



### הנחיות חדשות על פרסום והצגת מחירי מבצעים

הרשות להגנת הצרכן ולסחר הוגן (להלן: "הרשות") [פרסמה לאחרונה](#) הנחיות חדשות בדבר פרסום והצגת מחירי מבצעים, אשר מחליפות את ההנחיות הקודמות של הממונה על הגנת הצרכן בנושא זה דאז.

ראינו לנכון להביא לתשומת ליבם של לקוחותינו את תמצית ההנחיות תוך הפנייה לסעיפים רלוונטיים בחוק הגנת הצרכן, התשמ"א-1981 (להלן: "החוק"), על מנת לסייע ביישום החוק בעניינים הרלוונטיים.

### על אילו מכירות הנוהל חל?

הנוהל חל על מכירה מיוחדת אשר מציעה לצרכן הנחה או הטבה לתקופה מסוימת הנקובה בזמן תחום. סעיף 8 לחוק מגדיר מכירה מיוחדת, כדלקמן:

"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;"

### מהם הפרטים שיש לפרט בהודעה על המכירה המיוחדת? (סעיף 15 לחוק)

1. פרטים שיש לציין בהודעה ברבים, לרבות בבית העסק:

1.1. מוצרים או שירותים שעליהם חל המבצע.

1.2. מחיר המוצר או השירות לפני המבצע – הכוונה למחיר האמיתי שבו נמכר המוצר בפועל ולא מחיר מחירון, מחיר יבואן, מחיר מומלץ וכיוצ"ב.

1.2.1. על פי הנחיות הממונה, מחיר המבצע הופך למחיר הרגיל של המוצר

לאחר 35 ימים. לדוגמא: מחיר המוצר 100 ₪ ובמסגרת מבצע בו ניתנה הנחה בגובה 50% לתקופה של יותר מ-35 ימים, המוצר נמכר במחיר 50 ₪. לאחר 35 ימים, מחיר המבצע הופך למחיר הרגיל של המוצר. אם שונה המחיר לאחר 35 ימים ל-70 ₪, השינוי הנ"ל איננו מבצע שכן מחיר המוצר הוא 50 ₪ ועל כן אין להציג זאת כהנחה. הצגה שכזו מהווה הטעיית צרכן. כאשר מחיר המוצר משתנה בתוך

התקופה של 35 הימים, המחיר האחרון הוא המחיר הרגיל המקורי, בדוגמא לעיל 100 ₪.

1.2.2. **חריג לחובה הקבועה בחוק לציין את המחיר לפני המבצע, חל על מוצרים המוצעים לראשונה למכירה בסניף כ"מחיר היכרות"** ולתקופה שאינה עולה על 35 ימים. מעבר לתקופה זו, אם לא השתנה המחיר, יש להסיר את שלט המבצע או "מחיר ההיכרות" שכן המחיר הפך למחירו הרגיל של המוצר.

1.2.3. על פי תקנה 16(1) לתקנות הגנת הצרכן (מכירות באשראי, מכירה מיוחדת ועסקה ברוכלות), התשמ"ג-1983, מחיר קודם הוא המחיר שהיה בתוקף במשך 21 ימים רצופים לפחות לפני תחילת המכירה המיוחדת, ואם המחיר לא היה בתוקף כאמור, על העוסק לציין את התקופה שבה המחיר בתוקף. עמדת הממונה היא כי התקנה הנ"ל הותקנה בחוסר סמכות ועל כן לא ניתן לאכפה. יחד עם זאת הממונה קובעת, כי העלאת מחיר של מוצר לתקופה קצרה לצורך הורדתו והצגתו כמבצע נדיב במיוחד לצרכן, כשההעלאה אינה נובעת מתום מבצע (35 ימים), יכולה להוות מסחר לא הוגן.

1.2.4. בהתאם לעמדת הרשות, מקום בו קיימת העלאת מחיר ולאחר מכן יציאה במבצע, אם בגלל תום מבצע ואם מסיבות אחרות, ראוי שהעוסק יציין כמה ימים היה המחיר האחרון בתוקף.

