



מדינת ישראל  
הרשות להגנת הצרכן ולסחר הוגן

כ"ט אייר תשע"ה  
18 מאי 2015  
מספרנו : 2015-0043-96

אל: מנכ"לי הקימעונאים הגדולים

הנחיה בעניין תקנות קידום התחרות בענף המזון (שקיפות מחירים), התשע"ה – 2014 – תיקון

הנחיה זו באה לתקן את האמור בסעיף 7 להנחיה מיום 22/3/15 באשר לפרשנות תקנה 2(5) לתקנות קידום התחרות בענף המזון (שקיפות מחירים), התשע"ה – 2014 (להלן – התקנות).

תקנה 2 קובעת כי "סמוך לזמן הפרסום" הוא לא יאוחר משבוע שקדם לפרסום ולא יאוחר משבוע מזמן הפרסום.

בהנחיה מיום 22/3/15 נאמר כי "יש לפרסם את רשימת המצרכים הנמכרים בחנות ושהיו בפועל במלאי החנות לפחות שבוע לפני מועד הפרסום ואין להתייחס לשבוע שלאחר הפרסום". האמור בהנחיה נבע מהרציונל לפיו ניתן לקמעונאי שבוע כדי לעדכן את המלאים (שבמהלך שבוע זה מותר שהמוצר לא יהיה במלאי) וככל שהמוצר אינו קיים במלאי יותר משבוע שקדם ליום פרסום, עליו להסיר את הפרסום לגבי המוצר. אם המוצר אינו קיים במלאי יותר משבוע שקדם ליום הפרסום, אזי בדיקה נוספת האם המוצר נמצא במלאי בשבוע לאחר הפרסום ומתן "גרייס" נוסף של שבוע לאחר הפרסום אינו מתיישב לכאורה עם רציונל התקנה וחוק קידום התחרות בענף המזון, תשע"ד – 2014 (להלן – החוק).

יחד עם זאת, כיוון שעל פי לשון התקנות כל מוצר המפורסם באינטרנט צריך להימצא במלאי לא יאוחר משבוע לפני הפרסום ולא יאוחר משבוע אחרי הפרסום, עולה כי אם המוצר לא היה במלאי יותר משבוע לפני הפרסום, אולם היה במלאי עד תום שבוע שאחרי הפרסום, לא קיימת הפרה על החוק.

כמובן, שאם המוצר אינו במלאי יותר משבוע לפני הפרסום ויותר משבוע אחרי הפרסום, קיימת הפרה.

בכבוד רב

*Handwritten signature*

תמר פינקוס, עו"ד  
הממונה על הרשות להגנת  
הצרכן ולסחר הוגן

העתק – חנה וינשטוק טירי, היועצת המשפטית  
אניטה יצחק, ראש אגף חקירות  
ענת בן עזרה דוקן, סמנכ"ל בכיר, אסדרה מנהל וארגון