

הכנסת העשרים

יוזמים: חברי הכנסת
איתן כבל
יהודה גליק
תמר זנדברג
עבד אל חכים חאג' יחיא
דב חנין
נחמן שי

פ/20/4868

הצעת חוק הגבלת הפרסומת והשיווק של מוצרי טבק (תיקון – איסור פרסומת והגבלת השיווק של מוצרי טבק), התשע"ח–2017

1. תיקון שם החוק
בחוק הגבלת הפרסומת והשיווק של מוצרי טבק, התשמ"ג–1983¹ (להלן – החוק העיקרי), בשם החוק, במקום "הגבלת הפרסומת והשיווק של מוצרי טבק" יבוא "איסור פרסומת והגבלת השיווק של מוצרי טבק ועישון".
2. תיקון סעיף 1
בסעיף 1 לחוק העיקרי –
 - (1) לפני ההגדרה "חוק העונשין" יבוא:
"חומר מילוי" – נוזל או חומר בצורה אחרת הנועד לשימוש בסיגריה אלקטרונית;" ;
 - (2) במקום ההגדרה "מוצר המשמש לעישון טבק" יבוא:
"מוצר עישון" – אחד מאלה:
 - (1) מוצר טבק ;
 - (2) חומר ממקור צמחי המיועד לעישון ואשר אינו מכיל טבק, לרבות תערובת, תרכובת או תמיסה של חומר כאמור ;
 - (3) מוצר המשמש לעישון טבק, או מוצר המשמש לעישון חומר ממקור צמחי כאמור בפסקה (2), ובכלל זה סיגריות, סיגרים, סיגרלות, נרגילה, מקטרת ונייר לגלגול סיגריות ;

¹ ס"ח התשמ"ג, עמ' 38.

(4) סיגריה אלקטרונית, חומר מילוי ומחסנית; "

(3) אחרי ההגדרה "מותג" יבוא :

"מחסנית" – אבזר המורכב על גבי סיגריה אלקטרונית, המכיל חומר מילוי;

"סיגריה אלקטרונית" – מוצר הדומה לסיגריה, לסיגר, למקטרת או לנרגילה,

המופעל באמצעי אלקטרוני ומיועד לעישון, לרבות מוצר המותאם

להרכבת מחסנית עליו, יהא כינויו אשר יהא;

"עישון" – לרבות בדרך של ייצור אדים לשאיפה;

"עשיית פרסומת" – לרבות יצירת פרסומת, הפקתה, הפצתה, הזמנתה או

מימונה; "

(4) בהגדרה "פרסומת", אחרי "באמצעים אלקטרוניים" יבוא "ובכלל זה

באמצעות רשת האינטרנט או באמצעי טכנולוגי אחר, לרבות בציור, בדמות,

בצליל, בתמונה, בתנועה או בכל אמצעי אחר", ובמקום הסיפה החל במילה

"לרבות" יבוא "כולו או חלקו, בכל צורה שהיא, באופן ישיר או עקיף, גלוי או

סמוי לרבות מתן חסות; "

(5) אחרי ההגדרה "פרסומת" יבוא :

"פרסומת אגב" – פרסומת המופיעה לכאורה כבדרך אגב, בקול, בתמונה

ובכל דרך אחרת, לרבות אזכור או מופע שמו של אדם, מוצר, שירות או

עסק או שמם המסחרי;

"פרסומת בלתי מודעת" – פרסומת המשודרת לצופים בלא שיהיו מודעים לכך

באופן מלא, לרבות בתמונות חטופות, בהבזקים או בדרך תת-ספית;

"פרסומת למוצר עישון" – פרסומת שיש בה כדי לקדם מוצר עישון, שם

מסחרי של מוצר עישון או מותג של מוצר עישון;

"פרסומת סמויה" – פרסומת המשולבת במישדר בקול או בתמונה או בכל דרך

אחרת, הנחזית להיות חלק ממנו באופן שצופה סביר עלול שלא לזהות

כי יש בה פרסום למוצר או שירות, או שיש בה כדי לקדם, לרבות

שילוב שם מותג, או סמל של מוצר, שירות, עסק או כל ענין מסחרי

אחר; "

(6) ההגדרה "פרסומת לשם מסחרי" – תימחק;

(7) ההגדרה "פרסומת עקיפה" – תימחק;

(8) בהגדרה "שיווק", במקום פסקה (3) יבוא :

"(3) מכירה במחסן לצידת אניות וכלי טיס, בהתאם להוראות לפי פקודת המכס."

