



מדינת ישראל הרשות להגנת הצרכן ולסחר הוגן



ירושלים, כ"ט סיון, תש"פ
21 יוני, 2020

הנחיית ממונה – טיוטה להערות

הקטנת מוצרים – עדכון הנחיה¹

לפני תריסר שנים, ביום 26/9/06, הוציא הממונה על הגנת הצרכן דאז הנחיה בעניין חובות גילוי ואיסור הטעיה כאשר מוקטנת התכולה באריזה (להלן – הנחיית 2006).

התאוריה הכלכלית התנהגותית ומחקרים שפורסמו מוכיחים כי הצרכן מתקשה להבחין בשינוי בגודל המוצר. על אף שצרכן רציונלי אמור להתייחס באופן זהה להעלאת מחיר ולהקטנת מוצר באותו שיעור, המחקרים מוכיחים כי הצרכנים לוקים בכשל רציונלי- התנהגותי, ומתקשים יותר לשים לב להקטנת הכמות ולעבד את משמעותה.

על פי הכלכלה ההתנהגותית, בשל הקושי של הצרכן להשוות בין מאפיינים רבים של מוצרים, הוא בוחר להתמקד במאפיין אחד, שהוא הבולט והעיקרי באותן נסיבות. המאפיין הנבחר הוא בדרך כלל המחיר. המאפיין העיקרי (המחיר) יקבל פרופורציה לא סבירה ביחס למאפיינים האחרים בעת קבלת ההחלטה על רכישה. כך לדוגמא, צרכן ימנע מרכישה, או יגיב תגובה חזקה, כשיתקל בעליה מפתיעה במחיר מוצר, לעומת תגובה מתונה יותר, אם בכלל, לשינוי בגודל או בהרכב המוצר.

לעומת המחיר, הצרכן אינו רגיל להסתכל על המשקל, שכן זהו מבחינתו משתנה קבוע: קבוע ביחס לאריזות אחרות (של אותו יצרן בגדלים שונים או של המתחרים) וקבוע ביחס לאותו המוצר (בעבר). לפיכך, הצרכן אינו בודק את משקל המוצר באופן קבוע, ומתמקד כאמור במאפיין העיקרי, אשר עלול להשתנות - המחיר.

מספר מחקרים נערכו בארץ ובעולם לבדיקת תשומת הלב של הצרכנים למשקל המוצר. מהמחקרים עולה באופן חד משמעי כי הצרכן אינו מודע למשקל המוצר בכלל, ולשינוי במשקל בפרט. כמו כן עולה כי רגישות הצרכן לעליית מחיר יורדת בעת העלאת מחיר דרך הקטנת המוצר, לעומת שינוי מחיר רגיל.

התפיסה העומדת בלב דיני הגנת הצרכן, היא הצורך לגשר על פערי המידע המובנים בין העוסק לצרכן. זאת מאחר שלעוסק יש יתרון במידע שברשותו, באופן עיצוב והצגת המידע ובתשומות הזמן שביכולתו להשקיע בכל אלה.

לפיכך, כבר ב-2006 עלה הצורך לקבוע חובות גילוי מיוחדות שיאפשרו לצרכן לקחת בחשבון את כל מאפייני המוצר (כמות ומחיר).

יודגש כי, האחריות לגילוי נאות לצרכן בדבר הקטנת תכולתו של מוצר מוטלת ככלל על היצרן או היבואן, אף אם היצרן או היבואן אינם מוכרים את המוצר ישירות לצרכן. לפיכך, אין די ביידוע הקמעונאי כי המוצר הוקטן, אלא יש גלגות זאת ישירות לצרכן על ידי גילוי ההקטנה על גבי האריזה או על גבי מדבקה שתודבק על גבי האריזה (אין די במסירת שלט לקמעונאי).

