

הכנסת העשרים ושלוש

יוזמת: חברת הכנסת טלי פלוסקוב

פ/23/2039

הצעת חוק הגנת הצרכן (תיקון – איסור על שיווק טלפוני למספר הרשום במאגר "אל תתקשרו אלי"), התש"ף-2020

הוספת סעיפים 14ה1 ו-14ה2 1. בחוק הגנת הצרכן, התשמ"א-1981¹ (להלן – החוק העיקרי), אחרי סעיף 14ה יבוא:

"איסור על שיחת 14ה1. (א) עוסק או מי מטעמו לא יבצע שיווק מרחוק שיווק למספר טלפון הרשום במאגר "אל תתקשרו אלי" שהוקם לפי סעיף 14ה2 (להלן – המאגר); בסעיף זה, "שיחת שיווק" – פניית שיווק מרחוק באמצעות טלפון, לרבות פנייה של עוסק לצרכן במטרה לשכנעו להיגרע מהמאגר.

(ב) נכלל מספר טלפון של צרכן במאגר, חזקה כי הצרכן סרב לקבל שיחת שיווק למספר טלפון כאמור.

(ג) השר רשאי לקבוע מקרים, נסיבות וסוגי עסקאות שהוראות סעיף זה לא יחולו עליהם.

הקמת המאגר 14ה2. (א) הרשות תקים ותנהל מאגר שיכלול מספרי טלפון שאליהם לא יבצע עוסק שיחות שיווק כאמור בסעיף 14ה1(א); המאגר ייקרא מאגר "אל תתקשרו אלי".

(ב) צרכן רשאי לבקש לכלול במאגר מספר טלפון אחד או יותר שאליהם לא יבצע עוסק שיחות שיווק.

¹ ס"ח התשס"ח, עמ' 248.

(ג) ביקש עוסק לפנות בשיחת שיווק, יוודא שמספר הטלפון של הצרכן אינו נכלל במאגר.

(ד) הרשות רשאית לגבות תשלום בשל פנייה של עוסק לבירור מידע המצוי במאגר.

(ה) השר רשאי לקבוע הוראות בנוגע להקמת המאגר וניהולו, לרבות לעניין אבטחת מידע, בקשה לרישום במאגר או להסרה ממנו וכן לעניין בירור מידע המצוי במאגר, בשים לב לזהות מבקש המידע."

הוספת סעיף 1ג21 2. אחרי סעיף 1ג21 לחוק העיקרי יבוא:

"צו מינהלי 1ג21. נוכח הממונה כי עוסק הפר הוראה מההוראות לפי סעיף 1ה14 או 2ה14, רשאי הוא לצוות על העוסק להפסקת הפרה להפסיק את ההפרה או לבצע פעולה הדרושה למניעת אותו הפרה, לתקנה ולהודיע לממונה על תיקון ההפרה, באופן ובתנאים שיקבע בצו, ובלבד שתוקף הצו לא יעלה על שישה חודשים; נתן הממונה צו כאמור בטרם ניתנה לעוסק הזדמנות לטעון את טענותיו, לא יהיה בכך כדי לפגוע בתוקף הצו, אולם העוסק רשאי לטעון את טענותיו בפני הממונה, בכתב או בעל פה, כפי שיוורה הממונה, בתוך שבעה ימי עסקים מיום הוצאת הצו."

תיקון סעיף 2ד21 3. בסעיף 2ד21 (א) לחוק העיקרי, במקום "2ב21 או 2ג21" יבוא "2ב21, 2ג21 או 1ג21".

תיקון סעיף 2ג21 4. בסעיף 2ג21 (ב) לחוק העיקרי, אחרי פסקה (16א) יבוא:

"(16ב) פנה בשיחת שיווק למספר טלפון המצוי במאגר "אל תתקשרו אלי", בניגוד להוראות סעיף 1ה14;

(16ג) הפר צו מינהלי להפסקת הפרה כאמור בסעיף 1ג21;".

