



ירושלים, ט' באדר א תשע"ט

14 בפברואר 2019

LM301519

החלטה בדבר הטלת עיצום כספי בנושא שיווק אשראי – חובת אזהרה בפרסומת

תיאור ההפרה

ביום 01.01.2019 נשלחה לחברת ישראלכרט בע"מ (להלן: "החברה") הודעה על כוונה להטיל עיצום כספי בנושא שיווק אשראי בסך 750,000 ש"ח מכוח סמכותי לפי סעיף 11א(ב)(1א) לחוק הבנקאות (שירות ללקוח), התשמ"א-1981 (להלן – "החוק"), וזאת בשל הפרת הוראת חוק, כפי המפורט להלן:

1. הכוונה להטיל עיצום כספי היא בשל הפרה לכאורה של סעיף 5(ג) לחוק, הקובע כי לא יפרסם תאגיד בנקאי פרסומת אף אם היא פרסומת המותרת לפי דין ולא ינקוט דרך שיווק אחרת, המעודדת נטילת הלוואה על ידי לקוח, אלא אם כן הן כוללות את שם המלווה וצורפה להן אזהרה בנוסח זה: "אי עמידה בפירעון ההלוואה עלול לגרור חיוב בריבית פיגורים והליכי הוצאה לפועל".
2. מבדיקה שנערכה עלה כי החברה הפרה לכאורה את הוראת החוק, מן הטעם שהפרסומת "המינוס הופך לפלוס+" שהוצגה באתר האינטרנט השיווקי של החברה, בגרסת המכשיר הנייד, עודדה נטילת הלוואה על ידי הלקוחות ולא הייתה קיימת בה אזהרה, כנדרש בחוק.
3. לפרסומת צורף קישור ("להלוואה לחצו כאן") המפנה לתנאי ההלוואה ולאזהרה. עם זאת, על החברה היה לצרף את נוסח האזהרה בפרסומת עצמה, ולא די בהוספת הקישור האמור.
4. נציין כי לא די באזהרה המופיעה בלשונית "הלוואות" באתר האינטרנט של החברה, שכן בהתאם לחוק, נדרש כי האזהרה "תצורף" לפרסומת או לדרך השיווק האחרת המעודדת נטילת הלוואה.
5. ההפרה האמורה באה על רקע קמפיין נרחב של החברה "המינוס הופך לפלוס+" שכלל פרסום תשדירים בטלוויזיה, ברדיו, בשלטי חוצות ובאינטרנט. הקמפיין עודד את ציבור הלווים שנמצאים במינוס לצריכה שהיא מעבר לצורכיהם ואף מעבר ליכולותיהם והעביר מסר של זילות שיקול הדעת שצריך להפעיל הצרכן בעת נטילת הלוואה, מסר שנוגד צריכה נבונה ואחראית וכן את עקרונות החינוך הפיננסי.
6. אדגיש כי הפיקוח על הבנקים רואה חשיבות רבה באזהרה בפרסום אשראי צרכני, אשר נועדה לגרום לצרכנים, שלא כולם בעלי ידע והבנה פיננסיים, לשקול את יכולתם לפרוע את ההלוואה, ולהגביר את המודעות להשלכות הכלכליות שעשויות להיות ללווה כתוצאה מלקיחת ההלוואה, אף שהיא כשלעצמה עשויה להוות עבורו מנוע צמיחה. הפיקוח אף הביע תמיכה בהליך חקיקת הסעיף ורואה חשיבות בנושא לנוכח הגידול בזמינות האשראי הצרכני והפיתוי שזמינות זו עלולה ליצור, בפרט ללקוחות מוחלשים כלכלית.

