כללי הרשות השנייה לטלוויזיה ולרדיו (תוכן פרסומי בטלוויזיה), תשפ"ב-2021

תוכן ענינים

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| [Go](#h1) | הגדרות | סעיף 1 |
| [Go](#h2) | חזקת התמורה | סעיף 2 |
| [Go](#h3) | עצמאות שיקול הדעת | סעיף 3 |
| [Go](#h4) | תוכניות שאין לשלב בהן תוכן פרסומי | סעיף 4 |
| [Go](#h5) | מוצרים ושירותים האסורים בפרסום | סעיף 5 |
| [Go](#h6) | אתיקה | סעיף 6 |
| [Go](#h7) | אופן שילוב התוכן הפרסומי | סעיף 7 |
| [Go](#h8) | תוכן פרסומי בתוכניות לקטינים | סעיף 8 |
| [Go](#h9) | יידוע הציבור | סעיף 9 |
| [Go](#h10) | גילוי נאות | סעיף 10 |
| [Go](#h11) | התמורה בעד תוכן פרסומי | סעיף 11 |
| [Go](#h12) | פיקוח, דיווח וסמכויות נוספות | סעיף 12 |
| [Go](#h13) | הכנסות | סעיף 13 |
| [Go](#h14) | סייג לתחולה | סעיף 14 |
| [Go](#h15) | הוראת שעה | סעיף 15 |
| [Go](#h16) | תוספת |

כללי הרשות השנייה לטלוויזיה ולרדיו (תוכן פרסומי בטלוויזיה), תשפ"ב-2021

בתוקף סמכותה לפי סעיפים 24 ו-83(ג)(1) לחוק הרשות השנייה לטלוויזיה ורדיו, התש"ן-1990 (להלן – החוק), קובעת מועצת הרשות השנייה לטלוויזיה ולרדיו כללים אלה:

1. (א) בכללים אלה –

הגדרות

"בעל רישיון" – בעל רישיון לשידורי טלוויזיה;

"כללי האתיקה" – כללי הרשות השנייה לטלוויזיה ורדיו (אתיקה בפרסומת בטלוויזיה), התשנ"ד-1994;

"כללי השיבוץ" – כללי הרשות השנייה לטלוויזיה ורדיו (שיבוץ תשדירי פרסומת בשידורי טלוויזיה), התשנ"ב-1992;

"מוצר" – מצרך, שירות, שם או סימן מסחרי, עסק, וכל עניין מסחרי אחר של המממן או מי מטעמו, וכן מסר או סימן העשויים לשמש לקידומם המסחרי;

"מממן" – מי שנותן לבעל הרישיון או למפיק התוכנית, או למי מטעמם, תמורה בעד שילוב מוצר בתוכנית או קידומו בה, לרבות מי שמטרתו קידום המוצר, או מי מטעמו;

"המנהל" – לרבות מי שהוא הסמיך לעניין כללים אלה;

"קדימון" – כהגדרתו בכללי השיבוץ;

"קטין" – מי שטרם מלאו לו 18 שנים;

"תוכן פרסומי" – כל אחד מאלה:

(1) שילובו של מוצר במהלך תוכנית בדרך של אזכור קולי או חזותי, לרבות הדגמת השימוש בו, או קידומו של מוצר בתוכנית בכל דרך אחרת – כנגד תמורה מן המממן, למעט מוצר שהתקבל בלא תשלום לצורך בחינה אובייקטיבית שלו בתוכנית בענייני צרכנות;

(2) שילובו של מרואיין, מציג, מגיש, מתמודד בשעשועון או בתחרות, וכיוצא באלה משתתפים במהלך תוכנית, כנגד תמורה מן המממן;

"תוכנית" – יחידת שידורים בסיסית בעלת תוכן והיקף ידועים ומוגדרים, במתכונת הערוכה לשידור בטלוויזיה, הכוללת רצף של תמונות וקול;

"תמורה" – כל אחד מאלה:

(1) תשלום כספי וכל רווח, זכות או טובת הנאה, שניתנו במישרין או בעקיפין, לרבות השתתפות בעלות הפקת התוכנית או בעלות רכישת זכויות השידור בה;

(2) אספקת מוצר או שירות לשימוש בתוכנית או לצרכיה, למעט פרסים המוענקים בתוכנית לפי התנאים הקבועים בסעיף 9א לכללי האתיקה.

(ב) למונחים שלא הוגדרו בכללים אלה תהיה המשמעות שניתנה להם בחוק.