1.3. שיעור הנחה או המחיר לאחר הנחה.

1.4. תנאי המבצע.

2. **בפרסום המבצע, למעט פרסום בבית העסק, יש לפרט גם את הפרטים הבאים :**

2.1. המספר המזערי של המוצרים המוצעים במבצע, למעט מוצר או שירות שמחירו אינו עולה על 50 ₪.

2.2. המספר המזערי של המוצרים המוצעים במבצע הנחה מרבית. לדוגמא: אם פורסם שישנה הנחה עד 70%, יש לפרט את מספר המוצרים במלאי הכללי וכן את מספר המוצרים במבצע שנמכרים בהנחה המרבית, כלומר 70%.

### **מהו המלאי שיש להחזיק?**

על עורך המבצע, לאחר פרסום ההודעה בדבר המבצע, להחזיק מלאי סביר של המוצרים במבצע.

בהתאם להנחיית הממונה, אם אזל מלאי הטובין בעסק בודד או בכלל סניפי הרשת, יש להפסיק את הפרסום מידית בכל המדיות שבהן מבצע פרסום. אם אזלו רק חלק מהמוצרים, יש להודיע אילו מוצרים אזלו במקום העסק או בסניף שבו אזלו. בפרסום מבצע באתר האינטרנט יש להודיע על המוצרים שאזלו גם לגבי סניף מסניפי הרשת.

### **כללי הצגת המחיר – היכן יש להציג את המחיר של המוצר ומהם המחירים שיש לפרט?**

1. על פי סעיף 17ב לחוק יש להציג את מחיר המוצר הכולל הקודם על גבי המוצר או על גבי אריזתו.

”מחיר המוצר הכולל” – מחיר הכולל את סך כל התשלומים בעבור נכס או שירות ואת סך כל המסים החלים עליהם או על מכירתם והנגבים על ידי עוסק, לרבות –

(1) מס ערך מוסף, אגרות או תשלומי חובה ;

(2) כל תשלום אחר הנלווה לרכישת אותו נכס או שירות, בלי שניתנת לצרכן אפשרות מעשית לוותר עליו במסגרת העסקה.”

2. הצגת המחיר תהיה במטבע ישראלי, במקום הנראה לעין ובספרות ברורות וקריאות.

3. בנוסף לאמור, תקנה 2 לתקנות הגנת הצרכן (כללים שונים לפרסום מחירי נכסים ושירותים), התשנ”א-1991 קובעת, כי מחירי המבצע של מוצרים המוצעים למכירה במכירה מיוחדת או במבצע הוזלה לתקופה שאינה עולה על 35 ימים, יכולה להיות באמצעות שלט או תווית מדף, בסמוך למוצר. על גבי השלט/התווית יש לפרט את המחיר הרגיל/הקודם וכן את מחיר המבצע.

4. **מבצע ארצי של רשת :**

כאשר מחיר המבצע זהה בכל הסניפים אולם המחיר המקורי של המוצר שונה בין סניף לסניף, יש לציין בפרסום הארצי רק את מחיר המבצע. בנוסף, יש לציין באופן בולט כי המחיר הקודם של המוצר שבמבצע שונה בין סניף לסניף והוא מוצג בסניף עצמו, בהתאם לכללי הצגת המחיר.

5. **פרסום הכולל את שיעור ההנחה על כלל המוצרים או על מגוון מוצרים :**

לצד אחוז ההנחה או המחיר שבמבצע יש לפרסם הערה בולטת שלפיה המחיר הקודם של המוצרים שבמבצע יחד עם מחיר המבצע מוצג בסניף עצמו.

6. **פרסום של רשת בעלת למעלה משני סניפים :**

הפרסום יכול את מספר המוצרים המזערי בכל סניף, או לחלופין, את המספר המזערי בסניף שבו יש את מספר המוצרים הנמוך ביותר (מספר מוצרים מזערי יכול להיות לכלל המוצרים המוצעים במבצע ולא חייב להיות פרטני לכל מוצר). כמו כן, אם ישנם סניפים שאינם לוקחים חלק במבצע, על הרשת לציין את שמותיהם.

