**הכנסת השמונה-עשרה נוסח לא מתוקן**

**מושב שני**

**פרוטוקול מס' 261**

**מישיבת ועדת הכלכלה**

**יום שלישי, ג' תמוז התש"ע (15 ביוני 2010), שעה: 11:30**

**סדר היום:**

**הצעה לסדר היום (דיון מהיר) אי יישום סעיף 7 ג' 1 לחוק הגנת הצרכן**

**נכחו:**

**חברי הוועדה**:

ישראל חסון

רוברט טיבייב

אורית זוארץ

**מוזמנים**:

עו"ד יצחק קמחי, הממונה על הגנת הצרכן, משרד התעשייה, המסחר והתעסוקה

ד"ר יצחק קדמן, מנכ"ל, המועצה לשלום הילד

עו"ד יעל כהן שוואט, יועצת משפטית, המועצה לצרכנות

עו"ד יעל דוד, ייעוץ משפטי, "הד ארצי"

עו"ד ליאור צ'רצ'י, ייעוץ משפטי, "הד ארצי"

**מנהלת הוועדה**:

לאה ורון

**רשמת פרלמנטרית**:

דרורה רשף

**הצעה לסדר היום (דיון מהיר) אי יישום סעיף 7 ג' 1 לחוק הגנת הצרכן**

היו"ר ישראל חסון:

בתאריך 10 במאי החליטו יושב ראש הכנסת והסגנים להעביר לדיון מהיר בוועדת כלכלה הצעות בנושא: אי יישום סעיף 7 ג' 1 לחוק הגנת הצרכן, העוסק באחריות להטיה בפרסומת, של חברת הכנסת אורית זוארץ. אורית, בבקשה, הבימה היא שלך, תציגי את הנושא.

אורית זוארץ:

תודה. אכן, ביקשתי להעלות על סדר יומה של הכנסת הצעה לדיון מהיר, והנושא הוא: אי יישום סעיף 7 ג' 1 לחוק הגנת הצרכן, העוסק באחריות להטיה בפרסומות. הצעת חוק פרטית שלי שמספרה פ/2182, שנדונה בוועדת השרים לענייני החקיקה נדחתה, כאשר הצעת החוק מבקשת לאסור שימוש בפרסומת סמויה בקלטות המיועדות לילדים. בתוך הפרסומת הסמויה אנחנו מדברים על שילוב מוצרים, בתוך התכנים, מבלי שיש גילוי נאות על גבי הקלטת. אנחנו מדברים כאן על מציאות שבה הילדים בגיל הרך, כבר מהשנים הראשונות לחייהם, נחשפים לקלטות ילדים שיש בהן גם תכנים פדגוגיים, חינוכיים ונוספים, אבל לתוך הקלטות האלה יש החדרה סמויה של פרסומות ושטיפת מוח, ממש שטיפת מוח של ילדים. כי אנחנו מכירים את זה, גם אני כאמא לילדים – היום הם בגירים, אבל – כל ה"הידבקות" של ילד או ההיצמדות של ילד לקלטת מסוימת, והוא צופה בה פעם אחר פעם אחר פעם. אז מעבר ללמידה ולחוויות נוספות שהוא חווה באמצעות הקלטת, יש שם ממש, באמצעים חזותיים מאד מאד דרמטיים, החדרה של פרסומות, ואנחנו הדגמנו את זה.

לכן ביקשנו לקדם את הצעת החוק, שאכן נדחתה על ידי ועדת השרים. המענה היה שהמענה ניתן בסעיף 7 ג' 1. לצערי הרב, הסעיף הזה לא מיושם, אין שום אכיפה, אין שום בקרה ואין שום פיקוח על הסוגיה הזו, השוק הזה פרוץ ולכן חשוב מאד להעלות את זה לסדר יומה של הכנסת ולטפל בסוגיה הזו.

היו"ר ישראל חסון:

זאת אומרת, מה שאת מבקשת לשמוע זה מה אמצעי האכיפה שנוקטים והאם הם מספקים, ושידווחו לוועדת כלכלה את הדבר הזה.

אורית זוארץ:

כן. למיטב ידיעתי לא ננקטים.

היו"ר ישראל חסון:

אני חייב להגיד משהו, שאני בניגוד עניינים. אני גדלתי בקיבוץ של סופרת הילדים פניה ברגשטיין, שכתבה את "בוא אלי פרפר נחמד". ו"האוטו שלנו גדול וירוק" זו גם פרסומת, לא סמויה. "מוביל הוא לתנובה ביצים וחלב" – צריך להפסיק לשיר את זה, כי שטראוס יתבעו אותנו. אני לא יודע.

אורית זוארץ:

אבל עדיין לא פרסמו שם חברות – מה שקורה היום, זה כבר מוגזם וכבר עבר כל פרופורציה.

היו"ר ישראל חסון:

אני מבין. אתם רוצים להתייחס? מי שאמון על הסחר ההוגן.

יצחק קמחי:

עדיין לא. עדיין הממונה על הגנת הצרכן.

תודה, אדוני. קודם אני אומר שחברת הכנסת זוארץ הרי מתפרצת, בסופו של דבר, לדלת פתוחה. אנחנו לא נגד הדברים שהיא בעדם, להפך. אנחנו תומכים ואני, לאורך כל הקו, תומך בהם. אני אעיר כמה הערות כי צר לי שהדיון החשוב הזה הוא דווקא כתוצאה מאי קבלת הצעת החוק שלך. או דחייתה על ידי הממשלה.

רוברט טיבייב:

אז אתה בעד הצעת החוק?

יצחק קמחי:

לא, אני לא בעד הצעת החוק, אני רוצה רק להסביר את הדברים. לפעמים – אני בטוח ששנינו רואים עין בעין את המטרה הסופית, רק את הדרך אליה – כנראה שאנחנו חלוקים.

למשל, בהצעת החוק שלך את רוצה, מבחינתי, לאפשר להכשיר שרץ. כי אני נגד פרסום סמוי. אני לא רוצה שהוא יהיה. אבל אני לא רוצה להעלות על הדעת שאם מישהו יכתוב על קלטת: קלטת זו מכילה פרסומת, הוא יצא ידי חובתו והוא יכול לעשות מה שהוא רוצה. פרסום סמוי לא צריך להיות, הוא אסור על פי החוק. ככה זה צריך להיות. אבל בהצעה שלך – זו הכשרה של שרץ, מבחינתי. לכן אני נגד.

היו"ר ישראל חסון:

אני מוכרח להגיד לך – סליחה שאני קוטע אותך. אני לא חושב שהדיון הוא על אי אישור הצעת החוק שלה, אלא הדיון פה כרגע - - -

אורית זוארץ:

על העובדה שאתם לא מיישמים את החוק.

היו"ר ישראל חסון:

הדיון פה, אם אני מבין מה מטרת הדיון, זה לשמוע מהם צעדי האכיפה. כי הדוגמה שהיא נתנה כאן, יכולה להיות מסחרית גרידא. מסרים סמויים יכולים להיות לדברים שבהגדרה הם לא בריאים לילדים, לא טובים לילדים, ולהיות קיימים כפרסומת סמויה כזו או אחרת. הדיון פה הוא מה נעשה לאכיפה.

יצחק קמחי:

אז אני אפרט כמיטב יכולתי, קודם כל גם בהתייחס לקלטות. לצערי בקלטות, מלבד הפרסומת הסמויה שמצויה בהם ככל הנראה מידי פעם - - -

יצחק קדמן:

היום זה הכל די.וי.די. כבר.

