

המועצה הישראלית לצרכנות 

דו"ח פעילות שנתי

לשנת 2016

תוכן עניינים

פרק 1: דוח תלונות צרכנים: 2

פרק 2: חוק, רגולציה ומשפט 9

פרק 3: מערך הסיוע לצרכנים בניסוח תביעות קטנות 14

פרק 4: תקשורת וניו מדיה 18

פרק 5: אתר המועצה לצרכנות 22

פרק 6: סיכום סמ"ל – סיירת המועצה לצרכנות 23

פרק 7: פעילות חינוך והסברה 26

נספח 1- תלונות אופייניות 34

נספח 2 : דוגמאות לתלונות ולתביעות קטנות 37

פרק 1: דוח תלונות צרכנים:

פניות לשנת 2016

1. פניות שהתקבלו ונסגרו בשנת 2016

בשנת 2016 התקבלו במועצה 41,155 פניות, מהן 29,158 שנקלטו במערכת המידע וניהול הלקוחות, 10,365 בקשות ייעוץ שהופנו למועצה דרך הפורום באתר האינטרנט של המועצה, ו-1,632 בקשות ייעוץ שהופנו דרך עמוד הפייסבוק של המועצה.

במקביל לירידה של 15% בכמות הפניות שנקלטו במערכת המידע בהשוואה לשנת 2015, ישנה עלייה של כ-20% בכמות הייעוצים באמצעות הפורום. העלייה תואמת את המגמה הכללית של מעבר לשירותים מקוונים וכי הצרכן בכלל זה מגלה יותר ויותר את ערוץ פורום השאלות והתשובות באתר המועצה, הנותן מענה מהיר יותר ומאפשר לצרכנים לאחר הייעוץ, להמשיך בעצמם את הטיפול מול בית העסק.

2016- פניות שהתקבלו

| שינוי ב-% | 2016 | 2015 | |
|-----------|--------|------------|---|
| -15% | 29,158 | 34,456 | פניות שנקלטו במערכת מידע של המועצה |
| 19% | 10,365 | 8,738 | בקשות ייעוץ דרך הפורום של המועצה |
| | 1,632 | אין נתונים | בקשות ייעוץ דרך עמוד הפייסבוק של המועצה |
| -5% | 41,155 | 43,194 | סה"כ פניות למועצה |

כמות הפניות שהטיפול בהן הסתיים ונסגרו במערכת המידע בשנת 2016 עומדת על 28,704.

סך כל השאלות והפניות למועצה בכל הערוצים, לרבות בפורום ובפייסבוק ואשר קיבלו מענה טיפול בשנת 2016 מסתכם ב- 39,069 פניות בשנת 2016 (ירידה של 14% מ-2015).

2016- פניות שנסגרו

| שינוי ב-% | 2016 | 2015 | |
|-----------|--------|------------|---|
| -21% | 28,704 | 36,439 | פניות שנקלטו ונסגרו במערכת מידע של המועצה |
| 19% | 10,365 | 8,738 | בקשות ייעוץ שנענו דרך הפורום של המועצה |
| | 1,632 | אין נתונים | בקשות ייעוץ שנענו דרך עמוד הפייסבוק |
| -14% | 39,069 | 45,177 | סה"כ פניות שהסתיים בהן הטיפול במועצה |
| 3% | 3.6 | 3.5 | שביעות רצון מטיפול (בסקאלה 1-5) |

בנוסף, ב- 796 תיקי תלונה שטופלו במועצה נכתבו לצרכן כתבי תביעה על ידי המועצה והוכנו להגשה בית המשפט לתביעות קטנות.

המועצה סיימה טיפול בהצלחה בכ- 71% מהתלונות שהתבררו כמוצדקות (בדומה לשנה שעברה).

איכות השירות: שביעות הרצון הממוצעת מהטיפול בשנת 2016 השתפרה ב-3% ועמדה על 3.6 (בסקאלה של 1-5, נקודת אמצע בין 'במידה רבה' ו-'מידה בינונית'). שינוי זה בא הודות למאמצים רבים לשיפור השירות שהמועצה ממשיכה להשקיע ותמשיך להשקיע גם בשנת 2017, להגברת שביעות רצון הצרכנים מהטיפול בפנייתם.

2. התפלגות פניות לפי סוג הפנייה

בשנת 2016 36% מהפניות אל המועצה סווגו על ידי הצרכנים (בתוספת השאלות שנשאלו בפורום והפייסבוק) כבקשות ייעוץ, ו-64% מהפניות סווגו כתלונות. מדובר בהמשך מגמת העלייה בנתח הייעוץ, שכן בשנת 2015 אחוז בקשות הייעוץ עמד על 28% ובשנת 2014 רק על 18%.

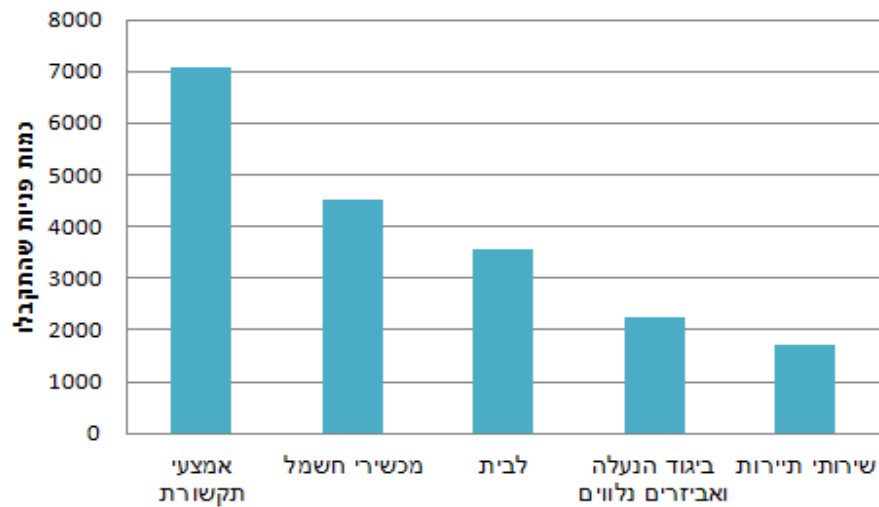
2016- סוג הפנייה (כולל ייעוץ דרך הפורום והפייסבוק)



3. התפלגות פניות לפי תחומים

כרבע מהפניות למועצה בשנת 2016 היו בתחום אמצעי תקשורת (טלקום), 16% מהפניות היו בתחום מכשירי החשמל, 12% בתחום כלל המוצרים לבית (ובפרט ריהוט), 8% בתחום הלבשה והנעלה ו-6% בתחום התיירות, מדובר בהתפלגות כמעט זהה להתפלגות שהייתה בתלונות בשנת 2015.

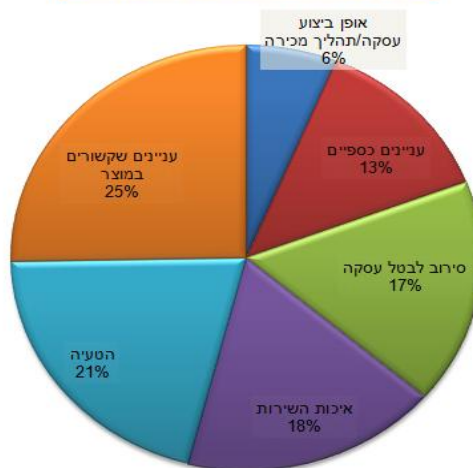
5 התחומים הגדולים בהם התקבלו פניות למועצה ב-2016



התפלגות פניות לפי מהות

הבעיות העיקריות שהצרכנים התלוננו לגביהן ב-2016 הן בעניינים הקשורים במוצר (25%), הטעיות למיניהן (21%) ואיכות השירות (18%). מדובר בהתפלגות דומה מאד להתפלגות שהייתה בשנת 2015.

2016: מהויות פניות עיקריות



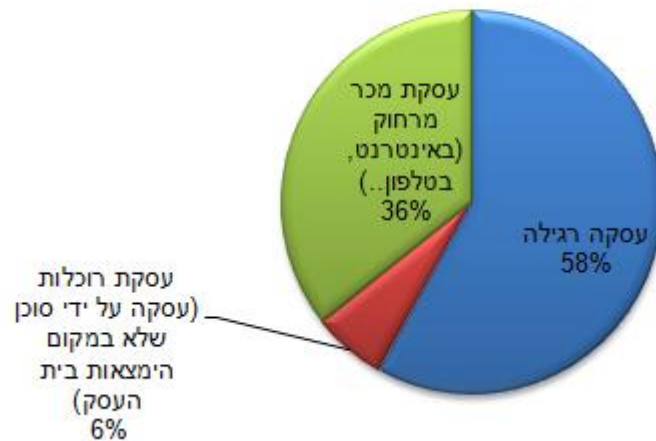
המועצה הישראלית לצרכנות

4. התפלגות פניות לפי סוג העסקה

58% מן הפניות ב 2016 היו בעקבות עסקאות רגילות. יותר משליש הפניות היו בעקבות עסקאות שבוצעו דרך האינטרנט והטלפון (36%) ועוד 6% בעקבות עסקאות שבוצעו באמצעות סוכן שמגיע לבית הצרכן או לכל מקום אחר שאינו מקום הימצאות בית העסק (רוכלות). נתח עסקאות מכר מרחוק עלה ב 1% משנת 2015 על חשבון עסקאות רגילות (36% לעומת 35%, 58% לעומת 59%).

ניתן לראות את המגמה של התחזקות העסקאות של מכר מרחוק (קניות באמצעות האינטרנט והטלפון)- למעלה משליש מהתלונות, תלונות אשר הינן בעלות מאפיינים שונים מקניות בחנויות, הנובעות מאופי הרכישה וכפופות לחוקים שונים במסגרת חוק הגנת הצרכן.

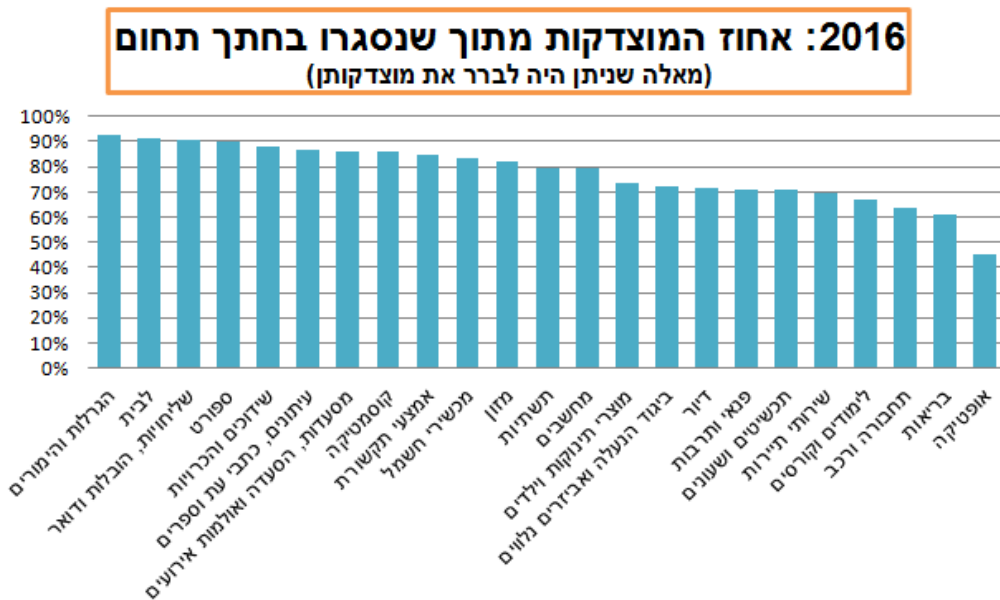
פניות לפי סוג עסקה- 2016



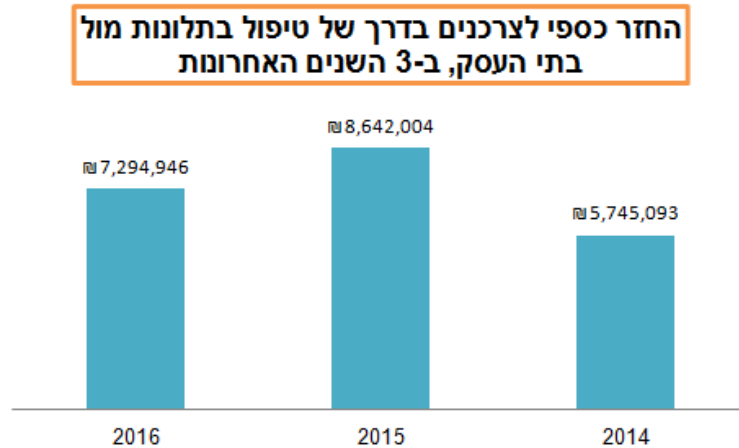
5. אחוז הפניות המוצדקות

81% מהפניות שנסגרו בשנת 2016, וניתן היה לברר בהן את צדקת הצרכן, נמצאו מוצדקות.