הוספת סעיף א1 3. אחרי סעיף 1 לחוק העיקרי יבוא :

"מטרת החוק 1א. חוק זה מטרתו להגן על בריאות הציבור, ובמיוחד על בריאותם של קטינים, באמצעות קביעת איסורים, הגבלות וחובות לעניין פרסומת ושיווק של מוצר עישון, ובין השאר איסור על עשיית פרסומת למוצרי עישון והגבלת פעולות העשויות לעודד התחלת שימוש במוצרי עישון או להקל על השימוש בהם, וכן באמצעות מתן מידע לציבור, והכל בשל הנזקים הקשים והקטלניים שנגרמים לבריאות כתוצאה משימוש במוצרי עישון."

החלפת מונחים 4. בחוק העיקרי, בכל מקום, למעט בהגדרה "מוצרי טבק" בסעיף 1 –

(1) במקום "מוצר טבק" יבוא "מוצר עישון";

(2) במקום "מוצרי טבק" יבוא "מוצרי עישון";

(3) במקום "למוצרי טבק" יבוא "למוצרי עישון";

(4) במקום "שמוצר הטבק" יבוא "שמוצר העישון";

(5) במקום "מוצר המשמש לעישון טבק" יבוא "מוצר עישון";

(6) במקום "מוצרים המשמשים לעישון טבק" יבוא "מוצרי עישון";

(7) במקום "מוצר טבק או מוצר המשמש לעישון טבק" יבוא "מוצר עישון".

תיקון סעיף 3 5. בסעיף 3 לחוק העיקרי –

(1) בכותרת השוליים, במקום "באמצעים מסוימים" יבוא "וסייגים לאיסור";

(2) האמור בו יסומן "(א)", ובו, הסיפה החל במילים "או פרסומת לשם מסחרי" – תימחק;

(3) אחרי סעיף קטן (א) יבוא :

"(ב) הוראות סעיף קטן (א) לא יחולו על אלה :

(1) פרסומת שנמסרה לנמען שמלאו לו שמונה עשרה שנה ונתן הסכמה מפורשת מראש ובכתב לקבלת פרסומת למוצרי עישון ולאופן קבלתם, וכל עוד הוא מסכים לכך;

(2) פרסומת בעיתונות מודפסת, ובלבד שיוקצה באותו עיתון, צמוד לשטח הפרסומת, שטח זהה בגודלו עבור מודעת אזהרה, אשר יכלול הסברים בדבר נזקי העישון; שר הבריאות, באישור ועדת העבודה הרווחה והבריאות של הכנסת, יקבע הוראות בדבר שפות האזהרה או ההסברים כאמור, מיקומם עיצובם, צורתם, תוכנם, הגודל המזערי שלהם ושל האותיות שלהם, ואופן תחלופתם של האזהרה או ההסברים כאמור.

(3) פרסומת המוצגת בתוך חנות למכירת מוצרי עישון בלבד, או המוצגת בתוך חנות למוצרי עישון ומשקאות משכרים בלבד, ובלבד שאינה גלויה לעין מחוץ לחנות;

(4) רשימה המונה את שמות מוצרי העישון למכירה ומחיריהם בלבד, המוצגת בעסק שבו נמכרים מוצרי עישון, ובלבד שגודלה אינו עולה על 21×30 סנטימטרים;

(5) יצירת אמנות או דיווח חדשותי, שנעשו שלא במטרה לקדם מוצר עישון, שם מסחרי של מוצר עישון, או מותג של מוצר עישון;

(5) יצירת אמנות שהוצגה ברבים לפני יום פרסומו של חוק הגבלת הפרסומת והשיווק של מוצרי טבק (תיקון – איסור פרסומת והגבלת השיווק של מוצרי טבק), התשע"ח – 2017, אף אם נעשתה במטרה לקדם מוצר עישון, שם מסחרי מוצר עישון או מותג של מוצר עישון;

(6) פרסומת למוצר שאינו מוצר עישון, או לעסק, שהם בעלי שם זהה או דומה לשם מסחרי או למותג של מוצר עישון, אם מתקיימים שניים אלה:

(א) המוצר או העסק היו קיימים בישראל ביום י"ג בתמוז התשס"א (4 ביולי 2001);

(ב) שם המוצר או העסק מוצג בפרסומת באופן שונה בעיקרו ממותגו של מוצר העישון או שהמותג של מוצר העישון מוצג על גבי המוצר שאינו מוצר העישון באופן שאינו בולט לעין."

