

פרוטוקול מס' 364

מישיבת ועדת הכלכלה

יום שני, כ"ה בכסלו התשנ"ט (14 בדצמבר 1998), שעה 09:10

נוכחים:

חברי הוועדה: אמנון רובינשטיין - היו"ר  
דורון שמואלי

מוזמנים:

חה"כ תמר גוז'נסקי	חה"כ איתן כבל
חה"כ אילנה מישר	עו"ד אילנה מישר
ד"ר עלמה אבני	ד"ר דב תמיר
עו"ד עמוס האוזנר	זאב גרוס
עמוס דניאלי	עו"ד יפעת רוה
אסתר גרוס	שוש גן-בני
פרופ' רפאל קטן	ד"ר אריה עובדיה
עו"ד חיים צדוק	ירון גזית
חן זפט סגל	עקיבא הומינר
יצחק כבביה	איילת מצגר
יריב אבישר	אור גולדנברג
חגית אברהמי	יעקב מצגר

- מחלקה משפטית, משרד הבריאות  
- מנהלת המחלקה לשרות בריאות העובד, משרד הבריאות  
- מנהל המחלקה לחינוך לבריאות, משרד הבריאות  
- פורום למניעת עישון, משרד הבריאות  
- לשכת סגן שר הבריאות, משרד הבריאות  
- לשכת סגן שר הבריאות, משרד הבריאות  
- משרד המשפטים  
- מדריכה ארצית, משרד החינוך, התרבות והספורט  
- האגודה למלחמה בסרטן  
- מנ' המכון האונקולוגי, בי"ח שערי צדק, האג' למלחמה בסרטן  
- חברת דובק  
- חברת דובק  
- שווק RJR (דובק)  
- משרד עו"ד צדוק, חברת דובק  
- מנשה ח. בע"מ, נציג חברה לייבוא סיגריות  
- מרכז ענף הטבק, איגוד לשכות המסחר  
- מנהלת הפיקוח על הפרסומת, הרשות השניה לטלוויזיה ורדיו  
- מנהל מסחרי, ידיעות אחרונות  
- יו"ר עלמ"א

היועצת המשפטית: אתי בנדלר  
מיכל דויטש (מתמחה)

מ"מ מנהלת הוועדה: וילמה מאור

רשמה: אירית שלהבת

סדר היום: 1. הצעת חוק הגבלת הפרסומת למוצרי טבק לעישון (תיקון מס' 3) (הגבלת פרסום), התשנ"ט-1998 (של קבוצת חברי כנסת).

2. הצעת חוק הגבלת הפרסומת למוצרי טבק לעישון (תיקון מס' 4) (פרסומת עקיפה והגנה על בני נוער), התשנ"ט-1998 (של קבוצת חברי כנסת).

-4196-

**הצעת חוק הגבלת הפרסומת למוצרי טבק לעישון (תיקון מס' 3) (הגבלת פרסום), התשנ"ט-1998**  
**הצעת חוק הגבלת הפרסומת למוצרי טבק לעישון (תיקון מס' 4) (פרסומת עקיפה והגנה על בני נוער),**  
**התשנ"ט-1998**

היו"ר אמנון רובינשטיין:

אנחנו עוסקים בהצעת חוק הגבלת הפרסומת למוצרי טבק לעישון (תיקון מס' 3) (הגבלת פרסום), התשנ"ט-1998, של קבוצת חברי כנסת, בראשותי; ובהצעת חוק הגבלת הפרסומת למוצרי טבק לעישון (תיקון מס' 4) (פרסומת עקיפה והגנה על בני נוער), התשנ"ט-1998, של קבוצת חברי כנסת, בראשות חברת הכנסת תמר גוז'נסקי.

גם לאחר הדיון שהיה לנו בין הקריאה המוקדמת לקריאה הראשונה נותרו 2-3 עניינים ששריים במחלוקת. אני אומר מה שני במחלוקת ומה תהיה הפרוצדורה. אנחנו נשמע את כל הצדדים ולאחר מכן אנחנו נעשה הפסקה, נכנס את חברי הכנסת וגם נצביע היום. חברת הכנסת תמר גוז'נסקי פשוט לא יכולה לבוא כעת, היא יושבת בראש ועדה אחרת. אנחנו נמתין לה ואז נודיע על הצבעה. ניתן זמן מראש.