אחוז הפניות המוצדקות לפי תחומים שונה מתחום לתחום, כפי שמוצג בטבלת העמודות מטה. כך למשל בתחום ההגרלות והימורים ובתחום המוצרים לבית יותר מ- 90% מן הפניות נמצאו מוצדקות, ובתחומים אחרים נמצאו שיעורים נמוכים בהרבה (הדבר עשוי להעיד על תחומים בהם נפגעים צרכנים ללא שהחוק נותן מענה מלא (למשל קיומה של לאקונה בדין המאפשרת לעוסקים לעמוד בלשון החוק, אך עדיין לגרום לציבור הצרכנים תחושת פגיעה).



בשלוש השנים האחרונות החזירה המועצה לצרכנים סך של יותר מ- 21 מיליון שקלים באמצעות ייצוגם אל מול בתי העסק (ב- 2014 הוחזרו לצרכנים כ-5.7 מיליון, בשנת 2015 8.6 מיליון וב- 2016 עוד כ- 7.3 מיליון שקלים).



טיפול עצמי של בית העסק במסגרת הזדמנות שנייה

בשנת 2016 המשיכה המועצה את ההליך של טיפול עצמי של בית עסק. במסגרת זו התלונות המגיעות לבתי עסק מסוימים מועברות אליהם לטיפול עצמי מול הצרכנים. אחד התנאים להזדמנות זו שנותנת המועצה לעוסקים לטפל בפניות נגדם כוללת התחייבות העוסק כי הטיפול יתבצע ע"י גורם בכיר יותר בארגון מאשר הרובד שטיפול בצרכן לראשונה ולא צלח. העובדה שפניית הצרכן לעוסק בעת שפנה באופן ישיר, לא נענה והוא נאלץ לפנות אל המועצה לצרכנות מצדיקה מעורבות גורם בכיר יותר בעוסק. בסוף תהליך הטיפול העצמי של הנילון (בית העסק), שולחת המועצה אל הצרכן שאלון במייל בו הוא נשאל לגבי שביעות רצונו מטיפול הנילון בפעם השנייה, וכן האם הצרכן מעוניין בהמשך טיפול בפנייתו ע"י המועצה. היה והתשובה חיובית, המועצה בוחנת את התיק הכולל כמובן גם את תלונת הצרכן וגם את התייחסות הנילון ואם המועצה מוצאת שהצדק עם הצרכן היא פונה שוב אל הנילון לגורם בכיר בדרג ניהולי, בדרישה לפתרון ראוי והולם לתלונת הצרכן. בשנת 2016 הצטרפו עוד 3 בתי עסק למסגרת טיפול זו וכיום יש 17 בתי עסק מולם פועלת המועצה בשיטה זו.

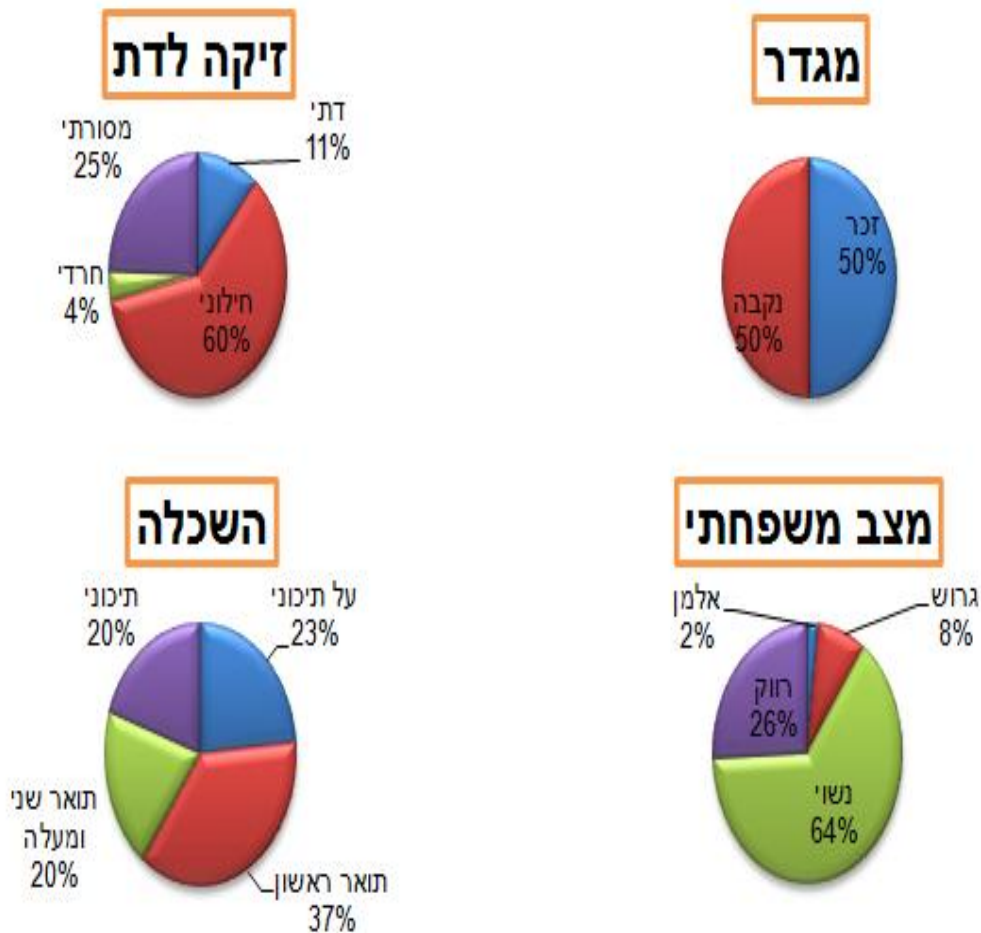
בשנת 2016 הועברו לטיפולם במסגרת הזדמנות שנייה 4,036 תיקי תלונה, המהווים 15% מסך התלונות שהתקבלו במועצה (ב- 2015 הועברו 9% מסך התלונות). רק ב- 29% מהתלונות שהועברו לטיפול שני של בתי העסק ביקשו הצרכנים התערבות נוספת של המועצה להמשך הטיפול. מדובר בירידה באחוז המבקשים מ- 32% ב- 2015.

פניות שהועברו לטיפול עצמי של בית העסק ו% פתיחה מחדש בשנים 2015-2016

| 2016 | 2015 | |
|-------|------|--|
| 4,036 | 2786 | תלונות שהועברו לטיפול בית עסק במסגרת הזדמנות שנייה |
| 1,046 | 851 | תלונות שנפתחו מחדש בעק' סקר |
| 29% | 32% | % פתיחה מחדש של תלונות מתוך סך התלונות שהועברו וטופלו על ידי בית עסק |

נתונים נוספים

התפלגות דמוגרפית* של הצרכנים- 2016



*נתוני דמוגרפיה הם נתוני רשות במערכת. % מילוי הנתונים על ידי הצרכנים עומד על 70%-85% (בהתאם למשתנים השונים).

(ליישובים עם 150 פניות לפחות)

| דירוג | פניות לאלף תושבים | כמות פניות | יישוב | דירוג |
|-------|-------------------|------------|--------------|-------|
| 6 | 6.0 | 916 | רמת גן | 1 |
| 22 | 5.8 | 250 | ראש העין | 2 |
| 1 | 5.8 | 335 | גבעתיים | 3 |
| 4 | 5.3 | 2289 | תל אביב-יפו | 4 |
| 7 | 5.2 | 295 | הוד השרון | 5 |
| 10 | 5.1 | 470 | הרצלייה | 6 |
| 19 | 5.0 | 199 | קריית מוצקין | 7 |
| 2 | 4.9 | 209 | יבנה | 8 |
| 5 | 4.9 | 470 | כפר סבא | 9 |
| 8 | 4.8 | 1116 | כתח תקווה | 10 |
| 17 | 4.7 | 1156 | ראשון לציון | 11 |
| 13 | 4.7 | 625 | רחובות | 12 |
| 16 | 4.5 | 851 | חולון | 13 |
| 9 | 4.5 | 170 | קריית אונו | 14 |
| 18 | 4.3 | 203 | נס ציונה | 15 |
| 32 | 4.1 | 183 | רמת השרון | 16 |
| 14 | 4.0 | 155 | קריית ביאליק | 17 |
| 30 | 4.0 | 220 | קריית אתא | 18 |
| 27 | 3.9 | 1093 | חיפה | 19 |
| 23 | 3.9 | 273 | רעננה | 20 |

פרק 2: חוק, רגולציה ומשפט

1. קידום חקיקה צרכנית

גם בשנת 2016 המשיכה המועצה בקידום חקיקה צרכנית. פעילות המועצה בתחום כוללת ייזום וקידום חקיקה, מתן חו"ד ועמדות לחקיקה שבדרך והיא מלווה את החקיקה, בין היתר, בהשתתפות והצגת עמדת ציבור הצרכנים בטריבונלים שונים וועדות השונות של הכנסת. כך למשל קדמה המועצה את החקיקה שלהלן:

- **החוק למניעת גביה אגרסיבית – החוק**, שתיקן את חוק הגנת הצרכן, נועד בראש ובראשונה לאפשר לצרכן לשלם את חובותיו מבלי להיקלע לדרישות תשלום מאיימות או דרישת תשלומים מוגברים בקנסות והוצאות גבייה שונות. החוק אף ביקש להתוות דרך לגביית חובות בדרך הוגנת ולמנוע גביה אגרסיבית של תשלומים מהצרכן, לאפשר לו לקבל מידע אודות החוב ונסיבת היווצרותו. במצב שטרם התיקן לחוק,

המועצה הישראלית לצרכנות

כאשר החייבים לכאורה מנסים ליצור קשר עם עורכי הדין שדרשו מהם תשלומים המגיעים לעוסקים, הם נתקלו בבעיות שונות, מהן תוצאה של בירוקרטיה סבוכה, סירוב להמציא את ההוכחות לקיומו של חוזה או לחוב, ולעיתים ביחס מזלזל ובאיומים המלווים בדרישה לתשלום החוב. החוק, אותו יזמה וקדמה המחלקה המשפטית מאפשר לצרכן לשלם את חוב בטרם יעביר העוסק את הטיפול לעניינו לעו"ד ובכך לחסוך ממנו הוצאות ואי נעימות הכרוכים בהם. החוק הוגש לכנסת כבר בכנסת הקודמת באמצעות ח"כ בועז טופורובסקי, ובכנסת הנוכחית ע"י חברי הכנסת יואל חסון ואורי מקלב.

נקבע כי העוסק יהיה חייב לשלוח לצרכן בעצמו (ולא על ידי עו"ד) התראה תוך עד 4 חודשים מיום יצירת החוב, ובה יופיעו פירוט החוב, אופן חישובו, פרטי העסקה (תאריך ביצוע, התקופה ומהות העסקה). בנוסף, העוסק חייב לשלוח אסמכתא לחוזה ולחוב, אם הצרכן מבקש זאת.

• **חוק הפיקוח על שירותים פיננסיים מוסדרים** - חוק זה שנכנס לתוקף השנה, חל על נותני שירותים פיננסיים חוץ-בנקאיים (שאינם תאגיד בנקאי). הוראות חוק הגנת הצרכן אינן חלות על נותני שירותים חוץ-בנקאיים, בדומה לבנקים. המועצה לצרכנות פעלה רבות להחלת הגנות שבחוק הגנת הצרכן גם על נותני השירות החוץ-בנקאי, וזאת במטרה להעניק הגנה מרבית לציבור הצרכנים מקבלי השירות, בהם פערי המידע בין נותן השירות למקבל השירות עלולים להביא למצב של פגיעה בלתי הפיכה בצרכנים.

בעקבות פניות המועצה לצרכנות, בין היתר אלה המלווים את הדיונים בוועדת הכנסת, נענה משרד האוצר וכלל שורה של תיקונים צרכניים המחילים הגנות מתחום הגנת הצרכן גם על הצרכן של שירותים חוץ בנקאיים. בין התיקונים הרחבת איסור ההטעה ואיסור הטעה בפרסומת, איסור עיסוק ברוכלות, איסור שיווק לקטינים והטלת חובות גילוי מוגברות. כמו כן נקבעה סמכות לשר לחייב נותני שירותים לערוך חוזה בכתב עם מקבלי השירות, סמכות לקבוע את הוראות החוזה וקביעת גודל אותיות מינימאלי בחוזה האחיד, על מנת שלא יטעה את מקבלי השירות ועוד.

2. ייצוג משפטי בבית המשפט לתביעות קטנות נגד חברת דוגמנות

במועצה לצרכנות התקבלו עשרות רבות של פניות של הורים לקטינים מתחת לגיל 15, אשר התקשרו עם חברת התעשייה פרסום וטלוויזיה בע"מ במטרה להתפרסם ולהופיע בפרסומות, סדרות וסרטים. החברה גבתה מהוריהם של הקטינים סכומים גבוהים של אלפי שקלים בניגוד להוראות תקנות עבודת הנוער (תיווך להעבדת ילד בהופעה או בפרסומת). כאשר ביקשו הצרכנים לבטל את העסקה, דרשה החברה מהם לשלם דמי ביטול מלאים

בגובה 100% מהתמורה. במקרים אחרים טענו הצרכנים כי חתמו על החוזה תוך הטעיה בדבר התועלת שניתן להפיק מהשירות תוך שהחברה מסרבת לכבד את זכות הצרכן לבטל העסקה כעסקה מתמשכת.

