



## מדינת ישראל הרשות להגנת הצרכן ולסחר הוגן



### הנחיית ממונה

#### חובת פרסום שם יצרן ודגם מוצר

מבדיקה שנערכה ברשות להגנת הצרכן ולסחר הוגן ובעקבות הצעת חוק של ח"כ אורי מקלב<sup>1</sup> הוברר כי קיימת פרקטיקה, לפיה עוסק המפרסם מוצרים אינו מפרסם את הפרטים המדויקים של המוצר קרי, שם היצרן ושם/מספר הדגם של אותו מוצר.

הנחיה זו מבקשת להבהיר מתי תחול החובה לפרסם שם/מספר דגם ולרבות שם יצרן, **בפרסום** שהינו הצעה למכירה של מוצר שמטרתו לגרום לכך כי הצרכן יבצע עסקה בחנות פיזית או בדרך אחרת לרבות מכר מרחוק.

יובהר כי "פרסום" בהנחיה זו מכוון לפרסום בכל מדיה שהיא כמו כן, יובהר כי ככל שלמוצר יש גם דגמי משנה או תתי דגמים, חובת הפרסום תחול גם לגבי פרטים אלה.

החובה לגלות בפרסום שם/מספר דגם וכן שם יצרן תקום מקום בו פרטים אלה מאפיינים את המוצר באופן שניתן לזהותו במדויק ובהתקיים כל אלה -

1. כאשר פרטי גילוי אלה קיימים. למשל, לא לכל מוצר יש שם דגם/מספר דגם למוצר;
2. כאשר פרטי גילוי אלה מבחינים/מבדילים בין מוצרים. למשל לחולצות טי שירט יש מספר דגמים המבחינים בין חולצה אחת לשניה.
3. כאשר הפרסום הינו הצעה למכירה של מוצר, אולם הוא מכוון לדגם מסוים או לדגמים בודדים, לרבות של יצרן מסוים או מספר יצרנים בודדים.

יודגש כי **כי מקום בו הפרסום מתייחס לדגם מסוים או לדגמים בודדים כאמור**, אפיון המוצר אינו מתמצה רק בתיאורו כגון מכונות כביסה, ארונות הזזה, מיטות ילדים.

לדוגמה, מכונות כביסה מובחנות ביניהן על פי שם יצרן וכן שם/מספר דגם. פרסום כללי של מכונת כביסה במחיר X ללא פרטי יצרן ושם/מספר הדגם של מכונת הכביסה, **בנסיבות בהן המחיר בפרסום מתייחס לדגם**

<sup>1</sup> פ/ 3832 שהונחה על שולחן הכנסת ה - 20 ביום 6/2/17

#### 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](mailto:michaela@fta.gov.il)



## מדינת ישראל הרשות להגנת הצרכן ולסחר הוגן



**מסוים של יצרן מסוים** ולא לדגמים אחרים של אותו יצרן ו/או מכונות כביסה של יצרנים אחרים, גורם לכך כי הצרכן **אינו מקבל מידע מהותי לגבי המוצר שהופיע בפרסומת.**

גילוי פרטי יצרן ושם או מספר דגם בנסיבות האמורות לעיל, עוד בשלב הפרסום ועוד טרם הגעה לבית העסק, מאפשר לצרכן לקבל החלטה מושכלת אם להגיע לבית העסק בעקבות הפרסום, שכן מידע זה מאפשר לו בראש ובראשונה לדעת על איזה מוצר בדיוק מכוון הפרסום וכמו כן מאפשר לו, במקרים המתאימים, לבדוק, למשל במנועי חיפוש מקוונים, את הצעת המחיר שבפרסום ולהשוותה למחירי מוצרים דומים/אחרים.

צרכן שיגיע לחנות על סמך פרסום שאינו מסייג את עצמו כחל על דגם מסוים לרבות על דגמים בודדים, עלול להיות מוטעה בפרט מהותי בעסקה. יתרה מכך, נסיבות אלה עלולות לעלות כדי פרקטיקה של פרסום פיתוי, הגורמות לצרכן להגיע לבית עסק על סמך מחיר אטרקטיבי, אולם בפועל מתגלה רק בבית העסק כי מחיר זה חל על דגם מסוים או על דגמים בודדים בלבד. על אף כי הצרכן עשוי להיות מודע למחירו השונה של המוצר האמור בפרסום לפני עשיית העסקה עצמה, פרקטיקה זו של הטעיה בפרסום/פרסום פיתוי/פיתוי והחלפה, הינה פסולה, שכן צרכן שנמצא כבר במקום עלול לבצע עסקה רק בשל "עלויות שקועות" קרי, העלויות שנגרמו לו בשל ההגעה לבית העסק ולא בשל רצונו החופשי והמודע.