- ביטול סעיף 4 .6 סעיף 4 לחוק העיקרי – בטל.
- הוספת סעיף 4א .7 אחרי סעיף 4 לחוק העיקרי יבוא :
- ”הגבלות לעניין הצגה של מוצרי עישון במסגרת עסקית
- 4א. (א) לא יציג אדם לציבור, באופן בולט לעין, במסגרת עסקית, מוצרי עישון; שר הבריאות, באישור ועדת הכלכלה של הכנסת, רשאי לקבוע מה ייחשב כהצגה באופן בולט לעין לעניין סעיף קטן זה.
- (ב) הוראות סעיף קטן (א) לא יחולו על מוצרי עישון הנמכרים בחנות כאמור בסעיף 3(ב)(2), ובלבד שאינם גלויים לעין מחוץ לחנות.
- (ג) לא יציג אדם שלט שעניינו מכירת מוצרי עישון, למעט רשימת מוצרי עישון כאמור בסעיף 3(ב)(3); שר הבריאות, באישור ועדת הכלכלה של הכנסת, רשאי לקבוע סייגים לאיסור הצבת שלט לפי סעיף קטן זה, ובכלל זה שלט המותר בהצגה.”.
- תיקון סעיף 5 .8 בסעיף 5 לחוק העיקרי –
- (1) בסעיף קטן (א), במקום הסיפה החל במילים ”פרסומת למוצר טבק או פרסומת לשם מסחרי של מוצר טבק” יבוא ”שימוש בשמם או בדמותם של בני אדם, של בעלי חיים, או של איבר מאיבריהם, או שימוש בתמונה של פרי, והכל לרבות בציור או בהנפשה, בפרסומת למוצר עישון שמותר לעשותה לפי הוראות סעיף 3(ב)(1), (2), (3) או (4), או בסימון חפיסה או אריזה אחרת של מוצר עישון.”;
- (2) בסעיף קטן (ב), במקום הקטע החל במילים ”תחילתו של” עד המילים ”(להלן – תיקון מס’ 2)” יבוא ”ייג בתמוז התשס”א (4 ביולי 2001)”.
- החלפת סעיפים 7 ו-7א לחוק העיקרי יבוא : .9
- ”חובת הכללת אזהרה בפרסומת המותרת לפי הוראות סעיף 3(ב)(1) עד (3)
7. (א) פרסומת שמותר לעשותה לפי הוראות סעיף 3(ב)(1), (2), (3) או (4), תכלול אזהרה או מסר אחר, במקום בולט במודעת הפרסומת בגודל של 30 אחוזים לפחות משטחה, על רקע לבן, במסגרת שחורה.

(ב) שר הבריאות, באישור ועדת הכלכלה של הכנסת, יקבע הוראות בדבר שפות האזהרה או המסר, מיקומם, עיצובם, צורתם, תוכנם, הגודל המזערי שלהם ושל האותיות שלהם, ואופן תחלופתם של האזהרה או של המסר כאמור.

7א. (א) לא ייצר אדם, לא יאחסן במסגרת עסקית ולא ישווק מוצר שאינו מוצר עישון, ששמו, כינויו או הסמל המופיע עליו, זהה או דומה לשם מסחרי או למותג של מוצר עישון שהיה קיים לפני קביעת שמו או כינויו של המוצר שאינו מוצר עישון או לפני הופעתו של הסמל על המוצר כאמור.

(ב) לא יכנה אדם עסק או פעילות מסחרית שאינם קשורים לסחר במוצרי עישון, בשם או בכינוי זהה או דומה לשם מסחרי או למותג של מוצר עישון, אם השם המסחרי או המותג כאמור היה קיים לפני מתן הכינוי לעסק או לפעילות האמורים.

(ג) לא יכנה יצרן או יבואן מוצר עישון ששווק לראשונה לאחר יום י' בתמוז התשס"א (4 ביולי 2001), בשם או בכינוי זהה או דומה לשם מסחרי או למותג של מוצר שאינו מוצר עישון.

