

**אוריאל לין, נשיא**

3 בספטמבר 2017  
סימוכין: 1014100

**דחוף**  
**לתשומת לב אישית**

לכבוד  
חה"כ משה כחלון  
שר האוצר  
משרד האוצר  
ירושלים

נכבדי,

**הנדון: האיום בהרס המגזר הקמעונאי בישראל**

1. המגזר הקמעונאי בישראל, על ענפיו השונים הוא אחת מתשתיות העסקים החשובות במדינה. זהו מגזר, המצוי בקשר ישיר עם הצרכנים ועונה, באופן ישיר, על מכלול הצריכה בישראל המורכב ממאות אלפי מוצרים.

הפריסה הפיזית של המגזר הקמעונאי היא גם בחנויות רחוב בכל רחבי המדינה וגם בריכוז גדול בקניונים ומתחמי הקניות.

מגזר זה הוא בית היוצר של חלק גדול מהמגזר העסקי ומקומות העבודה בישראל. הוא מקיף לא פחות מ-54 אלף עסקים ומעסיק במשרות שכיר 267 אלף עובדות ועובדים.

בפריפריה העסקים במגזר הקמעונאי מהווים עוגן של תעסוקה. הם מעסיקים עשרות אלפי עובדים, המבקשים להתפרנס בכבוד ואשר להם תלות כמעט מוחלטת במקום עבודתם.

מעבר להיקפו הגדול ולמספר העובדים בו, למגזר הקמעונאי יחסי גומלין קרובים עם הרבה עסקים אחרים בישראל, הקשורים בו בקשר ישיר כגון התעשייה המקומית, שמוצריה משווקים לשוק המקומי באמצעות הרשתות הקמעונאיות, כל הגידולים החקלאיים, וכן מוצרים המיובאים מחו"ל.

דומני שאין צורך להכביר במילים באשר לחשיבותו ומרכזיותו של מגזר זה.

אפשר להגדיר את המגזר הקמעונאי כצומת המחבר את שלוחות המגזר העסקי כולו.

2. במשך שנים, מתמודד המגזר הקמעונאי בישראל עם נטל הוצאות וניהול העולים וגדלים: תעריפי חשמל גבוהים, מס ארנונה העולה תמידית מדי שנה, עלויות עבודה, הוצאות גדולות בסימון מחירי המוצרים בשיטה הפרימיטיבית של הדבקת תוויות; ובנוסף לכל זאת, עול ועומס כבדים בתוקף חוקים ותקנות שהועברו מתחילת המאה הנוכחית במסגרת חוקי הגנת הצרכן.

**על מנת שהתמונה תהיה ברורה, אני מצרף למכתב זה נספח א', המפרט את כל החוקים והתקנות המטילים מאסה של דרישות מהמגזר הקמעונאי, אותם הוא צריך לבצע מדי יום. כבר עכשיו העומס המצטבר כמעט בלתי ניתן לביצוע ומאיים על מגזר חיוני זה בתביעות פליליות ועיצומים כספיים.**

3. ובשנים האחרונות תחרות עולמית חופשית וחדירה מסיבית של היבוא האישי האינטרנטי, החופשי ממסי יבוא, מציבים בפני מגזר זה אתגרים חסרי תקדים המחייבים היערכות מחודשת.

4. נוכח חשיבותו הבלתי מעורערת של מגזר הקמעונאות, היינו רשאים לצפות שמדיניות הממשלה תפנים חשיבות מגזר זה והבעיות עמן הוא מתמודד, וכי ראייה פשוטה זו תתורגם לתמיכת אמת במגזר וחיזוקו.

אולם, בשנים האחרונות, ובעיקר בתקופה האחרונה, קרה בדיוק ההיפך: עיצוב מדיניות ממשלה היוצרת מגמות החותרות תחת עצם קיומו של המגזר הקמעונאי ויוצרות סכנה ממשית להרס חלקים גדולים ממנו, איבוד מקומות עבודה ונסיגה בצמיחה. תשתית המשק כולה תינזק קשות אם לא תתבצע חשיבה ומדיניות מחודשת בראייה כוללת.

5. השאיפה להוריד את מחירי המוצרים בישראל ולהקל על הציבור מובנת לחלוטין, והארגון אותו אני מייצג תומך בכך; אולם מתוך שאיפה להורדת מחירים וחיפוש דרכים קלות להשיג זאת – מתגבשת מדיניות צרה הנעדרת ראיית הרוחב של תוצאות הצעדים שננקטים.

