

# כללי הרשות השניה לטלויזיה ורדיו (אתיקה בפרסומת בטלויזיה), תשנ"ד- 1994

בתוקף סמכותה לפי סעיפים 24 ו-88 לחוק הרשות השניה לטלויזיה ורדיו, התש"ן-1990 (להלן – החוק), ובידיעת ועדת החינוך והתרבות של הכנסת, קובעת מועצת הרשות השניה לטלויזיה ורדיו כללים אלה:

## פרק א': פרשנות ותחולה

### הגדרות

1. (א) בכללים אלו –

"בעל זכיון" – כהגדרתו בכללי הרשות השניה לטלויזיה ורדיו (שיבוץ תשדירי פרסומת בשידורי טלויזיה), התשנ"ב-1992 (להלן – כללי השיבוץ);

"הודעת חסות" – כהגדרתה בכללי הרשות השניה לטלויזיה ורדיו (חסות לתכניות), התשס"ט-2009;

"טענה" – אמרה או מצג הנחזים להיות קביעה עובדתית;

"ענין ציבורי" – לרבות גילוי של עבירה פלילית, חשיפה של התנהגות אנטי חברתית, הגנה על בריאות הציבור, שלום ורווחתו ומניעת הטעיית הציבור.

"קדימון" (promo) – כל אחד מאלה:

(1) תשדיר המודיע על לוח השידורים או על שידור אחד או יותר שישודרו בעתיד, בין מיד לאחר שידורו ובין מאוחר יותר באותו יום או במועד אחר, בין של בעל הזכיון ובין של בעל זכיון אחר באותו ערוץ (קדימון צולב);

(2) תשדיר שנועד לקדם את שידורי בעל הזכיון, או את שידורי בעל זכיון אחר באותו ערוץ (קדימון צולב), לרבות תשדיר תדמיתי ותשדיר המזהה את בעל הזכיון (ID) שאינו את בעל הזכיון;

(3) כל תשדיר אחר שאינו אחד מאלה: תכנית, תשדיר פרסומת, ציון חסות, מילואה (Filler) או תשדיר לשירות הציבור;

"תשדיר פרסומת" – כל תשדיר, פינה או משדר קצר אחר, לרבות אם הם בעלי ערך תכני, המכילים אזכור של גורם מסחרי, בין כנותן פרס בין אחרת, או הבאים לקידום שמו, שם עסקו או שם מוצריו או שירותיו של אדם, או לקידום מכירתם, בתמורה כספית או אחרת, בין במישרין ובין בעקיפין, למעט הודעת חסות.

(ב) מונחים אחרים בכללים אלה, ככל שלא הוגדרו בחוק, תהא להם המשמעות שיש להם בכללי השיבוץ, אלא אם כן מהקשר הדברים משתמע אחרת.

### תחולה

1א. (א) כללים אלה, למעט סעיפים 9, 16, 17, 21, 26, 27, 33, 35, 37 ו-38, יחולו גם על הודעת חסות.

(ב) כללים אלה, למעט סעיפים 9, 21, 24, 33, 37 ו-38, יחולו גם על תשדיר לשירות הציבור כהגדרתו בכללי השיבוץ.

(ג) סעיפים 3, 7, 7א, 9 ו-14 יחולו גם על קדימון.

## **פרק ב': עקרונות כלליים**

### **התאמה להוראות כל דין**

2. (א) בעל הזכיון אחראי לכך שלא יהיה בתשדיר פרסומת המשודר במסגרת שידוריו, דבר הנוגד הוראות כל דין, ובפרט כללים אלה.

(ב) מבלי לגרוע מהוראות סעיף 7 לכללי הרשות השניה לטלוויזיה ורדיו (אישור מוקדם של תשדירי פרסומת), התשנ"ד-1994 (להלן – כללי האישור המוקדם), לא יהיה בכל אישור שנתן גורם כלשהו או מצג שלו כדי לפטור את בעל הזכיון מאחריותו לפי סעיף זה.

### **פגיעה בכבוד האדם**

3. לא ישדר בעל זכיון תשדיר פרסומת שיש בו משום פגיעה בכבוד האדם, בטעם הטוב או ברגשות הציבור.

### **פרסומת אמת**

4. לא ישדר בעל זכיון, ביוזעין או ברשלנות, תשדיר פרסומת המכיל, במפורש או במשתמע, טענה שאיננה אמת או שיש בו הפרזה החורגת מדברי שבח סתמיים או תשדיר פרסומת שיש בו או שחסר בו דבר באופן העלול להטעות צופה סביר.

### **איסור הסתה**

5. לא ישדר בעל זכיון תשדיר פרסומת שיש בו הסתה לגזענות, לאפליה או לפגיעה באדם או בקבוצת בני אדם.

### **פגיעה בפרטיות**

6. מבלי לגרוע מהוראות כל דין, לא ישדר בעל זכיון תשדיר פרסומת שיש בו כדי לפגוע בפרטיותו של אדם ללא הסכמתו.

### **אלימות ופניה לרגש הפחד**

7. לא ישדר בעל זכיון תשדיר פרסומת שיש בו אלימות יתרה או פניה אל רגש הפחד, אלא אם כן קיים ענין ציבורי מובהק בכך, במידה המתחייבת ובכפוף להוראות כל דין.

### **עבריינות וסמים מסוכנים**

7א. לא ישדר בעל זיכיון תשדיר פרסומת העלול לעודד עבריינות או שימוש בסמים מסוכנים.