שני הדברים העיקריים השנויים במחלוקת הם א) עניין החסויות, שאליו קשור עניין הפירסום העקיף, ב) עניין השימוש במוותגים של חברות או יצרנים שיש להם גם סיגריות וגם מותגים אחרים, כגון Camel trophy-ו-Camel, או DUNHILL וסיגריות Dunhill. שני הדברים האלה נותרו שנויים במחלוקת. קיבלתי הרבה מאוד מכתבים מכל הצדדים הנוגעים בדבר. אני רוצה לפתוח קודם כל בעניין החסויות ולאחר מכן נעבור לעניין המותגים.

מי מבין משרדי הממשלה מיוצג פה? משרד הבריאות ומשרד החינוך.

יפעת רוה:

הנציגה של משרד המשפטים לא נמצאת כאן. אני באתי לייצג אותה בעניין סעיף 1.

היו"ר אמנון רובינשטיין:

אני לא עוסק בזה כעת. אני עוסק רק בשני העניינים שהצגתי. אחר-כך ניגש לעניינים שיש למשרד המשפטים הערות לגביהם.

עלמה אבני:

אני לא אחזור על כל מה שכבר ידוע לגבי מה שעושה פרסומת לבני הנוער. הבעיה העיקרית שלנו היום היא בני הנוער. יש נתונים מספריים, שגם הועברו לוועדה, כך שאין צורך לחזור על זה.

עניין החסויות או הפירסומת העקיפה - כיוון שבמשך שנים המותגים האלה היו מזוהים והופיעו בד בבד עם הפרסומת על מוצרי טבק, לכן אנחנו רואים באישור של פרסומת עקיפה כזאת בעצם אישור של פרסומת למוצרי טבק. משרד הבריאות משקיע כל-כך הרבה מאמצים ומשאבים כדי להשפיע על בני הנוער, ואני חייבת לומר - עם הצלחה מועטה מאוד, לצערנו הרב. אחוז העישון בקרב הציבור הרחב הולך ויורד מידי שנה. היום אנחנו יכולים לומר שבאוכלוסיה הכללית האחוז שאינם מעשנים מגיע ל-74%. אבל עדיין בקרב הנוער לא הצלחנו להגיע לירידה. יש עליה בעישון ויש גם עליה בעישון של הצעירים יותר.

היו"ר אמנון רובינשטיין:

על כל זה הרי דיברנו. אני לא רוצה לחזור על זה. אני שואל על דברים ספציפיים. הרי אנחנו בשלב של קריאה שניה ושלישית. מה הצעת משרד הבריאות בעניין החסויות?

עלמה אבני:

הצעת משרד הבריאות היא למנוע גם פרסומת סמויה כלשהי. בתאום בינינו השקענו מחשבה כדי להציע נוסחים אלטרנטיביים שאנחנו יכולים לחיות איתם. אבל אולי נשאיר את זה להמשך הדיון.

ועדת הכלכלה (364)  
14.12.98

היו"ר אמנון רובינשטיין:

עו"ד האוזנר, אני מבין שאתה גם מייצג את סגן שר הבריאות, כך נמסר לי.

עמוס האוזנר:

אני רוצה לתת לכם כמה דוגמאות שייבהירו על מה אנחנו מדברים. יש לנו פה ידיעה מעיתון 'ידיעות אחרונות' מ-9.11 בנושא Parliament arts, בעניין החסויות. דוברת חברת 'פיליפ מוריס' אומרת: "החברות התורמות אינן עושות את זה לשם שמיים. הן רוצות תמורה. 'פיליפ מוריס' רואה בכך פעילות שיווקית שנועדה לבסס את שם המותג". לא צריך אותנו כדי להגיד את זה. את זה אומרת אפילו דוברת חברת 'פיליפ מוריס' בישראל, שהמטרה של Parliament arts היא לבסס את המותג של Parliament. אדוני היושב-ראש, זה אומר שאין שום הבדל ברגע הזה בין פרסומת לסיגריות עצמן לבין הפרסומת העקיפה הזאת. הדברים פה כתובים במפורש. אנחנו לא צריכים ללכת רחוק. אנחנו חיים מפיהם, הם אומרים את זה בעצמם. יש לי עוד הרבה דוגמאות. אני לא אלאה את הוועדה.

היו"ר אמנון רובינשטיין:

הובאו דוגמאות גם בישיבה הקודמת. אתם מתנגדים לכל מתן חסות, בכל מקרה.

עמוס האוזנר:

נכון. אני הבנתי שבישיבה שבה אנחנו לא היינו עלתה שאלה איך אנחנו יכולים לפתור מצבים שהם בעייתיים. נראה לי שאנחנו הגענו לנוסח שגם יגן על מצבים בעייתיים מבחינתם של היצרנים וגם יפתור את הבעיה הזאת.

היו"ר אמנון רובינשטיין:

לא קיבלנו שום הצעת נוסח.

עמוס האוזנר:

כתבתי מכתב לחברת הכנסת תמר גוז'נסקי.

היו"ר אמנון רובינשטיין:

הייתם צריכים לשלוח לוועדה. תקרא את זה כעת בקול רם. יש כאן יועצת משפטית שצריכה לדעת מה הנוסחים האלטרנטיביים.

אתי בנדלר:

לפני שתקרא, ברשותך, אני הערתי באחת הישיבות שאני לא יודעת מה זה "מותג". שוחחתי הבוקר עם חברת הכנסת תמר גוז'נסקי על העניין. היא כמובן באופן עקרוני בעד הרחבת האיסור לפרסומת עקיפה ככל שניתן. שאלתי אותה למה היא מתכוונת כשהיא אומרת "מותג". אולי אם אנחנו נבהיר את העניין הזה אנחנו נוכל לפתור יותר טוב את הבעיה. המילה הזאת "מותג" מופיעה בהגדרה רק שהיא עצמה לא מוגדרת.

אמרה לי חברת הכנסת גוז'נסקי שהיא מתכוונת לשילוב של שם המוצר או הפירמה יחד עם הסמל המסחרי שלו. אם אנחנו מדברים אכן על שילוב של שני הדברים, באופן שברור שהשילוב של שני הדברים מזהה עם הסיגריה או עם מוצר הטבק, אני חושבת שכך אפשר יותר בקלות לפתור את העניין מאשר כאשר אנחנו מדברים רק על שם. אם אנחנו מדברים על 'גולף': אז יש סיגריות 'גולף' ויש חברה למוצרי ביגוד 'גולף'. אני חושבת שמבחינה משפטית לא יעלה על הדעת איסור להשתמש בשם הזה.

היו"ר אמנון רובינשטיין:

זה ברור.

אתי בנדלר:

זה לא כל-כך ברור כל עוד אנחנו לא מגדירים מה זה "מותג". השם הוא הרי שם זהה. אם אנחנו עושים שילוב של השם עם הסמל המסחרי ורק זה יחשב ל"מותג", יתכן שאפשר יהיה להמשיך הלאה בייתר קלות.

היו"ר אמנון רובינשטיין:

מה ההצעה שלך?

עמוס האוזנר:

ההצעה שלי אומרת כך: הייתי משנה קצת את ההגדרה של "פרסומת עקיפה", מצד אחד. ומצד שני, הייתי מנסח את ההגנה על חברות הסיגריות כפי שהיא כהגנה. במקום הגדרת "פרסומת עקיפה" הייתי מציע: "כל אזכור או פרסום של שמו של מוצר טבק או מותג של מוצר טבק, שמו המסחרי, סימנו המסחרי, תסמיל (לוגו) של מוצר טבק, דמותו של המוצר, וכל פרט המאזכר אותם או את העישון במישרין או בעקיפין כשהאזכור או הפרסום נעשים בתמורה כספית או אחרת מצד מי שיש לו עניין ישיר או עקיף במכירת מוצרי טבק, שיווקם או פרסומם, בין בעצמו ובין על ידי אחרים."

בהמשך לזה הייתי מוחק מסעיף 7א (סעיף 4 לתיקון) את המילים "במסגרת עסקית".

מצד שני הייתי מרחיק לכת עוד יותר כדי להגן על מקרה גבול והייתי נותן הגנה נוספת לייצרנים. בסעיף 7א(ב)(2) ייאמר: "תהיה זו הגנה, אם יוכיח מי שנאשם בעבירה על הוראת סעיף זה את כל אלה:

(א) הפרסומת לא נעשתה לשם עידוד מכירה של מוצרי טבק, לרבות עידוד מכירה של מוצר טבק מסויים במקום מוצר טבק אחר.

(ב) הפרסומת איננה מכוונת לבני נוער, ופורסמה כך שלא יותר מ-10% ממי שנחשפו לה הם מתחת לגיל 18.

(ג) הפרסומת לא נעשתה במישרין או בעקיפין על ידי מי שהוא בעל ענין במכירה, שיווק או פרסום של מוצרי טבק או מטעמו."