יוזמים מהלך רגולטורי נוסף העומד בפני עצמו, מבלי לראות את התמונה הרחבה. אין רואים את היער כולו ואת מסת ההכבדות שכבר הוטלו במלוא משקלן, בבחינת הקש שישבור את גב הגמל.

מונהגת מדיניות, המהווה ביטוי של דורסנות כלפי מגזר זה, בשלושה תחומים עיקריים:

א. יצירת תחרות בלתי הוגנת בתחום מיסוי מוצרים, המחלישה את המגזר הקמעונאי במכוון מול הייבוא האינטרנטי ממקורות חוץ, באמצעות פטור ממסי יבוא בייבוא אישי מול חובת תשלום מלוא מסי הייבוא על מכירות מקומיות כאן, לרבות מע"מ.

ב. נטל גואה ובלתי פוסק של חוקי הגנת צרכן, המתבטאים בעוד דרישות ובעוד עומס ניהולי ותפקודי.  
מצ"ב נספח ב', המתאר את כל הצעות החוק והתקנות שבדרך. יחד עם נספח א' תיוצר תמונה שלמה.

באתריות רבה אני מצהיר כי אם ייאלץ המגזר הקמעונאי לבצע את כל הצעות החוק ותקנות אלה, בנוסף על העול שכבר הוטל עליו בעבר, יהיה בלתי אפשרי לנהל עסק קמעונאי לגיטימי בישראל, העומד בדרישות החוק.

ג. גידול בלתי פוסק בעלויות המושתות על ידי המונופולים המוחלטים בבעלות המדינה, דוגמת תעריפי החשמל ומס הארנונה.

התחושה היא כי הכל בסדר. מעמיסים עוד ועוד על גב מגזר זה. האבטלה נמוכה ויש חברות מרוויחות, אבל בניהול נכון של כלכלה יש לזהות תהליכים המובילים למשבר קודם התרחשות המשבר.

### ולשלושת תחומים אלה בהרחבה:

#### א. התחרות מול יבוא אישי של מוצרים חופשיים ממסי יבוא

נכון להיום, ברכישה מאתרי סחר בינ"ל, ייבוא אישי נהנה מפטור מכל מיסוי עד לגובה של 75 דולר ארה"ב, כולל פטור ממע"מ של 17%. מ-75 דולר ארה"ב ועד 500 דולר ארה"ב משלמים במסגרת ייבוא אישי מע"מ, אבל לא מכס או מס קנייה.

אם המדינה מוכנה לוותר על מסי היבוא על מנת להוזיל מוצרים, הפטור חייב להיות אחיד לכולם ולא באופן סלקטיבי, הפועל נגד הצרכן הישראלי ונגד המסחר הקמעונאי בישראל.

הצרכן הישראלי הלכה למעשה נענש בגין הבחירה לרכוש מוצרים בשטחי מדינת ישראל. הבחירה ברכישת מוצר בארץ עולה לו יותר כסף. זהו אבסורד.

אנחנו בעד תחרות, אבל תחרות הוגנת. ישראל העניקה מתנה של 17% לפחות לאתרי הסחר הבינלאומיים בדמות פטור ממע"מ במגוון מוצרים רחב ברכישות של עד 75 דולר. וכשיש מסי יבוא נוספים, מארצות שאין לנו עימן הסכמי סחר חופשי, דוגמת סין, ניתן גם פטור ממסים אלה ברכישות של עד 500 דולר.

**המדינה פוגעת פעמיים בתחרות ומחלישה במכוון את אחד ממגזרי המשק החשובים ביותר שהוא המגזר הקמעונאי בישראל. בעוד התקורות של המגזר הקמעונאי עולות, מוענקות למתחרים הבינלאומיים הטבות בלעדיות.**

יתר על כן, בעוד שבכל הנוגע לייבוא המסחרי קבעה המדינה, ובצדק, שורה של דרישות הקשורות לנושא **חוקיות הייבוא**, בשל שיקולי בריאות ובטיחות הציבור, בייבוא האישי, קיימת, במקרה הטוב, תת אכיפה של חוקיות הייבוא.

וכמובן שאותה תת אכיפה מעמיקה את אי השוויון בין המסחר באתרים בינלאומיים לבין רכישות בארץ.

תמיד תמכנו כקו מדיניות בהפחתת מסי הייבוא, אולם כאשר המיסוי על יבוא מוצרים מופחת, יש להפחיתו לכולם; ולא בדרך המחלישה מגזר הבונה עסקים ומייצר מאות אלפי מקומות עבודה.