2. חזקה כי התקבלה, או צפויה להתקבל, תמורה בעד התייחסות למוצר או למשתתף בתוכנית או בעד קידומם בתוכנית.

חזקת התמורה

3. (א) שיקול הדעת וזכות ההכרעה בדבר עצם שידורה של תוכנית הכוללת תוכן פרסומי, אופן שיבוצה, תוכנה, התסריט ואופן הבימוי והעריכה שלה, יהיו בידי בעל הרישיון וגורמי הפקה מטעמו בלבד, והמממן לא ישותף בהם.

עצמאות שיקול הדעת

(ב) בעל רישיון המתכוון לשלב בתוכניותיו תוכן פרסומי, יקבע נוהל שיאושר על ידי מועצת הרשות, לשם הפרדה בין המממנים לבין הגורמים העוסקים ביצירת התוכניות ובהפקתן, ולשמירה על עצמאותם של גורמים אלה; הנוהל יהיה נספח להסכם בין בעל הרישיון והמפיק.

(ג) הנוהל יחול על הפקות עצמיות והפקות קנויות, ויכלול את העקרונות כמפורט להלן:

(1) המממן לא ישתתף בהחלטות הגורמים העוסקים ביצירת התוכניות ובהפקתן בכל עניין שאינו בגדר תוכן פרסומי, ובכלל זה בכל עניין הנוגע לתוכן התוכנית, התסריט, הבימוי, הליהוק והעריכה;

(2) על הגורמים העוסקים ביצירת התוכנית ובהפקתה להימנע מכל שינוי מהותי בתוכנית, בשל שילוב התוכן הפרסומי.

4. (א) לא ישולב תוכן פרסומי בתוכניות מן הסוגות והסוגים המפורטים להלן:

תוכניות שאין לשלב בהן תוכן פרסומי

(1) חדשות וענייני היום;

(2) תוכניות תעודה, ובכלל זה סרטי תעודה, תחקיר ותוכניות בעלות גוון עיתונאי;

(3) תוכניות לילדים;

(4) תוכנית הקצרה מ-5 דקות, למעט קליפ מוזיקלי;

(5) תוכניות המשודרות בימים אלה:

(א) יום הזיכרון לחללי מערכות ישראל, כמשמעותו בחוק יום הזיכרון לחללי מערכות ישראל, התשכ"ג-1963, החל בתחילת טקס פתיחת יום הזיכרון ועד סיום טקס פתיחת יום העצמאות;

(ב) יום הזיכרון לשואה ולגבורה, כמשמעותו בחוק יום הזיכרון לשואה ולגבורה, התשי"ט-1959, משעת תחילת טקס פתיחת יום הזיכרון עד השעה 19:55 למוחרת;

(ג) ט' באב, החל בשעה 20:00 בערב ט' באב עד שעת סיום הצום למוחרת;

(ד) ימי אבל לאומי או אסון בלתי צפויים, ככל שהורה המנהל;

(6) תוכנית העוסקת בענייני צרכנות, לרבות תוכנית העורכת השוואה בין מוצרים ותוכנית שבה מוצג מחקר אובייקטיבי בדבר מוצר.

(ב) סוגי וסוגות התוכניות המפורטות בסעיף קטן (א) יהיו כהגדרתן בכללי הרשות השנייה לטלוויזיה ורדיו (שידורי תוכניות טלוויזיה בידי בעל זיכיון), התש"ע-2009.

5. לא ישולב בתוכנית תוכן פרסומי שנועד לקדם אחד מאלה:

מוצרים ושירותים האסורים בפרסום

(1) מוצרים האסורים בפרסום לפי כל דין;

(2) מוצרים ונותני שירותים אלה:

(א) מוצרי טבק ועישון;

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

(ג) דת, מיסטיקה, תורת הנסתר, העל-טבעי וכיוצא באלה, ואולם רשאי המנהל להתיר את פרסומם של דברי דפוס בנושאים האמורים, אם שוכנע כי יש בתוכנם עניין לציבור;

(ד) סוכנויות פרטיות לחקירות;

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

(ו) חומר תועבה; שירותי ליווי; שירותי מין;

(ז) יועץ או מומחה בתחומי הרפואה, קוסמטיקה רפואית, רפואה אסתטית ובריאות.

