

## **דו"ח המועצה לצרכנות לסיכום שנת 2008**

### **בראש מצעד התלונות: תקשורת, מוצרי חשמל ובנקים**

#### **דו"ח תלונות לשנת 2008**

בשנת 2008 התקבלו במועצה לצרכנות עשרות אלפי פניות של צרכנים ונפתחו כ-10,000 תיקי תלונות. ניתוח התלונות מעלה כי עשרת התחומים עם מספר התלונות הגדול ביותר הם: תקשורת, מוצרי חשמל, בנקים, הלבשה ואביזרים, ריהוט ומטבחים, תיירות ויחידות נופש, לימודים ומינויים, תחבורה, גז, רפואת חירום וביטוח. כמחצית מהתלונות הגיעו דרך אתר האינטרנט של המועצה שהושק השנה. באתר טופס תלונה ידידותי ונוח ועצות צרכניות רבות. אלפי צרכנים פונים למועצה לבקשת ייעוץ טלפוני. האתר מספק לצרכנים כלי עזר רבים לפתרון עצמי של בעייתם הצרכנית.

הטיפול בתלונות ציבור הצרכנים מהווה חלק נכבד מפעילות המועצה לצרכנות ומאפשר קידום האינטרסים של הצרכן בתחומי החקיקה, הרגולציה והמשפט. בנוסף לטיפול הפרטני והסיוע לצרכנים לממש את זכויותיהם, הטיפול בתלונות מהווה נדבך חשוב ביותר לכלל פעילות המועצה. המידע המתקבל מציף מגוון רחב של בעיות צרכניות בהן נתקל הציבור, והוא מיושם לאיתור כשלי שוק, חסרים וליקויים בחקיקה. הוא מאפשר למועצה ליזום חקיקה חדשה ותיקוני חקיקה ולייצג את עמדות הציבור בוועדות הכנסת השונות, להשתתף בשימועים, לפנות לרגולטורים הממונים על תחומים שונים, ופעילויות רבות נוספות.

המידע שמספק הטיפול בתלונות חיוני למועצה לצורך ייצוג יעיל של ציבור הצרכנים בוועדות ציבוריות כגון: הוועדה למניעת הונאות בתחום הבריאות והוועדה למניעת הונאה בתחום תוספי המזון והתרופות שליד משרד הבריאות, הוועדה המייעצת בבנק ישראל, ועדת גרונאו שליד משרד התקשורת, הוועדות המקצועיות של מכון התקנים, הוועדה המייעצת לייבוא רכב במשרד התחבורה, הוועדה לבחינת שירותי תיירות במשרד התיירות ועוד.

#### **1. תקשורת: סלולר, נייד, אינטרנט וטלוויזיה בכבלים ובלווין**

תחום התקשורת מכבד בראש מצעד התלונות שהפנה הציבור למועצה לצרכנות. מהתלונות שהתקבלו עולה חשש לקיומן של תופעות חמורות הפוגעות בציבור גדול של צרכנים. יודגש כי תחום התקשורת נמצא באחריותו של משרד התקשורת לעניין הסדרה ורגולציה מחד גיסא ובאחריותו של משרד התמ"ת בכל הנוגע לאכיפת חוק הגנת הצרכן מאידך גיסא. מכאן הצורך לאיחוד כוחות בין הגופים על מנת למגר את התופעות הפוגעות לכאורה בציבור הצרכנים.

**טלפוניה:**

תחום זה מהווה כ-50% מסך התלונות בתחום התקשורת.

- התכחשות החברה להבטחות הסוכנים למתן הטבות שונות, כשהבטחות אלו הן ששכנעו את הצרכן לבצע את העסקה.
- צרכנים הלינו כי הוחתמו על חוזים למתן שירותים סלולריים מבלי שניתנה להם הזדמנות אמיתית לקרוא את החוזים. בחלק מהמקרים קיבלו הצרכנים את החוזים לידיהם רק לאחר החתימה על ההסכם, זאת בניגוד לכאורה להוראות הדין. לתדהמתם גילו כי ההסבר שניתן להם ע"י נציגי המכירות לא היה מדויק או שחסרו בו פרטים מהותיים, כך שהם נקשרו בעסקה מחייבת בתנאים שאינם מקובלים עליהם.
- חיוב צרכנים בגין חבילות גלישה ו/או שירותים מתקדמים ללא הסכמתם מראש או ללא ידיעתם.
- חיובים בגין שירותים שלא הוזמנו.
- מכשירים הוצעו בחינם, אך בפועל הצרכן מחויב ל-3 שנים.
- שימוש בכרטיס אשראי בגין חוב של לקוח אחר.
- חברות מציעות לצרכנים תוכניות שלמעשה אינן תואמות את צרכיהם.
- אי מסירת מידע מלא בעת ההתקשרות של הצרכן עם החברה.
- מכשירים מקולקלים.
- טלפון חו"ל – חיובים גבוהים מכפי שהוסברו לצרכן.
- המשך חיובים נוספים לאחר תום החוזה : לדוגמה המשך חיוב בגין שירות תיקונים של 12 חודש בתום התקופה ודרישה להתנתק, המשך חיוב בגין שירות תיקונים וביטוח כאשר בפועל המכשיר לא קיים יותר במלאי ולא ניתן שירות זה מבלי להודיע לצרכן.
- ניווד מספרים לאחר מו"מ בין הצדדים שלא הבשיל לכדי עסקה, וללא אישור מהצרכן.
- העלאת מחירים באמצע תקופה. יצוין כי ב 01/01/09 יכנס לתוקף החוק האוסר הכנסת סעיף בו החברה רשאית להעלות תעריפים באמצע תקופת ההתקשרות.
- בעיות קליטה: כיום יש באפשרות החברות לדעת אם יש קליטה באזור מגורי/עבודת הצרכנים ולמנוע מצב של אי-קליטה. למרות זאת הגיעו תלונות על בעיות קליטה באזור מגורי הצרכן/ מקום עיסוקו שצוינו בהסכם, זאת מבלי שהצרכן יודע כי באזור זה קיימת בעיה בקליטה.
- חיוב צרכן בתוכנית לתקופה של 18 חודשים כשבפועל, הוא נדרש לעשות שימוש במכשיר שנרכש לתקופה של 36 חודשים שאם לא כן החברה תבטל את ההטבה. בעקבות טיפול המועצה לצרכנות החברה בטלה את העסקה "לפנים משורת הדין". ביום XXXXXXXXXX נכנס לתוקף תיקון רישיונות חברות הסלולר לפיו אין לחייב צרכן לתקופה העולה על 18 חודשים.

#### **כבלים ולווין:**

תחום הכבלים והלווין מהווה כ-30% מסך התלונות בתחום התקשורת.