חובה להפסיק את האפליה הפסולה במיסוי. כל פטור שניתן במסגרת הייבוא האישי חייב להינתן בצורה שוויונית גם למכירות במגזר הקמעונאי.

## **ב. מתקפת הרגולציה הלא-פוסקת**

המגזר הקמעונאי בישראל נמצא תחת מתקפה דורסנית בלתי פוסקת של **רגולציה וחקיקה**.

דו"ח של ה-OECD מינואר 2016 שבחן את המצב בישראל, קבע כי **מדינת ישראל היא מדינה שקשה לעשות בה עסקים**.

רגולציה אכן חייבת להיות. אולם המפתח הוא הכמות והאיזונים ובעניין הזה מדינת ישראל נסחפה ושברה את האיזונים הנכונים בהכבדות בלתי פוסקות על גב המגזר הקמעונאי.

צירפתי למכתב זה שני נספחים: האחד, מתאר את חקיקת הגנת הצרכן מתחילת המאה; והשנייה, ההצעות שבדרך, אם כחוק ואם כתקנות. די לעיין בנספחים אלה כדי להבין עד כמה אנו שוברים את גב הגמל.

חוק הגנת הצרכן נחקק בשנת 1981. עד היום בוצעו בו 53 תיקוני חקיקה. מתחילת שנת 2000 ועד היום נערכו בחוק לא פחות מ-41 תיקוני חקיקה ובנוסף הותקנו כ-17 תקנות!

אולם מסלול הרגולציה דוהר קדימה. שפע של הצעות חוק, תקנות ורגולציה ממשיכים לנחות ללא הרף.

**החלטת ממשלה מספר 218 מיום 22/10/2014, בעניין הפחתת הנטל הרגולטורי, קבעה, כי כל אימת שרגולטור מבקש לקבוע רגולציה חדשה, מוטלת עליו החובה לחשב את הנטל הרגולטורי הצפוי ובכלל זה גם להתייעץ עם המגזר העסקי.**

חובה לחשב את מחיר ההכבדות במונחי זמן ובמונחים כספיים, בדיוק בהתאם לתורת ה-RIA, הבוחנת, בין השאר, האם המגזר הקמעונאי בכלל מסוגל לספוג את אותה העלות.

כך למשל, בצנרת החקיקה ממתנינים תזכיר חוק המבקש להסדיר את נושא המבצעים; הצעת חוק חובת הקלטת שיחות, שמירתן ומסירתן לצרכן על פי בקשתו; חוק "אל תתקשרו אליי" שעלול לגדוע פרנסה של ענף שלם של שיווק ישיר; חקיקה הנוגעת לחובת השוואת מוצרי פארמה למחירים בחו"ל.

לביצוע שפע רגולציה זו, בנוסף לעול סימון מחירי המוצרים בשיטה פרימיטיבית ועוד, יש מחיר כלכלי כבד והזנקת עלויות. מעולם לא נעשתה עבודה אחראית בישראל של חישוב העלויות המוטלות על המגזר העסקי כתוצאה מהגנת הצרכן או מכלל העומס של שפע החקיקה הדורסנית נגד המגזר העסקי שעברה מתחילת המאה הנוכחית.

דומני כי בנק ישראל – אם הוא אכן דואג לכלכלת ישראל – מוטב ויעשה עבודה יסודית שתשקף במונחים כספיים ובמונחי זמן מהי העלות של אינסוף הדרישות המוטלות על המגזר העסקי, במקום לכנות בזיחות ובהתנשאות את מרבית המגזר העסקי "כלכלה מקרטעת".

נראה לי כי במקום לצעוד תמידית בקו החשיבה שהגנת הצרכן תבוא על פתרונה המושלם באמצעות שכבות נוספות של רגולציה, יש להעביר גם אחריות לצרכן עצמו. הצרכן אינו חסר ישע או אינפנטיל ויש לעודד פיתוח של חשיבה צרכנית אחראית ונבונה.

## ג. עלויות ניהול ותפעול

חוץ מהעלויות המוטלות על המגזר הקמעונאי מכוח חוקים ותקנות, נדרש מגזר זה להתמודד גם עם עלויות התפעול וההנהלה השוטפות. אלה הן הוצאות שכירות, תעריפי חשמל, שירותים נלווים, יחסי עבודה ומסי ארנונה.