## 7. מבצע "1+1" :

7.1. במבצע 1+1 על מוצרים זהים (כאשר המוצר הנוסף ניתן במתנה) יש לציין בפרסום את המחיר הקודם של מוצר אחד. בסניף עצמו יש להציג את מחיר המבצע והמחיר הקודם של שני המוצרים על פי כללי הצגת המחיר. במקרה זה אין צורך לפרסם את המספר המזערי של המוצרים במבצע זה, אלא אם המוצרים נמכרים במארז (במקרה זה חובה לציין את מספר המארזים המזערי שבמלאי).

7.2. כאשר במבצע ניתן לקנות מוצרים שונים, מחיר המבצע יהיה לפי מחיר המוצר שנקבע על-ידי העוסק בפרסום. על גבי המוצרים יש לפרסם את המחיר הרגיל, למעט בפרסום של רשת ו/או של מגוון גדול של מוצרים, אז יחולו כללי הצגת המחיר. בסניף עצמו יש להציג את המחיר הרגיל על פי כללי הצגת המחיר. אם הצרכן יכול לבחור את המוצר הנוסף מתוך מגוון מוצרים, אין חובה לציין את מספר המוצרים המזערי של המוצרים במבצע, אלא אם המוצרים נמכרים במארז (במקרה זה חובה לציין את מספר המארזים המזערי שבמלאי).

## 8. מבצע "פריט שני ב-50% הנחה, הזול שביניהם" :

חובה לפרסם את המחיר הרגיל של כל המוצרים, למעט בפרסום של רשת ו/או של מגוון גדול של מוצרים, אז יחולו כללי הצגת המחיר. בסניף עצמו יש להציג את המחיר הרגיל על פי כללי הצגת המחיר. אם הצרכן יכול לבחור את המוצר השני מתוך מגוון מוצרים, אין חובה לציין את מספר המוצרים המזערי של המוצרים במבצע, אלא אם המוצרים נמכרים במארז (במקרה זה חובה לציין את מספר המארזים המזערי שבמלאי).

## 9. מבצע מוצר שני ב-1 ₪:

חובה לפרסם את המחיר הרגיל של כל המוצרים, למעט בפרסום של רשת ו/או של מגוון גדול של מוצרים, אז יחולו כללי הצגת המחיר. בסניף עצמו יש להציג את המחיר הרגיל על פי כללי הצגת המחיר. אם הצרכן יכול לבחור את המוצר השני בשקל מתוך מגוון מוצרים, אין חובה לציין את מספר המוצרים המזערי של המוצרים במבצע, אלא אם המוצרים נמכרים במארז (במקרה זה חובה לציין את מספר המארזים המזערי שבמלאי).

## 10. מבצע הנחה בגובה 30%:

במבצע הנחה בגובה 30% על מגוון מוצרים, יש לציין את המחיר הקודם אלא אם המחיר הקודם שונה בין סניף לסניף. יש לציין בפרסום את מספר המוצרים שבמלאי, כאשר הציין הוא של כלל המוצרים ואין חובה לפרט מלאי על פי פריט.

## הערות נוספות

1. עמדת הרשות לגבי קופונים המופנים לציבור מסוים (כגון חברי מועדון) היא שקופונים אלה אינם מהווים מכירה מיוחדת ועל כן סעיף 15 לחוק ונוהל זה לא חל עליהם.

2. מכירה מיוחדת המופנית כלפי ציבור מסוים אינה מוגבלת ל-35 ימים, כלומר אחרי 35 ימים מחיר מבצע שהופנה לציבור מסוים לא יהפוך למחיר הרגיל, בשונה מיתר המכירות המיוחדות, וזאת במטרה למנוע אפשרות של שני מחירים שונים על גבי אותו מוצר.