מהתלונות עולה כי העסקאות נעשות בעיקר בבית הלקוח (עסקה ברוכלות) או באמצעות הטלפון. במצב זה מעמדו של הלקוח נחות בשל העדר אפשרות אמיתית להשוות מחירים ושירותים, והסתמכות הצרכן היא על הבטחות בעל פה שלא תמיד משתקפות בחוזים או במציאות. להלן עיקר הנושאים העולים מהתלונות בתחום זה :

- החברה אינה עומדת מאחורי הבטחות הסוכנים, ואף התקבלו תלונות על זיוף חתימות של הצרכנים ע"י הסוכנים.
- החברות מעכבות את בקשות הצרכנים להתנתק משירותן. עוברים לעיתים חודשים עד שהחברה מנתקת את הצרכנים. בתאריך 12.10.2008 נכנס לתוקף חוק המחייב את החברות להפסיק לחייב את הלקוח תוך 3 ימי עסקים ( 6 ימי עסקים אם הודעת הניתוק נשלחה בדואר רשום ) מיום בקשת הניתוק, שאם לא כן הצרכן יכול לתבוע פיצוי עונשי של עד 10000 ש"ח.
- החברות הפסיקו לאשר לצרכנים לשלם דרך הדואר.
- חיוב צרכנים לאחר סיום ההתקשרות. לדוגמה, צרכן הודיע שהוא עובר לדיור מוגן ואינו זקוק יותר לשירותי החברה אולם היא המשיכה לחייב.
- צרכנים ביקשו להתנתק ולא גילו להם כי נותר להם זמן קצר עד תום ההתחייבות באופן שהקנס גבוה יותר מהתשלום שהיה משלם הצרכן אם היה מסיים את ההתקשרות. לדוגמה, באחד המקרים נמסר כי לאחר ביקוש הניתוק נדרש מהצרכנים קנס בסך 700 ₪ בגין הפרת ההתחייבות.
- בעיות בעסקאות של טריפל – חיובים שאינם כמוסכם. בעסקה סוכם כי התשלום עבור הטלפון ייכלל בסכום ואילו בפועל חיובו הצרכנים בתשלום נפרד עבור הטלפון.
- חשש לאי מסירת מידע מלא בעת ההתקשרות עם החברות.
- קושי להשיג את שירות הלקוחות בעיקר של חברת הכבלים.
- חיוב כרטיס האשראי של הצרכנים בגין מינוי של אחרים.
- חיובים כפולים.
- המתנות שווא לטכנאים. בתאריך 28/9/08 נכנס לתוקף תיקון חוק המתנה לביקור טכנאי- הגבלת הזמן והפיצוי ללא הוכחת נזק. התיקון לא רק מגביל את זמן המתנה של הצרכן לטכנאי, אלא גם מחייב את העוסק לפצות את הצרכן במקרה של איחור.
- בעיות בקווי הטלפון, שיבושים או רעשים על הקו לא שומעים כלל ועיכוב במתן שירות.
- קבלת מכתבי סרק לתשלום חוב ישן של הצרכנים עקב איחוד מערכות.

## אינטרנט:

תחום האינטרנט מהווה כ- 20% מסך התלונות בתחום התקשורת, ולהלן עיקר הנושאים העולים מהתלונות:

- הטעיה על ידי סוכן המכירות על תנאי מבצע, מהירות הגלישה ועוד.
- התעלמות מבקשות להפסקת השירות והמשך חיוב הלקוח.
- אי טיפול בתקלות טכניות תוך זמן סביר.
- חיוב בגין שירות שלא הוזמן וללא ידיעת הצרכן.
- חיובים שונים מדי חודש על אף שהמחיר שסוכם עליו עם הצרכן הינו קבוע.
- סגירת חוזה עם הצרכן טרם בדיקה אם יש תשתית באזור מגוריו.

## 2. מכשירי חשמל:

### איכות המוצרים ושירות לקוי:

- בתלונות רבות שהגיעו למועצה לצרכנות הלינו הצרכנים בעיקר על איכות המוצרים, תקלות חוזרות, העדר מלאי של חלקי חילוף, שירות לקוי, מוצרים חדשים שהתקלקלו זמן קצר אחרי הרכישה, מוצרים שנמכרו ללא הוראות שימוש בעברית או ללא תעודת האחריות, דרישות לתשלומים נוספים בגין שירות תיקונים שאמור להיכלל על פי הדין במסגרת האחריות לאחר רכישה.

### פלזמות ו-LCD:

- יש עליה משמעותית בתלונות בדבר אי קיום מלאי של חלפים כולל למוצרים שבמסגרת האחריות. תלונות רבות בנושא זה היו בתחום טלוויזיות LCD ופלזמה. בעת הצורך בתיקון, עלות החלקים גבוהה מאוד, כשבמקרים רבים מדובר בהחלפת הכרטיס הראשי שמחירו עשוי להגיע לכמחצית ממחיר המוצר. בנוסף התקבלו תלונות רבות על מחירים גבוהים של חלקי חילוף, אותם ניתן להשיג רק אצל היבואן הבלעדי. במקרים אחרים, כשלא ניתן לתקן את המכשיר בתקופת האחריות, מציעות החברות שדרוג למוצר חדש בתוספת תשלום גבוהה מאוד, על אף חובת התיקון שבדין. במקרה של ביטול עסקה בשל פגם, מציעות החברות להשיב לצרכן כ- 50% מעלות המכשיר. הנימוק – מחירו של המכשיר ירד והיום הוא עולה רק חצי מן המחיר ששילם הצרכן, זאת בניגוד לדין.

השנה עלה מספר התלונות בנושא איכות החומרים ובעיקר חלקי פלסטיק במוצרי חשמל, מכשירים שמתגלים בהם פגמים או ליקויים בזמן האספקה או תקופה קצרה אחרי האספקה.

### ביטוח תיקון מוצרי חשמל:

- גדל מספר התלונות נגד חברות המציעות לצרכנים ביטוח (מינוי) למכשירי חשמל ביתיים: סירוב לבטל עסקה ברוכלות או במכר מרחוק או דרישה לתשלום קנס של 20%, שיווק

אגרסיבי לקשישים והחתמתם על חוזים ארוכי טווח בעלות אלפי שקלים בניגוד לרצונם, הטעיה על התועלת שניתן להפיק מהשירות - לדוגמה, לא מסבירים לצרכן בעל פה כי חלפים רבים אינם כלולים באחריות דבר שהצרכנים מגלים רק לאחר החתימה היות ולא נתנו להם זמן לקרוא את החוזה לפני החתימה.

- התקבלו תלונות רבות בהן דווח על הכללת מכשירים ישנים מאד בחוזה ולאחר חודשים רבים בהם הצרכנים משלמים על הביטוח, בעת תקלה מתברר כי אין למכשירים אלה חלקי חילוף כלל. כן התקבלו תלונות בהן נטען כי החוזה מקפח: מחייבים את הצרכן לתקופה ארוכה של 3 עד 5 שנים, אף במקרים בהם המכשירים ישנים מאד, ובנוסף החברה מסירה את אחריותה למתן שירות במקרה בו לא קיים מלאי חלקי חילוף, זאת מבלי לוודא אם קיים מלאי כאמור בעת החתימה ובמשך איזו תקופה.

