעצבים את דרך קבלת ההחלטות האנושיות)." (עע"מ 7744/10 **המוסד לביטוח לאומי נ' עו"ד יפית מנגל** (15.11.2012) השופט עמית בפסקה 18).

⁵ לא נעלם מעינינו כי במהלך הדיון בוועדת הכלכלה, **החריג "הפוליטי" הוזכר רק בהקשר של "הפוליטיקאים"** (ראו, למשל, דבריו, של חה"כ רוזנטל: "רצייתי להחיל את זה גם על הפוליטיקאים. אני חושב שראוי להחיל את זה גם על הפוליטיקאים אבל בהסכמה עם שר התקשורת דאז, מר גלעד ארדן, הוא ביקש להוריד את הדבר הזה ואני הסכמתי, וזה קיבל גיבוי של החלטת ממשלה בסייגים שצינתי." (פרוטוקול וועדת הכלכלה 2.2.2016)).

יחד עם זאת ולאור הפסיקה בעניין, יש בסיס לטענה, כי תכלית החקיקה היא להעניק את הפטור (פטור מההגבלות שבתיקון החדש) גם להפצת רעיונות בכל נושא השנוי במחלוקת מדינית או פוליטית. לעניין זה ראו: בג"ץ 5228/14 בצלם נ' רשות השידור (13.8.2014); בג"ץ 7192/08 המטה להצלת העם והארץ נ' הרשות השנייה (28.10.2009); בג"ץ 10203/03 המפקד הלאומי נ' היועץ המשפטי לממשלה, פ"ד סב(4) 715 (2008); בג"ץ 10182/03 ח.ל. חינוך לשלום נ' רשות השידור, פ"ד נט(3) 409 (25.11.2004); בג"ץ 7144/01 גוש שלום נ' רשות השידור, פ"ד נו (2) 887, 892 (6.2.2002);

⁶ "מבין סוגי הביטויים השונים ההגנה הניתנת לחופש הביטוי הפוליטי – שהוא תנאי הכרחי לקיומו של הליך דמוקרטי – היא רחבה במיוחד" (בג"ץ 6226/01 אינדור נ' ראש עיריית ירושלים, פ"ד נז(2) 157, 164-165 (2.2.2003)); וראו עוד: חופש הביטוי הפוליטי הוא בגרעין הזכות לחופש הביטוי (בג"ץ 2194/06 מפלגת שינוי נ' יו"ר ועדת הבחירות המרכזית (28.6.2006); השופט ריבלין בפסקה 3).

⁷ "ההכרה בחופש הביטוי הפוליטי היא, במידה רבה, צדו השני של מטבע אי-האלימות. המדינה הדמוקרטית מקנה לאזרחיה ולתושביה כלים חוקיים מגוונים להגשמת מטרותיהם הפוליטיות, החברתיות והציבוריות. הקלפי הוא כלי מרכזי אך אין הוא כלי שוטף. הביטוי החופשי הוא אחד הכלים החשובים להגשמת השותפות הדמוקרטית" (רע"א 10520/03 איתמר בן גביר נ' אמנון דנקנר (12.11.2006), פסי' 17)

⁸ "כאשר עומדת על הפרק גגיעה בזכות ... נעשה שימוש בנוסחאות איזון המבוססות על מהותה של הזכות הנדונה, משקלה הסגולי והטעמים העומדים ביסודה, מזה, ומידת החשיבות של האינטרס המתנגש בזכות, מזה. ... לפי גישה זו הובחן, בין השאר, בין היקף ההגנה הניתנת לחופש הביטוי הפוליטי לבין חופש הביטוי המסחרי, וזאת על יסוד מידת החשיבות של הטעמים שביסוד זכויות אלה." (בג"ץ 1715/97 לשכת מנהלי ההשקעות בישראל נ' שר האוצר, פ"ד נא(4) 367 (1997)).

⁹ התיקון החדש מטיל את אותן הגבלות וסנקציות חמורות אפילו על אדם פרטי שיפנה לציבור הרחב בבקשה לקבלת תרומה שתסייע במימון ניתוח יקר לבן משפחה. (ראו דבריהם של חה"כ מיקי רוזנטל ועדי קול בוועדת הכלכלה - פרוטוקול דיון מיום 1.12.2014 בעמוד 19).

