הרשות
להגנת הצרכן
ולסחר הוגן
דו"ח לשנת
2017

הרשות להגנת הצרכן ולסחר הוגן

כתובתנו:

בית השנהב
רחוב בית הדפוס 12
קומה 3
ירושלים
מען למכתבים: רחוב בנק ישראל 5, ירושלים 91036

ניתן לקבל עותק אלקטרוני של דו"ח זה באתר הרשות בכתובת:
http://www.economy.vbvgov.il/saharHogen

תוכן עניינים

דבר הממונה **4**
מבנה הרשות **6**
אודות הרשות **9**
דיני הגנת הצרכן וכלים באכיפה **10**
כלי אכיפה 10
אכיפה **12**
כוונות חיוב (הודעה על כוונה להטיל עיצום כספי) 12
תחומים בהם הרשות התמקדה באכיפה בשנת 2017 14
תקשורת 14
דיור 14
מכר מרחוק 15
אוכלוסיות מוחלשות 15
ילדים 16
תחומים נוספים בהם פעלה הרשות: 17
מבצעים ופשיטות: 17
פניות הציבור **20**
חקיקה **27**
הנחיות ממונה **29**
הליכים משפטיים **29**
תיקים פליליים שהסתיימו 29
תיקי ערעורים מנהליים על עיצומים כספיים שטופלו בשנת 2017 (בחלוקה לנושאי ההפרות) 32
פעילות בקהילה – צרכנים ועוסקים **36**
קמפיינים **36**
יום הצרכן הבינלאומי **38**
קשרי חוץ - פעילות בינלאומית **38**
ניתוחים כלכליים **40**
אסטרטגיה ותכנון – טיוב רגולציה, ניהול ידע **40**
הפחתת נטל רגולטורי **42**

דבר הממונה

הרשות להגנת הצרכן ולסחר ההוגן השמיכה בשנת 2017 ביתר שאת את הזינוק בפעילות האכיפה שחל בשנים 2015-2016. באותן שנים נכנס לתוקף תיקון 39 לחוק הגנת הצרכן, שהקנה לרשות סמכויות אכיפה מנהלית, וחל גידול הדרגתי בהיקף כוח האדם. בשנת 2017 נמשכה מגמת העלייה בכל מרכיבי הפעילות והמשאבים של הרשות, ובסופה כבר ניתן היה לחוש שהרשות הפכה גורם מרתיע בשוק.

המנדט החוקי של הרשות כרגולטור מרכזי של הצרכנות בישראל הוא עצום: מספר המפוקחים על ידה הוא כמעט כמספר העסקים במשק - מעל חצי מיליון : קמעונאים, יצרנים, יבואנים, מתווכים במקרקעין. מספר הפונים והמתלוננים הגיע בשנת 2017 לשיא של 17.000 פניות. בהיותה גורם מקצועי מרכזי בעיצוב החקיקה הצרכנית, על הרשות ללמוד ולהכיר את ענפי המשק השונים. היא מעורבת בכל הליכי החקיקה בתחום - פרטית וממשלתית.

פעילות הרשות בשנת 2017 ענפה ומרשימה מאד, במיוחד אם לוקחים בחשבון את מגבלות המשאבים שבידיה. אף על פי כן, היא מושתתת, כמו בשנים 2105-2106, על הכרעות קשות. כואב לדווח על כך, אולם האמת היא שקיימות במשק הישראלי עוולות צרכניות רבות שהרשות מזהה אותן ושידה קצרה מלטפל בהן.

כמענה חלקי לכך, הכינה הרשות עוד, בשלהי שנת 2016, מספר יוזמות חקיקתיות חדשניות, שזכו לתמיכת שר הכלכלה והתעשייה, אלי כהן, עם כניסתו לתפקיד בינואר 2017.

ככל שהלכה וגדלה פעילות הרשות, התרבו הציפיות ממנה מקרב שוחרי הצרכנים והמחאות נגדה מקרב נציגי העוסקים. כתבתי במקום אחר אודות מצוקתו של הרגולטור הממשלתי[1] :

> "הוא במבוכה כי הוא מוצא עצמו לעתים קרובות בין הפטיש לבין הסדן: מן הצד האחד, הגורמים המפוקחים על ידו וארגוניהם היציגים תוקפים אותו בשל מה שנתפש על ידם כעודף התערבות, אטימות, ניתוק מן המציאות, שרירות, בירוקראטיות יתר, ולעיתים באים הדברים לכדי עוינות כלפי כל רגולציה ממשלתית באשר היא; מן הצד השני, תוקפים אותו הארגונים החברתיים והמדיה, לרוב בעוון אזלת יד, ולעתים אף חמור מכך – בין בחשד בוטה לשחיתות ובין בחשד מנומס לשותפות אפלה בין "הון לשלטון"..."

מגבלות התפקיד ושיקולים נוספים מחייבים חשיבה על מנגנונים לאכיפה רכה, שיבואו להשלים את האכיפה המסורתית ולא יחליפו אותם (קודים וולונטריים, קודים מאושרים, בודקים פרטים מוסמכים, אכיפה פנימית ועוד).

הרשות נערכה עוד מיום הקמתה לפעול בתחום האסדרה – אך זה לא היה הזמן המתאים. התפישה הרווחת בעולם בתחום האסדרה היא שכאשר יש בידי האוכף נשק חזק ומרתיע, הוא משיג ציות טוב יותר דווקא בדיבור רך! וההיפך גם נכון: אם אין לו נשק חזק, הדיבור הרך נתפש כחולשה ומעודד הפרת החוק.

בשנת 2017 עדיין לא יכולנו לומר שיש בידי הרשות "נשק חזק ומאיים".

---

[1] מיכאל אטלן וגלי גלזר, "אכיפה שלטונית וקודים וולונטריים בתחומי האחריות החברתית - כלים משולבים להגברת האכיפה", Jerusalem Papers in Regulation & Governance Working paper 10 June 2010 http://regulation.huji.ac.il/papers/jp10.pdf

אין בידי הרשות כלים למדידה אובייקטיבית של האפקטיביות של האכיפה. ואין זו אשמתה: כלי מדידה שכאלה אינם קיימים בידי רגולטורים אחרים בישראל, ומניסיוני כחבר הוועדה למדיניות רגולציה של ארגון ה-OECD מעטים בעולם הגדול הכלים המוכרים לכך, והניסיונות המעטים שנעשו אינם ברי יישום בתחום הצרכנות. הרשות פיתחה בשנת 2017 חשיבה על בניית כלי מדידה חדשנים וניסיוניים.

בינתיים, יש בידי הרשות להצביע על סממנים לגדילתה ההדרגתית של כוח ההרתעה של הרשות: פניות של ארגוני עוסקים לשר בתביעה לבטל רגולציה צרכנית בתחומים בהם גברה האכיפה של הרשות; פניות של דרגים מקצועיים במשרדי ממשלה אל הרשות להעברת תחומים לאחריותה; חוקרי הרשות מדווחים על גידול מוחשי במהירות התגובה לדרישותיהם מן העוסקים וצמצום הצורך בדרישות חוזרות; גידול במספר עורכי הדין המייצגים עוסקים מול הרשות; גידול בפניות אל הרשות לפרה-רולינג ולהנחיות.

העצמת ההרתעה של הרשות הינה גם תולדה של תגבור פעולות הדברור של האכיפה וההסדרה של הרשות ושל יוזמות ההסדרה שלה.

הרשות פועלת להעצמת צרכנים והעלאת מודעותם לזכויותיהם באמצעות מתן מידע וטיפים באתר הרשות, הסברה/קמפיינים ופיתוח הקשר הישיר עם הצרכן. לכן המענה האנושי לפניות הורחב למספר שעות ביום בכל ימי העבודה והושלמה בנייתה של מערכת ממוחשבת לקליטה וטיפול של אלפי פניות הציבור.

החוק שלנו מכנה אותנו כ"רשות להגנת הצרכן ולסחר הוגן". אלא שאין בו הגדרה וגם לא כלים לשם עידוד סחר הוגן[2]. הרשות השיקה בשנת 2017 נייר עבודה ראשוני בנושא, אשר מכוון אותה במקרים שלא ברור אם נושא שמובא לפתחה נמצא במנדט שלה.

מצאתי עם הגעתי לרשות באפריל 2017 עובדים ועובדות איכותיים ובעלי מוטיבציה יוצאת מן הכלל. קיימת ברשות תחושה של יצירה ושל שותפות בשינוי חברתי עמוק. שליחות אינה מילה גסה. תחושת שליחות הינה מציאות רווחת ברשות להגנת הצרכן ולסחר הוגן.

מיכאל אטלן, עו"ד

הממונה על הרשות להגנת הצרכן ולסחר הוגן

[2] זאת, גם אם מקבלים את טענת פרופ' סיני דויטש, לפיה תכליתן של הוראות חוק הגנת הצרכן בעניין זכות ביטול עסקה היא קידום סחר הוגן ולא הגנת הצרכן הקלאסית ("זכות הצרכן לביטול חד צדדי של עסקה: בחינה אמפירית של הפשעת תקנות הגנת הצרכן (ביטול עסקה), השתע"א-2010", משפטים מ"ו.תשע"ז עמ' 219 בעמ' 221).

מבנה הרשות

הרשות להגנת הצרכן ולסחר הוגן הינה רשות אכיפה עצמאית, פנים ממשלתית, הכפופה ישירות לשר הכלכלה והתעשייה.
הרשות מונה מספר אגפים מרכזיים:

1. לשכת הממונה על הרשות

לשכת הממונה כוללת את בעלי התפקידים הבאים:

- **הממונה על הרשות להגנת הצרכן ולסחר הוגן**
- **אסטרטגיה, תכנון מדיניות וניהול ידע** - אחריות על מכלול פעולות הקשורות בקידום מדיניות הרשות לטווח בינוני וארוך. קידום, ליווי, פיתוח, יישום והטמעה של שיטות, תהליכי תכנון אסטרטגי, יישום מדיניות וקביעת סדרי עדיפויות. גיבוש תכנית העבודה השנתית והרב שנתית של הרשות תוך תאום עם מנהלי היחידות המקצועיות. ביצוע מעקב, בקרה, מדידת תפוקות ויישום תכנית העבודה וסיוע בהערכת מדיניות. אופטימיזציה של המידע ודרכי השימוש בו. שימור, פיתוח, שיתוף והגשה של הידע.
- **קשרי חוץ** והשוואות בינלאומיות - ניהול קשרי החוץ של הרשות מול רשויות זרות. חברות וההשתתפות בארגונים בין-לאומיים וביניהם : OECD, UNCTAD, ICPEN; פיתוח קשרי עבודה עם רשויות מקבילות ברחבי העולם ובכלל זה בהפעלת כלים וטיפול בסוגיות; החלפת מידע בדבר מגמות, כלים וחידושים בתחום הגנת הצרכן ועריכת בדיקות השוואתיות.
- **דוברות, תקשורת, הסברה והדרכת קהילה** – ניהול יחסי הציבור של הרשות, ניהול ההתנהלות התקשורתית, העלאת מודעות הציבור לפעילות האכיפה והוראות החקיקה הצרכנית, לקידומה של צרכנות נבונה ולקידומו של סחר הוגן, יצירת כלים ופעילות הסברתית לכל ציבור הצרכנים.

2. יחידה משפטית

- **קידום חקיקה**: קידום מדיניות הרשות באמצעות ייזום חקיקה, תגובה להצעות חוק פרטיות, ייצוג עמדות הרשות בוועדות שרים לחקיקה ובוועדות המקצועיות של הכנסת.
- **ייעוץ משפטי לאגף החקירות** ברשות לרבות ייעוץ משפטי **ולווי מערך העיצומים הכספיים** של הרשות וטיפול בערעורים על הטלת עיצום כספי.
- **ניהול מערך התביעה הפלילית:** הגשת כתבי אישום וייצוג הרשות בבית המשפט.
- **מתן פרה רולינג.**
- **ייעוץ משפטי כולל לפעילותה של הרשות.**

3. יחידת אסדרה, מנהל וארגון

- **מנהל וארגון**: היחידה אחראית על ההיבטים התפעוליים של הרשות ובכלל זה ניהול משאבי אנוש, רווחה, ההדרכה, ניהול רכש ומשאבים חומריים, פיתוח תפעול מערך המחשוב ברמת החומרה והתוכנה, אחריות כוללת לניהול תקציב הרשות
- **פניות ציבור:** מתן מענה, בחינה וניתוח וניתוב פניות הציבור המגיעות לרשות
- **אכיפה עצמית:** היחידה אחראית מקצועית לייסוד, ולפתח מנגנוני אכיפה עצמית בקרב עוסקים, הדרכה והכוונת עוסקים.

4. יחידת חקירות ומודיעין

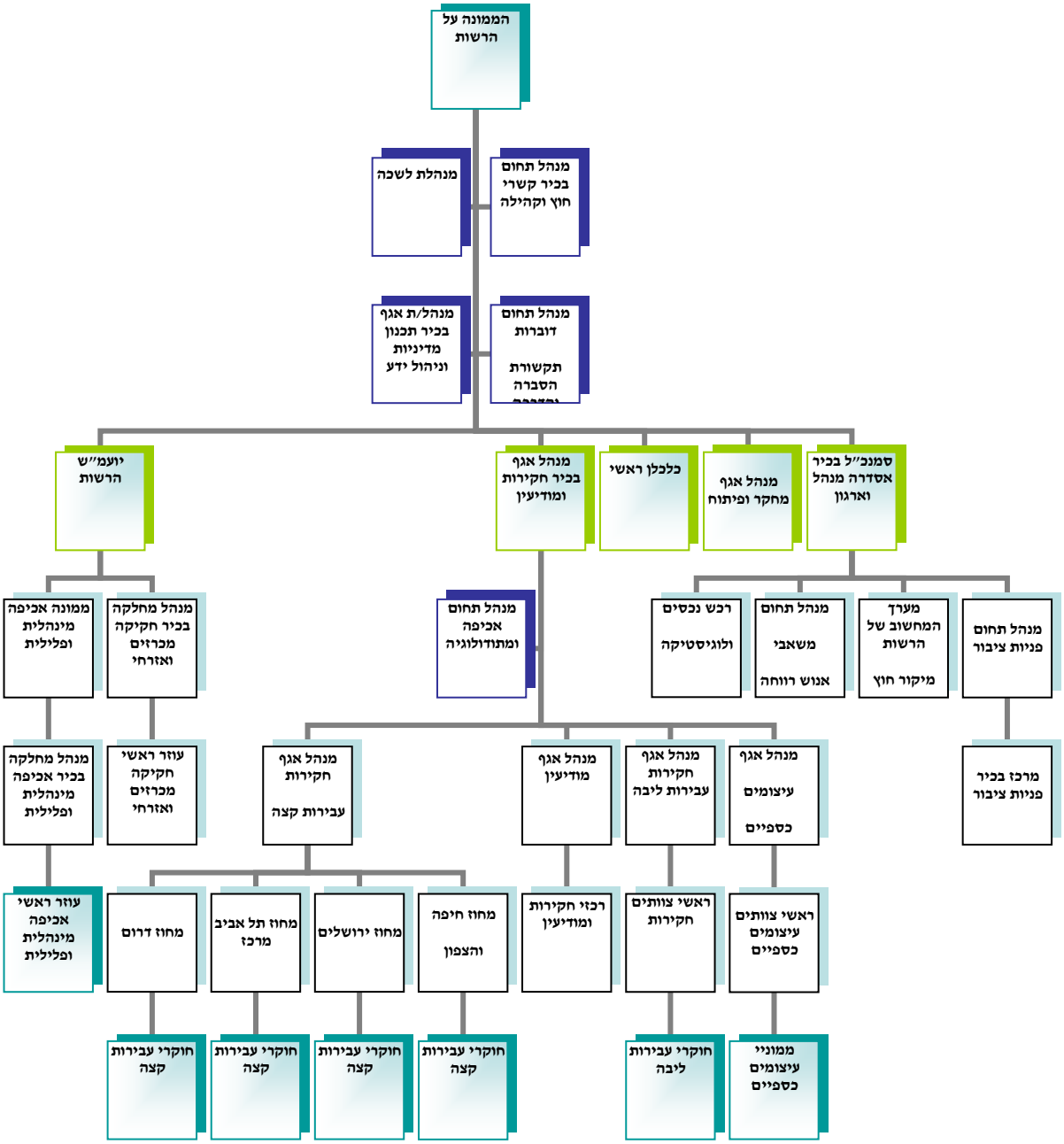
היחידה מונה מספר אגפים מרכזיים: אגף עבירות הליבה, אגף עבירות הקצה, מערך המודיעין ויחידת עיצומים הכספיים. יחידות החקירות והמודיעין ברשות פועלת לפיקוח על השוק ולאיתור וחקירה של עוסקים הנחשדים בביצוע עבירות/הפרות על החקיקה הצרכנית עליה אמונה הרשות.
מסגרת פעילות היחידה כולל ניהול מערך אכיפה וחקירות בהפרות רוחב, השפעה בלתי הוגנת וניצול מצוקה, עוולות צרכניות חוצות גבולות, לצד ביצוע ביקורות בבתי עסק לעמידה בהוראות חוק הגנת הצרכן ותקנותיו.

לביצוע תפקידם הוסמכו חוקרי הרשות להיכנס למקום המשמש עסק ולערוך בו ביקורת על מילוי הוראות חוק זה, לבדוק מסמכים, דוגמאות וטובין ולתפוס כל דבר שיש יסוד סביר להניח שבו או לגביו נעברה, או שמתכוונים לעבור, עבירה על הוראות חוק זה; לחקור

כל אדם הנוגע בדבר או שיש לו ידיעות בעניין ולדרוש ממנו להתייצב לפניו ולמסור לו מסמכים, דוגמאות וידיעות הנוגעות לענייני החקירה; לדרוש מכל עוסק, למסור לו את הידיעות, המסמכים, הפנקסים ושאר התעודות הנוגעות להפרה האמורה.
קיימות לחוקרים גם סמכויות של קצין משטרה בדרגת מפקח לפי סעיף 2 לפקודת הפרוצדורה הפלילית-עדות, כמו גם סמכות תפיסה וחיפוש בהתאם לפקודת סדר הדין הפלילי)מעצר וחיפוש( )נוסח חדש(, התשכ"ט 1969.
ביחידה פועל מערך העוצמים, המוסמכים לפי החוק להטיל עיצומים כספיים והתראות מנהליות, על פי חומרי החקירה המובאים אליהם מיחידת החקירות.