המועצה ייצגה מספר תובעים בהליך מאוחד שהתנהל נגד חברת "התעשייה" בבית המשפט לתביעות קטנות. בפסק הדין בית המשפט קיבל את עמדת המועצה, הורה על ביטול העסקאות והשבת הכספים, פסק פיצוי לתובעים וקבע כי: "הנתבעת פעלה כלפי התובעים בחוסר תום לב משווע. היא נקטה כלפי מתקשרים וכלפי בני משפחתם הטעיה מכוונת, נטלה את כספם וסירבה להשיבו בניגוד לדין. היא הערימה עליהם קשיים בביטול העסקה. היא לא השיבה לפניות שנשלחו אליה, ולמעשה התעלמה מהתובעים וזלזלה בהם".

3. הגשת התנגדויות להסכמי פשרה בתובענות ייצוגיות

- **בירנבוים ואח' נ' קבוצת קלאב הוטל** בעניין אופן חלוקת הוצאות אחזקה אותן משלמים חברי הקבוצה – בתובענה הוגש **הסכם פשרה חמישי**. המועצה התנגדה להסדר בשל העובדה שההסכם מתיימר להסדיר עילות שלא אושרו על ידי בית המשפט ואינו מעניק פיצוי כל שהוא לחברי הקבוצה.

- **ת"מ 18004-08-11 בית אגמי חברה לשיווק בע"מ נ' עיריית ראשון לציון** המועצה הישראלית לצרכנות הגישה התנגדות לאישור הסדר פשרה בתובענה ייצוגית שהוגשה כנגד עיריית ראשון לציון. הטענה הייתה כי העירייה חישבה שלא כדין את תשלומי הריבית בגין חובות שבפיגור (חישוב שהיה למעשה ריבית דריבית). המועצה טענה בהתנגדותה כי ההסדר – אשר הציע להעביר את כספי הגביה השייכים לקבוצה לטובת הנחות בארנונה – אינו מטיל למעשה כל חבות נוספת על העירייה שכן זו מעניקה ממילא הנחות בארנונה למגורים ועסקים. התיק ממתין לתגובת העירייה ולקביעת מועד דיון לבדוק מצב התיק.

- **ת"צ 4517-09-10 משה מיכאל נ' מארק שארפ ודוהם (ישראל 1996) בע"מ** המועצה לצרכנות הגישה התנגדות לאישור הסדר פשרה שהוגש בתובענה ייצוגית שעניינה הטעיה בעלון התרופה "פרופסיה". המועצה טענה בהליך זה כי ההסדר אינו ראוי ממספר סיבות: האחת, כי סכום הפשרה אינו מייצג נאמנה את סיכויי התביעה שכן הוא מתעלם מהליכים משפטיים רבים המנוהלים בחו"ל בנושא זה וכן לא מעניק כל פיצוי בגין הנזק הממוני שנגרם לחברי הקבוצה בשל ההטעיה הנטענת; השנייה, כי אין מקום לעשות שימוש במנגנון "הפיצוי החלופי" הקבוע בסעיף 20(ג) לחוק, ויש להעדיף ליידע את חברי הקבוצה המיוצגת בהטעיה הנטענת ולאפשר להם לקבל את הפיצוי המגיע להם; והשלישית, כי מעשה בית הדין אשר יחול כנגד חברי הקבוצה עם אישור ההסדר מוסיף עילות תביעה ונתבעות

שלא אושרו בהחלטת האישור. הנתבעת הגישה תגובתה ובעקבות תגובה זו נערך דיון בפני כבוד השופטת שטייניץ-כנפי בבית המשפט המחוזי ירושלים. לאחר מכן הגישה המועצה השלמת טיעון לעניין סוגיית איתור חברי הקבוצה. בעקבות דיון שנערך ביולי 2016 מונה בודק והתיק ממתין כעת להחלטה נוספת לאחר הגשת חוות דעת הבודק.

4. הגשת תובענות ייצוגיות

- ביום 31.10.2016, הגישה המועצה הישראלית לצרכנות, בקשה לאישור הסדר פשרה עם חברת החשמל בתובענה ייצוגית שנוהלה בביהמ"ש המחוזי במחוז מרכז בנושא שירות טלפוני חינום. על פי ההסכם, חברת החשמל תאפשר את אופציית ההתקשרות החינמית גם מטלפונים ניידים לכל פניה, ולא רק לפניות בענייני פגמים ותקלות. נוסף על ההסדרה העתידית תשלם חברת החשמל כפיצוי בגין העבר סך של **1,423,787 ₪** אשר בשל הקושי לאתר את חברי הקבוצה, הוא יוענק ללקוחות חברת החשמל המוגדרים כ**ניצולי שואה** הזכאים להנחה (כ – 15,500 ניצולי שואה) כאשר כל אחד מהם יהיה זכאי לקבל הנחה נוספת בחשבון החשמל בשיעור של כ – 91.8 ₪.
- בנובמבר 2016 הגישה המועצה תובענה ייצוגית נגד קבוצת קלאב הוטל **בסכום של 600 מיליון ₪**. **כנטען בבקשה, גבתה קלאב הוטל מבעלי יחידות הנופש דמי אחזקה בשיעור העולה בעשרות אחוזים על זה שהותר לה בהסכם הרכישה בין היתר באמצעות העמסת סעיפי הוצאות שלפי ההסכם לא היו צריכים להיות מושטים על חברי הקבוצה ו/או ב"ניפוח" סעיפי הוצאות שאמנם זכאית הייתה להעמיס על חברי הקבוצה ועוד.** תביעת המועצה נתמכת בחוות דעת מומחה ממנה עולה שמדובר בגביית יתר של כ- 15,847 ש"ח לרוכש יחידה בקלאב אין, ובסך של כ- 19,756 ש"ח לרוכש יחידה בקלאב הוטל.
- הליכים ייצוגיים הנמשכים בבתי המשפט:
ת"צ **01-14-50932 המועצה לצרכנות נגד אי דיגיטל סטור בע"מ ואח'** בעניין הפרת חובת הספקת חלקי חילוף למוצרי iPad;
ת"צ **11-14-61369 המועצה לצרכנות נ' תנובה מרכז שיתופי לשיווק תוצרת חקלאית בישראל בע"מ** בעניין גביית מחיר מופרז בגין גבינה צהובה פרוסה; על החלטת ביהמ"ש בעניין גילוי מסמכים הוגש ערער לבית המשפט העליון.
ת.צ **14-07-29489 המועצה נ' קבוצת איקיוטק וחברות סלולאר** בעניין גביית חובות שלא כדין עבור שירותי תוכן סלולאר;

ת.צ 9723-04-10 המועצה לצרכנות נ' מגדל חברה לביטוח בע"מ ואח' בעניין כספים ללא דורש, בו הגישה המועצה לצרכנות בקשה לאישור הסכם פשרה.

5. פעילות המועצה מול רגולטורים

המועצה לצרכנות מעבירה לרגולטורים השונים מידע על בתי-עסק, זאת במקרים המעלים חשש לעבירה על החוק או על הוראות רישיון. בנוסף, המועצה פונה לרגולטור בכל פעם שהיא מאתרת כשל או פרצה בחוק. להלן נושאים בולטים שטופלו על ידי המועצה השנה:

סלולר - פניה למשרד התקשורת ולחברות הסלולר בעקבות מאות תלונות צרכנים שהלינו על הטעיה בהליך השיווק ובהבטחת-שווא לטאבלט חינוך, תוך הפרת הוראות הרישיון, בעניין תוכן החוזה ואופן החתמת הצרכן בחתימה דיגיטלית בעסקאות פרונטאליות.

הימורים והגרלות - פניה ליועץ המשפטי לממשלה עקב ריבוי תלונות צרכנים נגד חברות פרטיות המשווקות מנויים להגרלות מפעל הפיס תוך הטעיה ושיווק אגרסיבי. המועצה פנתה ליועמ"ש בבקשה להסדיר בחקיקה את האיסור בעיסוק שיווק הגרלות הנעשות לעמדת המועצה שלא כדין וללא היתר כנדרש. לאחרונה, קיבל היועמ"ש את עמדת המועצה והשיב שלעמדתו, פעילותם של גופים אלה הינה בלתי חוקית. היועמ"ש הנחה לפעול לקידום חקיקה בנושא, על-מנת לחדד ולהבהיר את המצב במשפטי וכדי שניתן יהיה להעמיד לדין חברות מעין אלה.

רשות לניירות ערך - פניה לרשות לניירות ערך, בעקבות תלונות נגד חברה אשר נתנה ייעוץ בתחום ההשקעות (שירותי איתותים), המעלות חשש לפעילות ללא רישיון מהרשות לניירות ערך, בניגוד לחוק העוסק באסדרת העיסוק בייעוץ השקעות. בעקבות פניית המועצה, פרסמה הרשות לניירות ערך הנחיה שאוסרת על עיסוק במתן שירותי "איתותים" ומתן מידע בהשקעות ללא רישיון.

אינטרנט - פניה למשרד התקשורת בנושא תלונות נגד ספקי אינטרנט המסרבים לנתק את הצרכן כך שהוא משלם כפול עבור אותו שרות ל-2 ספקים שונים המעלות חשש להפרת הוראות הרישיון בעניין הפסקת השרות. בנובמבר 2016 הוטל **עיצום כספי** על 012 סמייל תקשורת אשר נתקה צרכנים באיחור בניגוד לרישיון.

כרטיסי אשראי - פניה לבנק ישראל בבקשה להנחות את חברות כרטיסי האשראי למסור ללקוחות המבקשים זאת, את פרטי בית העסק שחייב אותם, הנחוצים הן לשם בדיקת דו"ח החיובים החודשי והן לשם הגשת תביעה במקרה של שימוש לרעה בכרטיס אשראי. בנק ישראל השיב למועצה שבמקרה בו הצרכן מבקש לקבל פרטים של בית העסק, חלה על

חברת האשראי החובה למסור פרטים מזחים של בית העסק, ובנק ישראל יטפל בכל תלונה שיש בה הפרת חובה זו.

6. שימועים

שקיפות תעריפים - המועצה לצרכנות הגישה עמדתה בשימוע של המועצה לשידורי כבלים ולוויין בעניין קביעת מדיניות תעריפים והחלת הוראות שקיפות התעריפים. המועצה לצרכנות סברה כי אין לאפשר מבצעים פרטניים באופן בלתי שוויוני בין הצרכנים השונים, בין היתר לשם שימור לקוחות, שכן התנהגות זו פוגעת בתחרות ואינה מביאה לירידת מחירים באופן רחבי. החלטה טרם פורסמה.

מונופולים וגביית מחיר מופרז - הרשות להגבלים עסקיים פרסמה שימוע על כוונתה להפסיק לאכוף את האיסור על מונופולים לגבות מחיר מופרז. המועצה לצרכנות הביעה עמדה לפיה יש להמשיך ולאכוף את האיסור הקיים בחוק למניעת ניצול לרעה על-ידי מונופולים ועמדה על התועלות הצומחת לציבור מעצם הבדיקה והותרת האיסור על כנו להכוונת התנהלות העוסקים.

גביית-יתר בסלולר - המועצה פנתה למשרד התקשורת בעניין תלונות צרכנים שהלינו על חיוב מראש בדמי מנוי חודשיים ואי-השבת תמורה היחסית בשלב ההתנתקות מהחברה והמעבר לחברה מתחרה. בעקבות כך, משרד התקשורת הוציא שימוע בנושא. ההחלטה של משרד התקשורת לאחר השימוע הייתה: יש להבהיר את הוראות הרישיון של לחברות הסלולר, כך שחבילות ללא הגבלה בתשלום דמי מנוי חודשיים קבועים יוגדרו כעסקה מתמשכת וחל איסור על גביית תשלום מראש בגין השרות. לגבי תשלום התמורה היחסית בתום ההתקשרות - משרד התקשורת טרם הסדיר הנושא.