כך, לשם דוגמה, משנת 2013 ועד היום עלו תעריפי מס הארנונה אוטומטית ב-9.45%, וזאת ללא שום שיפור ברמת השירות ובעוד האינפלציה שואפת לאפס. ובנוסף לכך, שפע של אישורים להעלאות חריגות. האם מישהו דואג לרסן העלאות אלה?

6. על מנת למנוע את הרס המגזר הקמעונאי ושחיקתו, מוצעות שורת הפעולות הבאות:

א. בלימה מוחלטת של כל עול רגולטורי נוסף. מול זאת, בדיקה יסודית מתואמת של צוות פריטטי, נציגי המגזר הקמעונאי ונציגות משרדי הממשלה, שיבחן היכן ניתן להפחית את הנטל הרגולטורי.

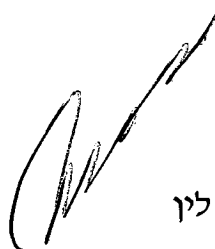
ב. מעבר משיטת סימון המחירים הפרימיטיבית באמצעות הדבקת תוויות על כל פריט ופריט, לשיטת סימון ויזואלית באמצעות טכנולוגיות כמקובל בעולם.

ג. קביעת עקרון מחייב וללא פשרות כי על כל מוצר ומוצר, ללא התניה בסכומי הרכישה, יוטלו מסי יבוא שווים, בין שהם מיובאים לישראל ביבוא אישי ממקורות חוץ ובין שאותם מוצרים נמכרים בישראל.

ד. טיפול מתואם, ברמת הממשלה, הבולם את העלאת עלויות התפעול המוטלות על המגזר הקמעונאי והפחתת עלויות אלה, כמו מס הארנונה ותעריפי החשמל.

ה. יש דרך טובה יותר ונבונה יותר להשיג את מטרת הורדת יוקר המחיה מאשר ביסוס המגמות הדורסניות הפוגעות באחד ממגזרי המשק החשובים ביותר; הקמת צוות משותף פריטטי של נציגות משרדי הממשלה יחד עם נציגי המגזר העסקי שיעבוד במשותף על גיבוש מדיניות ומהלכים של הפחתת מחירי המוצרים בישראל.

בכבוד רב,



עו"ד אוריאל לין

העתק:

חה"כ בנימין נתניהו, ראש הממשלה  
חה"כ אלי כהן, שר הכלכלה

לוטה:

נספח א' - עיקר תיקוני החקיקה בחקיקה צרכנית מתחילת המאה  
נספח ב' - הצעות החקיקה והתקנות שבדרך בחקיקה צרכנית.

אוגוסט 2017  
1015632

## נספח א'

### עיקר תיקוני החקיקה בחקיקה הצרכנית מתחילת המאה

- חוק הגנת הצרכן חוקק ב 1981
- עד כה 53 תיקוני חקיקה
- מ-2000 עד 2017 : 41 תיקוני חקיקה ובנוסף הותקנו כ- 17 תקנות

#### 2002 - חובת הצגת מחיר כולל על גבי כל מוצר (סעיף 17ב)

החובה כוללת הצגת מחיר כולל על גבי כל מוצר המוצג או הנמכר לצרכן. בגין אי הצגת מחיר ניתן להטיל עיצום כספי של 22,000 ₪ על כל מוצר שלא סומן.

#### 2005 - חובת גילוי מדיניות השבה (סעיף ג4)

על עוסק להציב שלט מדיניות השבת מוצרים ליד הקופות במקום עסקו. המדיניות חייבת לפרט האם ניתן להחזיר מוצר ובאלו תנאים. אי הצבת שלט כאמור מעניק לצרכם את הזכות לבטל את העסקה ולקבל את כספו חזרה.

#### 2008 - אחריות ושירות לאחר מכירה של מוצרי חשמל (סעיף 18א)

התיקון מחייב יבואן או יצרן לצרף תעודת אחריות לכל מוצר חשמלי שעלותו לצרכן מעל 150 ₪. העוסק המוכר את המוצר יהיה חייב לאפשר לצרכן לעיין בתעודה טרם הרכישה. בעת הרכישה העוסק המוכר את המוצר חייב להחתים את תעודת האחריות עם תאריך הרכישה. יצרן או יבואן חייבים לתת אחריות חינום של שנה לפחות בגין כל קלקול במוצר ולתקנו ו/או לספק חלקי חילוף.