5. יחידה כלכלית

היחידה הכלכלית ממונה על איתור ניתוח ומיפוי השוק איתור מגמות וכשלי שוק.
היחידה מבצעת סקרים, מחקרים וניתוחי שוק בפילוחים שונים כגון: ענפים, צרכנים, עוסקים, אוכלוסיות, סוגי עסקה ופרמטרים נוספים.
היחידה נותנת סיוע כלכלי לאכיפה, בבניית מודלים לחישוב שיעור העיצומים לסוגיהם ובניהול סיכונים לתמיכה בתכנית העבודה של מערך האכיפה של הרשות.
כמו כן אמונה היחידה על בדיקת אפקטיביות הרגולציה הקיימת והחדשה בנושאים צרכניים, בניתוח כלכלי של הרגולציה והכנת תחשיבי עלות תועלת של כלי אכיפה ושינויים רגולטוריים.


הממונה על הרשות
מנהלת לשכה
מנהל תחום בכיר קשרי חוץ וקהילה
מנהל/ת אגף בכיר תכנון מדיניות וניהול ידע
מנהל תחום דוברות תקשורת הסברה
יועמ"ש הרשות
מנהל אגף בכיר חקירות ומודיעין
כלכלן ראשי
מנהל אגף מחקר ופיתוח
סמנכ"ל בכיר אסדרה מנהל וארגון
ממונה אכיפה מינהלית ופלילית
מנהל מחלקה בכיר חקיקה מכרזים ואזרחי
מנהל תחום אכיפה ומתודולוגיה
רכש נכסים ולוגיסטיקה
מנהל תחום משאבי אנוש רווחה
מערך המחשוב של הרשות מיקור חוץ
מנהל תחום פניות ציבור
מנהל מחלקה בכיר אכיפה מינהלית ופלילית
עוזר ראשי חקיקה מכרזים ואזרחי
מנהל אגף חקירות עבירות קצה
מנהל אגף מודיעין
מנהל אגף חקירות עבירות ליבה
מנהל אגף עיצומים כספיים
מרכז בכיר פניות ציבור
עוזר ראשי אכיפה מינהלית ופלילית
מחוז דרום
מחוז תל אביב מרכז
מחוז ירושלים
מחוז חיפה והצפון
רכזי חקירות ומודיעין
ראשי צוותים חקירות
ראשי צוותים עיצומים כספיים
חוקרי עבירות קצה
חוקרי עבירות קצה
חוקרי עבירות קצה
חוקרי עבירות קצה
חוקרי עבירות ליבה
ממוניי עיצומים כספיים

אודות הרשות

רקע והקמת הרשות

- החלטת ממשלה מספר 4167 מאוגוסט 2005.
- חוק ההסדרים במשק המדינה (תיקוני חקיקה להשגת יעדי התקציב והמדיניות הכלכלית לשנת 2006), התשס"ו – 2006 ובו תיקון מס' 20 בחוק הגנת הצרכן, לפיו תוקם במשרד הכלכלה רשות להגנת הצרכן ולסחר הוגן, בעלת עצמאות תקציבית וניהולית, ופועלת תחת אחריותו הישירה של שר הכלכלה והתעשייה (שר תעשייה, המסחר והתעסוקה בכינויו אז). הרשות נועדה לאגם את כל המשאבים בתחום הגנת הצרכן לתחום אחד שיהווה זרוע אכיפה עצמאית, בעלת מומחיות, המרכזת בלעדית הן מתן הנחיות מחייבות של הממונה להתנהגות נורמטיבית בין העוסק לצרכן והן את כל תהליכי האכיפה (one stop shop) של הוראות חוק הגנת הצרכן.
- בשנת 2010 מונתה עו"ד תמר פינקוס, ז"ל כממונה הראשונה על הרשות.
- בשנת 2014 החלה הרשות לעבוד הלכה למעשה תוך גיוס עובדים לשורותיה. בשנת 2015 נכנס לתוקף תיקון לחוק הגנת הצרכן אשר הקנה לרשות סמכויות אכיפה מנהלית, ובכלל זה הוצאת התראות מנהליות והטלת עיצומים כספיים, בנוסף לסמכויות האכיפה הפליליות שהיו לה. בשנה זו גם תוגבר כוח האדם של הרשות באופן משמעותי.
- באפריל 2017 מונה ממונה חדש לרשות, עו"ד מיכאל אטלן.

חזון הרשות

קידום מסחר הוגן, בכל צורות השיווק והמכירה, על בסיס איזון בין האינטרסים הכלכליים של הצרכן והעוסק תוך מתן הגנה לצרכן והעצמתו מול העוסק, להגברת הצריכה הנבונה, שכלול התחרות והורדת יוקר המחיה.

מטרות הרשות

- התווית התנהגות נורמטיבית של עוסקים וצרכנים..
- איתור כשלים בשווקים אשר מצדיקים התערבות של הרשות.
- הפעלת מערכת של איזונים ובלמים המופעלים כלפי שני הצדדים – העוסקים והצרכנים.

יעדי הרשות

- יישום חוקים בתחום הגנת הצרכן באמצעות מנגנונים שמוכחים כיעילים ואפקטיביים של הסדרה ואכיפה ובכלל זה הגברת ההרתעה של הרשות.
- שכלול הכלים המוקנים לרשות לשם התמודדות עם תופעות צרכניות.
- הסברה, הדרכה והעלאת מודעות של הצרכן והעוסק. עידוד עוסקים להקמת מנגנוני אכיפה עצמאיים.
- יצירה ומיסוד בסיס מעשי לשיתוף פעולה עם ארגונים פנים וחוץ ממשלתיים משיקים הן בכובעם כעוסקים והן בכובעם כצרכנים.

מישורי פעולה

- אכיפה וחקירות
- הנחיות ממונה – פרשנות הממונה להוראות החוק והנחיית גורמי האכיפה.
- קידום הליכי חקיקה תוך שיתוף מחזיקי העניין של הרשות ובכלל זה מגוון גורמים פנים וחוץ ממשלתיים רלוונטיים לפעילות הרשות ומטרותיה.
- מתן עמדת הרשות, כגוף המקצועי, בתובענות ייצוגיות.

- הסברה, הדרכה והעלאת מודעות של העוסק והצרכן.
- מתן פרה רולינג.
- ביצוע מחקרים, סקרים ומיפוי שוק בתחום הצרכנות.
- פעילות בזירה בינלאומית ובין היתר, העברת ידע בין רשויות מקבילות.
- עידוד והכוונת עוסקים להקמת מנגנוני אכיפה עצמית.
- פיתוח ומיסוד שיתופי פעולה עם ארגונים משיקים לרבות ארגוני עוסקים.
- השתתפות בוועדות מקצועיות.
- ייעוץ למשרדי הממשלה בסוגיות צרכניות.

דיני הגנת הצרכן וכלים באכיפה

מישור סטטוטורי

הרשות להגנת הצרכן ולסחר הוגן אמונה על אכיפתה של החקיקה הצרכנית, ובכלל זה:

- חוק הגנת הצרכן, התשמ"א 1981
- חוק קידום התחרות בענף המזון התשע"ד 2014
- חוק המתווכים במקרקעין, התשנ"ו 1996
- חוק המועצה להשכלה גבוהה, התשי"ח 1958
- חוק התובענות הייצוגיות, התשס"ו 2006– עמדת הרשות באמצעות היועץ המשפטי לממשלה.

<u>כלי אכיפה</u>

הרשות אוכפת את החוקים עליהם היא אמונה באמצעות מספר כלי אכיפה:

1. כלים מנהליים:

- עיצומים כספיים- תיקון מס' 39 לחוק הגנת הצרכן, אשר נכנס לתוקף ביום 1.1.2015 מסמיך את הממונה להטיל עיצומים כספיים בגין הפרות שונות של הוראות החוק.
בחוק קיימים שני מדרגים של עיצום כספי אשר נקבעו לפי חומרת ההפרות שבוצעו.
המדרג הנמוך- העיצום הכספי במדרג הנמוך הינו 22,000 ₪ בגין כל הפרה המנויה בסעיף 22ג(א) לחוק, ו- 7000 ₪ לעוסק שאינו תאגיד.
המדרג הגבוה- סכום העיצום הכספי במדרג הגבוה הינו 45,000 ₪ ו- 25,000 ₪ לעוסק שאינו תאגיד, בגין כל הפרה של ההוראות המנויות בסעיף 22ג(ב) לחוק.
מקום בו נעברה עבירה בנסיבות מחמירות נקבע עיצום כספי בגובה של פי 1.5 מסכום העיצום המקורי.

- התראה מנהלית:
לרשות נתונה על פי חוק סמכות לתת התראה מנהלית חלף עיצום כספי. התראות בהתאם לנוהל הרשות ניתנות במקרים של: הוראה חדשה; שינוי מדיניות אכיפה ומחלוקת כנה בציבור בדבר פרשנות של חובה או איסור הקבועים בחוק.

- התחייבות להימנע מהפרה:
התחייבות של עוסק להימנע מעבירה חלף הטלת עיצום כספי.
התחייבות להימנע מהפרה היא למעשה הענקת אפשרות לעוסק המפר להתחייב בכתב להפסיק את ההפרה הנוכחית ולהתחייב להימנע מהפרה נוספת של אותה הוראת חוק למשך תקופת התחייבות. לכתב ההתחייבות יצרף המפר עירבון כספי.

סכום העירבון ייקבע ע"י הממונה ויהיה זהה לסכום העיצום הכספי שניתן להטיל על המפר בשל אותה הפרה, סכום זה יוחזר למפר בתום תקופת ההתחייבות במידה ולא ביצע הפרה של כתב ההתחייבות.

- צו מנהלי לשמירת טובין במקום העסק:
אם נוכח הממונה או מפקח מטעמו כי עוסק לא סימן טובין בהתאם להוראות החוק, רשאי הממונה לתת צו כי לא ייעשה כל שימוש בטובין והם יישמרו במקום העסק ובאופן שיקבע לתקופה שלא תעלה על 6 חודשים.
- צו מנהלי להפסקה או למניעה של הפעלת השפעה בלתי הוגנת
לממונה ניתנה סמכות להוציא צו מנהלי להפסקה או למניעה של השפעה בלתי הוגנת על צרכן. צו מנהלי זה הוא ייחודי להפרת הוראות סעיף 3(א) שעוסק באיסור הפעלת השפעה בלתי הוגנת.

2. כלים פליליים
לצד כלי האכיפה המנהלית, קיימות לרשות סמכויות אכיפה פליליות.
במסגרת הוראות החוק עליהן ממונה הרשות ישנן הוראות חוק שסנקציה בגינן היא פלילית בלבד, לצד הוראות חוק שקיימת לגביהן סנקציה מינהלית בנוסף לסנקציה פלילית.
החוק קובע עונשים פליליים לעבירות על הוראות שונות בחוק הגנת הצרכן וביניהן הטעיה, הפעלת השפעה בלתי הוגנת, פרסום פרסומת או נקיטת דרכי שיווק אחרות המכוונות לקטינים וכן הוראות בדבר חובות גילוי.
העונשים הפליליים הקבועים בחוק נעים מקנס פי שלושה מן הקנס כאמור בסעיף 61(א)(2) לחוק העונשין ועד מאסר שנה או קנס פי שבעה מן הקנס כאמור בסעיף 61(א)(2) לחוק העונשין.

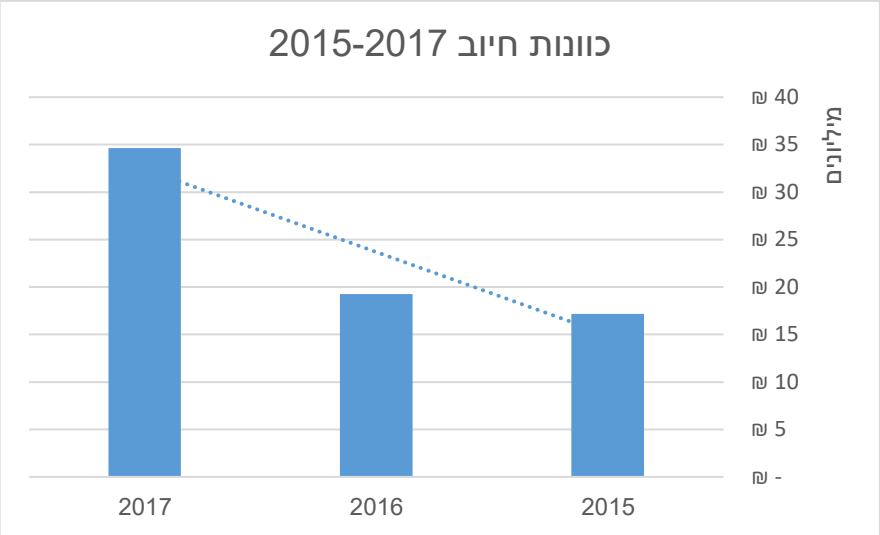
עוד קובע החוק סנקציה חמורה יותר במקום בו נעברה עבירה בנסיבות מחמירות- מאסר שלוש שנים או קנס פי עשרים מהקנס כאמור בסעיף 61(א)(4) לחוק העונשין.

קיים נוהל ניתוב תיקים לאכיפה הפלילית או לאכיפה הפלילית, אשר אושר על ידי היועץ המשפטי לממשלה.

אכיפה

כוונות חיוב (הודעה על כוונה להטיל עיצום כספי)

נשלחו הודעות על כוונות חיוב בסכום של 34,644,500 ש"ח



כוונות חיוב שהרשות השיתה בשנת 2017 בחלוקה לפי תחומים:

תחום	כוונת חיוב שנשלחה	הערות
בריאות	₪ 1,371,000	
חינוך, תרבות ובידור	₪ 14,062,000	
מוצרים ושירותים אחרים	₪ 29,000	
מזון	₪ 2,453,000	877,500 ₪ מתוך הסכום שייך לעיצום כספי על פי חוק המזון (ובנוסף קיימת התראה מינהלית אחת על פי חוק המזון)
תקשורת	₪ 4,295,000	
תשתיות	₪ 66,000	
הלבשה והנעלה	₪ 1,420,000	
תחבורה	₪ 1,198,000	
ריהוט וציוד לבית	₪ 211,000	
תחזוקת הדירה ומשק הבית	₪ 22,000	
מכר מרחוק	₪ 9,517,500	
סכום כולל	**₪ 34,644,500**	

כוונות חיוב שהרשות השיתה בשנת 2017 בחלוקה לפי תתי תחומים:

תחום	תת תחום	כוונת חיוב שנשלחה	סה"כ לתחום	הערות
בריאות	תרופות ותוספי מזון	₪ 1,371,000	₪ 1,371,000	
חינוך, תרבות ובידור	ילדים - עיתונים, ספרים ומכשירי כתיבה	₪ 14,040,000	₪ 14,062,000	הסכום משוייך לתיק PMI חוברת הגרלות לילדים - ראו פירוט בהמשך
	תחביבים, ציוד ספורט ומחנאות	₪ 22,000		
מוצרים ושירותים אחרים	צעצועים	₪ 22,000	₪ 29,000	
	מוצרים לתינוקות	₪ 7,000		
מזון	מכולת/ קיוסק	₪ 635,000	₪ 2,453,000	
	מסעדות/ קייטרינג	₪ 22,000		
	קמעונאים	₪ 1,796,000		877,500 ₪ מתוך הסכום שייך לעיצום כספי על פי חוק המזון (ובנוסף קיימת התראה מינהלית אחת על פי חוק המזון)
תקשורת	אינטרנט	₪ 516,000	₪ 4,295,000	
	סלולר	₪ 3,779,000		
תשתיות	תשתיות מים	₪ 66,000	₪ 66,000	
הלבשה והנעלה	בגדי ילדים ולתינוקות	₪ 43,000	₪ 1,420,000	
	הלבשה עליונה לגברים ונשים	₪ 723,000		
	הנעלה	₪ 65,000		
	לבנים, בגדי שינה וגרביים	₪ 22,000		
	קמעונאים	₪ 567,000		
תחבורה	רכישת/ השכרת רכב	₪ 1,198,000	₪ 1,198,000	
ריהוט וציוד לבית	כלי מיטה ומגבות	₪ 7,000	₪ 211,000	
	ציוד חשמלי לבית	₪ 102,000		
	ציוד לא חשמלי	₪ 102,000		
תחזוקת הדירה ומשק הבית	תחזוקה ושיפור הבית	₪ 22,000	₪ 22,000	
מכר מרחוק		₪ 9,517,500	₪ 9,517,500	
סה"כ		**₪ 34,644,500**	**₪ 34,644,500**	

תחומים בהם הרשות התמקדה באכיפה בשנת 2017

תקשורת

בתחום זה, השיתה הרשות בשנת 2017 כוונות חיוב בהיקף של 4,295,000 ₪.

תחום התקשורת מוביל בתלונות המגיעות לרשות. על אף ששיעור ההוצאות על תקשורת בקרב הוצאות משקי הבית עומד רק על כ- 4%, שיעור התלונות בתחום עומד על 26%. הסבר אפשרי לתופעה הוא התחרות האגרסיבית בענף, המתבטאת בירידת מחירים ומאופיינת על פי התלונות בשימוש רחב בפרקטיקות מטעות ובלתי הוגנות כלפי הצרכן הן במחיר והן במרכיבי העסקה. סימוכין לקשר בין תחרות לעליה בשימוש בפרקטיקות בלתי הוגנות כלפי צרכנים ניתן לראות גם במדריך המדיניות הצרכנית של ארגון ה- OECD, המצביע על כך כי דווקא בשווקים תחרותיים קיימת סבירות גבוהה לשימוש בפרקטיקות בלתי הוגנות כלפי ציבור הצרכנים.