6. לא ישלב בעל רישיון בתוכנית תוכן פרסומי אשר מתקיים בו אחד מאלה:

אתיקה

(1) מעודד פעולה מזיקה בניגוד להוראות כל דין;

(2) מזמין את הציבור להשתתף בהגרלות, בתחרויות או במבצעי פרסים כלשהם האסורים על פי דין; על תוכן פרסומי בהגרלות, בתחרויות או במבצעי פרסים שאינם אסורים על פי דין, יחולו הוראות סעיף 17 לכללי האתיקה;

(3) מקדם משקאות אלכוהוליים; בלי לגרוע מן האמור, ניתן להציג משקאות אלכוהוליים בתוכניות בישול ובסוגים נוספים של תוכניות שתאשר המועצה, בכפוף להוראות לפי חוק הגבלת הפרסומת והשיווק של משקאות אלכוהוליים, התשע"ב-2012, ולכל דין אחר;

(4) מקדם מזון שסומן בסמל מזון אדום לפי תקנות הגנה על בריאות הציבור (מזון) (סימון תזונתי), התשע"ח-2017;

(5) עלול להטעות צופה סביר לגבי תכונות חשובות של המוצר, התאמתו למטרה מסוימת או עלול ליצור רושם מוגזם לגבי איכותו;

(6) תוקף במפורש או במשתמע מוצרים או גופים אחרים או ממעיט בערכם, בדרך שאינה הוגנת או על ידי הטעיה;

(7) אינו עומד בהוראות סעיפים 3 עד 7א, 10 עד 21, 23 עד 29, 35 עד 54א, 56 ו-57 לכללי האתיקה;

(8) הוא מטעם מוסד ללא כוונת רווח כהגדרתו בחוק מס ערך מוסף, התשל"ו-1975;

(9) הוא נועד לקדם מטרה או רעיון בנושא פוליטי, חברתי, ציבורי או כלכלי השנוי במחלוקת בציבור;

(10) בתקופת הבחירות כהגדרתה בסעיף 10ב לחוק הבחירות (דרכי תעמולה), התשי"ט-1959 – הוא מהווה תוכן פרסומי מטעם משרד ממשלתי, רשות מקומית או מועצה אזורית.

7. (א) מוצר או כל דבר העשוי לקדם את המוצר, יאוזכר בתוכנית רק אם יש לאזכורו הצדקה ברורה מבחינת שיקולי עריכת התוכנית.

אופן שילוב התוכן הפרסומי

(ב) הצגתו של המוצר תיעשה באופן סביר מבחינת מרכזיותה והבלטתה בשידור.

(ג) מוצר או כל דבר העשוי לקדם את המוצר, לא יאוזכר בקדימון לתוכנית הכוללת תוכן פרסומי או בחסות לתוכנית כאמור.

8. במהלך תוכנית המיועדת או מופנית לקטינים לא ישודר תוכן פרסומי למוצרים או לנושאים אלה:

תוכן פרסומי בתוכניות לקטינים

(1) משקאות אלכוהוליים;

(2) דיאטות;

(3) טיפולים רפואיים המיועדים לשינוי המראה הגופני.

9. בעל רישיון המבקש לשלב בתוכניותיו תוכן פרסומי, יקדים וישדר, טרם שידור התוכנית המשלבת תוכן פרסומי, תשדירים המסבירים לצופה מהי המשמעות של שילוב תוכן פרסומי בתוכניות ומהו אופן סימונו; תוכן התשדירים ותדירות שידורם יתחשבו במאפייני הקהל הצופה בערוץ, לרבות בגיל הצופים; התשדירים יהיו באישור המועצה ולפי הנחייתה.

יידוע הציבור

10. (א) לגבי תוכנית שבה משולב תוכן פרסומי יחולו הוראות אלה:

גילוי נאות

(1) התוכנית תזוהה ככזו במשך 3 שניות, בתחילת התוכנית וכן ביציאה ובחזרה מפרסומות, על ידי סימן זיהוי חזותי כמובא בתוספת;

(2) בשילוב תוכן פרסומי בנושאי חינוך ופיננסים, יופיע סימן הזיהוי החזותי במשך כל זמן שידור התוכן המשולב;

(3) סימן הזיהוי החזותי יוצג גם במדריך השידורים האלקטרוני במהלך כל זמן שידור התוכנית.

(ב) בסיומה של תוכנית שבה משולב תוכן פרסומי תוצג הודעה על זהות המממן; במקרה ששם המוצר המופיע בתוכנית אינו מזוהה דיו עם זהות המממן, תכלול ההודעה גם את שם המצרך או השירות ואת זהות המממן.