### שפת הפרסומת

8. (א) לא ישדר בעל זכיון תשדיר פרסומת שאיננו בעברית או בערבית ובלשון תקנית ורהוטה, אלא אם כן מדובר בלשון הנהוגה בדיבור או בעגה והדבר קשור עניינית לתוכן הפרסומת.

(ב) על אף האמור בסעיף קטן (א), רשאי המנהל, במקרים חריגים, להתיר שידורו של תשדיר פרסומת בשפה אחרת, ובלבד שילוה בכתוביות תרגום לעברית או לערבית.

(ג) בעל זכיון לשידורי טלוויזיה רשאי לשדר תשדיר פרסומת מיובא, במסגרת המותרת לו, בשפתם המקורית ובלבד שתהיה מלווה בכתוביות בעברית או מדובבת בלשון כמפורט בסעיף קטן (א).

(ד) אין בהוראות סעיף זה כדי לאסור ליווי של תשדיר פרסומת בטלוויזיה בכיתוב בשפה נוספת.

### פרסומת מוסווית ופרסומת אגב

9. (א) לענין סעיף זה –

"אירוע התרמה מיוחד" – אירוע טלוויזיוני יוצא דופן, המשודר במשך ארבע שעות לפחות, שמטרתו גיוס תרומות מהציבור, למטרה ציבורית, שאישרו המנהל ויושב ראש המועצה מראש ובכתב, בתנאי שבעל זיכיון בערוץ 2 לא יערוך יותר משני אירועים כאלה בשנה, ובעל זיכיון בערוץ השלישי לא יערוך יותר משלושה אירועים כאלה בשנה;

"פרסומת אגב" – פרסומת המופיעה, לכאורה, כבדרך אגב;

"פרסומת מוסווית" – פרסומת המשודרת באופן שצופה סביר עלול שלא לזהות כי יש בה פרסום למוצר או שירות;

"פרסומת בלתי מודעת" – פרסומת המשודרת באופן שבו מועבר מסר פרסומי לצופים, בלי שהם מודעים לכך באופן מלא, בתמונות חטופות או בצורה אחרת.

(ב) לא ישדר בעל זכיון דבר שהוא בגדר פרסומת אלא בדרך של תשדיר פרסומת.

(ג) מבלי לגרוע מהאמור בסעיף קטן (ב) לא ישדר בעל זכיון דבר שהוא בגדר פרסומת מוסווית, פרסומת בלתי מודעת או פרסומת אגב.

(ד) על אף האמור בסעיף זה לעיל, רשאי בעל זכיון לשדר משדר הכולל למעשה, פרסומת אגב למוצר או שירות, כגון תחרות ספורט או מופע המצולמים כפי שהתקיימו ומוצבים בהם שלטי פרסומת וכיוצא בכך או תכנית שהוזכר בה מופע, תקליטור, ספר וכיוצא בכך, ובלבד שהתקיימו כל אלה:

(1) בעל הזכיון לא קיבל כל תמורה, ישירה או עקיפה, בשל שידור כאמור;

(2) החלטת בעל הזכיון לשדר משדר כאמור לא הושפעה בכל דרך שהיא מהפרסום הכלול בו;

(3) הפרסום הוא תוצאת אגב של המשדר עצמו ואיננו עובר את גבול הסביר מבחינת מרכזיותו במשדר;

(4) המשדר איננו כשלעצמו תשדיר פרסומת;

(5) הפרסומת עצמה אינה מנוגדת לכל דין, לרבות כללים אלה.

(ה) בעל זיכיון רשאי לשדר צילום של אירוע שאינו מופק בידי בעל הזיכיון או בעבורו ושוב מוזכרים גורמים מסחריים המשתתפים במימון האירוע, או מוצרים ושירותים שלהם, ובלבד שבמהלך השידור לא יוזכרו יותר מעשרה גורמים כאמור, שמתוכם לפחות חמישה הם גורמים שעיסוקם קשור לנושא התכנית, ושכל גורם כאמור, לרבות המוצרים והשירותים שלו, לא יוזכר יותר משלוש פעמים, וכן יתקיימו התנאים האמורים בפסקאות (1) עד (5) בסעיף קטן (ד).

(ה1) על אף האמור בסעיף זה, רשאי בעל זיכיון, באישורם מראש ובכתב של המנהל ויושב ראש המועצה, לשדר דבר שהוא בגדר פרסומת אגב לגורם מסחרי (להלן – חשיפה) המשולב בשידור של אירוע התרמה מיוחד, ובלבד שיתקיימו התנאים המפורטים להלן נוסף על התנאים שהתנה המנהל:

(1) החשיפה תיעשה בתמורה לתרומה של סכום גבוה, שלא יפחת מסכום שיאשרו המנהל ויושב ראש המועצה, שיתן הגורם המסחרי למטרה או למטרות ציבוריות שנקבעו מראש לאירוע ההתרמה המיוחד (בסעיף זה – המטרה הציבורית);

(2) כספי התרומות שייאספו באירוע ההתרמה המיוחד יחולקו לפי קביעת גוף ציבורי, בפיקוח רואה חשבון, והם לא ישמשו, במישרין או בעקיפין, להפקת האירוע, כולו או חלקו, או למימון פעילותו של הגוף הציבורי;

(3) החשיפה של מוצר או שירות תהיה חזותית או מילולית, באופן שניתן לזהות את שמו וסימנו המסחרי של הגורם המסחרי;

(4) לא ייאמרו דברי שבח, תיאור טכני או איכותי, הסבר או השוואה למוצרים או שירותים מתחרים, ולא ייכללו סיסמת פרסומת או אזכור של מבצע מטעם הגורם המסחרי וכיוצא באלה;

(5) החשיפה תיעשה באופן שישתלב בטבעיות ובאופן סביר במישדר, בלי שהמוצא יהפוך למרכז העיסוק במישדר;

(6) בעל הזיכיון לא יקבל בשל החשיפה כל תמורה, ישירה או עקיפה;

(7) לפני שישודר הקטע שבו תשולב החשיפה תינתן הודעה, שנוסחה יאושר בידי המנהל, באמצעות כתובית או בעל פה, בדבר קיומה של חשיפה כאמור בתמורה לתרומה;

(8) קטע מאירוע התרמה מיוחד הכולל חשיפה, לא ישודר בשידור חוזר;

(9) שידור האירוע המיוחד והחשיפה אינם נוגדים כל דין, לרבות כללים אלה.

