

הכנסת העשרים

יוזם: חבר הכנסת מיקי רוזנטל

פ/20/4631

הצעת חוק הגנת הצרכן (תיקון – איסור על שיווק טלפוני למספר הרשום במאגר "אל תתקשרו אלי"), התשע"ח-2017

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

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

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

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

הקמת המאגר 14ה2. (א) הרשות תקים ותנהל מאגר ובו מספרי טלפון וניהולו שאליהם לא יבצע עוסק שיחות שיווק כאמור בסעיף 14ה1.

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

(ג) ביקש עוסק לפנות בשיחת שיווק, יודא 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 להקמה ולניהול של המאגר, לרבות לעניין אבטחת מידע, בקשה להירשם במאגר או להסרה ממנו וכן לעניין בירור מידע המצוי במאגר, לרבות זהות מבקש המידע."

הוספת סעיף 1ג21 2. אחרי סעיף 21ג לחוק העיקרי יבוא:

"צו מינהלי 1ג21. נוכח הממונה כי עוסק הפר הוראה מההוראות לפי סעיף 14ה1 או 14ה2, רשאי הוא לצוות על העוסק להפסקת הפרה להפסיק את ההפרה או להימנע מעשיית המעשה המפר, לתקנו 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 שיורה הממונה, בתוך שבעה ימי עסקים מיום הוצאת הצו."

תיקון סעיף 21ד 3. בסעיף 21ד(א) לחוק העיקרי, במקום "21ב או 21ג" יבוא "21ב, 21ג או 1ג21".

תיקון סעיף 22ג 4. בסעיף 22ג(ב) לחוק העיקרי, אחרי פסקה (16א) יבוא:

"(16ב) פנה בשיחת שיווק למספר טלפון המצוי במאגר "אל תתקשרו אלי", בניגוד להוראות סעיף 14ה1;

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

ד ב ר י ה ס ב ר

מטרתה של הצעת חוק זו היא להבטיח כי גופים שונים לא יוכלו להטריד את האזרח 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 האזרח 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 של להסירו מרשימת התפוצה, וזאת בשונה ממסורנים. כך, אותו אדם ימשיך להיות

מוטרד על ידי גופים שיווקיים שוב ושוב.

מוצע ליצור מאגר ממשלתי 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), נותן 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 והטעיה וכן הטרדת הצרכן בשיחות שיווק, לעיתים על חשבון שעות הפנאי שלו. לפיכך, מוצע להטיל מגבלות על יכולתו של עוסק לפנות לצרכן בשיחת שיווק טלפונית. יוער 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 בהצעת החוק 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.

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 מתבססת על תזכיר חוק שהפיץ משרד הכלכלה בחודש אוקטובר 2017.

הוגשה ליו"ר הכנסת והסגנים
והונחה על שולחן הכנסת ביום
ג' בחשוון התשע"ז – 23.10.17

