

אנו מודיעים בזאת על החלטת מועצת תאגיד השידור הישראלי לפרסם שינויים מבוקשים בכללי מועצת תאגיד השידור הישראלי (שידור פרסומות, הודעות חסות ותשדירים לשירות הציבור), התשע"ז-2017 (להלן: הכללים הישנים) בטרם הבאת פרסומם ברשומות, ואלה עיקרי השינויים:

נוסח מוצע - כלל חדש	נוסח כללי מועצת תאגיד השידור הישראלי (שידור פרסומות, הודעות חסות ותשדירים לשירות הציבור), התשע"ז-2017.	מס' כלל וכותרת
<p>לא ישודרו תשדירי פרסום בחינם. סעיף זה לא יחול על תשדירי פרסום שניתנו כבונוסים במסגרת חבילת פרסום אשר שולמה בעדה תמורה כספית בהתאם להסכם ההתקשרות לשידור תשדירי פרסום.</p>	<p>לא ישודרו תשדירי פרסום בחינם, למעט פרסומים מאת התאגיד או עבורו, שקיבלו את אישור המנכ"ל, ולמעט תשדירי פרסום שניתנו כבונוסים במסגרת חבילת פרסום אשר שולמה בגינה תמורה כספית בהתאם להסכם ההתקשרות לשידור תשדירי פרסום. תשדירי פרסום הכלולים בחבילת פרסום כבונוסים לא ישובצו בתכניות בשעות הפריים ו/או בשעות עתירות האזנה/צפייה.</p>	<p>6. אין לשדר תשדירי פרסום בחינם</p> <p>תוקן: תשדיר פרסום בחינם</p>
<p>א. שידור תשדירי פרסום טעון אישור מנהל היחידה המסחרית או עובד היחידה המסחרית שהוסמך לכך מטעמו. ב. מנהל היחידה המסחרית רשאי לאשר או להתנות בתנאים שידור תשדיר פרסום, לרבות בדבר עריכת שינויים או הגבלות על שידור תשדיר פרסום, כדי להבטיח עמידה בהוראות כל דין, לרבות כללים אלה.</p>	<p>(א) שידור תשדירי פרסום טעון אישור המנהל הכללי או מי שהוסמך לכך מטעמו. (ב) המנהל הכללי רשאי לאשר או להתנות בתנאים את שידור תשדירי הפרסום, לרבות בדבר עריכת שינויים או הגבלות על שידור תשדירי הפרסום, כדי להבטיח עמידה בהוראות כל דין לרבות החוק וכללים אלה.</p>	<p>7. אישור תשדירי פרסום לשידור ע"י המנכ"ל</p> <p>תוקן:</p>

<p>ג. הודעה על אישור, אישור בתנאים או דחייה של תשדירי פרסום תימסר למזמין על ידי היחידה המסחרית. במקרה בו נדחה תשדיר הפרסום, תימסר למזמין החלטה מנומקת בדבר נסיבות דחיית הפרסום.</p>		<p>סירוב לאשר, ביטול או הפסקת שידור</p>
<p>תשדיר פרסום לא יכלול דבר המהווה הטעיה, לרבות הטעיה לפי חוק הגנת הצרכן, והתקנות לפיו; כהטעיה יראו, בין השאר, תשדיר פרסום הכולל, טענה, תיאור או הדגמה שיש בהם משום הטעיה מפורשת או מרומזת, ביחס למוצר או לשירות המתפרסם או ביחס להתאמתו למטרה המומלצת, לרבות הגזמה לגבי איכותו או אי מתן הבהרה לגבי מגבלות או תכונות חשובות של המוצר או השירות.</p>	<p>תשדיר פרסומי לא יכלול דבר המהווה הטעייה ע"פ כל דין לרבות הנוגד את חוק הגנת הצרכן, התשמ"א-1981, והתקנות שלפיו; ובמיוחד תשדירי פרסום שיש בהם כדי להטעות, כמפורט להלן:</p> <p>(א) הגזמה לגבי איכות המוצר או השירות או ייחוס למצרף או לשירות מעלות או תכונות שלא ניתן להוכיחן;</p> <p>(ב) השוואה מטעה של מחיר עם מחירי מצרכים או שירותים אחרים, או השוואה בלתי הוגנת עם מוצריו או שירותיו של המתחרה או המבזה את המתחרה או פוגעת בו.</p>	<p>15. איסור הטעיה</p>

<p>תשדיר פרסום הכולל השוואה בין מוצרים ושירותים יהיה ניתן לשידור בכפוף להוראות הבאות:</p> <p>(א) לא ישדר תשדיר פרסום המשווה בין מוצרים, אלא אם כן מדובר במוצרים דומים ובסיס ההשוואה אחיד;</p> <p>(ב) נקודות ההשוואה יתייחסו לעובדות הניתנות לביסוס וההשוואה תוצג באופן הוגן;</p> <p>(ג) המוצר המשווה לא יוצג בדרך שתיצור יתרון מלאכותי כלשהו למוצר המתפרסם;</p> <p>(ד) לא ישודר תשדיר פרסום שנטען בו לעליונות כללית של מוצר על מוצר אחר;</p>		<p>15. איסור הטעיה</p> <p>תוקן: השוואה</p>
--	--	--