ד ב ר י ה ס ב ר

סעיף 3 לחוק הגנת הצרכן, התשמ"א-1981 (להלן – החוק), הקובע איסור על השפעה בלתי הוגנת, קובע כחזקה שביצוע פניות חוזרות ונשנות לצרכן או לבני משפחתו בכדי לקשור עסקה, על אף שהביעו, במפורש או במשתמע, את רצונם כי העוסק יחדל מכך, תיחשב הפעלה של השפעה בלתי הוגנת אסורה. כך גם לגבי ניצול מוגבלות נפשית, שכלית או גופנית של צרכן, שהעוסק יודע או היה עליו לדעת, על קיומה של מגבלות, או ניצול העובדה כי צרכן אינו יודע את השפה שבה נקשרה העסקה במידה מספקת לשם הבנת העסקה.

כמו כן, מסדיר החוק את חובות הגילוי בשיווק מרחוק, ובין היתר, פנייה של העוסק לצרכן באמצעות

הטלפון. כך למשל, החוק דורש כי בשלב השיווק, כלומר בשלב שיחת הטלפון, ובטרם עשיית העסקה, העוסק חייב לגלות לצרכן פרטים מהותיים בדבר העסקה, כגון שמו ומספר זהותו, התכונות העיקריות של הנכס או השירות, מחיר הנכס או השירות, ותנאי התשלום האפשריים, מועד ודרך אספקת הנכס או השירות, פרטים בדבר אחריות לנכס ופרטים בדבר זכות הצרכן לבטל את העסקה. לצרכן קיימת זכות לבטל את העסקה בתוך 14 ימים מיום עשייתה, או מיום קבלת הפרטים המהותיים לעסקה בכתב, לפי המאוחר. כמו כן, ככל שמדובר באוכלוסייה מיוחדת, כגון קשישים, בעלי מוגבלויות ועולים חדשים, רשאים הצרכנים לבטל את העסקה עד ארבעה חודשים מיום עשייתה כאמור.

בישראל התפתחה פרקטיקה של שיווק אגרסיבי באמצעות שיחות שיווק טלפוניות ועשיית עסקאות בסכומים גבוהים המגיעים לכדי עשרות ומאות אלפי שקלים חדשים. השימוש בפרקטיקה זו בולט במיוחד כלפי אוכלוסיות חלשות, כגון קשישים ועולים חדשים.

ההגנות שהחוק מקנה היום מאפשרות אכיפה במקום שבו בוצע שימוש בפרקטיקה מטעה או בפרקטיקה שיש בה השפעה לא הוגנת, אלא שאכיפת הגנות אלה מעלה במקרים רבים קשיים ראייתיים, במיוחד כאשר השיחה הטלפונית לא הוקלטה (או שלא ניתן להשיג את ההקלטה), ושההוכחה לגבי תוכן השיחה היא מילה של הצרכן מול מילתו של העוסק.

זאת ועוד, ההוראה בחוק המאפשרת את ביטול העסקה שנעשתה בעקבות שיווק טלפוני אינה פותרת את הבעיה המקדמית בשלב עשיית העסקה, שהיא שימוש בלחץ שיווקי והטעיה וכן הטרדת הצרכן בשיחות שיווק לעתים על חשבון שעות הפנאי שלו.

לפיכך, מוצע להטיל מגבלות על יכולתו של העוסק לפנות לצרכן בשיחת שיווק טלפונית. לפי המוצע, עוסק או מי מטעמו לא יבצעו שיווק מרחוק באמצעות טלפון למספר טלפון אשר רשום במאגר "אל תתקשרו אליי", לרבות שיחה שמטרתה לשכנע את הצרכן להיגרע ממאגר "אל תתקשרו אליי".

יצוין כי סעיף 30(א) לחוק התקשורת (בזק ושידורים), התשמ"ב-1982 (להלן – חוק התקשורת), קובע הגבלות לגבי הפצת דבר פרסומת באמצעות דואר אלקטרוני, מסרון, מערכת חיוג אוטומטי ופקסימיליה. בהתאם לאותו סעיף, אסור לשגר דבר פרסומת באמצעים אלו, בלא קבלת הסכמה מפורשת מראש של הנמען (למעט במקרים המנויים באותו סעיף). עם זאת, הוראות חוק התקשורת אינן כוללות הגבלות על שיחות שיווק טלפוניות שעליהן נועדה הצעת חוק זו לחול. בחוק התקשורת קבוע הסדר של opt in, כלומר ניתן לשלוח דבר פרסומת כאמור רק לצרכן אשר הסכים לכך מפורשות. ההסדר המוצע ביחס לשיחות שיווק טלפוניות הוא הסדר של opt out, ולפיו מותר לקיים שיחות שיווק טלפוניות, אלא אם כן צרכן סירב לכך באמצעות רישום אקטיבי במאגר "אל תתקשרו אליי", אשר ינוהל על ידי הרשות להגנת הצרכן ולסחר הוגן.

