



מדינת ישראל הרשות להגנת הצרכן ולסחר הוגן



ירושלים, י"ב תשרי, תשפ"א
30 ספטמבר, 2020

הנחיית ממונה

חובת פרסום פרטים מזהים אודות דגם ומותג של מוצר

תחולה – הנחיה זו חלה על מוצרי חשמל ואלקטרוניקה, כלי רכב ומשקפיים לרבות משקפי שמש¹.

מבדיקה שנערכה ברשות להגנת הצרכן ולסחר הוגן ובעקבות הצעת חוק של ח"כ אורי מקלב² הוברר כי יש מקום לקבוע מהם הפרטים המהותיים אשר יש להביא לידיעת הצרכן בפרסום מוצר. פרטים אלה, הינם פרטים אשר מזהים את המוצר ומבדילים אותו ממוצרים אחרים דומים ועל כן מהותיים בפרסום הצעת המכירה.

בתי"א (נצי') 836/05 וייל נ' גטר-טק בע"מ (14.3.06) נאמר כך:

"מעצם טיבה, פרסומת אינה מכילה, ואף אינה יכולה להכיל, את מלוא המידע הרלבנטי למוצר. מטרתה של פרסומת, ככלל, הינה לגרום לצרכן הפוטנציאלי להתעניין במוצר המפורסם. כתוצאה מהתעניינות זו יכול הצרכן לאסוף מידע נוסף אודות המוצר, לערוך בירורים לגביו ולגבי תכונותיו. בסיומו של התהליך יחליט אם לרכוש את המוצר אם לאו". (פסקה 54 לפסק הדין).

לפיכך, על מנת שצרכן יוכל לאסוף מידע על המוצר עוד טרם הגעה לבית העסק (או אף לפני רכישה בחנות מקוונת) יש לספק לו פרטים מהותיים אשר יזהו באופן מדויק את המוצר ויסייעו לו להבדיל בין מוצר זה למוצרים אחרים, אשר עשויים אף להיות דומים לו.

הפרטים המהותיים אודות המוצר, אשר חובה לגלות על פי הנחיה זו בפרסום מוצר, הם:

1. שם ומספר דגם מלא של המוצר (לרבות דגמי משנה או תתי דגמים);
2. שם המותג;

לעמדת הרשות פרטים אלה הינם מהותיים לזיהוי המוצר ועשויים להבחין בין מוצרים, לרבות בין מוצרים בעלי תכונות דומות.

¹ תחולתה של ההנחיה הוגבלה בשלב הראשון רק לסוגי המוצרים כאמור. ככל שתידרש הרחבה של ההנחיה על סוגי מוצרים נוספים, תצא הודעה מפורשת על כך.

² 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: 073-3717700 | פקס: 073-3717740
michaela@fta.gov.il



מדינת ישראל הרשות להגנת הצרכן ולסחר הוגן



הנחיה זו תחול כאשר הפרסום מתייחס לדגם מסוים או לדגמים בודדים (עד חמישה ראו להלן).

וידגש, אפיון/זיהוי המוצר אינו מתמצה רק בתיאורו כגון מכונות כביסה, מחשב נייד וכו'. לדוגמה, מכונות כביסה מובחנות ביניהן על פי שם מותג וכן שם/מספר דגם. פרסום כללי של מכונת כביסה במחיר X ללא פרטי מותג שם/מספר הדגם של מכונת הכביסה, **בנסיבות בהן המחיר בפרסום מתייחס לדגם מסוים של מותג ולא לדגמים אחרים של אותו מותג, מביא לכך כי הצרכן אינו מקבל מידע מהותי לגבי המוצר שהופיע בפרסומת.**

גילוי פרטים אלה, 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 של מותג מסוים, עלול להיות מוטעה בפרט מהותי בעסקה. יתרה מכך, נסיבות אלה עלולות לעלות כדי פרקטיקה של פרסום פיתוי, הגורמת לצרכן להגיע לבית עסק על סמך מחיר אטרקטיבי, אולם בפועל מתגלה בבית העסק כי מחיר זה חל על מוצר אחר שאינו תואם לרצונותיו של הצרכן. על אף כי הצרכן עשוי להיות מודע למחירו השונה של המוצר שפורסם, לפני עשיית העסקה עצמה, פרקטיקה זו של הטעיה בפרסום/פרסום פיתוי/החלפה, 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 ל –

1. כל המוצרים בחנות/מגוון מוצרים בחנות (למשל כל החנות ב – 70% הנחה או 70% הנחה על מגוון מחשבים ניידים);
2. כל הדגמים של מוצר/מותג מסוים/מגוון דגמים של מוצר/מותג מסוים (למשל 30% הנחה על טלפון נייד של X/מגוון דגמים של המותג X).

אולם לעניין זה יודגש, כי ככל שהפרסום מתייחס למעשה לדגמים בודדים (עד חמישה), תקום החובה לפרסם את פרטי כל הדגמים, כאמור בהנחיה זו. יודגש כי הרשות תראה בפרסום לפיו הוא חל (במפורש או במשתמע) על כל המוצרים או מגוון מוצרים או כל הדגמים או מגוון דגמים למוצר/מותג מסוים, ללא סייגים, כהפרה של הטעיה, מקום בו הוברר כי בפועל הפרסום חל על מוצרים בודדים או דגמים בודדים.

כמו כן, ככל שהפרסום מתייחס בפועל 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.

לשכת הממונה |

בית השנהב, בניין B רח' בית הדפוס 12 גבעת שאול, ירושלים | טלפון: 073-3717700 | פקס: 073-3717740

michaela@fta.gov.il



מדינת ישראל הרשות להגנת הצרכן ולסחר הוגן



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 העוסק ומהות הנכס (במקרה דנן שם ומספר דגם) מהווים את תעודת הזהות של המוצר המוצע למכירה 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 של מותג מסוים כאמור בהנחיה זו ואין די בתיאור כללי של המוצר.

כאמור הנחיה זו חלה בכל מדיות הפרסום. עם זאת, יחולו מספר חריגים –

1. ככל שהפרסום הינו בבאנר במרשתת והינו כולל קישור ישיר לאתר המכר המקוון ובו תיאור המוצר כאמור בהנחיה זו, אי גילוי הפרטים כאמור בהנחיה בבאנר לא ייחשב כהפרה.
2. ככל שהפרסום כולל תמונה ברורה (ללא סייג כגון "תמונה להמחשה בלבד") הכוללת את פרטי הגילוי כאמור בהנחיה זו, די בכך ;
3. ככל שהפרסום הוא באתר של מותג מסוים די בפרסום שם הדגם ומספר הדגם.
4. כאשר הפרסום הינו במרחבי בית העסק (למעט בחלון ראווה), לא תקום החובה לציין פרטים אלו.

לפיכך אני מנחה, כי בנסיבות שפורטו לעיל, יש לראות בפרסומים החסרים כאמור בהנחיה זו, 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: 073-3717700 | פקס: 073-3717740

michaela@fta.gov.il