חובה על יבואן או יצרן להחזיק תחנות שירות ולתקן מוצרי חשמל לבנים בבית הצרכן תוך פרקי זמן קבועים בתקנות (למשל, תיקון מקרר חייב להיעשות תוך יום. תיקון מכונת כביסה תוך 3 ימים).

## **2008 - מספר מזערי במכירה מיוחדת (סעיף 1ב15)**

בעת פרסום מבצע של מוצרים שמכירם מעל 50 ₪ חובה לציין את כמות הפריטים הנמצאים במלאי שלגביהם חל המבצע.

## **2008 - תקנות מחיר ליחידת מידה**

עוסק ששטח החנות שלו גדול מ-100 מ"ר, חייב להציג במקום העסק מחיר ליחידת מידה לגבי טובין הנמכרים בתפוזרת וכן מוצרים ארוזים מראש שלפי חיקוק יש לציין על גביהם את כמותם. "מחיר ליחידת מידה" הינו המחיר ל-1 ק"ג, 1 ליטר, 1 מ"ר או 1 מ"ר מרובע. מטרת החובה היא לאפשר לצרכן להבין האם האריזה הגדולה אכן זולה יותר מאשר האריזה הקטנה של אותו מוצר.

## **2010 - תקנות ביטול עסקה**

התקנות מאפשרות לצרכן לבטל עסקה גם אם לא הייתה כל פגם במוצר או בשירות ולקבל את כספו בחזרה. אפשרות הביטול היא תוך שבועיים מיום קבלת המוצר או תוך תקופה קצרה יותר בהתאם למוצר (עסקאות תכשיטים וביגוד למשל, ניתן לבטל את העסקה תוך יומיים מיום הרכישה בלבד).

## **2011 - גודל האותיות של תנאי הכלול במידע לצרכן (סעיף 4א)**

תנאי במידע לצרכן ("האותיות הקטנות" בפרסומים) יהיה בגודל של 30% מגודל האותיות הגדולות במידע ולא קטן מ-2 מ"מ.

## **2011 - מועדי חיוב בעסקה מתמשכת (סעיף 1ב13)**

חובה לאפשר לצרכן לבחור את מועד החיוב החודשי מבין ארבעה מועדי חיוב אפשריים בעסקה מתמשכת.

## **2012 - הסדרת נושא הזיכויים (סעיף 14ז)**

צרכן שיקבל שובר זיכוי בגין ביטול עסקה יוכל לשמש אותו במשך שנתיים לפחות. לא ניתן יהיה להגביל את המימוש של שובר הזיכוי והסכום הנקוב בו יהיה הסכום ששולם בעת ביצוע העסקה.



## **2014 - הסדרת תחום תווי הקניה (סעיף 14ח)**

תו קנייה הינו כרטיס או מסמך הנרכש בכסף המאפשר לאוחז בו לרכוש טובין או שירותים בסכום הנקוב בו. תוקף של תו קנייה יהיה לפחות חמש שנים ממועד ההנפקה.

## **2015 - אכיפה מנהלית (סעיף 22ג)**

הרשות להגנת הצרכן רשאי להטיל עיצום כספי של 22,000 ₪ או 45,000 ₪ על עוסק המפר הוראה מהוראות החוק. כאשר מדובר בהפרה נמשכת או חוזרת או הפרה בנסיבות מחמירות העיצום אף גבוה יותר.

## **2016 - אפשרות ביטול עסקה בעסקת מכר מרחוק תוך 4 חודשים (סעיף 114ג)**

בעת עסקאות מכר מרחוק ניתן לבטל את העסקה תוך 14 ימים מיום קבלת המוצר. תיקון זה מאפשר לאנשים עם מוגבלות, אזרחים מעל גיל 65 ועולים חדשים לבטל עסקאות מכר מרחוק שלא נעשו באמצעות האינטרנט, תוך ארבעה חודשים.

## **2017 - הגבלות בדבר שינויים במועדוני לקוחות (סעיף 16א) (מדצמבר 2017)**

עוסק לא יוכל לשנות או לסיים תוכנית הטבות אליה הצטרף צרכן (בין אם בתשלום ובין אם לאו) מבלי להודיע מספר חודשים מראש על סיום או שינוי התוכנית, זאת בכדי שהצרכן יוכל לממש את הזכויות שצבר.