פרק 3: מערך הסיוע לצרכנים בניסוח תביעות קטנות

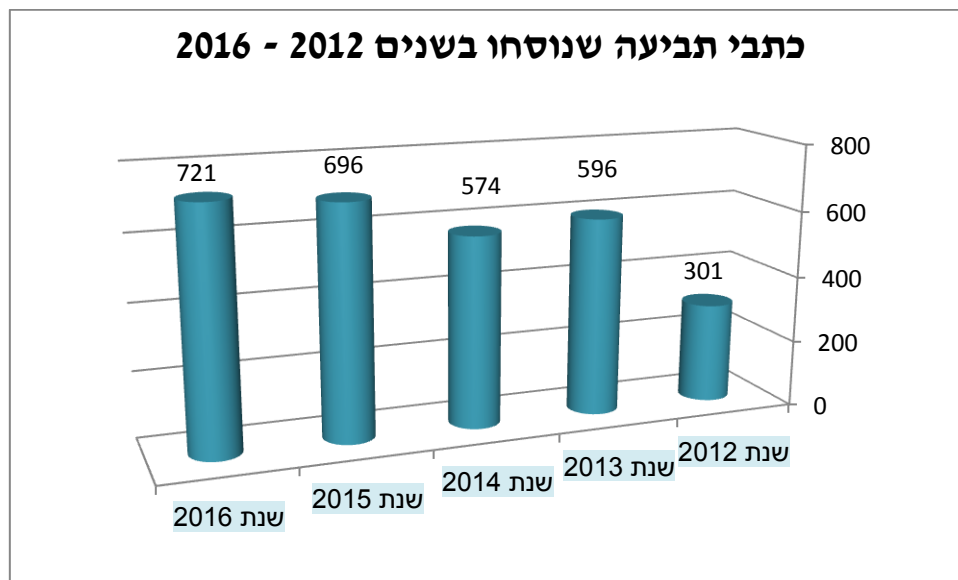
במסגרת פעילות צוות אכיפה אזרחית לשנת 2016, סייעה המועצה הישראלית לצרכנות בשנת 2016 בניסוח **721 כתבי תביעה** עבור צרכנים, אשר תהליך הטיפול בפנייתם במסגרת הידברות עם בית העסק – הנילון לא הצליח ולא הביא למיגור העוולה שנגרמה להם ולפתרון בעייתם האישית.

מתוך התביעות שההליך בעניינם הסתיים עד למועד עריכת דו"ח זה, **97% הסתיימו לטובת הצרכנים** וזיכו אותם במבוקשם, בין במסגרת של הסדר עליו הסכימו הצדדים לצורכי פשרה ובין בהכרעה סופית של בית המשפט בעניינם.

באמצעות סיועה של המועצה לצרכנות בניסוח כתבי תביעה, הושבו בשנת 2016 לציבור הצרכנים בישראל סך של 1,924,910 ש"ח בתיקים בהם הטיפול הסתיים בהצלחה כאמור. מדובר בסך של 4,044 ₪ שהושבו לצרכן בממוצע בכתב תביעה אחד.

בתום ארבע וחצי שנים לפעילות צוות אכיפה אזרחית, הושב לציבור הצרכנים **סכום כולל של 5,418,220 ₪.**

721 כתבי התביעה אשר נוסחו השנה, מהווים **עלייה של 4% ביחס למספר כתבי התביעה שהוגשו בשנת 2015.**



1. פילוח כתבי התביעה על-פי חלוקה לתחומים וענפי משק

להלן נתונים ביחס לכמות כתבי התביעה שנוסחו ונשלחו לצרכנים, בחלוקה לתחומי הטיפול במועצה לצרכנות, המתממשים לתחומים וענפי משק.

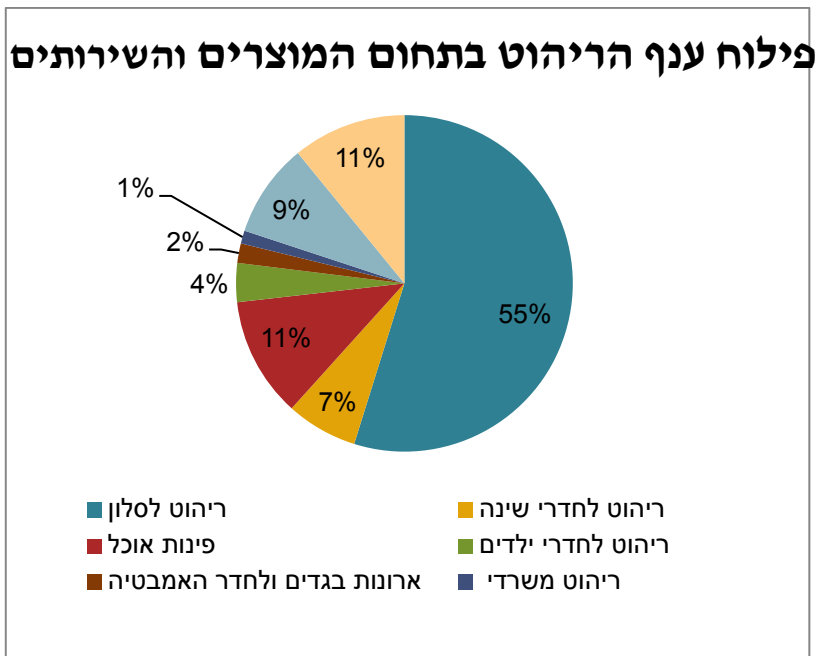
ההשוואה לתחומי הטיפול במועצה לצרכנות תאפשר לנו לבדוק מהם התחומים והענפים המשקיים בהם יש את מירב הפניות אשר לא מגיעות לכדי פיתרון באמצעות הידברות עם בית העסק, ואשר מאלצות את הצרכן לקבל סעד שבדין באמצעות פניה לערכאה שיפוטית, בסיועה של המועצה לצרכנות לכך.

2. פילוח כתבי התביעה שנוסחו לפי תחומים / ענפי משק

בשנת 2016, כמו גם בארבע השנים הקודמות, תחום המוצרים והשירותים לבית ולגן, ייצר עבור המועצה לצרכנות את עיקר התלונות בהן ניתן סיוע לצרכנים בניסוח כתב תביעה.

המועצה הישראלית לצרכנות

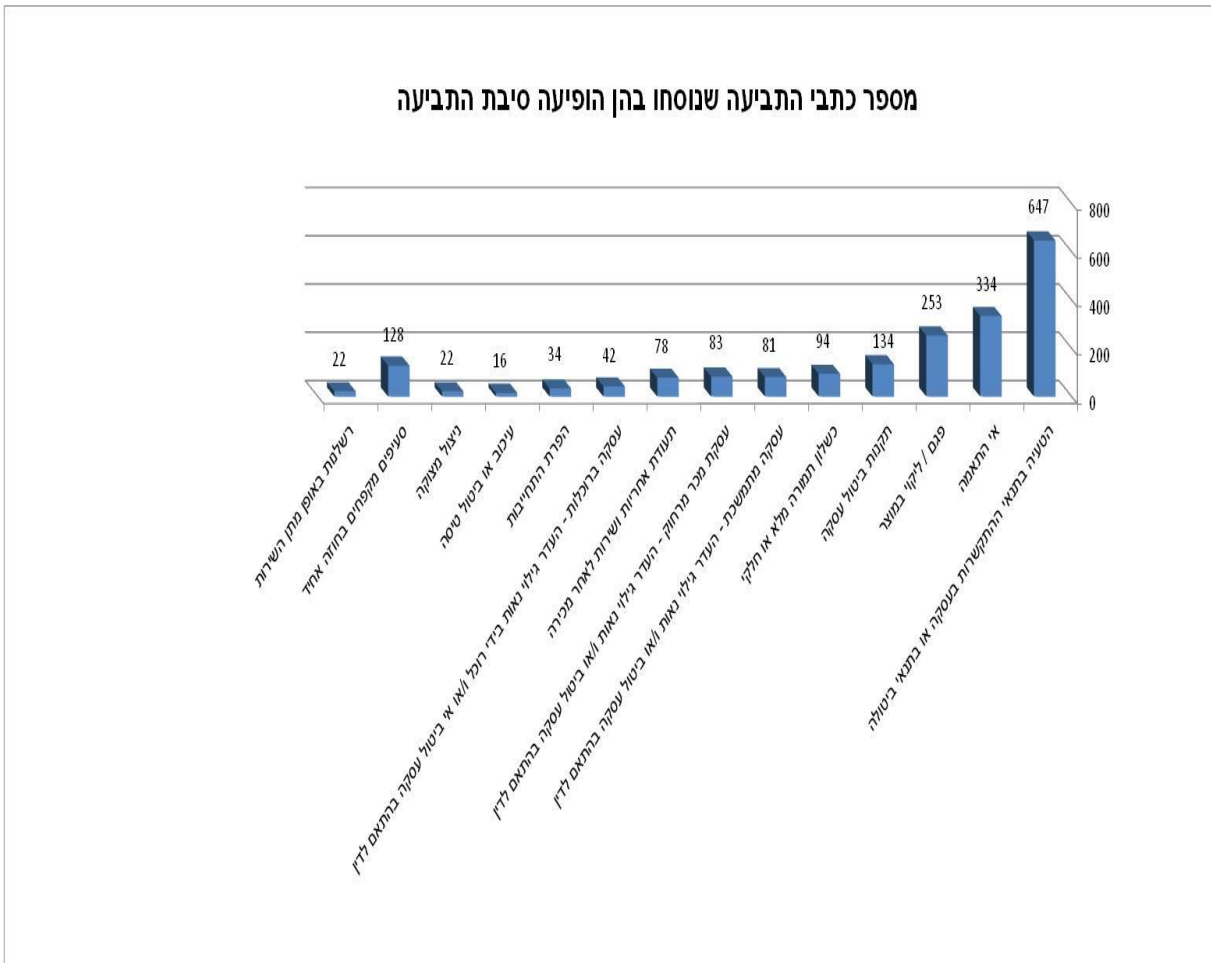
בשנת 2016 היווה תחום תביעה זה 48% מסך כל התביעות שנוסחו במועצה לצרכנות, כשענף הריהוט לבדו היווה 94% מסך התביעות שנוסחו בתחום זה. במקום השני – בפער ניכר ניצבים תחומי החשמל לבית¹, שירותי התקשורת והטלקומוניקציה ושירותי תיירות החוץ והפנים עם 8% לערך מכלל התביעות שנוסחו כאמור.



¹ תחום החשמל לבית כולל: מוצרי חשמל ואלקטרוניקה, מחשוב, מכשירים ומערכות לטיהור מים, ביטוח מכשירי חשמל לאחר תקופת האחריות בדין, תאורה ומערכות מיגון.

² 55% מכתבי התביעה שנוסחו במועצה לצרכנות בשנת 2016 בענף הריהוט, התייחסו לתלונות צרכנים על רכישת ריהוט סלונני, בדגש על ספות ומערכות ישיבה, המהוות 45% מסך כתבי התביעה שנוסחו בענף הריהוט, כאמור.

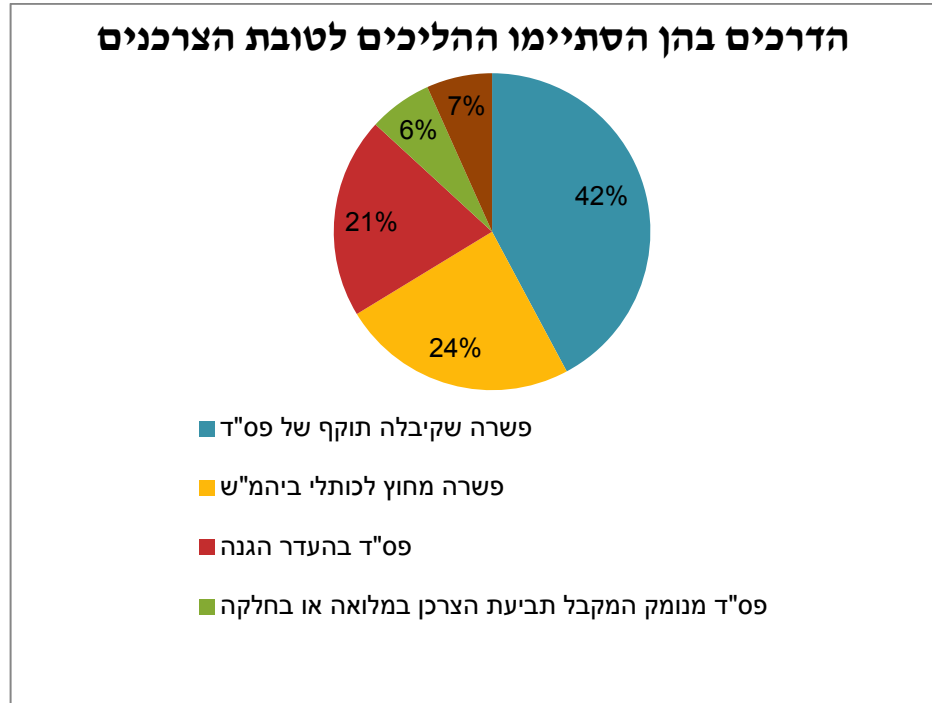
3. פילוח כתבי התביעה על-פי חלוקה לסיבות (עילות) תביעה³



- בכ- 90% מסך כתבי התביעה שנוסחו השנה טענו הצרכנים להטעייתם בפרטיה המהותיים של העסקה.
- ב- 46% מכתבי התביעה, טענו הצרכנים לאי התאמה בין המוצר שביקשו לרכוש לבין זה שסופק להם. ב- 35% מסך כתבי התביעה טענו הצרכנים כי סופק להם מוצר פגום או לקוי מיסודו.
- ניתן ללמוד מהנתונים שצרכנים הפנימו את הזכות להתחרט מעסקה שביצעו ולבקש לבטלה בתנאי תקנות הגנת הצרכן (ביטול עסקה), התשע"א-2010, כאשר 19% מכתבי התביעה שנוסחו כאמור, עמדו הצרכנים על דרישתם לבטל עסקה

³ מאחר ובכל כתב תביעה, קיימת לרוב יותר מסיבת תביעה אחת, יוצא כי סך כל סיבות (עילות) התביעה הקיימות, ואשר נמנו מתוך כתבי התביעה שנוסחו במועצה לצרכנות, עולה על מספר כתבי התביעה כאמור

- **בהתאם לזכותם.** מתוך כתבי התביעה שנוסחו בהתאם לתקנות ביטול עסקה, 60% מתוכם עסקו בזכות החרטה של הצרכנים בעסקה שביצעו בענף הריהוט לבית.
- 13% מסך התביעות עסקו בכשל תמורה חלקי או מלא.