(ו) בשידור של מופע אולפן המופק בידי בעל זיכיון או בעבורו שבו משולב כלי נגינה גדול, כגון פסנתר או מערכת תופים, לא ייכלל צילום של שם בולט של יצרן, יבואן, משווק וכיוצא בזה על גבי כלי הנגינה; ההימנעות מצילום תיעשה בדרך של כיסוי השם או בדרך אחרת.

## פרק ג': הגבלות על הפרסומת

## אזכור נותני פרסים

9א. אזכור של גורמים מסחריים המעניקים פרסים בתכניות שבהן מוענקים פרסים כספיים או אחרים, ייעשה בכפוף לתנאים אלה:

(1) ניתן להזכיר את המוצר או השירות שניתן כפרס, ואת שם נותן הפרס לרבות היצרן, היבואן או המשווק של המוצר או נותן השירות, אך לא ייאמרו דברי שבח, תיאור איכותי או השוואה למוצרים או שירותים מתחרים, ולא יכללו סממה פרסומית או אזכור של מבצע מטעם המפרסם וכיוצא באלה;

(2) פרס מסוים או נותנו לא יזכרו יותר משלוש פעמים; לענין זה, כל אזכור, בין במלל, בקריינות, בתמונה או בכיתובית ייספר בנפרד, אף אם הוא בו זמני עם אזכור אחר כאמור; אזכור מילולי בכתב יובא ברצועה שגודלה לא יעלה על שליש מן המסך;

(3) לא יינתנו יותר משלושה פרסים על ידי אותו גורם מסחרי בתכנית אחת – אם אורך התכנית הוא עד חצי שעה, ואם אורכה עולה על חצי שעה – פרס נוסף אחד לכל 12 דקות נוספות;

(4) בתכנית שבה מוענק יותר מפרס אחד לא יהיה גורם מסחרי בלעדי המעניק פרסים;

(5) לא תהיה חשיפה של הפרסים ונותניהם בקדימונים לתכנית.

## פרסומת דתית

10. (א) לא ישדר בעל זכיון תשדיר פרסומת שיש בו הטפת מסר דתי או המכוון לתכלית הנושאת אופי דתי.

(ב) אין באמור בסעיף קטן (א) כדי למנוע שידור תשדירי פרסומת שענינם מוצרים או שירותים הכרוכים בדת.

## פרסומת בנושאים השנויים במחלוקת

11. לא ישדר בעל זכיון תשדיר פרסומת שיש בו העברת מסר בנושא פוליטי, חברתי, ציבורי או כלכלי השנוי במחלוקת בציבור.

## מוצרים ושירותים האסורים בפרסום

12. לא יפרסם בעל זכיון, במישרין או בעקיפין, מוצרים ושירותים בנושאים המפורטים להלן:

(1) מוצרי טבק ועישון;

(2) מוצר המיועד לסייע להתחמק מבדיקה חוקית או להפריע לביצועה בכל דרך אחרת;

(3) מיסטיקה, תורת הנסתר, העל טבעי וכיוצא באלה, אולם רשאי המנהל להתיר פרסומם של דברי דפוס, בנושאים האמורים, אם שוכנע כי יש בתוכם ענין לציבור;

(4) סוכנויות פרטיות לחקירות;

(5) נשק, תחמושת ומועדוני ירי או מועדונים לנשק;

(6) חומר תועבה; שירותי ליווי; שירותי מין.

### **שימוש לרעה בגוף האדם**

13. מבלי לגרוע מכלליות האמור בסעיף 3, לא ישדר בעל זכיון תשדיר פרסומת שיש בו שימוש לרעה בגוף האדם, בין היתר באופן שיש בו אחד מאלה:

(1) עיוות מבזה של דמות אדם לרבות שילוב או עיוות מבזה בין דמות אדם לקול;

(2) הצגה או תיאור של פגם גופני או נכות או מום אחר בדרך שעלולה לפגוע בצופה או במאזין סביר בעל פגם גופני, נכות או מום כאמור, אלא אם כן קיים ענין ציבורי מובהק בכך, במידה המתחייבת ובכפוף להוראות כל דין.

### **מין בפרסומת**

14. מבלי לגרוע מהאמור בסעיף 3, לא ישדר בעל זכיון תשדיר פרסומת הכולל הצגה של יחסים מיניים, רמיזות מיניות, אדם כקורבן של אלימות מינית או כיוזם אלימות מינית אלא אם כן קיים ענין ציבורי מובהק בכך, במידה המתחייבת להוראות כל דין.

### **התנהגות העלולה להזיק**

15. לא ישדר בעל זכיון תשדיר פרסומת המעודד התנהגות העלולה להזיק לבריאות, לפגוע בבטיחות, באיכות הסביבה או בבעלי חיים, לרבות עידוד לצריכה מוגזמת של מוצר או שירות באופן העלול לפגוע בבריאות או בבטיחות או לפעולה בניגוד להוראות כל דין.