<p>(א) התאגיד לא ישדר תשדיר פרסום שבו משתתף איש תקשורת או נוטל בו חלק בדרך אחרת, או שנעשה בו שימוש בקולו, דיוקנו או דמותו של איש תקשורת, אם קיים חשש לניגוד עניינים או הדבר נוגד נורמות אתיות ראויות.</p> <p>(ב) התאגיד לא ישדר תשדיר פרסומת שבו משתתף איש תקשורת, שהוא עובד תאגיד, או פועל כאיש תקשורת בשידורי התאגיד, או נוטל בו חלק בדרך אחרת, או שנעשה בו שימוש בקולו, דיוקנו או דמותו של איש תקשורת, והתשדיר הוא בתחום המזוהה כתחום המומחיות של איש התקשורת בכלי תקשורת בישראל.</p>	<p>לא ישודר תשדיר פרסומי שבו משתתף איש תקשורת או נוטל בו חלק בדרך אחרת, או שנעשה בו שימוש בקולו, דיוקנו או דמותו של איש תקשורת, במקרים הבאים:</p> <p>(א) התשדיר הפרסומי הוא בתחום המזוהה כתחום המומחיות של איש התקשורת בכלי תקשורת בישראל;</p> <p>(ב) תשדיר פרסומי שישודר במהלך או בסמוך לתכנית לא יכלול את קולו או דיוקנו של מגיש או קריין באותה התכנית;</p> <p>(ג) קיים חשש לניגוד עניינים, לרבות חשש לניגוד עניינים, או הדבר נוגד נורמות אתיות ראויות;</p> <p>(ד) בסעיף זה, "איש תקשורת" – עובד התאגיד או הזכייין, עיתונאי, מגיש, קריין, או מנחה בכל כלי תקשורת בישראל, אף אם חדל לשמש בתפקיד כאמור בתוך התקופה של שלושה חודשים קודם למועד שבו נעשה התשדיר הפרסומי.</p>	<p>25. השתתפות איש תקשורת</p>
--	--	-------------------------------

<p>(ג) תשדיר פרסום שישודר במהלך או בסמוך לתכנית לא יכלול את קולו או דיוקנו של מגיש או קריין או משתתף אחר באותה התכנית;</p> <p>(ד) בסעיף זה, "איש תקשורת" – עיתונאי, מגיש, קריין או מנחה בכל כלי תקשורת בישראל, אף אם חדל לשמש בתפקיד כאמור בתוך התקופה של שלושה חודשים קודם למועד המיועד לשידור הפרסומת.</p>		
<p>לא תשודר הודעת חסות בכל אחד מהמקרים המפורטים להלן:</p> <p>(א) למפרסם או לפרסומאי יש ענין אישי, מסחרי, או מפלגתי-פוליטי, במישרין או בעקיפין, או שהוא עשוי להשפיע על תוכן התכנית, או עלול להיווצר רושם בציבור כי יש למפרסם או לפרסומאי עניין כאמור, בתכנה של התכנית, או שיכול להיווצר</p>	<p>לא תשודר הודעת חסות בכל אחד מהמקרים המפורטים להלן:</p> <p>(א) למפרסם או לפרסומאי יש ענין אישי, מסחרי, או מפלגתי-פוליטי בתכנה של התכנית – כולה או חלקה, לרבות קשרי מסחר עם אחד המשתתפים בה;</p> <p>(ב) עלול להיווצר רושם בציבור כי למפרסם או לפרסומאי יש ענין אישי, מסחרי או מפלגתי-פוליטי בתכנה של התכנית – כולה או חלקה;</p> <p>(ג) לעניין סעיפים א' ו- ב', יראו "עניין אישי" ו"עניין מסחרי" כאשר התכנית עוסקת</p>	<p>41. איסורים בהודעת חסות</p>

<p>רושם בציבור כי המפרסם או הפרסומאי עשוי להשפיע על התוכן כאמור – כולה או חלקה, לרבות קשרי מסחר עם אחד המשתתפים בה ;</p> <p>1. לעניין סעיף זה, יראו "עניין אישי" ו"עניין מסחרי" כאשר התכנית עוסקת במישרין בנותן החסות, בבני משפחתו, בעסקו או במוצרו, או במתחרים עסקיים שלו, ולמעט אם מדובר אך ורק בהענקת פרס בתכנית מטעם נותן החסות ;</p> <p>(ב) החסות הינה לשידורי חדשות, למעט לפינת מזג האוויר במסגרת מהדורת חדשות.</p> <p>(ג) לתכנית תחקיר, לתכנית בענייני היום, ולתכנית מסוג כלשהו העוסקת בענייני כלכלה, כספים, השקעות או צרכנות, לא תשודר הודעת חסות אם</p>	<p>במישרין בנותן החסות, בבני משפחתו, בעסקו או במוצרו, או במתחרים עסקיים ישירים שלו, ולמעט אם מדובר אך ורק בהענקת פרס בתכנית מטעם נותן החסות ;</p> <p>(ד) הצעת מימון החסות היא של גוף מפלגתי-פוליטי, בין במישרין ובין בעקיפין ;</p> <p>(ה) הודעת חסות שיש בה טעם לפגם מבחינה מוסרית, ציבורית או אחרת, או העלולה להטעות את ציבור הצופים או לפגוע בו בדרך אחרת ;</p> <p>(ו) פרסום הודעת החסות, לרבות, הצעת המימון, כרוכה בהקניית זכויות כלשהן בתכנית למפרסם או לפרסומאי או לכל גורם אחר ;</p> <p>(ז) במסגרת תכנית שניתנה לה חסות לא יוצג או ישתתף נותן החסות או מוצר או שירות שלו במסגרת התכנית ;</p> <p>(ח) לא תשודר הודעת חסות, אם המממן או מי מטעמו, מתנה את המימון, בין במפורש ובין מכללא, בתנאי כלשהו, לרבות מועד שידור התכנית, השפעה או הבטחה להשפעה כלשהי על תהליך ההפקה והעריכה או הרכישה של התכנית, נוכחות בשלב כלשהו משלבי ההפקה, הקרנה קודמת לשידור, זכות</p>	
--	---	--

