

הכנסת העשרים ושלוש

יוזמים: חברי הכנסת הילה שי וזאן
יעקב מרגי
אופיר כץ

פ/23/2040

הצעת חוק הגנת הצרכן (תיקון – מאגר צרכנים להגבלת שיחות שיווק מרחוק), התש"ף–2020

הוספת סעיפים 16 ב 1. בחוק הגנת הצרכן, התשמ"א–1981¹ (להלן – החוק העיקרי), אחרי סעיף 16א
יבוא: ו-16ג

"הקמת מאגר" אל 16ב. (א) הרשות תקים ותנהל מאגר של מספרי
טלפון של צרכנים, המעוניינים להגביל שיחות
שיווק מרחוק מאת עוסקים או מי מטעמם,
כאמור בסעיף 16ג; המאגר ייקרא מאגר "אל
תתקשרו אלי".

(ב) צרכן רשאי לבקש לרשום במאגר "אל
תתקשרו אלי" מספר טלפון אחד או יותר, ורשאי
הוא, בכל עת, לבקש להסיר את המספר כאמור
מהמאגר.

(ג) השר, בהתייעצות עם שר המשפטים, רשאי
לקבוע הוראות בנוגע להקמת המאגר וניהולו,
לרבות בעניין אבטחת מידע, בעניין הבקשה
לרישום במאגר או להסרה ממנו וכן בעניין בירור
מידע המצוי במאגר, בשים לב לזהות מבקש
המידע.

¹ ס"ח התשמ"א, עמ' 248.

(ד) השר, בהסכמת שר האוצר ובאישור ועדת הכלכלה של הכנסת, רשאי לקבוע אגרה בעד הטיפול בבקשה לקבלת מידע ממאגר "אל תתקשרו אלי" ובכלל זה לקבוע את שיעור האגרה, אופן ומועד תשלומה, הצמדתה ודרכי גבייתה.

איסור על שיחת 16ג. (א) עוסק או מי מטעמו, לא יפנה בשיחת שיווק מרחוק כהגדרתו בסעיף 14ג(ו), לצרכן אשר מספר הטלפון שלו רשום במאגר "אל תתקשרו אלי", לרבות במטרה לשכנעו להסיר את מספר הטלפון שלו מהמאגר. הרשום במאגר "אל תתקשרו אלי" למספר טלפון שיווק מרחוק

(ב) הופיע מספר טלפון במאגר "אל תתקשרו אלי", חזקה כי הצרכן סירב לקבל שיחת שיווק מרחוק למספר הטלפון האמור.

(ג) ביקש עוסק לפנות לצרכן בשיחת שיווק מרחוק, יודא שמספר הטלפון שאליו הוא מבקש לפנות אינו מופיע במאגר "אל תתקשרו אלי"; חובה זו תחול גם על עוסק הפונה בשיחת שיווק מרחוק מטעם עוסק שבשמו נעשית השיחה, אלא אם כן יוכיח כי העוסק שבשמו היא נעשתה קיים את החובה כאמור.

(ד) ביצע עוסק שיחת שיווק מרחוק מטעם עוסק שבשמו נעשתה השיחה, למספר טלפון המופיע במאגר "אל תתקשרו אלי", יראו את השיחה כאילו נעשתה גם בידי העוסק שבשמו היא נעשתה.

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

הוספת סעיף 16ג. 2. אחרי סעיף 21ג לחוק העיקרי יבוא:

”צו מינהלי 1ג21. (א) היה לממונה יסוד סביר להניח שעוסק מפר להפסקת הפרה את ההוראות לפי החוק באופן העלול לפגוע בשיקול הדעת של הצרכן בביצוע עסקה או העלול לנצל מאפיינים ייחודיים של הצרכן, או כאשר ההפרה נוגעת למספר רב של צרכנים או כשההפרה עלולה להסב נזק משמעותי לצרכנים, רשאי הוא לצוות על העוסק להפסיק את ההפרה או לבצע פעולה הדרושה למניעת אותה הפרה, לתקנה ולהודיע לממונה על תיקון ההפרה, באופן, בתנאים ובמועדים שיקבעו בצו.

תיקון סעיף 21ד 3. בסעיף 21ד לחוק העיקרי, בסעיף קטן (א), במקום ”21ב או 21ג” יבוא ”21ב, 21ג או 1ג21” והמילים ”המוסמך לדון בעבירה לפי חוק זה” – יימחקו.

תיקון סעיף 22ג 4. בסעיף 22ג לחוק העיקרי –

(1) בסעיף קטן (ב), אחרי פסקה (א16) יבוא :

”(16ב) פנה בשיחת שיווק מרחוק למספר טלפון הרשום במאגר ”אל תתקשרו אליי”, בניגוד להוראות סעיף 16ג;”

(2) אחרי סעיף קטן (ב) יבוא :

”(ג) (1) הפר עוסק צו מינהלי להפסקת הפרה כאמור בסעיף 1ג21, רשאי הממונה להטיל עליו עיצום כספי בסכום של פי שלושה מסך העיצום הכספי בשל ההפרה שבשלה הוצא הצו.

(2) הוטל עיצום כספי בשל הפרה של צו מינהלי להפסקת הפרה כאמור בפסקה (1), ייפסק מניין ימי ההפרה הנמשכת של ההפרה שבשלה הוצא הצו ביום שבו ניתן, ולא יוטל עיצום כספי בשל הפרה נמשכת של הפרה זו על התקופה שלאחר מכן.”