#### **עיכוב במתן שירותי תיקונים :**

- תלונות רבות הוגשו על עיכובים ממושכים בתיקון מכשירים במסגרת האחריות, כשההסבר שניתן ע"י חברות השירות הוא העדר חלפים. בתאריך 28/9/08 נכנס לתוקף תיקון חוק המתנה לביקור טכנאי- הגבלת הזמן והפיצוי ללא הוכחת נזק. התיקון לא רק מגביל את זמן ההמתנה של הצרכן לטכנאי, אלא גם מחייב את העוסק לפצות את הצרכן במקרה של איחור. רק במקרים שבהם יש אחריות מכרו כדון, או שהשירות שרכש הצרכן מותנים בתקינות המכשיר (למשל, ציוד קצה). ממתינים שהשר ירחיב בתקנות את היקף המוצרים עליהם יחולו התקנות.
- שיווק אגרסיבי של אביזרים נלווים כגון סנן למכונת כביסה או למקרר, שקע להגנה מני נחשולי מתח, חומרי ניקוי יקרים לנירוסטה או לזכוכית, עגלה למכונת כביסה וכו' ובמחירים גבוהים ממחירי השוק, סירוב לבטל עסקאות ורכלות בניגוד להוראות חוק הגנת הצרכן.

#### **תקלות חוזרות או פגמים :**

- בעקבות תלונות רבות נגד חברת קריסטל, יבואנית מכשירי חשמל ביתיים, בנושא תקלות חוזרות או פגמים שלא תוקנו, המועצה לצרכנות סייעה לצרכנים שתלונתם לא הוסדרה בניסוח תביעה בבית המשפט לתביעות קטנות. זאת לאחר שהמועצה פנתה למהנדס מומחה רשום ברשימה של בית משפט השלום בתל-אביב, על מנת שייתן חוות דעת על מקור התקלות. הוגשו השנה 5 תביעות נגד החברה ולאחר במשא ומתן בין הצרכנים ( בסיוע המועצה ) לבין החברה, הסכימה החברה לבטל את העסקאות ולפצות צרכנים בגין הנזקים שנגרמו להם.

#### **מטרי המים :**

- הוגשו תלונות על הפעלת לחץ מצד סוכנים לרכישת המוצרים וסירוב לבטל עסקת רוכלות, כשהחברה מנסה למשוך זמן עד תום 14 הימים הנקובים בחוק לביטול העסקה, ניסיון

לשכנע את הצרכן לשדרג מוצר למוצר יקר יותר ולפתות אותו במתנות יוקרתיות: מצלמת וידאו, DVD, קופון לרכישת נופש ועוד. גם זמן ההמתנה לתיקונים ארוך מהקבוע בתקנות הגנת הצרכן בשל העדר תחנות שירות אזוריות.

### **חנניות אלקטרוניקה בתחנה המרכזית ת"א:**

- מספר גדול של תלונות בתחום מכשירי החשמל התקבל בעניין שיטות מכירה של חנניות אלקטרוניקה בתחנה המרכזית החדשה בת"א. הצרכנים - בדרך כלל חיילים וסטודנטים – פותו להיכנס לחנות לאחר הבטחת מכשירי חשמל במתנה ובחנות הם נדרשים להראות את כרטיס האשראי שלהם כי הובטח להם כי הם מקבלים מתנות בשל היותם מחזיקי כרטיס אשראי ו/או חיילים. בפועל החיילים מחויבים באלפי שקלים בגין מוצרי חשמל שלא התכוונו כלל לרכוש, ובמחיר גבוה מאד. עיקר הבעיות: פגמים במוצר, במקום לתת מתנה מחייבים את הצרכנים בסכומים גבוהים בניגוד למחירים האמיתיים של המוצרים, כל זאת תוך הפעלת לחץ וללא מתן הזדמנות סבירה לעיין בהסכם או לחשוב על כדאיות העסקה. לאחרונה התקבלו תלונות צרכנים שנכנסו לחנות במטרה לרכוש מוצר, סוכם על מחיר של מאות שקלים בודדות ובפועל כרטיס האשראי חויב באלפי שקלים.

### **3. בנקים:**

- במועצה התקבלו מאות תלונות כנגד בנקים במהלך השנה האחרונה. התלונות הן בתחומי השירות, כרטיסי האשראי, משכנתאות ועמלות הבנקים הגבוהות. רוב התלונות כנגד הבנקים היו בשל שירות לקוי: עמידה ארוכה בתור ואי יכולת לבצע עסקאות מרחוק בטלפון, דחיית ביצוע עסקאות ע"י פקידים (לך ושוב מספר פעמים), אי מתן עזרה ללקוח ע"י פקידים ומנהלים בסניף במשיכת כספים בסניף בנק מרוחק, יחס גרוע מפקידי בנק ועוד.
- **תקלות:** לקוח רצה למשוך כסף מכספומט, והכספומט לא ניפק את המזומנים למרות שהחשבון חויב, התריס נסגר בפרצופו וכיו"ב. רוב הבנקים טענו שבדקו את הכספומט בתום יום העסקים ולא נמצא עודף ולכן סירבו לפצות את הלקוח. היו טענות על הפקדת צ'ק בתיבת השירות ואי זיכוי חשבון הלקוח. זאת, לאחר שהלקוח התלונן והבנק לא נענה לפנייתו.
  - **עמלות הבנקים:** עם כניסת הרפורמה לתוקף לקוחות החלו להתלונן שהרפורמה פגעה בהם או שהעמלות נותרו גבוהות מהמצופה. המועצה לצרכנות ערכה מספר בדיקות, סקרים ותחקירים בנושא, ויצאה בקריאה לחקיקה ציבורית לביטול עמלות העו"ש.
  - **כרטיסי אשראי:** רוב התלונות היו על עמלת כרטיס חודשית או דמי חבר כשבפועל סוכם כי הלקוחות לא יחויבו בהם, אך לאחר תקופה החלו החברות לחייב את הצרכנים. היו תלונות על חיובים לא נכונים, חיובים לא מזהים שלמרות שהצרכן התכחש להם בכתב הוא לא נענה ע"י החברה.

- **משכנתאות:** עיקר התלונויות היה על שירות לקוי, אי הכנת המשכנתא בזמן בו נדרשה ללקוח לצורך רכישת דירה או החלפתה, דבר שגרם לכמה עסקאות להתבטל ולהפסדים ללקוחות. חלק מהתלונויות היה על גביית עמלות רבות ויקרות להכנת המשכנתא והנחיית הלקוחות לבצע ביטוח חיים במחירים גבוהים אצל חברת ביטוח המומלצת ע"י הבנק.

#### 4. הלבשה ואביזרים:

רוב התלונויות בתחום זה היה לגבי איכות המוצרים.