יצחק קמחי:

זה לא חשוב. כל הדי.וי.די. – ישנן פרסומות רגילות. נפתח בזה. יש באמצע פרסומת ובסוף פרסומות. זאת אומרת: פרסומות קיימות. פרסום כשלעצמו הוא לא אסור. וגם פרסום, לצערי, אדוני היושב ראש, גם פרסום של מוצרים שלא מי יודע מה בריאים או טובים. אבל – מותר לפרסם. אז יש שמה במבה ומילקי ואני לא יודע - מה שלא יהיה. זה לא משנה בכלל כרגע. זה קיים. פרסום סמוי לא צריך להיות, כי הוא מתעסק, לכאורה, עם המוח שלנו. הוא פוגע באוטונומיה שלנו. ובמיוחד שאנחנו מדברים על ילדים.

הדוגמה, למשל, שאת הבאת, היא לא תקינה. יש בה פרסום סמוי בבקשה שלך ליושב ראש הכנסת – מבחינתי, היא בכלל לא בעייתית לילדים. היא לא צריכה להיות שם, אבל הכבשה שושנה שממליצה על אבקת כביסה "מקסימה" – אז אני לא חושש מהילד בן שנתיים וחצי שיגיד לאמא שלו: תקני אבקת כביסה "מקסימה" – כי זו לא המציאות, אבל עדיין זה לא צריך להיות שם, כי זו פרסומת סמויה. זאת אומרת: הדברים האלה הם קיימים והם נכונים.

מבחינת אכיפה: האכיפה שאנחנו מבצעים היא בעיקרה, באמת, אכיפה פלילית. על המגבלות שיש לה. ועל המגבלות שיש לנו, ככוח אדם. אנחנו נמצאים היום על סיפו של שינוי – אני מקווה. כבר חמש שנים אני עומד לקראתו – אבל אנחנו הולכים להפוך, סוף סוף, לרשות עצמאית, שתעסוק בסחר הוגן ובהגנת הצרכן, ותוכל לבצע גם את הדברים האלה. גם לצורך הביקורת הזאת, נדרשת עבודה מסוימת פנימית, אני לא אפרט אותה כאן, ברגע זה.

אורית זוארץ:

כן, בשביל זה באנו. מה עשיתם עד כה.

יצחק קמחי:

לא. מה צריך לעשות, לא מה שעשינו. שנייה. מעבר לזה, ישנן גם דרכי אכיפה אלטרנטיביות. במקרה הזה, לפחות, בכל הנוגע לקלטות או לפרסומת סמויה בהן, אני רוצה לברך את המועצה לצרכנות, שהגישה תובענה ייצוגית על מספר בתי עסק. זה דבר שתלוי ועומד בבית המשפט, למיטב ידיעתי, ואני מתאר לעצמי שעורכת דין כהן תבוא ותפרט מה קורה, גם בעניין הזה. אני מקווה שזה יצליח ויהיה יותר טוב. לא תמיד ההליך הפלילי הוא ההליך היעיל. הוא לפעמים קשה יותר.

רוברט טיבייב:

רק שאלה אחת. יש איזושהי הגדרה של פרסום שפוגע בילדים או לא פוגע?

יצחק קמחי:

לא, אין הגדרה כזאת. אין הגדרה כזאת והפרסום, אנחנו משתמשים בו במונח - - -

אורית זוארץ:

יש.

יצחק קדמן:

יש.

יצחק קמחי:

לפרסום שנוגע בילדים?

יצחק קדמן:

- - - לקטינים כוללת שם קריטריונים.

רוברט טיבייב:

אם אין הגדרה, אי אפשר להתמודד עם זה.

יצחק קמחי:

לא, יש כללים בחוק הגנת הצרכן שעוסקים בפרסומת המכוונת לקטינים.

אורית זוארץ:

יפה.

יצחק קמחי:

עכשיו, אם אתה עומד בכללים אז אין בעיה – מותר לפרסם.

רוברט טיבייב:

זאת בדיוק השאלה.

יצחק קמחי:

אם אתה לא עומד בכללים – לא, אבל זאת לא הבעיה.

יעל כהן שוואט:

שאלה של תוכן הפרסום.

יצחק קמחי:

זה פה – שאלה של תוכן הפרסום או הצורה שלו. כאן מדובר - -

אורית זוארץ:

על פרסום סמוי.

יצחק קמחי:

על פרסום שהוא, לכאורה, אסור. או בלשון החוק - - -

רוברט טיבייב:

אז אם זה אסור, אז אסור.

יצחק קדמן:

השאלה היא, עם אותו סעיף שאת מדברת עליו – כמה תביעות הוגשו עד היום.

אורית זוארץ:

זה מה שאני שואלת: מה עשיתם?

יצחק קמחי:

לא הוגשו.

אורית זוארץ:

אין תביעות?

יצחק קמחי:

לא, אין תביעות פליליות בנושא של פרסום סמוי. שוב: הנושא של פרסום סמוי, רובו – בנושא של הקלטות, לפחות – לא מוסדר כל כך, אולי רק בחוק הגנת הצרכן. - - -

אורית זוארץ:

הצעת החוק שלי נדחתה כי הטענה היתה שהנושא הזה הוסדר.

יצחק קמחי:

אנחנו חוזרים להצעת החוק.

אורית זוארץ:

אם הנושא הזה מוסדר, הציפייה שלי שתאכפו את החוק. אם אתה אומר שלא הוגשה שום תביעה, כנגד מי שהפר את החוק, יש כשל שלכם.

יצחק קמחי:

יש לי שאלה. אם החוק יהיה כתוב אותו הדבר פעמיים, זה ישנה לגבי אכיפה? לא.

אורית זוארץ:

אנחנו מדברים על אכיפה.

יצחק קמחי:

אז אני אומר: זה לא קשור לדחייה של הצעת החוק שלך. ההגדרה או האיסור קיים בחוק. להכפיל אותו פי ארבע, זה עדיין לא משנה.

אורית זוארץ:

הבנו. לכן אנחנו מדברים על החוק הקיים. אנחנו לא מתעסקים עם החוק שלי.

יצחק קמחי:

אז אנחנו באמת לא מתעלמים מהנושא. ושוב, כיוון שכרגע יש גם דרכי אכיפה אלטרנטיביות שמתקיימות - - -

אורית זוארץ:

אני רוצה לשמוע על הדרכים האלטרנטיביות שמתקיימות.

רוברט טיבייב:

השאלה אם הן יעילות.

אורית זוארץ:

בוא ונשמע מה הם עשו.

יצחק קמחי:

אני מאד מקווה שכן. אני אומר: שוב, מבחינתנו – אם את רוצה תביעה פלילית על פרסום סמוי – לא.

אורית זוארץ:

- - -

יצחק קמחי:

פניות היו גם שלי, וגם ישבתי ועמדתי לפני ועדה של אסא כשר ברשות השנייה, שהכינו את כללי האתיקה, ואפשרו שמה פרסום שמתחלק – לא נקרא שמה סמוי, נקרא פרסום מסווה – זו ההגדרה בחוק – או פרסום אגב – שגם הוא, לכאורה, אסור. אם, למשל, אתה יושב ומראה את האוטו של תנובה במסגרת הסרטון, ועובר אוטו של תנובה – אז זו פרסומת. יכול להיות פרסום אגב, ולאו דווקא פרסום סמוי. דרך אגב, גם הוא אסור.