## **2017 - צו הגנת הצרכן (סימון טובין) (סימון טובין במחיריהם הממוצע במדינות מחוץ לישראל) (הוראת שעה), התשע"ז-2017**

קמעונאים גדולים יחויבו להציב שלט בסמוך למוצרים מסוימים ובו יופיע המחיר הממוצע של אותו מוצר מחוץ לישראל. ההחלטה בקשר לאלו מוצרים יש להציב שלט תתקבל על ידי ועדה לבדיקת פערי מחירים שחבריהם מנכ"ל משרד הכלכלה, שני עובדי משרד הכלכלה, הממונה על הרשות להגנת הצרכן ולסחר הוגן ועובד הרשות. שניים מתוכם לפחות חייבים להיות בעלי השכלה בכלכלה או במנהל עסקים. אין בוועדה נציג שאינו מטעם רשויות המדינה.

מטרת הצו הינה להצביע על פערים, ככל שאלו קיימים, בין מחיר המוצר בישראל, לבין מחירו בחו"ל ובדרך זו להוריד את יוקר המחיה בישראל.

23 אוגוסט 2017

סימוכין: 1014100.doc

## נספח ב'

### חקיקה צרכנית במכבש החקיקה

#### 1. תזכיר חוק המסדיר מבצעים

מטרת החוק היא לקבוע כללים ותנאים המגדירים כמה זמן רשאי עוסק להציע למכירה מיוחדת מוצר או שירות, כמה זמן תנאי המכירה הרגילים צריכים להיות בתוקף לפני יציאה למבצע ומהו מחיר הייחוס ממנו ניתן לגזור מבצע.

התיקון קובע כי לפני שמוצר יוצג במחיר מבצע יש להציגו למכירה במחיר רגיל לפחות 30 ימים עוקבים ובצמוד לאותו מבצע. במהלך אותם ימים ניתן להעלות או להנמיך את המחיר אך אין לקרוא לזה "מבצע".

ככלל, תקופת המבצע תהיה לא יותר מ-45 ימים ברצף.

לגבי מוצרים עונתיים מוצע לא להגביל את משך זמן תקופת המבצע באופן גורף אלא לקבוע כלל לפיו סך משך תקופת המבצעים לא יעלה על התקופה בה המוצר הוצע למכירה בתנאי מכירה רגילים.

#### 2. הצעת חוק הגנת הצרכן (תיקון- חובת הקלטת שיחות, שמירתן ומסירתן לצרכן על פי בקשתו)(תיקון מס'), התשע"ז – 2017

הצעת החוק באה להוסיף על חובת הגילוי הקיימת ותחייב עוסק המנוי בתוספת השנייה (ובכלל זה חברות התקשורת) וכן עוסק המבצע שיווק מרחוק באמצעות הטלפון, להקליט שיחות בקשר לכל עניין הקשור לעסקה, לשמור אותן ולספק אותן על פי בקשתו.

### **3. חוק "אל תתקשרו אליי"**

הרשות להגנת הצרכן בוחנת הקמת מאגר "אל תתקשרו אליי". תכלית הקמת המאגר הינה הגבלת שיווק הטלפוני לצורך הגנה על הציבור מפני פרקטיקות מטעות ואגרסיביות, כמו גם הגנה על הצרכן מפני הטרדות ופניות חוזרות ונשנות במטרה לקשור עסקה. אם וכאשר יוקם מאגר כאמור לא ניתן יהיה ליצור קשר עם מי שנכלל בו למטרות שיווקיות באופן מלא או חלקי (כפי שייקבע).

### **4. ביטול מדבקת אחריות ורוויזיה בכל הנוגע לתעודות אחריות**

כיום חלה חובה לצרף תעודת אחריות ומדבקת אחריות (אשר משמש את הצרכן מבלי צורך להמציא את התעודה) לגבי כל מוצר חשמלי או אלקטרוני שמחירו לצרכן עולה על 150 ש"ח. העוסק אשר מוכר את המוצר חייב להחתיים את התעודה ולציין את תחילת תקופת האחריות וכן לציין על גבי המדבקה את מועד תום תקופת האחריות. בפועל החקיקה לא ברת יישום ולא יעילה. על כן מתגבשת החלטה לבטל את חובת הנפקת ומסירת מדבקת האחריות. במקום זאת, יתאפשר להצמיד לתעודה את החשבונית כהוכחת מועד רכישה.

### **5. השוואת מוצרים של מחירי פארמה:**

בדומה לחוק המזון, הכוונה היא להקים מאגר, שבו יחויבו עוסקים בענף הפארמה לחשוף את מחיריהם בכל רגע נתון על מנת שהצרכן יוכל לבצע השוואת מחירים בין העוסקים השונים.