**למען הסר ספק, יובהר כי הנחיה זו אינה חלה על פרסום שמכוון לכל המוצרים בחנות או לכל הדגמים של מוצר מסוים (כגון מיטות נוער).**

עוד חשוב להבהיר כי הנחיה זו אינה חלה על פרסום שמכוון למגוון מוצרים כללי בחנות לרבות, **אם הפרסום הוא למוצר מסוים (כגון מיטות נוער) הכולל מגוון דגמים.** כך למשל, אין מניעה לפרסום מבצע כללי על מגוון מוצרים בחנות אף ללא פירוט המוצרים לרבות פירוט דגמיהם השונים, כמו כן, אין מניעה לפרסום כי ישנו מבצע על מגוון משקפי שמש של מותג מסויים, גם ללא פירוט רשימת הדגמים הכלולים במבצע.

אולם לעניין זה נדגיש, כי ככל שהפרסום מכוון למוצר בעל מגוון דגמים, **אולם הפרסום למעשה מתייחס לדגמים בודדים (עד חמישה), תקום החובה לפרסום את שם/מספר הדגם וכן שם יצרן, כאמור בהנחיה זו.** יודגש כי הרשות תראה בפרסום לפיו הוא חל על מגוון מוצרים או על מגוון דגמים למוצר מסוים, ללא סייגים, כהפרה של הטעיה, מקום בו הוברר כי הפרסום למעשה חל על מוצרים בודדים או דגמים בודדים.

כמו כן, ככל שהפרסום מתייחס למוצרים בודדים הרשות תבחן האם קיימת הפרה של סעיף 15 לחוק באשר לאי החזקה של מלאי סביר, וזאת לאור מהות ההודעה והיקפה ולאור כך שההודעה אינה מסויגת כנדרש.

הנחיה זו, חלה בין אם המוצר מוצע למכירה בפרסום, במסגרת מבצע ובין אם במסגרת מכירה רגילה. לעניין זה, סעיף 2 לחוק הגנת הצרכן, התשמ"א – 1981 (להלן – החוק), אוסר על העוסק לעשות דבר – במעשה או במחדל – העלול להטעות צרכן **בפרט מהותי בעסקה** במקרה דנן, זהות היצרן ומהות הנכס המוצע למכירה

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](mailto:michaela@fta.gov.il)



## מדינת ישראל הרשות להגנת הצרכן ולסחר הוגן



במסגרת הפרסום. יודגש כי סעיף זה חל גם על שלב הפרסום בהתאם לסעיף 2(ג) הקובע באופן מפורש כי "הוראות סעיף זה יחולו גם על פרסומת".

כמו כן, סעיף 15 לחוק קובע כי עוסק שהודיע ברבים או במקום העסק על מכירה מיוחדת, **יבהיר אילו טובין או שירותים כלולים בה ואילו טובין או שירותים אינם כלולים בה**, את מחירם אצלו לפני המכירה המיוחדת ואת שיעור ההנחה או המחיר לאחר ההנחה **וכן תנאי המכירה המיוחדת**. במקרה דנן עוסק נדרש להבהיר שהמבצע חל רק על דגם מסוים, או שאינו חל על דגמים מסוימים ואין די בתיאור כללי של המוצר.

כאמור הנחיה זו חלה בכל מדיות הפרסום. עם זאת, ככל שהפרסום הינו בבאנר במרשתת **והינו כולל קישור ישיר לאתר המכר המקוון ובו תיאור המוצר כאמור בהנחיה זו**, לא תקום החובה לגלות בבאנר כאמור את שם/מספר דגם ולרבות שם יצרן. כמו כן, ככל שהפרסום כולל תמונה ברורה הכוללת את פרטי הגילוי כאמור בהנחיה זו, די בכך. ולבסוף, ככל שהפרסום הוא באתר יצרן וברור עקב כך מי הוא היצרן, אין צורך כמובן לציין שם היצרן.

לפיכך אני מנחה, כי בנסיבות שפורטו לעיל, יש לראות בפרסומים החסרים שם יצרן ושם דגם/מספר דגם, כמעשה שעלול להטעות צרכן בפרט מהותי בעסקה וכן אי גילוי של תנאי מכירה מיוחדת ולפיכך כהפרה של הוראות חוק הגנת הצרכן, התשמ"א - 1981.

בברכה,

מיכאל אטלן, עו"ד

הממונה על הרשות להגנת הצרכן ולסחר הוגן

לשכת הממונה |

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