אורית זוארץ:

מדברים פה על פרסום בוטה, שהילדים אוכלים מוצרים מסוימים - - -

יצחק קמחי:

אז אני אומר: לעניין הבוטות, לא לכל הדברים האלה – אני מסביר לך שוב: לא לכל הדברים האלה יש לנו את המומחיות. אנחנו גם ניזונים ממומחיות של גורמים אחרים. מי שיותר עוסק באכיפה היום, של פרסום סמוי, זו באמת הרשות השנייה. שעוברת על הפרסומות - - -

אורית זוארץ:

מדברים על הקלטות ועל הדי.וי.די. למה אתה לוקח את זה לשם?

קריאות:

- - -

היו"ר ישראל חסון:

אורית.

יצחק קמחי:

אז אני מסביר לך שוב: אני לא בוחן כל די.וי.די. שיוצא לשוק. אין לי ביקורת על כל די.וי.די. שיוצא לשוק.

אורית זוארץ:

אוקי. יש מישהו שמטפל בזה במשרד?

יצחק קמחי:

לא.

רוברט טיבייב:

אוקי. שאלה: איך להתמודד עם הבעיה, אם אין לך אפשרות. איך אנחנו מתמודדים?

היו"ר ישראל חסון:

אתם מקטינים את הסיכוי שלי לקבל את ועדת הכלכלה, כי אני לא משתלט על הדיון.

אורית זוארץ:

תקבל, אל תדאג. אני אמליץ בחום.

היו"ר ישראל חסון:

רק שנייה. עורך דין קמחי, השאלה כרגע היא כזו: אני שואל – לא אורית שואלת – לך אין את היכולת לסרוק את כל המוצרים שיוצאים לשוק ולסרוק את כל הדבר הזה. הבנתי. בהנחה שמתקבלת במשרדך, מגורם כלשהו, התייחסות לדבר הזה, יש לכם איזשהן פעולות שאתם נוקטים, שנקטתם, מישהו שמרכז טיפול בעניין הזה? זו השאלה. עזוב. אנחנו עכשיו לא שואלים אותך האם אתה בודק כל קלטת של זמר כזה או - - -

יצחק קמחי:

לא. אמרתי: אני לא. גם לא כל קלטת ילדים וגם לא כל די.וי.די. אין. בלתי אפשרי.

אורית זוארץ:

אין מישהו שמטפל בזה במשרד?

יצחק קמחי:

אין, אין. גם לא יכול להיות. לא יכול גם להיות. את יודעת כמה מוצרים ישנם בשוק? מאות אלפים. אני לא בודק סימון על כל מוצר, וגם זה בחוק הגנת הצרכן.

היו"ר ישראל חסון:

אני שאלתי שאלה: בהנחה שמגיעה לשולחנך מגורם כלשהו, וולנטרי, האיש שאכפת לו, עמותה כזו או אחרת, מגיעה לשולחנך – אני לא רוצה לדעת לא מה הארגונים הוולנטריים נוקטים, בפעילות, כי מה שעושה אגודה כזו או אחרת זה יפה מצידם. מה הממשלה עושה בכדי למלא את חובתה על פי חוק? זו השאלה שאורית שואלת. אני מייצג אותך בסדר?

אורית זוארץ:

אתה משקף נאמנה את דבריי.

היו"ר ישראל חסון:

אוקי. זו השאלה.

יצחק קמחי:

שוב: קודם כל, בוודאי שכל תלונה שמתקבלת גם נבחנת.

היו"ר ישראל חסון:

כמה תלונות כאלה טופלו? כמה הוגשו?

יצחק קמחי:

אני אומר: לא רבות. גם לא יהיו הרבה תלונות. מי שקיבלתי תלונות ממנו בעבר, נדמה לי, זה היה מד"ר קדמן. היתה תלונה – עוד הפעם: זה לא טופל ברמה של הגעה לכתב אישום. זה לא טופל.

אז אני אומר עוד הפעם: כמובן, הגשה של חקירה וכתב אישום יכולה להתקיים. ישנם כמה מהלכים שלפעמים קשה מאד לבוא ולהוכיח אותם. זה תחום שלא רציתי לבוא ולהיכנס אליו היום. אני צריך לבוא ולהראות שאכן ניתן תשלום עבור הדבר הזה. וזו חקירה שהיא לא בדיוק פשוטה.

אורית זוארץ:

למה?

יצחק קמחי:

כי אין תמורה, אז אין לי גם שום דבר. זה עדיין לא הופך את זה לפרסום סמוי. אני צריך את התמורה שניתנה שם.

היו"ר ישראל חסון:

איפה זה כתוב?

יצחק קמחי:

זה כתוב בחוק.

קריאות:

- - -

יצחק קמחי:

אני אומר עוד הפעם: פרסומת סמויה היא אסורה. אני רק צריך לראות שהיא פרסומת ושהיא לא אגבית, ושהיא לא – יש דברים שקשורים גם למומחיות שלנו, שלא תמיד יש לנו את היכולת לבוא ולעשות.

היו"ר ישראל חסון:

החוק מחייב אותך להוכיח שחברת מקסימה שילמה לבעלים של החברה הזאת - - -

יצחק קמחי:

אחרת זה לא פרסום. תראה את ההגדרה של הפרסומת בחוק הגנת הצרכן - - -

אורית זוארץ:

לא, הם מממנים את כל ההפקה. זה בדיוק העניין. הם מממנים את כל ההפקה.

יצחק קמחי:

גברת זוארץ, אני חושב שאת יודעת את זה, ואני לא מגלה לך סוד, וזה נאמר עוד הפעם, כמובן, לא בצורה רשמית: אין היום הפקה, כנראה, שאין לה איזשהו מימון כזה. כנראה. ככה אמרו לי – אני לא יודע אם זה נכון.

אורית זוארץ:

לא כל כך מסובך להוכיח את זה.

יצחק קמחי:

כן מסובך להוכיח את זה.

היו"ר ישראל חסון:

אורית, אורית, סליחה.

יצחק קמחי:

לא כל כך פשוט תמיד להוכיח אם אין לך את הראיות.

היו"ר ישראל חסון:

עורך דין קמחי, שמע. אני מוכרח להגיד לך, שעכשיו הפכת את זה למעניין בעיני. תראה, אתה - -

יצחק קמחי:

בעיני זה היה מעניין מקודם.

היו"ר ישראל חסון:

אתה מתנגד לפרסומת סמויה, באשר היא.

יצחק קמחי:

נכון.

היו"ר ישראל חסון:

אתה אומר: פרסומת, צריך שיהיה מאחוריה גב, כתובת, הדבר צריך להיות מאד ברור, צריך לעמוד בכללים ותודה רבה. פרסומת סמויה – אין לה מקום.

יצחק קמחי:

נקודה. אין.

היו"ר ישראל חסון:

נקודה. יפה. מאחר שאתה יודע מה הקושי, ותשמע, אתה אומר לי במילים אחרות: אני בעצם בפועל לא אכפתי – לא אני – אני, ממשלת ישראל. לא הצליחה לאכוף, בנושא של פרסומת סמויה, בגלל הגדרות חוקיות כאלה ואחרות – השאלה שמתבקשת היא מדוע אתם לא פועלים לשינוי החוק בצורה כזו, שתוכל למנוע את התופעה הזו.

יצחק קמחי:

פועלים, קודם כל.

היו"ר ישראל חסון:

מה? דוגמה.

יצחק קמחי:

אז אני אתן לך, לדוגמה. בדיוק את הדרך לבוא ולטפל בדברים האלה, הצעת חוק שתהיה כבר כאן, בקרוב, בוועדה הזאת, עוסקת באמת באיזשהו מעבר של ההפיכה של חוק הגנת הצרכן מעבירה פלילית – היום הוא רק עבירה פלילית – לעבירה מנהלית או לעיצום כספי. הדבר יקל, באמצעות ראיות מנהליות, לבוא ולאכוף את הדברים ולהטיל קנסות או לבוא ולאכוף זאת.

היו"ר ישראל חסון:

או. יפה.

יצחק קמחי:

זאת אומרת: אלה דברים שאנחנו רוצים. הרשות שאמורה לקום – אחד הדברים שאני כתבתי בפרוגרמה שלה, בדברים שהיא צריכה לבוא ולטפל בהם, הוא התחום של פרסום סמוי. אני, שוב, אני מכיר גם במגבלות, אני יודע גם מה צריך לעשות ואני גם מציין את הדברים האלה. אני לא יכול לבוא ולנפנף לך בפסק דין ולהגיד לך: הכל נהדר וטוב. אני לא בא ואומר זאת. ואני מסכים אתך שהדברים צריכים להיות מטופלים.

היו"ר ישראל חסון:

אז עכשיו - - -

יצחק קמחי:

אז אני אומר: הם כרגע מטופלים ברמה, מבחינתי, מינורית - - -

היו"ר ישראל חסון:

אז הצעת חוק - - -

יצחק קמחי:

ברמה האזרחית, לא ברמה הפלילית.

היו"ר ישראל חסון:

הצעת החוק - - -

יצחק קמחי:

אז אני אומר עוד הפעם: אנחנו לא נגד הנושא, אנחנו, לדעתי, רואים את המטרה – אמרתי לך – את הסוף אנחנו רואים עין בעין.

היו"ר ישראל חסון:

תגיד, הצעת החוק שאתה אומר שאמורה להיות מונחת – היא עברה כבר ועדת שרים?

יצחק קמחי:

כן. זו הצעת חוק ממשלתית.

היו"ר ישראל חסון:

היא עברה ועדת שרים?

יצחק קמחי:

נדמה לי שכן.

אורית זוארץ:

לא, לרשות להגנת הצרכן?

יצחק קמחי:

לא. לא. זה לעיצום הכספי.

יעל כהן שוואט:

רפורמה של ענישה.

יצחק קמחי:

זו רפורמה שלמה של הענישה.

היו"ר ישראל חסון:

אני שואל - - -

יצחק קמחי:

להפוך את זה מעבירה פלילית לעיצום כספי או להוכחה יעבור גם על הגוף שמפר.

היו"ר ישראל חסון:

זה כלי.

יצחק קמחי:

אני, על סמך ראיות מינהליות, אוכל לעשות משהו. בכיוון הפלילי יש קשיים גדולים יותר, יותר קשה להוכיח.

אורית זוארץ:

אנחנו מכירים את זה מתחומים אחרים.

יצחק קמחי:

בסדר, אז אני אומר: אלה דברים שאני חושב שהם יעילים יותר. ואנחנו רוצים לבוא ולעשות אותם או לקדם אותם. להפך. הגישה היא באמת בגישה של לבוא ולאכוף את הדברים האלה.

היו"ר ישראל חסון:

אם אני רוצה לסכם את הדברים, אתה אומר כך: במצב החקיקתי הקיים - - -

יצחק קמחי:

אני אומר: במצב החקיקתי הקיים – עוד הפעם - יש קושי מסוים - - -

לאה ורון:

תן ליושב ראש לדבר, עורך דין קמחי.

יצחק קמחי:

סליחה, אדוני.

היו"ר ישראל חסון:

יושב פה ראש האגודה לשלום הילד, ואני בן זקונים עשירי. אף פעם לא נותנים לי לדבר בבית. אז פה, תן לי את הזכות לדבר ובוא נגמור עם זה רגע.

אתה בעצם אומר את הדבר הבא: המצב החקיקתי היום והמצב – תקרא לזה: הארגוני – של ממשלת ישראל, שיכולה להקצות לזה משאבים ארגוניים כאלה ואחרים, לא מאפשרים פעילות מספיק ענפה כדי לענות לסוגיה הזו, והבעיה היא כרגע לא חקיקתית באותו כיוון אלא שינוי חקיקתי, שהעבירה הזאת תהיה עבירה מנהלית, שתאפשר לך ביתר קלות להגיע למצב של אכיפה. נכון? אני מבין אותך נכון?

יצחק קמחי:

אתה מבין אותי נכון - - -

היו"ר ישראל חסון:

וכשתקום הרשות זה יהיה אחד מיעדיה. בסדר?

יצחק קמחי:

כן.

היו"ר ישראל חסון:

אבל זה לא מותנה.

יצחק קמחי:

באופן גורף, כן.

היו"ר ישראל חסון:

אבל זה לא מותנה, כי - - -

לאה ורון:

אחד מיעדיה יהיה לאכוף את החקיקה כנגד הפרסומת הסמויה.

יצחק קמחי:

כן. גם. גם את הנושא של פרסום סמוי. זו לא אכיפה טרוויאלית. זה דורש – זה לא משהו פשטני. זו לא הצגת מחירים.

היו"ר ישראל חסון:

אז אני חוזר לשאלה הקודמת שלי, ואז אני מבקש שמר קדמן יאמר את דברו.

השאלה שלי אליך היא כזו. מדוע – מרגע שאתה מעביר את זה כרגע לסעיף של עבירה מנהלית, מה אתה עוד צריך בכדי שיהיה קל לך לאכוף את הנושא הזה של מניעת פרסומת סמויה. אתה צריך עוד משהו? ברמה החקיקתית?

יצחק קמחי:

ברמה החקיקתית לא. אני צריך ברמה הפרקטית. - -

היו"ר ישראל חסון:

אוקי.

יצחק קמחי:

גם שקשורה לציוד וגם שקשורה לדברים או למחשוב שעוקב אחרי זה – עוד הפעם – עריכה, אבחנה. זאת אומרת: זה מערך שלם כדי לבוא וליצור את ההוכחות.

היו"ר ישראל חסון:

למה אתה לא יכול בעניין הזה לקבל, למשל, או להקצות לעצמך אאוטסורסינג של גופים שיודעים לעשות את זה? כמו שיש לך משרד פרסום, יהיה לך משרד שיודע לעשות.

יצחק קמחי:

בשלב הזה, טרם הקמת הרשות, כרגע, אין לי איזשהו מצב לאאוטסורסינג. זה משהו שאני מקווה שיקרה כבר בקרוב.

אורית זוארץ:

השאלה היא, מעבר לחקיקה, אם יש גם תוכנית עבודה ברמה האופרטיבית. האם זה חלק מתוכנית העבודה שלכם?

היו"ר ישראל חסון:

לא. הוא אומר שלא.

יצחק קמחי:

זה לא היה בסדר הקדימות הראשון.

אורית זוארץ:

אנחנו בעתיד.