(ד) לא ייצר אדם, לא ישווק, לא ייבא ולא יאחסן במסגרת עסקית, חטיף, צעצוע או ממתק לרבות גומי לעיסה, בצורה של מוצר עישון, או אם מופיע עליו שם של מוצר עישון, לרבות המילים "סיגריה" או "סיגר".

תיקון סעיף 11 10. בסעיף 11 לחוק העיקרי, במקום סעיפים קטנים (א) ו-(א1) יבוא:

"(א) העושה אחד מאלה, דינו – קנס כאמור בסעיף 61(א)(4) לחוק העונשין, ואם נעברה העבירה על ידי תאגיד – כפל הקנס כאמור:

(1) עושה פרסומת בשבח העישון כשלעצמו, בניגוד להוראות סעיף 2;

(2) עושה פרסומת למוצר עישון בניגוד להוראות סעיף 3;

(3) מציג במסגרת עסקית באופן בולט לעין מוצר עישון, בניגוד להוראות לפי סעיף 4א(א);

(4) מציג שלט שעניינו מכירת מוצרי עישון בניגוד להוראות סעיף 4א(ג);

(5) עושה פרסומת למוצר עישון או מסמן חפיסה או אריזה אחרת של מוצר עישון בניגוד להוראות סעיף 5(א);

(6) עושה יותר מפרסומת אחת לאותו שם מסחרי באותה מהדורה של עיתון או במהדורה אחת של כל דבר דפוס אחר בניגוד להוראות סעיף 6;

(7) עושה פרסומת המותרת לפי סעיף 3(ב)(1), (2), (3) או (4) בלי שנכללת בה אזהרה, בניגוד להוראות לפי סעיף 7;

(8) מייצר, מאחסן או משווק מוצר שאינו מוצר עישון ששמו, כינוי או הסמל המופיע עליו זהה או דומה לשם מסחרי או למותג של מוצר עישון, בניגוד להוראות סעיף 7א(א);

(9) מכנה עסק או פעילות מסחרית שאינם קשורים לסחר במוצרי עישון, בשם או בכינוי זהה או דומה לשם מסחרי או למותג של מוצר עישון, בניגוד להוראות סעיף 7א(ב);

(10) מכנה מוצר עישון בשם או בכינוי זהה או דומה לשם מסחרי או למותג של מוצר שאינו מוצר עישון, בניגוד להוראות סעיף 7א(ג);

(11) מייצר, משווק, מייבא או מאחסן, במסגרת עסקית, חטיף, צעצוע או ממתק לרבות גומי לעיסה, בצורה של מוצר עישון, בניגוד להוראות סעיף 7א(ד).

(1א) העושה אחד מאלה, דינו – קנס כאמור בסעיף 61(א)(3) לחוק העונשין, ואם נעברה העבירה על ידי תאגיד – כפל הקנס כאמור:

(1) מציב או מחזיק במכונה למכירת מוצרי עישון בניגוד לסעיף 7ב;

(2) מוכר, משכיר או משאיל מוצר עישון לקטין בניגוד לסעיף 8א;

(3) לא מגיש דוח לשר הבריאות או מגיש דוח חלקי או לא נכון בניגוד לסעיף 9א(א) ו-(ב)."

הוספת סעיף 11ב .11 אחרי סעיף 11א לחוק העיקרי יבוא:

- 11.ב. (א) נושא משרה בתאגיד חייב לפקח ולעשות כל משרה בתאגיד
שניתן למניעת ביצוע עבירה לפי סעיף 11 בידי התאגיד או בידי עובד מעובדיו; המפר הוראה זו, דינו – קנס כאמור בסעיף 61(א)(3) לחוק העונשין.
- (ב) נעברה עבירה לפי סעיף 11 על ידי תאגיד או על ידי עובד מעובדיו, חזקה היא כי נושא משרה בתאגיד הפר את חובתו לפי סעיף קטן (א), אלא אם כן הוכיח כי עשה כל שניתן כדי למלא את חובתו.
- (ג) בסעיף זה, "נושא משרה בתאגיד" – מנהל פעיל בתאגיד, שותף, למעט שותף מוגבל, או בעל תפקיד אחר בתאגיד האחראי מטעם התאגיד על התחום שבו נעברה העבירה."

