כללי הבנקאות (שירות ללקוח) (פרסומת המכוונת לקטינים), תשנ"ה-1995

משפט פרטי וכלכלה – כספים – בנקאות – שירות ללקוח

תוכן ענינים

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| 2 | [Go](#Seif0) | עקרונות וכללים לפרסומת המכוונת לקטינים | סעיף 1 |
| 2 | [Go](#Seif1) | פרסומת אסורה מחמת הטעיה, גיל, תמימות וחוסר נסיון | סעיף 2 |
| 2 | [Go](#Seif2) | פרסומת אסורה אחרת | סעיף 3 |
| 3 | [Go](#Seif3) | פרסומת אסורה במוסד חינוך | סעיף 4 |
| 3 | [Go](#Seif4) | פרסומת אסורה על פי דין | סעיף 5 |
| 3 | [Go](#Seif5) | תחילה | סעיף 6 |

כללי הבנקאות (שירות ללקוח) (פרסומת המכוונת לקטינים), תשנ"ה-1995[[1]](#footnote-1)\*

בתוקף סמכותי לפי סעיף 6א לחוק הבנקאות (שירות ללקוח), תשמ"א-1981, לאחר התייעצות עם הועדה המייעצת ובאישור שר האוצר וועדת הכלכלה של הכנסת, אני קובע כללים אלה:

1. אלה העקרונות והכללים לעשיית פרסומת המכוונת לקטינים:

עקרונות וכללים לפרסומת המכוונת לקטינים

(1) הפרסומת תהיה מותאמת לרמת הידע, ההבנה והבגרות של קהל היעד שלה;

(2) הפרסומת תהיה תואמת ערכים חברתיים המקובלים כחיוביים, כגון: אחווה, אדיבות, יושר, צדק, סובלנות, שוויון, אי-אלימות, ותימנע מתיאור מצבים העומדים בסתירה לערכים אלה;

(3) כל מידע בפרסומת יובא בלשון המובנת לקהל היעד שלה;

(4) המידע בפרסומת יימסר באופן מדוייק ואמיתי;

(5) הפרסומת תיעשה מתוך הכרה שקטינים עלולים כתוצאה ממנה לעשות מעשים שיש בהם כדי להשפיע לרעה על בריאותם או על שלומם;

(6) הפרסומת לא תקשה על קטינים להעריך את גודלם האמיתי של הפריטים המופיעים בפרסומת;

(7) בפרסומת שבה מובא המחיר של השירות, יצויין המחיר הכולל באופן ברור ומדוייק; למחיר לא תיווסף הערכה ממעטת כגון "בלבד" או "רק", אלא אם כן מדובר בהנחה משמעותית; בפרסומת יצויין במפורש אם לצורך קבלת השירות דרושים שירותים נוספים אשר אינם כלולים במחיר.

2. לא יעשה תאגיד בנקאי פרסומת המכוונת לקטינים שיש בה -

פרסומת אסורה מחמת הטעיה, גיל, תמימות וחוסר נסיון

(1) ניצול לרעה של דמיונם של קטינים ושל נוחותם להתרשם, אמונם, תמימותם או חוסר נסיונם;

(2) תיאורי אלימות או הצגת דברים באופן העלול להפחיד או ליצור מתחים אצל קטינים;

(3) שימוש בעירום או ברמזים מיניים;

(4) משום עידוד קטינים לרכוש מצרך או שירות אלא אם כן המצרך או השירות הוא מסוג שסביר שקטינים ירכשו אותו, והוא עשוי במאמץ סביר להיות בהישג ידם;

(5) משום עידוד קטינים לשכנע את הוריהם או להפציר בהם או בכל אדם אחר לרכוש עבורם את המצרך או השירות;

(6) כדי לגרום לכך שקטינים ירגישו מקופחים, נחותים או בלתי מקובלים לעומת קטינים אחרים, אם אינם רוכשים את המצרך או השירות או גורמים לרכישתו עבורם;

(7) נתונים על התוצאות האפשריות של שימוש במצרך שהוא מעבר ליכולת ההשגה של קטין או רמיזה כי המוצר יעניק לקטין תכונות או יתרונות אשר אינם קשורים במוצר.

3. לא יעשה תאגיד בנקאי פרסומת המכוונת לעודד או לכוון קטינים לכל אחד מאלה:

פרסומת אסורה אחרת

(1) צריכת משקאות משכרים;

(2) עישון סמים, סיגריות או שימוש במוצרי טבק אחרים;

(3) השתתפות בהימורים, במשחקי מזל או בהגרלות, למעט בהגרלות חד-פעמיות שאינן למטרות מסחריות;

(4) פעילות שיש בה משום סיכון בטיחותם או בריאותם של קטינים.

4. (א) לא יעשה תאגיד בנקאי פרסומת במוסד חינוך, לרבות משלוח מתנות לקטינים, לא יערוך הגרלות ולא ינצל עזרי לימוד לצורך קידום מכירת מצרך או שירות, אלא אם כן קיבל היתר לכך מהמנהל הכללי של משרד החינוך והתרבות או ממי שהוא הסמיכו לכך.

פרסומת אסורה במוסד חינוך

(ב) בסעיף זה, "מוסד חינוך" - כהגדרתו בחוק לימוד חובה, תש"ט-1949.

5. מבלי לגרוע מהוראות כללים אלה, לא יעשה תאגיד בנקאי פרסומת שיש בה כ די לעודד קטינים לעשות מעשה האסור על פי דין.

פרסומת אסורה   
על פי דין

6. תחילתם של כללים אלה שישים ימים מיום פרסומם.

תחילה

ל' בניסן תשנ"ה (30 באפריל 1995) יעקב פרנקל

נגיד בנק ישראל

1. \* פורסמו [ק"ת תשנ"ה מס' 5681](http://www.nevo.co.il/Law_word/law06/TAK-5681.pdf) מיום 18.5.1995 עמ' 1454. [↑](#footnote-ref-1)