<p>החסות ניתנת מאת גורם שעיסוקו נוגע במישרין לנושא שבתכנית.</p> <p>(ד) הצעת מימון החסות היא של גוף מפלגתי-פוליטי, בין במישרין ובין בעקיפין</p> <p>(ה) הודעת חסות שיש בה טעם לפגם מבחינה מוסרית, ציבורית או אחרת, או העלולה להטעות את ציבור הצופים או לפגוע בו בדרך אחרת ;</p> <p>(ו) פרסום הודעת החסות, לרבות, הצעת המימון, כרוכה בהקניית זכויות כלשהן בתכנית למפרסם או לפרסומאי או לכל גורם אחר ;</p> <p>(ז) במסגרת תכנית שניתנה לה חסות לא יוצג או ישתתף נותן החסות או מוצר או שירות שלו במסגרת התכנית ;</p>	<p>להעיר הערות על התסריט, תוכן השידור וכדומה ; המציע יוכל להתנות מראש את המימון בהתחייבות שלא לשדר את התכנית בשבת ובמועדי ישראל, או בכך שיצוין שהצילומים או ההקלטות נעשו בימי חול ;</p> <p>(ט) לאחר הפתיח תכלול הודעת החסות את שם נותן החסות לרבות פרטי התאגדותו, שמות מוצריו ותיאור מאפייניהם, וניתן לכלול בה גם פרטים נוספים לגבי או לגבי עיסוקו, לרבות מסר תדמיתי כללי, סיסמה, וכן סימן מסחרי ו/או לוגו, מס' טלפון של נותן החסות, כתובת אתר האינטרנט של נותן החסות, ובלבד שהודעת החסות לא תכלול :</p> <p>(1) תיאור איכותי או השוואתי של מוצר או של שירות, לרבות התייחסות לסקר או לתוצאותיו ;</p> <p>(2) מחיר של מוצר או של שירות ;</p> <p>(3) הודעת החסות לא תוקרא בידי אדם המשתתף בתכנית שהוענקה לה החסות או המזוהה עמה.</p>	
--	--	--

<p>(ח) לא תשודר הודעת חסות, אם המממן או מי מטעמו, מתנה את המימון, בין במפורש ובין מכללא, בתנאי כלשהו, לרבות מועד שידור התכנית, השפעה או הבטחה להשפעה כלשהי על תהליך ההפקה והעריכה או הרכישה של התכנית, נוכחות בשלב כלשהו משלבי ההפקה, הקרנה קודמת לשידור, זכות להעיר הערות על התסריט, תוכן השידור וכדומה; המציע יוכל להתנות מראש את המימון בהתחייבות שלא לשדר את התכנית בשבת ובמועדי ישראל, או בכך שיצוין שהצילומים או ההקלטות נעשו בימי חול;</p> <p>(ט) הודעת החסות תכלול את שם נותן החסות וניתן לכלול בה גם פרטים נוספים לגביו, לגבי עיסוקו או לגבי פרטי התאגדותו, לרבות מסר תדמיתי כללי,</p>		
---	--	--

<p>סיסמה, , שמות מוצריו ותיאור מאפייניהם, מס' טלפון של נותן החסות, כתובת אתר האינטרנט של נותן החסות, ובטלוויזיה – גם סימן מסחרי או לוגו, ובלבד שהודעת החסות לא תכלול:</p> <p>(1) תיאור איכותי-השוואתי של מוצר או של שירות, לרבות התייחסות לסקר או לתוצאותיו;</p> <p>(2) בטלוויזיה - מחיר של מוצר או של שירות;</p> <p>(י) הודעת החסות לא תוקרא בידי אדם המשתתף בתכנית שהוענקה לה החסות או המזוהה עמה.</p>		
<p>אזכור של גורם מסחרי המעניק פרס בתכנית שבה מוענק פרס כספי או אחר, יכול שייעשה גם במהלך התכנית, בכפוף לתנאים אלה:</p>	<p>אזכור של גורמים מסחריים המעניקים פרסים בתכניות שבהן מוענקים פרסים כספיים או אחרים, ייעשה בכפוף לתנאים אלה:</p> <p>(א) ניתן להזכיר את המוצר או השירות שניתן כפרס, ואת שם נותן הפרס לרבות</p>	<p>46. תנאים לאזכור שמות של נותני פרסים</p>

<p>(א) ניתן להזכיר את המוצר או השירות שניתן כפרס, ואת שם נותן הפרס לרבות היצרן, היבואן או המשווק של המוצר או נותן השירות, באופן שייאמר או יכתב, לפי העניין, כי הפרס הינו מתנת ושם מממן הפרס.</p> <p>אזכור בתמונה, בכתובית או בקריינות להן, יכול שיכלול מסר תדמיתי כללי של נותן הפרס.</p> <p>(ב) לא ייאמרו דברי שבח, תיאור איכותי-השוואתי למוצרים או שירותים מתחרים, ולא ייכללו אזכור של מבצע מטעם המפרסם וכיוצא באלה;</p> <p>(ג) פרס מסוים או נותנו לא יוזכרו יותר משלוש פעמים בתכנית שאורכה הוא עד חצי שעה, ואם אורכה עולה על חצי שעה - עד שישה אזכורים בשעה;</p> <p>(ד) לא יינתנו יותר משלושה פרסים על ידי אותו גורם מסחרי בתכנית אחת;</p> <p>(ה) לא יהיה אזכור של נותני הפרסים בקדימונים לתכנית.</p>	<p>היצרן, היבואן או המשווק של המוצר או נותן השירות, באופן שייאמר או יכתב, לפי העניין, כי הפרס הינו מתנת ושם מממן הפרס. 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, ואורכה לא יעלה על 3 שניות; אך לא ייאמרו דברי שבח, תיאור איכותי או השוואה למוצרים או שירותים מתחרים, ולא ייכללו סיסמה פרסומית או אזכור של מבצע מטעם המפרסם וכיוצא באלה;</p> <p>(ב) פרס מסוים או נותנו לא יוזכרו יותר משלוש פעמים בתכנית שאורכה הוא עד חצי שעה, ואם אורכה עולה על חצי שעה - עד שישה אזכורים בשעה;</p> <p>(ג) בתכנית שבה מוענק יותר מפרס אחד לא יהיה גורם מסחרי בלעדי המעניק פרסים;</p> <p>(ד) לא יינתנו יותר משלושה פרסים על ידי אותו גורם מסחרי בתכנית אחת;</p> <p>(ה) לא יהיה אזכור של נותני הפרסים בקדימונים לתכנית.</p>	
---	--	--

<p>(ד) בתכנית שבה מוענק יותר מפרס אחד לא יהיה גורם מסחרי בלעדי המעניק הפרסים, למעט אם אישר המנהל הכללי אחרת;</p> <p>(ה) לא יהיה אזכור של נותן פרס בקדימון לתכנית;</p> <p>(ו) כל אזכור, בין במלל, בקריינות, בתמונה או בכתובית ייספר בנפרד, אף אם הוא בו זמני עם אזכור אחר כאמור;</p> <p>(ז) בטלוויזיה - אזכור מילולי בכתב, לרבות באמצעות חוזי והנפשה, יובא ברצועה או שקופית שגודלה לא יעלה על שליש מן המסך, ומשכה לא יעלה על 10 שניות.</p>		
---	--	--

<p>(א) זמן שידור מרבי לשידור תשדירי פרסום בכל שעת שידור של שידורי התאגיד בערוץ טלוויזיה או בתחנת רדיו, לא יעלה על תשע דקות ובלבד, ובלבד שזמן השידור הכולל של תשדירי פרסום ביממה לא יעלה על -</p> <p>1. עשרה אחוזים מכלל זמן השידורים - בכל ערוץ טלוויזיה;</p> <p>2. חמישה עשר אחוזים מכלל זמן השידורים - בכל תחנת רדיו.</p> <p>(ב) על אף האמור בסעיף קטן (א), המנהל הכללי רשאי, בהתאם לשיקול דעתו, לקבוע הקצאה שונה של זמן שידור לשידור תשדירי מרבי לכלול של זמן השידור הכולל של תשדירי פרסום ביממה לא יעלה על האמור בסעיף קטן</p>	<p>47. זמן שידור מרבי לשידור תשדירי פרסום במסגרת שידורי התאגיד בכל שעת שידור, לא יעלה על -</p> <p>(א) שש דקות - בשידורי טלוויזיה;</p> <p>(ב) תשע דקות בשידורי רדיו.</p> <p>49. על אף האמור בסעיף 47, המנכ"ל רשאי, בהתאם לשיקול דעתו, לקבוע הקצאה שונה של זמן שידור תשדירי פרסום במשבצות שידור, ובלבד שיתקיים כלהלן:</p> <p>(א) בשידורי הטלוויזיה - זמן השידור המרבי לשידור תשדירי פרסום יהיה עד עשרה אחוזים מהשידורים ביממה;</p> <p>(ב) בשידורי הרדיו - זמן השידורים המרבי לשידור תשדירי פרסום יהיה עד חמישה עשר אחוזים מכלל השידורים ביממה.</p>	<p>47. זמן שידור מרבי לשידור תשדירי פרסום</p> <p>49. אישור מנכ"ל לחריגה מהקצאה שם הסעיף נותר: זמן שידור מרבי לשידור תשדירי פרסום</p>
--	--	--

<p>(א).</p>		
<p>המנהל הכללי יהיה רשאי לקבוע כי לערוצי שידור מסוימים או לתחנות רדיו מסוימות יקבע זמן תשדירי פרסום הנמוך מהזמנים שנקבעו בסעיף 47.</p>	<p>המנכ"ל יהיה רשאי לקבוע כי לערוצי שידור מסוימים או לתחנות רדיו מסוימות יקבע זמן מקסימלי לשידור תשדירי פרסום הנמוך מהזמנים שנקבעו בסעיף 47.</p>	<p>48. קביעת מגבלה מחמירה לזמן שידור מירבי</p>
	<p>לא ישודר תשדיר פרסום למוצר או לשירות אחד בשיעור העולה על כל אחד מאלה: (א) 5% מכלל זמן השידור המיועד לפרסום בשנה; (ב) 8% מכלל זמן השידור המיועד לפרסום בחודש; (ג) 12% מכלל זמן השידור המיועד לפרסום בשבוע.</p>	<p>52. הגבלה על זמן שידור למוצר אחד</p>
<p>סך מקבצי הפרסום בשעת שידור ברדיו לא יעלה על שש הפסקות למקבץ פרסום.</p>	<p>נוסח מקורי: בשעת שידור לא יהיו יותר מ- 3 הפסקות למקבצים, ועד 3 הפסקות נוספות לשידור הודעות חסות בלבד. נוסח שאושר בוועדה:</p>	<p>55. הפסקות תוקן – הפסקות ברדיו</p>

	<p>בשעת שידור ברדיו לא יהיו יותר מ-3 הפסקות למקבצים, ועד 3 הפסקות נוספות לשידור הודעות חסות בלבד. על אף האמור, ניתן יהיה בשעה מסוימת להמיר הפסקה למקבץ פרסומות אחד בהפסקה לשידור חסות, או - להמיר הפסקה אחת לשידור חסות, בהפסקה למקבץ פרסומות, ובלבד שסך כל ההפסקות למקבצים או לחסויות לא יעלה על 6 הפסקות בשעה.</p>	
	<p>לא תשודר הודעת חסות למהדורות חדשות, יומני חדשות, תכניות בענייני היום ובתכניות תחקיר, למעט לפינת מזג אוויר או לפינת דיווחי תנועה שלא במסגרת מהדורת חדשות.</p>	<p>60. איסור חסות</p>
<p>(א) תשדיר פרסום יוגש בשפה העברית או בערבית, וברדיו - או בשפה אחרת בהתאם לשפת התכנית בה</p>	<p>התשדיר הפרסומי יוגש בשפה העברית או בערבית, בלשון תקנית ורהוטה, אלא אם כן מדובר בשימוש בעגה הקשור עניינית לתוכן התשדיר הפרסומי.</p>	<p>83. תשדירי פרסום בעברית או בערבית</p>