- **ביגוד:** ביגוד שנפרם זמן קצר לאחר הרכישה, בדים שהתפוררו, צבע שדהה לאחר כביסה ראשונה, מכנסיים שנקרעו לאחר הרכישה, מוצרים ללא סימון של יצרן/יבואן והעדר הוראות כביסה, הטעיה בעת פרסום מבצע ואי התאמה בין מחיר מדף לקופה.
- **הנעלה:** נעליים שהתבלו זמן קצר לאחר הרכישה, עקבים שנשברו, צבע שירד/התקלף, סוליות שהתבקעו, תיקון לא יעיל של נעליים.
- **ניקוי יבש:** מכבסות התנערו מנזקים שנגרמו לבגדים שנמסרו לניקוי.
- **אופטיקה:** תלונויות כלפי חנויות המציעות מחירים אטרקטיביים ומשום כך מושכות צרכנים רבים. מן התלונויות עולה חשש לחוסר מקצועיות, איכות ירודה של מוצרים ושירות לקוי.

חוסר המקצועיות של אופטומטריסטים התבטא בעיקר:

- בניסיונות להתאים משקפי מולטי-פוקל (ראייה מקרוב ומרחוק) שעלותם גבוהה מאוד, גם לצרכנים שאינם זקוקים למשקפיים כאלה.
  - בבדיקה לא מקצועית ובעקבותיה התאמה לא מדויקת הגורמת לצרכנים כאבי ראש, סחרחורות וחוסר יכולת לתפקד.
- המלצת המועצה: לבצע בדיקת עניים בקופת חולים או אצל רופא עיניים עצמאי.

#### 5. ריהוט ומטבחים:

התלונויות הנפוצות בתחום הרהיטים נוגעות לבעיות כמו אי התאמה בין מה שהוזמן לבין מה שסופק בפועל, אי עמידה במועדי אספקה, מוצרי עץ ועור באיכות ירודה, לעיתים אף בלתי ראויים לשימוש, הבטחות בעל פה שאינן עומדות במבחן המציאות. רוב התלונויות היה על רהיטי סלון.

המידע הבסיסי שהצרכן אמור לקבל הוא ממה עשוי הרהיט. יש סוגי עץ שונים ולכל אחד מהם איכויות שונות, שימושים אחרים ודרכי טיפול שונות. אחת הבעיות היא רכישת מוצרים שאינם מסומנים כלל. כידוע, על פי פרק ד' בחוק הגנת הצרכן – סימון טובין והצגת מחירים, מחויבים

היצרנים והיבואנים לסמן על גבי המוצרים את שם הפריט והכינוי המסחרי, ארץ הייצור, שם היצרן או היבואן, מספר יבואן, מספר זהותו וכתובתו והחומרים שממנו עשוי הפריט. העדר סימון אינו מאפשר לצרכן לרכוש מוצר המתאים לצרכיו.

## 6. תיירות:

**תיירות פנים:** כמחצית מהתלונות הן על השירותים הניתנים בבתי המלון, כשליש מהתלונות הן על צימרים, והיתר בנושאים שונים כגון חברות תעופה, מפעילי אטרקציות ועוד.

- **צימרים:** עיקר התלונות על צימרים הם על שיווק מטעה באינטרנט. צרכנים רבים מתלוננים כי מהתמונות באתר האינטרנט הם קיבלו רושם שונה לחלוטין כשהגיעו לצימר. בקשתם לביטול נענתה בסירוב. צרכנים מלינים כי הצימר מוקם קרוב ללולים ורפתות פעילות, והריחות והרעשים קלקלו את חופשתם.

- **בתי מלון:** התלונות על שירותים בבתי המלון עוסקות ברובן באיכות השירות ורמת התחזוקה. לרוב לא ניתן לבדוק תלונות אלה בצורה אובייקטיבית והצרכן איננו יכול לקבל פיצוי במקרה של שירות שאיננו עומד בסטנדרטים להם ציפה. בהעדר מנגנון השוואה אובייקטיבי בין בתי מלון ומדדים מדויקים לרמת שירות, ציפיות הצרכן לשירות מבוססות על עמדה סובייקטיבית אשר עלולה להיתקל במציאות שונה באופן מהותי. לאור זאת, עמדת המועצה הישראלית לצרכנות היא כי יש לקבוע סטנדרטים אחידים בכל הנוגע לרמת תחזוקה ושירותים, יש להחיל שיטת דירוג בינלאומית כדי הגביר את מידת הוודאות של הצרכן לגבי השירותים הניתנים בבתי המלון. בעקבות התלונות הרבות ולאור התופעות, גיבשה המועצה נייר עמדה למשרד התיירות לשיפור מנגנוני השירות.

## תיירות חוץ:

התלונות שהתקבלו במועצה מצביעות על בעיות מהותיות, במיוחד בתחום טיסות השכר: שינויים בלתי סבירים של מועדי טיסות, הקטנה בלתי סבירה של זמן השהייה בחו"ל, אי יידוע צרכנים לגבי שינוי מועדים ועוד.

במועצה התקבלו תלונות צרכנים שנתקעו בליטא עקב פשיטת הרגל של חברת התעופה הליטאית, ונאלצו, על אף ששילמו על כרטיס טיסה, לרכוש כרטיס בחברה אחרת. מארגני ומובילי טיסות חייבים עפ"י דין להפקיד ברש"ת ערבויות כתנאי לביצוע טיסת השכר, סכום שאמור לשמש לתשלום פיצויים במידה ולא עמדו כלפי הצרכנים בהתחייבויות.



תופעות שחוזרות על עצמן בתחום התיירות :

- הפרה של חובת גילוי נאות לגבי מידע מהותי בגין חבילת הנופש – אי התאמה בין המובטח לבין הקיים כמו, למשל, מיקום המלון ותנאיו.
- הטעיה לגבי המחיר – דרישת תשלום גבוהה ממה שהובטח או ממה שפורסם באתר האינטרנט.
- ביטול או שינוי מהותי בהזמנה ע"י בית העסק זמן קצר לפני הנסיעה או ביטול בית המלון המוזמן בשל הזמנת יתר.
- אובדן ציוד בטיחות ופיצוי שאינו עומד בשווי האובדן.
- גביית תשלומים עבור שירותים בשערי דולר שונים.
- גביית דמי ביטול בשיעורים גבוהים ולא אחידים.
- התנערות משרדי נסיעות והטלת האשמה לפתחו של הספק.
- 

**יחידות נופש:** בשנת 2008 התקבלו מאות תלונות צרכנים בתחום יחידות ומועדוני נופש בארץ ובחו"ל וכן תלונות על חברות העוסקות בתיווך יחידות נופש. חשוב לציין כי השנה לא התקבלו כלל תלונות נגד חברות המשווקות יחידות נופש. במהלך השנה נסגרו חברות שעסקו בשיווק יחידות נופש ומועדוני נופש, ובתיווך ביחידות נופש. מכאן הירידה המשמעותית במספר התלונות שהתקבלו במועצה לצרכנות.