כאמור, אי גילוי נאות כאמור מהווה הפרה של הטעיה לפי סעיף 2 לחוק הגנת הצרכן, התשמ"א – 1981 וניתן בגינו להטיל עיצום כספי. כמו כן, אי גילוי נאות מהווה עבירה פלילית וניתן לנקוט בהליך פלילי של הגשת כתב אישום. יובהר כי בגין עילה זו הוגשו בעבר כתבי אישום וכמו כן, הרשות הטילה עיצומים כספיים.

יובהר כי הרשות תייחס אחריות לקמעונאי מכוח סעיף 2(ב) לחוק (מכירת מוצר שיש בו הטעיה) רק במקרים המתאימים, כאשר מהנסיבות עולה כי הקמעונאי יכול היה למנוע את ביצוע ההפרה כלפי הצרכן, ובכל מקרה לא תייחס הרשות אחריות לקמעונאי לגבי משך תקופת הגילוי כאמור בסעיף 3 להנחיה.

בכל אופן, מטרתה של הנחיה זו היא לעדכן את הנחיית 2006 ולבוא במקומה. יובהר כי אין בהנחיה זו לשנות מהותית מהעיקרון שנקבע בהנחית 2006, ככל שלא נקבע אחרת בהנחיה זו.

¹ ההנחיה המעדכנת את ההנחיה משנת 2006 פורסמה באתר הרשות ביום 22/5/19. ביום 11/7/19 פורסם תיקון להנחיה זו. הנחיה זו מעדכנת את ההנחיה מיום 11/7/19 ומבקשת להבהיר בה את הפסקה המודגשת להלן.

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'רני 1 רח' בנק ישראל 5 ירושלים, 9195021



מדינת ישראל הרשות להגנת הצרכן ולסחר הוגן



כמו כן מובהר כי הנחיה זו אינה עוסקת בחובת גילוי של שינויים הנעשים במוצר ושאינם משפיעים על כמות המוצר. כמו כן הנחיה זו אינה קובעת הוראות הנוגעות למוצרים חדשים לחלוטין, הגם כי גם מוצרים חדשים כפופים להוראות החוק ובפרט ההוראה האוסרת על הטעת הצרכן.

עדכון להנחיה זו מבקש להדגיש את האמור להלן -

חשוב להדגיש כי מוצר שהינו גרסה נוספת (וריאנט) של מותג מסוים בקטגוריה מסוימת, אינו נחשב מוצר חדש או אחר, אלא נחשב כחלק מסדרת מוצרים קיימים תחת אותו מותג ואותה קטגוריה. למשל, כאשר למותג מסוים מקטגוריה מסוימת (למשל מיץ) יש מספר מוצרים בעלי טעמים שונים, הם נחשבים כחלק מסדרת המוצרים של אותו מותג ועל כן אם ישנה הפחתה בכמות הוריאנט, תיבחן ההפחתה על פי הנחיה זו וביחס למוצרי המותג מאותה קטגוריה.

בהנחיה זו "קטגוריה" לרבות מיצים, חטיפי שוקולד, דגני בוקר, מעדנים, עוגות, גלידות וכיוצ"ב.

ככל שמדובר באותו מותג ואותה קטגוריה השאלה האם מדובר בווריאנט נבחנת לאור הנראות של המוצר ולאור כך שמדובר במוצרים אשר חזותית הינם דומים. מוצר יחשב מוצר חדש/אחר רק אם אריזתו תשונה מהותית באמצעות שינוי שם המוצר/המותג, שינוי לוגו. יודגש כי שינוי צבע האריזה ו/או הוספה של פריטים/איורים מסוימים כשלעצמם אינם הופכים את המוצר למוצר חדש/אחר ובנסיבות בהן לצרכן סביר קשה להבחין שמדובר במוצר אחר לגמרי.

לגבי שינוי הגודל, ככל שכמות המוצר הוקטנה משמעותית וגודל האריזה קטן באופן משמעותי ונראה לעין הרי שעל אף שלא מדובר במוצר חדש/אחר, הרי שבנסיבות אלה, אף אם לא שונה שם המוצר או הלוגו לא תקום החובה לכתוב על גבי האריזה את דבר ההפחתה, לפי הנחיה זו.