12. ביטול סעיף 12 .12 סעיף 12 לחוק העיקרי – בטל.
13. תיקון סעיף 13 .13 בסעיף 13 לחוק העיקרי, במקום "פרסומת למוצר טבק או פרסומת לשם מסחרי" יבוא "פרסומת למוצר עישון" והסיפה החל במילים "ובלבד שפרסומת" – תימחק.
14. תחילה (א) תחילתו של חוק זה, למעט ההוראות המפורטות בסעיפים קטנים (ב) ו-ג), שלושה חודשים מיום פרסומו (בסעיף זה – יום התחילה).
(ב) תחילתם של פסקה (3) להגדרה "שיווק" שבסעיף 1 לחוק העיקרי ושל סעיף 4 כנוסחו בחוק זה, שנתיים מיום פרסומו של חוק זה.
(ג) תחילתם של סעיפים 3 ו-5(א) לחוק העיקרי כנוסחם בחוק זה ושל סעיף 6, שנה מיום פרסומו של חוק זה.

ד ב ר י ה ס ב ר

כללי מטרתו של חוק זה לאסור באופן כללי את הפרסומת למוצרי טבק במטרה להקטין את חשיפת הציבור לפרסומות למוצרים אלה, הגורמים למוות, תחלואה ונכות. איסור מקיף על פרסומת חשובה במיוחד על מנת להגן על ילדים וצעירים מהשפעותיה של פרסומת, המייצרת תדמית חיובית ומושכת לעישון.

חוק הגבלת הפרסומת והשיווק של מוצרי טבק, התשמ"ג–1983 (להלן – החוק), קובע מספר מגבלות על הפרסומת והשיווק של מוצרי טבק. מאז חקיקת החוק, חלו תמורות בעולם ביחס לעישון ושימוש במוצרי טבק. בשנת 2003 חתמה מדינת ישראל על אמנת המסגרת לפיקוח על טבק (Framework Convention on Tobacco Control – FCTC) ובאוגוסט 2005 אישרה אותה (להלן – האמנה). סעיף 13(1) לאמנה קובע כי המדינות החברות באמנה מכירות באיסור מקיף על פרסומת, קידום מכירות ומתן חסות

יצמצם את הצריכה של מוצרי טבק. סעיף 13(2) לאמנה קובע כי על מדינה החברה באמנה לקבוע, בהתחשב בחוקתה או עקרונותיה החוקתיים, איסור מקיף על כל פרסומת למוצרי טבק, קידום מכירות ומתן חסות. מדינות רבות בעולם מיישמות מחויבות זו בחקיקה, ביניהן, בריטניה, צרפת, צ'כיה, דנמרק, אוסטרליה, בלגיה, פינלנד, אירלנד, איטליה, הולנד, ניו-זילנד, נורווגיה, פולין, פורטוגל, סלובניה, ספרד ושוודיה. במדינות אלה יש איסור על פרסומת בעיתונות, בשלטי חוץ, במתן חסויות ובחלק מהן אף איסורים נוספים, כמפורט בסקירה משווה שנערכה במרכז המחקר והמידע של הכנסת בנובמבר 2010.

אמנם, איסור על פרסומת למוצרי טבק פוגע בחופש העיסוק וחופש הביטוי של חברות הטבק, אך בהתחשב בנזקים הכבדים לבריאות הציבור וההשלכות של נזקים אלה, האיסור הכללי המוצע על פרסומת מסוג זה והמגבלות על שיווק מוצרי טבק, הם מידתיים לדעת מציעי הצעת החוק. יובהר כי כדי להימנע מפגיעה בעיסוק של חברות הטבק מעבר לנדרש, לא מוצע איסור מוחלט של פרסומת למוצרי טבק אלא מוצע להתיר מספר מצומצם של ערוצי פרסומת הממוקדים בציבור המעשנים בלבד, שייחשפו לפרסומת באופן רצוני.

הצעת חוק זו היא חלק אינטגרלי של יישום החלטת ממשלה מספר 3247 מיום 29.5.2011, שבה הוחלט, בין היתר, בהתבסס על המלצותיה של הוועדה הציבורית למניעת נזקי עישון מיום 18.1.2011, "להטיל על שר הבריאות להפיץ בתוך 90 ימים תזכיר חוק לתיקון חוק להגבלת הפרסומת והשיווק של מוצרי טבק, התשמ"ג-1983, כך שייקבעו בו מגבלות מחמירות על פרסומת למוצרי טבק וכן מגבלות נוספות על שיווק של מוצרי טבק, איסור על מכונות אוטומטיות לממכר מוצרי טבק, הסמכת שר הבריאות לחייב סימון מוצרי טבק באזהרות גרפיות וחובת דיווח על רכיבי מוצרי טבק, וכל זאת בתיאום עם משרד המשפטים ויתר משרדי הממשלה הנוגעים בדבר."

אחד התיקונים המרכזיים בהצעת החוק הוא החלפת ההגדרה "מוצר המשמש לעישון טבק" בהגדרה "מוצר עישון". ההגדרה "מוצר המשמש לעישון טבק" כוללת היום את רשימת המוצרים המשמשים לעישון טבק כדוגמת נרגילה, ניירות גלגול ועוד. אולם, בהגדרה זו אין התייחסות לחומרי עישון נוספים ממקור צמחי שאינם טבק. לפיכך, מוצע להרחיב את ההגדרה ולקבוע כי "מוצר עישון" שעליו יחול החוק, יכלול את כל סוגי חומרי העישון, לרבות טבק וחומרים אחרים ממקור צמחי וכן את המוצרים המשמשים לעישונם. בהתאם לכך, האיסורים החלים היום על מוצר טבק יחולו על מוצרי עישון נוספים, שאינם מכילים טבק, וכן על המוצרים המשמשים לעישון טבק וחומרים אלו.

סעיף 1 מוצע לשנות את שם החוק כדי לשקף את מהותו בצורה טובה יותר לאור התיקונים המוצעים.

סעיף 2 מוצע לתקן את ההגדרה של "פרסומת". על פי ההגדרה הקבועה בחוק בנוסחו היום, "פרסומת" היא "פרסומת בעל פה, בכתב, בדפוס או באמצעים אלקטרוניים, המיועדים או הזמינים לציבור, לרבות פרסומת עקיפה". הגדרה זו אינה מספקת, לאור הדרכים המתוחכמות בהן עושות שימוש חברות הטבק כדי לשווק את מוצריהן, במיוחד אלה המופנות לצעירים, כגון קיום מסיבות שיווק ואירועים שונים, פעילות במרחב האינטרנטי, פעילות קידום מכירות תוך שימוש בדיילות ועוד. בנוסף, חברות הטבק ואלה העוסקות במוצרי עישון עושות שימוש בפרסומות סמויות על מנת לפרסם את מוצריהן כדי לעקוף את המגבלות הקיימות בחוק. לכן, מוצע לתקן את ההגדרה, כך שתחול גם על תופעות אלה.

כמו כן, מוצע לתקן את ההגדרה "שיווק". בחוק כנוסחו היום, "שיווק" מוגדר ככולל מכירה, הספקה או

יבוא של מוצרי טבק, למעט יצוא, יבוא על ידי זכאים לפטור מתשלום מכס ומכירה בחנויות פטורות מכס. בהתאם להנחיות האמנה בסעיף 13, יש להטיל איסור גורף על פעילות פרסום וקידום מכירות של מוצרי טבק. לפיכך, מוצע להחליף את החרג לעניין מכירה בחנויות פטורות מכס, ולקבוע כי תתאפשר מכירה במחסן לצידת אניות וכלי טיס משום שמקומות אלה אינם פתוחים לציבור הרחב ואין צורך בהטלת מגבלות באותם מקומות.

בנוסף, מוצע להגדיר "עשיית פרסומת", כדי להבהיר כי מי שיוצר, מפיק, מזמין או מממן פרסומת האסורה לפי החוק נכלל בגדר אלה העוברים עבירה לפי סעיפים 2,3,5 ו-13 לחוק שעניינם איסורים על עשיית פרסומת. בשל הוספת ההגדרה "עשיית פרסומת", מתייטר סעיף 12 הקובע כי מי שהפיק פרסומת וגרם לפרסומה וכן מי שהזמין פרסומת ופרסם אותה יואשם בעבירה החוק, ולכן מוצע לבטלו.