יצחק קמחי:

אז אני אומר עוד הפעם: אני יכול להגיד לך. דווקא סגנית שר התמ"ת, חברת הכנסת אורית נוקד, בכיוון של תוכניות עבודה, מתכוונת באמת לבוא ולמקד – והיא עושה פעילות גם בנושא הזה, שקשור לילדים. אחד הדברים עוסק בנושא של השמנה וסימון תזונתי לילדים. גם נושא זה, לדעתי, יקבל מקום נכבד. זה נמצא - איך אומרים? - בסדרי העדיפויות. היתה תקופה שבסדר העדיפויות שלי היתה דווקא האוכלוסייה הקשישה. אז אני אישית טרחתי לבוא ולהסתובב בכל הארץ, גם בבתי קשישים, גם לתת הדרכות למתנדבים של הביטוח הלאומי, כדי לבוא ולהכשיר אותם מפני צרה יותר גדולה, מבחינתי. כל אותם אנשים שבאים ומתדפקים להם בבית, מתנחלים להם בדירה, ועד שהם לא מוכרים להם משהו, הם לא עוזבים את המקום. אנשים קשישים מטבעם הם אנשים נחמדים, הם לא מוציאים אותך מהבית או זורקים אותך. והיו מקרים, באמת, קורעי לב. או בעולים חדשים. יש פה מקום לבוא ולהתמקד בקטינים, גם בתחומים האלה. וזה באמת קטינים מאד, בתחום הזה, של הקלטות. זה לא משהו שצריך – בוודאי לא להזניח אותו, צריך לבוא ולקדם אותו. ואני אומר: אני מסכים אתך לאורך כל הדרך בדברים האלה. אבל זה עניין – עוד הפעם – של סדרי עדיפויות, ואני מקווה שבתוכנית העבודה הקרובה גם זה ייכנס לתוקף. אם הרשות תקום אני בטוח שזה יהיה אחד מהדברים שהיא תוכל לעסוק בהם ביעילות רבה.

היו"ר ישראל חסון:

תודה. בבקשה, מר קדמן.

יצחק קדמן:

תודה, אדוני היושב ראש. גם לך, גם לחברת הכנסת זוארץ. העליתם היום פה נושא שלדעתי הוא שערורייה לאומית. הוא נוגע כמעט לכל בית בישראל, כמעט לכל הורה שיש לו ילדים קטנים, וכיוון שהקלטות והדיסקים הפכו מזמן להיות הבייבי-סיטר הלאומי של ילדי ישראל. זה טוב מאד להושיב את הילד, שיראה כמה שהקלטת מכילה. יש לך חצי שעה שקט, אתה יודע שאתה יכול ללכת לעשות דברים אחרים. אגב, חלק מהקלטות – לא כולן – חלק מהקלטות הן מצוינות, הן בעלות ערך חינוכי רב, הן מושקעות מאד. חלק גם לא. יש בכלל בעיה של פיקוח על השוק הזה. כל אחד יכול להוציא מה שהוא רוצה וכבר ראינו דברים, גם באיכות טכנית וגם ברמה מתחת לכל ביקורת. הנושא של פרסומת סמויה או תוכן שיווקי – יש לזה כל מיני שמות כדי "לכבס" את המוצר – הוא נפוץ מאד. אני יכול להגיד לכם שבקלטות של סבא טוביה – ומי שמתמצא בעניין יודע שאלה קלטות מאד פופולריות – יש פרסומת סמויה לאקמולי. שזה בכלל טירוף מוחלט. מה, הילדים צריכים לקבל פרסומת על תרופות? יש בקלטות אחרות – אחת מהן הבאתי פה, אתי – במהלך הקלטת אתה רואה פתאום שהילד אוכל טורטית, זה מעדן מסוים. אחר כך עושים פה גם פרסומת לחברת אל-על.

אגב, שלא נהיה תמימים. עורך דין קמחי אמר שקשה להוכיח, אבל אף חברה שמפיקה קלטת לא מתנדבת, מיוזמתה החופשית, להזכיר את אקמולי או את חברת אל-על או את טורטית, או את שוקולד עלית או את ביצי קינדר. מה שאתם רוצים. הם לא מתנדבים. אגיד לכם יותר מזה: ביררתי בשוק והסתבר לי, שהעלות של פרסומת סמויה היא הרבה יותר גבוהה מאשר פרסומת רגילה. כי יש – מישהו הזכיר פה, זה לא הנושא, אבל – יש גם המון פרסומת מאד גלויה בתחילת הקלטות, בדרך כלל. על פרסומת סמויה משלמים הרבה יותר.

יעל כהן שוואט:

כי זה יותר אפקטיבי.

יצחק קדמן:

ולמה משלמים הרבה יותר? מפני שהאפקטיביות של זה היא הרבה יותר גדולה.

אורית זוארץ:

שטיפת המוח של הילד.

יצחק קדמן:

כשיש פרסומת רגילה בהתחלה, אז או שההורה יכול לדלג ולהתחיל ישר – גם לזה מצאו פתרון כי הם מכניסים את זה באמצע.

יצחק קמחי:

זה באמצע.

יצחק קדמן:

אבל הרוב עדיין בהתחלה, ויש גם דברים אחרים. אתה יודע כשזה פרסומת, כשזה מובדל. אז יש איזשהם מנגנוני הגנה, אם לא לילדים, לפחות להורים. לפרסומת סמויה, למה היא כל כך מבוקשת על ידי המפרסמים למיניהם? מפני שהיא משפיעה עליך בלי שתרגיש. היא משפיעה עליך מפני שאתה לא יוצר שום מנגנון הגנה, מפני שאתה בטוח שאתה רואה את העלילה של הסרט. ובצורה – מאחורי הגב או מאחורי המוח, מכניסים לך את המסרים שאתה אפילו לא יכול להתגונן מפניהם כי הם נראים לך כחלק מהעלילה.

ולכן היא גם עולה יותר למפרסמים. אף אחד, שלא יהיו לכם אשליות, בכל הדוגמאות – ויש לי הרבה מאד דוגמאות – אף אחד לא יתנדב להכניס את המוצר ללא תמורה כספית. אז יכול להיות שיש לעורך דין קמחי את הקושי להוכיח את זה משפטית, שזה סיפור אחר.

מצד אחד, כמו שאני אומר, זו תופעה נפוצה בצורה בלתי רגילה. אגב, גם החברות עצמן – הד ארצי, קלסיקלטת, יש עוד חברות – מודות בזה. הן אומרות דבר מאד פשוט. הן אומרות: בלי פרסומת סמויה אנחנו לא נעמוד בעלויות שעולה להפיק קלטת טובה.

יצחק קמחי:

יש לך את זה? זו דווקא הצהרה יפה שהייתי שמח לקבל.

יצחק קדמן:

כן. הם אומרים את זה. אני אשמח להראות לך. הם אומרים את זה בצורה הכי ברורה.

אורית זוארץ:

לא, זה מה שהם אומרים. שזו הדרך שלהם להפיק קלטות.

יצחק קמחי:

על פניו זה נשמע כמו הודאה. זה בסדר.

אורית זוארץ:

רובם ככולם, אגב.

יצחק קדמן:

אז על פניו זה נשמע כמו הודאה.