היו"ר אמנון רובינשטיין:

הדבר השלישי מובן מאליו מההגדרה. לא ניכנס כעת לניסוח. הנקודה ברורה. נעבור למשרד החינוך, התרבות והספורט.

אסתר גרוס:

אני ממלאת מקום של גברת מלכה מיכאלי, שהתחום שלה הוא עישון. בהחלט אני מייצגת את העמדה שכדאי לאסור פרסומת עקיפה בצורה כלשהי.

היו"ר אמנון רובינשטיין:

האם יש לכם הצעות?

אסתר גרוס:

למחוק את ה"למעט" בסעיף שהוצע.

היו"ר אמנון רובינשטיין:

נשמע קודם את כל הצד הזה, המחמיר, ואחר-כך נשמע את הסינגורים. קיבלתי את המכתב שלכם.

שוש גן-נוי:

אני מהאגודה למלחמה בסרטן. אנחנו כמובן לא יכולים לקבל את כל ההסתייגות הזאת של ה"למעט", שמופיעה בהצעה שעברה את הקריאה הראשונה. זה נודע לנו בדיעבד, לצערנו, בלי שהתאפשר לנו להסביר את המשמעות של הדבר. המשמעות של הפיסקה כמו שהיא כתובה היא בעצם מתן לגיטימציה לפרסומת עקיפה.

רק ביום חמישי האחרון התפרסם המסמך המקיף, התוכנית הממשלתית בבריטניה, שראש הממשלה הבריטי הצהיר עליה, ברוח הדירקטיבה האירופאית. אם הוועדה תירצה אני אתן לה את המסמך הזה. הלואי שבישראל זה יגיע לידי זה. הם מסבירים מדוע כל-כך חשוב להתייחס לנושא הזה של הפרסומת, והפרסומת העקיפה. הם עשו סקר בקרב בני נוער. למרות שפירסום סיגריות בטלוויזיה אסור שם הם מעידים שהם ראו הרבה מאוד פרסומות. ישנן הרבה מאוד דרכים עקיפות להביא את הפרסומת. לכן כל-כך חשוב לאסור גם את הפרסומת העקיפה וגם את מתן החסויות, כמו שעורך-דין האוזנר ציין, על הנושא הזה של Parliament arts-, שזה קולנוע אינטראקטיבי המיועד כמובן לילדים.

החקיקה כפי שעברה בקריאה הראשונה, מאוד מטיבה עם חברות הסיגריות. היא למעשה נותנת ביטוי לחלק מהותי מאוד של הפרסומת העקיפה, כי בעצם בזה מדובר. אנחנו לא יכולים לאפשר את זה.

להערה של גברת אתי בנדלר: הנושא של הלוגו, או ה-Brand stretching, מה שעושות חברות הסיגריות כשהן לוקחות את Marlboro classic או דברים כאלה, זה מאוד מאוד מובחן. מה שהדירקטיבה האירופאית עשתה, וכך גם בבריטניה, ההבחנה היא באמת ברורה: אם יש כזה דבר 'גולף' או בושם 'דוידוב' או מה שלא יהיה, אסור שהשם, הסמל, הלוגו, שום סימן לא יהיה זהה לזה של הסיגריות.

אתי בנדלר:

אף לא אחד?

היו"ר אמנון רובינשטיין:

אני מוכרח לומר שאני לא מכיר את המצב באנגליה. אני מכיר את הדירקטיבה האירופאית והיא נראית לי מאוד מאוד סבירה. האם באנגליה לא יהיה כעת Camel trophy?

שוש גן-נוי:

אסור יהיה. למשל בישראל יש את ה-Camel trophy הזה על ילקוטי בתי-ספר. לפי ההצעה שכאן ניתנה זה יהיה מותר.

היו"ר אמנון רובינשטיין:

האם Camel trophy יהיה אסור בשיווק בבריטניה?

אילנה מישר:

בצרפת היה משפט, היה אישום בנושא הזה בדיוק.

היו"ר אמנון רובינשטיין:

פגשתי את נציג Camel trophy בשווייץ, שגם משווקים בישראל. הוא אמר לי שבכל מדינות איחוד האירופאי, למרות הדירקטיבה, Camel trophy משווק.

שוש גן-נוי:

יש הגבלה. אם עד להיכנס החוק היה מותג כזה או שם כזה, דומה לשם הסיגריה, הם יוכלו להמשיך לפרסם בתנאי שתהיה הבחנה בצבעים, בסמלים, בצורת הלוגו או בכל דמות מזהה.