טענות החברה

בתגובת החברה מיום 06.01.2019 שהוגשה בכתב, ובשימוע שנערך לחברה ביום 24.01.2019, העלתה החברה טענות לפיהן אין להטיל עליה עיצום כספי וככל שיוחלט להטיל עיצום כספי יש לשקול הפחתת

- סכום העיצום מכוח סמכות הפיקוח בהתאם לכללי הבנקאות (שירות ללקוח) (שיעורי הפחתה מרביים של סכומי העיצום הכספי), התשע"א-2011. להלן תמצית טענות החברה:
7. מיום כניסת החוק העוסק בשיווק אשראי לתוקף, הקפידה החברה למלא אחר הוראותיו באופן מלא בכל מקום בו פנתה בפנייה שיווקית הנוגעת להצעת אשראי ללקוחותיה. הקפדה זו כללה שינויים מהותיים בתהליכי העבודה מול משרדי הפרסום, המדיה והסטודיו עמם החברה עובדת, והקפדה יתרה על הוספת שגרות בקרה ניהוליות.
 8. מתחקור שביצעה החברה עלה כי מדובר במקרה נקודתי, שאינו מעיד על הכלל, שנבע משיקול דעת מוטעה של מעצב. בנוסף הבהירה החברה כי מדובר בקמפיין רחב מאוד אשר כלל פרסומים רבים בטלוויזיה, ברדיו, בשלטי חוצות וכן כ- 150 גרסאות של באנרים בשורת אתרים ברחבי האינטרנט. האזהרה לא הופיעה בבאנר בודד, בגרסת המובייל בלבד.
 9. לאחר לחיצה על הבאנר הופיעה האזהרה ללקוח בעמוד הנחיתה.
 10. החברה אינה מקלה ראש בחומרת הנושא ובחשיבותו. החברה פעלה להדרכה מחודשת של כל ספקי המשנה וביצעה שינויים נוספים בנהלי העבודה, התומכים בתהליכי בקרה מתמירים שיתווספו לאלה הקיימים, ווידאה מעל לכל ספק, שמקרה שכזה לא ישנה.
 11. בהתייחס למסרי הקמפיין החברה ציינה כי לקחה את הערות הפיקוח לתשומת ליבה, והקמפיין הופסק בעקבות פניית הפיקוח. החברה תפעל לבחינה של האופן המיטבי ליישום הערות הפיקוח לעניין אחריות החברה בעת שיווק אשראי צרכני.

החלטה

12. התרשמתי, כי החברה נקטה באמצעים מקיפים להטמיע את החוק. יחד עם זאת, במסגרת הקמפיין הרחב בו נקטה החברה, בפרסומת שהוצגה באתר האינטרנט השיווקי בגרסת המכשיר הנייד, לא פורסמה אזהרה כנדרש. תכלית החוק מחייבת שהאזהרה תצורף בשלב הפרסומת המעודדת נטילת הלוואה, שבו הלקוח עלול להתפתות לקחת את הלוואה, ולא די בצירוף קישור ל"דף נחיתה" המפנה לאזהרה. נוכח זאת החלטתי על הטלת עיצום כספי.
13. אשר להפחתת סכום העיצום הכספי בהתאם לכללי הבנקאות (שירות ללקוח) (שיעורי הפחתה מרביים של סכומי העיצום הכספי), התשע"א-2011 - אמנם מדובר בהפרה נקודתית של החוק מתוך מגוון פרסומות רחב, אולם לאור היקף הפרסום, המסרים של צרכנות בלתי אחראית, החשיבות שאני רואה בשיווק הוגן של אשראי צרכני והסיכונים שגלומים למשקי הבית בנטילת אשראי עודף, הגעתי לכלל מסקנה כי נסיבות ההפרה אינן מצדיקות הפחתה מסכום העיצום שהוטל.
14. עם זאת, הואיל ועל החברה לא הוטל עיצום כספי בחמשת השנים האחרונות ובשל החשיבות שאני מייחסת לעובדה זו, המצביעה ככלל על ציות החברה לחוק, מצאתי לנכון להפחית סך של 10% מסכום העיצום הכספי, כך שהוא יעמוד על סך של 675,000 ש"ח.

בכבוד רב,


ד"ר חדוה בר

המפקחת על הבנקים