סעיף 3 מוצע להוסיף סעיף חדש בו תפורט מטרת החוק. סעיף זה ייתן ביטוי לצורך להתמודד עם הנזקים הקשים והקטלניים הנגרמים לבריאות כתוצאה מעישון וכן למדיניות הנדרשת לצמצום נזקים אלה באופן משמעותי, כגון דרך קביעת איסורים, הגבלות וחובות אחרים, על פרסום מוצרי עישון ועל שיווקם, מתן מידע לציבור ועוד. באמצעות צעדים כגון אלה, ניתן לצמצם את התחלת העישון של קטינים וצעירים ולמנוע את התמכרותם לשימוש במוצרי עישון. כמו כן, חשיפה לפרסומת ונגישות למוצרי עישון מקלות על התחלת העישון בקרב קטינים וצעירים ואף מכבידות על גמילה מעישון. מטרתן של הוראות אחרות של החוק הינה להגביל את השימוש בחומרי טעם וריח העשויים למשוך קטינים וצעירים לעישון ולהקל על העישון בתקופת ההסתגלות וההתמכרות לעישון, לחייב את יצרני ויבואני הסיגריות במתן מידע לציבור ושקיפות לגבי הרכיבים של מוצרי עישון, הכל כדי למזער את היקף השימוש במוצרי עישון ככל שניתן.

סעיף 5 בהתאם להנחיות האמנה בסעיף 13 וההמלצות המורחבות ליישום יעיל של סעיף זה, יש להטיל איסור גורף על פעילות פרסום וקידום מכירות של מוצרי טבק, בכל אמצעי, בתוך פרק זמן של 5 שנים מיום כניסת האמנה לתוקף. בשנת 2017 מלאו 12 שנים לכניסת האמנה לתוקף ומאשרורה על ידי ממשלת ישראל. בהתאם לכך, מוצע לשנות את נקודת המוצא של החוק, ובמקום ההוראה שלפיה האיסור על פרסומת למוצרי עישון יחול רק על ערוצי פרסומת הנמנים ברשימה סגורה, כפי שקיים היום בחוק, מוצע לקבוע כי האיסור יחול על פרסומת בכל הערוצים, למעט בערוצים מסוימים אשר יפורטו בחוק.

כדי להימנע מפגיעה שלא לצורך בחופש העיסוק, מוצע להוסיף מספר חריגים, אשר יחולו על פרסומת בכתב או ברשת האינטרנט אליה ייחשפו מבוגרים בלבד אשר מעוניינים בכך, למעט פרסום בדרך של תחרות או משחק, כדי לא לעקוף את הוראות סעיף 8(א) לחוק. כמו כן, ככל שמדובר במשחק אסור, הגרלה או הימור – יחול לגביהם האיסור הפלילי הקבוע בסעיף 225 לחוק העונשין, התשל"ז-1977 (להלן – חוק העונשין). כמו כן, מוצע להחריג יצירת אומנות או דיווח חדשותי שלא נעשו למטרות פרסומת, כדי לצמצם את הפגיעה בחופש הביטוי. כמו כן, מוצע לאפשר פרסומת למוצר שאינו מוצר עישון אך בעל שם דומה לשם מסחרי של מוצר עישון בתנאים מסוימים, וכן מוצע לבטל את הפטור הקיים למתן חסות לסוגי אירועים מסוימים, היות וגם אירועים אלה משמשים לקידום מכירת מוצרי עישון, במיוחד בקרב צעירים. בנוסף, מוצע להחריג את העיתונות הכתובה, ולהתיר לעיתונים לפרסם בין דפיהן מוצרי עישון ובלבד שהמפרסם יצטרך לרכוש שטח פרסום בגודל זהה, לאזהרה בגין סכנות העישון שתהיה צמודה לפרסומת המקורית.

סעיף 7 לאור מחיקת ההגדרה של "פרסומת עקיפה", והכללת מושג זה, מבחינת המהות, בהגדרה

של "פרסומת", מוצע להעביר לסעיף זה את הסייגים לכלל הקיים, האוסר על פרסומת עקיפה בסעיף 7א לחוק, כנוסחו היום.

כמו כן, כדי למנוע מצב בו אופן הצגת מוצרי עישון למכירה מהווה פרסומת בפני עצמה, כפי שקיים כבר היום בחנויות רבות, ובהתאם להנחיות האמנה בסעיף 13 וההמלצות המורחבות ליישום יעיל של סעיף זה, מוצע לקבוע כי הצגת מוצרי עישון לא תהיה באופן בולט במסגרת עסקית, בהתאם להוראות שיקבע שר הבריאות לעניין זה בתקנות.