### **המעטת ערך אחרים**

16. לא ישדר בעל זכיון תשדיר פרסומת שיש בו תקיפה של מוצרים או גופים אחרים או ממעיט בערכם, בדרך שאינה הוגנת או על ידי הטעיה. אין באיסור זה כדי למנוע שבח למוצר או לגוף המתפרסם או עריכת השוואה המותרת לפי כללים אלה.

### **הגרלות תחרויות ופרסים**

17. לא ישדר בעל זכיון תשדיר פרסומת המזמין את הציבור להשתתף בהגרלות, בתחרויות או מבצעי פרסים כלשהם אלא בכפוף להוראות כל דין, ולאחר שנקט אמצעים סבירים כדי לוודא כי משתתפים צפויים יוכלו לקבל פרטים מודפסים בדבר תנאי התחרות, הכרזת התוצאות וחלוקת הפרסים, ואם קיימים תנאים מיוחדים לצורך השתתפות והתחרות – אף מידע בדבר התנאים האמורים.

### **דרישת תשלום או פקדון**

18. לא ישדר בעל זכיון תשדיר פרסומת הכולל דרישה לתשלום או לפקדון לצורך קבלת מידע על הצעה הכלולה בתשדיר.

## פרסומת ללימודים והשתלמויות

19. (א) לא ישדר בעל זכיון תשדיר פרסומת המציע קורסי לימוד והשתלמות המהווים הכנה לקראת מבחנים מקצועיים או טכניים, אם משתמעת ממנו הבטחה לתעסוקה וודאית.

### שיווק ישיר

20. לא ישדר בעל זכיון תשדיר פרסומת בדבר הצעות לרכישה באמצעות הדואר או באופן אחר של קשר ישיר כגון טלפון, אינטרנט, כרטיס אשראי וכיוצא באלה, אלא בתנאים הבאים:

(1) בעל הזכיון קיבל מהמפרסם התחייבות כי נעשו סידורים לכך שכל דורש יקבל מידע מהמפרסם בכל הנוגע למוצר או לשירות המוצע, כי המפרסם ערוך לתת מענה לכל הפניות שיבואו מהציבור כתוצאה מהפרסומת, וכי המפרסם ערוך לספק את הדרישה לרכישת המוצר או השירות;

(2) בעל הזכיון קיבל מהמפרסם התחייבות כי אם יחול שינוי במצב היערכותו של המפרסם והוא לא יהיה מסוגל לעמוד בדרישות האמורות בפסקה (1), הוא יביא עובדה זו מיד לידיעת בעל הזכיון, אשר יחדל משידור הפרסומת;

(3) התשדיר אינו מכוון לקטינים.

### שירותי טלפון בתשלום

21. לא ישדר בעל זכיון תשדיר פרסומת לשירות הניתן באמצעות הטלפון אלא אם כן התקיימו בו כל אלה:

(1) התשדיר כולל פירוט מחירי השיחה לדקה בשעות רגילות ובשעות שיא;

(2) אם השירות כרוך בהתקשרות של חמש דקות לפחות, מובהר בתשדיר הפרסומת כי השימוש בשירות עלול להיות כרוך בהתקשרות ארוכה;

(3) היתה הפרדה בין תשלום עבור השירות הניתן ובין תשלום עבור השימוש בטלפון, הדבר צויין בתשדיר הפרסומת בבירור.

### היכריות של בני זוג

22. (בוטל)

### משקאות אלכוהוליים

23. (א) בעל זכיון לא ישדר תשדיר פרסומת למשקה אלכוהולי המכוון לקטינים או שמופיע בו קטין, וכן לא ישדר תשדיר פרסומת שנטען או נרמז בו באופן מטעה כי שתיית משקה אלכוהולי תורמת לאיכות חיים, לבריאות, להצלחה, לתפקוד משופר שכלית או גופנית, להצלחה מינית, או תשדיר המציע תחרות או מבצעי פרסים בהקשר לשתייה, או המציג שתייה בלתי מבוקרת; לעניין זה, "משקה אלכוהולי" – משקה המכיל שני אחוזים או יותר אלכוהול לפי הנפח.

(ב) על אף האמור בסעיף קטן (א) רשאי בעל זכיון לשדר תשדיר פרסומת שמתקיים בו דבר מן המפורט בסעיף קטן (א) אם קיים עניין ציבורי מובהק בכך, במידה המתחייבת ובכפוף להוראות כל דין.

## פרק ד': הטעיה

### הטעיה

24. (א) לא ישדר בעל זכיון תשדיר פרסומת העלול להטעות את קהל הצופים (להלן – הטעיה).

(ב) כהטעיה יראו פרסומת –

(1) שנעשתה על ידי שימוש בקולו, דיוקנו או דמותו של איש תקשורת והיא בתחום הצרכנות, הספורט, הכלכלה, הכספים, בתחום המדיני, הפוליטי או בתחום אחר המזוהה כתחום מומחיותו, והוא עוסק בו בכל כלי תקשורת בישראל;

(2) ששודרה במהלך תכנית או בסמוך אליה, והיא כוללת את קולו או את דיוקנו של מגיש או קריין באותה תכנית;

(3) הכוללת שימוש בתמונה, ביטוי, מלל או רמז שיש בהם התחזות הפרסומת לתכנית חדשות או לתכנית אחרת.

(4) שניתן לה כינוי "תכנית", "מבזק חדשות" או כינוי מטעה אחר.

(ב1) על אף האמור בסעיף קטן (ב), רשאי המנהל לאשר תשדיר פרסומת הדומה לתכנית, אם מצא כי התשדיר אינו מטעה לחשוב כי הוא תכנית.

(ג) לא ישדר בעל זכיון תשדיר פרסומת אם מנהל הרשות הודיע לבעל הזכיון כי קיים חשש לניגוד ענינים.

(ד) לא ישדר בעל זכיון תשדיר פרסומת שבו משתתף איש תקשורת אם מנהל הרשות הודיע לבעל הזכיון כי הדבר נוגד נורמות אתיות ראויות.

(ה) בסעיף זה, "איש תקשורת" – עובד הרשות, עובד של בעל זכיון, עתונאי, מגיש, קריין, או מנחה בכל כלי תקשורת בישראל, אף אם חדל לשמש בתפקיד כאמור – בתוך תקופה של שלושה חודשים קודם למועד שבו נעשתה הפרסומת.

(ו) אין בהוראות סעיף זה כדי למנוע ממגיש ברדיו למסור הודעה בעלת מסר פרסומי בשידור חי בכפוף לכללי הרשות השניה לטלוויזיה ורדיו (שיבוץ פרסומות בשידורי רדיו), התשנ"ט-1999.

### שימוש בנתונים והוכחת טענות

25. (א) לא ישדר בעל זכיון תשדיר פרסומת הכולל שימוש בנתונים אלא אם כן הדבר נעשה באופן המובן לצופה ממוצע ובדרך שאין בה הטעיה.

(ב) לא ישדר בעל זכיון תשדיר פרסומת שנטען או נרמז בו, בדרך כלשהי, כי במוצר או בשירות המתפרסם יש תכונה או איכות אשר אינם ניתנים לביסוס.



## השוואות

26. (א) בתשדיר פרסומת הכולל השוואה בין מוצרים ינהג בעל הזכיון כך:

- (1) לא ישדר תשדיר פרסומת המשווה בין מוצרים אלא אם כן מדובר במוצרים דומים ובסיס השוואה הוא אחיד;
  - (2) נקודות השוואה יתייחסו לעבודות הניתנות לביסוס והשוואה תוצג באופן הוגן;
  - (3) המוצר המשווה לא יוצג בדרך שתיצור יתרון מלאכותי כלשהו למוצר המתפרסם;
  - (4) לא ישדר תשדיר פרסומת שנטען בו לעליונות כללית של מוצר על בסיס השוואה מוגבלת.
- (ב) הוראות סעיף קטן (א) יחולו גם על השוואה בפרסומת בין שירותים, בשינויים המחויבים.

## מחירים

27. בכל הנוגע לציון מחירי מוצרים או שירותים בתשדירי פרסומת יודא בעל הזכיון כי מתקיימים בתשדיר תנאים אלה:

- (1) (נמחקה)
- (2) (נמחקה)
- (3) המחיר המוצג הינו המחיר המלא לצרכן; בתשדיר פרסומת למוצר או שירות שיש בהם רכיב הדרוש להפעלה ואשר ניתן תמורת תוספת למחיר, מודגשת עובדת תוספת המחיר וכן שיעורה;
- (4) לגבי מבצעי מכירות וכיוצא באלה, מוגדרת התקופה שבה תקף המחיר המוצג;
- (5) (נמחקה)
- (6) (נמחקה)
- (7) (נמחקה)

## הופעה במדים רשמיים

28. לא ישדר בעל זכיון תשדיר פרסומת כאשר מוצגת בו דמות הלבושה במדים של רשות מרשויות המדינה, אלא אם כן ניתן מראש אישור אותה הרשות שמדיה מופיעים בתשדיר.

## דעות קדומות

29. לא ישדר בעל זכיון תשדיר פרסומת שיש בו ניצול לרעה של דעה קדומה, תפיסה עממית שגויה, טעות רווחת, אמונה שישודה בטעות, תווית חברתית פסולה, בורות או תמימות אפשריים בקרב הצופים.

## **פרסומת הכוללת קטעים מתוכניות**

30. (א) מבלי לגרוע מהוראות כל דין, לא ישדר בעל זכיון תשדיר פרסומת הכולל קטעים מתכנית ששודרה במהלך ששת החודשים שקדמו לשידורו למעט פרסומת למוצרים או שירותים הנוגעים לתכנית האמורה.
- (ב) האמור בסעיף קטן (א) לא יחול על תשדיר פרסומת הכולל קטע חדשות או קטע חטוף מראיון ובלבד שלא ניתן לזהות בהם בבירור את המראיין או את התכנית.
- (ג) לא ישודר תשדיר פרסומת הכולל קטע של שידור מן הכנסת למעט במסגרת תשדיר שמטרתו קידום תכנית.

## **פרסומת הקשורה לתכנית**

31. (א) לא ישדר בעל זכיון תשדיר פרסומת שיש בו קישור לתכנית מסוימת או לתכנים של תכנית מסוימת, באופן שייצור שילוב של ענין מסחרי עם נושא תכנית; בכלל זה לא ישדר בעל זכיון תשדיר פרסומת המשלב בין תכנית לבין מוצר באופן שיגביר את מודעות הציבור למוצר בעזרת התכנית או לתכנית בעזרת המוצר.
- (ב) בסעיף זה, "תכנית" – למעט תכנית בידור נושאת פרסים (שעשועון).

## **שימוש בשם מטעה וחקי**

32. לא ישדר בעל זכיון תשדיר פרסומת שיש בו –
- (1) שם מטעה או תוכן מטעה או כל דבר אחר שיש בו כדי להטעות צופה סביר כאילו אין מדובר בתשדיר פרסומת;
- (2) חיקוי לתכנית (פרודיה), אלא אם אין בתשדיר כדי לפגוע בתכנית או בערכה, הדמויות המופיעות בתשדיר אינן אלה שהופיעו בתוכנית ובכפוף להוראות כל דין.

## **שימוש במונח "חדש"**

33. לא ישדר בעל זכיון תשדיר פרסומת שנעשה בו שימוש במונח "חדש" "חדיש" או מילים אחרות דומות לגבי מוצר או שירות אלא אם כן התקיימו התנאים הבאים:
- (1) טרם חלפו 6 חודשים מיום שיוצר המוצר או שניתן השירות לראשונה;
- (2) טרם חלפו 3 חודשים מיום פרסום המוצר או השירות, לראשונה, בעיתון, ברדיו או בטלוויזיה.

## **שימוש בשיטות שחזור וחקי**

34. לא ישדר בעל זכיון תשדיר פרסומת שנעשה, במהלכו, שימוש לרעה בשיטות שחזור או חיקוי של המציאות באופן שיש בו כדי להטעות צופה סביר.

## **אחריות למוצר או השירות המפורסמים**

35. (א) מבלי לגרוע מהאמור בסעיף 57, רשאי מנהל הרשות לדרוש מבעל הזכיון ראיות להנחת דעתו, כי המפרסם מסוגל להעניק את תנאי האחריות או הערבות המובטחים על ידו בתשדיר הפרסומת, וכי אלו אכן מוענקים על ידו.

(ב) לא ישדר בעל זכיון תשדיר פרסומת שנעשה בו שימוש בביטויים כגון: "אחריות", "באחריות", "מובטח", "בערבות" וכיוצא באלה, בדרך שיש בה כדי להטעות.

(ג) תנאי האחריות יופיעו בתשדירי הפרסומת באופן ברור או יובאו על ידי המפרסם לידיעת רוכש המוצר או השירות בדרך של העמדת התנאים לעיונו בנקודת מכירת המוצר או השירות או בדרך יעילה אחרת.

### **עדות והמלצה**

36. (א) בנוגע לעדויות והמלצות בתשדירי פרסומת רשאי מנהל הרשות, מבלי לגרוע מהאמור בסעיף 57, לדרוש מבעל זכיון כי יציג בפניו, להנחת דעתו, מסמכים חתומים על ידי המעיד או הממליץ התומכים בכל טענה שהושמעה או נרמזה בעדות או בהמלצה, כאמור.

(ב) מבלי לגרוע מכלליות האמור בסעיף קטן (א), המסמכים יאמתו את שנאמר או הוצג בתשדיר הפרסומת ויכללו את פרטי המעיד, חתימתו, ציון עובדת מתן העדות מרצונו החופשי ואם קיבל תמורה.

### **מוצר או שירות חינם**

37. (א) לא ישדר בעל זכיון תשדיר פרסומת המתאר מוצר או שירות, לרבות דוגמה של מוצר או שירות, כמוענקים חינם, אלא אם כן הם מסופקים למקבל ללא תשלום, להוציא דמי משלוח והובלה.

(ב) מוצר שניתן למקבל בידי המפרסם לשם נסיון בלבד וללא צורך בתשלום תמורתו מאת המקבל, ניתן להציג בתשדיר פרסומת כמוענק חינם אף אם הלקוח מחוייב לשלם את מחיר החזרתו, ובלבד שהתשדיר מבהיר את מחויבותו של המקבל לשלם את דמי ההחזרה והם אינם גבוהים בשיעור בלתי סביר.

### **מתנה בפרסומת**

38. בתשדיר פרסומת הכולל הענקת מוצר או שירות חינם ינהג בעל הזכיון בהתאם להוראות הבאות:

(1) מוצר או שירות המוענקים לרוכש מוצר או שירות אחר, יתואר ככזה בבהירות;

(2) אין להשתמש בביטוי "שי חינם" או "מתנה חינם" וכיוצא באלה לגבי מוצר או שירות המוענקים כאמור בפסקה (1).

### **שמירת הוראות**

39. הוראות פרק זה באות להוסיף על הוראות סעיף 4.

## **פרק ה': פרסומת וקטינים**

### **פרסומת המכוונת לקטינים**

40. מבלי לגרוע מהוראות כל דין, ובפרט תקנות הגנת הצרכן (פרסומת המכוונת לקטינים), התשנ"א-1991, לא ישדר בעל זכיון תשדיר פרסומת המכוון לקטינים אשר יש בו משום עידוד קטינים למעשים לא ראויים או שיש בו ניצול לרעה, בכל דרך שהיא, את עובדת היותם של קטינים נוחים לשכנוע יותר ממבוגרים.

### **השתתפות קטינים בפרסומת**

41. מבלי לגרוע מהוראות כל דין, לא ישדר בעל זכיון תשדיר פרסומת שבו מופיעים קטינים בהופעה שאיננה ראויה לקטינים או תשדיר כאמור שיש בו משום פגיעה בכבודם של קטינים או ניצולם לרעה בכל דרך שהיא, אף אם אין בו כדי להטעות את הצופים בתשדיר.

## **פרק ו': פרסומת בעניני בריאות, תרופות וטיפולים**

### **סימן א' – כללי**

#### **חוות דעת ואישור מוקדם**

42. (א) לא ישדר בעל זכיון תשדיר פרסומת בעניני בריאות, תרופות או טיפולים רפואיים (להלן – תשדיר פרסומת בעניני בריאות), אלא אם כן קיבל מהמפרסם חוות דעת רפואית מתאימה בדבר מהימנות התשדיר.

(ב) תשדיר פרסומת בעניני בריאות שהערכה הולמת שלו דורשת מומחיות ברפואה, טעון אישור מוקדם של מומחה בלתי תלוי או גורם ממשלתי מוסמך (להלן – יועץ מומחה).

(ג) בשאלה אם הערכת תשדיר פרסומת דורשת מומחיות ברפואה, יכריע המנהל.

### **סימן ב' – הגבלות על הפרסום**

#### **איסור פרסום**

43. (א) לא ישדר בעל זכיון תשדיר פרסומת בעניני בריאות המפרסם או כולל:

(1) מוצרים תרופתיים או טיפולים רפואיים הניתנים לפי מירשם רופא בלבד;

(2) מוצרים תרופתיים שלא אושרו בידי משרד הבריאות;

(3) מוצרים לטיפול באלכוהוליזם;

(4) תכשירים לטיפול בנשירת שיער;

(5) אמצעים לבדיקת הריון, להוציא ערכות לבדיקת הריון שאושרו בידי המנהל לאחר היוועצות ביועץ מומחה;

(6) טיפול רפואי באמצעות היפנוזה, היפנותרפיה, פסיכואנליזה, פסיכיאטריה וכיוצא באלה, למעט דברי דפוס בענינים אלו שאישר המנהל לאחר היוועצות ביועץ מומחה;

(7) טיפולים שהשפעתם טרם נבחנה באופן מדעי – למעט אם אושרו בידי המנהל לאחר התייעצות ביועץ מומחה;

(8) מוצר או טיפול הנוגעים למצב הטעון התערבות רפואית מקצועית, למעט אם אישר המנהל, לאחר היועצות ביועץ מומחה, כי לא תהיה בכך פגיעה בבריאות הציבור ובתנאי שהפרסום הוא כללי ותדמיתי ואין בו פירוט של תנאי הטיפול ותוצאותיו;

(9) הצעה לאבחנה רפואית, עצה, מירשם או טיפול, הניתנים בהתכתבות;

(10) הצעה להחזרת תמורה למשתמש או מטופל לא מרוצים;

(11) תחרות פרסים, מתן פרסים וכיוצא באלה;

(12) הצהרות היוצרות רושם של עצה או המלצה מקצועית הניתנת מפי אנשים המוצגים, באופן ישיר או עקיף, כמוכשרים לתת עצה או המלצה כאמור; מבלי לגרוע מכלליות האמור בפסקה זו, יש לציין בגוף הפרסומת כי המציג איננו יועץ מקצועי;

(13) שימוש במלים, ביטויים או המחשות הטוענים או רומזים לריפוי מחלה או התמכרות למעט טענה או רמז בדבר הקלת הסימפטומים של מחלה או התמכרות.

(ב) כל תשדיר פרסומת למוצרים תרופתיים או לטיפולים רפואיים יכלול את הערות משרד הבריאות הרלוונטיות למוצר או לטיפול.

(ג) בלי לגרוע מהאמור בסעיפים קטנים (א) ו-(ב), רשאי בעל זיכיון לשדר תשדיר פרסומת למוצר מרפא טבעי או לתוסף מזון טבעי, ובלבד שיהיה כללי ותדמיתי ושלא יצוין בו כי המוצר או תוסף המזון מסוגל לרפא מחלה או לשפר מצב בריאותי, ושבעל הזיכיון קיבל חוות דעת מקצועית מתאימה לנטען בתשדיר.

## **סימן ג' – מזון ותוספי מזון**

### **מזון בריאותי**

44. לא ישדר בעל זכיון תשדיר פרסומת למזון שנטען שהוא בריא, אלא אם כן קיבל ביסוס רפואי לנטען.

### **טעונים כוללניים וטעונים חלקיים**

45. לא ישדר בעל הזכיון תשדיר פרסומת למזון שיש בו טעונים כוללניים בדבר טיב או שלמות של מוצר מזון או מרכיביו העלולים לרמוז שלמוצר מזון או מרכיביו יש יתרון מבחינה דיאטטית או בריאותית, באופן מטעה, או שיש בו הפנייה לתכונות מרכיבים מסויימים במוצר מזון העלולה ליצור רושם מוטעה באשר לתכונות המוצר בכללותו.

### **חיוניות הצגת תוספות דיאטטיות**

46. לא ישדר בעל זכיון תשדיר פרסומת המציין או רומז שתוספות דיאטטיות הכוללות ויטמינים או מינרלים, הן חיוניות לשמירת דיאטה או בריאות טובה.

## **סימן ד' – הרזיה וחיתוב הגוף**

### **הגבלות על פרסומת לחיתוב הגוף**

47. לא ישדר בעל זכיון תשדיר פרסומת להצעת טיפול המכוון להשיג משקל מופחת או שליטה בעיצוב הגוף, אלא בהתמלא התנאים הבאים:

(1) בעל הזכיון קיבל מהמפרסם חוות דעת רפואית המניחה את הדעת, לפיה הטיפול הוא יעיל ואיננו גורם נזק, וכל טיעון שהועלה בתשדיר הפרסומת מבוסס;

(2) בעל הזכיון קיבל מהמפרסם ראייה המניחה את הדעת, כי הצרכן יכול לקבל מהמפרסם בכתב, מיפרט מלא של תכנית הטיפול ותנאיה הכספיים והחוזיים, קודם להתחייבותו;

(3) התשדיר איננו מכוון לקטינים.

## פרק ז': פרסומת בענייני צדקה

### הגדרות

48. בפרק זה – "מוסד ציבורי" ו-"מטרה ציבורית" – כהגדרתם בסעיף 9(2) לפקודת מס הכנסה.

### אופי המפרסם

49. (א) לא ישדר בעל זכיון תשדיר פרסומת בעניני צדקה אלא מטעם מוסד ציבורי שהתאגד למטרה ציבורית, ובלבד שאינה מטרה השנויה במחלוקת בציבור.

(ב) על אף האמור בסעיף קטן (א), רשאי המנהל להתיר לבעל זכיון לשדר תשדיר פרסומת בעניני צדקה מטעם מפרסם שאיננו עומד בתנאי סעיף קטן (א) ובלבד שראה טעמים מוצדקים לכך והתשדיר ממלא אחר יתר התנאים הנזכרים בפרק זה.

### דרישת מידע

50. (א) לא ישדר בעל זכיון תשדיר פרסומת בענייני צדקה אלא אם כן קיבל מהמפרסם את כל המידע הנוגע לזהותו, מטרותיו, פעילותו, מנהליו וחברי הגוף המנהל של המוסד המתפרסם וכל מידע אחר המבטיח שהפרסומת איננה מטעה והיא אכן נועדה למטרה ציבורית וכן מסמכים המלמדים על השימוש שנעשה בתרומות שתתקבלנה.

(ב) מבלי לגרוע מכלליות האמור בסעיף קטן (א) ידרוש בעל הזכיון ממפרסם פרסומת בענייני צדקה, התחייבות כי:

(1) התרומות המתקבלות על ידי המפרסם משמשות אך ורק למטרות שצויינו בפרסומת או השתמעו ממנה;

(2) לא יעשה כל שימוש בשמות התורמים ושמותיהם לא ייחשפו ללא הסכמתם;

(3) מנהלי הגוף המפרסם ועובדיו התחייבו בפניו כי אין להם עניין אישי בתרומות או כל תועלת אישית, ישירה או עקיפה, מהתרומות עקב מעמדם.

### סגנון הפרסומת

51. לא ישדר בעל זכיון תשדיר פרסומת לעניני צדקה אלא אם כן התשדיר:

(1) מוצג באופן זהיר, עניני ומאופק ונמנע מהגזמה ומהצגת מקרים קיצוניים ולא מאפיינים;

(2) איננו עורך השוואה עם גופי צדקה אחרים או פעילויות התרמה אחרות;

(3) איננו מופנה באופן מיוחד לילדים;

(4) איננו רומז כי מי שלא ייענה לפרסומת יפגע בדרך כלשהי גשמית או רוחנית;

(5) נזהר בכבודם של אלה אשר למענם הוא משודר.

### **צדקה במקרה של אסון**

52. במקרה של התרחשות אסונות בלתי צפויים, רשאית המועצה להשעות שידורם של תשדירי פרסומת כדי לפנות מקום לפרסומות מרוכזות לעניני צדקה הנוגעים לאסונות האמורים.

## **פרק ח': פרסומת בנושאים כספיים**

### **פרסומת בנושאים כספיים**

53. לא ישדר בעל זכיון תשדיר פרסומת בעניני כספים, לרבות בעניני בנקאות, ביטוח, השקעות כספים וכיוצא באלה אלא אם כן הגוף המפרסם מוכר לגוף המפקח על הפעילות באותו ענף, ואם הפעילות טעונה רישוי – הוא בעל רישיון, ושאין בתשדיר דבר הנוגד את טובת הציבור.

## **פרק ט': צורת הפרסומת**

### **כתרות**

54. בעל זכיון לשידורי טלוויזיה יוודא כי כתרות נעות, נחות או מוקרנות הכלולות בתשדיר פרסומת, יהיו ברורות וקריאות ויוקרנו במשך הזמן הדרוש לצופה ממוצע כדי לקוראן.

### **כתוביות**

54א. בכתוביות שבתשדיר פרסומת יתקיימו תנאים אלה:

(1) צבע האותיות יהיה ניגודי לרקע שעליו הן מופיעות;

(2) גובה האותיות לא יפחת מגובה אות של 16 פיקסלים; לעניין זה, "פיקסל" – ברזולוציה של מסך טלוויזיה;

(3) המרווח בין השורות יהיה גדול מהמרווח בין המילים;

(4) הכתוביות ישודרו במהלך התשדיר למשך הזמן הדרוש לצופה סביר לקריאתן, ולא פחות מ-5 שניות רצופות.

### **עוצמת קול**

## פרק י': שונות

### התייעצות וביורור

56. (א) בכל מקרה של ספק בפרשנותם או ביישומם של כללים אלו או בהחלטה הנוגעת בענינים הקשורים אליהם, יוועץ בעל זכיון במנהל ויפעל לפי הנחיותיו.

(ב) הופרה הוראה מהוראות כללים אלה או היה חשש להפרתה, רשאי המנהל, מבלי לגרוע משאר סמכויותיו, לזמן את בעל הזכיון, נציגו או מי מהפועלים מטעמו לביורור הענין ורשאי הוא לתת לבעל הזכיון הנחיות כלליות או מיוחדות בעקבות הביורור, על מנת להבטיח את מילויים של כללים אלה.

### סמכויות המנהל

57. מבלי לגרוע מכל סמכות הנתונה לו לפי כל דין, רשאי המנהל לדרוש מבעל זכיון ראיות כי תשדיר מסוים עומד בדרישות כל דין, ובפרט כללים אלו ולהתנות את שידורו בהמצאת ראיות כאמור להנחת דעתו. הוראת סעיף זה תחול גם על תשדיר פרסומת שאושר לשידור לפי כללי האישור המוקדם.