יצחק קדמן:

אז קודם כל, התופעה הזאת קיימת. ב', הנזקים שלה הם רבים מאד. אגב, מדינה מאד מתקדמת, מאד פתוחה, מאד מערבית, כמו שוודיה, אסרה כליל על תכני פרסומת – סמויה, גלויה, מכל הסוגים – בתוכניות או בקלטות שמיועדות לילדים. אסרו. ואפשר לחיות עם זה. זה הדבר, אגב, חברת הכנסת זוארץ, זה הדבר הנכון ביותר היה לעשות. תגישי הצעת חוק שאומרת שבתוכניות לילדים, בין אם זה בטלוויזיה, בין אם זה קלטות, דיסקים, כל דבר אחר, לא תהיה פרסומת. נקודה. זה דבר הכי נכון לעשות אותו. מפני שאחרת הילדים היו שטופים במסרים של צרכנות – ב-חי"ת ובכ"ף – ששוטפים להם את המוח בצורה בלתי רגילה, ואחר כך הם באים - -

אורית זוארץ:

מהגיל הרך.

יצחק קדמן:

אמא, תקני לי זה, ואמא תקני לי זה, וזה הכי טוב וכולי.

אורית זוארץ:

נכון. תיסע לסופר עם ילד בן שנתיים, הוא כבר מכיר את כל ה - - -

יצחק קדמן:

עכשיו אני רוצה לומר עוד דבר אחד. אני שמח שעורך דין קמחי דיבר לפניי. מהניסיון שלנו – ואני שמח שהוא היה כנה מספיק להגיד את זה - החוק הקיים, שאוסר in so many words פרסומת סמויה, לא נאכף. בכל מה שקשור לקלטות ודיסקים – אני לא יודע לגבי דברים אחרים – בכל מה שקשור, הוא לא נאכף. התשובה שוועדת שרים לענייני חקיקה נתנה לך, לכם, שאין צורך בחוק שלך מכיוון שיש סעיף אחר – הסעיף האחר לא מיושם. אתה צודק שיש עוד חוקים שלא ייושמו. לא יעזור לנו.

אורית זוארץ:

- - -

יצחק קמחי:

לא, אם תכתוב את החוק עוד פעמיים זה לא יעזור לנו.

יצחק קדמן:

לכן צריך להתחיל לאכוף את העניין הזה. זה לא מסובך מדי. אני מברך על ההחלטה להפוך את זה לעבירה מנהלית או לפחות ברירת קנס. כך נעשה בשעתו לגבי חוק עבודת נוער, דבר שהוכיח את עצמו בצורה בלתי רגילה. מפני שאין טעם פה להעמיד לדין פלילי. כל השאלה פה היא רווח והפסד של כסף. אם יידע המפיק שאם הוא עושה את זה זה עולה לו קנס של 40,000 שקל, לא ישתלם לו. - -

יצחק קמחי:

זה היתרון של עיצום כספי.

יצחק קדמן:

אבל גם אז, אינכם יכולים לחכות עד שתקבלו תיק. אז אי אפשר לבדוק כל קלטת, אתה צודק, אבל אפשר לעשות – והמשרד שלכם עושה את זה בשטחים אחרים – אפשר לעשות דגימות. אפשר לעשות דגימות. וזה כל כך נפוץ, שאיפה שלא תשים את היד שלך, אתה תוכל למצוא את זה. ברגע שזה לא ישתלם להכניס פרסומת סמויה – אלה שעושים את זה, עושים את זה מסיבה אחת. מסיבה כספית. זו הסיבה היחידה. אם זה לא ישתלם, זה ייפסק. לצערי הרב, אינכם יכולים לחכות עד שההורים יתעוררו – אני הייתי מצפה מהורים שיהיו מתפקדים כראוי, ויגישו לכם כל שני וחמישי תלונות. רוב ההורים לא יודעים. הם שמים, כמו שאמרתי - -

אורית זוארץ:

לא, הם פונים אלי.

יצחק קדמן:

פנימה, לווידיאו, הילד יושב, יש להם שקט, הם לא מסתכלים מה הילד רואה. צר לי שככה ההורים נוהגים, הם היו צריכים להיות צרכנים והורים הרבה יותר טובים, אבל המדינה איננה יכולה לחכות עד שההורים יתעוררו. אפשר לעשות מדגם של קלטות, אפשר – ברגע שיהיה העניין הזה של עיצום כספי – שלא ייקח שנתיים. זה גם כן חלק מהבעיה היום. גם אם אתם מגישים כתב אישום, לוקח שנתיים עד שיש תוצאה. זה לא אפקטיבי.

יצחק קמחי:

בשביל זה אנחנו הולכים לעיצום כספי, זו בדיוק הבעיה. אם יהיה לנו פסק דין נהדר בעוד שנתיים או בעוד שלוש שנים, זה לא יעזור.

יצחק קדמן:

אני חושב שצריך לדאוג לאכוף בצורה מיידית, מפני שאני – אני פה מסיים – זו באמת מגיפה. היא מזיקה מאד, היא לא הוגנת בכל קנה מידה שהוא, ואם יהיו עיצומים כספיים שייאכפו ואם המדינה לא תחכה לתלונות אלא גם תפעל באכיפה יזומה, לפחות מדגמית, אפשר לפתור את הבעיה.

היו"ר ישראל חסון:

בבקשה, חבר'ה, רק בקצרה. היינו צריכים לסיים ב-12:15, ואנחנו כבר עוד מעט 12:30. אז בבקשה.

יעל כהן-שוואט:

אז מאד בקצרה, אדוני. שמי יעל כהן מהמועצה הישראלית לצרכנות. אנחנו אכן החלטנו, ברגע שחוק המועצה לצרכנות נתן לנו את הסמכות ומעמד של תובע ייצוגי בתובענות ייצוגיות, בחרנו בנושא הזה כנושא חשוב ואכן, הגשנו תובענה ייצוגית נגד חברה שמפיקה קלטות לילדים, נגד מפרסמים, בעיקר בתעשיית המזון, שמשתמשים בקלטות ילדים כדי להעביר מסרים פרסומיים באופן סמוי, בניגוד לחוק, לעמדתנו, ולכן אני מודה לחברת הכנסת זוארץ, אני מודה לך, אדוני היושב ראש. הנושא מאד חשוב. יש פה תופעה מאד מאד רחבה – אני לא אחזור על הדברים שנאמרו – ואכן, גם אכיפה פלילית וגם תובענות ייצוגיות הם דברים שלוקחים הרבה מאד זמן ואני לא צריכה להזכיר לכם שתביעה מאד גדולה נגד חברת תנובה, אחרי 14 שנים, עדיין נמצאת בעליון ועוד לא הגענו לסוף.

כלומר: אנחנו חושבים שיש אמצעי אכיפה, הם קיימים בחוק, אבל אני מציעה לבחון עוד אפשרות אחרת, שקיימת בחוק הגנת הצרכן, שהיא בסמכות של הממונה על הגנת הצרכן, שזה צו למפר. סעיף 21(4) בחוק הגנת הצרכן נותן סמכות לממונה להעמיד עוסק על חובתו להפסיק נהגים שיש בהם לכאורה הפרת הוראות החוק, ושלא לחזור עליהם. אני חושבת שכבר, כצעד אופרטיבי ראשון, אפשר, עוד לפני כל התיקונים לחוק ועוד לפני שהרשות תקום, להוציא הנחיה מאד ברורה לכל המפיקים, לכל החברות בתעשייה, לכל המפרסמים, שיפסיקו לעשות את הדבר הזה, שזו עבירה פלילית, שזה אסור, שפרסום סמוי זה דבר שמשפיע על הצרכן המבוגר, ועל הקטן זה משפיע בתת מודע שלו וזו פשוט עבירה פלילית. שיפסיקו לעשות את זה. אנחנו חושבים שיש את השלב הזה, צריך להשתמש בסמכויות האלה של הממונה ואנחנו חושבים שזו הדרך לטפל בשלב הראשון.