11. התמורה הכוללת שתתקבל מידי מממנים בעד שילוב תוכן פרסומי בתוכנית אחת, לא תעלה על 60% מעלותה של התוכנית.

התמורה בעד תוכן פרסומי

12. (א) בתוך 15 ימים מתום כל חצי שנה, החל מהאחד בחודש שלאחר פרסומם של כללים אלה, יעביר בעל רישיון למועצה דוח על כל התוכניות שכללו תוכן פרסומי באותה חצי שנה; לגבי כל תוכנית כאמור, יפורטו בדוח מהות התוכן הפרסומי ששולב בה, זהות המממן, פירוט כלל העסקאות עם אותו גורם מממן והתמורה ששילם בעד שילוב התוכן הפרסומי, בציון עלותה הכוללת של התוכנית; המועצה או מי מטעמה רשאים לדרוש מבעל הרישיון כל מידע או מסמך רלוונטי נוסף; לבקשת המועצה או יושב ראש המועצה, ימציא להם בעל הרישיון גם פרטים לגבי מספר דקות השידור של תשדירי פרסומת ותשדירי שירות שקנה המממן ומספר משדרי החסות שהוא מימן במהלך אותה חצי שנה, בציון התמורה ששילם בעדם.

פיקוח, דיווח וסמכויות נוספות

(ב) בלי לגרוע מכל סמכות הנתונה לפי כל דין, רשאי המנהל, בידיעת המועצה, להורות לבעל רישיון כי תוכן פרסומי מסוים או סוגים של תוכן פרסומי טעונים אישור מוקדם של המנהל; על אישור מוקדם כאמור יחולו כללי הרשות השנייה לטלוויזיה ורדיו (אישור מוקדם של תשדירי פרסומת), התשנ"ד-1994, בשינויים המחויבים.

(ג) בלי לגרוע מכל סמכות הנתונה למנהל לפי כל דין, רשאי הוא –

(1) לדרוש מבעל רישיון להציג לו ראיות כי תוכן פרסומי עומד בדרישות כל דין ובפרט בדרישות כללים אלה, וכן להתנות את שידורו בהמצאת ראיות כאמור להנחת דעתו;

(2) לתת לבעל רישיון הנחיות כלליות או מיוחדות, ככל הנדרש, כדי להבטיח את קיומן של הוראות כל דין ובפרט כללים אלה, לרבות בדבר הסרת תוכן פרסומי או שידורו בתנאים, ובלבד שנתן לבעל הרישיון הזדמנות להשמיע את טענותיו בעניין.

13. (א) הכנסה שהתקבלה משילוב תוכן פרסומי בתוכניות, יראו אותה כחלק מן ההכנסות לעניין סעיף 100 לחוק.

הכנסות

(ב) סעיף קטן (א) יחול גם אם הכנסה כאמור בו התקבלה על ידי מפיק תוכנית אשר אינו בעל הרישיון.

14. על תוכן פרסומי המשודר לפי כללים אלה, לא יחולו הוראות סעיף 9(ב) עד (ה) ו-(ו) לכללי האתיקה.

סייג לתחולה

15. בתקופה של שישה חודשים מיום פרסומם של כללים אלה –

הוראת שעה

(1) במהלך כל תוכנית הכוללת תוכן פרסומי, תוצג הודעה רצה בחלקו העליון של המסך (להלן – הודעת המממן) שנוסחה יהיה "בתוכנית זו משולב תוכן פרסומי";

(2) הודעת המממן כאמור בפסקה (1) תופיע יחד עם סימן הזיהוי החזותי כמובא בתוספת;

(3) הודעת המממן תהיה בשפת התוכנית המשודרת ובשפת הכתוביות, אם יש, באותיות בצבע בולט לעין הנוגד את הרקע, הניתנות לקריאה בנקל וזהות בהדגשתן; ההודעה תהיה מתוחמת במסגרת שצבעה, עובייה והדגשתה הם כצבע, כעובי וכהדגשה של האותיות שבהודעה.

**תוספת**

(סעיפים 10(א) ו-15(2))

[סעיף זה מכיל טבלה או תמונה - לחצו לצפיה](https://www.nevo.co.il/laws/#/61b59a9adda73918308f1736/clause/61b5a30bdda73918308f18b3)

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  | יוליה שמאלוב ברקוביץ  יושבת ראש מועצתהרשות השנייה לטלוויזיה ולרדיו |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |