

לכבוד יום הצרכן הבינלאומי שמצוין ב 15/3 המועצה לצרכנות מוציאה

את דו"ח התלונות ומסכמת את שנת 2022

כמה תלונות טופלו? כמה כסף הוחזר לצרכנים? מה התחום עליו הוגשו

הכי הרבה תלונות ב 2022 ?

שנת 2022 הייתה שנת מפנה במועצה לצרכנות, במסגרתה ניתן מענה הוליסטי ייחודי לטיפול וקידום האינטרס הצרכני, הן ברמת הפרט והן ברמת הכלל, נפתחו מחלקות חדשות, והורחבו תחומי הטיפול, על אף הקשיים התקציביים עמם מתמודדת המועצה בשנים האחרונות, ומחסור בכוח אדם. הרחבת התחומים וביניהם: צרכנות פיננסית, שירותי רפואה, קבלת שירות מהמדינה, וצרכנות בתחום החינוך, נוספו מתוך ראית הצרכן והצרכנות בצורה רחבה יותר, ומציאת דרכים לקדם סביבה צרכנית הוגנת וראויה שתיטיב עם כלל המשק.

במועצה מתקבלות בכל שנה, בכל הערוצים, עשרות אלפי פניות. סך הפניות המגיעות למועצה לצרכנות בשנה, הינו מהגדולים ביותר בישראל.

לשם השוואה כמות התלונות המתקבלות במועצה אל מול התלונות המתקבלות אצל המפקח על הבנקים ומשרד התקשורת.



התלונות המגיעות למועצה נקלטות במערכת ממוחשבת (אך מיושנת מאוד לאור מגבלת התקציב), ומסווגות על-פי עניינן ועל-פי נושא התלונה. כשהבדיקה מעלה ממצאים מדאיגים, ליקוי עקרוני או תופעה נרחבת – נבדקת אפשרות פעולה נוספת, משפטית או ציבורית, לטובת כלל הצרכנים.

היקף התלונות החריג והצורך בבדיקה יסודית של כל תלונה מחד, ומספר העובדים המצומצם מאידך, מחייב את המועצה לתעדף טיפול מהיר באוכלוסייה מוחלשת, עבורה הוקם קו טלפון ייעודי למתקשים בשליחת תלונות באופן דיגיטלי. בשנת 2023, בכוונת המועצה לפתוח נקודות קבלת קהל בתל אביב ובדרום הארץ (בנוסף לקבלת הקהל המתקיימת כיום בחיפה), ובכך לתת מענה לאוכלוסייה אשר אינה יכולה או מתקשה עם ההתמודדות הדיגיטלית.

הדו"ח מציג נתונים מספריים, תרשימים וניתוח כמותני ואיכותני של התלונות שהתקבלו במועצה לצרכנות בשנת 2022. הדו"ח מספק תמונת מצב המושתתת על המשוב מצד הציבור הרחב לבעיות הצרכניות איתן מתמודדים אזרחי המדינה.

במהלך שנת 2022 טיפלה המועצה לצרכנות ב **65,823 פניות**, במסגרתן הושב לצרכנים הפונים סך של **9,902,694 ₪**. מדובר בעלייה של 6% במספר התלונות משנת 2019¹, ועליה של 80% בהחזר הכספי לכיסם של הצרכנים. בנוסף, פעילות המועצה בשנת 2022 בתחום ההליכים הייצוגיים שקיפחו את זכויות הצרכנים, הביאה להשבת כספים לציבור בסכום מוערך של **6,769,082 ₪**².

סך הכול טיפלה המועצה בשנת 2022, בהחזר כספי לציבור בסך שיא כולל של **16,671,776 ₪**

החזר כספי בפועל לציבור הצרכנים בישראל

| שינוי ב-% | 2022 | 2019 | |
|--------------|---------------------|-------------|--|
| +16% | 9,902,694 ₪ | 8,537,836 ₪ | החזר כספי טיפול בפניות |
| | 6,769,082 ₪ | 644,000 ₪ | החזר כספי -ת"צ והתנגדויות להסכמי פשרה |
| +55% | 16,671,776 ₪ | 9,181,836 ₪ | סה"כ |

בנוסף ניתן ייעוץ משפטי פרטני לצרכנים בעסקות שסכומן הכולל עומד על **5,641,101 ₪**

איך פונים הצרכנים למועצה לצרכנות?