פרק 4: תקשורת וניו מדיה

בשנת 2016 חיזקה המועצה לצרכנות את הפעילות ההסברתית בכלים הדיגיטליים ובמיוחד ברשתות החברתיות. הפעילות התקשורתית של המועצה הישראלית לצרכנות הינה פעילות **יוזמת** בכל הקשור למידע שוטף וחשיפה של עוולות צרכניות, עדכונים בדבר הצעות לחקיקה וחקיקה חדשה בתחום הגנת הצרכן, חינוך והסברה של הצרכנים באמצעות כלי התקשורת וחשיפה של תלונות צרכנים.

בנוסף, המועצה הינה גוף **מגיב** בכל הקשור לנושאים צרכניים-מקצועיים בכל העולה מקשרי המדיה וככתובת לפניות עיתונאים. בת בעת, במועצה עמלים על יצירת שיתופי-פעולה עם גופים ומוסדות חיצוניים לה, לקידום מטרות משותפות לטובת הצרכן הישראלי.

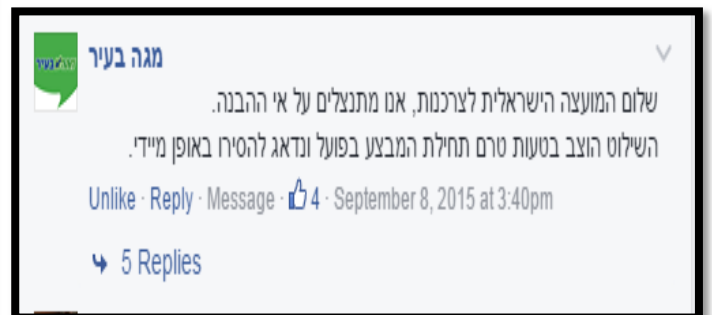
עמוד הפייסבוק של המועצה לצרכנות נושק ל-18,000 עוקבים. במהלך השנה האחרונה הצטרפו לעמוד 3,115 עוקבים חדשים, שזכו לקבל מענה לפניות והתעדכנו בתוכן צרכני ומשפטי.

המועצה הישראלית לצרכנות

בשנה האזרחית האחרונה הענקנו ייעוץ צרכני ומשפטי ל-1632 פניות שנתקבלו בפייסבוק, חלקם הגדול קיבלו מענה מהמחלקה המשפטית של המועצה לצרכנות, מה שהוביל באופן ישיר לירידה בכמות התלונות ולמענה מהיר ואיכותי יותר לצרכנים.

המועצה לצרכנות יזמה מספר פעמים פניות ישירות באמצעות הרשתות החברתיות למותגים ובעלי עסקים שונים, כדי להאיר או להעיר על תופעות צרכניות המצריכות התייחסות.

דוגמאות:



הקהילה שהלכה והתגבשה בפייסבוק אפשרה לנו לקיים תקשורת ושיח דו-כיווני וללמוד מהם לא מעט על העדפותיו וצרכיו של הצרכן הישראלי:

המועצה הישראלית לצרכנות

המועצה הישראלית לצרכנות
April 6 · 🌐

פסח ממשמש ובא ואנו נערכים לקראת סקירת המחירים המקיפה ביותר. בפעם הראשונה בישראל, אנו מזמינים אתכם לבנות יחד איתנו את רשימת המוצרים שתיבדק ואת הסניפים שהסיירים שלנו יסרקו לקראת החג. כתבו לנו אילו מוצרים תרצו שנבדוק עבורכם ובאילו סופרמרקטים תרצו שנבקר, כדי שנוכל להפיק עבורכם את #בדיקת_המחירים_המקיפה_בישראל.

ישראל יקרה לנו שופרסל מגה הטבות רמי לוי - שיווק השקמה ייטת ביתן ויקטורי



5,760 people reached View Results


👍❤️👎 54 16 Comments 2 Shares

דוגמאות:

המועצה לצרכנות מייצרת ומפרסמת דוחות רבעוניים ונתונים כלכליים חשובים שמוצאים את מקומם בעמודי העיתונים ובערוצי החדשות. תפקידנו בנוי מדיה הוא להנגיש את המידע החשוב אך המורכב, גם לקהילה התוססת שלנו בפייסבוק.

המועצה הישראלית לצרכנות
October 15, 2015 · 🌐

בשבוע שעבר פרסמנו את מדד הצרכנות הנבונה, במסגרתו בחנו את רמת המודעות וההתנהגות הצרכנית בקרב אזרחי ישראל. התוצאות לא היו מעודדות, ומוכיחות שיש לנו עוד עבודה רבה. בינתיים הכנו גם לכם, חברי הפייסבוק שלנו, שאלון אינטראקטיבי - בו תוכלו לבחון את עצמכם, ולגלות האם אתם צרכנים חכמים או דווקא פראאירים <
<http://bit.ly/1QwsES6>



בבחן את עצמך - איזה צרכן אתה? בחני את עצמך - איזו צרכנית את?

4,487 people reached View Results

דוגמאות:

המועצה הישראלית לצרכנות

דוגמא נוספת להנגשת המידע מהמועצה התבצע בשיתוף מחלקת הטיפול בתלונות: בחרנו 10 תלונות מעצבנות במיוחד, לאחר עריכתן הן הועלו לכלי דיגיטלי באתר, שאפשר לגולשים לצפות בהן ולדרג אותן, עשרות אלפי גולשים נחשפו לקמפיין שקודם בפייסבוק ופורסם גם על ידי YNET בדרך לבחינת התלונה המקוממת ביותר בישראל.

ניתן לצפות בדירוג כאן <
<http://bit.ly/Seker2015>



המועצה הישראלית לצרכנות
December 22, 2015 · 🌐

קרה לכם שבית עסק הוציא אתכם מהכלים?
למ זה קורה כל יום, אספנו 10 תלונות מעצבנות במיוחד
בואו לבחור את התלונה המקוממת ביותר <
<http://bit.ly/Seker2015>

מצעד התלונות
המקוממות 2015

בוהרים את התלונה המקוממת ביותר <
למעלה מ-40,000 תלונות התקבלו בשנת 2015 במועצה לצרכנות. כל אחת ואחת מטרידה
כשלעצמה. ובכל זאת, ריכזנו עבורכם 10 תלונות מקוממות במיוחד <

CONSUMERS.ORG.IL

6,582 people reached View Results

ערוץ היוטיוב של המועצה לצרכנות פרסם סרטון, לקראת חג הפסח ונועד לעודד את הצרכנים להיכנס לסקר המחירים של סירת המועצה לצרכנות ולהשוות מחירים.

הסרטון זכה לאלפי צפיות ברשתות החברתיות ופורסם גם באתרים נוספים.
לצפיה בסרטון <
<https://www.youtube.com/watch?v=V9FxnJSFH20>



המועצה הישראלית לצרכנות
Sponsored · 🌐 Like Page

יציא מנשה ואתו כל עם ישראל לקניות הפסח
לבדיקת המחירים המקיפה בישראל, לחצו כאן <
<http://bit.ly/1V42OKL>

יציא מנשה ואתו כל עם ישראל לקניות הפסח
לבדיקת המחירים המקיפה בישראל, לחצו כאן <

פרק 5: אתר המועצה לצרכנות

אתר האינטרנט של המועצה משמש ככתובת ראשונה לצרכנות נבונה- באתר מוצג מידע צרכני באופן ידידותי לצרכן: חוקים, זכויות, עצות צרכניות, מדריכים להגשת תביעות קטנות ועוד. באתר זה ניתן להגיש תביעות כנגד בעלי עסקים שגרמו לכם עוול וכמו כן להתייעץ עם משפטני המועצה לצרכנות on-line בפורום המועצה, המשמש זירה תוססת לדיונים צרכניים.

נתוני כניסה לאתר המועצה לצרכנות- השוואה בין השנים 2016 ל-2015

| 2016 | 2015 | |
|-----------|-----------|---------------------|
| 815,166 | 773,712 | כמות גולשים |
| 554,815 | 532,508 | משתמשים ייחודיים |
| 1,851,616 | 1,817,175 | דפים נצפים |

השנה חל גידול של 5.4% בכמות הגולשים באתר ביחס לשנה שעברה, וכן גידול של 4.2% במספר המשתמשים היחודיים ("יוניקים").

השנה, ניתן לראות גידול חד במספר הדיונים פורום המועצה, אשר נותן מענה on-line לשאלות הצרכנים בסוגיות שונות שעל סדר- היום. השנה התקיימו בפורום 10,365 דיונים. ביחס לשנת 2015 זוהי עליה משמעותית ביותר של 18.6% במספר הדיונים (ב-2015 התקיימו 8,738 דיונים). כך ניתן לראות כי בעידן הדיגיטל הציבור מחפש מענה מקצועי, נגיש ומהיר ועל כן מעדיף ליצור קשר דרך אמצעי הקשר הדיגיטליים.

איזה מידע צרכני חיפשו הגולשים באתר המועצה לצרכנות?

10 הדפים הנצפים ביותר לשנת 2016

| |
|----------------------------|
| 1. המדריך לביטול עסקה |
| 2. טופס תלונה |
| 3. פורום המועצה לצרכנות |
| 4. סוגיה חוק הטכנאים |
| 5. בירור מצב תלונה |
| 6. צור קשר |
| 7. פרויקט סמ"ל |
| 8. סוגיה ביטול עסקת תיירות |
| 9. לובי סוגיות צרכניות |
| 10. סוגיה חוק הספאם |

פרק 6: סיכום סמ"ל – סיירת המועצה לצרכנות

השוק הקמעונאי בשנת 2016

תחום קמעונאות המזון בשנת 2016 עדיין מציב אתגרים קשים אל מול רשתות המזון. על פי נתוני סטורנקסט ישנה ירידה בצריכת מזון, זו כבר השנה השלישית. כשלוקחים בחשבון את העובדה שיש 2% גידול טבעי באוכלוסיה, הדבר מסמן האטה משמעותית בתחום.

על מנת להתמודד עם הירידה בצריכה הרשתות פועלות בדרכים שונות: השנה לא נפתחו "סניפי דגל" חדשים ומפוארים, רשתות רבות סגרו סניפים לא רווחיים, וכמובן, הורדת מחירים בניסיון למשוך את הלקוחות.

רשתות המזון עדיין מתמודדות עם ההשלכות של קריסת מגה, הרשת השנייה בגודלה עד לא מזמן. רוב סניפי מגה נרכשו ע"י "יינות ביתן", הרשת שהתרחבה במהירות הגדולה ביותר בשנים האחרונות, והשפעות רכישה זו עדיין לא התבהרו: עלות הסל בסניפי "יינות ביתן" התייקרה לאחר הרכישה, והעלות סניפי "מגה בעיר" לא ירדו לרמת המחירים ברשתות הדיסקאונט. רשתות המזון בוחנות את המצב ולא ממהרות לנקוט בצעדים דרסטיים.