פירוט עיצומים מרכזיים:

1. **פלאפון** – טאבלט מתנה - החברה הפרה את סעיף 2 ו-3 לחוק והציעה טאבלטים מתנה בעוד שנדרש תשלום עבורם. כמו כן החברה לא נתנה לצרכנים לעיין בחוזה או העתק ממנו.
   1.1. סך עיצום כספי – 2,891,000
   1.2. סופי – 2,840,400
2. **גולן טלקום** – תקשורת – חיוב יתר – החברה חייבה צרכנים גם לאחר שהתנתקו מהשירות.
   2.1. סך עיצום כספי – 765,000 ₪
   2.2. סופי – 612,000 ₪

דיור

תחום הדיור הינו התחום בעל השווי הגדול ביותר בהוצאות משק הבית, ומאופיין בעלות גבוה ובמשך זמן ארוך לפרעון (משכנתא וכו') ובנוסף בעל המורכבות הרבה ביותר לצרכן. לאור זאת, הרשות מצאה לנכון להקדיש לתחום זה אכיפה ממוקדת.

מבצע קרקעות

ניתוח של הרשות העלה כי קיים כשל שוק מהותי ברכישת קרקעות חקלאיות. צרכנים רבים מצאו עצמם משלמים סכומים גבוהים מאד עבור קרקע חקלאית, מתוך הנחה שקרקע זו תופשר לבניה, ובפועל מצאו עצמם עם קרקע חקלאית אשר אינה יכולה לשמש לבניה.

בעסקאות אלה סובלים הרוכשים מאי וודאות גבוהה ומהטעיות רבות. ההטעיות נובעות מפערי המידע בין מוכר הקרקע לצרכן. בהיעדר חובות גילוי, הצרכן מתפתה להאמין כי סיכויי הפשרת הקרקע גבוהים ומוכן לשלם עבור הקרקע מחיר המגלם בתוכו את פוטנציאל ההפשרה. בפועל, אין ביכולתו של הצרכן להעריך את סיכויי ההפשרה, את פרק הזמן הנדרש עד להפשרה ואת העלויות הנלוות במקרה והקרקע אכן תופשר.

אותרו הפרות רבות של הטעיה והטעיה בפרסום

החברות פרסמו קרקעות למכירה מבלי לציין שהקרקע אינה זמינה לבנייה.

נערכה בדיקה טלפונית מול לקוחות החברות ממנה עולה כי חלק מהחברות לא עמדו בחובת הגילוי - לא העבירו ללקוחות מידע הנדרש בתקנה (שומה + תקציר שומה)

חשד כי חברות פרסמו ומכרו קרקעות של צד ג, מבלי שהיה להם רישיון לעסוק בתיווך.

<u>מכר מרחוק</u>

<u>פירוט עיצומים מרכזיים:</u>

<u>צ'יינה ביי</u> – מכר מרחוק – החברה הטעתה בעניין מועדי אספקת המוצרים, אי מתן מסמכי גילוי עסקה במכר מרחוק ואי ביטול עסקאות.
סך עיצום כספי – 1,073,000

<u>בוקינג</u> – פרסום ללא מע"מ - החברה הפרה את סעיף 17ד ופרסמה מחירים ללא מע"מ
1.1. סך עיצום כספי – 3,135,000 ₪
1.2. סופי – 2,508,000 ₪
<u>רכסים והפצה</u> – הקש על השש – ביטוח מוצרי חשמל – החברה הפרה את סעיף 2 לחוק והטעתה צרכנים בסוג השירות המוצע ופרסמה פרסומות מטעות.
סך עיצום כספי – 661,500 ₪
סופי – 529,200 ₪

<u>אוכלוסיות מוחלשות</u>

בשנים האחרונות אנו עדים לתופעה של שימוש בפרקטיקות שונות כנגד אוכלוסיות מוחלשות- פגיעות ובניהם קשישים מוגבלים ועולים חדשים, שמטרתם ביצוע עסקאות תוך שימוש בהטעיות והפעלת השפעה בלתי הוגנת על הצרכנים.

פרקטיקה זו שכיחה בעיקר בעסקאות המתבצעות במכר טלפוני ובעסקאות ברוכלות (מדלת לדלת), אך ניתן למצוא אותה גם בעסקאות המתבצעות בביתי העסק.

המושג צרכנים פגיעים מוכר ומוגדר בחוקים שונים בספרות ובחקיקה בעולם כולו. פגיעות מוגדרת כמגדירה יחסים בין עוסק לצרכן המצדיקה פעולה מיוחדת והגנה מיוחדת על הצרכנים. לפיכך, פגיעות עשויה להיות מצב תמידי או זמני, של יחיד או של קבוצה, שיוצר חוסר איזון בין עוסק לצרכן. הפגיעות מאופיינת פעמים רבות בכך שהצרכן הוא פגיע בשל חוסר ידע טכני, משאבים או כוח מיקוח.

תיאור התופעה

הרשות להגנת הצרכן ולסחר הוגן זיהתה את התופעה של ניצול לרעה של אוכלוסיות מוחלשות ושמה לה את המלחמה בתופעה בראש סדר העדיפויות והיא פועלת בכל המישורים העומדים לרשותה.

מהמידע שקיים ברשות הן מפניות ומידע מודיעיני והן מחקירות שהיא מבצעת ניתן להצביע על מספר מאפיינים בחברות המפעילות פרקטיקות בלתי חוקיות כלפי אוכלוסיות מוחלשות (להלן: העוסקים המפרים):

א. תנאי עסקה דומים.

ב. מבנה אירגוני דומה

ג. איתור קשרים אישים בין המעורבים.

ד. פניה לפלח לקוחות זהה/דומה.

ה. היטפלות לקורבן .

ו. שיטת מכירה ופעילות דומה/ זהה כגון:

- שיחות חוזרות ונשנות המטרידות את הצרכן עד למתן הסכמתו לביצוע העסקה
- לחץ בלתי פוסק לביצוע העסקה בטענות שונות כגון המחיר זמין רק לזמן השיחה.

- ציון זכאות למוצר במתנה בעלות משלוח בלבד כשבפועל הצרכן נאלץ לשלם על המוצר אלפי שקלים
- התחזות לנציגי חברות האשראי, במטרה לרכוש את אמונם של הצרכנים, הטוענים לזכאות מוצרים בנקודות כשבפועל הצרכן מחויב עליהם.
- מוצרים רבים הנשלחים לביתו של הצרכן ללא שנתן הסכמתו לביצוע העסקה.
- הטעיה בדבר מחירו של המוצר – ציון רק תשלום אחד מיני רבים.
- הטעיה בפרטים מהותיים של העסקה כגון אופי השירות.
- הצגת מצג שווא של חברות במועדון שניצבר בו חוב.
- זכאות להטבות אישיות לאירועים מיוחדים כגון ימי הולדת וכו' כבפועל אין כל הטבה במחיר.
- התחזות לנציגי ההגרלות של מפעל הפיס והבטחת זכיה

בתחום זה, השיתה הרשות בשנת 2017 כוונות חיוב בהיקף של 9,517,500 ₪.

<u>פירוט עיצומים מרכזיים:</u>

1. **<u>קופל</u>** – מכר מרחוק – שירותי ביטוח מוצרי חשמל - החברה הפרה את סעיף 2 לחוק והטעתה צרכנים בסוג השירות המוצע, אי מתן מסמכי גילוי עסקה
   1.1. סך עיצום כספי – 2,196,000 ₪
   1.2. סופי – 1,756,800 ₪
2. **<u>קניה זהב</u>** – מכר מרחוק – העוסקת הפרה את סעיף 2 וביצעה הטעיות בשיחות השיווק, הטעיות לגבי זהות, לגבי סוג העסקה, ביצעה השפעה בלתי הוגנת בכך שסיפקה מוצרים ללא בקשה, לא מסרה את הפרטים המבוקשים בשיחות השיווק ולא מסרה מסמכי גילוי.
   2.1. סך עיצום כספי – 612,000 ₪
   2.2. סופי – 489,600 ₪
3. **<u>צריכה ומיגון ישיר</u>** – מכר מרחוק – שירותי ביטוח מוצרי חשמל - החברה הפרה את סעיף 2 לחוק והטעתה צרכנים בסוג השירות המוצע.
   3.1. סך עיצום כספי – 606,000 ₪
   3.2. סופי – 484,800 ₪
4. **<u>יו פי לייף</u>** – מכר מרחוק – החברה הפרה את סעיף 2 וביצעה הטעיות בשיחות השיווק, הטעיות לגבי זכות הביטול, הציגה כי קיים חוב בעוד שלא היה חוב, ביצעה השפעה בלתי הוגנת בכך שסיפקה מוצרים ללא בקשה, לא מסרה את הפרטים המבוקשים בשיחות השיווק ולא מסרה מסמכי גילוי.
   4.1. סך עיצום כספי – 1,170,000 ₪
   4.2. סופי – 936,000 ₪

<u>ילדים</u>

בתחום זה, השיתה הרשות בשנת 2017 כוונות חיוב בהיקף של 14,040,000 ₪.

<u>פירוט עיצומים מרכזיים:</u>

1. **<u>פי אם איי</u>** - תיק הקלפים – אלבומים שכונה חממה, סופרגול, אימוג'י – החברה הפרה את הוראות חוק 7א לחוק, עידוד קטינים להשתתף בהגרלות.
   1.1. סך עיצום כספי – 5,197,500 ₪
   1.2. סופי – 4,158,000 ₪

8 חברות נוספות שהשתתפו באלבום:

1.3. סך העיצומים הכספיים – 6,210,000 ₪

1.4. סופי – 5,015,250 ₪

2. **<u>די טי אר</u>** – תיק הקלפים – אלבום גאליס – החברה הפרה את הוראות חוק 7א לחוק, עידוד קטינים להשתתף בהגרלות.

2.1. סך עיצום כספי – 1,350,000 ₪

2.2. סופי – 1,080,000 ₪

4 החברות נוספות שהשתתפו באלבום:

2.3. סך העיצומים הכספיים – 1,282,500 ₪

2.4. סופי – 1,026,000 ₪

<u>תחומים נוספים בהם פעלה הרשות:</u>

<u>פירוט עיצומים מרכזיים:</u>

2. **<u>יוניליוור</u>** – מזון – החברה פרסמה פרסום מטעה כי מוצריה בטוחים לאכילה בזמן פרשיית הסלמונלה.

2.1. סך עיצום כספי – 742,500 ₪

2.2. סופי – 594,000 ₪

3. **<u>ברכל</u>** – רשתות מזון – חוק המזון – החברה לא הציגה את מחיריה ומבצעיה באתר האינטרנט בהתאם לתקנות שקיפות מחירים.

3.1. סך עיצום כספי - 877,500 ₪

3.2. סופי – 702,000 ₪

4. **<u>אילן עוז - סוכרת</u>** – פרסום מטעה – העוסק הפר את סעיף 2 ופרסם פרסומות מטעות ובהן הציע לרפא את מחלת הסוכרת.

4.1. סך עיצום כספי – 996,000 ₪

4.2. סופי – 796,800 ₪

5. **<u>מגה ספורט</u>** – הלבשה – החברה לא הציגה מחיר על מוצרים, הטעתה לגבי תנאי ביטול עסקה בחשבוניות ובשילוט בחנות.

5.1. סך עיצום כספי – 567,000 ₪

5.2. סופי – 540,000 ₪

<u>מבצעים ופשיטות:</u>

1. **<u>משלחים</u>**- נבדקו 39 עוסקים.

הפרות- פרסום ונקיבה של מחירי נכסים ושירותים, חובת גילוי לצרכן 4(א)

תקנות הגנת הצרכן (גילוי פרט מהותי לגבי שירות משלוח טובין), תשע"ו-2015 קובעות חובות גילוי נוספות המוטלות על משלח- עוסק שעיסוקו, כולו או חלקו, במשלוח טובין משטח שמחוץ למדינת ישראל לתוך שטחה.

חובות הגילוי- גילוי פרט מהותי באתר האינטרנט, גילוי פרט מהותי לפני עשיית העסקה, גילוי פרט מהותי בחשבונית.

במסגרת מיקוד האכיפה נבדקה תקנה 2- גילוי פרט מהותי באתר האינטרנט- הקובעת כי משלח יגלה לצרכן, באתר האינטרנט שלו, אם קיים באופן ברור ומובלט, את הרכיבים האלה, בנפרד:(1) המחיר שגובה בעד שירות משלוח הטובין, לרבות הטיפול בשחרור מפיקוח המכס ומסירתו ללקוח; (2) אילו אגרות ומסים חלים על משלוח הטובין;

(3) דמי אחסנה וכל הוצאה אחרת שעשויה להשתלם בידי הצרכן בשל עיכוב בשחרור הטובין; (4) היכן ניתן למצוא את פירוט המסים והאגרות כאמור.

2. **<u>מגרשי מכוניות</u>**-נבדקו 57 עוסקים
הפרות- אי הצגת מחיר, אי הצגת מחיר סופי.

רכישת רכב הינה הקניה השנייה בגודלה למשקי בית, מחירו הוא מידע מהותי וחיוני שחייב להימצא בידי הקונה כדי לאפשר לו החלטה מושכלת לגבי העסקה אותה הוא מתכוון לבצע. בנוסף, אי הצגת מחיר מאפשרת לעוסק קביעת מחיר שונה לצרכנים שונים.
חלק מחברות מכירת הרכבים מסתירות מלקוחותיהן ומרוכשים פוטנציאליים מידע בעת הצגת רכביהן למכירה. החברות לא מציגות את מחיר הרכב, מטעות את הלקוחות בנוגע לפרטים מהותיים לגבי הרכב ולעתים מציגות מחיר הגבוה ממחיר המחירון האמיתי של הרכב, ללא הפחתות הנובעות מכך שהרכב הוא "יד שנייה", רכב ששימש לשכירות וכדומה.
חוק הגנת הצרכן דורש הצגת מחיר כולל על גבי טובין המוצע או מוצג למכירה. המחיר הכולל הינו סך כל התשלומים החלים על הצרכן בגין העסקה שאותם הוא חייב לשלם לעוסק ואין לו אפשרות לוותר עליהם. למשל : מע"מ; אגרות; תשלומי חובה; הובלה אם העוסק מחייב את הצרכן להשתמש בהובלה שלו בלבד וכו'. המחיר הכולל חייב להיות במטבע ישראלי בלבד.
בתביעה ייצוגית שהוגשה נגד חברות מהתחום צוין בין היתר כי אחת החברות מציינת על גבי הכרטיס המוצמד לרכבים כי מחיר "לוי יצחק" המוצג אינו כולל הפחתות, ו"אולם הודעה זו אינה מועילה ואינה משנה את עצם ההטעיה שבהצגת 'מחיר מחירון לוי יצחק' שאינו תואם את המחירון. כפי שהצגת מחיר מוצר בצמוד למילים 'אינו כולל מע"מ' מהווה הפרת הדין, כך גם הצגת 'מחיר מחירון לוי יצחק' ותחתיו הבהרה כי המחיר אינו כולל הפחתות - אינה כדין, והדבר מהווה מעשה העלול להטעות צרכנים".
באותה תביעה צוין כי מספר הרוכשים הפוטנציאליים שחיפשו רכב במגרשי חברות הרכב עומד על כ-350 אלף איש בשנה; נתון המצביע על היקף הפגיעה האפשרית.

3. **<u>מגזר חרדי</u>**- נבדקו 42 עוסקים
הפרות- אי הצגת מחיר, ביטול עסקה.

בוצעה פעילות אכיפה מוגברת בקרב העוסקים/קמעונאים באוכלוסייה החרדית. הפעילות התבססה על ניתוח מעמיק של נתוני הצריכה של האוכלוסייה החרדית ובכלל זה מחקרים מקיפים, קבוצות מיקוד ועבודה מודיעינית.
בנוסף, נבדקו תלונות שהופנו לרשות ובכלל זה חשד להפרות בנושא אי הצגות מחיר לצרכן וביטול עסקאות ברכישה פרונטאלית.

4. **<u>סימון טובין</u>**- נבדקו 135 עוסקים.

בדיקה שעשתה הרשות להגנת הצרכן (להלן: "הרשות") העלתה כי קיימים בתי עסק אשר מציגים למכירה/מוכרים טובין שאינם מסומנים ו/או אינם נוהגים לסמן את הטובין כמתחייב בחוק. הבדיקה העלתה כי דפוס זה של אי סימון טובין חוצה ענפים.
במהלך הביקורות ניתנו צווים להשארת הטובין בבית העסק (צווי הקפאה).

5. **<u>משקל אריזות</u>**- נבדקו 43 עוסקים

מבדיקת שעשתה הרשות ומתלונות אשר הגיעו לשולחנה, עולה כי בתי עסק רבים נוהגים לכלול במשקל מוצרים הנארזים ונשקלים בבית העסק, את משקל האריזה ומתמחרים במחיר הכולל של המוצר שנרכש על פי משקל, את משקל האריזה. כך יוצא כי המחיר אשר נדרש הצרכן לשלם עבור המוצר שרכש, גבוה ממחיר המוצר כפי שהוצג לו.

בפרקטיקה זו יש כדי להטעות את הצרכן באשר למחירו של המוצר ומשקלו אשר הינם פרט מהותי בביצוע העסקה.
עוד נמצא כי בחלק מהמקרים, משקלם בפועל של מוצרים הנארזים בבית העסק, מבעוד מועד ומוצגים למכירה , שונה מזה המוטבע עלייהם.
מוצרים הנארזים בבית העסק הם מוצרים הנמכרים בתפזורת או לפי יחידות מידה או שלגביהם ניתן שירותי חיתוך או פריסה כגון: פירות וירקות טריים בתפזורת, פיצוחים או פירות יבשים בתפזורת. מצרכי מזון לגביהם ניתן שירות של חיתוך או פריסה או נמכרים לפי יחידת מידה הם: נקניקים, בשר, עופות, דגים, סלטים , גבינות , דברי מאפה ועוד.