מרבית הפונים (92.5%) ממלאים את טופס התלונה שבאתר

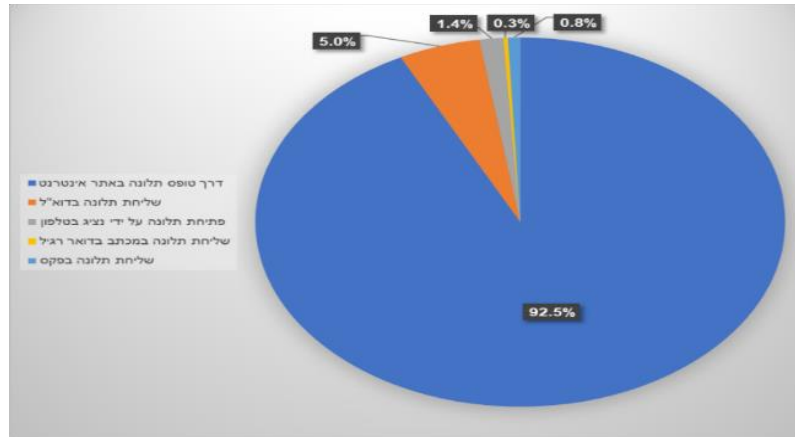
5% שולחים את התלונה בדוא"ל

1.4% - מגישים את התלונה באמצעות נציג המועצה בשיחת טלפון

0.3% שולחים בדואר רגיל, לאחר שטופס התלונה נשלח אליהם לבקשתם

0.8% שולחים באמצעות הפקס

¹ ההשוואה לשנת 2019 לאור השנים 2020 ו 2021 חריגות בהיקף התלונות בעקבות מגיפת הקורונה
² חישוב זה נעשה רק לגבי תוספת הכספים שהוחזרו לצרכנים בעקבות קבלת עמדת המועצה ע"י בתי המשפט.
 אין מדובר בסך הכספים שהצרכנים קיבלו בתביעות אלו.



על מה התלוננו הצרכנים בשנת 2022 ולמה?

שנת 2022 הייתה למעשה, שנת ה- "חזרה לשגרה" לאחר מגיפת הקורונה. וכך היא שינתה את תמהיל הפניות למועצה לצרכנות. אם בקורונה התלוננו על טיסות, תיירות, הופעות, חדרי כושר ואולמות אירועים, הרי שהתלונות בשנת 2022 משקפות את החזרה לשגרה שאחרי הקורונה, שגם לה מאפיינים ייחודיים.

| תחום | מס פניות שהתקבלו ב 2022 | מס פניות שהתקבלו ב 2019 | שינוי ב-% |
|--------------------------------|-------------------------|-------------------------|-----------|
| 1. מכשירי חשמל | 2982 | 3779 | -21% |
| 2. ריהוט ומטבחים | 2689 | 2593 | +4% |
| 3. שירותי תיירות | 2626 | 1583 | +66% |
| 4. חוק הפיקדון* | 2274 | | |
| 5. ביגוד הנעלה ואביזרים נלווים | 2191 | 2173 | +1% |
| 6. אמצעי תקשורת | 2157 | 4158 | -48% |
| 7. מזון | 1137 | 725 | +57% |

למה דווקא על מוצרי חשמל התלוננו כל כך הרבה?

תחום מכשירי החשמל הוביל את "מצעד התלונות" למועצה לצרכנות בשנת 2022.

ראשית, התחום כולל עוסקים רבים: רשתות, חנויות וחנויות אונליין.

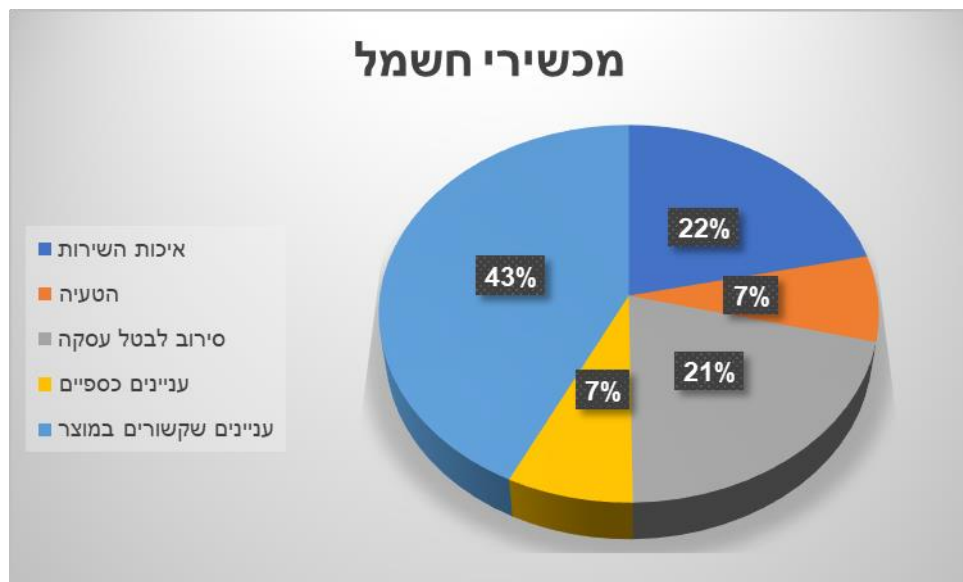
שנית – המעבר לאון ליין, שמייחד את התקופה שאחרי משבר הקורונה.

שלישית - מורכבות שוק החשמל (יבואן/משווק/מוכר/ביטוח). לרוב, אין לצרכן כתובת אחת והדבר מעלה קשיים.

זרקור על תחום החשמל:

- **רכישה באמצעות מכר מרחוק**- המאופיינת בתלונות על אי התאמה, ואיחורים באספקה
- **איחור טכנאי**- המתנה ארוכה לטכנאי, ביטולים, העדר פיצוי והעדר מענה טלפוני.
- **ביטוח מכשירי חשמל/מכירה ברוכלות**. תופעת "מלכודת הביטוחים" פוגעת בעיקר בצרכנים קשישים. כטכנאי המוזמן להתקנה או שירות, מוכר לצרכן "ביטוח" מכשירי חשמל באלפי שקלים.
- **ביטול עסקה** קשיים בביטול עסקה, דבר שהוחרף בעקבות הרכישה במכר מרחוק והשוני בזכויות.

פילוח התלונות בתחום מכשירי חשמל:



אמצעי התקשורת

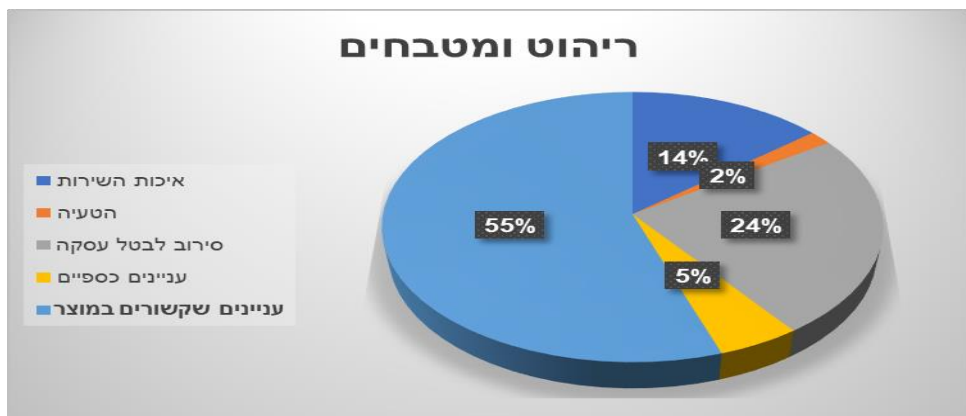
תחום התלונות על אמצעי התקשורת שהוביל את התלונות במועצה לצרכנות במשך כעשור, "איבד" את הבכורה.

הסיבות הן, ככל הנראה, כניסת שחקנים חדשים, הגברת התחרות, רגולציה אפקטיבית וכן סגירה ו/ או שלילת רישיון מחברות מפרות, כגון אייס תקשורת וגולן טלקום (נגדם הרבו הצרכנים להתלונן).

פילוח התלונות בתחום אמצעי תקשורת:



ריהוט ומטבחים (עליה של 11.1%)

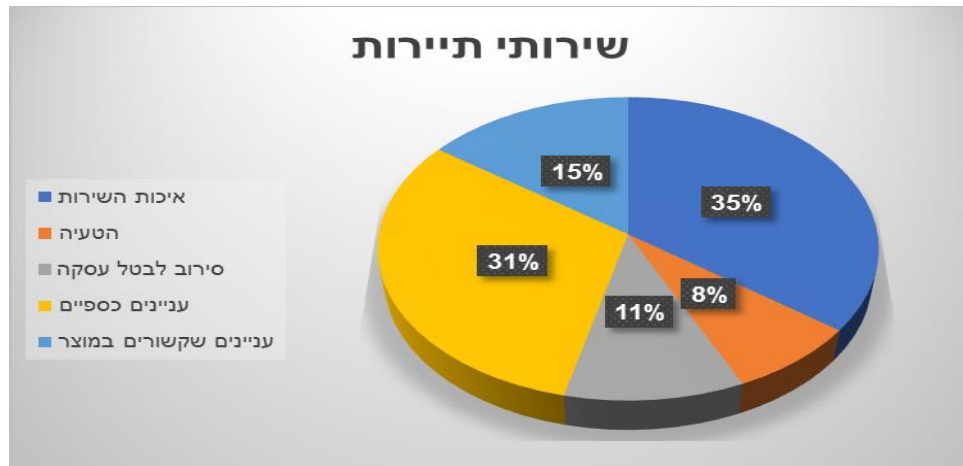


ענף הריהוט הוא אחד הענפים "היציבים" בכמות התלונות המתקבלות במועצה.

ההשפעת המעבר לאון ליין, יצרה בעיות צרכניות: אי התאמה, בעיה במידות/צבעים/חומרים, איחור באספקה, מוצרים פגומים באיכות ירודה, וסירוב לתקן פגם.

המשך הפרקטיקה הפסולה של גביית דמי ביטול בשיעור גבוה מהמותר בחוק. מהתלונות עולה כי יש עוסקים שגובים בין 25%-35%, בטענה ל"ייצור מיוחד", על אף ההנחיות וההבהרות הרגולטוריות. בעקבות המשך התופעה, הועלו לאתר המועצה, כתבי תביעה לדוגמא לשימוש הציבור, וכן הוגשו תובענות ייצוגיות נגד חברות מטבחים כדי להסדיר באופן אזרחי את דמי הביטול בתחום זה.

תחום התיירות (עלייה של 10.5%)



חזרנו לטוס, וגם התלונות על התנהלות חברות התעופה והתיירות חזרו.

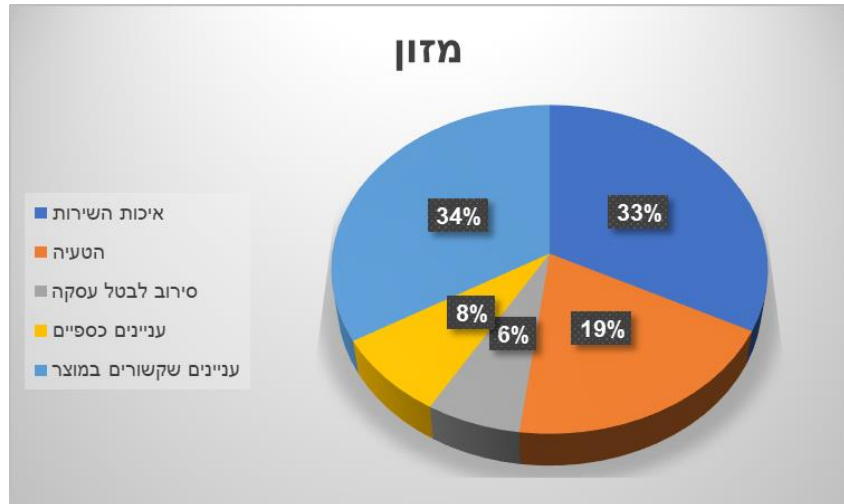
בין השאר, הצרכנים הלינו על גביית דמי טיפול בניגוד לדין, (ככל הנראה מדובר ב"שאריות" מתקופת הקורונה). בשל גביית דמי הטיפול בניגוד לדין, הוגשו תביעות ייצוגיות נגד סוכנויות נסיעות רבות.

לצערנו, הופיעו תופעות חדשות ומטרידות: גביית תשלום עבור ה"זכות" לשוחח עם חברת התיירות בנוגע לביטולי טיסות, ובירורים שונים, גם כאשר החברה עצמה היא זאת שמבטלת/משנה את מועד הטיסה(!). גביה שמנוגדת לחוק שירותי תעופה כמובן.

הצרכנים הרבו להתלונן על חברות התעופה הישראליות, בעיקר על היעדר מענה, איבוד מזוודות, וביטול טיסות.

המועצה פעלה באופן נחרץ מול חברות התעופה, ואנו מקווים כי הכשלים שנתרו יטופלו במהרה.

תחום המזון (עליה של 57% אחוזים בתלונות)



תחום המזון העסיק רבות את הצרכנים השנה, בגלל יוקר המחיה המאמיר, אך גם בשל תופעות ייחודיות לשנה זו:

- ריקול- מספר הריקול החריג של החברות הגדולות במשק (תנובה, שטראוס, צבר) חידד את העובדה כי אין מענה כולל והוליסטי לצרכנים שנפגעו מקנייה או מצריכה של מוצרים פגומים. בהעדר חוק הקובע את אופן מתן ההחזר הכספי, ומחדד את החובות המוטלות על החברה, הצרכנים מתמודדים לבדם מול החברה בניסיון לקבל החזר כספי על מוצרי הריקול.**
- משלוחים** תלונות רבות עוסקות בזמני המשלוחים מעבר לשעות שנקבעו, בסירוב הרשתות לפצות על האיחור, השלמת מוצרים חסרים במוצרים יקרים הרבה יותר, איכות ירודה של ירוקות ופירות, חוסר בהזמנה, וחיוב על המוצרים החסרים. תלונות על מוצרים קפואים שמגיעים מופשרים, ועל השארת המוצרים ליד הדלת ללא תיאום עם הצרכן. נחזור ונוכיר לצרכנים כי החוק מחייב את כל השולחים לדייק בזמני הגעת המשלוח, או לשאת בקנס קבוע.
- יוקר המחיה** עליית מחירי המזון, הוא אחד הסממנים והמדדים המובהקים של יוקר המחיה, וצרכנים ערים יותר לחשבונות שהם משלמים בסוף הקנייה. צרכנים מתלוננים על מחסור של מוצרים בפיקוח, (שקיות חלב, חמאה, ומכסות של מזון מיובא כמו בשר טחון, גבינה צהובה, שמן זית, ודבש) וכן תלונות על נושא הצגת המחיר- היעדר שילוט, פער בין מחיר על המוצר על המדף ובקופה, והקטנת אריזות.

אז איך אנחנו קונים? -פילוח פניות בהתאם לאופן ביצוע העסקה

מהתלונות עולה כי המעבר לאונליין, נותן את אותותיו. הצרכנים התלוננו השנה יותר על עסקאות שנרכשו באון ליין באמצעות מכר מרחוק (עליה של 24% לעומת 2019). אין זו הפתעה לגלות שגם התלונות כנגד הדואר וחברות השילוח הבינלאומיות עלו באופן חד (עליה של 184% אל מול 2019). העלייה בצריכה באון ליין והבעיות הנובעות ממנה, הביאה לירידה בתלונות על רכישה פיזית בחנות (ירידה של 6% אל מול 2019).

והחדשות הטובות –התלונות על עסקאות הרוכלות – העסקאות הבעייתיות ביותר, שמתבצעות במרבית המקרים בהגעה של הנציג לבית הצרכן, ואופיינית בעיקר לאוכלוסיות מוחלשות נמצאת בירידה של 42% אל מול 2019, ואנו מקווים כי המגמה תימשך.

| שינוי ב-% | מס פניות שהתקבלו ב 2019 | מס פניות שהתקבלו ב 2022 | |
|-----------|-------------------------|-------------------------|----------------|
| -6% | 11053 | 10338 | עסקה רגילה |
| -42% | 1355 | 786 | עסקת רוכלות |
| +24% | 11085 | 13785 | עסקת מכר מרחוק |

מה מילת החיפוש הפופולארית ביותר באתר המועצה ב 2022 ?

| מונח חיפוש | סה"כ חיפושים ייחודיים |
|--------------------|------------------------------------|
| | 16,842 (16,842) 100.00% מה"כ: % |
| 1. ביטול עסקה | 166 (0.99%) |
| 2. הגשת תלונה | 132 (0.78%) |
| 3. החזרת מוצר | 102 (0.61%) |
| 4. ביטול סיסה | 98 (0.58%) |
| 5. בדיקה מצב תלונה | 93 (0.55%) |
| 6. משלוח | 91 (0.54%) |
| 7. סיסה | 81 (0.48%) |
| 8. תלונה | 75 (0.45%) |
| 9. אחריות | 72 (0.43%) |
| 10. גז | 63 (0.37%) |
| 11. ספאם | 61 (0.36%) |
| 12. מוצר פגום | 60 (0.36%) |
| 13. החזר כספי | 57 (0.34%) |
| 14. סטטוס תלונה | 57 (0.34%) |
| 15. זיכוי | 56 (0.33%) |
| 16. טיסות | 54 (0.32%) |
| 17. חוק הטכנאים | 54 (0.32%) |
| 18. רכב | 51 (0.30%) |
| 19. ביטול תלונה | 47 (0.28%) |
| 20. ביטוח | 46 (0.27%) |

ביטול עסקה היא מילת החיפוש הפופולארית באתר המועצה, ואחריה חיפשו הצרכנים את טופס הגשת התלונה, והתענינו לגבי החזרת מוצר (שגם זה סוג של "ביטול עסקה").

מוקד הפקדון

מוקד הפקדון הוקם בשיתוף ומימון המשרד להגנת הסביבה ומטפל בבעיות הצרכניות הנובעות מהרחבת חוק הפיקדון. בשנת 2022 התקבלו במועצה לצרכנות-9,010 פניות בתחום זה בגין בקבוקים שבתי עסק סרבו לקבל.



