

ירושלים, י"ט בתמוז תשפ"א

29 ביוני 2021

21LM4160

לכבוד

מנכ"ל התאגידים הבנקאיים וחברות כרטיסי האשראי

שלום רב,

הנדון: שיפור אפקטיביות הגילוי בהודעות ללקוחות

הפיקוח על הבנקים פועל לאורך השנים לשיפור הגילוי שניתן ללקוחות המערכת הבנקאית באופן שוטף ובאירועים חריגים, על מנת להקל על הציבור לעקוב אחר הנעשה בחשבונותיו ובאמצעי התשלום שלו, ולהתנהל בהם באופן מושכל, בהתבסס על מידע זה.

לאור החשיבות הרבה שהפיקוח מייחס להתנהלות הוגנת כלפי הלקוחות המערכת הבנקאית, ובתוך כך לתקשורת אפקטיבית בין הבנקים וחברות כרטיסי האשראי ללקוחותיהם, פורסם בתאריך 6.6.2021 עדכון להוראת ניהול בנקאי תקין מס' 420 בנושא "משלוח הודעות בתקשורת" (להלן: 'ההוראה'), בו נקבעו, בין היתר, עקרונות למשלוח הודעות ללקוחות באופן אפקטיבי. כחלק מההיערכות ליישום העדכון, נדרשים הבנקים וחברות כרטיסי האשראי למפות את מגוון ההודעות שהם שולחים ללקוחותיהם ולבחון אותן, על מנת לבחור את ערוצי התקשורת המתאימים למשלוח כל הודעה, בהתאם לרמת מהותיות המידע ולמהירות הנדרשת למסירתו.

בהקשר זה, ברצוני להפנות את תשומת לבכם לכך, שמעבר לחשיבות שבבחירת הערוץ המתאים להעברת סוגים שונים של מסרים, ישנה חשיבות רבה לכך שהמידע המוצג בהודעה יימסר באופן אפקטיבי ובהיר גם מבחינת התוכן והצורה.

נושא חשיבות אפקטיביות הגילוי והצורך לבחור בדרך שתבטיח יידוע בפועל של הלקוחות נדון לאחרונה גם בפסיקה. לעניין זה ראו את דברי בית המשפט המחוזי בתל-אביב בת"צ 56325-02-16 אריה שרף נגד לאומי קארד בע"מ (פסק דין מיום 20.3.2018), אשר הדגיש כי:

"...גם אם הסכם ההתקשרות מעניק לספק השירותים זכות לשנות את ההסכם מעת לעת לפי שיקול דעתו, וזאת בכפוף למתן הודעה מראש, הרי שמקום שבו המדובר בשינוי בפרט מהותי בהתקשרות, כדוגמת מחיר ההתקשרות, דומה כי חובת תום הלב מחייבת את הספק לבחור בדרך שתבטיח יידוע בפועל של הלקוחות על דבר השינוי... העלאת מחיר ללא יידוע אפקטיבי של הלקוח, מהווה הפרה של החובה לנהוג בדרך מקובלת ובתום לב, שכן מדובר בחובה אלמנטרית ליידע את הצרכן, כי המחיר המשולם על ידו עלה לעומת המחיר הקודם ששולם על ידו. זוהי גם ציפייתו החוזית הסבירה של הלקוח, כי תינתן לו הודעה כי התעריף שהוא משלם עלה. המסקנה הינה, אפוא, כי ההודעה שניתנה למבקש, כמו גם ליתר חברי הקבוצה, באשר לשינוי בשיעור עמלת הסליקה, במסגרת דף פירוט החיובים, לא הייתה

מספקת, וכי בנסיבות ענייננו המשיבה הייתה מחויבת במתן הודעה מפורשת, ברורה ובהירה ביחס לשינוי שיעור עמלת הסליקה, ולו במסגרת דף פירוט החיובים. זאת, כאמור, לנוכח כוחה של המשיבה, מהותיות ההודעה בדבר ייקור עמלת הסליקה וחובתה של המשיבה לעמוד בציפיות הסבירות של לקוחותיה מההסכמים שנחתמו עמם, ולקיים הסכמים אלה בדרך מקובלת ובתום לב." (הדגש אינו במקור)

כמו כן, ראו את פסק דינו של בית המשפט המחוזי בתל-אביב מיום 20.5.2021, בת"צ 69315-09-16 כן לוי נגד כרטיסי אשראי לישראל בע"מ, בו נקבע כי:

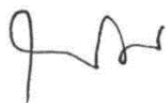
"בשנים האחרונות, במסגרת ענף הניתוח הכלכלי-התנהגותי של המשפט מרבים החוקרים לעסוק בדיני החוזים הצרכניים. אחת הטענות העולות מהמחקר המתפתח הוא שצרכנים נוטים שלא לקרוא טקסטים ארוכים דוגמת חוזים אחידים או הודעות יידוע בדפי חיוב חודשי. אדישות הצרכנים מוסברת על ידי החוקרים בכמה טעמים, ביניהם המאמץ הנדרש בקריאת ההודעות המצריך להתמודד עם טקסט משפטי מורכב ולא ברור; חווית הקריאה של הודעות לקוניות המנוסחות בשפה משפטית מורכבת היא מכבידה ונתפסת כמשעממת; ניתוח טקסט משפטי מחייב כישורים ומומחיות שלצרכנים מעטים יש מיומנות רלוונטית לכך. לצרכן מן השורה קשה לנתח תניות חוזיות ולהסיק מהן את התועלת ואת הסיכונים להם הוא נחשף. אלה הופכים את אדישות הצרכן לרציונלית במונחי הניתוח הכלכלי התנהגותי ומסבירות מדוע הצגה גרפית לא נוחה של טקסט משפטי מורכב אינה נגישה לחלק משמעותי מהצרכנים... תובנה זו הביאה בין השאר להטלת חובת גילוי מוגברת על תאגידים בנקאיים לפרט בפני הלקוחות את מלוא המידע הרלוונטי."

אנו סבורים כי במסגרת פרויקט ההיערכות ליישום עדכון ההוראה, כאשר ממילא הנכם נדרשים לבצע מיפוי ובחינה של כל סוגי ההודעות הנשלחים על ידכם אל לקוחותיכם, גלומה הזדמנות לקדם שיפור נוסף, גם באפקטיביות הגילוי, באמצעות בחינה נוספת, גם של תוכן ההודעות. שיפור הגילוי ללקוחות, באופן שיגביר את ההבנה והאפקטיביות של ההודעות אשר הנכם שולחים ללקוחות, עשוי לשפר את הדיאלוג עם הלקוחות ולהוביל להגברת אמון הציבור במערכת הבנקאית. האמור לעיל רלוונטי לעניין הודעות הנשלחות באמצעות ערוצי בנקאות בתקשורת, כמו גם לעניין הודעות הנשלחות באמצעות הדואר.

תשומת לבכם לכך שניתן לבחון ולשפר את אפקטיביות הגילוי בהודעות בדרכים שונות, כגון באמצעות סקרי לקוחות, בחינת נוסחי ההודעות על ידי מומחים מתחום הכלכלה ההתנהגותית ועוד.

נבקש לקבל את התייחסותכם, כיצד בכוונתכם לפעול לשיפור אפקטיביות הגילוי בהתאם לאמור במכתב זה, לכתובת המייל: ofira.weiss@boi.org.il, וזאת עד לתאריך 1 באוגוסט 2021.

בכבוד רב,



יאיר אבידון

המפקח על הבנקים