



מדינת ישראל הרשות להגנת הצרכן ולסחר הוגן



ירושלים, כ"א סיון, תשע"ח
4 יוני, 2018

הנחיית ממונה שיווק במהלך תקופת אבל

הרשות להגנת הצרכן ולסחר הוגן זיהתה פרקטיקה של שיווק מצבות לאנשים בעיצומה של תקופת אבלם. לרוב, אדם אינו פנוי נפשית לפעילות צרכנית בתקופת אבלות, בוודאי בימים הראשונים שלה. יש עוסקים אשר מאתרים בני משפחה בשיא אבלם בסמוך לפטירה ובימים שהם יושבים על המת, בעזרת מודעות האבל המתפרסמות ברבים או בדרכים אחרות, וממהרים לפנות אליהם בהצעות שיווקיות. הצרכן האבל אינו פנוי נפשית לבחינת העיסקה על כל מרכיביה, לעריכת השוואות בין עוסקים ולקבלת החלטה צרכנית מודעת וחופשית.

עסקה הנוגעת להזמנת המצבה, כמו גם להזמנת שירותים או מוצרים אחרים הקשורים לפטירתו של אדם או להבאתו לקבורה, הנעשית בתקופת האבל, הינה בעלת מאפיינים ייחודיים, אשר בשלם מצאה הרשות לפרסם הנחיה זו:

- שוק המצבות הינו שוק ייחודי, לו נזקק הצרכן פעמים מעטות בחייו. לפיכך, הצרכן אינו מכיר את השוק, את העוסקים והמחירים המוצעים למוצרים דומים. לרוב, בבואו של הצרכן לרכוש מוצר משוק אשר אינו מכיר, הוא לומד את השוק, מתייעץ ומשווה מחירים. בעת האבל הצרכן אינו פנוי פיזית ורגשית ללמוד את שוק המצבות ולבצע השוואות מחירים. לפיכך, בתקופה זו לא יהיה בידו מידע מלא המאפשר קבלת החלטה מושכלת.
- כמו כן, על פי רוב, גילוי המצבה על קבר הנפטר מתבצע לאחר שלושים יום מיום הפטירה. לפיכך, ההחלטה בדבר המצבה, החומר והכיתוב, נעשים באופן טבעי תחת לחץ זמן ובתקופת סערה רגשית שלאחר הפטירה.
- לפיכך, פניה ביוזמת המשווק אל הצרכן האבל, בתקופה בה הצרכן מתקשה לקבל החלטה רציונלית ולהשוות מחירים, עלולה להביא את הצרכן לקבל החלטה מתוך לחץ תוך פרק זמן קצר, או אפילו מידי. קבלת החלטה צרכנית תחת לחץ זמן מוכרת בספרות הכלכלה ההתנהגותית ככזו המובילה צרכנים לקבל החלטות שאינן אופטימליות ואשר לא היו מתקבלות בסיטואציה רגילה.
- הצירוף הבלתי נמנע בשיא תקופת האבל בין לחץ רגשי, חוסר מידע על השוק, חוסר ניסיון, ולחץ זמן-הופך את הצרכן לפגיע במיוחד מול נקיטת פעולות שיווקית כלפיו באופן העולה כדי הפעלת השפעה לא הוגנת.

תקופת האבלות יכולה להשתנות מאדם לאדם. עם זאת, ניתן לקבוע מספר ימים בהם קיימת חזקה שהאבל מצוי בסערת רגשות אשר מונעת ממנו קבלת החלטה מיטבית ורציונלית וחושפת אותו להפעלת השפעה בלתי הוגנת. כך בודאי מיום המוות עד קבורת המת וכך גם במהלך הימים שנהוג לשבת על המת: שבעה ימים ביהדות ו-3 ימים באיסלאם (להלן "תקופת האבלות").

לשכת הממונה |

בית השנהב, בניין B רח' בית הדפוס 12 גבעת שאול, ירושלים | טלפון: 02-5396021 | פקס: 02-5672032
| michaela@fta.gov.il | מען למכתבים: קריית הממשלה, בניין ג'נרי 1 רח' בנק ישראל 5 ירושלים, 9195021



מדינת ישראל הרשות להגנת הצרכן ולסחר הוגן



עסקה שנעשית בתקופת האבלות היא עסקה, שאף אם לא תתעורר טענה להטעיה בקשר לפרט מהותי בעסקה, מעוררת קושי רב, שכן קיים בעסקה כזו פוטנציאל של ניצול מצבו הרגיש של הצרכן ועשיית עסקה עימו שלא מרצונו החופשי ותוך לחץ שיווקי.

סעיף 3(א) לחוק הגנת הצרכן, התשמ"א-1981 קובע:

3" (א) לא יעשה עוסק, במעשה או במחדל (בסעיף זה – מעשה), בכתב או בעל פה או בכל דרך אחרת, דבר העלול לפגוע ביכולתו של צרכן לקבל החלטה אם להתקשר בעסקה עמו, באופן שיש בו שלילה של חופש ההתקשרות של הצרכן או פגיעה מהותית בחופש ההתקשרות שלו (להלן – הפעלת השפעה בלתי הוגנת)."

כאמור, אדם המצוי בתקופת האבלות חזקה עליו שאינו פנוי נפשית לקבלת החלטות עסקיות. פניות שיווקיות מטעם עוסקים בתקופה זו עלולות לנצל את מצבו ולשווק לו באופן אגרסיבי עסקה מסוימת, על אחת כמה וכמה עסקה הקשורה למושא האבלות. פניות שיווקיות בתקופת האבלות עלולות אפוא לפגוע ביכולתו של הצרכן לקבל החלטה מושכלת אם להתקשר בעסקה ובאלו תנאים, באופן אשר שולל את חופש ההתקשרות שלו או למצער פוגע בחופש ההתקשרות באופן מהותי. פגיעה בחופש ההתקשרות מתבטאת בחוסר יכולתו של הצרכן להחליט האם להתקשר בעסקה או לפגוע ביכולתו להחליט על תוכן ההתקשרות ותנאי העסקה.

לפיכך אני מודיע כי הנחיתי את הרשות לראות בפניות שיווקיות הממוקדות לתקופת האבלות, כמעשה אשר מהווה הפעלת השפעה לא הוגנת על הצרכן, בניגוד לסעיף 3(א) לחוק.

הפעלת השפעה לא הוגנת בניגוד לסעיף 3(א) היא עילה להוצאת צו מנהלי להפסקת הפעלת השפעה לא הוגנת לפי סעיף 21 לחוק ובגין הפרת הצו המנהלי כאמור יוגש כתב אישום כאמור בסעיף 23(א)(6) לחוק.

אין בכך כדי למצות את כל המצבים בהם קיימת אפשרות של ניצול מצוקה של צרכן והשפעה בלתי הוגנת עליו על רקע חולשת דעת בשל אבלות. תקופת האבל כפי שהוגדרה לעיל בודאי הינה תקופה שבה חזקה על אדם שדעתו אינה פנויה לפעילות צרכנית.

יובהר כי האמור בהנחיה זו לא יחול על גילוי מידע הניתן על ידי בעל רישיון לעסוק בקבורה בקשר לשירות או מוצר שהוא רשאי לספק לפי דין או לפי תנאי הרישיון ובכפוף לכך שמידע כאמור נמסר במסגרת פניה של הצרכן לבעל הרישיון והשירות או המוצר סופקו בהתאם להוראות הקבועות בדין או מכוחו.

כאשר משפחה מבקשת לקבור נפטר ופונה לשם כך לחברה לענייני קבורה, ישנן חובות גילוי אשר מוטלות על החברה למשל, חובה להציג מפה המציגה את הגושים והחלקות ומהן החלקות לגביהן ניתן לגבות תשלום העולה על התעריף הנקבע על פי דין. כמו כן קיימת חובה לגלות למי שמבקש לרכוש חלקת קבר בחיים כל פרט מהותי בנוגע לרכישה.

בנוסף, קיימים פרטי מידע נוספים הנוגעים לקבורה שאין למנוע מבעל רישיון כאמור לעיל, מלהציעם ואין לראות בכך פניה שיווקית שיש בה הפעלת השפעה לא הוגנת כגון, פירוט אפשרויות לגבי קבורה נפטר, תכריכים מהודרים, הובלת נפטר, קבורה עתידית של בן משפחה שעודו בחיים ובלבד שהפניה הראשונה

לשכת הממונה |

בית השנהב, בניין B רח' בית הדפוס 12 גבעת שאול, ירושלים | טלפון: 02-5396021 | פקס: 02-5672032
michaela@fta.gov.il | מען למכתבים: קריית הממשלה, בניין ג'נרי 1 רח' בנק ישראל 5 ירושלים, 9195021



מדינת ישראל הרשות להגנת הצרכן ולסחר הוגן



לחברה קדישא בנוגע לקבורת הנפטר היתה ביוזמת הצרכן/המשפחה ובלבד שמדובר בשירות שבעל הרישיון מוסמך לספקו על פי דין ועל פי תנאי הרישיון ושהוא אכן פעל כך.

זאת ועוד, הנחיה זו לא תחול על שירות הובלת נפטר הניתן על ידי מי שאינו בעל רישיון לעסוק בקבורה ובלבד שהחברה פעלה בהתאם להוראות הדין (סעיף 14א10ג) לחוק שירותי הדת היהודיים) ולפיו גילתה לצרכן בצורה ברורה כי הוא יכול לקבל את השירות הזה בחינם מבעל רישיון לעסוק בקבורה. פניה שיווקית לצרכן (לרוב בבתי חולים) לגבי הובלת נפטר מבלי לגלות את האמור לעיל, ייחשב הפעלת השפעה לא הוגנת.

מיכאל אטלן, עו"ד

הממונה על הרשות להגנת הצרכן ולסחר הוגן

פתי פתי

לשכת הממונה |

בית השנהב, בניין B רח' בית הדפוס 12 גבעת שאול, ירושלים | טלפון: 02-5396021 | פקס: 02-5672032
| מען למכתבים: קריית הממשלה, בניין ג'נרי 1 רח' בנק ישראל 5 ירושלים, 9195021 | michaela@fta.gov.il