

לכבוד  
יצרני היין וגורמים העוסקים בתעשיית היין

שלום רב,

הנדון:

**עיקרי חוק הגבלת הפרסומות והשיווק של משקאות אלכוהוליים, תשע"ב-2012, ("החוק") ותקנות הגבלת הפרסומת והשיווק של משקאות אלכוהוליים (סימון אזהרה), תשע"ד-2013, ("התקנות")**

1. להלן תובא סקירה של עיקרי הוראות החוק והתקנות שבנדון. כמובן, אין באמור כדי להוות תחליף לייעוץ משפטי פרטני לגבי כל מקרה.
2. החוק והתקנות מבחינים, באופן חלקי (כלומר – ביחס לחלק מהנושאים), בין "משקה משכר" לבין "משקה משכר חזק". כפי שנראה מייד, חלק מהאיסורים שבחוק ובתקנות חלים על כל סוגי המשקאות המשכרים.
3. הגדרתו של משקה משכר בחוק שאובה מהגדרתו בסעיף 2(ב) לחוק רישוי עסקים, התשכ"ח-1968. להלן ההגדרה:

**"משקה משכר" – משקה תוסס או אלכוהולי שנועד לצריכת אדם והמכיל, בבדיקת מדגם ממנו, שני אחוזים או יותר אלכוהול לפי הנפח, למעט סמים ותרופות המוכנים או נמכרים על ידי רוקח כדין; צויינה תכולת האלכוהול שבמשקה הנמצא במיכל, ישמש ציון זה הוכחה לכאורה למידת התכולה".**

- ואילו משקה משכר חזק, מוגדר בחוק כמשקה המכיל מעל ל-15.5% אלכוהול (לפי הנפח).
4. לפי הגדרה זו, מרבית היינות מוגדרים כ"משקה משכר" ולא כ"משקה משכר חזק". עם זאת, בסמוך לפני אישורן הסופי של התקנות בוועדת הכלכלה של הכנסת, נמסר לנו שקיימים מספר יינות שאחוז האלכוהול בהם עולה על 15.5%. יינות אלה מוגדרים בחוק כמשקה משכר חזק. המועצה פועלת מול משרד הבריאות בעניין זה, אך כל עוד לא חל שינוי, חלות ההגדרות הנוכחיות.
  5. לעניין פרסים או מתנות, החוק מבחין בסעיף 3, בין האיסורים לגבי משקה משכר לבין משקה משכר חזק.

**משקה משכר חזק** –

- (א) אסור שיווקו כאשר נלווים אליו פרס או זכות השתתפות בהגרלת פרסים/ תחרות.
  - (ב) אסור שיווקו ללא תמורה לצרכן (מלבד לשם צריכה במקום שבו המשקה המשכר משווק). הוראות אלה אינן חלות על משקה משכר שאחוז האלכוהול בו 15.5% ומטה.
- כמובן, הדבר אינו גורע מהחובה לציית להוראות אחרות של הדין, לדוגמא – האיסור על מכירת משקאות משכרים לקטינים, הקבוע בחוק העונשין – איסור זה חל ללא קשר לסעיף 3 לחוק דנן.

משקה משכר ומשקה משכר חזק - אסורה הענקתם כפרס בתכנית המשודרת בטלוויזיה/רדיו, וכן לא יוזכר שמו המסחרי של יצרנו כמעניק הפרס.

6. סעיף 2 לחוק אוסר **באופן מוחלט** על פרסום משקאות משכרים בשלטי חוצות, ו/או בעיתונים/דברי דפוס המיועדים בעיקר לקטינים ולבני נוער עד גיל 18 (כדוגמת עיתוני נוער). איסורים אלה חלים בכל מקרה, ללא קשר לאחוז האלכוהול במשקה המשכר (ובלבד שמדובר בלפחות 2%).