- **לגבי יחידות נופש בארץ:** כבילה בחוזים ארוכי טווח (בד"כ מעל 40 שנים) ותלונות על רמת תחזוקה ירודה.
- **לגבי יחידות נופש בחו"ל:** התקבלו תלונות צרכנים שלא היו מודעים לזכותם הבסיסית להחזיר את היחידה ולהשתחרר מהחווה.
- **תיווך יחידות נופש:** חברות המתיימרות לספק שירותי תיווך למכירת יחידות נופש, תמורת דמי תיווך גבוהים (הגבוהים לעיתים ממחיר היחידה), והבטחה כי יש להם קונים בדיעבד, גילו הצרכנים שהם יכלו להשתחרר מהיחידה ללא עלות.
- צרכנים שלמו מראש עשרות אלפי שקלים בגין "הוצאות פרסום" כביכול לאחר שהובטח להם כי היחידה תימכר בסכום דמיוני של 20,000 יורו. כשבפועל החברה לא עשתה דבר כדי למכור את היחידות. חלק מהחברות נסגרו במהלך שנה זו.
- **מועדוני נופש:** התקבלו תלונות נגד חברות המשווקות חברות ב"מועדון נופש" המעניק בעלות של כ-10,000\$, הטבות והנחות במחירי שירותי מלון, טיסות והשכרת רכב. הצרכנים פותו להגיע למשרדי החברה לאחר שהובטחה להם מתנה יקרת ערך, ושם נחשפו לשיווק אגרסיבי במיוחד. הצרכנים גילו בדיעבד כי העסקה לא כדאית לאור העובדה כי כל ההנחות וההטבות הן "על בסיס מקום פנוי", וכי מחירי השירותים הם מחירי השוק. יש לציין כי נגד חברות מסוג זה נפתחה חקירה על ידי מפלג ההונאה בתל-אביב והתיק הועבר לפרקליטות.

- **תוכניות השקעה בקרן פיננסית או נדל"נית:** צרכנים דווחו כי בתמורה למכירת יחידת הנופש שבבעלותם, הם נדרשו להשקיע עשרות אלפי שקלים בפרויקטים פיננסיים או נדל"ניים, תוך הבטחה כי הסכום יוחזר ברווח נאה. עסקה מסוג זה בה הצרכן "מסכן" סכומים גבוהים דורשת הפעלת שיקול דעת ובדיקה מקדמית של איתנותה הפיננסית של החברה, של הביטחונות שהיא נותנת למשקיע ואימות כל הפרטים. בנוסף, אין כל הגיון כלכלי בקשר בין יחידת הנופש לבין השקעה בהיקף זה.

## **7. לימודים, קורסים ומינויים:**

בתחום זה נוהגים רוב העוסקים לכבול את הצרכן בהסכם הקובע כי אין אפשרות לסיים את ההתקשרות לפני תום המינוי או לבטל את הקורס ועל הצרכן לשלם את מלוא התמורה.

- **לימודים וקורסים:** במועצה התקבלו מאות תלונות רבות נגד בתי ספר, מכללות, גני ילדים, סטודיו למחול, מתנ"סים ומכוני פסיכומטרי. רובן המכריע של התלונות היו בנושא ביטול הרשמה לקורס ודמי הביטול הגבוהים שגובים בתי הספר. התלמידים התלוננו כי במקרים בהם ביטלו את השתתפותם בקורס בסמוך למועד תחילת הקורס, סירבו בתי הספר להשיב להם את שכר הלימוד, או גבו מהם סכום ניכר מתוך שכר הלימוד, תוך הסתמכות על תנאי בחוזה ההרשמה לפיו אין החזרת שכר לימוד מכל סיבה שהיא. בתלונות נמסר גם כי כאשר ביקשו התלמידים לבטל את השתתפותם בקורס מסיבות מוצדקות (למשל בשל מחלה קשה, שינוי מועד גיוס וכד') הם נדרשו לשלם את מלוא שכר הלימוד או סכומים ניכרים מאוד ממנו.

חלק ניכר מהלימודים ממומן מכספי המדינה - כספי הפיקדון של חיילים משוחררים מצה"ל. הסטודנטים טועים לחשוב לעיתים כי בית ספר המוכר על ידי משרד הביטחון לתשלום שכר הלימוד באמצעות הפיקדון, הוא בפיקוח משרד הביטחון. השנה חוקק חוק הפיקוח על מכונים פסיכומטריים המסדיר את נושא ביטול הקורס ותנאיו, ומחייב גילוי נאות של תנאי העסקה.

כן התקבלו תלונות על אי מסירת מלוא המידע ואי מסירת התנאים לביטול העסקה כפי שנקבעו בחוזה, בעסקאות מכר מרחוק דווח על אי מסירת טופס גילוי המפרט את עיקרי העסקה והאופן בו רשאי הצרכן לבטל אותה מכוח החוק בניגוד לחוק. עוד התקבלו תלונות בהן דווח כי החוזה הכתוב נמסר לתלמיד לראשונה, לצורך חתימה, רק בשיעור הראשון של הקורס. כלומר, התנאים בהם ניתן לבטל את העסקה על פי החוזה נודעו לתלמיד רק לאחר תחילת הקורס, בשלב בו החוזה לא מאפשר לבטל את ההרשמה.

## • **מכוני כושר:**

- מכוני הכושר מקבלים, בניגוד לחוק, מתאמנים קבועים מבלי שנתבקשו להמציא אישור רפואי באשר לכשירותם להתאמן.

- יש מכוניים המסרבים לבטל את ההסכם גם במקרים בהם הסיבה לבקשת ביטול העסקה היא הרעה במצב בריאותי או חוסר יכולת להתאמן. מכוניים סירבו לבטל אף במקרים בהם גובתה טענת הצרכן בחוות דעת רפואית, למשל במקרים של בעיות גב שהתגלו רק לאחר תחילת האימון, תאונה במכון הכושר וכד'. בחלק מהמקרים נענה צרכן שביקש לבטל את המינוי כי אין לו זכות חוזית לסיים את ההתקשרות לפני תום שנת המינוי. מכון הכושר התעלם מחוות דעת רפואית האוסרת על אימון במכון כושר, למרות שחוות דעת זו מבטלת את האישור הקודם שהומצא על ידי הצרכן. על פי הדין, בהעדר אישור תקף על מצב בריאותי תקין אסור למכון הכושר לאפשר לצרכן להמשיך להתאמן גם אם ירצה בכך ועל אחת כמה וכמה שאינו יכול להכריח את הצרכן להמשיך להיות מנוי.

- מינויים לעיתונים:** עיקר התלונות היו בגין המשך אוטומטי של מינוי ללא הסכמת הצרכן או שימוש בסעיף בהסכם המאפשר הארכת החוזה באופן אוטומטי מבלי שהצרכן ידע או זכר את דבר קיומו.

יש לציין כי על פי תיקון חוק הגנת הצרכן שייכנס לתוקף ביום 11.1.09, העוסק חייב להודיע לצרכן מראש על תום תקופת ההתחייבות או המבצע, ואסור לו לחדש את העסקה ללא הסכמה מפורשת ומראש של הצרכן, בין היתר בדבר המחיר לאחר החידוש.

## 8. רכב:

- תקלות ברכב חדש:** תלונות רבות עסקו ברכבים חדשים שחזרו בתדירות גבוהה למוסך לצורך תיקונים, בשל אותה תקלה או בשל תקלות שונות.
- מכוני בדיקה:** צרכנים המבקשים לרכוש רכב מיד שנייה בודקים את הרכב במכוני בדיקה. במקרים רבים תוצאות הבדיקה הנמסרות לצרכנים ממולאות ע"י המכון באופן חלקי כשלגבי חלק ניכר מהפרמטרים הנדרשים בבדיקה נרשם "לא נבדק", "יש לפרק את הגלגלים ולבדוק" וכד'. במקרים רבים מנוסחת התוצאה בשפה מקצועית שאינה מובנת לצרכן והצרכן רוכש את הרכב מבלי להיות מודע למצב הרכב לאשורו. מכוני הבדיקה מתנערים מאחריותם בטענה כי בתחתית המסמך מופיעה פסקה המסירה אחריות מהמכון ומפנה את הלקוח לקבל את משמעות הבדיקה במוסך או אצל שמאי רכב מוסמכים. בעקבות פניית המועצה לצרכנות למשרד התחבורה בעניין זה הוקמה ועדה שסיימה את עבודתה ומסקנותיה אמורות להתפרסם בקרוב.
- איכות ירודה של צמיגים** (מוצר בטיחותי). צרכנים רכשו צמיגים חדשים שהתפוצצו או נפגעו בעת מילוי אויר, ככל הנראה בגלל איכותם או גילם.
- מכוני רחיצה:** נזקים לרכב בעת רחיצה במכוני שטיפה. בדרך כלל מדובר בנזקים למראות או לאנטנות שנשברות, ומכוני הרחיצה מתנערים מאחריות לנזקים.
- מוסכים:** רמת תיקונים נמוכה במוסכים.

## 9. גז:

רוב התלונות בתחום זה עסקו בחיובי-יתר מצד חברות הגז.

- **שינוי מיקום ברז הגז:** חלק ניכר מהתלונות (כ- 20%) עוסק בדרישת טכנאי הגז לשנות את מיקום ברז הגז בבית, בעקבות שינוי בתקנים שחל בשנת 2004 כביכול. השינוי בתקנים איננו מחייב את שינוי מיקום ברז הגז הקיים, אולם בתלונות נמסר כי חברות הגז נוהגות לחייב את הצרכנים, בעת הבדיקה התקופתית, לשנות את המיקום תוך חיובם בעלות השינוי.
- **חיוב בתשלום עבור בלון גז חדש בשל גניבת הבלון הקודם, לכאורה.** החיוב מופיע בחשבון הגז, בד"כ מחולק לתשלומים, וזאת מבלי שחברות הגז יידעו את הצרכן על דבר הגניבה, או הביאו ראיות לכך שהוגשה תלונה במשטרה על גניבה.
- **חיוב בגין תיקונים במערכת הגז המרכזית** - שהיא בבעלות חברת הגז והחברה היא שאמורה לשאת בהוצאות התיקון.
- **תלונות בתחום השירות:** ניתוק גז ללא התראה מסיבות שונות לרבות היעדרות של צרכנים מביתם בעת הבדיקה התקופתית, אשר מועדה פורסם רק יום אחד קודם לכן; אי אספקת גז עקב התמהמהות בטיפול בתקלות.

## 10. שירותי רפואה דחופה:

רוב המתלוננים כנגד שירותי רפואה דחופה הם קשישים, חולים, עולים חדשים.

- שיווק אגרסיבי: נציגי חברה שהגיעו לבית הצרכנים, רובם קשישים, תוך הפעלת לחצים במשך שעות, על מנת שיחתמו על ההסכם.
- חיוב צרכנים לתקופה של שנים וסירוב לבטל את המינוי לפני תום תקופת ההסכם.
- סירוב לבטל עסקה ב"רוכלות" בתוך המועד שנקבע בחוק.
- חידוש אוטומטי של ההסכם ללא הודעה מוקדמת לצרכנים, או בהבטחות שווא למתן שירותים נוספים כגון טיפולי שיניים.
- "כפל ביטוח": נציגי החברה שכנעו את הצרכנים לעבור לשירותים משופרים ומתקדמים יותר, תוך הבטחה כי יעזרו להם בביטול ההסכם הקודם עם חברה מתחרה. הצרכנים חתמו על ההסכם, אך גילו מאוחר יותר כי העסקה הקודמת לא בוטלה והם מחויבים בשתי עסקאות.
- שכנוע צרכנים קשישים, שלא היו זקוקים לשירותי החברה, להצטרף להסכם של בן הזוג, תוך הבטחה שחתימתם לא תחייב בתשלום נוסף. אולם לאחר מות המנוי העיקרי הסתבר כי בן הזוג חויב לשלם לחברה עד תום תקופת המינוי.
- פגמים במוצר ואי התאמתו.
- אי שביעות רצון מהשירות.

# פעילות המועצה לצרכנות בשנת 2008

בשנת 2008 נמשכה התנופה בה התחיל מנכ"ל המועצה לצרכנות, עו"ד אהוד פלג, בצעדים שנועדו לקדם את המועצה ולאפשר לה להתמודד עם האתגרים העומדים בפניה. חוק המועצה לצרכנות שהתקבל בכנסת ביסס את עצמאותה התפקודית של המועצה והבטיח כי המועצה הישראלית לצרכנות תמשיך ותפעל לטובת הצרכן. המועצה לצרכנות המשיכה לפעול לקידום של חוקים צרכניים, ובה בשעה נעשו פעולות רבות על מנת לעורר את הצרכן הישראלי ולתת לו כלים לעמוד על זכותו לקבל שירות איכותי ומקצועי.

## **חינוך והסברה**

### **אתר האינטרנט**

בתחילת שנת 2008 הושק אתר האינטרנט של המועצה, במטרה להבהיר לצרכנים את זכויותיהם ואת דרכי הפעולה העומדות לרשותם במידה וזכויות אלו לא כובדו. האתר מאופיין בעיצוב חדשני וייחודי, הממשק ידידותי למשתמש ומספק גישה רחבה למידע הנוגע לצרכנות בכלל ולפעילות המועצה בפרט. באתר טופס תלונות מקוון המאפשר משלוח תלונות למועצה. בנוסף הופקו במיוחד סרטי הדרכה צרכניים המציגים סיטואציות צרכניות מוכרות והדרך המומלצת ע"י המועצה לטיפול בהן.

### **הסברה**

תחום חשוב שהמועצה פועלת בו הוא החינוך לצרכנות נבונה בקרב צעירים ובוגרים. הוקם מערך בשם מאמ"ץ, (מערך ארצי של המועצה לצרכנות), במגמה שיפעל למען רווחתם הצרכנית של אזרחי המדינה. הפעילים משתתפים במאבקים צרכניים וכשותפים לפעילויות המועצה משפיעים לשיפור זכויות הצרכנים הלכה למעשה.

הוקם צוות הסברה הפועל להגיע לכלל האוכלוסייה, תוך שימת דגש על אוכלוסיות מוחלשות במטרה להעלות את המודעות לגבי זכויות צרכנים, להחדיר קווים מנחים לצרכנות נבונה ולהעניק כלים לפתרון עוולות צרכניות. למסבירים פותחו מערכי הפעלה להשתלמות הכוללים דרכי הנחיה, מתודות להצגת מסרים צרכניים ומערכי הסברה לקהלי יעד מגוונים: עולים חדשים, קשישים, ילדים. הצוות יכנס לפעולה בתחילת שנת 2009.

## חינוך

חוזק שיתוף הפעולה עם משרד החינוך בפיתוח תוכניות לימודים בנושאי צרכנות בזיקה. למקצועות הלימוד בבתי-הספר. נוצר שיתוף פעולה עם שלושה מפמ"רים (מפקחים מקצועיים ראשיים) במשרד החינוך: לשון, תקשורת וקולנוע, מתמטיקה, לפיתוח תוכניות בעבודה משותפת.

## צוותי צרכנות פעילה

12 צוותים של " צרכנות פעילה" (צ"צפ) פעלו השנה בקמפוסים ובתי ספר ברחבי הארץ, במטרה להגן על זכויות הצרכנים ולקדם צרכנות הוגנת. הצוותים הפועלים בהנחיית מנחים מטעם המועצה לצרכנות, קיבלו הכשרה בנושא זכויות הצרכנים, טיפלו בתלונות שוטפות בענייני צרכנות, ונטלו חלק במבצעים ארציים של המועצה לצרכנות.

## מאבקים צרכניים ציבוריים

השנה הנהיגה המועצה לצרכנות שני מאבקים ציבוריים מרכזיים: המאבק נגד עמלות הבנקים והמאבק בנושא הילקוטים הכבדים של תלמידי בתי הספר. כמו כן הפעילה המועצה מאבקים בתחומים צרכניים נוספים.

## עמלות העו"ש

עם התברר כישלונה של הרפורמה בנושא ביטול עמלות העו"ש של הבנקים, מיקדה המועצה לצרכנות את מאמציה במהלך חדשני של "חקיקה ציבורית" בו הציבור יוזם הצעת חוק ומקדם אותה. קריאתה של המועצה לציבור עוררה למעלה מ-360 אלף חותמים שהציפו במכתבים את המפקח על הבנקים בקריאה לאמץ את הצעת החוק לביטול עמלות העו"ש שגיבשה המועצה.

## משקל ילקוטי תלמידיים

בדיקה שערכו צוותי הצרכנות הפעילה של המועצה לצרכנות בבתי ספר ברחבי הארץ גילתה כי למעלה מ-50% מתלמידי בתי הספר היסודיים נושאים ילקוטים כבדים מהמותר. המועצה ניהלה מסע הסברה בתקשורת האלקטרונית והכתובה וקראה לציבור לחתום על עצומה הקוראת לשרת החינוך לאמץ פתרון מוצע לבעיה. בעקבות אלפי התלונות הועלה הנושא בפני שרת החינוך ע"י יו"ר ועדת החינוך של הכנסת, בישיבת ועדת החינוך שדנה בהיערכות לקראת פתיחת שנת הלימודים, והשרה התחייבה באותה ישיבה להנחות את בתי"ס בהתאם.

## מגפת ההשמנה- ילדים

הנושא השנתי של ארגוני הצרכנות בעולם בשנת 2008 היה פרסום מזון משמין לקטינים. במסגרת הפרויקט בדקו צוותי הצרכנות הפעילה של המועצה לצרכנות את המזון הנמכר בבתי הספר (במזוננים ובמכונות השתייה) ומצאו כי הוא לא תואם את חוזר המנכ"ל בנושא. כן ערכה המועצה סקר שגילה קשר ישיר בין צפייה בפרסומות בטלוויזיה לבין צריכת מזון משמין.

הממצאים הועלו בוועדת החינוך של הכנסת, ובעקבותיהם הוועדה הורתה למשרדי החינוך והבריאות לפעול לאכיפת החוק בנושא, ונבדקה האפשרות להצעת חוק.

### **תעריפי המים**

רשות המים קבעה את התעריפים החדשים שתאגידי המים יהיו רשאים לגבות מן הצרכנים, והתגלתה תמונה של תמחור לא שוויוני. אזורים בפריפריה ואזורים בעלי אוכלוסייה חלשה נדרשים לשלם תעריפים גבוהים יותר. המועצה לצרכנות הזמינה לפגישת חרום ארגונים חברתיים חיברה מסמך התנגדות למדיניות זו, והמסמך הוצג הן בפני רשות המים והן בכנסת.

### **שוק התקשורת**

פעילות רבה נערכה בשוק התקשורת ובעולות הצרכניות הכרוכות בו (סוללות פגומות - נוקייה, העלאת תעריפים בתקופת ההתקשורת ועוד). המועצה פעלה מול הנהלת משרד התקשורת בנוגע לסעיפים המקפחים בחוזי חברות הסלולר. המועצה לצרכנות פנתה למשרד התקשורת בעניין העלאת תעריפים במשך תקופת התחייבות ובעקבות פנייתה ותלונות נוספות, הוציא שר התקשורת תיקון רישיונות חברות הסלולר. מאמץ מיוחד הושקע במסע אזהרה לציבור לקראת רפורמות בתחום: ניווד המספרים והפעלת התקנה לאיסור העלאת תעריפים במהלך תקופת התחייבות. בקמפיין תקשורתי הזהירה המועצה לצרכנות את הציבור מפני מלכודות הדבש של חברות הסלולר ערב כניסתן לתוקף של הרפורמות. מנכ"ל המועצה היה חבר בוועדת גרונאו להגברת התחרות בשוק התקשורת, שהגישה לשר המלצות מפורטות בחודש מרץ, ובתוכן פרק שלם בנושא תיקון עולות צרכניות.

### **דוח המועצה לצרכנות בנושא השוק הסלולארי**

המועצה לצרכנות הגישה לסגן ראש הממשלה ושר התמ"ת, ח"כ אלי ישי, ולשר התקשורת ח"כ אריאל אטיאס, דוח לשיפור מעמד הצרכן בתחום הטלפוניה הסלולארית בישראל, הכולל את המלצותיה לעשרה צעדים משלימים, החיוניים למניעת הפגיעה בציבור הצרכנים. בין הצעדים, ביטול עסקאות רוכלות ע"י סוכנים גם לאחר שהחל השירות, והמלצה להתערבות למניעת העלאת מחירים בלתי מוצדקת למגזר משקי הבית. דוח המועצה הישראלית לצרכנות קובע כי מעבר כלל הצרכנים לתוכניות מיטביות עבורם בחברות הסלולר היה חוסך 860 מיליון ₪ בשנה למשקי הבית. בדוח המועצה המלצות למשרד התקשורת על צעדי רגולציה חדשים שימנעו נזקים לצרכנים בין היתר ביטול הזיקה בין תוכניות התעריפים למחיר המכשירים.