6. **<u>מגזר ערבי</u>**- נבדקו 55 עוסקים.
הפרות- אי הצגת מחיר, הוראות מכירה מיוחדת, הבדל מדף קופה.

7. **<u>פעילות קיץ</u>** –נבדקו 47 עוסקים.
דגשים- חזרה לבית ספר, חוק הפופקורן.
הפרות- אי הצגת מחיר, הטעיה, אי גילוי פרט מהותי בעסקה, מכירה מיוחדת, הבדל מדף קופה.

8. **<u>מכירה מיוחדת</u>**- נבדקו 119 עוסקים.
הפרות- אי הצגת מחיר לאחר הנחה, הצגת מחיר ללא מע"מ, מחיר לא סופי.

במסגרת הפעילות נבדקו הוראות חוק הגנת הצרכן בדגש על הוראות בדבר מכירה מיוחדת.
החוק קובע כי על עוסק שהודיע ברבים או במקום העסק על מכירה מיוחדת להבהיר אילו טובין או שירותים כלולים בה ואילו טובין או שירותים אינם כלולים בה, את מחירם אצלו לפני המכירה ואת שיעור ההנחה או המחיר לאחר ההנחה, וכן תנאי המכירה המיוחדת.
כמו כן, על עוסק שהודיע ברבים על מכירה מיוחדת של טובין או שירותים, לכלול בפרסום את המספר המזערי של הפריטים המוצעים באותה מכירה מיוחדת, ואת המספר המזערי של הפריטים המוצעים בה בהנחה המרבית.

9. **<u>שווקים</u>**-נבדקו 141 עוסקים.
הפרות- אי הצגת מחיר, חובת גילוי משקל, מחיר ליחידת מידה, מטבע בהילך לא חוקי.

10. **<u>אתרי מכר מרחוק</u>**-נבדקו 67 אתרים.
הפרות- דרכי ביטול עסקה, הטעיות בתקנון, חובות גילוי, מכירה מיוחדת, מחיר כולל, מחיר סופי.

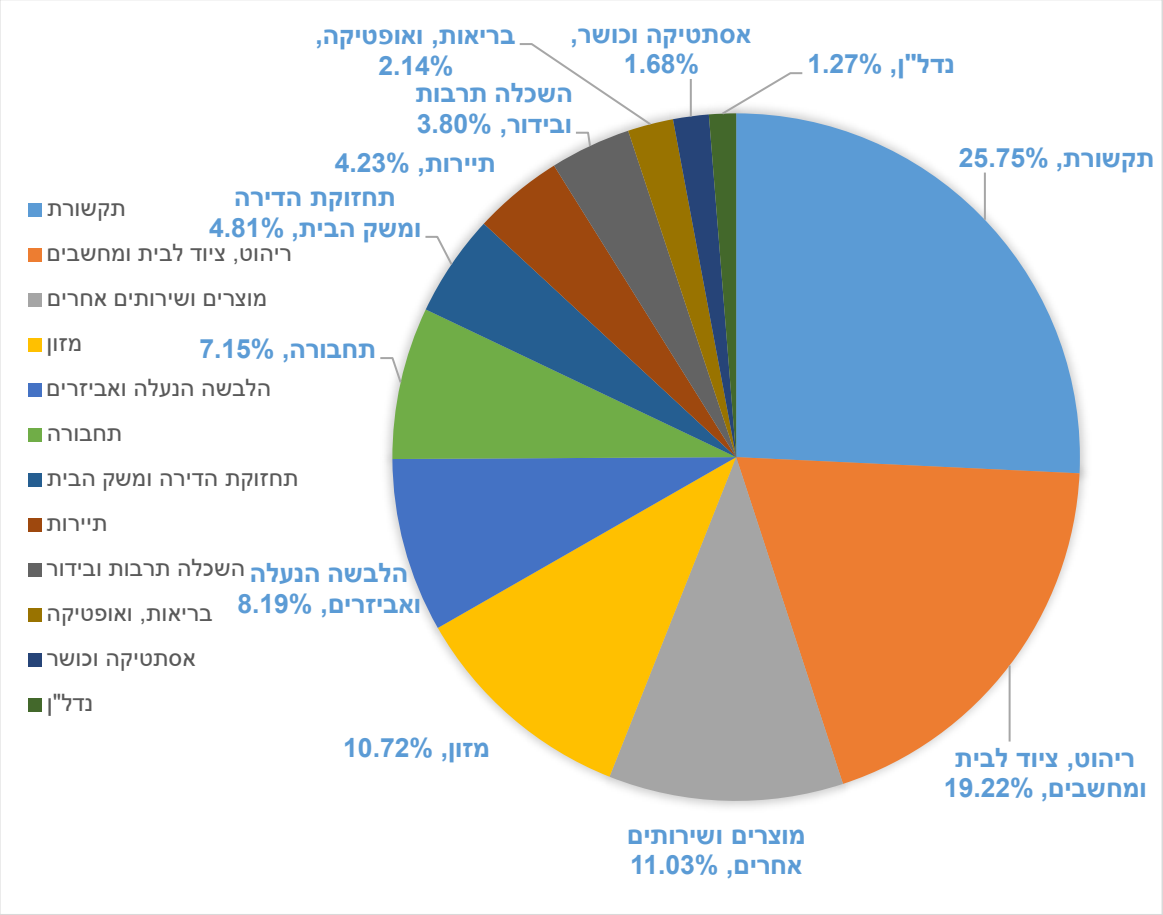
עולם הצרכנות צועד בצעדי ענק לביצוע עסקאות במכר מרחוק בדגש רחב על המדיה המקוונת . גם בישראל מגמה זו הולכת ומתרחבת ואנו עדים להיקף גדל של עסקאות המתבצעות במדיה המקוונת ובאמצעות הטלפון. ההגנה על הצרכן עוסקת בעיקרה בגישור הפער במאזן הכוחות שבין עוסק לצרכן בדגש על גילוי מידע מלא, שקיפות, איסור הטעיה, איסור ניצול מצוקה והשפעה בלתי הוגנת. עסקאות במכר רחוק מוסיפות מורכבות רבה לחוסר האיזון הקיים ממילא בין עוסק לצרכן בשוק בעסקאות פרונטליות ומשום כל קבע המחוקק הגנות מורחבות על עסקאות מסוג זה.
"עסקת מכר מרחוק" – התקשרות בעסקה של מכר נכס או של מתן שירות, כאשר ההתקשרות נעשית בעקבות שיווק מרחוק, ללא נוכחות משותפת של הצדדים לעסקה;
"שיווק מרחוק" – פניה של עוסק לצרכן באמצעות דואר, טלפון, רדיו, טלויזיה, תקשורת אלקטרונית מכל סוג שהוא, פקסימיליה, פרסום קטלוגים או מודעות, או באמצעי כיוצא באלה, במטרה להתקשר בעסקה שלא בנוכחות משותפת של הצדדים, אלא באחד האמצעים האמורים.

פניות הציבור

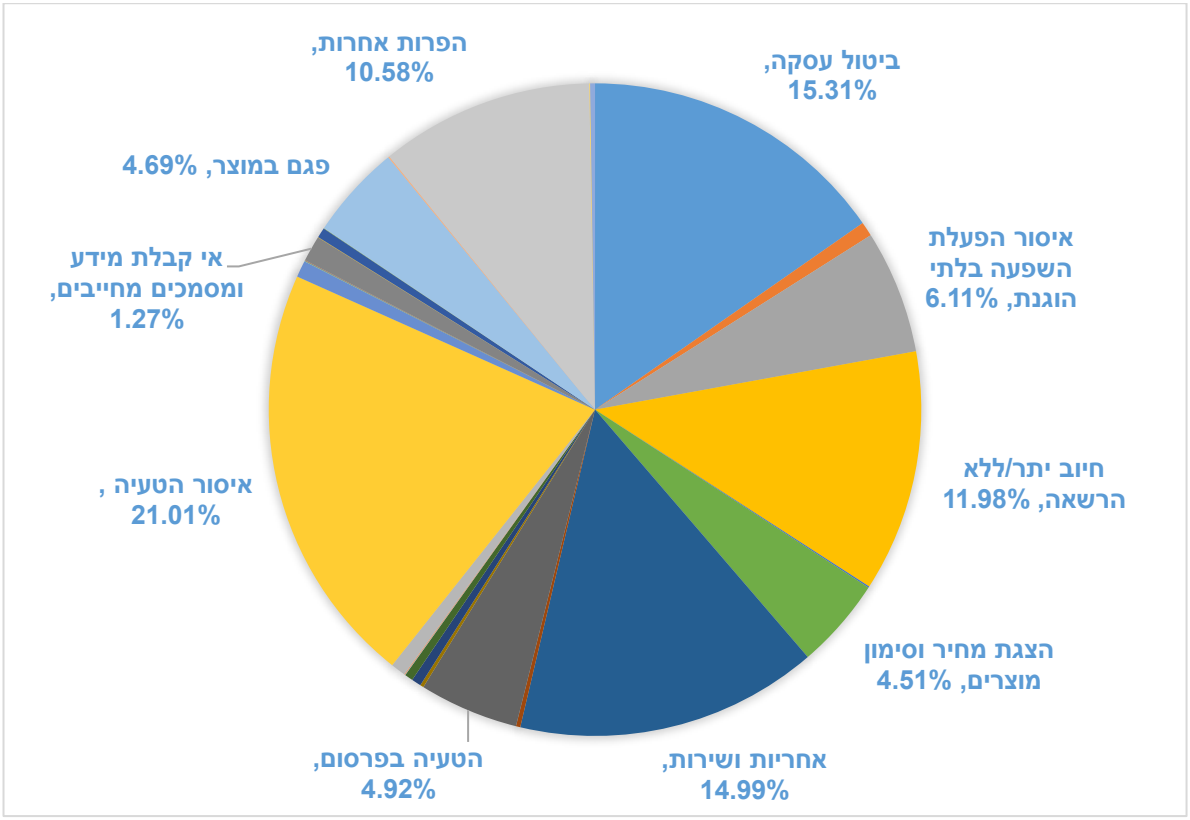
בשנת 2017 התקבלו ברשות 6076 פניות צרכנים. מניתוח התפלגות הפניות עולה כי התחומים המובילים בפניות הם: תקשורת- המהווה את נתח הפניות הגדול ביותר ועומד על רבע מהיקף הפניות, אחריו ריהוט וציוד לבית, המהווה כחמישית מסך הפניות. ניתוח העילות המרכזיות לפניות מעלה כי למעלה מ- 25% מהפונים התלוננו על הטעיה, וכ- 15% התלוננו על סוגיות הכרוכות באחריות ושירות, וכ- 15% התלוננו על סוגיות הכרוכות באי ביטול העסקה.

במהלך שנת 2017 החלה הרשות להשתמש בטופס ממוחשב לקליטה, מיון ואפיון פניות. המערכת סייעה לצרכנים להגיש פנייה איכותית, ולהנחות אותו בדרך הגשתה. כמו כך המערכת מסייעת לרשות לתת מענה מהיר וממוקד יותר, ולייצר מסד נתונים רחב יותר לניתוח תופעות, אוכלוסיות, מאפייני פניות ופונים וכיו"ב.

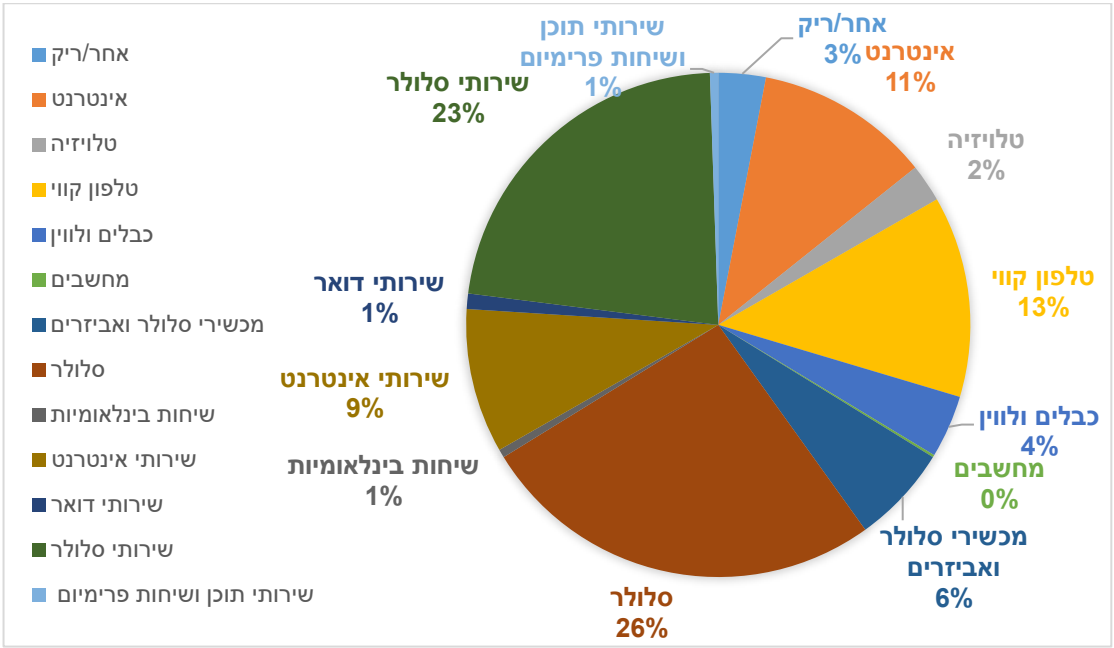
פילוח לתחומים



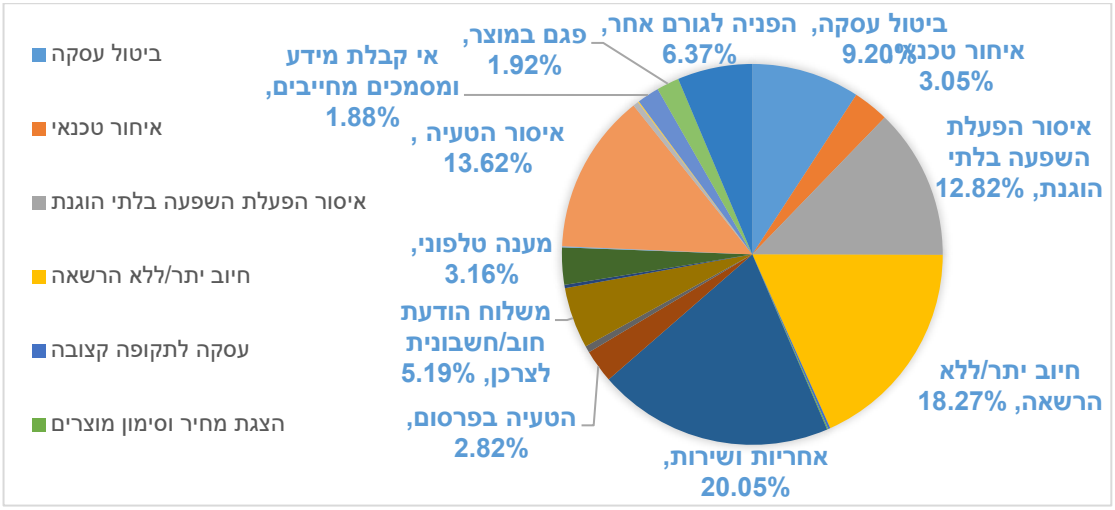
פניות בחלוקה להפרות (פניות באחוזים אפסיים נוטרלו למען הנוחות)



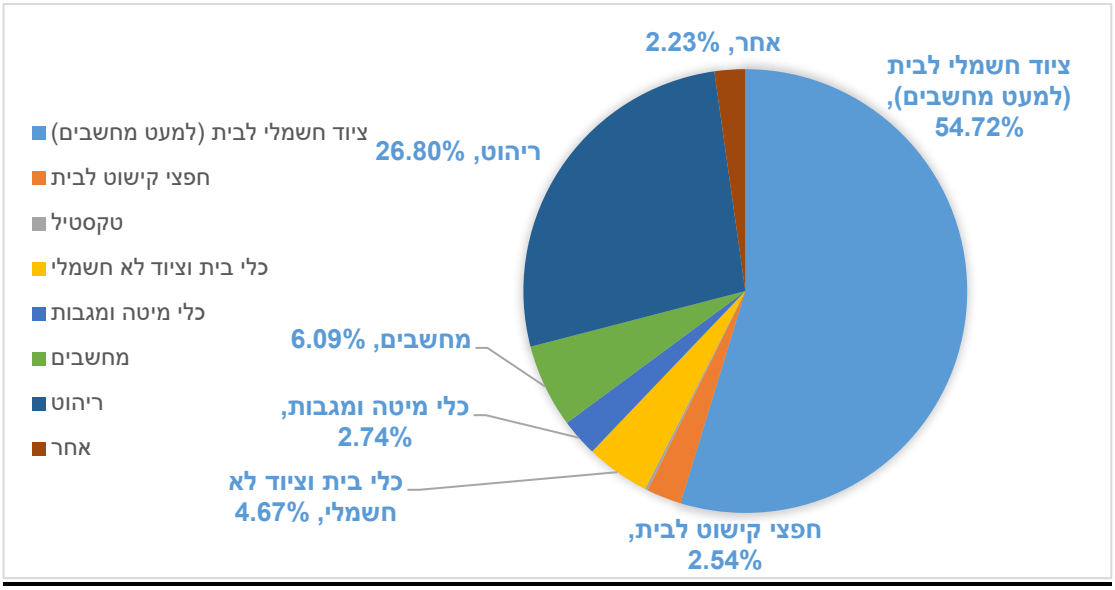
תלונות בנושא תקשורת-חלוקת משנה



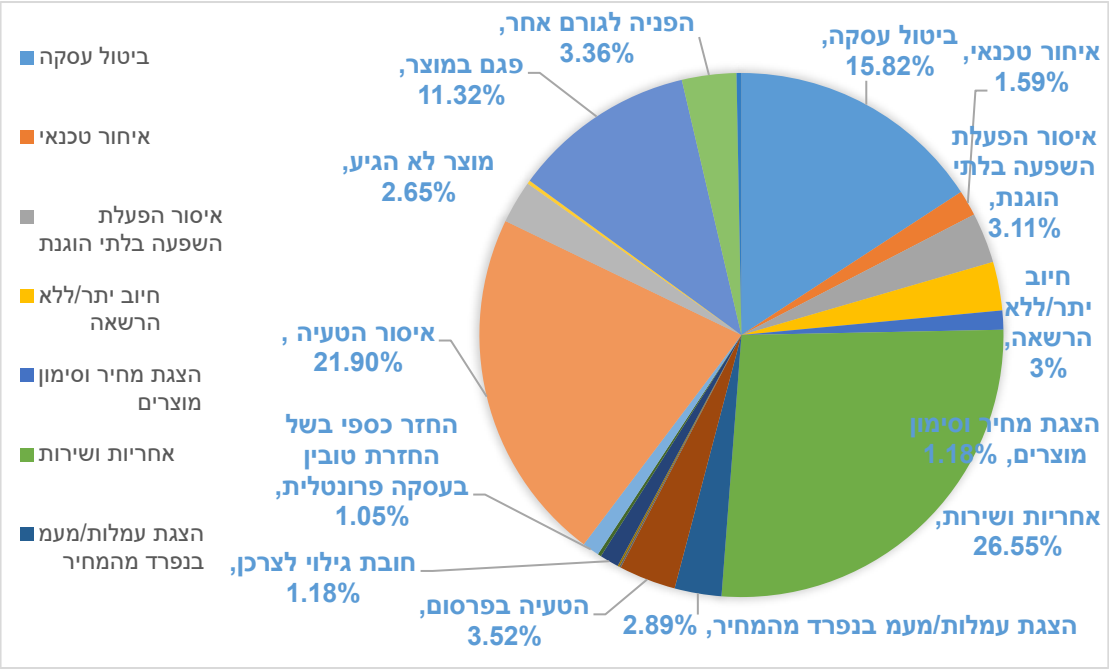
תלונות בנושא תקשורת-חלוקה להפרות (תלונות באחוזים אפסיים נוטרלו למען הנוחות)