מרבית פניות הצרכנים בנושא חוק הפקדון נוגעות לתחושת השפלה מצד בתי עסק. הצרכנים מדווחים על יחס לא מכבד ומזלזל הגובל ב"קיצוץ נדבות". יוזכר שמדובר בצרכנים העושים מאמץ להגיע אל בית העסק על מנת לשמור על הסביבה, ולקבל את כספם בחזרה על פי חוק.

במקומות בהן פועלות מכונות לקבלת בקבוקים, הצרכנים מלינים כי במרבית הזמן המכונות מלאות, מקולקלות, נעולות או לא קולטות את הבקבוקים, בית העסק המחויב לקבל במקרה כזה את הבקבוקים, מסרב לקבל מהצרכנים את מכלי המשקה באופן ידני, בניגוד לקבוע בחוק.

הצרכנים נדחים בשלל תירוצים:

- מחסור בשקיות
- היעדר מקום
- הגבלות שעות וימי ההשבה
- סירוב לקבל בקבוקים מבני נוער
- דרישה מצרכנים למיין את המכלים (זכוכיות, פחיות, פלסטיק) לשטוף את הבקבוקים, או לנפח אותם.
- עוסקים טענו שבשל סגירת תאגיד אליה יש להם אישור שלא לקבל את מכלי המשקה

יוקר המחיה

סל המועצה לצרכנות

כחלק מהמאמץ המשותף במלחמה ביוקר המחיה, המועצה השיקה בשנת 2022 כלי חדש, בו נבדקים המחירים של למעלה מ 770 המוצרים הנמכרים ביותר ברשתות השיווק.

באמצעות כלי זה המועצה מצביעה באופן מובהק על רשתות מזון זולות או יקרות, מוצרים אלטרנטיביים זולים, ועליות מחירים של מוצרים על ידי יצרנים, יבואנים ורשתות. הכלי גם מנתח בין היתר תופעות רוחב כהפרשי מחיר בין פריפריה למרכז, פערים בין סוגי מוצרים, פערים מגזריים ועוד. הליווי הסטטיסטי לכלי נעשה ע"י ד"ר אור כץ מהמכללה האקדמית אשקלון. במהלך שנת 2022 נדגמו מעל ל 55 סלים.

בין התופעות שעלו בשנת 2022 במסגרת הבדיקות השוטפות:

- עליה מתמדת ועקבית בשיעור של כ 1% מידי חודש במחיר הסל
- פערי מחיר מוגזמים בין המוצרים המובילים בכל קטגוריה לחלופות הקיימות (מותג פרטי, יבוא מקביל, יצרנים פחות מפורסמים ועוד)
- התאמת מחירים בפועל בין רשתות הקמעונאיות הגדולות תוך שימוש בשקיפות המחירים הנדרשת בחוק. פערי המחיר בין הרשתות נשמרים לאורך השנה.
- העדר תחרות משוכללת לגבי מרבית המוצרים הנמכרים במרכולים. התחרות מתבטאת בעיקר במוצרים החלופיים שמרבית הרשתות הקמעונאיות מוכרות, אך גם לגביהם מדיניות התמחור אינה תחרותית דיה.
- לצערנו, אנו לא מצליחים להתגבר על בעיית "אדישות הצרכן", אשר במקרים רבים מעדיף לקנות את המוצר המוכר שעל המדף, ומבלי לבדוק את מחירו מול האלטרנטיבות הקיימות. בדיקה שכזאת אפשרית כיום רק במרכול עצמו ולא בין הרשתות, באופן נוח וידידותי לצרכן.
- גם השנה ניצלו היצרנים והרשתות אירועים חריגים כחגים, משחקי כדורגל ועוד, להעלאה חריגה של מחירי מוצרים המאופיינים עם האירוע.
- השנה המשיכה ביתר שאת התופעה של צמצום תכולה באריזות מוצרים. בדר"כ תוך ציון קטן וכמעט בלתי נראה של הודעה על גבי המוצר בלבד, כי "האריזה השתנתה". מודעות הפרסום של המוצר, בתקשורת ובמרכולים עצמם לא ציינו הדבר.
- גם השנה ראינו תופעות קמעונאיות פסולות בתכלית כמבצעים עמוקים אך עם מלאי מוגבל מאוד; התניות קניה גדולות כדי לקבל ההנחה; פרסום קופונים להנחה אשר אין דרך לצרכן לממשם בזמן.
- ההתפתחות הדיגיטלית המואצת המאפיינת גם שוק הקמעונאות, מרחיבה את הפגיעה באוכלוסיות מוחלשות המתקשות להתמודד עם המהפכה הדיגיטלית. רשתות גדולות, מעדיפות לחסוך בעלות מענה טלפוני לצרכנים נזקקים, ולמעשה להשאירם ללא אפשרות רכישה ככלל האוכלוסייה.

