

הנחיה על פרסום והצגת מבצעים

בעקבות פניה של איגוד לשכות המסחר ומספר רשתות המפרסמות בתקשורת הארצית, בכוונתי להבהיר ולחדד את הוראות חוק הגנת הצרכן בנוגע לפרסום והצגת מבצעים בהתאם לפרשנות שניתנת על ידי.

1. ההגדרה בחוק הגנת הצרכן התשמ"א 1981, של "מכירה מיוחדת" היא הגדרה רחבה הכוללת את המבצעים השונים בהם מוצעים למכירה מוצרים או שירותים במחירים מוזלים יותר ממחירם הקודם:

סעיף 8

"מכירה מיוחדת" - מכירת סוף עונה, מכירת חיסול מלא או חלקי, מכירה לרגל אירוע כלשהו, מכירה שבה מוצעת לצרכן הטבה נוסף על הטובין או על השירותים שבעבורם שילם, או כל מכירה אחרת שבה מוצעים הטובין או השירותים של העסק, כולם או חלקם, במחירים מוזלים לתקופה מסוימת, שלא בדרך מתן הנחה לצרכן פלוני;

2. בסעיף 15 בחוק קבועים הפרטים אותם יש לציין בפרסום המבצע:

סעיף 15 (א)

(א) עוסק שהודיע ברבים או במקום העסק על מכירה מיוחדת, יבהיר אילו טובין או שירותים כלולים בה ואילו טובין או שירותים אינם כלולים בה, את מחירים אצלו לפני המכירה ואת שיעור ההנחה או המחיר לאחר ההנחה, וכן תנאי המכירה המיוחדת.

3. עלתה השאלה כיצד יש לפרסם, במבצע ארצי של רשת, את מחיר המוצרים לפני המבצע כאשר המחיר המוזל זהה בכל הסניפים, אולם מחירם הקודם של אותם מוצרים שונה בסניפי הרשת השונים?

כאשר מדובר בפרסום רשתי של מבצע והמחיר הקודם של המוצר שונה מסניף לסניף, אכן לא ניתן לרשום מחיר קודם הנכון לכולם.

לכן בפרסום ארצי, בו המחיר הקודם שונה מסניף לסניף, יוצג בפרסום מחיר המבצע בלבד בנוסף תופיע במודעת הפרסום הארצית, באופן בולט, הערה שתציין כי המחיר הקודם של המוצרים שבמבצע, שונה מסניף לסניף ולכן המחיר הקודם הנכון לכל סניף מוצג בסניף עצמו כנדרש בחוק. (בקרוב יובאו לאישור הכנסת תקנות שיקבעו את גודל האותיות של מידע צרכני בפרסומות).

בכל סניף וסניף יוצג המחיר הקודם, הנכון לאותו סניף, על המוצר שבמבצע או בשלט הסמוך לו (במבצעים לתקופה שאינה עולה על 35 ימים), יחד עם מחיר המבצע כנדרש בחוק.

4. בפרסום הכולל את שיעור ההנחה על מגוון גדול של מוצרים שבמבצע כאשר לא ניתן לציין את מחירם הקודם של כל המוצרים בפרסום, יש להוסיף, באופן בולט, הערה שתציין כי המחיר הקודם של המוצרים שבמבצע, יחד עם מחיר המבצע, מוצג בסניף עצמו, כנדרש בחוק. בכל סניף וסניף יוצג המחיר הקודם, הנכון לאותו סניף, על המוצר שבמבצע או בשלט הסמוך לו (במבצעים לתקופה שאינה עולה על 35 ימים), יחד עם שיעור ההנחה ומחירו הכולל של המוצר כנדרש בחוק.

5. יודגש כי מחיר המוצר, לפני המבצע, אותו יש לפרסם, הוא המחיר האחרון בו נמכר המוצר.

לדוגמא אם מחירו של מוצר היה 100 ₪ ובמסגרת מבצע לתקופה מסויימת נמכר ב- 50 ₪ ולאחר מכן עלה מחירו ל- 70 ₪, מחיר זה אינו מבצע, אין להציגו כמבצע, הואיל ו"מבצע" זה מייצג עליה במחיר ביחס למחיר הקודם - 50 ₪ - ולא הוזלה, ולכן הצגתו כמבצע מהווה הטעיה של הצרכן.

6. חריג לחובה הקבועה בחוק לציין את מחירו הקודם של מוצר שבמבצע יחול רק על מוצרים המוצעים לראשונה למכירה בסניף, בחנות או בעסק - ב"מחיר הכרות", ולתקופה שאינה עולה על 35 ימים. מעבר לתקופה זו, אם לא השתנה המחיר, יש להסיר את שלטי "מבצע" או "מחיר הכרות" כי מדובר כבר במחירו הרגיל של של המוצר.

7. אין לציין או להתייחס ל"מחיר מחירון", "מחיר מומלץ", "מחיר היבואן" וכיוצא"ב, כמחיר הקודם, ממנו נקבעת ההנחה או הוזלה לצורך מבצע, אם אין זה המחיר האחרון בו הוצע המוצר לצרכן.

8. תקנה 6 לתקנות הגנת הצרכן (מכירות באשראי מכירות מיוחדות) התשמ"ג 1983 מחייבת ציון התקופה בה היה המחיר הקודם בתוקף, במקרים בהם תקופה זו קטנה מ- 21 יום.

6. עוסק אשר הודיע ברבים או במקום העסק על מכירה מיוחדת של טובין חייב -

(1) לציין בהודעתו את מחיר הטובין ומחירם בעסקו לפני המכירה המיוחדת; לא היה מחיר הטובין שלפני המכירה המיוחדת בתוקף 21 ימים רצופים לפחות לפני התחלת המכירה המיוחדת, יציין העוסק בהודעתו את התקופה שבה היה המחיר בתוקף;

הרעיון העומד מאחורי תקנה זו הוא מתן כלי לצרכן לבחינת אמיתותו של המבצע.
"הוזלה גדולה" ממחיר קודם גבוה של מוצר שהיה בתוקף יום אחד בלבד, אינה
"הוזלה גדולה", אלא גניבת דעתו של הצרכן.

9. במבצעים מסוג "1+1" יש לציין את מחירו הקודם של מוצר אחד ולעמוד בהוראה
המחייבת ציון התקופה בה היה המחיר הקודם בתוקף.

בכבוד רב
יצחק קמחי עו"ד
הממונה על הגנת הצרכן