היו"ר אמנון רובינשטיין:

בקיצור, אתם בעד הדירקטיבה האירופאית: הבחנה בתאריכים ובסימול.

שוש גן-בי:

מתאריך מסויים אסור יהיה להבא מתן חסות או פרסומת עקיפה. מה שכבר היה קיים יבחן באופן שוטאלי, זאת אומרת אפשר יהיה לתת את השם ללא הלוגו.

היו"ר אמנון רובינשטיין:

אנחנו ערבבנו בין שני הדברים, בין חסות לבין משהו אחר, אבל זה שייך אחד לשני. מי עוד רוצה לדבר נגד הנוסח הקיים, מארגון שלא יוצג, שרוצה למחוק את ה"למעט"?

חיים צדוק:

אני מבין שאנחנו מדברים על שני הנושאים ביחד. אני רוצה להגיד משפט אחד שאמרתי אותו גם בסיבוב הקודם והוא שאנחנו נסכים לכל מגבלה על פרסומת שנועדה להפיץ או לעודד עישון בקרב הנוער, בלי סייג. אנחנו מדברים כאן על נושאים שאינם קשורים לפרסומת שמגיעה אל הנוער אלא על דברים יותר כלליים.

בנוגע לעניין החסות: בעצם חברות הסיגריות היו יכולות לחסוך להן כסף. מדוע מתנגדים לזה? אגיד במילים פשוטות, אני לא חושב שראוי שבתעשייה שהיא חוקית, עוד לא אסרו אותה בישראל, תידבק איזשהי סטיגמה, שאפילו לתת חסות לאירוע תרבותי שלא כרוך בפרסומת אסור לה. הייתי רוצה שדווקא בעניין זה נשמע את גברת גולדנברג, שהיא מייצגת את הצד השני של המטבע, כלומר את מקבלי החסות.

בנוגע לעניין של הפרסומת העקיפה: אני חושב שהנוסחה שאנחנו קיבלנו והסכמנו לה, והיא מגובה בהצעת החוק שעברה קריאה ראשונה, היא נוסחה מאוזנת. אני ממליץ להשאיר אותה.

אני כמובן לא אוכל להגיב על הנוסחה המסובכת והארוכה שהציע כאן מר האוזנר. אם אנחנו נקבל את הנוסח הזה נוכל להגיב עליו, בין בעל-פה ובין בכתב. היה קשה מאוד לשמוע את הנוסחה הזאת ולקלוט אותה. אני יכול להגיד שבעניין זה בסך הכל אנחנו בעיקרון מקבלים את מה שנמצא בהנחייה האירופאית.

היו"ר אמנון רובינשטיין:

אני רוצה לומר לכם שבכנסת לדירקטיבות האירופאיות יש כוח משכנע גדול מאוד. באירופה יש המלצה של האיחוד לגבי פרסומת ישירה אולם גרמניה הגישה ערעור. במדינה כמו צרפת למשל יש פירסום מאוד מאוד אגרסיבי לסיגריות, שאגב, הארגונים הצרפתיים מאוד מאוד מתלוננים נגדו. אי אפשר לתת דוגמא ממדינות ספציפיות לפני שנשתיים הערעור הזה ולפני שזה הפך להיות החלטה אקזקוטיבית של האיחוד האירופאי. עד אז יש מגוון של התנהגויות של המדינות השונות: בדנמרק זה כמעט ללא הגבלות; באנגליה יש הגבלות מאוד חמורות, רצוניות ברובן; בנורבגיה יש איסור מוחלט. אני לא יכול לומר שיש נוהל אירופאי.

הדירקטיבה האירופאית, אני לוקח אותה לא משום שהיא מחייבת באירופה, הרי הערעור של גרמניה עוד לא נשמע. הדירקטיבה האירופאית פשוט נראית לי דירקטיבה מאוד מאוד הגיונית. אני חושב שאפשר להתאחד סביבה. היא עושה הבחנה בין שני דברים: בין מה שהיה עד היום לבין מה שיהיה בעתיד; ובין שימוש בשם לבין שימוש בשם לצד אותו לוגו (תסמיל). אני חושב שההבחנה הזאת היא הגיונית. אני רואה שיש סביבה קונצנזוס.

אילנה מישר:

הכנתי נוסח המבוסס על הדירקטיבה האירופאית, אוכל להציג אותו.

היו"ר אמנון רובינשטיין:

אני לא מדבר על ניסוחים כעת בכלל. אני מדבר רק על מה שאנחנו רוצים. רשות הדיבור לגברת גולדנברג, יושבת-ראש עלמ"א - ארגון המקבל חסויות לצורך האמנויות.

אורה גולדנברג:

אני באמת שמחה על ההזדמנות שניתנה לי להופיע כאן. כפי ששמעתם, אני מייצגת את עלמ"א - עסקים למען אמנות בישראל. זה ארגון שבעצם כל מטרתו ליצור שותפות וקשר בין גופים עסקיים לבין גופים אמנותיים. הקשר הוא במובן זה שהגוף העסקי מעניק חסות לגוף האמנותי, והגוף האמנותי משתדל לתת בתמורה לגוף העסקי את מה שניתן. כל מה שאנחנו עושים כל העת זה לשכנע גופים לתת חסות, לשכנע אותם שהתמורה שהם מקבלים כדאית להם ומשתלמת להם.

זה נכון שאנחנו מנסים לשכנע את החברות שהעשייה היא לא לשם שמיים. זה נכון שאנחנו מנסים לשכנע אותם שהתמורות הן תמורות ממשיות. אני מוכרחה לומר שישנם מקרים שבהם קשה מאוד לשכנע גוף עסקי לתת חסות ולשכנע אותו שיש כאן אכן תמורה שיווקית. אתה בדבריך התייחסת לתמורה שיווקית. אנחנו יודעים שכל איש עסקים רוצה רק לדעת האם בסופו של יום ימכור יותר מוצרים. כשזה מגיע לחברות הסיגריות או לחברות שעוסקות באיכות הסביבה, קשה מאוד להבטיח תמורה ממשית שיווקית. כל הקמפיין וכל העשייה מתמקדת תמיד בתחום שממש לא נוגע לשיווק. קשה לשווק באמצעות המאטריה הזאת. זה תמיד מתמקד בנושא שהוא נושא לחלוטין תדמיתי. זה הטיעון היחיד שבו אנחנו מצליחים לשכנע את החברות שלא יכולות לשווק מוצר. אנחנו אומרים: אתם לא תשווקו, אתם לא תמכרו יותר, אתם לא תעשו יותר עסקים, אבל התדמית שלכם תשתפר, כאנשים שמחזירים לקהילה חלק מהכספים שהם עושים.

אני מדברת כרגע על ישראל. אני יכולה גם להתייחס לנתונים מחוץ-לארץ. אני חוזרת מכנס שהתקיים במועצת אירופה ודובר בו הרבה על החסויות בתחום האמנויות ועל החסויות של חברות הסיגריות. אני כמובן מדברת מן הצד של האומנות כרגע. אני יכולה לומר לכם, ואני אומרת את זה בביטחון ובצורה מבוקרת, שאלמלא החסויות והתמיכה הכספית שאנחנו קיבלנו במשך 6.5 שנות קיומנו מ'דובק' ומ'פיליפ מוריס' אני לא חושבת שהארגון שלנו יכול היה להתקיים. 'דובק' היה הגוף הראשון שבכלל תמך באמנות, מאותו רגע שעלמ"א התחילה לפעול. ללא החסויות שקיבלנו משני הגופים יחד אני חושבת שכל מפת האמנות היתה נראית אחרת. זה לא מקרה שגם 'דובק' וגם 'פיליפ מוריס' קיבלו את "אות ידיד האמנויות לספונסרים מצטיינים" מטעמה של עלמ"א במעמד מאוד מאוד פורמלי, במעמד שהיו בו גם חברי כנסת וגם אנשים שמאוד מאוד מתנגדים לכל הנושא של העישון.

הרי כולנו יודעים, כל דבר זה עניין של איזון. יש כאן כסף. במדינה שבה תקציבים לתרבות ואמנות מידי פעם הולכים ונעשים קטנים יותר ויותר אי אפשר לוותר על התמיכה הזאת.

היו"ר אמנון רובינשטיין:

תני לנו 2-3 דוגמאות, על מה מדובר.