מחלקת רגולציה

במקום בו החקיקה הקיימת מאפשרת פרשנות הפוגעת בצרכנים, המועצה לצרכנות פועלת באמצעים הבאים:

- הגשת הצעות חוק באמצעות המשרד הממשלתי, וועדה בכנסת או ח"כ פרטיים.
- הגשת הצעות לתיקוני חקיקה והבעת עמדה בהליכים קיימים
- פניה לרגולטורים לצורך תיקון רישיונות והפעלת פיקוח רגולטורי במקרים המתאימים.

המועצה פועלת מול הגופים הבאים:

- **משרדי ממשלה:** כלכלה, אוצר, תקשורת, הגנת הסביבה, בטחון, שיוויין חברתי, בריאות, בטחון לאומי.
- **כנסת:** ועדת הכלכלה, ועדה המשנה לצרכנות, ועדה לפניית הציבור, ועדת הבריאות
- **רגולטורים:** רשות התחרות, בנק ישראל, הגנת הפרטיות, שוק ההון, היחידה לאכיפה אזרחית בפרקליטות המדינה, משטרת ישראל- מפלג ההונאה, הנהלת בתי המשפט

דוגמאות לפעולות של מחלקת רגולציה:

- במהלך שנת 2022 בלמה המועצה ניסיון לצמצם עוד יותר, את זכות הביטול של הצרכן בעסקאות תיירות, מבלי לספק אלטרנטיבה או איזון.
- המועצה הייתה חלק מהדיונים שעסקו בחובת מסירת הקלטה לצרכן בעסקאות שהתבצעו טלפונית.
- דרישה להתנות מתן פיצוי ומענקים לעוסקים בגין תקופת הקורונה, בהשבת כספים מלאה לצרכנים שנפגעו.
- הצגת עמדה ולפיה על מעונות היום, הקייטנות ובית הספר של החופש הגדול, להשיב להורים כספים בגין ימים בהם השירותים לא ניתנו.
- הצפת תופעה של חברות פרטיות אשר נכנסו לתחום דירוג האשראי הצרכני ומבצעות מחיקת נתוני אשראי לצרכנים, זאת בשיתוף עם בנק ישראל.

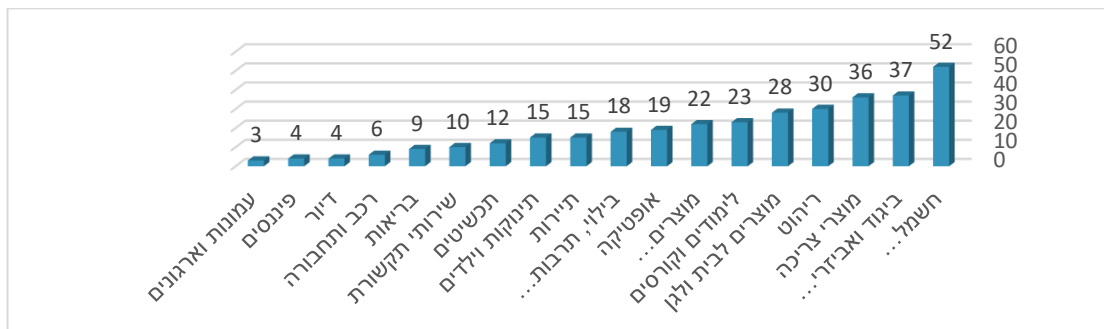
היחידה למניעת הטעיות בפרסום

באוגוסט 2022 השיקה המועצה לצרכנות את היחידה למניעת הטעיות בפרסום, במטרה לקדם פרסום הוגן ולא מטעה, ולמזער את הפגיעה בצרכנים בגלל הפרסום. בנוסף, היחידה מבקשת לקדם שיווק לגיטימי והוגן של העוסקים כלפי הצרכנים.

היחידה דוגמת פרסומים ממקורות פרסום שונים ומגוונים, (כולל פרסומים של אושיות רשת וידוענים) ובוחנת אם יש במידע חשש להטעיה. במקרים בהם נמצאת הטעיה, לכאורה, נעשית פניה למפרסם, ובה הבהרה על ההטעיה או ההפרה של הוראה כלשהי בדין באופן הצגת הפרסום, ודורשת תיקון או הסרתו לגמרי. מפרסמים שלא מתקנים את ההטעיה או הפרת הדין, חשופים לנקיטת הליכים משפטיים כנגדם.