7. החוק מונה בסעיף 4 את הרכיבים המותרים בפרסומת למשקה משכר, שניים עשר במספר, שאותם, ורק אותם, מותר לכלול בפרסומת למשקה משכר, לרבות בפרסומת לין:

- (1) השם המסחרי של המשקה המשכר;
- (2) סימן המסחר של המשקה המשכר;
- (3) השם המסחרי של היצרן של המשקה המשכר;
- (4) סימן המסחר של היצרן של המשקה המשכר;
- (5) אריזת המשקה המשכר ומקום מכירתו;
- (6) מקום ייצור המשקה המשכר ותמונות המקום;
- (7) אחוז האלכוהול במשקה המשכר;
- (8) קיומה של תעודת הכשר למשקה המשכר;
- (9) תחרות שבה השתתף המשקה המשכר, לרבות ציון, דירוג וסיווג זכייה בתחרות;
- (10) מחיר המשקה המשכר;
- (11) שנת הייצור של המשקה המשכר;
- (12) פרטי מידע נוספים שקבע שר התעשייה המסחר והתעסוקה, אם הפרסום נעשה בכתב עת מקצועי שעניינו משקאות משכרים והשר אישר לעניין זה.

8. כל פרסום של משקה משכר או משקה משכר חזק, מחייב הכללת אזהרה על גבי הבקבוק של המשקה המשכר – מלפנים או מאחור. סימון האזהרה המדויק נקבע בתקנה 2 לתקנות מכוח סעיף 8 לחוק, להלן:

נוסח האזהרה:

לגבי משקה משכר חזק (יותר מ – 15.5% אלכוהול) - "אזהרה: צריכה מופרזת של אלכוהול מסכנת חיים ומזיקה לבריאות!"

לגבי משקה משכר (2%-15.5% - כולל 2% וכולל 15.5%) - "אזהרה: מכיל אלכוהול- מומלץ להימנע משתייה מופרזת."

אופן סימון האזהרה:

על האזהרה להיות מודבקת או מודפסת על פני מכל המשקה או על התווית שעליו. הכיתוב יסומן באופן בולט לעין ובאותיות בצבע שחור, קריאות וזהות בהדגשתן על רקע לבן. האזהרה תתוחם במסגרת שצבעה שחור ואשר עובייה והדגשתה כעובי האותיות באזהרה.

גודל האזהרה:

גודל האזהרה כולה יהיה 15% משטח התווית לפחות.

9. נוסף להגבלות על פרסומת משקה משכר, נקבעו בחוק ובתקנות הגבלות באמצעי המדיה השונים, לרבות עיתונים, שידורי באמצעי התקשורת, ואמצעים אלקטרוניים. כמו כן נקבעו הוראות ביחס להכללת אזהרה בפרסומת.

10. החוק מטיל אחריות פלילית בשל הפרת הוראותיו, והקנסות עלולים להגיע למאות אלפי ש"ח. קיימת גם אחריות פלילית לנושאי משרה בתאגיד.

11. החוק קובע הוראות בדבר פיקוח ואכיפה.

12. בבג"ץ תלויה ועומדת עתירה שהוגשה על ידי התאחדות התעשיינים וגופים נוספים, לרבות המועצה לגפן היין. העתירה תוקפת בעיקר את תחולת התקנות על פרסום באינטרנט. הדיון בעתירה קבוע ליום 30 ביולי, 2014. עם זאת, האיסורים והחובות הקבועים בחוק ובתקנות **חלים כבר עתה**. היוצא מן הכלל היחיד נוגע לחובה להדביק מדבקות אזהרה **על בקבוקים**, חובה שטרם נכנסה לתוקף. לעומת זאת, חובת אזהרה בפרסומת **נכנסת לתוקף כבר ב – 19 במאי, 2014**.

13. החוק ייכנס לתוקפו החל מיום **19 במאי, 2014**. חובת הדבקת אזהרה על גבי הבקבוקים תחול – לגבי משקאות עם אחוז אלכוהול מעל 15.5% - בתום שנה מיום כניסתו לתוקף של החוק, כלומר **ביום 19 במאי, 2015**; לגבי משקאות משכרים עם אחוז אלכוהול 15.5%-2% – בתום שנתיים מיום כניסת החוק לתוקף, כלומר **ביום 19 במאי, 2016**.

14. אנו עומדים לרשותכם בכל שאלה. במידת הצורך ניתן להסתייע בייעוץ המשפטי של המועצה בנושאים הנוגעים לפרשנות החוק.