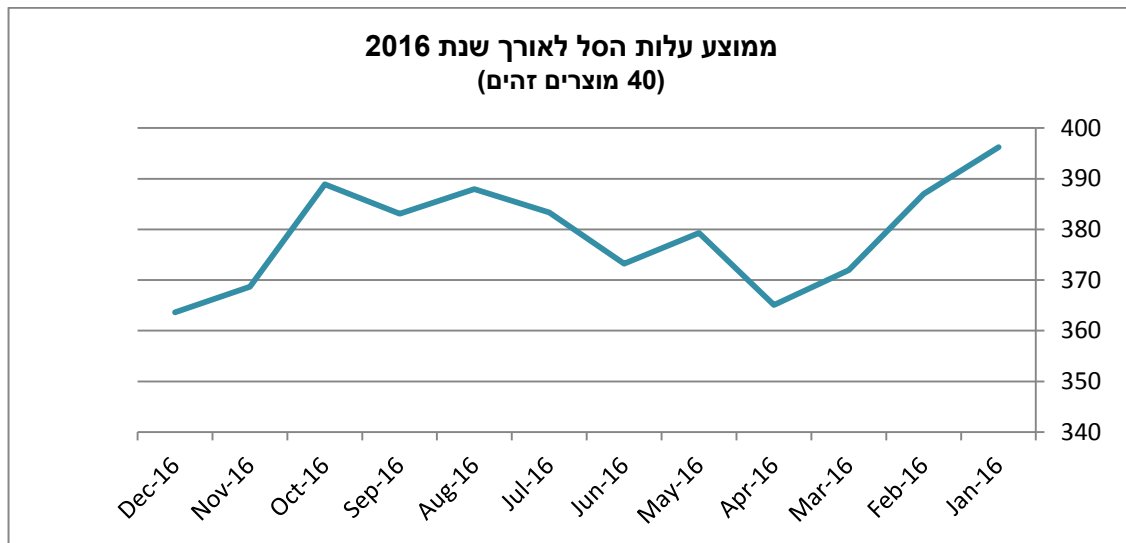
רשתות המזון התמודדו השנה גם עם הרגולציה, חוק המזון ופרק שקיפות המחירים שבו, ורפורמת הקורנפלקס. מאחר ולא עבר מספיק זמן, קשה לאמוד את הצלחת חוק המזון ומה היא השפעתו האמיתית על יוקר המחיה. מיכל הלפרין, הממונה על ההגבלים העסקיים, ביטלה השנה מספר החלטות של הממונה הקודם, דיוד גילה, פעולה שמקשה יותר על בחינת השפעת החוק והצלחתו.

ההחלטות שהתקבלו במסגרת פרק שקיפות המחירים לא יושמו במלואן וגם ציבור הצרכנים טרם הפנים את החיסכון שיוכל להניב אם יעשה שימוש נאות ביישומים שפותחו לצורך השוואת המחירים.

גם את השפעות רפורמת הקורנפלקס עדיין מוקדם מדי מכדי לבחון. רשתות כגון "ויקטורי" מסתמכות על יבוא מקביל על מנת להוזיל מחירים, אך לרשתות גדולות כמו "שופרסל" הדבר יותר קשה מאחר והן מחויבות יותר לחוזים קיימים.

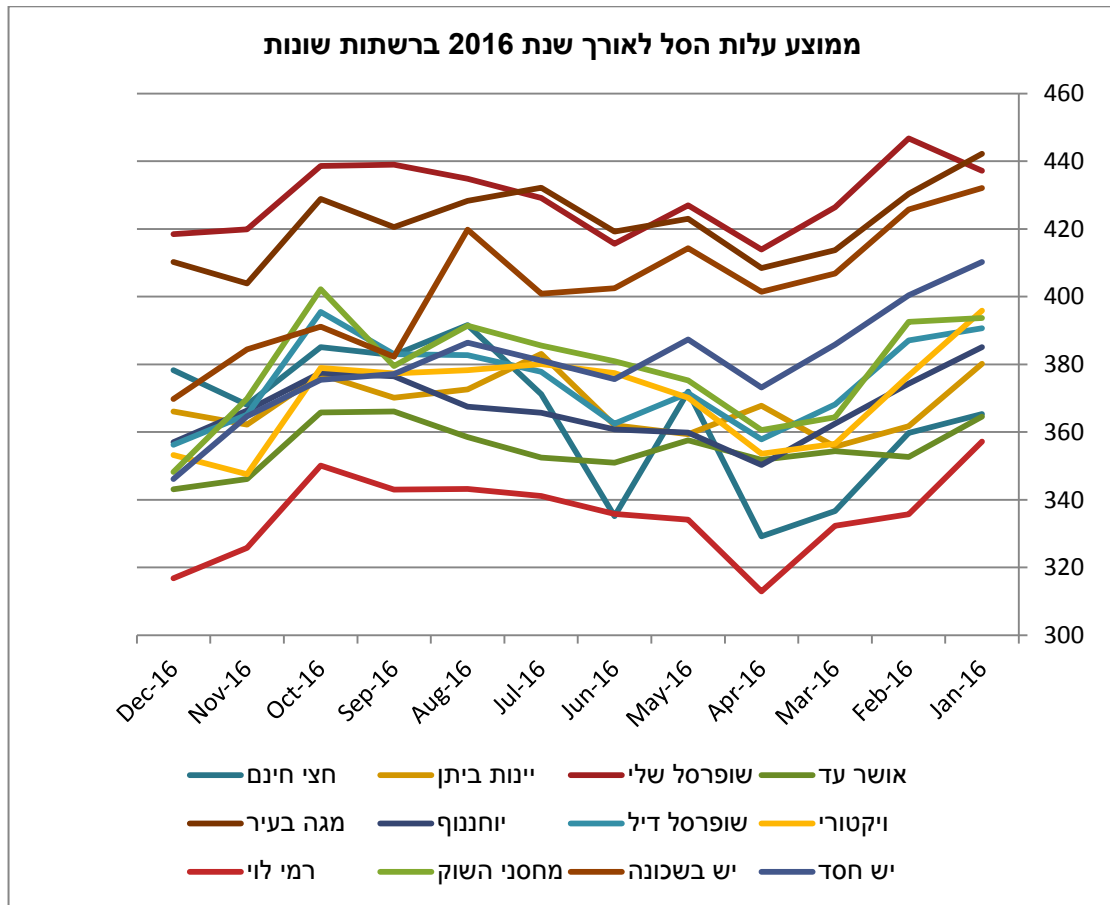
היצרנים נאלצו להתמודד השנה אף הן עם צמצום הצריכה בתחומים רבים, ובייחוד בקטגוריית הבשרים המעובדים והסלטים המוכנים. שערוריות הזיהום במפעלי המזון שהתרגשו עלינו השנה, ביחד עם טרנד הבריאות ההולך וגובר, הינן מגמות אשר מכריחות את היצרנים למצוא דרכים יצירתיות לעודד קנייה: החל ממה שכבר הפך למסורת מפוקפקת – הקטנת אריזות – וכלה בפיתוח מוצרים חדשים.

1. עלות הסל לאורך השנה



| ממוצע | רשת |
|-------|-------------------|
| 396 | ינו-16 |
| 387 | פבר-16 |
| 372 | מרץ-16 |
| 365 | אפר-16 |
| 379 | מאי-16 |
| 373 | יוני-16 |
| 383 | יולי-16 |
| 388 | אוג-16 |
| 383 | ספט-16 |
| 389 | אוק-16 |
| 369 | נוב-16 |
| 364 | דצמ-16 |
| -8% | פער ינואר - דצמבר |

2. עלות הסל ברשתות לאורך השנה



| רשת | ינו-16 | פבר-16 | מרץ-16 | אפר-16 | מאי-16 | יוני-16 | יולי-16 | אוג-16 | ספט-16 | אוק-16 | נוב-16 | דצמ-16 | פער ינואר - דצמבר |
|--------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|-------------------|
| חצי חינם | 365 | 360 | 337 | 329 | 372 | 335 | 371 | 392 | 383 | 385 | 368 | 378 | 4% |
| יינות ביתן | 380 | 362 | 356 | 368 | 359 | 362 | 383 | 373 | 370 | 377 | 362 | 366 | -4% |
| שופרסל שלי | 437 | 447 | 426 | 414 | 427 | 416 | 429 | 435 | 439 | 439 | 420 | 419 | -4% |
| אושר עד | 365 | 353 | 354 | 352 | 358 | 351 | 352 | 359 | 366 | 366 | 346 | 343 | -6% |
| מגה בעיר | 442 | 430 | 414 | 408 | 423 | 419 | 432 | 428 | 421 | 429 | 404 | 410 | -7% |
| יוחננוף | 385 | 374 | 362 | 350 | 360 | 361 | 366 | 368 | 377 | 378 | 366 | 357 | -7% |
| שופרסל דיל | 391 | 387 | 368 | 358 | 372 | 362 | 378 | 383 | 383 | 396 | 365 | 356 | -9% |
| ויקטורי | 396 | 377 | 357 | 354 | 370 | 377 | 380 | 378 | 377 | 379 | 348 | 353 | -11% |
| רמי לוי | 357 | 336 | 332 | 313 | 334 | 336 | 341 | 343 | 343 | 350 | 326 | 317 | -11% |
| מחסני השוק | 394 | 393 | 364 | 361 | 375 | 381 | 386 | 391 | 380 | 402 | 370 | 348 | -12% |
| יש בשכונה | 432 | 426 | 407 | 401 | 414 | 403 | 401 | 420 | 382 | 391 | 384 | 370 | -14% |
| יש חסד | 410 | 400 | 386 | 373 | 387 | 376 | 381 | 386 | 377 | 375 | 365 | 346 | -16% |
| ממוצע | 396 | 387 | 372 | 365 | 379 | 373 | 383 | 388 | 383 | 389 | 369 | 364 | -8% |

3. בדיקות מיוחדות

בין היתר בוצעו הבדיקות המיוחדות הבאות:

- מרקים
- פירות וירקות
- מזנונים בבתי קולנוע
- טמפונים
- מספרות
- משלוחי מנות לפורים
- היום המשתלם לקניות
- תחליף חלב שופרסל
- איכות שירות ברשתות המזון
- חיתולים
- מגזר ערבי לקראת הרמדאן
- חזרה לבית הספר
- גלידות
- אסם – אריזות גדולות
- טונה
- חנויות נוחות
- תכשירי הגנה מהשמש
- עמלות בכספומטים
- פירות יבשים
- תה וחליטות
- ריבות
- מוצרי מזון מהמזרח הרחוק
- ירקות ארוזים
- סלטים מצוננים
- בירות
- מוצרים דלי נתרן
- בדיקות לקראת חגים (ראש השנה , פסח , יום העצמאות , ל"ג בעומר , שבועות)

פרק 7: פעילות חינוך והסברה

מטרת הפעילות היא להנגיש לציבור את זכויותיו הצרכניות ואת סוגי הפגיעות הנפוצות בהן מצד המגזר העסקי ולעודדו לשמור על עצמו ולהתנהל בתבונה תוך עמידה על זכויותיו לפני, במהלך ואחרי הקניה.

המועצה פועלת בכמה אפיקים עיקריים בתחום זה:

- פיתוח תכניות חינוכיות: פיתוח והפעלת תכנית של חינוך להגינות לשכבות ג' עד יב'. במסגרת זו מתבצעים שיתופי-פעולה עם משרד החינוך ועם הגורמים המקצועיים בו, התורמים להטמעת תכנים צרכניים בתכניות הליבה של משרד החינוך. התכנים מוטמעים הן בעזרת חומרי לימוד המועברים למורים בנושא, והן בעזרת פיתוח תוכן דיגיטלי מותאם לתוכני הלימוד הצרכניים.

המועצה הישראלית לצרכנות

- פיתוח תכניות הסברה לקהל הרחב: המחלקה לחינוך פועלת להפעלתם של ערוצים רבים ככל האפשר אל הקהל הרחב, במטרה להכיר לצרכנים מכל גיל את חוק הגנת הצרכן ואת הכלים הקיימים במערכת, בעזרתם יוכלו להגן על עצמם מפגיעות צרכניות. כאן יוצרת המחלקה שיתופי פעולה עם רשויות מקומיות, אגודות ועמותות שונות שמטרתיהן משיקות למטרותיה בתחום הגנת הצרכן, ובעזרתן מביאה את ההסברה הצרכנית אל קהלים מגוונים ורבים
- ערוץ המדיה הדיגיטלית: ערוץ נוסף מול הקהילה נשמר על-ידי החזקת אתר אינטרנט עשיר ידידותי ומעודכן, המכיל מידע רב וברור ומדריכים שימושיים שונים.

המחלקה לחינוך עוסקת בשני תחומים עיקריים- חינוך והסברה.


הסברה

- תכנית הסברה לקהילה בעזרת סטודנטים מתנדבים.
- שיתופי פעולה הסברתיים עם גופים שונים.




חינוך

- תכנית הגינות בצרכנות בשיתוף משרד החינוך.
- תכנית צרכנות נבונה בשיתוף רשויות מקומיות.