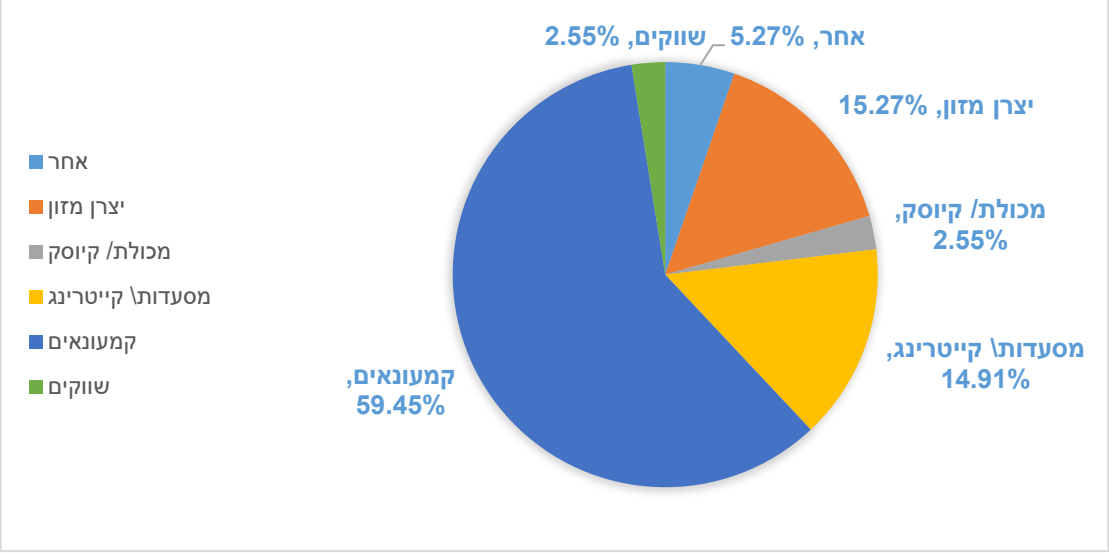
תלונות בנושא ריהוט, ציוד לבית ומחשבים - חלוקת משנה (תלונות באחוזים אפסיים נוטרלו למען הנוחות)



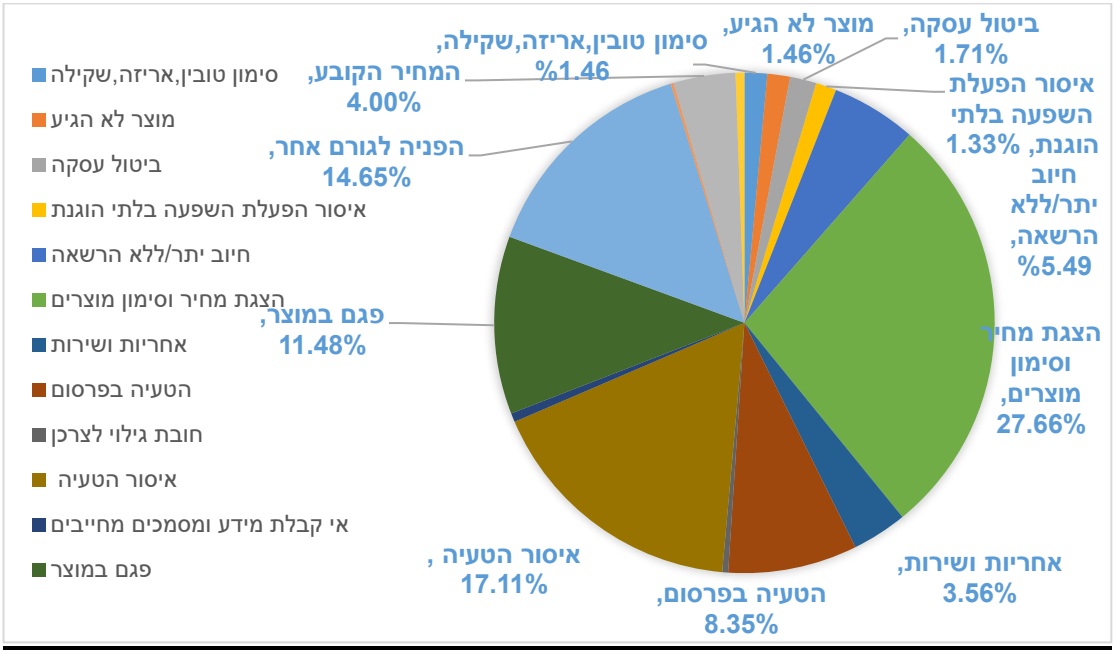
תלונות בנושא ריהוט, ציוד לבית ומחשבים- חלוקה להפרות (תלונות באחוזים אפסיים נוטרלו למען הנוחות)



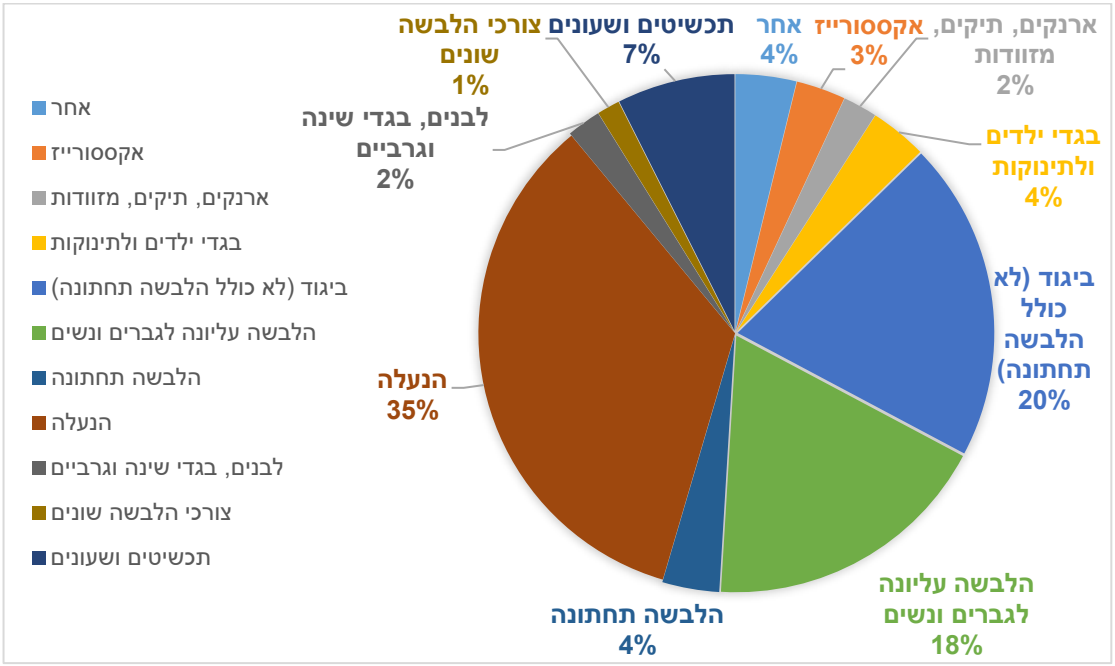
תלונות בנושא מזון-חלוקת משנה



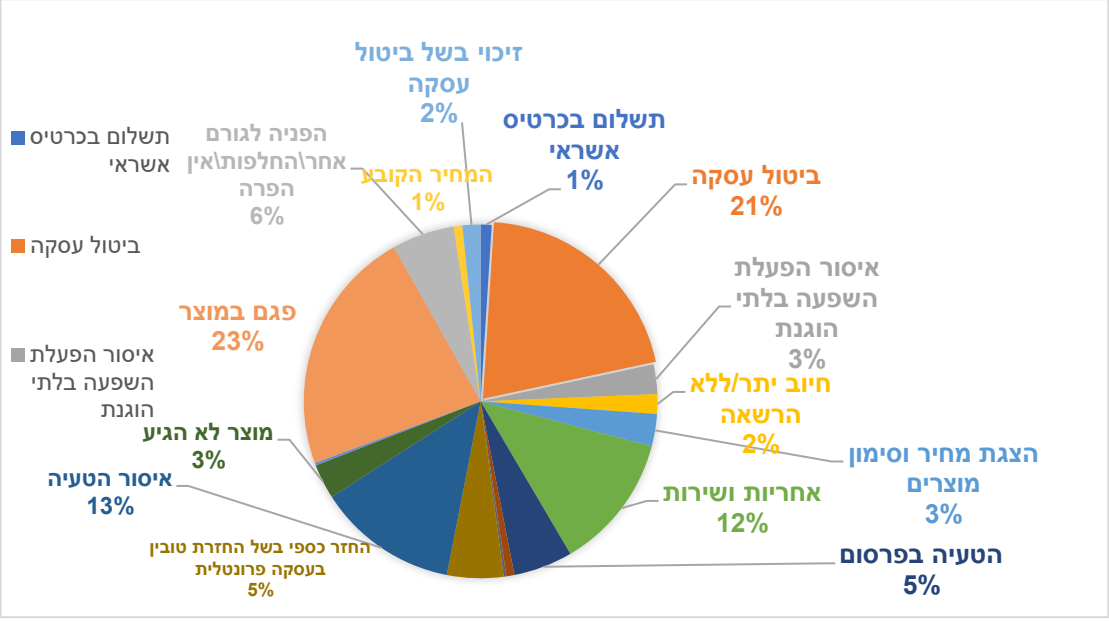
תלונות בנושא מזון-חלוקה להפרות (תלונות באחוזים אפסיים נוטרלו למען הנוחות)



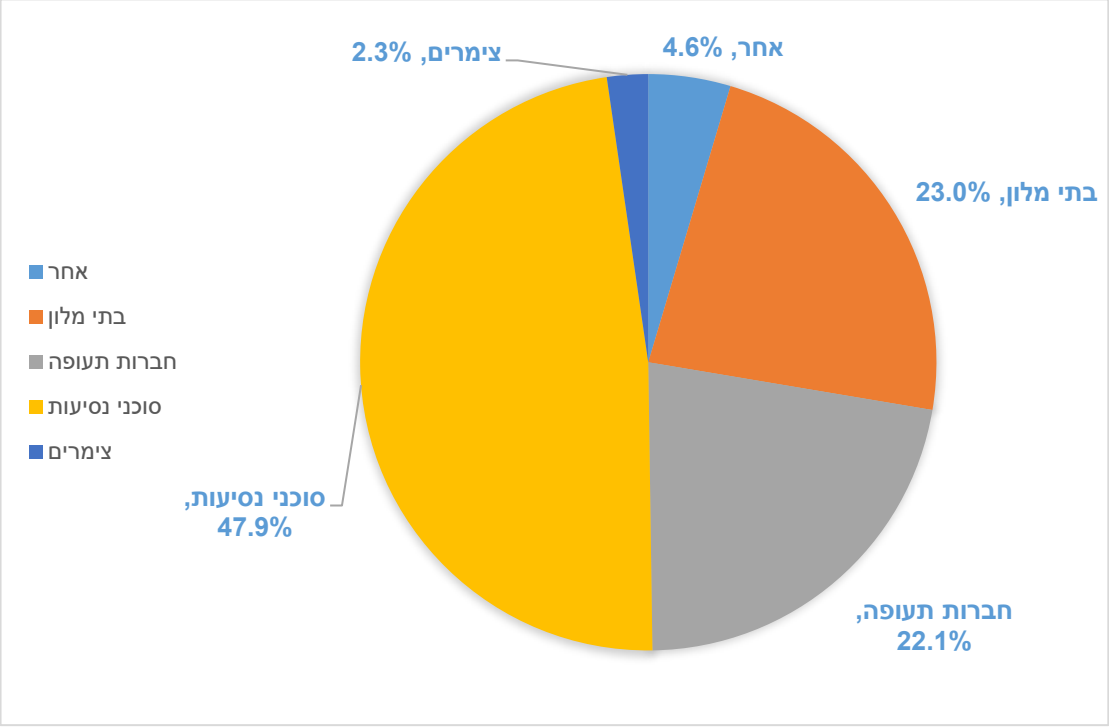
תלונות בנושא הלבשה הנעלה ואקססוריז-חלוקת משנה



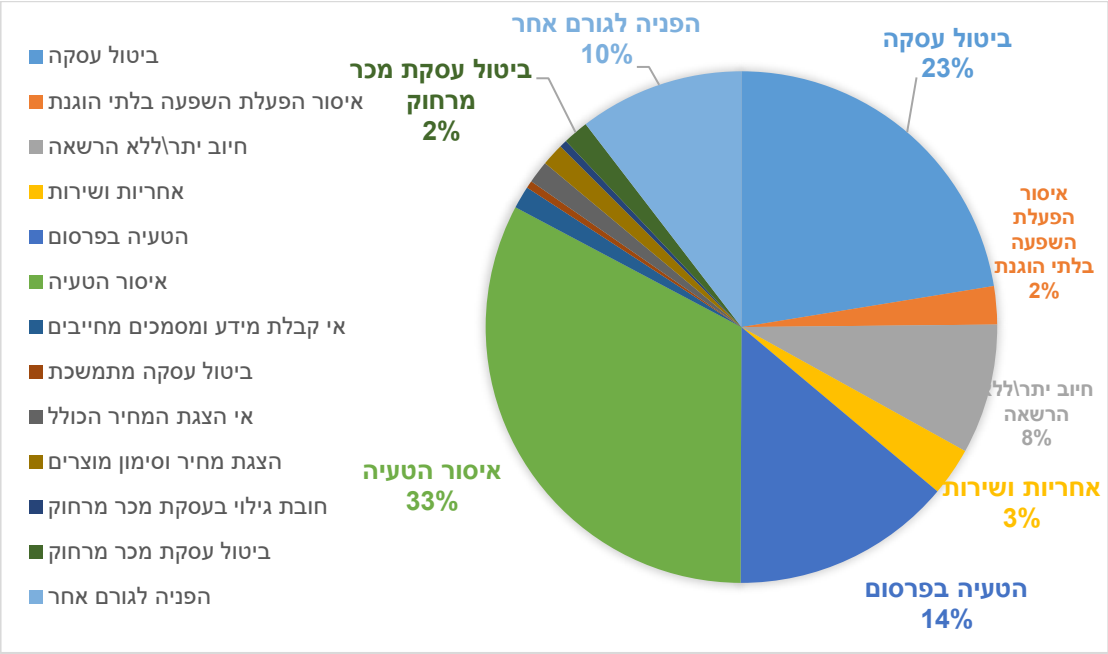
תלונות בנושא הלבשה הנעלה ואקססוריז- חלוקה להפרות