עוד יובהר כי כאשר השימוש במוצר הוא לפי יחידות מוצר (למשל טבליות) ובוצעה הפחתה ברכיבי המוצר באופן שגורם אמנם להפחתת המשקל באריזה, אולם לא גורם להפחתה במספר יחידות המוצר וכמו כן, אין שינוי באפקטיביות המוצר, הרי שלא תהיה חובה לעמוד בהנחיה זו.

הנחיה זו תחולק לארבעה חלקים – 1. תוכן הגילוי הנאות; 2. אופן הגילוי; 3. משך תקופת הגילוי; 4. תחילה ותחולה.

1. תוכן הגילוי בדבר הקטנת מוצר

ההוראות בעניין תוכן הגילוי אינן שונות מכפי שנקבע בהנחיית 2006.

כאשר מוקטנת תכולת המוצר באריזה והאריזה לא משתנה מהותית באופן שהצרכן יכול להבחין בקלות כי מדובר במוצר אחר/שונה (ראו האמור לעיל בפסקה המודגשת), יש לתת גילוי נאות באשר להקטנת התכולה, על גבי האריזה. לעניין זה יובהר כי שינוי גודל האריזה בלבד אינו מהווה שינוי מהותי, כיוון שהצרכן הסביר מתקשה להבחין בשינוי גודל האריזה (אלא אם כן, השינוי בגודל מאוד בולט לעין, מה שלא קורה בדרך כלל בחיי המעשה). השאלות מהו שינוי מהותי באריזה או מהו שיעור ההפחתה המקסימלי שיחייב בגילוי, תיבחנה לגופן לפי נסיבות העניין, ניתוח השוק ובין היתר לפי מבחן האדם הסביר – האם האדם הסביר יכול להבחין בשינוי האריזה בקלות = שינוי מהותי באריזה.

יודגש כי אין להסתפק בגילוי הכמות החדשה (מכוח חובת סימון על פי דין) על גבי האריזה, אלא יש לגלות על גבי האריזה, בכמה הוקטנה התכולה וזאת לפי אחת האפשרויות שלהלן -

(א) גילוי כמות או אחוז ההפחתה ("מכיל X% פחות" או "מכיל X גרם/ליטר פחות") וכדומה;

(ב) גילוי הכמות המוקטנת לצד הכמות הקודמת (מוצר הייחוס) ("מכיל X יחידות לעומת/במקום Y" או

"מכיל X גרם לעומת/במקום Y גרם") וכדומה.

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



ככל שהמוצר המוקטן החליף מוצר, מוצר הייחוס הוא המוצר שיצא מהשוק או עומד לצאת מהשוק. ככל שהמוצר המוקטן נוסף לסדרת מוצרים המשווקים בכמויות גדולות יותר, מוצר הייחוס הוא המוצר בעל הכמות הקרובה מעל ששווקה במהלך תקופה של לפחות חצי שנה (תקופת הגילוי של המוצר המוקטן כמפורט בסעיף 3 להנחיה זו).

לדוגמה סדרה של מוצרים בגדלים 50, 100, 200 וכעת מבקשים להוסיף משקל נוסף של 70, אשר ייחשב כהפחתה לעומת מוצר בגודל 100 ובלבד שהכמות הזו שווקה במהלך תקופה של לפחות חצי שנה.

עוד יובהר כי במסגרת הליך משפטי של ערעור על הטלת עיצום כספי על ידי הרשות [עש"א 37481-12-15 אסם השקעות בע"מ נ' ממונה העיצומים הכספיים ברשות להגנת הצרכן (פורסם בנבו)] עמדנו על כך, כי הנחיית 2006 אינה מבחינה בין מוצר מוקטן המחליף מוצר קודם, לבין מוצר מוקטן שנוסף לסדרת מוצרים בעלי כמויות שונות. עמדה זו התקבלה בבית המשפט.