אורה גולדנברג:

אני יכולה לתת לכם אינספור דוגמאות. אתן לכם דוגמא אחרונה של חברת 'פיליפ מוריס' שתמכה בשנה האחרונה בתיאטרון 'גשר' בצורה מאוד משמעותית. 'גשר' זה גוף שהיום כמובן אין כבר חילוקי דיעות לגבי המעמד שלו והעוצמה שלו. אבל אותה חברת 'פיליפ מוריס' תומכת גם ברקדן בשם עידו תדמור. אלמלא התמיכה עידו תדמור היום פשוט לא היה קיים. חברת 'פיליפ מוריס' אימצה את הרקדן הצעיר, המוכשר והפורץ, שבעולם יש לו שם ענק ובארץ לא יכול היה להתרומם כי הכספים שהוא קיבל ממושרד החינוך, התרבות והספורט פשוט נגמרו, ונתנה לו תמיכה. היא תמכה בו במשך שנתיים והיום בדרך לפה שמעתי ממר עקיבא הומינר שהחברה עומדת להמשיך לתמוך בו כי היא פשוט חושבת שזה חשוב.

היו"ר אמנון רובינשטיין:

מה התמורה שקיבלה 'פיליפ מוריס' בשני המקרים האלה, בתמיכתה ב'גשר' ובעידו תדמור?

עקיבא הומינר:

התמורה בצורה הזאת היא אך ורק תרומה לקהילה. אין לזה שום תמורה שיווקית בשום צורה שהיא.

ועדת הכלכלה (364)  
14.12.98

היו"ר אמנון רובינשטיין:

איך זה מופיע בתוכניה?

עקיבא הומינר:

מוזכר "בחסות חברת פיליפ מוריס".

היו"ר אמנון רובינשטיין:

יש לוגו?

עקיבא הומינר:

יש לוגו של התאגיד. לא של הסיגריות. התאגיד מוכר גם מזון וגם בירה ודברים אחרים, לא רק סיגריות. יש לו למעלה מ-3,000 מותגים.

המטרה המוצהרת שחברת 'פיליפ מוריס' חרתה על דגלה כבר לפני 40 שנה זה התמיכה, או ההחזרה לקהילה. אין לזה שום תמורה שיווקית בכל צורה שהיא.

היו"ר אמנון רובינשטיין:

איך הדירקטיבה האירופאית משפיעה על זה?

עקיבא הומינר:

תיאטרון 'גשר', עידו תדמור, האופרה הישראלית החדשה, פרס התיאטרון הישראלי - אף אחד מה-venues האלה לא מופנה לנוער, כי אנחנו בצורה חד-משמעית נגד הצטרפות של בני נוער למעשנים.

היו"ר אמנון רובינשטיין:

כשאתם תמכתם באיזה הפקה של האופרה הישראלית החדשה, איך זה הופיע?

עקיבא הומינר:

זה הופיע על גבי התוכניה של האופרה "בחסות חברת פיליפ מוריס" עם הלוגו של התאגיד.

היו"ר אמנון רובינשטיין:

האם היה שם משהו על סיגריות?

עקיבא הומינר:

לא היה שום דבר שהזכיר סיגריות.

אתי בנדלר:

לפי ההגדרה שלהם מספיק שיופיע השם 'פיליפ מוריס' כדי לפסול את זה.

עמוס האוזנר:

הדוגמא של 'פיליפ מוריס' היא דוגמא מעניינת מכיוון ש'פיליפ מוריס' דאגה לשווק סיגריה שהשם שלה הוא 'פיליפ מוריס'. זאת אומרת, זה לא סתם שהם נותנים את שם החברה אלא כאשר נותנים את שם החברה עם הלוגו נותנים גם של סיגריה בשם 'פיליפ מוריס'.

ועדת הכלכלה (364)  
14.12.98

חגית אברהמי:

אני נורא מצטערת, אבל עורך-דין האוזנר מייצג היום תובע פרטי בתביעה נגד 'פיליפ מוריס'.

עמוס האוזנר:

ואת מי את מייצגת?

חגית אברהמי:

אני לא מייצגת אף אחד בתביעה. אי אפשר להפריח עכשיו האשמות ללא הוכחות. אתה אינטרסנט.

היו"ר אמנון רובינשטיין:

אני מבקש ממך לא להתפרץ. מר האוזנר, אתה רוצה לומר לי שכאשר דבר כזה מופיע בתוכניה של האופרה הישראלית זה משפיע על בני נוער לעשן?

עמוס האוזנר:

אני אומר דבר נורא פשוט, חברות הסיגריות - והדברים כתובים בפירסום שהן בעצמן יזמו - רוצות להחזיר את שם המותג שלהן בקרב כולם. גם בקרב בני נוער וגם בקרב אנשים שחושבים להפסיק לעשן. נציגי חברות הסיגריות באו לפה עכשיו כניראה באיזה נטיה של השמצה, או משהו כזה.

היו"ר אמנון רובינשטיין:

אני לא אכנס לדברים האלה. לא לכך נועד הדין.