התכנית "הגינות בצרכנות" – תכנית לטיפול ערך ההגינות באמצעות מודעות צרכנית בבתי הספר.

| תחום הדעת | שם התכנית וכותרת החוברת | גיל היעד | הצגת המערכים והפעילויות באתר המפמ"ר/ המזכירות הפדגוגית | דוגמאות לפעילויות המשך של המערכים בשנת 2016. |
|--------------------|---|----------|---|--|
| חברה מולדת ואזרחות | זכותי להגינות  | ג' | http://cms.education.gov.il/EducationCMS/Units/Mazkirut_Pedagogit/Geographya/yesodi/finansi/zarchanut.htm | לאחרונה הועבר שיעור סינכרוני למורי התכנית, על ידי ניצן רבינא. את השיעור פתחה פנינה גזית מפמ"רית גיאוגרפיה והשתתפה בו דרורה נגב, מדריכה ארצית. |

| | | | | |
|---|--|--|--|---------------------------------------|
| | | | | |
| <p>ממשרד המפמ"ר נודע לנו כי המורים למתמטיקה נחשפים לתכנית בהשתלמויות פתיחת השנה.</p> | <p>http://cms.education.gov.il/EducationCMS/Units/Mazkirut_Pedagogit/Matematika/KdamY/esodiVeyesodi/peiluyot</p> | <p>ה'</p> | <p>עושים חשבון להגינות</p>  | <p>מתמטיקה</p> |
| <p>בשנים קודמות הועברו השתלמויות על התכנית למדריכות החינוך החברתי הארציות.</p> | <p>http://cms.education.gov.il/EducationCMS/Units/Mazkirut_Pedagogit/AgafHevraRuach/bentchumiut/haginut/lev.htm</p> | <p>ו'</p> | <p>מקדמים את ההגינות בצרכנות</p>  | <p>שגרירי מפתח הלב (חינוך)</p> |
| <p>מועבר בבתי הספר של החינוך הפיננסי זו השנה הרביעית. בשנים קודמות השתתפו בתי ספר אלו בתחרויות תוצרים כמו "תחרות הקליפים 2014" ו"תחרות הכרזות 2015" לאירוע הגמר הגיעו תלמידים מכל הארץ למשכן הכנסת או לתל אביב.</p> | <p>http://finance.cet.ac.il/CETHandler.ashx?n=CetEntities.FileViewer&i=7b6c26a9-ffd0-426d-b508-19d6c9d151f1&id=262876</p> <p>הצגת ישיבת הכנסת לציון אירוע הגמר של תחרות הקליפים 2014</p> <p>https://okneset.org/commitment/ee/meeting/8829</p> | <p>י' בבתי הספר של החינוך הפיננסי.</p> | <p>הגינות בפרסומות</p>  | <p>חינוך פיננסי</p> |


| | | | | |
|--|--|----------------|--|---|
| <p>בטכנית הצביעו התלמידים און-ליין על דילמות של בעלי עסקים. ההצבעות נאספו. כ – 3,000 תלמידים השתתפו ביום הפעילות ובהצבעה. להלן כתבה ב"קול חיפה והצפון על תוצאות ההצבעה"</p>  | <p>הצגת הטכנית על ידי מנכ"לית משרד החינוך והצגתה באתר המזכירות הפדגוגית:</p> <p>http://cms.education.gov.il/EducationCMS/Units/Mazkirut_Pedagogit/AgafHevraRuach/beyntchumiut/haginut</p> <p>משרד מיוחד שהופק על ידי משרד החינוך על הטכנית.</p> <p>http://www.consumers.org.il/item/news_080316</p> | <p>י</p> | <p>הגינות בעסקים</p>  | <p>חינוך – מערך ליום הצרכן הבינלאומי</p> |
| <p>מדרכת הגיאוגרפיה שהשתתפה בפיתוח הטכנית הפכה חלק ממנה למשחק דילמות באתר to-be המיועד למורים ולכיתות.</p> <p>http://www.to-be.co.il/games/game.aspx?gameId=1287</p> | <p>http://cms.education.gov.il/EducationCMS/Units/Mazkirut_Pedagogit/AgafHevraRuach/beyntchumiut/haginut/haginut_map.htm</p> | <p>י – יא'</p> | <p>הגינות על המפה</p>  | <p>גיאוגרפיה</p> |

תכניות בהכנה בשנת 2016 - 2017:

חלק מן התכניות שפותחו אף הן לטובת התכנית "הגינות בצרכנות" נמצאות בשלבים שונים של פיתוח או של המתנה לאישור מצד הגורמים האמונים עליהן במשרד החינוך.

| שם התכנית | חוברת | תחום הדעת | שכבת הגיל | סטטוס התכנית |
|------------------------|-------|------------------------|-----------|----------------------|
| עברית | | עברית | ז' | ממתינה לתגובת המפמ"ר |
| אזרחות | | אזרחות | ט' | ממתינה לתגובת המפמ"ר |
| סוציולוגיה ופסיכולוגיה | | סוציולוגיה ופסיכולוגיה | יא' | בשלבי פיתוח אחרונים |

להלן אפיונים ראשוניים לפעילות דיגיטלי, כפי שהוצגו למשרד החינוך בפגישת סטטוס בנושא:

| | |
|---|---|
|  | <p>איפיון המשחק – סוג הדרך בה ילכו התלמידים. בכל נקודה יהיו מספר שאלות צרכניות, הקשורות בסיטואציות</p> |
|---|---|

| | | |
|--|---|---|
| <p>343</p> <p>המוכר מבקש ממך יותר כסף ממה שמפורסם בשלט, מה תעשו?</p> <p>אשאל את המוכר מדוע דרש יותר ולא נתן את המבצע</p> <p>אשלם למוכר כפי שדרש</p> <p>אשתף את ההורים</p> <p>אצא מהחנות מבלי לקנות דבר</p> | <p>343</p>  <p>מבצע כדורי סל 20 ש"ח</p> <p>25 שקלים בבקשה</p> | <p>סקיצה ראשונית לפעילות צרכנית לכיתות ג' בתוך התכנית "מולדת חברה ואזרחות".</p> |
|--|---|---|

"צריכים את זה" – סטודנטים מלגאים למען צרכנות נבונה בקהילה

סטודנטים מלגאים פועלים בקרב הקהילה במגוון ערוצי הסברה במטרה להעלות את המודעות לצרכנות נבונה בדרכים חווייתיות ודינאמיות. התוכנית המוצעת ללא תשלום פועלת באזור מרכז הארץ ופונה למגוון אוכלוסיות וגילאים.

סדנאות הסברה

- סדנאות הסברה חווייתיות בנושאים צרכניים. משך סדנה הוא 45-90 דקות, בהתאם לאופי הקבוצה.

פעילות הסברה באתר המועצה

- עבודה בשיתוף עם מנהל האתר בהעשרת תכנים והעלאת הנראות של המועצה ברשת.

פעילויות שיא

- תכנון והפעלה של פעילויות שיא במסגרת רשויות מקומיות.

צרכנות של זהב

- מתן עזרה וליווי אישיים בנושאים צרכניים למשתתפי הסדנאות על ידי טיפול מידי בפגיעות צרכניות, עזרה בהגשת תלונות ובבדיקת זכויות לביטולי עסקה.

פרויקט הסברה לדוגמה

פרויקט אוניברסיטה בעם

בשנה"ל תשע"ו נערך קורס הסברה צרכנית מיוחד מטעם המועצה, לתלמידי הפרויקט "אוניברסיטה בעם" – לימודים לא אקדמאים בתוך האוניברסיטה.

בקורס בן 4 המפגשים, נחשפו הנרשמים אל הסוגיות השונות של חוק הגנת הצרכן ותקנותיו, בדקו איזה מן הצרכנים הם והכירו דרכים שונות

לצריכה נבונה.

מצ"ב עלון הפרסום לקורס.

צרכנות נבונה
חוק הגנת הצרכן וכלים להתמודדות עם פגיעות צרכניות

מפגש 1 – זכויות הצרכן

- הכרות בסיסית עם חוק הגנת הצרכן ותקנותיו
- ביטול עסקה וקבלת החזר כספי

מפגש 2 – הטעיית צרכן

- מותר ואסור כפיסום מוצרים
- ביטול עסקה על בסיס הטעייה

מפגש 3 – זכויות הצרכן בסלולר

- רפורמת הסלולר
- כל מה שצריך לדעת כשעוברים מול בציפי השירות של החברות.

מפגש 4 – שיקולי רכישה

- קבלת החלטות בסופר – לא מה שחשבתם, טריקים שיווקיים
- חוק הסקן והשפעתו על הצרכן

אני קונה, משלם אני צרכן – כל מה שצריך לדעת על צרכנות נכונה כאן

מה אתם צריכים לדעת ברכישת מוצר או שירות? ■ האמת מאחורי שלטי המבצע ■ האותיות הקטנות בשלטים הגדולים – מה צריך לדעת לפני שחותמים? מותר ואסור ■ חתימת חוזה מול חברת הסלולר – מה צריך לדעת לפני שחותמים? מותר ואסור ■ בהתנתקות משירות – יוער פאספס מן המצרים בעגלה לא היו ברישית הקניות. אך זה קרה? הבדלים בין נשים וגברים בקניות ■ עוד ועוד

פרויקט שיתוף פעולה עם עיריות - חינוך

עד לשנת הלימודים הקודמת פעלה המועצה בשיתוף פעולה עם ערים שונות להפצת תכניות הצרכנות הנבונה וההגינות בצרכנות בערים אלו.

להלן תכניות הצרכנות הנבונה שפותחו בשנים האחרונות במועצה לצרכנות:

| | | | |
|---|--|---|---|
| | | | |
| <p>תכנית לכיתות י'- יא', המקנה כלים להכרות עם חוק הגנת הצרכן ומעודדת לצרכנות הוגנת.</p> | <p>תכנית לכיתות ה'- ו' אשר מקדמת חשיבה ביקורתית בנושאי הגינות, פרסום ורכישה.</p> | <p>תכנית לכיתות ז' - ח' החושפת את התלמידים לנושאים כמו פרסום ולחץ חברתי מול שיקולי קנייה אמיתיים.</p> | <p>תכנית לכיתות ג' הנוגעת לתכנים כמו חיסכון, בדיקה, רוצה מול צריך והתחשבות בבני המשפחה.</p> |

הערים איתן נעשו שיתופי הפעולה:

- חיפה
- רעננה
- רמת גן
- יקנעם

יום הצרכן הבינלאומי

בכל שנה ב 15.03 חל יום הצרכן הבינלאומי.

מחלקת החינוך מציינת יום זה בשיתוף עם משרד החינוך בפעילויות בהן נוטלות חלק קבוצות גדולות של תלמידי כיתות י' הנחשפות לסוגיות שונות של צרכנות ונותנות בסופו דבר תוצר המבטא רעיון צרכני מסוים. ביום הצרכן 2016 נערכה פעילות דילמות ארצית עם הצבעה על אפשרויות שונות על פי מתודת "בנעלי העוסק".

נספח 1- תלונות אופייניות

012- חיוב יתר

צרכן עבר מחברת אינטרנט לחברה מתחרה בחודש יוני 2008. במרס 2016 הבחין הצרכן כי החברה ממנה עבר ממשיכה לחייב אותו למרות בקשת הניתוק. הצרכן התקשר לשירות לקוחות, שם נמסר לו כי התשלום הוא עבור אנטי וירוס לתיבת הדוא"ל, אולם מעולם לא הייתה לו כתובת כזו. הצרכן שילם 9.90 ₪ במשך למעלה מ-7 שנים – בס"כ 3,300 ₪! הצרכן מעולם לא קיבל חשבוניות, שהרי אם היה מקבל חשבוניות היה מיד עולה על ה"טעות" ודורש להפסיק את כל השירותים!

במועצה לצרכנות בקשו ממנו לפנות לחברת האשראי ולקבל דו"ח של כל התשלומים לאותה חברה ממועד הניתוק. התברר כי בחלק מהחודשים הצרכן חויב בסכומים שונים ללא שום הסבר וללא שום הודעה. מבדיקת המועצה עלה כי החברה הפרה את חובתה לשלוח דו"ח שנתי על התשלומים בהם חייבה את הצרכן, כמתחייב על פי החוק. בנוסף, נטל ההוכחה כי הצרכן הסכים לחדש את ההתקשרות בתום תקופת המבצע הוא על החברה, ובהעדר הוכחה, עליה להחזיר את כל הכספים שנגבו, שאם לא כן, רשאי הצרכן לתבוע בנוסף 10,000 ₪ בגין חידוש אוטומטי ללא הסכמת הצרכן. עם קבלת מכתב המועצה הסכימה החברה, "כמחווה של רצון טוב" להחזיר לצרכן את כל הסכום שנגבה, לרבות בגין תקופת ההתיישנות.

איסור גבית טיפ (תשר) כחלק מהחשבון

נ' תושבת חולון חגגה יום הולדת לביתה יחד עם 18 חברותיה בבית קפה בתל אביב. בתום הארוחה, ולאחר שביקשה את החשבון, שילמה נ' את הסכום הנקוב על החשבונית. אלא שאז גילתה שהמלצר הוסיף על דעת עצמו 13% דמי שירות לחשבון.

הצרכנית פנתה למועצה לצרכנות על מנת לברר האם הדבר חוקי ובמידה ולא - מה ניתן לעשות על מנת לקבל את כספה בחזרה? עפ"י חוק הגנת הצרכן, הצגת מחיר בבר או במסעדה, שאינו כולל דמי שירות או דמי אבטחה, וגביית תשלומים אלו כתשלומי חובה לאחר ביצוע העסקה - מהווה לכאורה עבירה על החוק.

המטפל בתלונה במועצה פנה אל בעל בית הקפה בבקשה להסברים והקריא לו את לשון החוק. לבית העסק הוסבר כי כאשר מדובר בתוספת לתשלום, הניתנת לשיקול דעתו של הצרכן, הרי שאין בכך עבירה על החוק, כי ניתנת לצרכן אפשרות שלא לשלם את התוספת. לאחר פניית המועצה לצרכנות, בעל בית הקפה התנצל בפני הצרכנית, החזיר לה את דמי

השירות ובנוסף הזמין אותה ביחד עם הילדה וחברותיה לארוחה נוספת על חשבון בית העסק.