¹⁰ סעיף 30א(ג) לחוק התקשורת ("חוק הספאס") מאפשר לגורם מסחרי לשלוח דבר פרסומת למי שרכשה מוצר או שירות מהמפרסם - פטור שאינו ישים לארגונים חברתיים.

ראו בהקשר זה מאמר: "עיון בחוק מגלה כי יד נעלמה קבעה בו, מעשה שטן, פרצה דרכה ממשיכים המפרסמים להחדיר דואר זבל לרשות הפרט... יש גם חריג לכלל - המפרסם רשאי לשלוח פרסומת גם בלא הסכמת הנמען, אם פרטי הנמען נמסרו למפרסם בעבר, בעת רכישה של מוצר או שירות או מו"מ לרכישתם, והמפרסם הודיע לנמען כי פרטיו ישמשו לשליחת הודעות אליו. הפרצה בחוק מאפשרת הפרדה בין 'מסירת הפרטים' לבין 'ההודעה שבכוונת המפרסם לשלוח פרסומות'. אם פרטי הנמען נמצאים ברשות המפרסם, המפרסם יכול עכשיו 'להודיע' לו (להבדיל מ'לבקש את רשותו') שהוא ישלח אליו הודעות פרסומיות. במלים אחרות, ברירת המחלל נהפכה מ'אסור לשלוח למי שלא הסכים', לימותר לשלוח למי שלא סירב, והיפוך ברירת המחלל מרוקן מתוכן את החלק המשמעותי ביותר בתיקון החוק". (עפר לרינמן "לא נפטרם מדואר זבל" הארץ 18.1.2009).

¹¹ רוני זינגר "סוף להצקות מקבר רחל? ניתן יהיה לתבוע מלכ"רים שמטרידים בטלפון", כלכליסט 2.2.2016; דפנה ליאל "בקרוב: הסוף להודעות מקברי הצדקים? ח"כ מיקי רוזנטל מקדם כבר מהכנסת הקודמת תיקון ליחוק הספאס" חדשות ערוץ 2 2.2.2016;

12 העילה ליוזמת החקיקה של התיקון היו **אך ורק הטרדות טלפוניות**, שבשונה מדוא"ל למשל, תופסות אותנו תמיד בזמן הלא מתאים; ראו למשל: ח"כ מיקי רוזנטל - הצקות טלפוניות - "הכל כלול" ערוץ 10, <https://youtu.be/PIH4p7S1F5s> 9.12.2013

חה"כ **מיקי רוזנטל**: "קיבלתי עשרות פניות, תלונות, על כך שאנשים לא יכולים לשבת בביתם בנחת, בשקט, בלי **שטלפון מתקשר**. **ומתקשרים מקבר צדיקים** כזה או ברכות כאלה או אחרות, תרומות למיניהן. והצעת החוק הזאת, התיקון להצעה בא להכליל גם את העמותות בתחולת החוק ולאסור עליהן להתקשר אלינו" (וועדת הכלכלה, פרוטוקול דיון מיום 1.12.2014, עמ' 2).

13 כאמור הצעתנו היא להתמקד ב**שיחות טלפון מוקלטות** - התופעה שבעטיה נולד התיקון, כלומר **הדבר היחיד שעשוי להצדיק שינוי של נוסחת האיזון החוקתית, שנקבעה בחוק המקורי**. כל זאת בכפוף להסדר הסרה שיאפשר למקבל השיחה להודיע, שאין הוא מעוניין לקבל שיחות נוספות. לעניין זה ראו, את הנוסח שמציע התיקון לסעיף קטן ה' לאמור: "שוגר דבר הפרסומת באמצעות מערכת חיוג אוטומטי, יאפשר המפרסם לנמען, במשך 30 שניות מתחילת הודעת המסר הקולי, להסיר את שמו מרשימת התפוצה של המפרסם, בדרך של לחיצה על החייגן."

יוטעם ויודגש כי הסדר ההסרה כפי שהוא מופיע בתיקון, מוגבל רק לאותם מקרים שבהם מלכתחילה ניתנה הסכמה מפורשת לקבלת שיחות. אנו מבקשים ש"הפצת רעיונות" ו"בקשת תרומה" תוכל להיעשות גם באמצעות שיחות טלפון מבלי שניתנה הסכמה לכך הסכמה מבעוד מועד (opt in), ושההגנה על מקבלת השיחה תתמצה בכך שהם יוכלו לבצע פעולת הסרה בתחילת השיחה או בסופה. זוהי הגנה אפקטיבית וראוי להסתפק בה.