"יוטעם, כי אין בסעיף 2 לחוק ובדומה לכך בהנחיה, אבחנה בין מוצר חדש תחליפי למוצר קודם ובין מוצר נוסף לקודם. לפיכך, ההוראות בנדון, מחייבות גם היכן שעסקינן במוצר נוסף ובעת שמוצר קודם, דומה לו, גם הוא מיוצר ומשווק עדיין" (שם בעמוד 9).

על כן, אני מבקש בהנחיה זו להבהיר באופן רוחבי כי הנחיה זו, כמו הנחית 2006, חלה על שני המצבים כפי שתוארו לעיל ואין בהנחיה הנוכחית כדי לשנות מכך, אלא כאמור רק להבהיר.

עוד הודגש במסגרת ההליך המשפטי לעיל, כי הכיתוב "משקל חדש" בלבד אינו מהווה גילוי נאות כאשר המוצר הוקטן -

"אין בידי הצרכן לידע אם הכיתוב "משקל חדש" בא ללמד על היותו גדול או קטן ממשקלו של המוצר הקודם. הפוטנציאל לטעויות מגוון וצרכן, עלול לטעות בטעות כזו או אחרת בשל חסר בנתון מהותי לצורך הקנייה. כגון: צרכן עשוי לרכוש מוצר חדש בידיעתו כי מחירו נמוך מהמחיר אותו הוא נהג לשלם עבור המוצר הקודם מבלי שיהא בידו לבחון את כדאיות הקנייה, אם מחירו נמוך באופן מוחלט או באופן יחסי בהשוואה למוצר הקודם. נכון הדבר בפרט לאור הדמיון בגודל האריזות של שני המוצרים." (שם בעמוד 8).

כאמור מטרתה של הנחיה זו להבהיר מהן הדרישות לגילוי נאות מקום בו כמות מוצר משתנה. האמור בפסק הדין לעיל מבהיר כי אין להשתמש במונחים שאינם ממין העניין כגון "חדש". המונח "חדש" לא רק שאין בו כדי לגלות את דבר השינוי/ההפחתה, אלא עלול אף להטעות את הצרכן כאילו מדובר במוצר חדש בשוק.

2. אופן הגילוי בדבר הקטנת המוצר

הגילוי על גבי המוצר חייב להיות ברור ומובלט באופן שהצרכן יוכל לראותו בנקל. צרכן שאינו מודע לעצם ההקטנה במוצר אינו יודע כי הוא צריך לחפש מידע זה בכל צדדיה של האריזה ועל כן קיימת חשיבות כי ההבלטה תהיה מיוחדת והיא תופיע בחזית האריזה, זו שנהוג להציבה במדף לכיוון עיני הצרכן.

צרכנים אשר רגילים למוצר מסוים לרוב אינם טורחים לבדוק את המוצר מכל צדדיו והם נוטלים אותו מן המדף באופן מכני.

בהנחיית 2006 נאמר כי הגילוי הנאות בדבר ההקטנה צריך להיות בגודל אותיות דומה לאותיות שם המוצר, ובכך שמה את הדגש בעיקר על גודל האותיות כאמצעי גילוי שחייב להיות מובלט.

ההנחיה הנוכחית מבקשת לשים דגש על מיקום הגילוי במקום על גודל האותיות.

על כן, אני מנחה את הרשות לראות גילוי דבר ההקטנה של מוצר כגילוי נאות, כאשר הגילוי מופיע באופן ברור ומובלט בחזית האריזה, בצדו העליון של המוצר או על גבי תווית צמודה למוצר – אך לא בצדו האחורי

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



של המוצר מתחתיו ובצדדיו. למען הסר ספק, דרישת גודל האותיות, ככל שיש גילוי נאות כאמור, מתייתרת.

3. משך תקופת הגילוי של המוצר המוקטן

בנוסף, נשאלנו לא אחת מה אורך התקופה בה חייב יצרן או יבואן לשווק את המוצר המוקטן עם הגילוי כאמור בהנחיה. לאור הערות שהתקבלו, נראה שתקופת הגילוי של **חצי שנה**. הינה תקופה סבירה וממוצעת ביחס למגוון מוצרים ותדירות רכישתם, באופן אשר עשוי לאפשר לצרכן הסביר להפנים את השינוי בכמות המוצר שהוא רגיל לרכוש.