הטעיה בטיסה

ר' מכפר סבא רכשה חופשה משפחתית לוורנה מאתר קופונים מוכר. לאחר שהתשלום נעשה התברר לר' כי הטיסה איננה כוללת ארוחה ואם היא מעוניינת בארוחה עליה להוסיף תשלום נוסף בעבור כל ארוחה. ר' טענה בתגובה כי אין אזכור באתר הקופונים בכל הקשור לתוספת בעבור ארוחות ובנוסף הלינה ר' על כך כי לא מצוין שהטיסה היא צ'ארטר (טיסת שכר) אלא ההפך הוא נכון, מצוין בהודעה כי מדובר בטיסה סדירה של חברת תעופה ישראלית.

כאשר ר' ניסתה לברר האם חברת התעופה תסייע לה ותמצא פתרון מתאים – הפנתה חברת התעופה את האשמה כלפי אתר הקופונים בטענה כי הדבר אינו באחריותה אלא באחריותו של המפרסם. כאשר ר' פנתה לאתר הקופונים, האתר גלגל את האחריות לצידה של ר'...

בלית ברירה נאלצה ר' להוסיף כסף עבור הארוחות בטיסה, אך לא ויתרה ודרשה שמישהו אחר יישא בעלויות – או חברת התעופה או אתר הקופונים. לאחר שכל מאמציה עלו בתוהו, נאלצה ר' לפנות למועצה הישראלית לצרכנות בדרישה שאחד מבתי העסק יספוג את התוספת עבור הארוחות. המטפלת בתלונות התיירות במועצה פנתה לחברת התעופה וציינה כי בגלישה באתר הקופונים איננו מפורט דבר בקשר לארוחות או צורך בתשלום נוסף. בנוסף ציינה כי אין קישור לאתר חברת התעופה כך שכל המידע הרלוונטי מצוי באתר הקופונים בלבד.

אי לכך, המועצה הישראלית לצרכנות מייחסת לפרסום זה כפרסום מטעה, שאינו כולל בתוכו את כל הכללים, ההתניות וההסתעפויות האפשריות. המועצה דרישה היא לפיצוי כספי או לאפשר לר' לקבל ארוחה לכל אחד מארבעת הכרטיסים ללא תוספת תשלום. רק לאחר התערבות המועצה, נאמר כי החברה תספק לר' כריכים ושתייה ללא עלות לכל אחד מארבעת הכרטיסים שנמכרו הן בהלוך והן בטיסה חזור לשביעות רצונה של ר'.

ניצול קשישים

מחברת מרקטינג התקשרו אל קשישה בת 78 ונציג המכירות טען בפניה כי במסגרת חברותה במועדון הלקוחות שלהם, נותרו לה עוד שנתיים לשלם דמי חבר על סך 399 ש"ח בכל חודש. נציג המכירות ציין כי הוא יכול להפחית את תקופת ההתחייבות שלה לשנה, זאת

המועצה הישראלית לצרכנות

אם הקשישה תבצע עסקה גדולה, במסגרתה תצטרך לשלם 399 ש"ח בחודש. העסקה כוללת שואב אבק ומיקסר בסכום כולל של 4,788 ש"ח ב-12 תשלומים.

מבדיקת המועצה עלה כי הקשישה לא התחייבה לחברות בשום מועדון ולא קיים שום חיוב חודשי על סך 399 ש"ח (טרם ביצוע העסקה). הקשישה אישרה בתמימות את העסקה החדשה, כדי להימנע מתשלום גדול יותר (שכאמור לא היה קיים כלל) - אותו אין באפשרותה לשלם.

במועצה מתקבלות תלונות רבות אשר עוסקות בניצול ציני של קשישים ומכירת דבר שלא באופן הוגן. הקשישים לעיתים מזומנות לא מבינים עברית כהלכה, ולא עוקבים אחר חיובי כרטיסי האשראי שלהם, ונוטים להסכים ולאשר בתמימות עסקאות דומות.

ולהלן מצורף מכתב תודה של בתה של הקשישה, הממחיש את פעילות המועצה בעניין:

"אני חייבת להודות שכשפניתי למועצה לצרכנות הייתי מאוד סקפטית. מדובר היה במקרה מורכב, בו ביקשנו לבטל עסקה אחרי שעברו הרבה יותר מ-14 יום. זו גם הפעם הראשונה שפניתי למועצה ואמרתי שאין לנו מה להפסיד, שכן מדובר בסכום כסף גדול מאוד, שאנחנו מרגישים שנלקח מאיתנו בצורה מכוערת ולא ישרה. מספר ימים לאחר מילוי הטופס באתר, יצרה עימי קשר המטפלת בתלונה, ציינה כי היא מקדמת את הנושא ופונה לחברה, אך ציינה לאורך כל הדרך שייטכן וניתקל בקושי, כי לא ביקשנו לבטל עסקה בשום שלב וכאמור עבר זמן מיום ביצוע העסקה. על פי לשון החוק - אין כל סיבה שנקבל החזר. המטפלת התעקשה, יצרה קשר, השאירה הודעות לחברה ולי לא התייאשה ונלחמה עבורנו. תוך פחות מחודש היא דאגה שיחזרו אלינו מהחברה, יאספו את המוצרים ויחזירו לנו את הכסף - 4,638 ש"ח. מדובר באשת מקצוע ונותנת שירות מהמעלה הראשונה, שהתייחסה למקרה שלנו בכבוד, התעקשה, לא הרימה ידיים ועזרה לנו לקבל את הכסף חזרה ולעשות קצת צדק מול החברות הנוראיות האלה, שמנצלות את חולשתם של לקוחותיה. כמו שגם אמר לי נציג החברה בטלפון - "תדעי לך שזה רק בזכות המטפלת בתלונות במועצה". ולמטפלת בתלונה שלנו - אין כמוך ותודה שלא התייאשת מכך שלא תמיד עניתי לטלפון ושקיבלת זאת בהבנה וחיוך. תודה על הכול!!!!!"

ביטול עסקה בתיירות

תופעה חדשה שעלתה השנה מתוך תלונות התיירות בנושא ביטול עסקה: ד' ביצע עסקה דרך הסוכן שלו בארץ עסקה בה רכש מלון וטיסה. הצרכן ביטל את העסקה והגיע לו עפ"י החוק החזר כספי מסוכן הנסיעות, לו שילם עבור העסקה. הסוכן אמר היה להחזיר לד' את הסכום תוך 14 יום. הסוכן התמהמה וסרב להחזיר הסכום במועד.

לעיתים קרובות קורה כי הסוכן הישראלי לא מחזיר את הכסף במועד, מאחר והוא מחכה להחזר הכסף מהספק (שלעיתים יושב בחו"ל). על-פי תקנות ביטול עסקה, הסוכן אמור להחזיר את הכסף לפי המועד הקבוע בחוק, בלי קשר לכסף שיתקבל ע"י הספק מחו"ל. המועצה טיפלה בעשרות מקרים שכאלה, החזירה אלפי שקלים לצרכנים וניסחה כתבי תביעה לבימ"ש לתביעות קטנות.

נספח 2 : דוגמאות לתלונות ולתביעות קטנות

המתדלק טעה בסוג הבנזין. הנזק לרכב הגיע לאלפי שקלים

י' תושב השרון ניגש לתדלק את רכבו בתחת דלק של רשת ידועה וגדולה. י' מסר את מפתחות הרכב לידי המוכרן והורה לו למלא מיכל סולר מלא, כמצוין אף במידבקות המוצמדות לשני צדדיה של דלת מיכל הדלק ברכב. בעקבות תדלוק שגוי של המוכרן בבנזין 95 אוקטן, שכלל אינו מתאים למנוע הרכב (במקום סולר כאמור), הושבת הרכב ונגרמו לו נזקים בסך 9,000 ₪. שמאי שהוזמן על ידי י' קבע נחרצות בחוות הדעת כי הנזק למערכת ההזרקה במשאבת הלחץ הגבוהה ברכב, נגרם מחמת "תדלוק שגוי של בנזין, תחת סולר, על ידי תחנת התדלוק". הוא פנה אל החברה שהתחמקה מהתשלום עבור הנזק.

י' פנה אל המועצה לצרכנות, כדי שתסייע לו במיצוי זכויותיו הצרכניות על-פי דין, לאור סירובה של החברה ליטול על עצמה מלוא האחריות. בכתב התביעה שנוסח במועצה, טען התובע לרשלנות נזיקית שגרמה לו הנתבעת. סכום התביעה שהוגש לבית המשפט עמד על 12 אלף ש"ח שכלל, בנוסף לעלות תיקון הרכב, גם פיצוי בסך 2,000 ש"ח בגין השבתת הרכב, הטרחה ובזבוזי הזמן הרבים שנגרמו לתובע ואובדן ימי עבודה. רק לאחר קבלת כתב התביעה, נאותה החברה ליצור קשר עם י' והודיעה לו כי היא מוכנה מיידית לשלם את עלות התיקון בסך 9,000 ש"ח כדי להימנע מתביעה ולשלם סכום גבוהה בהרבה. בהתייעצות עם המועצה לצרכנות החליט י' לקבל את הצעת חברת הדלק וקיבל לידי את עלות התיקון במלואו.

בת שבע נחום נ' אלקטרה

צרכנית קנתה תנור. מהר מאד הבינה הצרכנית שהתרמוסטט שלו פגום, בשל העובדה שכמעט כל האוכל נשרף לה (באפיה רגילה). טכנאי מטעם אלקטרה החליף תרמוסטט, אך התקלה לא תוקנה במלואה. המומחה, מר פרינס, אכן קבע כי התרמוסטט לא תקין. למרות זאת אלקטרה לא הסכימה לפצות אותה.

המועצה הישראלית לצרכנות

בית המשפט בפתח תקווה (הרשם הבכיר כרמלי) קבע שדי בעובדה שהיה צורך בתיקונים חוזרים ונשנים כדי להוכיח שהתנור לא תקין. אלקטרה חויבה לפצות את הצרכנית בעלות התנור + עלות המומחה ו1,500 ₪ בגין השחתת זמנה, ובסה"כ 5,810 ₪.

משפחת גולן נ' טורקיש אירליינס

משפחת גולן נסעה לנופש באיים המלדיביים. הנופש נגמר בסיוט לאחר שהטיסה חזרה מהמלדיביים נדחתה ב 24 שעות, מבלי שהוסבר לנוסעים מה קורה והם הוחזקו בשדה התעופה שעות רבות מבלי לספק להם מזון ושתייה. חברת התעופה סירבה לפצותם, משום שהיא טענה שהמטוס נקלע לסערה בלתי צפויה עם נחיתתו במלדיביים, סערה שגרמה תקלה בלתי צפויה במערכת הנחיתה.

בית המשפט בקריות (כב' השופט ארדמן) דחה את טענת חברת התעופה כי מדובר היה ב"כוח עליון" וציין כי מצופה מחברת תעופה מסודרת כדוגמת טורקיש איירליינס שתדאג לכך שימצא מטוס חלופי במרחק סביר, כך שהנוסעים לא ידרשו להמתין זמן כה ארוך. בנוסף לפיצוי בהתאם לחוק שירותי תעופה פסק השופט פיצויים לדוגמה נגד טורקיש איירליינס, ובסה"כ נפסק סכום כולל של 18,320 ₪ ל-4 תובעים (2 זוגות).

פלח נ' קהירי

צרכן הזמין מערכת ישיבה סלונית לביתו. לאחר שבוע (ולאחר שוידא שיצרן הסלון טרם החל בעבודה) הוא החליט לבטל את ההזמנה, משום שנכח שהסלון שהוזמן לא מתאים לעיצוב ביתו. יצרן הסלון סירב לאפשר את ביטול ההזמנה וסירב להשיב לצרכן את המקדמה ששולמה (3,000 ₪).

בית המשפט בתל אביב (כב' השופטת בן יצחק) פסקה כי יצרן הסלון פעל בעליל בניגוד לתקנות הגנת הצרכן (ביטול עסקה) לפיהן צרכן יכול לבטל את העסקה תוך 14 יום ממועד קבלת הטובין, ובלבד שלא מדובר בהזמנה מיוחדת שהוחל כבר בפועל ביצורה. לתובע נפסקו גם 1,000 ₪ בגין עוגמת נפש (ובסה"כ 4,000 ₪)

סעדיאן נ' ביטון

צרכנית הזמינה שיש לביתה. בהתקנת השיש היו לקויים רבים. פניות חוזרות ונשנות של הצרכנית למתקין השיש לא הביאו לתיקון. מתקין השיש אף סירב לתת לה חשבונית.

בית המשפט בירושלים (השופטת אלבו) פסקה שנסיבות אלה על מתקין השיש לבטל את העסקה ולהחזיר לצרכנית את כל כספה בתוספת 1,000 ₪ פיצוי בגין עוגמת נפש (ובסה"כ 8,200 ₪).