תיקון סעיף 23 5. בסעיף 23 לחוק העיקרי, בסעיף קטן (א), אחרי פסקה (א6) יבוא :

”(ב6) הפר צו מינהלי שניתן בהתאם להוראות סעיף 1ג21.”

דברי הסבר

מטרתה של הצעת חוק זו היא להבטיח כי גופים שונים לא יוכלו להטריד את הצרכן בישראל באמצעות שיחות טלפוניות פרסומיות.

תיקון מס' 40 לחוק התקשורת (בזק ושידורים), התשמ"ב–1982 (להלן – חוק התקשורת), המוכר כ”חוק הספאם”, צמצם את יכולתם של גופים שונים להטריד את הצרכן באמצעות ”שיחות ספאם”.

כאשר אדם מקבל שיחת ספאם יש ביכולתו לבקש שיסירו אותו מרשימת התפוצה, אולם הדבר לא מטפל בשורש הבעיה מכיוון שמספר הטלפון נשמר במאגר המידע של החברה וקרוב לוודאי שייסחר בעתיד, מה גם שחברות שונות לא מכבדות את בקשתו של אותו אדם ויש קושי גדול יותר להוכיח את קבלתה של שיחת הטלפון ואת בקשתו להסירו מרשימת התפוצה, וזאת בשונה ממסרונים. כך, אותו אדם ימשיך להיות מוטרד על ידי גופים שיווקיים שוב ושוב.

לפיכך, מוצע לקבוע כי הרשות להגנת הצרכן והסחר ההוגן (להלן – הרשות) תקים ותנהל מאגר מידע, שיאפשר לאזרח להסיר את עצמו ממאגרי המידע של המפרסמים השונים ולמנוע את הסחירות במספרי הטלפון, כחלק ממגמה עולמית במדינות רבות בעולם, וביניהן: ארה"ב, קנדה, אנגליה, סינגפור, הודו ועוד. כך, למשל, כבר בשנת 2003 חוקק בארה"ב החוק "Do not call" אשר ביקש לצמצם את מספר שיחות הטלמרקטינג שמקבלים התושבים, וכל זאת באמצעות רישום למאגר ממשלתי שיבטיח את הסרת מספרי הטלפון של הנרשמים למאגר ממאגרי המידע של המפרסמים. צעד זה הוכח כאפקטיבי ולפי סקר שנערך בארה"ב בשנת 2009 מספר שיחות הטלמרקטינג הממוצע שהתקבלו בחודש פחת מ-30 ל-6 בלבד. בישראל התפתחה פרקטיקה של שיווק אגרסיבי באמצעות שיחות שיווק טלפוניות ועשיית עסקאות בסכומים גבוהים המגיעים לכדי עשרות ומאות אלפי שקלים חדשים. תופעה זו בולטת במיוחד מול אוכלוסיות חלשות, כגון קשישים ועולים חדשים.

ההגנות שחוק הגנת הצרכן, התשמ"א-1981 (להלן – חוק הגנת הצרכן), מקנה היום מאפשרות אכיפה במקום שבו בוצעה פרקטיקה מטעה או פרקטיקה שיש בה השפעה לא הוגנת, אלא שהגנות אלה מעלות 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.

כמו כן, ההוראה בחוק הגנת הצרכן המאפשרת ביטול עסקה שנעשתה בעקבות שיווק טלפוני אינה פותרת את הבעיה המקדמית בשלב עשיית העסקה, שהיא שימוש בלחץ שיווקי, הטעיית הצרכן וכן הטרדתו בשיחות שיווק, לעיתים על חשבון שעות הפנאי שלו. לפיכך, מוצע להטיל מגבלות על יכולתו של עוסק לפנות לצרכן בשיחת שיווק טלפונית. יצוין כי סעיף 30א לחוק 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 החוק לחול. בהוראות חוק התקשורת ישנו 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 סרב לכך באמצעות רישום אקטיבי במאגר "אל תתקשרו אליי", אשר ינוהל על ידי הרשות.

לפי המוצע, עוסק שיבקש לקיים שיחת שיווק יצטרך לפנות לרשות בבקשה לבדוק אם מספר טלפון מסוים מצוי במאגר. ככל שמספר הטלפון מצוי במאגר, אסור לעוסק לבצע אליו שיחת שיווק. עוסק יהיה רשאי לפנות בשיחות שיווק אך ורק לצרכנים אשר מספרי הטלפון שלהם אינם מופיעים במאגר.

הצעת חוק זו זהה להצעת חוק ממשלתית – הצעת חוק הגנת הצרכן (תיקון מס' 61) (מאגר צרכנים להגבלת שיחות שיווק מרחוק), התשע"ט-2018 (מ/1255), שאושרה בקריאה הראשונה בכנסת העשרים

אך הליכי חקיקתה לא התקדמו בשל התפזרות הכנסת.

הצעות חוק זהות הונחו על שולחן הכנסת העשרים ושתיים על ידי חברת הכנסת מירב כהן (פ/289/22), ועל שולחן הכנסת העשרים ושלוש על ידי חברת הכנסת מירב כהן (פ/13/23) ועל ידי חבר הכנסת מיקי לוי (פ/566/23).

הצעות חוק דומות בעיקרן הונחו על שולחן הכנסת העשרים ושתיים על ידי חבר הכנסת אורי מקלב וקבוצת חברי הכנסת (פ/737/22) ועל ידי חבר הכנסת איציק שמולי (פ/739/22), ועל שולחן הכנסת העשרים ושלוש על ידי חברי הכנסת משה גפני ויעקב אשר (פ/196/23) ועל ידי חברת הכנסת טלי פלוסקוב (פ/2039/23).

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