זה נכון שעיצומים כספיים מאד יקלו על ההליך מבחינת אכיפה פלילית, ואנחנו נברך על המהלך הזה, אנחנו חושבים שכן צריך לחוקק את הדבר הזה, שהממשלה מכינה, ולא צריך להסתפק בתובענות ייצוגיות. את זה אנחנו עושים, אבל זה לא מה שישים קץ לתופעה. לצערנו הרב, הרבה פעמים התובענות מסתיימות בבית המשפט והדברים לא תמיד מסתיימים בשטח ואנחנו לא רואים את האפקטיביות האמיתית.

לכן אנחנו חושבים שחשוב שהממונה על הגנת הצרכן כן יוציא הנחיה בעניין הזה, תיקונים של החוק יכולים לעזור בתחום הענישה, ואנחנו נברך על המהלך.

יצחק קמחי:

אני רוצה להעיר עוד דבר אחד קטן: עוד הפעם, ההצעה של עורכת הדין כהן, אכן היא במסגרת הסמכויות. אבל במקרה הזה יש לנו בעיה של פוסט-פקטום. ולבוא ולאסור על הקלטות האלה, אם אני יודע עליהן, זה לא משהו שאני יכול ללא איזשהו הליך משפטי.

אורית זוארץ:

אבל אתה יכול לפי פנייה.

יצחק קמחי:

הפנייה היא לא במסגרת הסעיף הזה, כי הסעיף הזה מדבר על ראיות לכאורה.

היו"ר ישראל חסון:

אורית, תשמעי. מאחר שאני מעמיד את שירותי לייעוץ טוב לך – זו הצעה לדיון שלך – התשובות שקיבלנו פה מעורך דין קמחי, הן תשובות שלפי דעתי אנחנו נצטרך לעבור עוד שני סבבים של פריימריז לפני שהן יתקיימו. אני זוכר שישבנו לפני שנתיים ומשהו בדיון על הרשות, אתך, אני זוכר מה זה תוכניות עבודה, ואני גם, מה לעשות, הלבן פה לימד אותי כבר שמה שאני יודע לעשות טוב מחר, אני מעדיף לעשות אותו מחר ולא לעשות את הטוב מאד בעוד עשר שנים.

עכשיו, תראה. לא נראה לי – אני אומר לך ברצינות – התשובה שלכם היא by the book. היא לא נראית לי אופרטיבית באופן מוחלט. ואני חושב שיש כל כך הרבה דברים בתווך, בין המצב שאנחנו נמצאים בו לבין המצב שאתה שואף אליו, שחייבים לעשות. לא יכול להיות שהממשלה תשב פה בדיון הזה, ותגיד לי את המשפט הבא: אני יודעת, בסקאלה, שיש פרסומת שמשפיעה על ילדים-הורים, יש פרסומת שמזיקה. אני יודעת על קיומם, אני יודעת על קיומם מהרמה של מזיקה ועד הרמה של משפיעה, כפרסומת סמויה, ואני מתייחס לכל המכלול הזה כמקשה אחת, אין לי יכולת לטפל בזה.

יצחק קמחי:

אני לא עושה את ההבחנה הזאת, אני לא מסוגל לעשות אותה.

אורית זוארץ:

לא כל שכן.

יצחק קמחי:

לא, אני אומר, בכנות - -

היו"ר ישראל חסון:

רגע, אני רוצה להציע לך הצעה. אני חושב שאתה מסוגל לעשות את זה יחסית בקלות. אתה, כל מה שאתה צריך, זה קודם כל לקבוע מה ההגדרות של מזיק. לא הגדרה משפטית. טווח. אם זה עוסק באקמולי, או אם זה מתעסק בתרופות, או אם זה מתעסק במוצרים שבהגדרה הם עלולים להזיק לבריאות הילד, לאני לא יודע מה, אני הייתי - - -

יצחק קמחי:

אין לי את היכולת לבוא ולבחון מסוכנות של מוצרים או בריאות שלהם. אני אתן לך דוגמה מלפני שבוע - - -

היו"ר ישראל חסון:

יש לי אליך שאלה: המלצה לילד על תרופה, צריך בשביל זה יום לימודים ארוך, בשביל להבין שאסור לעשות את זה?

יצחק קמחי:

בוודאי שלא צריך לזה יום לימודים ארוך.

היו"ר ישראל חסון:

אוקי, אז אני אומר לך - - -

יצחק קמחי:

אבל אני אומר לך: ההמלצה היא פה לאמא, היא לא לילד.

אורית זוארץ:

מה זה לאמא? האמא יושבת ורואה את הקלטת?

יצחק קדמן:

האמא רואה את הקלטת? באמת.

יצחק קמחי:

אבקת כביסה – מי? זה לילד?

היו"ר ישראל חסון:

סליחה רגע, להגיד לך משהו? כשהילד שלך בן השנתיים יהיה רגיש לאקמול, ואסור לו לקחת אקמול והוא חייב לקחת משהו אחר, והוא יבוא לאמא ויגיד לה: אני רוצה רק אקמול, ויתעקש אתה רק על אקמול, ויסרב לקחת כל דבר מלבד אקמול, זה מזיק? מזיק. עכשיו, אתה יודע לשים טווח של מוצר והשפעה. אני אומר לך: אם דנים, למשל, על תרופות, או אם יש פרסומת סמויה על תרופות, זה דבר שבכלל לא צריכים לחכות שנייה. לטעמי לא צריך לחכות שנייה.

עכשיו, מה זה לא לחכות שנייה? אני אסביר. אתה קודם כל שואל: איך אני אדע את זה? כמו שמשרד התמ"ת מחזיק את יפעת בכדי שכל דבר שכתוב עליו "פואד" יקפוץ, ויישלח לנו צילום של העיתון הזה, אז בבקשה, אפשר להקצות סכום קטן מאד – כי הנושא של מוצרים לילדים, זה לא דבר שכל יום יוצא, כמו עיתון הארץ, מעריב, ידיעות והמודיע. לא. הוא לא יוצא בתדירות כל כך גדולה. אפשר למצוא פתרון שמישהו יעשה סריקה ויפנה את תשומת לבך – לא מעבר לזה. אם זה נכנס תחת הרובריקה של מה שנקרא חומרים או אמצעים שעלולים לפגוע בבריאות של הילד – אתה יודע מה? תתחיל לעורר תודעה. אני לא מדבר על מעבר לזה. עד שתביא לי את התשובה השלמה והמלאה, תעוררו תודעה. אבל לא יכול להיות שאנחנו חיים במציאות שכל הסקאלה תחת הכותרת אין לי מה לעשות.

אז קח את החלק של הסקאלה שאתה יכול לבוא ולהגיד, מה שנקרא: בסבירות יותר גבוהה, מזיקה לילד, תתחילו לעורר תודעה. תשלחו מכתבים, תתריעו, תזהירו, תגידו, תביאו לידיעת הציבור. תהפכו את זה למשהו לא לגיטימי. חברה מסחרית שתדע שהיא משתמשת באמצעי שברמת התודעה הציבורית הוא לא לגיטימי, הוא לא לגיטימי – לא ברמת התודעה של חברת הכנסת אורית זוארץ, אלא ברמה – הוא לא לגיטימי, אתה כבר במקום אחר. אז כבר גם הכדאיות שלו לעשות את זה מצטמצמת.