<p>או בסמוך אליה, משובץ תשדיר הפרסום.</p> <p>(ב) תשדיר הפרסום יוגש בלשון תקנית ורהוטה, אלא אם כן מדובר בשימוש בעגה הקשור עניינית לתוכן תשדיר הפרסום. על פי דרישת התאגיד יכול תשדיר הפרסום תרגום מונחי עגה לשפת התשדיר. לעניין סעיף קטן זה, "עגה" – לרבות מונח שגור בשפה אחרת.</p>		
	<p>המנכ"ל רשאי במקרים חריגים להתיר שידורם של תשדירי פרסום בשפה אחרת, ובלבד שילוו בכתוביות תרגום בעברית או בערבית.</p>	<p>84. תשדירי פרסום בשפות זרות</p>
	<p>היחידה המסחרית, עובדיה ו/או מי מטעמה ימנעו מניגוד עניינים, לרבות חשש לניגוד עניינים. לעניין זה, וככל שהיחידה המסחרית תבצע את פעילותה באמצעות אחר שייבחר בדרך של מכרז, התאגיד יהיה רשאי להטיל תנאים או מגבלות על האחר כאמור, בהתאם</p>	<p>5. איסור ניגוד עניינים של היחידה המסחרית</p>

	<p>לשיקול דעתו ובהתאם לנוהל עריכת הסדרים למניעת ניגוד עניינים החל בתאגיד, לרבות קבלת אישור מראש של ועדת המשנה של המועצה המפקחת על היחידה המסחרית לכל עסקה עם בעל עניין בזכיון.</p>	
	<p>סעיפים 86 - 104</p>	<p>פרק יא: היחידה המסחרית, פיקוח על היחידה המסחרית והזמנת תשדירי פרסום לשידור</p>
	<p>(ד) המועצה תקבע סוגים של התקשרויות, אשר הזכיון יידרש לקבל אישור מראש של היחידה המסחרית לגביהם.</p>	<p>92. פעילות באמצעות זכיון</p>
	<p>(ב) המנכ"ל אישר את תוכן תשדירי הפרסום לשידור, וכן תשדירי הפרסום אושרו מבחינת המבנה, האיכות הטכנית והאומנותית;</p>	<p>96. תנאים לשידור תשדירי פרסום</p>
	<p>הודעה על אישור, אישור בתנאים או דחייה של תשדירי פרסום תימסר למזמין על ידי היחידה המסחרית. במקרה בו נדחה התשדיר הפרסומי, תימסר למזמין החלטה מנומקת בדבר נסיבות דחיית הפרסום.</p>	<p>98. חובת הנמקה של דחיית תשדיר פרסומי</p>

<p>מזמין יהיה רשאי להגיש ערר על החלטת המנהל הכללי לפי סעיף 7, לוועדת הפיקוח על פרסומות והודעות תוך 14 ימים מהחלטת המנהל הכללי כאמור. החלטת הועדה בעניין זה תהיה סופית.</p>	<p>מזמין יהיה רשאי להגיש ערר בפני ועדת הפיקוח על פרסומות והודעות של מועצת התאגיד המפקחת על שידור תשדירי פרסום, תוך 14 ימים, על החלטת המנכ"ל שלא לאשר שידור תשדירי פרסום או לבטל אישור שניתן ולהפסיק את שידורם. במקרים בהם נמנעת התכנסות הוועדה במסגרת הזמנים שנקבעה, הוועדה תהיה רשאית לקיים התייעצות באמצעות הטלפון, ובלבד שהחלטתה תתקבל בכתב. במסגרת החלטתה, הוועדה תתייעץ עם היועץ המשפטי, ותשמע את עמדת המנהל הכללי בנושא. החלטת הועדה בעניין זה תהיה סופית.</p>	<p>9. ערר</p>
	<p>לא ישודר תשדיר פרסומי הכולל שימוש בנתונים אלא אם כן הדבר נעשה באופן</p>	<p>12. הצגת נתונים באופן מובן</p>

	המובן לצופה ממוצע ובדרך שאין בה הטעיה.	
תאגיד יהיה רשאי לדרוש מהמפרסם או המזמין, לפי העניין, ביסוס לנתון שנטען או נרמז בו, לגבי מוצר או שירות המתפרסם היה וסבר כי הדבר עלול להטעות.	לא ישודר תשדיר פרסומי שנטען או נרמז בו, בדרך כלשהי, כי במוצר או בשירות המתפרסם יש תכונה או איכות אשר אינם ניתנים לביסוס.	13. איסור טענות ללא ביסוס תוקן - ביסוס טענות
תשדיר פרסום לא יהווה חלק בלתי נפרד מתכנית אלא ישובץ במשבצות מיועדות לכך שנקבעו במסגרת לוח השידורים מראש, לפי שיקול דעתו של התאגיד וכאמור בכללים אלה; התאגיד ימנע משידור העלול להטעות מאזין או צופה סביר, לרבות הידמות תשדיר פרסום לתכנית או למהדורת חדשות.	תשדירי פרסום לא יהוו חלק בלתי נפרד מתכנית משודרת אלא ישודרו במשבצות במסגרת לוח השידורים שנקבעו מראש לפי שיקול דעתו של התאגיד וכאמור בכללים אלה.	14. הפרדה מתכנית

