

הכנסת השש-עשרה

הצעת חוק של חבר הכנסת רומן ברונופמן

פ/2757

הצעת חוק הגנת הפרטיות (תיקון - מניעת פניות בלתי מוזמנות), התשס"ד-2004

הוספת
סעיפים 17 ו-17א
1. בחוק הגנת הפרטיות, התשמ"א-1981¹ (להלן – החוק העיקרי), אחרי
סעיף 17ט יבוא -

"סימן ג': מניעת פניות בלתי מוזמנות

פנקס
למניעת
פניות בלתי
מוזמנות
17י. (א) "פניה בלתי מוזמנת" – העברת מידע
בדרך התקשרות כלשהי בבזק, ומבלי
להפחית מכלליות האמור לעיל, בפקס,
בטלפון, בתקשורת אינטראקטיבית או
בדואר אלקטרוני, זולת אחד החריגים
הבאים:

(1) הנמען ביקש את המידע מהעסק או
זכאי לקבלו מכח חוק או חוזה,
מפורשות.

(2) הפניה אינה פרסומת שמטרתה
מסירת מוצר או שירות.

(ב) (1) הרשם ינהל פנקס למניעת פניות
בלתי מוזמנות.

(2) הפנקס יכיל שמות ודרכי
התקשרות של אנשים שהגישו
לרשם בקשה למניעת פניות בלתי
מוזמנות וטרם בקשו הסרת שמם
מהפנקס.

איסור
פניה
17יא. לא יפנה אדם לאחר בפניה בלתי מוזמנת, אלא
אם וידא כי הנמען לא היה רשום במהלך 30 יום
לפני הפניה בפנקס למניעת פניות בלתי
מוזמנות."

¹ס"ח התשמ"א, עמ' 128.

תיקון
סעיף 31א 2. אחרי סעיף 31א לחוק העיקרי, סעיף קטן (א), יבוא -

"(א1) הפונה לאחר בפניה בלתי מוזמנת".

תיקון
סעיף 31ב 3. האמור בסעיף 31ב לחוק העיקרי יסומן "(א)" ואחריו יבוא:

"(ב) עבר אדם על איסור כאמור בסעיף 17 או 17א, יהיה חייב לנפגע בפיצוי על פי דין בסך עשירית הקנס הקבוע בסעיף 61(א)(1) לחוק העונשין, התשל"ז-1977.²"

דברי - הסבר

עידן המידע מלווה בהטרדות חוזרות ונשנות של ציבור הצרכנים בביתם, על ידי פניות בלתי מוזמנות אליו, החל משפע דואר זבל, דיוור ישיר ופרסומות המציפות את תיבות הדואר, המשך בטלמרקטינג וסקרי דעת קהל הפונים בטלפון, כמו גם משלוח פרסומות באמצעות פקס וכלה במשלוח דואר אלקטרוני זבלי. כל אלה גוזלים מהנמען משאבים, וזאת בניגוד לרצון של חלק ניכר מציבור הצרכנים, באופן ששוב ושוב עולה צורך למנוע פגיעה זו, כמוצע לעיל.

שווק מסורתי שהיה נהוג בעבר כגון שווק מדלת לדלת יצר הטרדה ללקוח אך דרש מאמץ שווה מהמשווק (יוזם הפרסום) ומהצרכן.

טכנולוגיות חדשות שפותחו בשנים האחרונות הקטינו באופן משמעותי את היחס בין המאמץ הנדרש מהמשווק לבין רמת ההטרדה הנגרמת ללקוח, בכך הופר למעשה האיזון בין ההוצאה הנגרמת למפרסם לבין רמת ההטרדה הנגרמת ללקוח וכן מוצא עצמו הלקוח חשוף להטרדה בלתי פוסקת של חמר פרסומי ובהיקפים הולכים וגדלים.

כדוגמה ניתן להזכיר חייגנים אוטומטיים המסוגלים לחייג לאלפי לקוחות ולהטריד אותם במסרים שווקים שונים, פקסימליות אוטומטיות המסוגלות לשלוח חומר לאלפי לקוחות, לחסום את קווי הטלפון, לבזבז נייר ודיו כל זאת בעלות אפסית לשולח והטלת כמעט כל עלות הפרסום על הלקוח שלא היה מעוניין כלל לקבל את החומר לו היה נשאל. הפיתוח האחרון המעצים את התופעה של הטרדת הלקוח ללא עלות ליוזם הפרסום הינו דיוור האלקטרוני המוני. שיטה זו שאינה כרוכה בעלות התקשרות או בזבז זמן של כוח אדם מאפשרת שליחת מספר גדול של דואר אלקטרוני לאלפי לקוחות בו זמנית. רוב העלויות של זמן נייר דיו וכו' יוטלו על הלקוח.

כדי למנוע פגיעה בחופש הביטוי ובחופש העיסוק מוצע לאפשר לכל אדם לבחור האם מותרות פניות בלתי מוזמנות אליו אם לאו, כשעל המפרסם הפונה תהיה חובה לוודא האם מותר לפנות לנמען אם לאו, כל זאת תוך איזון אינטרסים וחלוקת נטלים.

יצוין, כי איסור התקשרויות בלתי מוזמנות לאותו חלק מהציבור שביקש זאת מקובל במשפט המערבי, הן בתחום הטלפוניה, הפקס והדואר האלקטרוני.

²ס"ח התשל"ז, עמ' 226.

הצעת חוק דומה בעיקרה הונחה על שולחן הכנסת השש-עשרה על ידי חבר הכנסת רשף חן
וקבוצת חברי הכנסת ומספרה פ/1487.

הוגשה ליו"ר הכנסת והסגנים
והונחה על שולחן הכנסת ביום
י"ז באב התשס"ד - 4.8.2004