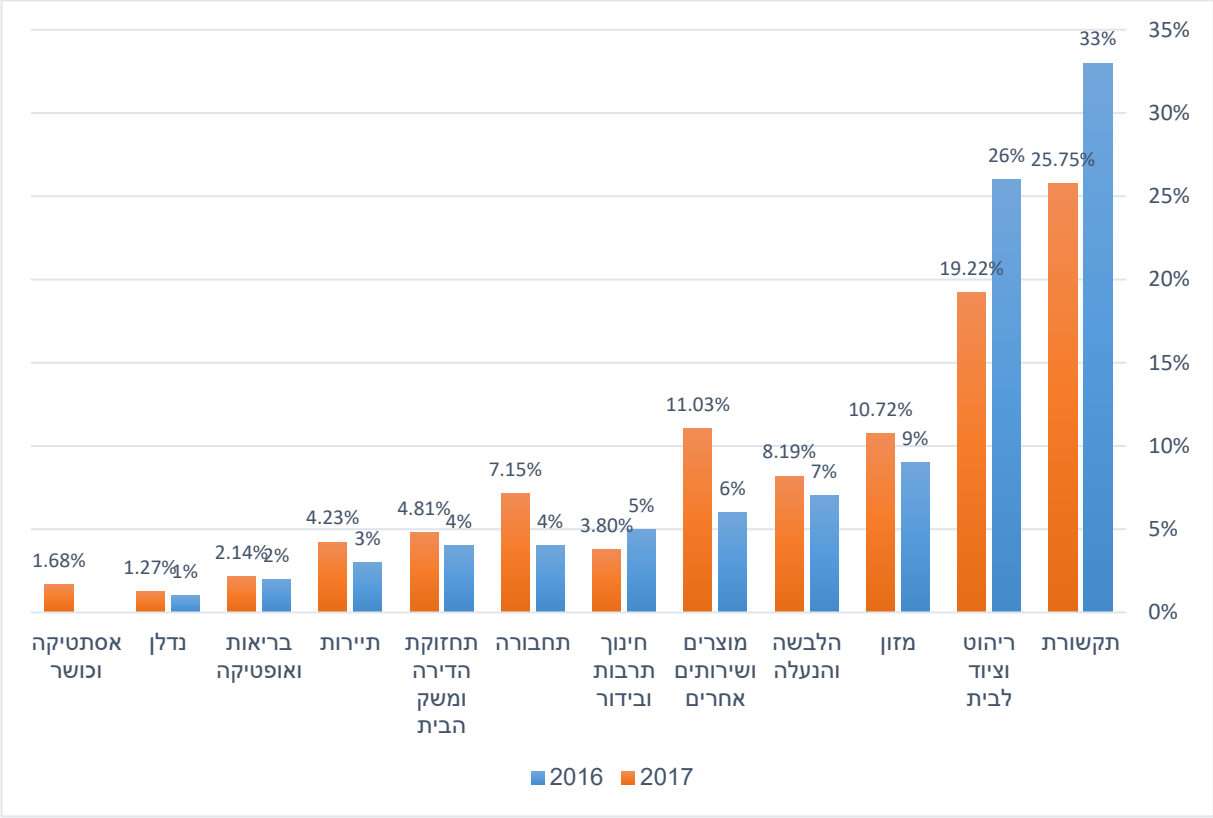
תלונות בנושא תיירות- חלוקת משנה



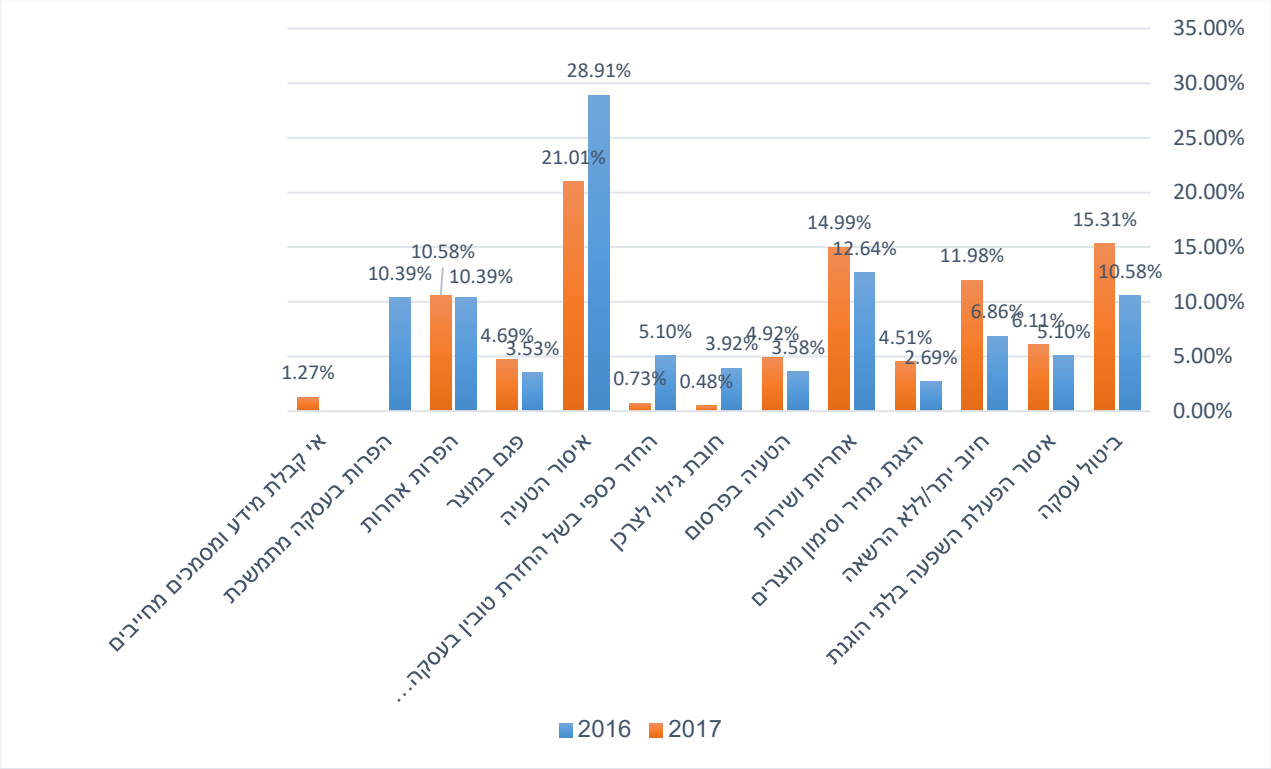
תלונות בנושא תיירות- חלוקת להפרות (תלונות באחוזים אפסיים נוטרלו למען הנוחות)



פילוח לתחומים- השוואה גרפית 2016-2017



פילוח ע"פ הפרות מרכזיות -השוואה גרפית 2016-2017



חקיקה

תיקונים לחוק הגנת הצרכן שנכנסו לתוקף בשנת 2017:

תיקון מס' 48 – יום פרסום 1.8.16, כניסה לתוקף 1.6.17
חוק הפיקוח על שירותים פיננסיים (שירותים פיננסיים מוסדרים), התשע"ו -2016 -תיקון סעיף 39 לחוק הגנת הצרכן באופן שקובע כי הוראות חוק הגנת הצרכן לא יחולו על נותן שירותים פיננסיים כהגדרתו בחוק הפיקוח על שירותים פיננסיים)שירותים פיננסיים מוסדרים(, התשע"ו-2016". תיקון חוק הפיקוח על שירותים פיננסיים)ביטוח(- מס' 31 בחוק הפיקוח על שירותים פיננסיים).

תיקון מס' 49 – יום פרסום 10.1.17, כניסה לתוקף 10.1.17
בעקבות חוק להחלפת המונח מפגר (תיקוני חקיקה), התשע"ז-2017 בוצע תיקון עקיף לחוק הגנת הצרכן - בסעיף 3 לתוספת החמישי של חוק הגנת הצרכן, במקום המילה "מפגר" תבוא: "אדם עם מוגבלות שכלית-התפתחותית"

תיקון מס' 50 – יום פרסום 1.3.17, כניסה לתוקף 1.3.17
בעקבות חוק איסור הפליה במוצרים, בשירותים ובכניסה למקומות בידור ולמקומות ציבוריים (תיקון מס' 4) התשע"ז-2017, בוצע תיקון עקיף לחוק הגנת בצרכן: בסעיף2(א) לחוק הגנת הצרכן, נוסף סעיף קטן 3(א) בזו הלשון: המקום שאליו יסופק לצרכן הנכס או השירות, לרבות הספקה לאזור, כהגדרתו בתקנות שעת חירום (יהודה והשומרון – שיפוט בעבירות ועזרה משפטית), התשכ"ז-1967, כפי שהוארך תוקפן ותוקן נוסחן בחוק, מעת לעת.

תיקון מס' 51 – יום פרסום 3.4.17, כניסה לתוקף 3.10.17
סעיף 17ח לחוק הגנת הצרכן, הצבת מכשיר שקילה במכר טובין לפי משקל.

"קמעונאי גדול" – כהגדרתו בחוק קידום התחרות בענף המזון, התשע"ד-2014.
(ב) עוסק שהוא קמעונאי גדול ומציע למכירה טובין לפי משקל שלא ניתן לגביהם שירות שקילה לפני התשלום בעדם יציב במקום עסקו מכשיר שקילה תקין אחד לפחות, ובלבד ששטח המכירה של מקום העסק הוא 300 מ"ר לפחות; מכשיר השקילה יוצב במקום גלוי ונגיש לצרכן וסמוך לטובין האמורים.
(ג) השר, באישור ועדת הכלכלה של הכנסת, רשאי לקבוע סוגי עוסקים נוספים שיחולו עליהם הוראות סעיף קטן (ב), וכן הוראות לעניין סוגי מכשירי שקילה שיוצבו בהתאם להוראות אותו סעיף קטן.

תיקון מס' 52 – 26.7.17, כניסה לתוקף 26.11.17
הוספת סעיף 14ט לחוק הגנת הצרכן - דרכי ביטול עסקה וחובת גילוי -
בהודעת הביטול יפרט הצרכן את שמו ומספר הזהות שלו, ואם הודעת הביטול נמסרת בעל פה יהיה עליו לכלול גם פרט מזהה נוסף אם סוכם על כך בין העוסק ובין הצרכן בעת ההתקשרות. שר הכלכלה והתעשייה יהיה רשאי לקבוע בתקנות פרטים נוספים שהצרכן ימסור לעוסק בהודעת הביטול. לעניין חובות גילוי של עוסק, מוצע לקבוע כי על עוסק העומד להתקשר עם צרכן לגלות לו, בכתב, לא יאוחר ממועד הספקת הטובין או השירותים, את דרכי הביטול והפרטים הנוגעים לאופן מסירת הודעת הביטול.
כגון כתובת מקום העסק, מספר הטלפון וכתובת הדואר האלקטרוני. כמו כן, העוסק יגלה לצרכן במועד זה את הפרטים שעליו לכלול בהודעת הביטול. העוסק יידרש לגלות לצרכן את המידע האמור גם בכל חשבונית, קבלה או הודעת תשלום הנשלחת לצרכן, ולגבי עסקה לתקופה קצובה שלא נדרשת לגביה הסכמה מפורשת של הצרכן להמשך ההתקשרות – גם בהודעה על מועד סיום העסקה.
אם יש לעוסק אתר אינטרנט, הוא יידרש לפרסם את המידע האמור גם באתר, כמפורט בהסדר המוצע. על העוסק להציג את כל פרטי המידע שהוא נדרש לגלות לצרכן כאמור בסמוך זה לזה, בהבלטה מיוחדת ובאותיות ברורות וקריאות.

תיקון מס' 53 – יום פרסום 7.8.17, כניסה לתוקף 7.12.17
הוספת סעיף 16א לחוק הגנת הצרכן - שינוי תכנית הטבות לצרכן או סיומה -
הסדר חדש לעניין סיום תכנית הטבות או שינוי בתנאיה שעניינו צמצום בהטבות או בזכויות לפי התכנית, בערכן, באפשרות מימושן או במשך התקופה שבה ניתן לממשן. לעניין זה, מוצע להבחין בין תכנית הטבות לתקופה בלתי קצובה לבין תכנית הטבות לתקופה קצובה. לפי המוצע, עוסק המפעיל תכנית הטבות, לתקופה בלתי קצובה לא יהיה רשאי לערוך שינוי כאמור בתכנית או לסיימה אלא לאחר שהודיע לצרכן על פרטי השינוי בתכנית או על סיומה שלושה חודשים לפחות לפני כניסת השינוי לתוקף או מועד הסיום. לגבי תכנית כאמור המאפשרת לצרכן לצבור הטבות או זכויות במהלך תקופת חברותו בתכנית, מוצע לקבוע מועד מוקדם יותר למתן הודעה כאמור, כך ששינוי התכנית או סיומה יהיו טעונים מתן הודעה לצרכן בין שמונה לתשעה חודשים בטרם כניסת השינוי לתוקף או סיום התכנית, לפי העניין.
נוסף על כך, לגבי תכנית מסוג זה, העוסק יהיה מחויב לאפשר לצרכן לממש את ההטבות או הזכויות שצבר בהתאם לתנאי התכנית כפי שהוסכמו עם הצרכן במועד הצטרפותו לתכנית. לעניין תכנית הטבות לתקופה קצובה, מוצע לאסור על עוסק לערוך שינוי בתכנית או לסיימה בטרם הסתיימה התקופה הקצובה, וכן לחייבו להודיע לצרכן, בין ארבעה לחמישה חודשים לפני תום התקופה הקצובה, על מועד סיום התקופה ועל אפשרותו לממש את ההטבות או את הזכויות לפני תום התקופה. הודעות לפי ההסדר המוצע יישלחו לצרכן בדואר, בדואר אלקטרוני או במסרון, לפי בחירתו של הצרכן, ובלבד שהצרכן מסר לעוסק את הפרטים האמורים במועד הצטרפותו לתכנית ההטבות.

הנחיות ממונה

הנחיות ממונה מהוות קריאת כיוון לגורמי הרשות כיצד ליישם את הוראות החוק עליהן הרשות אמונה. הן גם בעלות השפעה עקיפה לאסדרת השוק, אם כי ברור שבית המשפט הוא הגורם המוסמך האולטימטיבי לקבוע מה אומר הדין.

בשנת 2017 הוציא הממונה את ההנחיות האלה (תוכנן המלא מצוי לעיון הציבור באתר הרשות):

- הנחייה בעניין חוק הגנת הצרכן (תיקון 51) – הצבת מכשיר שקילה במכר טובין לפי משקל
- הנחייה בעניין חובת גילוי פרטים לעניין המקום בו עוסק אינו מספק נכס או שירות
- הנחייה בעניין פרסום בענף המלונאות – "מחיר ליחיד בחדר זוגי"
- הנחייה בעניין חוק הגנת הצרכן (תיקון 52) – דרכי ביטול עס"ה וחובת גילוין
- הנחייה בעניין חוק הגנת הצרכן (תיקון מס' 53) - שינוי תכנית הטבות לצרכן או סיומה

הליכים משפטיים

תיקים פליליים שהסתיימו

ת"פ 11048-12-15 הרשות להגנת הצרכן ולסחר הוגן נ' סופר דיל פלוס בע"מ ואח'

ביום 31.10.17 הורשעה חברת סופרדיל פלוס בע"מ, מנכ"ל החברה ומנהלת מחלקת המכירות בחברה, על פי הודאתם במסגרת הסדר טיעון, בעבירות רבות ושונות על הוראות חוק הגנת הצרכן הנוגעות לעסקאות של מכר טלפוני, אשר בוצעו בין השנים 2012 – 2014. זאת, בתום הליך גישור פלילי בפני בית משפט השלום בפתח תקוה

על פי המפורט בכתב האישום שהוגש ע"י הרשות, שכלל 13 פרשיות, חברת סופר דיל פלוס בע"מ פעלה במועדים הרלבנטיים בתחום השיווק הטלפוני – טלמרקטינג. במשך תקופה ארוכה נהגה החברה לקשור צרכנים, ביניהם קשישים, בעסקאות מכר מרחוק באמצעות הטלפון, תוך ביצוע הטעיות צרכניות בניגוד לסעיף 2 לחוק, ובשני מקרים קשרה החברה לקוח בעסקאות תוך ניצול חולשתו השכלית של הצרכן, בניגוד לסעיף 3 לחוק (בנוסחו הרלבנטי). כמו כן, החברה לא גילתה בניגוד לדין פרטים כנדרש בעסקאות של מכר טלפוני, בניגוד לסעיף 14ג לחוק.

החברה עצמה, סופר דיל פלוס בע"מ, הודתה והורשעה בביצוע העבירות עצמן. מנהלי החברה, הודו והורשעו בכך שלא פיקחו על הנעשה די הצורך, ולא עשו כל שביכולתם על מנת למנוע את העבירות שבוצעו.

בגזר הדין שניתן ביום 28.11.17 בית המשפט אימץ את הסדר הטיעון, והטיל על הנאשמים עונשים תקדימיים, המבטאים החמרה הדרגתית אך ממשית ברף הענישה. בית המשפט הדגיש את החומרה הכרוכה במעשים שבכתב האישום ואת הפגיעה בערכים החברתיים המשמעותיים וביניהם ההגנה על האוטונומיה של הפרט, על רווחתו ועל קניינו. עוד הוסיף בית המשפט כי רכיב מרכזי העומד ביסוד חוק הגנת הצרכן הינו הצורך בצמצום פערי הכוח בין עוסקים לבין צרכנים ושמירה על הגינות מסחרית ותקינות חיי המסחר. בית המשפט ציין כי נקבע לא פעם, כי ההנחה העומדת בבסיסו של חוק הגנת הצרכן הינה כי רק בהינתן מידע מלא והוגן הצרכן יכול לכלכל את צעדיו והתקשר בעסקה מיטבית.

בית המשפט קבע: **".. ברי כי נדרשת במקרה זה ענישה ממשית, מוחשית, מרתיעה ומציבת גבול, הן בהיבט של הנאשמים שבפני והן בהיבט של עוסקים אחרים בתחום זה."**.

עוד ציין כי: **"נקודת מבט נוספת חיצונית מצביעה על כך שמדובר בסופו של יום בעבירות כלכליות, המחייבות סנקציה כלכלית מרתיעה ואשר נועדה לאיין את הכדאיות הכלכלית של ביצוע עבירות."**.

הוטלו העונשים הבאים:

א. על החברה - קנס כספי בסך של 750,000 ₪.
ב. על מנכ"ל החברה - קנס כספי בסך של 250,000 ₪ או 10 חודשי מאסר תמורתם.
ג. על מנהלת מחלקת המכירות - הוטל קנס כספי בסך 150,000 ₪ או 6 חודשי מאסר תמורתם.

<u>ת"פ 5365-05-16 הרשות להגנת הצרכן ולסחר הוגן נ' בנימין שאול</u>

ביום 7.11.17 הנאשם בתיק זה הורשע על פי הודאתו, **בעבירות של הטעיה בפרסום בנסיבות מחמירות** וכן באי התייצבות בפני חוקרי הרשות, במסגרת הסדר טיעון אליו הגיעו הצדדים בתום הליך גישור בפני כבוד השופט שמאי בקר מבית משפט השלום בת"א.

עניינו של כתב האישום שהוגש ע"י הרשות הוא בריבוי עבירות של הפצת פרסום מטעה שנעשה באמצעות חלוקת מגנטים, בו פורסמו בעלי מקצוע שונים כאשר בראש הפרסום הוצג מצג כוזב כי האמור ב "בעלי מקצוע שנבדקו על ידי המועצה לצרכנות", וכאשר מאחורי אותם בעלי מקצוע עמד הנאשם. בנוסף, כתב האישום כלל גם עבירות של אי התייצבות בפני חוקרי הרשות.