<p>בתשדיר פרסום המציין מחיר מוצר או שירות, יוצג המחיר הכולל של המוצר. לעניין סעיף זה, "המחיר הכולל" - כהגדרתו בסעיף 17א לחוק הגנת הצרכן.</p>	<p>בלי לפגוע בהוראות כל דין, בתשדירי פרסום המציינים מחירי מוצר או שירות, יחולו תנאים אלה:</p> <p>(א) המחיר המוצג הינו המחיר המלא לצרכן, לרבות מס ערך מוסף כמשמעותו בחוק מס ערך מוסף, התשל"ו-1976 ;</p> <p>בתשדיר פרסומי למוצר או שירות שיש בהם רכיב, מוצר או שירות הדרושים להפעלה או הנתונים לבחירה, לרבות אריזה, הובלה, התקנה, ביטוח וכיוצא באלה, ואשר ניתנים תמורת תוספת למחיר, יודגש דבר תוספת המחיר וכן שיעורה ;</p> <p>(ב) לגבי מבצעי מכירות וכיוצא באלה, מוגדרת התקופה שבה תקף המחיר המוצג ;</p> <p>(ג) בתשדיר פרסומי המציע קניה בתשלומים של מוצר או שירות מצוין שיעור הריבית הגלומה בתשלומים או הנוספת עליהם ומספר התשלומים.</p>	<p>16. הצגת מחירים</p>
--	---	------------------------

<p>לא ישודר תשדיר פרסום שנעשה בו שימוש במונח "חדש" או "חדיש", או במילים דומות לגבי מוצר או שירות, אלא אם כן טרם חלף המועד המוקדם מבין: 3 חודשים מיום שפורסם לראשונה, או 6 חודשים מיום שיוצר המוצר או שניתן השירות לראשונה</p>	<p>לא ישודר תשדיר פרסומי שנעשה בו שימוש במונח "חדש" או "חדיש", או במילים דומות לגבי מוצר או שירות, אלא אם כן התקיימו תנאים אלה: (א) טרם חלפו 6 חודשים מיום שיוצר המוצר או שניתן השירות לראשונה; (ב) טרם חלפו 3 חודשים מיום פרסום המוצר או השירות לראשונה, בעיתון, ברדיו, בטלוויזיה, בכל גוף תקשורת או ברשתות החברתיות.</p>	<p>17. שימוש במונח "חדש"</p>
	<p>לא ישודר תשדיר פרסומי שנעשה בו שימוש בביטויים כגון: "אחריות", "באחריות", "מובטח", "בערבות" וכיוצא באלה, בדרך שיש בה כדי להטעות, למעט אם נתקבלו בידי היחידה המסחרית מסמך החתום בידי המזמין העושה שימוש בביטויים האמורים, והמאשר כי המפרסם אכן מעניק תנאי אחריות או ערבות כמובטח על ידו.</p>	<p>18. שימוש בביטוי "אחריות" ודומיו</p>
	<p>בתשדיר פרסומי הכולל הענקת מוצר או שירות לרוכש מוצר או שירות אחר יש לנהוג, כלהלן: (א) המוצר או השירות המוענקים יתוארו ככאלה בבהירות;</p>	<p>20. הענקת מוצר נוסף</p>

	(ב) לא ייעשה שימוש בביטוי "שי חינם" או "מתנה חינם" וכיוצא באלה לגבי המוצר או השירות המוענקים.	
	לא ישודר תשדיר פרסומי הכולל דרישה לתשלום או לפיקדון לצורך קבלת מידע על הצעה הכלולה בתשדיר.	22. פיקדון
	לא ישודר תשדיר פרסומי לשירות הניתן באמצעות הטלפון אלא אם כן התקיימו בו שני אלה: (א) התשדיר הפרסומי כולל פירוט מחירי השיחה לדקה בשעות רגילות ובשעות שיא; (ב) אם השירות כרוך בהתקשרות של חמש דקות לפחות, מובהר בתשדיר הפרסומי כי השימוש בשירות עלול להיות כרוך בהתקשרות ארוכה; (ג) הייתה הפרדה בין תשלום עבור השירות הניתן ובין תשלום עבור השימוש בטלפון, הדבר צוין בתשדיר הפרסומי בבירור.	24. שירות שניתן בטלפון
	לא ישודר תשדיר פרסומי למזון שיש בו טיעונים כוללניים העלולים לרמוז, באופן מטעה, שלמוצר מזון או מרכיביו יש יתרון מבחינה דיאטטית או בריאותית, או שיש בו הפניה לתכונות או למרכיבים מסוימים במוצר מזון העלולה ליצור רושם מוטעה באשר לתכונות המוצר בכללותו.	30. מזון בריאות

<p>לא ישודר תשדיר פרסום להצעת טיפול המכוון להשיג משקל מופחת, שינוי מראה הגוף, לרבות באמצעות ניתוח, או עיצובו, אלא אם המפרסם העביר ליחידה המסחרית חוות דעת רפואית, ולפיה הטיפול יעיל ואינו גורם נזק, והמבססת כל טיעון שהועלה בתשדיר הפרסום.</p>	<p>לא ישודר תשדיר פרסומי להצעת טיפול המכוון להשיג משקל מופחת, שינוי מראה הגוף, לרבות באמצעות ניתוח, או עיצובו, אלא בהתקיים תנאים אלה:</p> <p>(א) היחידה המסחרית קיבלה מהמפרסם חוות דעת רפואית, ולפיה הטיפול יעיל ואינו גורם נזק, וכל טיעון שהועלה בתשדיר הפרסומי מבוסס;</p> <p>(ב) היחידה המסחרית קיבלה מהמפרסם ראיה המניחה את הדעת, כי הצרכן יכול לקבל מהמפרסם בכתב מפרט מלא של תכנית הטיפול ותנאיה הכספיים והחוזיים, קודם להתחייבותו.</p>	<p>32. טיפולי הרזיה ועיצוב גוף</p>
--	---	------------------------------------