בשנת 2022 בחנה המועצה אלפי פרסומים ודיווחה על 880 פרסומים בהם עלה חשד להטעיה או להפרה של הוראות הדין. ב 343 פרסומים (39%) נמצאה הטעיה, ונשלחה פניה למפרסם. בתקופת חגי תשרי, פסח ומבצעי נובמבר, נמצאה עליה ניכרת בהטעיות והפרות דין בפרסום. 79% מהפרסומים בהם אותרו הטעיות או הפרות של הדין, התקשרו לפרסומי מבצעים (מכירה מיוחדת כהגדרתה בחוק הגנת הצרכן).

תחום החשמל והאלקטרוניקה מוביל התחום בו נמצאו מירב ההטעיות והפרות הדין. אחריו ביגוד והנעלה, מוצרי צריכה, וריהוט.



תובענות, התנגדויות והסכמי פשרה

במהלך 2022 המועצה לקחה חלק ב 19 הליכים ייצוגיים בערכאות השונות:

| | |
|----|---------------------------------------|
| 12 | התנגדויות להסכמי פשרה: |
| 3 | הצטרפות המועצה כידיד בית משפט: |
| 34 | תביעות ייצוגיות שהוגשו על ידי המועצה: |

המועצה וכלי התובענה הייצוגית:

למועצה מעמד מיוחד לפי חוק, והיא רשאית להגיש תובענות ייצוגיות, להצטרף כידיד בית משפט ולהתנגד להסכמי פשרה, גם כאשר אין צרכן או מתלונן ספציפי, ומכאן כוחה וחובתה.

הצטרפות כידיד בית המשפט: בשנת 2022 המועצה הצטרפה ל 3 הליכים כידיד בית המשפט (שופרסל- קופונים פגי תוקף, אחזור שיחות של בנק המזרחי, ותביעה נגד זאפה על השבת כסף על מופעים שהתבטלו בשל הקורונה).

בתובענות המעוררות שאלות עקרוניות בתחומים צרכנים, המועצה מבקשת (או מתבקשת) להצטרף. לפעולה זו חשיבות ביכולת המועצה לצרכנות למלא את תפקידה ולהגן על זכויות הצרכנים בישראל. בדרך זו המועצה תורמת מניסיונה ומהמידע שהצטבר אצלה, לטובת הצרכנים.

בחינת הסכמי פשרה והסדרי הסתלקות בתובענות ייצוגיות: המועצה בודקת את הסדרי הפשרה בתובענות ייצוגיות, ובוחנת אם ההסדרים ראויים, הוגנים וסבירים עבור הצרכנים. פעמים רבות, בהסדרי פשרה, קולם של הצרכנים לא נשמע, וההסדר יכול גם לשמש כקידום שיווקי של החברה שפגעה בצרכנים (פשרות קופונים לדוגמא). המועצה מוודאת כי ההסכם מקיים אכיפה מלאה וראויה של זכויות הצרכנים בישראל ומתן פיצוי הולם לנפגעים.

בין הסכמי הפשרה להם התנגדה המועצה ב 2022 : ד איוונטים- על השבת כספים בחסר בשל ביטול ההופעה של סלין דיון ; פשרה שאישורה היה מביא להפרת הוראות רישיון הרטיין בתביעה כנגד סלקום ; ופשרות קופונים במקום פיצוי ישיר לצרכן כמו הוט מובייל או שלמה תחבורה.

הגשת תובענות ייצוגיות על ידי המועצה עצמה : המועצה רשאית להגיש בקשות לאישור תובענה ייצוגית, כארגון הצרכנים היציג במדינת ישראל.

³ בהן תובענות ענק כנגד מרבית הבנקים וחברות הפעלת מכשירי בנק אוטומטיים בגין עמלות כפולות.



המועצה מעדיפה להגיש בקשה לאישור תובענה כייצוגית בענפים בהם היקף הנפגעים משמעותי, או שהנפגעים נמנים על אוכלוסיות מוחלשות, או שפערי הכוחות בין העוסק לצרכן גדולים מאוד, או שאין כדאיות כלכלית לשוק הפרטי להגיש תובענה כזאת.

המועצה הישראלית הגישה תובענה נגד מרבית הבנקים בישראל והחברות המפעילות מכשירי בנק אוטומטיים, בטענה לגביית עמלות כפולות שלא כדין בגין משיכת כספים ממכשירים אוטומטיים.

המועצה הישראלית לצרכנות הגישה מספר תובענות כנגד חברות ריהוט המייצרות מטבחים (סמל פרפקטו בע"מ/דקל מטבחים/ אביבי מטבחים) בטענה, שהחברות גובה תשלומים מופרזים בעת ביטול עסקה של מטבח בגין "תכנון" המטבח בידי עובד החברה בחנות.