בגזר הדין, תיאר בית המשפט את העבירות, כאשר מתיאור זה עולה כי בית המשפט מכיר בכך שהתקיימו עבירות פליליות לכל דבר ועניין בתיק זה, כי הפרסום כלל מצג כוזב וכי הנאשם התחמק מלבוא ולהיחקר וצוין ע"י בית המשפט: **"ולא טוב הדבר בעיני בית המשפט, ענין פלילי הוא ללא ספק"**.

על הנאשם הוטלו העונשים הבאים:

א. מאסר על תנאי למשך חודשיים בגין עבירות של הטעיית צרכן בפרסום.
ב. התחייבות בסך 10,000 ₪ שלא להטעות צרכנים בפרסום או בכלל, למשך 24 חודשים מהיום. אם יסרב לחתום, ייאסר ליומיים.
ג. קנס בסך של 1,500 ₪ או שבוע מאסר תמורתו.

<u>ת"פ 9300-05-17 הרשות להגנת הצרכן ולסחר הוגן נ' אופטיקנה האופטיסטור הראשון בע"מ</u>

ביום 4.2.18 בית משפט השלום בפתח תקוה הרשיע את חברת אופטיקנה, על פי הודאתה, בביצוע **פרסום מטעה לצרכנים**.

על פי המפורט בכתב האישום שהוגש ע"י הרשות, אופטיקנה יצאה בקמפיין פרסומי ובו פורסם כי ניתן לרכוש באופטיקנה משקפי ראיה כולל מסגרות ועדשות במחיר של 299 ש"ח. אך אופטיקנה לא ציינה בפרסומות כי הרכישה הייתה מוגבלת לעדשות עד מס' 6 וצילינדר עד מס' 2, פרט שהינו מהותי בעסקה ובכך יצרה מצג כוזב לצרכנים.

הנאשמת הודתה במסגרת הסדר טיעון, בו תוקן כתב האישום המקורי בכך שבעליה של אופטיקנה וכן נאשמת נוספת נמחקו מכתב האישום וחתמו על התחייבות לפי סעיף 28 לחוק הגנת הצרכן להימנע מביצוע העבירות נשוא כתב האישום, בליווי ערבויות בנקאיות.

בית המשפט תיאר את המעשה הפלילי ואת ההטעיה הצרכנית וציין כי במעשיה אלו: **"עלולה הייתה להטעות צרכן בעניין מהותי בעסקה בנסיבות מחמירות כאשר הפרסומות המתוארות הופנו למספר רב של צרכנים."**.

בית המשפט ציין כי: "**אציין כי הוראות חוק הגנת הצרכן מחייבות כי בימ"ש יאכוף הדין על אלה הפוגעים בכלל הצרכנים ויקפיד הקפדה יתרה על הגילוי הנאות ומניעתם.".**

גזר הדין – על הנאשמת הוטל עונש קנס בסך 150,000 ₪.

תיקי ערעורים מנהליים על עיצומים כספיים שטופלו בשנת 2017 (בחלוקה לנושאי ההפרות)

כללי –

בשנה זו הסתיימו 20 ערעורים מינהליים - 15 בנושא הצגת המחירים, 2 בנושא הטעיית הצרכן, 3 אי אספקת שירות טלפוני חינם.

אף ערעור כנגד הרשות לא התקבל ולא נקבעה קביעה פוזיטיבית כי העיצומים שהוטלו הוטלו שלא כדין ההיפך מכך – בפסקי הדין צוין כי הרשות פעלה כדין, בסבירות ובהגינות ולשם הגשמת תכלית החוק ותכליתה של האכיפה המינהלית. בחלק מן המקרים בוצעו הפחתות של סכומי העיצומים הכספיים ובחלק מן המקרים, בהסכמי פשרה ובחלקם במשיכת הערעור ע"י המערערים בהמלצת בית המשפט.

<u>עיקרי הפסיקה בערעורים</u>

<u>הפרות על סעיף 17ב לחוק - אי הצגת מחירים כדין ו/או הטעיות בנושא הצגת המחירים (הבדל מדף-קופה):</u>

.

בתי המשפט חזרו על הקביעות כי כל מוצר לגביו לא קיימת הצגת מחיר הינה הפרה נפרדת שבגינה ניתן, עקרונית ועל פי לשון החוק, להטיל עיצום כספי. עוד נקבע כי הרשות פעלה כדין בכך שלא שלחה התראה מינהלית חלף העיצום הכספי שהוטל בפועל, הודגשה החשיבות שהצגת מחירים על כל מוצר בחנות וכן על כל מוצר הנמצא בחלונות הראווה, מתוך מטרה לצמצם את פערי המידע בין העוסקים לצרכנים וליצור צרכנות הוגנת וראויה וכי ככלל אין לקבלת טענה כללית של טעות אנוש לעניין אי הצגת מחיר.

בהקשר זה, חשובים דבריו של כבוד בית המשפט המחוזי, מפי כבוד השופט דניאל טפרברג, שנכתבו במסגרת החלטתו שלא להיעתר לבקשת רשות ערעור ברע"א 33172-02-17 **כל בו חצי חינם נ' מדינת ישראל**, אשר הוגשה ע"י רשת חצי חינם על פסק דינו של בית משפט השלום (אשר דחה את ערעורה של רשת חצי חינם) ושם קבע כבוד בית המשפט:

> **"נקודת המבט של הצרכן, היא על אותו מוצר בודד אותו הוא מעוניין לרכוש ואין נפקא מינה לכך, שבהרבה מוצרים אחרים לא התקיימו הפרות. מבחינתו של הצרכן דין מוצר אחד העומד לנגד עיניו כדין מאה מוצרים.".**

כן חוזרת על עצמה האמירה העקרונית כפי שבאה לידי ביטוי בדבריו של בית משפט השלום בבאר שבע, ב- עש"א 70618-11-16 **אובל אינדורס דלתות בע"מ נ' הרשות להגנת הצרכן ולסחר הוגן**:

> **"נמצאנו למדים, כי על המערערת כ"עוסק" (ראה הגדרת המונח בסעיף 1 לחוק), חלה חובה להציג על כל מוצר המוצע למכירה את מחירו המלא, לרבות על הטובין המוצגים על ידה לראווה "בכל דרך שהיא".**
>
> **בהקשר זה מקובלת עליי טענת המשיבה לפיה, בשל פערי המידע הקיימים בין העוסקים לצרכנים, נזקק המחוקק לקביעת הוראה דיכוטומית וקוגנטית שאינה מאפשרת מרחב פרשני אחר, זולת הצגת מחיר מלא על גבי כל מוצר, על מנת לאפשר לצרכן לבצע הליך קנייה מושכל, עת כלל הנתונים פרוסים בפניו באופן זמין ונהיר...**
>
> **העדר הצגת מחיר על מוצר מסוים, פוגם בזכותו הצרכנית של רוכש פוטנציאלי לערוך השוואה בת מימוש בין מוצרים שונים, או אף לשקול היתכנות רכישת מוצר מסוים ששבה את ליבו, אך אינו יודע האם כיסו יוכל לסייע במימוש תאוותו.**

יתר על כן. לעיתים, אפשר שהעדר הצגת מחיר על מוצר יוביל את הצרכן להיכנס לתוככי החנות על מנת לבדוק מחירו, אלא שאז יגלה כי מחירו איננו שווה לכל נפש, ואילו היה יודע כן לא היה שם פעמיו לעבר החנות."

כן ראוי להביא את קביעותיו של בית משפט השלום בירושלים ב- עש"א 22326-03-16 **רשת חנויות רמי לוי שיווק השיקמה 2006 בע"מ נ' מדינת ישראל**:

"לפי לשונו הפשוטה של החוק די במוצר אחד שלא סומן כדי שיוטל עיצום כספי, בלי קשר לשאלה כמה מוצרים נמכרים בחנות, והאם יש מוצרים נוספים מאותו סוג בדיוק, או מאותה קטגוריה, אשר מחירם לא הוצג כראוי. יש בכך כדי להביא לידי ביטוי עמדה חדה וברורה של המחוקק לפיה יש להקפיד קלה כבחמורה בעניין סימון המחירים."

וכן כי:

"ואילו ההוראה בדבר חובת ציון המחירים על המוצרים שבמדף נועדה לאפשר ללקוח להחליט מראש באופן מושכל איזה מוצר לרכוש.".

כמו כן, בתי המשפט חזרו על הקביעות כי הרשות נהגה בסבירות ובהגינות בעת הטלת העיצומים.

בהקשר זה יפים דבריו של בית המשפט ב- עש"א 20481-01-16 **ספיר ד.ן. קמעונאות בע"מ נ' הרשות להגנת הצרכן ולסחר הוגן**:

"הממונה, לא החמיר על המערערת כי אם הפחית באופן משמעותי את העצום הכספי שנימצא מידתי ובמתחם הסבירות ואין להתערב בו ולהפחית ממנו."

ובפסק הדין בפרשת אובל המצוטטת לעיל:

"לא הוכח בפניי כי החלטה הממונה אינה סבירה ומדתית. ההיפך הוא הנכון: התרשמתי כי הממונה פעל כפי הוראות הדין, ותגובתו המפורטת ביחס לטענות המערערת תעיד כי נתן דעתו לכלל טיעוניה, תוך פירוט הנימוקים ששימשו יסוד להיקף העיצום אשר הושת."

כן חזרה על עצמה הקביעה כי הרשות פעלה כדין להגשמת תכליתה של האכיפה המינהלית שמטרתה ליצור הרתעה כלכלית אמיתית, ויפים דבריו של בית המשפט ב- עש"א 28846-08-16 א.ב.א. **ויקטורי חברה לניהול ואחזקות בע"מ נ' מדינת ישראל**:

"המערערת טענה כאמור כי החלטת הממונה, הן בנוגע לעצם הטלת העיצום והן בנוגע לשיעורו, אינה מידתית ואינה סבירה. איני סבור כך.

חוק הגנת הצרכן הסמיך את הממונה להטיל עיצום כספי לשם "כפיית ציות להוראות הדין, מניעה ישירה של ההפרה והרתעה של הפרט באמצעות שלילת התמריץ הכלכלי להפרה.... היקף ההפרות ופרישתן, כשהם לעצמם, מצדיקים להימנע מהתערבות בהחלטת ממונה העיצומים לעשות שימוש בסמכות שניתנה לו להטיל על המערערת עיצום כספי, וזאת לשם הגשמת תכלית החוק שעליה אמונה הרשות.".

וכן דבריו של בית המשפט ב- עש"א 47303-02-16 **שדרת המעצבים נ' הרשות להגנת הצרכן ולסחר הוגן**:

"בחינת החלטת המשיבה מצביעה על כך כי פעלה בהתאם לסמכותה שבחוק ובתקנות ובהפעלת שיקול דעת נכון."

הפרות של סעיף 2 לחוק - הטעיה בפרסומת – אופטיקה הלפרין

בחודש נובמבר 2015 הרשות להגנת הצרכן ולסחר הוגן הטילה עיצומים כספיים משמעותיים על רשת אופטיקה הלפרין בע"מ בגין הטעיית הצרכנים בפרסומות, בניגוד להוראות חוק הגנת הצרכן. העיצומים הוטלו ע"י הרשות להגנת הצרכן ולסחר הוגן בגין כך שבחודשים ינואר-פברואר 2015 רשת אופטיקה הלפרין יצאה במסע פרסום לשיווק משקפי ראיה, בו נכתב באותיות גדולות במיוחד: **"כל משקפי הראיה 50 ₪"**. בפועל, לא ניתן היה לרכוש בחנויות הרשת משקפי ראיה במחיר של 50 ₪, שכן המחיר התייחס רק למסגרות. אם צרכן ביקש ליהנות ממחיר של 50 ₪ (למסגרת) היה עליו לרכוש עדשות ראיה בחנויות הרשת במאות שקלים ולאחר מכן לבחור מסגרת בעלות נוספת של 50 ₪ מתוך מגוון מצומצם של מסגרות. בפרסומת צוין כיתוב נוסף באותיות קטנות יחסית, כי: **"כל מסגרות המשקפיים שמחירם עד 800 ₪ כלולים במבצע. המבצע תקף ברכישת עדשות."** בחלק מן הפרסומות אף נכתב: **"לא תמצאו אותיות קטנות, אין יוצא מהכלל!"**, וגם כי: **"משקפיים זה מוצר צריכה בסיסי."**.

על הטלת העיצומים ערערה רשת אופטיקה הלפרין לבית משפט השלום בירושלים (עש"א 57740-12-15), אשר קיבל את הערעור, וקבע שהפרסומות לא יצרו הטעיה כלשהי, בין היתר כיוון שקריאה כוללת של הפרסומות מגלות את מהותו האמיתי של המבצע. עוד בית המשפט קבע כי היקף ההתערבות של בית המשפט בערעור מסוג כזה הינו רחב יותר מאשר בערעור מינהלי.

על פסק דינו זה של בית המשפט הנכבד הגישה הרשות להגנת הצרכן בקשת רשות ערעור לבית המשפט המחוזי בירושלים (רע"א 48287-09-16)

בפסק דינו מיום 17.7.17, הורה בית המשפט המחוזי, בהמשך להסכמת הצדדים, כי פסק הדין של בית משפט השלום מבוטל, על כל הקביעות המופיעות בו.

בכך בוטלו כל קביעותיו של בית משפט השלום, לרבות קביעתו כי אין האמור בהטעיית הצרכנים. בכך נעשה צעד חשוב לטובת הצרכנים במדינת ישראל אשר לא ייחשפו לאמירות מרכזיות מטעות בפרסומות, מסרים סותרים, ולאותיות קטנות אשר מגלות את המבצע האמיתי שמאחורי הכותרות.

הפרות של סעיף 2 לחוק – הטעיה בהקטנת אריזות מוצרי ה"ביסלי"

בית משפט השלום בירושלים, מפי כב' השופטת מרים ליפשיץ-פריבס, דחה את ערעורה של חברת אסם השקעות בע"מ שהוגש על החלטת הרשות להגנת הצרכן ולסחר הוגן להטיל עליה עיצום כספי בסך 864,000 ₪ בגין הטעיה בנוגע לכמות המוצר במוצרי הביסלי (עש"א 37481-12-15 **אסם השקעות בע"מ נ' הממונה על העיצומים הכספיים ברשות להגנת הצרכן).**

בעקבות חקירה וביקורות שבוצעו ע"י הרשות להגנת הצרכן, ביום 8.3.15 הודיע ממונה העיצומים ברשות להגנת הצרכן לחברת אסם, על כוונתו להטיל עליה עיצום כספי בסך של 1,296,000 ₪, עקב כך שאסם הוציאה מוצר "ביסלי" (במגוון טעמים) בכמות מופחתת של 55 גרם, כאשר המוצר הקודם של חטיפי "ביסלי" היו במשקל 70-67 גרם, ולא גילתה את כמות ההפחתה במשקל (באחוזים, בגרמים או ברישום הכמות של המוצר הקודם) אלא רק ציינה על האריזה: "**משקל חדש**", כאשר האריזה נשארה בגודל דומה.

בית המשפט דחה את כל טענותיה של אסם וקבע כי אוסם הטעתה את הצרכנים בכך שלא ציינה פרטים מספיקים על גבי האריזה של המוצר החדש. עוד קבע בית המשפט כי האיסור בחוק הגנת הצרכן על הטעיה, נועד למנוע הטעיה בנוגע לכמות, מידה משקל וצורה של מוצר, ולא משנה אם המוצר הינו חדש לגמרי, נוסף או תחליפי, וכי: **"צריך להבטיח כי יובא בפני הצרכן מלוא המידע הרלוונטי**

למוצר החדש, על מנת שיהא בידו לשקלל את הנתונים, בהשוואה למוצר אחר מסוגו של המוצר החדש.".

עוד קבע בית המשפט כי אסם עצמה סברה ששינוי המשקל הינו עניין מהותי וציינה "משקל חדש". אך לא די בציון מילים אלו (אפילו בצירוף המשקל הרשום על האריזה באופן רגיל), שכן אוסם לא פירשה מה משמעות הכיתוב "משקל חדש", כדי הצרכן יוכל לקבל החלטה מושכלת בעת הקנייה, ובלשון כבוד בית המשפט: **"אין בידי הצרכן לידע אם הכיתוב "משקל חדש" בא ללמד על היותו גדול או קטן ממשקלו של המוצר הקודם."**. נקבע כי במקרה זה הפוטנציאל לטעויות גדול ומגוון, וצרכן עלול לטעות בטעות כזו או אחרת בשל חוסר בנתון מהותי לצורך הקנייה.

כמו כן, קבע בית המשפט כי הטלת העיצום הינו מידתי וסביר ונדחתה הטענה של אוסם כי היה להטיל עליה עיצום אחד בלבד, שכן הדבר יחטיא את מטרת האכיפה המנהלית שמטרתה להרתיע מפני ביצוע הטעיות והעיצום הכספי חייב להרתיע במיוחד במקרים בהם הייצור של המוצר המטעה הוא בהיקף של עשרות אלפי מוצרים.

עוד קבע בית המשפט כי כאשר עסקינן באכיפה מנהלית לפי חוק הגנת הצרכן עקב הטעיה, די בכך שהעוסק ביצע מעשה ה"**עלול להטעות**" את הצרכן <u>ולא נדרשת הטעיה בפועל של צרכן</u>.

<u>הפרות של סעיף 18ב(א)-(ג) לחוק - אי אספקת שירות טלפוני חינם</u>

כמו כן, הסתיימו 3 ערעורים בעניין עיצומים כספיים שהוטלו על חברות הגז, שהוטלו בגין אי אספקת שירות טלפוני חינם בניגוד להוראות סעיף 18ב(א)-(ג) לחוק.

פעילות בקהילה – צרכנים ועוסקים

- שולחן עגול- הרשות יזמה וקיימה שולחן עגול עם המכון הישראלי לדמוקרטיה ובהשתתפות נציגים מהאקדמיה, לשיח וקידום רעיונות להגברת ציות העוסקים באמצעות תובנות התנהגותיות.

קמפיינים

קמפיין לעידוד צרכנות נבונה:

הרשות ביקשה להעביר מסר לצרכנים בדבר צרכנות נבונה, לשם כך עלתה בקמפיין בנושא ובתוכו איגדה טיפים לקנייה נבונה.
הטיפים כללו את זכויות הצרכנים המגיעות להם על פי חוק וכן מידע שיסיע בידם לבצע רכישה מושכלת תוך שקלול מכלול המידע.
בנוסף פנתה הרשות לצרכנים ועודדה אותם להגיש תלונה במקרה שנפגעו מעוסק.





הרשות להגנת הצרכן שומרת על הזכויות
הצרכניות שלכם ודואגת שיהיה לכם **סופר משתלם**.

אז ממה להיזהר? **מה שווה לכם לבדוק?**

קמפיין לעידוד שימוש באפליקציות להשוואות מחירים:

במסגרת המאבק ביוקר המחיה נקבע בחוק המזון ובתקנות קידום התחרות בענף המזון (שקיפות מחירים) תשע"ה-2014, כי קמעונאי גדול (בתחום המזון) יפרסם לציבור באתר האינטרנט, את

קובץ חנויות הרשת שלו וכן, בנפרד לגבי כל אחת מחנויותיו, את המחיר הכולל העדכני במועד הפרסום, של כל מצרך שהוא מוכר בחנויותיו.
מטרת החוק היא לעודד שקיפות מחירים על מנת שניתן יהיה להשוות מחירים ובכך לעודד תחרות ולהוזיל את סלי המוצרים בעבור ציבור הצרכנים.
במסגרת קידום החוק, הרשות נתנה חסות לאפליקציות אשר תעמודנה בדרישות שהציבה הרשות.
הרשות פעלה לעידוד השימוש בשני מישורים: העלאת קישורים של אפליקציות המאפשרות השוואת מחירים של מצרכים הנמכרים ברשתות המזון (והפארמה) לאתר הרשות, וציון שמות האפליקציות בקמפיין של הרשות שמטרתו העלאת מודעות הצרכנים לאפשרות לבצע השוואות מחירים בטרם רכישה.





יום הצרכן הבינלאומי

משנת 1983 מצוין בכל העולם ב – 15 במרץ מדי שנה יום הצרכן הבינלאומי שנועד להגביר את מודעות ציבור הצרכנים לזכויותיו ולעודד צרכנות נבונה ואחראית. התאריך נקבע לאחר שהנשיא ג'ון פ. קנדי קבע ב – 15/3/62 את זכויותיו הבסיסיות של כל צרכן, אשר אושרו ב – 1995 על ידי האו"ם. הרשות מקיימת את הכנס השנתי שלה ביום זה.

נושא הכנס השנתי לשנת 2017 היה "צרכנות בעידן השיתוף ברשת" . במהלך הכנס התקיימו שני פאנלים בהשתתפות אנשי אקדמיה ועוסקים. הפאנל הראשון עסק בנושא שימוש בכלים השוואתיים ברשת, תוך דיון בתועלות ופוטנציאל למניפולציה על צרכנים. הפאנל השני עסק במקומו של הצרכן בעידן הרשתות החברתיות. בפאנל הוצגה סקירה של הרשתות החברתיות והמבנה הטכנולוגי כלכלי שלהם, פרופיל המשתמשים והשימוש ברשתות ככלי שיווק והתייחסות ייחודית ניתנה לפוטנציאל הפגיעה בצרכנים באמצעות בלוגים. בכנס נטלו חלק צרכנים וארגוני צרכנים, עוסקים וארגוני עוסקים, עובדי משרדי ממשלה אנשי אקדמיה ועוד.

קשרי חוץ - פעילות בינלאומית

Organisation for Economic Co-operation and Development – OECD

במהלך שנת 2017 המשיך הסחר האלקטרוני לעמוד במרכז העשיה של הועדה למדיניות צרכנית בה הרשות חברה פעילה. במסגרת זו נדונו הסוגיות הבאות:

- האתגרים הרגולטוריים המתעוררים בעקבות התפתחויות בסחר האלקטרוני בהיבטים של בטיחות מוצרים והגנת הצרכן (שימוש בבינה מלאכותית, חדירה של מוצרים חכמים ועוד).
- אתגרים רגולטורים בעקבות צורות מסחר מתפתחות- כלכלת פלטפורמה הפירים במהלך שנת 2017 הייתה הרשות חברה בוועדה המייעצת של ועדת ה CCP שסייעה בבניית המחקר שביקש לבדוק את אמון הצרכנים בפלטפורמת הפירים .מסקנות המחקר היו שבאופן כללי לצרכנים יש רמה יחסית גבוהה של אמון בפלטפורמות הפירים גם כשמשווים זאת לעסקאות קונבנציונליות בשווקים דומים. במסגרת הועדה נעשה ניסיון להבין מה מייצר את האמון בקרב משתמשי פלטפורמות ולבחון גישות ביחס לתחולת חוקי הגנת הצרכן בצורת מסחר זו. יש כוונה להעמיק בהבנת המודלים העסקיים של הפלטפורמות במטרה לגזור מכך את אחריות הספקים הפלטפורמות .
- אכיפה חוצת גבולות - הרשות המשיכה לקדם דיון מקיף ועניני בנושא. בעקבות הדו"ח שהוכן בנושא סמכויות אכיפה של רשויות בתחום הגנת הצרכן על בסיס שאלון שהרשות שאלון שרשות תרמה לגיבושו בקשה הרשות להמשיך לקדם את הסוגייה ולהתמודד עם המגבלות הקיימות באמצעות שימוש בכלי אכיפה רכים, קווים מנחים והשלמות בעניין best practicesבשיתוף פעולה באכיפה חוצת גבולות כולל דוגמאות קונקרטיות של הליכים שננקטו.
- תובנות התנהגותיות- המיקוד בוועדה היה על תובנות התנהגותיות וגילויים מקוונים מתברר כי יש חוסר אפקטיביות של משטרי גילוי מסורתיים ברשת נושא שהרשות התחילה לבחון ותמשיך לבחון במהלך 2018.

International Consumer Protection and Enforcement Network – *ICPEN*

הגידול בסחר האלקטרוני מעורר בכל רשויות הגנת הצרכן בעולם אתגרים חדשים ומורכבים. לאור העובדה כי הרשויות נתקלות בפרקטיקות דומות ומתמודדות לא פעם מול אותן חברות גלובליות קיימת חשיבות רבה לשיתוף במידע, בחשיבה ובגיבוש אסטרטגיה ודרכי טיפול בפרקטיקות האמורות כמו גם בעבירות חוצות גבולות. כמו כן נבחנות במסגרת הארגון האפשרויות לפעילויות משותפות ומתואמות מול חברות גלובליות.
במסגרת הפעילות בארגון בשנת 2017 השתתפנו בשיחות ועידה, השבנו לשאלונים ודו"חות וטיפלנו בבקשות מידע ועזרה.

בשנת 2017 הושק אתר חדש של הארגון ובו שיפור הן בממשק לציבור הרחב והן בממשק הפנימי לרשויות אכיפה ומאפשר שיתוף והחלפת מידע בין רשויות.

נושאים עקרוניים על סדר היום של הארגון בשנת 2017:

- Terms and Conditions:

עסקאות מקוונות לרוב כוללות תנאי שימוש, תנאי שירות או הסכמי הרישוי של משתמש קצה (end user license agreements) שמסדירים את מערכת היחסים בין העוסקים לצרכנים תנאים אלה מכילים הוראות בנושאים שונים החל מתנאי המכירה או הרישוי וכלה בהגנת פרטיות. ללא גילוי אפקטיבי של תנאי השימוש ואמצעים אחרים שנועדו להגן על צרכנים עלול להיגרם נזק לצרכנים. נעשתה עבודה מקיפה במטרה לזהות את האתגרים בפניהם ניצבים צרכנים בנוגע לתנאי שימוש בכלכלה הדיגיטלית את הנזק ופוטנציאל נזק לצרכנים ואת התרופות פוטנציאליות. הרשות בוחנת את הנושא ושוקלת דרכי טיפול מתאימות

- שיווק דרך מדיה חברתית:

במסגרת זיהוי מגמות חדשות פועל הארגון להעלאת מודעות חברי הארגון לסוגיות מתעוררות בתחום זה ולפרקטיקות פרסום נסתרות ומטעות במדיה החברתית.

Econsumer.gov:

הארגון פועל לעידוד הצטרפות רשויות נוספות כחברות ובעלות גישה לפורטל הכולל אתר ציבורי המאפשר לצרכנים ברחבי העולם להגיש תלונות על עבירות חוצות גבולות ואתר מאובטח המאפשר לרשויות אכיפה שהצטרפו גישה למסד הנתונים. (הרשות שלנו כבר הצטרפה)הפורטל יושב על מסד נתונים של רשות הסחר הפדרלית של ארה"ב (FTC). בשנת 2017 מסד הנתונים הורחב באמצעות הוספת גישה לתלונות חוצות גבולות המתקבלות ישירות ברשת הסחר הפדרלית של ארה"ב.

הצהרה משותפת

בשנת 2017 במהלך ביקור של סגנית שר מסין מטעם משרד ה-SAIC חתם שר הכלכלה והתעשייה על הצהרה משותפת בנוגע לשיתוף פעולה בין המדינות בתחומים של הגנת הצרכן והגבלים עסקיים.

ניתוחים כלכליים

- **מחקר קשישים-** השלמת החלק השני של המחקר בנושא הרגלי צריכה וניצול צרכני של קשישים, באמצעות המרכז לחקר הזקנה, האוניברסיטה העברית. רצ"ב.
- **עמלות קולנוע-** נערכה בדיקה מקיפה בתחום זה, לקראת הצעת חוק פרטית בנושא.
- **חוק "אל תתקשרו אלי"**- השוואה בינ"ל מקיפה, בשיתוף עם המחלקה הבינ"ל, וכן סקר צרכנים עם דגש על האוכלוסייה המבוגרת, לבחינת היקף התופעה והעדפות הצרכנים בין שני מודלים של מאגרים.
- **מחקר מבצעים-** ביצוע מחקר באמצעות סקר צרכנים לבחינת רגישות הצרכן למבצעים בכלל, ולתקופת הזמן בו היה המחיר הרגיל בתוקף טרם המבצע.
- **שירותים-** ביצוע סקירה של תחום השירותים הניתנים לצרכן. היקף הוצאה, מאפיינים כלכליים, אופן ההגנה על הצרכן בעולם והמלצות.

אסטרטגיה ותכנון – טיוב רגולציה, ניהול ידע

RIA

סיכום דוח הערכת השפעות הרגולציה (RIA) - מכירה מיוחדת (מבצעים), אפריל 2017:

זיהוי הבעיה: השימוש במילה מבצע נועד לאותת לצרכן כי ישנה מכירה בתנאים שאינם רגילים, טובים יותר, כמו למשל במחיר מוזל. ואכן בספרות המחקרית קיימת הסכמה רחבה כי קידום מכירות באמצעות הוזלת מחיר, דהיינו עריכת מבצע, הוא בעל השפעה גדולה על התנהגות הצרכנים, ובאופן מפורט יותר מוביל לעלייה בכמויות הנרכשות של המוצר.
מטרה: לקבוע הוראות משלימות להוראות החוק הקיימות בעניין מכירה מיוחדת:

כמה זמן רשאי העוסק להציע למכירה מוצר או שירות במבצע, כמה זמן תנאי המכירה הרגילים צריכים להיות בתוקף לפני יציאה למבצע ומהו מחיר הייחוס ממנו ניתן לגזור מבצע;

המטרה של קביעת כללים כאלו היא למנוע מסחר לא הוגן, הטעיה והטיה קוגניטיבית של הצרכן באשר למשמעות האמתית של הצעת המוצר או השירות במבצע ובכך, של כדאיות הרכישה.

- אינטרס ציבורי: המטרה של קביעת כללים כאלו היא למנוע מסחר לא הוגן, הטעיה והטיה קוגניטיבית של הצרכן באשר למשמעות האמתית של הצעת המוצר או השירות במבצע ובכך, של כדאיות הרכישה.

סיכום דוח הערכת השפעת הרגולציה (RIA)- חובת הקלטת שיחות והנגשתן, מאי 2017

זיהוי הבעיה: הכשל המהותי המסתמן בפרקטיקה מסחרית של עשיית עסקאות או טיפול בפניות צרכנים על ידי נותן השירות באמצעות הטלפון ללא הקלטת השיחה, מביאה את הצרכן, לעיתים, למצב של תסכול עת הוא לא קיבל את שהובטח לו ואין לו אפשרות להוכיח את טענותיו שעה שרק העוסק נחשף להקלטות ביניהם, אם ישנן.
מטרה: תכלית החוק היא לצמצם, ככל שניתן, את הפער במידע המועבר באמצעות הטלפון בין העוסק לצרכן, בקשר לכל עניין הקשור לעסקה. חובת הקלטת שיחות והנגשתן לצרכן על ידי העוסק מגבירה את השקיפות ביחסים בין העוסק לצרכן ומאפשרת לצרכן לבקר את פעולות העוסק ולעמוד על זכויותיו.
אינטרס ציבורי: הצעת החוק צפויה להביא חסכון לצרכן. זאת מאחר והצרכנים יוכלו לכלכל צעדיהם תוך קבלת מידע מלא ושקוף. ההצעה גם תתרום לתחרות במשק, מאחר והעוסקים יתחרו על האיכות, השירות והמחיר.

סיכום דוח הערכת השפעת הרגולציה (RIA) - גביית עמלות אינטרנט, מאי 2017

זיהוי הבעיה: מכירת טובין ושירותים באמצעות האינטרנט הופכת נפוצה יותר ויותר. צרכנים רבים מעדיפים לרכוש מוצרים ברשת, זאת על מנת לחסוך זמן ועלויות. בדיקה שערכה הרשות של כ- 89 אתרי מכר באינטרנט בישראל- העלתה כי היחידים שנמצאו ככאלו הגובים תוספת תשלום בעבור ביצוע הרכישה באתרי האינטרנט הם אתרים לרכישת כרטיסים לבתי הקולנוע וכמה אתרי תיווך המוכרים כרטיסים לקולנוע, מופעי ספורט ותרבות.
אינטרס ציבורי: הורדת יוקר המחיה בתחום התרבות. הנגשת רכישת כרטיסים ברשת במחיר שווה לכרטיסים בקופות לכלל האוכלוסייה.

סיכום דוח הערכת השפעת הרגולציה (RIA) - מאגר אל תתקשרו אלי, יוני 2017, עדכון ספטמבר 2017

זיהוי הבעיה: בישראל התפתחה פרקטיקה של שיווק אגרסיבי ולחץ שיווקי על צרכנים לבצע עסקאות. הדבר בולט במיוחד מול אוכלוסיות חלשות, כגון קשישים. כמו כן, ישנן תלונות רבות המעידות על חוסר הלימה בין מה שהובטח
מטרה: הגבלת השיווק הטלפוני לצורך הגנה על הציבור מפני פרקטיקות מטעות ואגרסיביות, כמו גם הגנה על הצרכן מפני הטרדות ופניות חוזרות ונשנות במטרה לקשור עסקה, זאת באמצעות הקמת מאגר- "אל תתקשרו אלי".

סיכום דוח הערכת השפעת הרגולציה - אחריות ושירות לאחר מכירה (מעלית ומעלון), אוגוסט 2017

זיהוי הבעיה: על רקע מדיניות הממשלה לפעול לניתוק זיקה של חקיקה מהכרזה על מצב חירום, מוצע להחליף את צו הפיקוח, בכל הנוגע לאחריות ושירות לאחר התקנה, בתקנות שאינן תלויות בהכרזה על מצב חירום.

מטרה: המטרה העיקרית היא טכנית במהותה - העברת הוראות ממסגרת חוקית אחת למסגרת חוקית אחרת בשלושת התיקונים:
הארכת תקופת האחזקה ללא תשלום של מתקין המעליות מחצי שנה לשנה החובה לתקן תוך פרק זמן קצר.
חיוב הנגשת חלקי חילוף לנותני שירות אחרים לאחר שנת האחריות.
חובת הנגשת ספר הטיפולים עם סיום תקופת ההתקשרות.
אינטרס ציבורי: השפעה על התחרות

הפחתת נטל רגולטורי

דו"ח מסכם להפחתת נטל רגולטורי (אחריות ושרות לאחר מכירה), תעודת אחריות, ספטמבר 2017

עדכון הדו"ח: ינואר 2018

הרשות להגנת הצרכן ולסחר הוגן פרסמה בספטמבר 2017 טיוטת דו"ח להפחתת נטל רגולטורי בנושא תקנות הגנת הצרכן (אחריות ושרות לאחר מכירה), תשס"ו, 2006- תעודת אחריות.

לאחר קבלת תגובות מבעלי עניין ובכלל זה האיגודים המקצועיים, ולאחר ניתוח כלכלי של הנתונים, השלימה הרשות את הדו"ח המסכם ולהלן סיכום תכנית הרשות:

- לבטל את הוראת החוק העוסקת במדבקת אחריות וכן לבטל את התקנות בעניין מדבקת אחריות.
- להשאיר את החקיקה והתקנות בנושא תעודת אחריות ללא שינוי. הנימוק: כיום אין תלונות משמעותיות המגיעות לרשות ולאור התנהלות השוק, ובאיזון האינטרסים של הצרכנים ושל העוסקים הדבר הנכון הוא להסתפק רק בביטול מדבקת האחריות.

הרשות להגנת הצרכן ולסחר הוגן

כתובתנו

בית השנהב
רחוב בית הדפוס 12
קומה 3
ירושלים
מען למכתבים: רחוב בנק ישראל 5, ירושלים 91036

ניתן לקבל עותק אלקטרוני של דו"ח זה באתר הרשות בכתובת:
http://www.economy.gov.il/saharHogen