<p>בלי לגרוע מהוראות תקנות הגנת הצרכן (פרסומת המכוונת לקטינים), התשנ"א-1991, בתשדיר פרסום או במקבץ פרסום המשודר במהלך תכנית המיועדת או מופנית לילדים או במהלך מקבץ הצמוד לתכנית כאמור, במסגרת שידורי הערוץ המרכזי או בערוץ הטלוויזיה לילדים ולנוער, לא ישודרו תשדירי פרסום למוצרים או לנושאים כמפורט להלן – אלא אם כן אושרו מראש על ידי המנהל הכללי מנימוקים מיוחדים שיירשמו, בשים לב לתוכנם, לקהל היעד של התכנית שבמהלכה הצמוד לה מבקשים לשדרם, ולשעת שידורם:</p> <p>(א) שיש בו משום עידוד קטינים למעשים לא ראויים או לא בטוחים;</p> <p>(ב) ענין העלול לגרום לחרדה או למצוקה אצל ילדים, או שאינו מתאים מבחינה אחרת לגילם, לרבות עקב התייחסות מפורשת לנושאי מין;</p> <p>(ג) קדימונים לתכניות המתאימות למבוגרים בלבד.</p>	<p>36. איסורים בתשדירי פרסום לקטינים</p>
--	--

<p>(ב) הכולל ביטוי חזותי, מילולי או קולי של אלימות, של מין או של אכזריות;</p> <p>(ג) שיש בו ענין העלול לגרום לחרדה או למצוקה אצל ילדים, או שאינו מתאים מבחינה אחרת לגילם, לרבות עקב התייחסות מפורשת לנושאי מין;</p> <p>(ד) קדימון לתכניות המתאימות למבוגרים בלבד.</p>		
	<p>תשדירי פרסום או קדימונים הכוללים ביטויים חזותיים, מילוליים או קוליים של אלימות, של מין או של אכזריות, לא ישודרו –</p> <p>(א) במהלך תכנית המיועדת או מופנית לילדים או במהלך מקבץ פרסומי הצמוד לתכנית כאמור;</p> <p>(ב) בין השעות 14:30 עד 21:00 בימי שבת ובמועדי ישראל.</p>	<p>37. הצגת אלימות, מין או אכזריות</p>
	<p>במהלך תכנית המיועדת או מופנית לקטינים או במהלך מקבץ פרסומי הצמוד לתכנית כאמור, לא ישודרו תשדירי פרסום אשר תוכנם אינו מתאים לצפייה לגילאי 18 שנים</p>	<p>38. תשדירי פרסום שאינם מתאימים לגילאי 18 שנים</p>

	<p>ומטה, על פי המאפיינים הקבועים בלוח ב' לתקנות סיווג.</p>	<p>ומטה</p>
<p>לא ישודרו תשדירי פרסום בימים הבאים:</p> <p>(א) יום הזיכרון לחללי מערכות ישראל, כמשמעו בחוק יום הזיכרון לחללי מערכות ישראל, התשכ"ג-1963, מתחילת טקס פתיחת יום הזיכרון עד סיום טקס פתיחת יום העצמאות, התש"ט-1949;</p> <p>(ב) יום הזיכרון לשואה ולגבורה, כמשמעו בחוק יום הזיכרון לשואה ולגבורה, התשי"ט-1959, מתחילת טקס פתיחת יום הזיכרון עד השעה 20:00 למחרת;</p> <p>(ג) ט' באב משעה 20:00 בערב ט' באב עד לשעת סיום הצום למחרת.</p>	<p>לא ישודרו תשדירי פרסום בימים הבאים:</p> <p>(א) יום הזיכרון לחללי מערכות ישראל, כמשמעו בחוק יום הזיכרון לחללי מערכות ישראל, התשכ"ג-1963, מתחילת טקס פתיחת יום הזיכרון עד סיום טקס פתיחת יום העצמאות, התש"ט-1949;</p> <p>(ב) יום הזיכרון לשואה ולגבורה, כמשמעו בחוק יום הזיכרון לשואה ולגבורה, התשי"ט-1959, מתחילת טקס פתיחת יום הזיכרון עד השעה 20:00 למחרת;</p> <p>(ג) ט' באב משעה 20:00 בערב ט' באב עד לשעת סיום הצום למחרת.</p>	<p>53. איסור שידור תשדירי פרסום בימי זיכרון ואבל</p> <p>תוקן – איסור שיבוץ בימים מסוימים</p>

<p>(ד) על אף האמור בסעיף זה, תהא ועדת הפיקוח על פרסומות והודעות, רשאית להתיר שידור תשדיר פרסום במועדים הנקובים בסעיף זה, במקרים בהם מתקיימים התנאים הבאים:</p> <p>(1) המפרסם הינו גוף ציבורי או מוסד ללא כוונת רווח;</p> <p>(2) תוכן תשדיר הפרסום עולה בקנה אחד עם אופיו הייחודי של המועד בו הוא צפוי להיות משודר ואופי השידורים בו;</p> <p>(3) אין בתשדיר הפרסום כדי לקדם מוצרים מסחריים.</p>		
<p>(א) אורך תשדיר לשירות הציבור או פרסומת לא יעלה על 90 שניות;</p> <p>(ב) אורך הודעת חסות לא יעלה על שש שניות בטלוויזיה, ועד 10" בשידורי הרדיו</p>	<p>(א) אורך תשדיר לשירות הציבור לא יעלה על 90 שניות;</p> <p>(ב) אורך פרסומת לא יעלה על 60 שניות;</p> <p>(ג) אורך הודעת חסות לא יעלה על 6 שניות בטלוויזיה, ועד 10 שניות בשידורי הרדיו;</p>	<p>54. אורך תשדיר פרסומי</p>