## תיירות

### טופס גילוי נאות

באפריל יצאה המועצה הישראלית לצרכנות במבצע הסברה לסוכני הנסיעות, במטרה למנוע פגיעה בצרכנים ולהבטיח כי הצרכן יקבל את השירות והמידע המגיעים לו. זאת לאחר שבדיקת המועצה גילתה (בעקבות תלונות צרכנים ותחקיר של צוותי הצרכנות הפעילה) כי סוכנויות הנסיעות לא מספקות ללקוחות טופס גילוי נאות כנדרש בחוק.

### היטל דלק

תלונות רבות הגיעו אל המועצה הישראלית לצרכנות על דרישה של סוכני נסיעות ושל חברות תעופה לשלם תוספת "היטל דלק" על מחיר כרטיסי הטיסה. כיוון שלא ניתן לרכוש כרטיס טיסה מבלי לשלם על רכיב הדלק, לעמדת המועצה לא ניתן להציג בנפרד את מחיר הדלק. המועצה לצרכנות פנתה לממונה על הגנת הצרכן במשרד התמ"ת שהוציא הודעת הבהרה לכל חברות התעופה ולכל סוכני הנסיעות. בהודעה הובהר כי המחיר המוצג לצרכן הן על-ידי חברות התעופה והן על-ידי סוכני הנסיעות צריך שיהא "מחיר כולל", היינו מחיר הכולל את סך התשלומים עבור הנכס או השירות (לרבות מס, היטל וכל תשלום נלווה אחר, שאין לצרכן אפשרות מעשית להימנע מתשלומם במסגרת העסקה).

## שיתופי פעולה

### קליניקה לזכויות הצרכן

המועצה לצרכנות פתחה, בשיתוף עם המכללה למינהל, קליניקה לזכויות הצרכן. הקליניקה פועלת במטרה להטמיע בקרב משתתפיה, עורכי דין לעתיד, את המחויבות לזכויות הצרכן ואת הנכונות לקדם זכויות אלו ולתרום לפיתוחן ולהעמקתן. בנוסף לחומר המשפטי, נחשפים הסטודנטים לעבודת המועצה לצרכנות, נוטלים חלק פעיל בהכנת התיקים, בהכנת חוות דעת ובמידת הצורך גם בליווי תיקים צרכניים בבתי משפט. ייחודה של הקליניקה בחיבור בין הפן האקדמי של דיני הצרכנות לבין הפעילות היישומית היומיומית במועצה לצרכנות.

### טוענים בבית משפט לתביעות קטנות

מיזם חדשני של שיתוף פעולה בין המועצה לצרכנות והמועצה הלאומית להתנדבות, שעיקרו הכשרת טוענים מיוחדים לצורך ייצוג צרכנים נגד עסקים בבתי משפט לתביעות קטנות. במסגרת המיזם מוכשרות קבוצות של מתנדבים כ"טוענים" בבית המשפט לתביעות קטנות, כדי לסייע לצרכנים שיפנו בתלונה למועצה לצרכנות אשר תלונתם תבשיל לכלל הגשת תביעה בבית המשפט.



## **תביעות ייצוגיות**

פעילות המועצה נפרשת אף על תחום התובענות הייצוגיות. המועצה מתייצבת בביהמ"ש על מנת להגן על ציבור הצרכנים בדיונים על אישור הסכמי פשרה, כדי להבטיח כי ההסכם שיאושר ישקלל כראוי את אינטרס ציבור הצרכנים הנפגעים.

### **סיליקון בחלב תנובה**

בפסק דין תקדימי שניתן השנה חויבה תנובה לשלם לצרכנים 55 מיליון שקל. התביעה הייצוגית הוגשה בשנת 1995 על-ידי תופיק ראבי (שנפטר בינתיים) והמועצה הישראלית לצרכנות, באמצעות עו"ד איאד ראבי. ההליך מדגיש את חשיבותו של הכלי הייצוגי להגנת ציבור הצרכנים בישראל: לעומת ההליך הפלילי שבו הורשעה תנובה בגין אותה הוספת סיליקון לחלב ונקנסה בסכום של כ- 28,000 ₪ שהגיעו לקופת המדינה, בהליך הייצוגי חויבה תנובה כאמור בתשלום של 55 מיליון ₪ שיחולק לציבור, צעד בעל השפעה מרתיעה הרבה יותר.

### **פרסום סמוי בקלטות ילדים**

המועצה הגישה לבית המשפט המחוזי – מרכז בקשה להצטרף כתובע ייצוגי בתובענה שהוגשה בעניין פרסום סמוי בקלטות ילדים. הבקשה הוגשה לאחר שהמועצה החליטה להעמיק את מעורבותה בתיק לאור השאלות החשובות והעקרוניות האמורות להידון בו. הבקשה באה לאחר שהמועצה הגישה באפריל 2008 בקשה להצטרף לאותו התיק כ"ידיד בית המשפט". הבקשה התאפשרה לאור חוק המועצה הישראלית לצרכנות שהתקבל בכנסת באוגוסט השנה ומעניק לה מעמד להגשת תובענות ייצוגיות בשם ציבור הצרכנים.

## **הסכמים צרכניים אחידים**

### **סלולר**

המועצה לצרכנות גיבשה והעבירה לחברות הסלולר הסכם בסיסי אחיד ליחסי צרכן-חברת סלולר. ההסכם הנו הסכם אחיד שיוכל לשמש את כל חברות הסלולר בכל המסלולים ויאפשר לצרכן השוואה אפקטיבית בין המסלולים ובין החברות. ההסכם יאפשר להקטין את הפגיעה בציבור הצרכנים וימצא את כל ההתקשרות בין הצרכן לחברה.

### **הסכם צרכני אחיד לקבלת שירותים ביתיים**

המועצה הישראלית לצרכנות חיברה את הסכם צרכני אחיד לקבלת שירותים ביתיים במטרה להבטיח גילוי נאות, ודאות ובסיס ראייתי לצרכן המבקש לקבל שירותים ביתיים. זאת בעקבות תלונות רבות של צרכנים המתקבלות במועצה הישראלית לצרכנות על נותני שירות שונים אותם הזמינו לביתם לביצוע עבודות כגון שיפוץ, שרברבות, חשמל, זיפות וכו'.

**את ההסכמים ניתן להוריד מאתר האינטרנט של המועצה.**

מנכ"ל המועצה לצרכנות, **עו"ד אהוד פלג**, מסכם את השנה באומרו כי התאפיינה בצד העשייה הרבה להרחבת ההגנה החוקית והמשפטית על הצרכנים, גם במאמץ הסברתי של המועצה שכוון לידע את הצרכנים בדבר קיומן של זכויות, ואופן מימושן. המגמה שלנו, אומר מנכ"ל המועצה, היא להפוך את הצרכן לשותף פעיל להגנה על זכויותיו, לקראת הקניה, במהלכה ולאחריה.