סעיף 8 סעיף 5 לחוק מגביל את השימוש בשם או בדמותם של אנשים או איבריהם, ובעלי חיים, בפרסומת למוצרי טבק. כיום, אין הגבלה דומה על שימוש בתמונות של פירות בפרסומת למוצרי טבק, כפי שקיים בעיקר באריזות טבק לנרגילה. עישון נרגילה נפוץ היום בקרב צעירים, בין השאר מכיוון שעישון נרגילה מאפשר עישון במשותף וקיימת תפיסה מוטעית בקרב צעירים והוריהם לגבי מידת הנזק בעישון נרגילה, בשונה מהמודעות הקיימת לגבי נזקי עישון סיגריות. על אריזות הטבק לנרגילה מקובל להציג פירות שונים, כגון תפוח, תותים ובננות, כמייצגים את טעם וניחוח עשן הטבק וצרכני טבק זה, שרבים מהם צעירים, טועים לחשוב שמדובר על מוצר עישון שאינו מזיק כלל או הנזק בו קטן עד זניח, שכן פירות כידוע מומלצים לאכילה והם גם בעלי ריח נעים. לכן, מוצע להוסיף הוראה האוסרת על שימוש בתמונות של פירות בפרסומת למוצרי עישון, לרבות מוצרי טבק.

סעיף 9 מוצע להחליף את סעיף 7א לחוק שקובע בנוסחו היום מגבלות על פרסום עקיף של מוצר טבק, משום שחלקו מתייגר לאור ההגדרה החדשה של "פרסומת", הכוללת פרסומת עקיפה, תוך שמירה על מהות ההוראות הקיימות הנועדות למנוע תופעת ה-"brand-stretching".

במקום הסעיף הקיים, מוצע לקבוע הוראות דומות אך ברורות יותר להוראות הקיימות לגבי השימוש בשמות של מוצרים שאינם מוצרי עישון בשמות של מוצרי עישון וכן לקבוע הוראה דומה לעניין השמות של עסקים ופעילויות שונות.

בנוסף, מוצע להוסיף הוראה חדשה, הקובעת איסור על ייצור ושיווק של מוצרי מזון וצעצועים הדומים למוצרי עישון בהתאם להמלצת האמנה.

סעיף 10 מוצע לתקן את העונשים הקבועים לעבירות השונות בסעיף 11 לחוק, כך שיהיה מדרג כמקובל בחקיקה עדכנית, תוך מתן ביטוי, בין השאר, למהות העבירה וחומרתה. כיום, קבוע בצד העבירות קנס כאמור בסעיף 61(א)(1) או (4) לחוק העונשין, שסכומם היום הוא 14,400 שקלים חדשים או 226,000 שקלים חדשים, בהתאמה. מאחר שהעבירות המנויות בחוק זה כלכליות בעיקרן, והרווח הצפוי מהפרתן לחברות הטבק הוא ניכר, על פי עקרונות הגמול וההתרעה ראוי להחמיר את הענישה ולקבוע קנסות גבוהים יותר. על כן, מוצע לקבוע כי העונש בשל הפרת איסורי הפרסומת, האיסורים העוסקים בסימון מוצר והצגתו, איסורי השיווק וההפצה והאיסור על עשיית שימוש בשמות מסחריים יהיה קנס כאמור בסעיף 61(א)(4) לחוק העונשין, ובשל מכירת מוצר עישון לקטין, הצבת מכונה לממכר מוצרי עישון ואי הגשת דו"חות בניגוד לחוק יהיה קנס כאמור בסעיף 61(א)(3) לחוק העונשין, שסכומם היום הוא 75,300 שקלים חדשים. כמו כן, כאשר העבירות האמורות מבוצעות על ידי תאגיד, מוצע לקבוע כי העונש יהיה כפל קנס הקבוע לצד העבירה.

סעיף 13 סעיף 13 לחוק קובע חזקה על פיה פרסומת נעשית על ידי היצרן או היבואן של מוצר הטבק או על פי הוראותיהם. חזקה זו מסויגת לעניין פרסומת שנעשתה בחו"ל, באופן שאינו ברור דיו. לכן, מוצע להבהיר כי הסייג חל על פרסומת למוצר עישון או לשם מסחרי של מוצר עישון.

הצעת חוק דומה בעיקרה הונחה על שולחן הכנסת העשרים על ידי חבר הכנסת איתן כבל וקבוצת חברי הכנסת (פ/20/4826).

הוגשה ליו"ר הכנסת והסגנים
והונחה על שולחן הכנסת ביום
ל' בכסלו התשע"ח – 18.12.17