<p>(א) במסגרת מקבץ פרסום, הזמן המרבי לחסויות לא יעלה על דקה.</p> <p>(ב) שם נותן החסות לא יופיע יותר מארבע פעמים במהלך שעת שידור;</p> <p>(ג) בפתיח של מקבץ פרסום הכולל הודעת חסות אחת או יותר, ייאמר בקריינות "התכנית הופקה בחסות" או "התכנית משודרת בחסות" או "התכנית מוגשת בחסות" או נוסח דומה.</p> <p>(ג) על אף האמור בסעיף קטן (א), בשידורי אירועי מדיה מיוחדים, המנהל הכללי יהא רשאי לאשר כי הזמן המרבי במקבץ החסויות יעלה על דקה.</p> <p>המנהל הכללי ידווח לוועדת הפיקוח על פרסומות והודעות על אישור שניתן לפי סעיף קטן (ג).</p>	<p>(א) במסגרת מקבץ, הזמן המרבי לחסויות לא יעלה על דקה.</p> <p>(ב) שם נותן החסות לא יופיע יותר מארבע פעמים במהלך שעת שידור;</p> <p>(ג) ניתן לכלול בשעת שידור הודעות חסות כאמור של עד חמישה נותני חסות, למעט אם המנכ"ל אישר יותר נותני חסות לתכנית מסוימת או לסוג מסוים של תכניות;</p> <p>(ד) פתיח של מקבץ פרסומי הכולל הודעת חסות אחת או יותר, ייאמר בקריינות "התכנית הופקה בחסות" או "התכנית משודרת בחסות" או "התכנית מוגשת בחסות" או נוסח דומה.</p>	<p>56. הודעות חסות</p> <p>תוקן – זמן מרבי לחסות ושם נותן החסות</p>
---	--	--

	<p>ניתן לשדר הודעת חסות במועדים אלה בלבד:</p> <p>(א) בצמוד לפני תחילת התכנית ובצמוד לאחר סיום התכנית שניתנת לה החסות; שידור חסות במהלך התכנית יתאפשר, בכפוף לאישור מנכ"ל, וזאת בהתאם לאופי התכנית;</p> <p>(ב) בתכנית ספורט, בנוסף על האמור בסעיף קטן (א) גם בהפסקה ובתחרות שאין בה הפסקה, בין תחרויות.</p>	<p>57. שיבוץ הודעות חסות</p>
	<p>מקבץ ישודר לפני תחילתה של תכנית או לאחר סיומה, ובמהלכה של תכנית רק במסגרת אתנחתה.</p>	<p>61. שיבוץ מקבץ</p>
	<p>נוסח תשדירי הפרסום יוגש לאישור כשהוא מנוקד.</p>	<p>81. ניקוד</p>
	<p>שמות וכינויים לועזיים ומלים לועזיות הנכללים בתשדירי הפרסום ייכתבו בהזמנה גם באותיות לטיניות.</p>	<p>82. מילים לועזיות</p>
<p>לבקשת היחידה המסחרית, ועדת הפיקוח על תשדיר פרסום רשאית, במקרי חירום או בנסיבות חריגות אחרות, לאשר שידור תשדיר פרסום אף בניגוד לכללים אלו וזאת אם מצאה כי קיים צורך ציבורי המצדיק חריגה כאמור כתוצאה ממקרה</p>		<p>61. מקרה חירום בנסיבות חריגות</p>

<p>החירום או הנסיבות החריגות; חריגה כאמור תוגבל בזמן או לתשדירים מסוימים, או בתנאים נוספים, לפי החלטת הוועדה האמורה; בכל מקרה לא תותר חריגה מהוראות כללים אלה הנוגעות לאתיקה בשידור תשדירי פרסום, ומהוראות כל דין אחר.</p>		
<p>א. לא ישובץ תשדיר פרסום שעניינו אלכוהול, אלא בין השעות 22 ועד 5, למעט בזמן תחרות ספורט המשודרת בשידור ישיר או בזמן שידור מגזין ספורט מיוחד, אם שוכנע המנהל הכללי כי אין מדובר בפרסומת המכוונת לקטינים או שאין מופיעים בה קטינים.</p> <p>ב. על אף האמור בסעיף קטן (א), המנהל הכללי, רשאי לאשר, באופן חד פעמי או לתקופה מסוימת, פרסום ליין, מוצריו או ליקבים, גם מעבר לשעות הנקובות בסעיף האמור, לקראת תקופות חגים או מועדים שבהם קיים ביקוש לפרסום מסוג</p>	<p>שיבוץ תשדיר פרסום שעניינו אלכוהול, יהיה רק בין השעות 22 ועד 5, למעט בזמן תחרות ספורט המשודרת בשידור ישיר או בזמן שידור מגזין ספורט מיוחד, אם שוכנע המנהל הכללי כי אין מדובר בפרסומת המכוונת לקטינים או שאין מופיעים בה קטינים</p>	<p>52. שיבוץ תשדיר פרסום לאלכוהול</p>

זה, מעשרים ימים לפני אותו חג או מועד עד סיום אותו חג או מועד, והכל אם שוכנע כי אין מדובר בפרסומת המכוונת לקטינים, אין מופיעים בה קטינים ושאינה משובצת בתכנית המיועדת לקטינים.		
---	--	--

עותק מהכללים הישנים נמצא באתר התאגיד (תחת לשונית "המועצה", "החלטות וכללים").

המעוניין להתייחס לשינויים יפנה הערותיו אל היועצת המשפטית של התאגיד, באמצעות מייל מנהלת הלשכה: Ornap@kan.org.il, תוך 21 ימים מיום פרסום מודעה זאת (25.3.21).