בנוסף, מוצע להסמיך את שר הכלכלה והתעשייה (להלן – השר) לקבוע מקרים, נסיבות וסוגי עסקאות שההסדר המוצע לא יחול עליהם, כלומר מקרים שבהם העוסק לא יהיה מחויב לבדוק במאגר אם מספר טלפון מסוים רשום בו. במסגרת זאת, ייבחן הצורך לבצע החרגות, דוגמת שיחת שיווק ללקוח של עוסק במסגרת עסקה מתמשכת ובלבד ששיחת השיווק היא בעניין הקשור לעסקה לרבות הצעה לשנות את תנאי אותה עסקה, או מקום בו מדובר בשיחת שיווק שבאה בעקבות בקשה של הצרכן כי העוסק יחזור אליו.

כמו כן, מוצע לקבוע כי הרשות להגנת הצרכן ולסחר הוגן תקים ותנהל מאגר של מספרי טלפון שלגביהם ביקש הצרכן כי לא יבוצעו שיחות שיווק. לפי המוצע, צרכן יהיה רשאי לבקש לכלול במאגר מספר טלפון אחד או יותר שאליהם לא יבצע כל עוסק שיחת שיווק. לפיכך, עוסק המבקש לקיים שיחת

שיווק טלפונית יצטרך לבקש מהרשות לבדוק אם מספרי הטלפון שאליהם מבקש לקיים שיחות שיווק רשומים במאגר. העוסק יהיה רשאי לבצע שיחות שיווק רק למספרי טלפון אשר הוברר כי אינם רשומים במאגר.

נוסף על כך, מוצע להסמיך את השר לקבוע הוראות בנוגע להקמה ולניהול של המאגר, לרבות בעניין אבטחת מידע ובעניין דרכי הפנייה להירשם למאגר או להסרה ממנו וכן הוראות הנוגעות לעצם בירור מידע המצוי במאגר לרבות, דוגמת תנאי סף להגשת בקשה לבירור (למשל שיהיה ח.פ או עוסק מורשה). כמו כן, מוצע להסמיך את הממונה על הגנת הצרכן והסחר ההוגן להטיל עיצום כספי בשל הפרת ההסדר המוצע ולהוציא צו מינהלי להפסקת הפרה שבמסגרתו יהיה רשאי להורות לעוסק לחדול מהפרה או לבצע כל פעולה הדרושה למניעתה, לתקן את ההפרה ולהודיע על תיקון ההפרה לממונה. סמכות זאת נדרשת בשל האינטרס הצרכני, המחייב לעיתים להוציא צו מינהלי מיידי להפסקה של הפרה כגון הפסקה של פרסום מטעה, שכן עד הטלת עיצום כספי, בהתחשב בפרק הזמן העומד לזכות העוסק להשמיע טענותיו, ממשיכה ההפרה להתבצע וצרכנים נפגעים ממעשה ההפרה. לפי המוצע, מי שרואה את עצמו נפגע על ידי צו מינהלי כאמור רשאי לפעול בהתאם להוראות סעיף 21ד לחוק, קרי להגיש לבית משפט השלום המוסמך לדון בעבירה לפי חוק זה, בקשה לביטולו, כפי שנקבע לגבי יתר הצווים המינהליים הקיימים בחוק.

הצעות חוק זהות הונחו על שולחן הכנסת העשרים ושתיים על ידי חבר הכנסת אורי מקלב וקבוצת חברי הכנסת (737/22) ועל ידי חבר הכנסת איציק שמולי (739/22), ועל שולחן הכנסת העשרים ושלוש על ידי חברי הכנסת משה גפני ויעקב אשר (196/23).

הצעות חוק דומות בעיקרן הונחו על שולחן הכנסת העשרים והשתיים על ידי חברת הכנסת מירב כהן (289/22) ועל שולחן הכנסת העשרים ושלוש על ידי חברת הכנסת מירב כהן (13/23) ועל ידי חבר הכנסת מיקי לוי (566/23).

הוגשה ליו"ר הכנסת והסגנים
והונחה על שולחן הכנסת ביום
י"ח באלול התש"ף – 7.9.20