



ירושלים, ט"ו טבת תשע"ט
23 דצמבר 2018
LM296118

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

תיאור ההפרה

ביום 18.10.18 ניתנה לבנק דיסקונט לישראל בע"מ (להלן: "הבנק") הודעה על כוונה להטיל עיצום כספי 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. מבדיקת האכיפה עלה כי הבנק הפר לכאורה את הוראת החוק, מן הטעם שבפרסומות הבאות, המוצגת באתר היוטיוב, אשר מעודדות נטילת הלוואה על ידי לקוח, לא קיימת אזהרה כנדרש: "השנה אני לא קייטנה (סבתוש)- הלוואה מיידית", ו"אוהל ביום זה לא חופשה מפנקת- הלוואה מיידית".
3. מאחר ששתי הפרסומות האמורות הועלו לאתר היוטיוב באותו היום כחלק מקמפיין שיווקי אחד הוחלט להטיל עיצום כספי בגין הפרסומת "השנה אני לא קייטנה (סבתוש)- הלוואה מיידית" (להלן: "הפרסומת") - הואיל ומספר הצפיות בה (כ-85,560 צפיות) היה גבוה לעומת הפרסומת השנייה.
4. לפרסומת צורף קישור (www.discountbank.co.il) המפנה לתנאי ההלוואה ולאזהרה. עם זאת, על הבנק היה לצרף את נוסח האזהרה בפרסומת עצמה, ולא די בהוספת הקישור האמור.
5. נציין כי לא די באזהרה המופיעה בלשונית "הלוואות" באתר האינטרנט של הבנק, שכן בהתאם לחוק, נדרש כי האזהרה "תצורף" לפרסומת או לדרך השיווק האחרת המעודדת נטילת הלוואה. לקוחות יכולים להגיע לפרסומות המופיעות באתר יוטיוב גם מבלי שהופנו לשם מלשונית "הלוואות" באתר הבנק (לרבות בדרך של רישום כמנוי לערוץ הבנק).
6. ברקע הדברים אציין, כי בשנת 2017 נתקבלה תלונה ביחידה לפנייות הציבור נגד בנק דיסקונט בנושא הפרת חובת האזהרה בפרסומת. הפנייה נמצאה מוצדקת. בעקבות תשובת הבנק החלטתי כי לנוכח הנסיבות המיוחדות של אותו מקרה ולנוכח הצעדים המשמעותיים שהבנק נקט ליישום החוק, שלא להטיל עליו עיצום כספי.
7. 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 הבנק

בתגובת הבנק מיום 8.11.18 שהוגשה בכתב, ובשימוע שנערך לבנק ביום 11.12.18, העלה הבנק טענות
לפיהן אין להטיל עליו 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 הבנק:

8. הבנק נקט במגוון צעדים לצורך הטמעת הוראות הסעיף. בכלל זה הבנק נערך ליישום תיקון החוק
בערוצי הפרסומים השונים, בוצעו הדרכות לעובדים בכדי להטמיע את השינוי והופץ תקשור
לגורמים הרלוונטיים במטרה להנחות את העובדים ולעדכנם בדבר השינוי.
9. הבנק מקפיד על בחינת הפרסומים טרם הפצתם על מנת לוודא עמידה ברגולציה.
10. הפרסומות הועלתה לזמן מוגבל (פחות מחודשיים) ונועדה לפרסם את הלוואות הקיץ שמציע
הבנק.
11. מדובר בפרסומת המורכבת מבאנר מונפש, קדימון, שאורכו 6 שניות ודף נחיתה בו כלולים פרטי
ההלוואה.
12. התיקון מתייחס לחובת צירוף האזהרה, אך אינו מפרט באשר לאופן ומתכונת הצירוף בפרסומים
השונים. בבוחנו את הפרסומת והצורך בצירוף האזהרה כנדרש בחוק, ראה הבנק את הפרסומת
כמורכבת משני חלקים - הבאנר המונפש ודף הנחיתה. לווה שיתעניין בלקיחת ההלוואה וילחץ על
קישור שמציג את פרטיה, יבחין בנקל באזהרה.
13. במסגרת הערכות לקראת יישומו של התיקון, הבנק נתן דעתו למדידות השונות, ערוצי ההפצה
ואמצעי הפרסום השונים. המהפכה הטכנולוגית והעידן הדיגיטלי מביאים עימם שינויים תכופים
בתחומי הפרסום והשיווק.
14. עם היכנסו של התיקון לתוקף הבנק החליט להשהות למשך חודש את פרסום ההלוואות במדידות
השונות כדי לבחון את התנהלות השוק ולוודא עמידה בחוק.
15. מדובר בתיקון חדש לחוק שטרם נבחן בערכאות משפטיות או על ידי הרגולטור ולא פורטו בו
הנחיות מפורטות לעניין אופן צירופה של האזהרה. הבנק סבור כי הפרשנות שנקטה על ידו הינה
סבירה.
16. לאור עמדת הפיקוח, הוחלט בבנק כי עד למיצוי בירור הנושא מול הפיקוח, תצוין האזהרה גם
בבאנרים המונפשים.
17. הבנק מקפיד על ציות להוראות הדין, ואין מדובר בהתעלמות של הבנק מן החוק והפרתו
המכוונת.

18. אם וככל שיוחלט להטיל עיצום יש לשקול לכל הפחות הפחתת סכום העיצום למן הטעמים הבאים: נעשו מאמצים רבים להטמעה ויישום של התיקון; אין מדובר במקרה בו הבנק לא צירף כלל האזהרה לפרסומת אלא בנסיבות בהן הבנק צירף את האזהרה לפרסומת בחלקה השני בהתאם לפרשנותו את החוק, שהיא לטענתו פרשנות סבירה; הוחלט בבנק כי עד למיצוי בירור הנושא מול הפיקוח תצוין האזהרה גם בבאנרים המונפשים. בהמשך למכתב הפיקוח הוצא תקשור לגורמים הרלוונטיים בבנק בקשר עם צירוף האזהרה לפרסומות, לרבות לבאנרים; הפרסומת הוצגה באתר היוטיוב בפרק זמן מוגבל; במקרה הנדון לא נגרם כל נזק ללקוחות הבנק.

החלטה

19. התרשמתי כי הבנק נקט באמצעים מקיפים להטמיע את החוק. יחד עם זאת, במקרה זה, הבנק הפר את הוראת החוק, מן הטעם שבפרסומת לא קיימת אזהרה כנדרש. תכלית החוק מחייבת שהאזהרה תצורף בשלב הפרסומת המעודדת נטילת הלוואה, שבו הלקוח עלול להתפתות לקחת את ההלוואה, ולא די בצירוף קישור ל"דף נחיתה" המפנה לאזהרה. נוכח זאת החלטתי על הטלת עיצום כספי.

20. עוד החלטתי כי אין להפחית את סכום העיצום נוכח החשיבות שאני רואה בשיווק הוגן של אשראי צרכני והסיכונים שגלומים למשקי הבית בנטילת אשראי עודף, ומהטעם שלא נמצאו נסיבות להקלה במקרה זה.

בכבוד רב,



ד"ר חדוה בר

המפקחת על הבנקים