לאור כך אני מנחה כי משך הזמן בו יש לגלות את דבר ההקטנה יהיה לפחות חצי שנה ממועד שיווק המוצר המוקטן.

האמור חל גם לגבי יצרן או יבואן המשווק את המוצר המוקטן לקמעונאי מסוים. יודגש, כי אם בשלב מסוים מתחיל יצרן או יבואן לשווק את המוצר לקמעונאים נוספים, תחול חובת הגילוי במשך תקופה של חצי שנה החל מתחילת השיווק לכלל הקמעונאים.

4. תחילה ותחולה

הנחיה זו קובעת הוראות חדשות בעניינים הבאים –

(א) גילוי בחזית האריזה (סעיף 2 להנחיה);

(ב) משך תקופת הגילוי (סעיף 3 להנחיה).

יתר ההוראות בהנחיה זו אינן חדשות (לרבות החובה כי הגילוי על גבי האריזה יהיה בהבלטה) והן הופיעו בהנחיית 2006 לרבות בדרך של פרשנות ועל כן אין עניין לקביעת מועד תחילה או תחולה.

לגבי ההוראות החדשות, תחילתן שלושה חודשים ממועד פרסום הנחיה זו.

לגבי התחולה -

לגבי משך התקופה – החל ממועד כניסתה לתוקף של ההנחיה, היא תחול על כל מוצר מוקטן שטרם שווק. כלומר תקופה גילוי של חצי שנה תחול מכניסתה לתוקף של ההנחיה רק על מוצר מוקטן שטרם הוחל בשווקו. ככל שלא היה גילוי נאות כלל ייאכף הדבר כהפרה של סעיף 2 לחוק הגנת הצרכן.

לגבי גילוי בחזית האריזה – הנחיה זו תחול אך ורק לגבי פס יצור חדש של מוצר מוקטן, שייצורו ושיווקו החלו ממועד כניסתה לתוקף של הנחיה זו ואילך. למען הסר ספק, הנחיה זו לא תחול על מוצר מוקטן שטרם שווק, אולם פס הייצור שלו החל טרם כניסתה לתוקף של הנחיה זו.

כמו כן, ברי כי הנחיה זו לא תחול על מוצרים מוקטנים ששווקו לקמעונאים (אף אם הללו טרם הוצעו למכירה לצרכן), עד מועד כניסתה לתוקף של הנחיה זו (אין תחולה רטרואקטיבית).

תמצית ההנחיה: מקום בו הוקטן המוצר –

- יש חובת גילוי נאות על גבי האריזה של אחוז/כמות ההפחתה או גילוי הכמות המוקטנת לעומת/במקום הכמות של מוצר הייחוס.
- אין להשתמש בביטויים שאינם ממין העניין בהקשר של הקטנת מוצר, כגון "משקל חדש".
- הגילוי יהיה בחזית האריזה או בחלקה העליון, או על תווית צמודה למוצר, ובכל מקרה באופן שהצרכן יוכל לראותו בנקל.

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



4. על מנת לאפשר לצרכנים להתרגל לכמות המופחתת (בין אם מחליפה מוצר ובין אם נוספה לסדרת מוצרים), הגילוי הנאות על גבי האריזה יופיע במשך תקופה שלא תפחת מחצי שנה.

תחילה ותחולה של העדכון להנחיה –

כניסתו לתוקף של העדכון להנחיה זו הינה שלושה חודשים מיום פרסום העדכון והוא יחול ויאכף לגבי כל מוצר שיוצר לאחר כניסתו לתוקף וכן לגבי כל מוצר שטרם שווק לקמעונאי.

מיכאל אטלן, עו"ד

הממונה על הרשות להגנת הצרכן ולסחר הוגן

פתי פתח

לשכת הממונה |

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