



מדינת ישראל הרשות להגנת הצרכן ולסחר הוגן

הלשכה המשפטית



ט' בתמוז תשפ"ד
15 ביולי 2024

אל: בעלי העניין של הרשות

גילוי דעת (מס' 2.24)

בדבר גילוי בשינוי תכונות ומרכיבים של מוצרים

1. בעקבות פניות שהגיעו לרשות להגנת הצרכן ולסחר הוגן (להלן: "הרשות") אבהיר את פרשנותי באשר לחובות הגילוי כאשר נעשה שינוי בתכונות או מרכיבים של מוצרים.
2. על פי מחקרים שנעשו הצרכן לוקה בכשל רציונאלי-התנהגותי ומתקשה להבחין בהקטנת המוצר. זאת ועוד, לפי הכלכלה ההתנהגותית, הצרכן מתקשה להשוות בין מאפיינים רבים של המוצר ומתמקד במחיר כמאפיין עיקרי בתהליך הבחירה. צרכן הרגיל למוצר מסוים לרוב אינו טורח לבדוק את המוצר מכל צדדיו, והוא נוטל אותו מן המדף באופן אוטומטי (ר' הנחית הממונה על הרשות מיום 21.5.19 בדבר הקטנת מוצרים (להלן "ההנחיה בדבר הקטנת מוצרים"). בהתאם לכך, בהנחיה בדבר הקטנת מוצרים, צוינו חובות גילוי, על מנת להעמיד את הצרכן על השינוי שנעשה במוצר כדי שיוכל לקבל החלטה מושכלת בהינתן לו מלוא המידע.
3. כך גם נקבע בפסיקה זה מכבר, כי צרכנים הרגילים לרכוש מוצר מסוים, אינם נוהגים לבדוק כל פעם מחדש את המוצר, תכונותיו או מרכיביו, בייחוד כשמדובר באותה אריזה או באריזות דומות בצורתן. לפיכך, כאשר חל שינוי בתכונות או במרכיבים של המוצר חייב הדבר להיות גלוי לצרכן באופן ברור, על גבי המוצר. ר' גם דברי בית המשפט ב-ת"צ (חיי) 3404-08-16 שני טל פרידמן נ' אסם השקעות בע"מ (פורסם בנבו 22.08.17):

"מקובלת עלי טענתה של המבקשת, לפיה מקום בו פרסמה המשיבה את חטיף הדובונים, במשך שנים, באופן בולט על חזית האריזה כ"מועשר בויטמינים", היה מחובתה לפרסם באופן בולט את העובדה שהמוצר אינו מועשר עוד בויטמינים, וזאת בהתחשב בכך שצרכנים הרוכשים מוצר מסוים במשך שנים אינם נוהגים לבדוק בכל רכישה ורכישה את פרטי הרכיבים של המוצר, בהיותם רגילים למוצר במתכונתו (הקודמת) על פני תקופה של שנים, ומה גם שהאריזה הקודמת והאריזה החדשה דומות עד מאד בצורתן ובחזותן."



| מען למכתבים: בנין בית עופר, רח' נחום חפצדי 5 ירושלים מיקוד 9548401

| טל: 073-3717777 | פקס: 073-3717790



מדינת ישראל הרשות להגנת הצרכן ולסחר הוגן



4. סעיף 2(א) לחוק הגנת הצרכן, תשמ"א-1981 (להלן: "החוק"), קובע:

"2(א) לא יעשה עוסק דבר – במעשה או במחדל, בכתב או בעל פה או בכל דרך אחרת, לרבות לאחר מועד ההתקשרות בעסקה – העלול להטעות צרכן בכל ענין מהותי בעסקה (להלן – הטעיה); בלי לגרוע מכלליות האמור יראו ענינים אלה כמהותיים בעסקה: – ..."

5. איסור הטעיה הינו איסור רחב, הבא לידי ביטוי ברשימה שאינה סגורה של מעשים או מחדלים היכולים להיעשות בכל דרך, בכל שלב (לרבות לאחר מועד העסקה) ועלולים להטעות את הצרכן. הטעיה היא הצהרה כוזבת היוצרת פער בין הדברים הנאמרים (או המוסתרים) לבין המציאות (ראו רע"א 2837-98 שלום ארז נ' בזק החברה הישראלית לתקשורת בע"מ (פורסם בנבו 2.3.00)).

6. מערכת היחסים בין עוסק לצרכן מאופיינת בפערי כוחות מבניים, ויש לפרש באופן רחב את ההטעיה הצרכנית (ראו סיני דויטש, דיני הגנת הצרכן (כרך ב - הדין המהותי, 2012), עמ' 39).

7. לפיכך, הנני מגלה דעתי, כי אי גילוי של שינוי מהותי במוצר הנמכר לצרכנים, בתכונות או המרכיבים של המוצר, כאשר האריזה נשארת זהה או דומה, עולה כדי הטעיה בדרך של אי גילוי (במחדל) כאמור בסעיף 2(א) לחוק.

8. לעמדתי, שינוי מהותי הוא כל שינוי מהותי בתכונות או במרכיבים של המוצר, על פי נסיבות המקרה. כך למשל: שינוי בטעם או בריח, שינוי בכמות בסוכר, שינוי בכמות הקלוריות, שינוי במרכיבים אלרגנים, שינוי במרכיבים הנוגעים לטיב המוצר או התועלת שניתן להפיק ממנו.

9. סבורני, כי גילוי ראוי הוא, באופן בו הצרכן יבחין בשינוי על נקלה, למשל גילוי הנעשה בחזית המוצר או במדבקה על חזית המוצר. משכו של הגילוי צריך להיות סביר בנסיבות העניין, וככלל הוא לפחות חצי שנה מיום שיווק המוצר לאחר השינוי.

10. האחריות לגילוי בדבר השינוי במוצר, חלה הן על היצרן או היבואן והן על הקמעונאי. יודגש: היצרן או היבואן אינם יוצאים ידי חובתם אם עדכנו את הקמעונאי בדבר השינוי וחלה עליהם החובה לגלות בדבר השינוי במוצר, ישירות על גבי המוצר, כאמור לעיל.

11. אדגיש, אין בפרשנותי זו כדי ללמד על קיומה של מחלוקת כנה אלא רק להבהיר פרשנותי לעניין, לאור הפניות לרשות, המעוגן בפסיקה ובספרות המקצועית.

אריאל דיאמנט, עו"ד
היועץ המשפטי (בפועל)
הרשות להגנת הצרכן ולסחר הוגן



| מען למכתבים: בנין בית עופר, רח' נחום חפצדי 5 ירושלים מיקוד 9548401

| טל: 073-3717777 | פקס: 073-3717790