תתחילו לעשות את זה במסגרת תחנות האם והילד. תתחילו לעשות את הדברים האלה, ודברים ש- לא עולה לנו שום דבר ברמת התודעה, וזה רק תיאום פנים ממשלתי. אחרת, אם אתה לוקח את כל המכלול הזה כ"אן-בלוק" כמו שהוא, אז וואלה, באמת, אין לי פתרון למצוין, אז אני לא עושה בינתיים כלום.

יצחק קמחי:

אני מסכים אתך שהאויב של הטוב הוא הטוב ביותר.זאת לא הנקודה.

היו"ר ישראל חסון:

אז בוא, תגיד, למה אי אפשר לעשות את זה?

יצחק קמחי:

אז אני אומר עוד הפעם: אל"ף, אני קודם כל מקבל את ההצעה. ישנם דברים שאפשר לבוא ולנסות ולעורר מודעות. ובעצם הדיון הזה מעוררים מודעות וגם זה לא חשוב פחות.

היו"ר ישראל חסון:

הבעיה שלי זה איך תעורר את המודעות בתחנה לאם ולילד בגבעת זאב.

אורית זוארץ:

לאן אתה לוקח את זה.

יצחק קמחי:

לא, אני לא יכול להגיע לתחנת האם והילד.

היו"ר ישראל חסון:

למה אתה לא יכול?

יצחק קמחי:

כי אני לא יכול להגיע.

היו"ר ישראל חסון:

למה אתה לא יכול?

אורית זוארץ:

זה עניין של סדר עדיפויות.

היו"ר ישראל חסון:

למה אתה לא יכול?

אורית זוארץ:

לא, זה עניין של סדר עדיפויות.

היו"ר ישראל חסון:

לפי דעתי, שר המסחר והתעשייה יושב בשולחן אחד עם סגן שר הבריאות. תיאום בין משרדי, שדואג להעביר את התופעה הזו, שאומרת: רבותיי, תיזהרו. יש בקלטות פרסומות סמויות. מנשר שיתלו אותו בתחנה לאם ולילד. להתחיל ליצור תודעה.

יצחק קמחי:

ברמת המנשרים אפשר לעשות.

היו"ר ישראל חסון:

ולבוא ולתת דוגמאות שניתנות שם פרסומות סמויות לתרופות. תיזהרו, אסור לעשות את זה. אני מתערב אתך שכל חברת תרופות שתדע שזה מה שתלוי בתחנה לאם ולילד ובמרפאות קופת חולים – כי זו חובתו, גם של משרד הבריאות וגם שלכם – תחשוב פעמיים אם לממן מחר את הקלטת הבאה. ובסוף, כשיהיה לך תיקון החוק לעבירה מנהלית, כשתהיה לך רשות, נשמח מאד שגם תאכוף את זה. אבל עד אז אי אפשר להשאיר את המגרש הזה מוזנח. אני טועה?

אורית זוארץ:

אני רוצה להתייחס לדברים, כי אני יושבת כאן ומבחינתי זאת שערורייה. שיושב כאן גורם שמייצג, על פי הכותרת לפחות, שנמצאת כאן: ממונה על הגנת הצרכן. ואתה יושב ואתה אומר: אני לא עושה כלום, אני לא מתכוון לעשות שום דבר - -

יצחק קמחי:

אני לא אמרתי את זה. אני לא אמרתי את זה, גברת זוארץ.

אורית זוארץ:

במקום להגן על הצרכנים אתה יושב ומגן על החברות.

יצחק קמחי:

לא, אל תשימי דברים בפי, בבקשה. אני לא אמרתי את זה.

אורית זוארץ:

זה מה שאמרת: אני לא עושה כלום. זה מה שאמרת.

יצחק קמחי:

אמרתי שיש לי מגבלות במה שאני יכול לעשות כאן.

אורית זוארץ:

נכון להיום אני לא עושה כלום. זו היתה האמירה שלך. אתה לא מגן על הצרכנים, אתה מגן על היצרנים של הקלטות. אתה - - -

יצחק קמחי:

לא, אני נורא מבקש - - -

אורית זוארץ:

אני רואה את זה חמור. כל הרצון הטוב שלך לגבי העתיד – אני מברכת. - -

יצחק קמחי:

לא, אבל זה לא – אני אומר: יש גבול. את יכולה לנסות - - -

אורית זוארץ:

יושבת כאן מישהי מהרשות להגנת הצרכן, והיא מציעה לך הצעות אופרטיביות שאתה יכול לאמץ אותן, להוציא מכתבי אזהרה - - -

היו"ר ישראל חסון:

אורית, יש לי בשבילך הצעה, ברשותך.

אורית זוארץ:

לא, זו פשוט שערוריה. מעבר לעובדה שאנחנו מעלים את זה לסדר היום וכבוד היושב ראש מציע לך הצעות. אני חושבת שבתוך המשרד הענק והגרנדיוזי הזה אפשר למצוא מישהו שיתעסק בנושא הזה.

היו"ר ישראל חסון:

אורית, אני רוצה להציע לך משהו בבקשה, ברשותך.

אורית זוארץ:

כן.

היו"ר ישראל חסון:

שמענו את מה שאמרה הממשלה בנושא הזה, ואנחנו לא רושמים את זה לפנינו בסיפוק רב אלא להפך. בסדר? ומאחר שהבהרנו פה שאנחנו רואים את הדברים בחומרה, אנחנו חושבים שהממשלה צריכה, במסגרת המגבלות הקיימות, לפעול גם ליצירת תודעה שמונעת פרסומות וגם לאכיפה של הנושא הזה, אנחנו מבקשים שבעוד ארבעה חודשים יתייצב פה המשרד, משרד המסחר והתעשייה, ידווח מה הוא עשה ומה התוכניות שלו להמשך הדרך, לעשות. ובדרך הזו תוכלי לייצר בקרה מתמשכת על הפעילות הזו, ונראה מה הם עושים. שמעו פה את דברינו. אם עורך דין קמחי ירצה לאמץ, יאמץ. אם הוא לא ירצה לאמץ, נצטרך להגיד לו בדיון הבא מה אנחנו חושבים על זה. אולי יש לו רעיון יותר טוב.

אורית זוארץ:

כשיושב כאן אדם שמייצג את הממשלה ואומר שזה לא בסדר העדיפויות, אז יש לי בעיה עם זה. צר לי. בסדר, נקבל דיווח או שנבקש דיון נוסף, אבל בעיני זו ממש שערורייה, כל מה שקורה פה.

לאה ורון:

זאת אומרת שאדוני מסכם, בין היתר, שהמשרד יעביר דיווח בכתב לוועדה?

אורית זוארץ:

בוודאי. על השינויים שהם מקדמים במסגרת - - -

היו"ר ישראל חסון:

על הפעולות שהם נוקטים על מנת להביא לתודעה ולצמצם את התופעה.

אורית זוארץ:

ועד להקמת הרשות. חשוב לחדד, שלא ידחו את זה עד להקמת הרשות.

היו"ר ישראל חסון:

זה לארבעה חודשים. אורית, ארבעה חודשים. מתחמים בזמן.

תודה.

**הישיבה ננעלה בשעה: 12:40.**