עמוס האוזנר:

אם יגידו לנו למשל שמתחייבים את הסיגריה ששמה 'פיליפ מוריס' לא לשווק בישראל, זה ייקל על העניין כמובן.

עקיבא הומינר:

אולי גם 'גולף' יפסיקו לשווק בישראל?

היו"ר אמנון רובינשטיין:

אני שואל אותך ואת אנשי האגודה למלחמה בסרטן, מה מידת ההשפעה של הופעת השם 'פיליפ מוריס' או, אני מרחיק לכת, אפילו 'דובק' בתוכניה של האופרה הישראלית?

עמוס האוזנר:

בהצעה אמרתי שאם יופיע שם בלי לוגו, ואם באמת נראה שהקהל שנחשף לזה הוא לא בני נוער ...

שוש גן-נוי:

אתה שאלת לגבי השפעה. מסתבר שכדי להפחית את העישון בקרב בני נוער צריך להמשיך להפחית את העישון גם בקרב מבוגרים. אי אפשר לבודד מקטע אחד ולחיות כאילו שהוא חי בבועה. יש השפעה בין העישון בקרב מבוגרים לבין עישון בקרב בני נוער. לכן אם אנחנו רוצים להתמודד עם הבעיה צריך לחשוב גם על המבוגרים, כולל מבוגרים בני 18.

היו"ר אמנון רובינשטיין:

האם את חושבת שהכללת שם בתוכניה משפיעה?

ועדת הכלכלה (364)  
14.12.98

שוש גן-נוי:

ק.

היו"ר אמנון רובינשטיין:

אגב, זה לא אסור לפי הדירקטיבה האירופאית.

שוש גן-נוי:

שאלת מה זה באמת ה-Brand stretching. בדירקטיבה האירופאית יש הגדרה למה הכוונה. 96% מהילדים חשופים לפרסומת לסיגריות. יש לנו נתונים וגם את ההסבר.

היו"ר אמנון רובינשטיין:

אני מתכוון ל-Brand stretching בדבר ספציפי. אני לא מדבר על פרסומת לכדורגל. אני מדבר על הדבר המוגבל הזה. אני אומר לך את האמת, אני הרי הייתי שר ממונה, הסכומים שממשלת ישראל נותנת לטיפול האמנות והתרבות בארץ הם מאוד מאוד צנועים. הרי כל דבר זה שאלה של עלות ותועלת. אני לא מדבר על Brand stretching במובן הכללי. אנחנו יודעים מה הולך במירוצי מכוניות, זה דבר שפונה לנוער. כל דבר שבכלל נראה בטלוויזיה הוא מסוכן משום שילדים רואים טלוויזיה. לדאבוני הרב בטלוויזיה לא רואים את ההפקה הזאת עם התוכניה של האופרה 'טורנדוט'. אני שואל לגבי הדבר הזה שהוא עניין מוגבל מאוד.

שוש גן-נוי:

זה לא מוגבל. אי אפשר להפריד ולנתק את הדברים. להורים האלה שהולכים לאופרה יש ילדים, שהם יכולים לראות את התוכניה. אתה לא יכול להפריד.

בהתייחס לעניין הזה של התמיכה, דיברת על cost and benefit. איזה cost יש כתוצאה מה-benefit הזה, שמשיקעים באמנויות ונותנים פירסום אך אחר-כך צריך להוציא את הכספים האלה כדי לרפא את החולים? צריך לחשוב על זה בגדול.

היו"ר אמנון רובינשטיין:

אני מציע הצעה, אני לא אומר שזה עמדתי, אני צריך לחשוב על זה יחד עם חברי הוועדה. אנחנו יוצאים מתוך הנחה שאין חסויות בטלוויזיה וברדיו ושאינן חסויות למופעי נוער וספורט. אנחנו מגבילים את עצמנו לחסויות לאמנות. אולי נהיה מוכנים לקבל בעניין זה את המגבלה שאין לוגו של מוצר טבק. בכל זאת החוק הזה עובר ממשטר של מתירנות למשטר אוסרני מאוד. איפה כאן המזק?

שוש גן-נוי:

אם אתה משתמש במילה 'דובק' אז הרי ידוע ש'דובק' זה מוצר של סיגריות. זה ידוע, אין פה ויכוח.

היו"ר אמנון רובינשטיין:

אבל הדירקטיבה האירופאית לא אוסרת את זה אם לא משתמשים בלוגו.

שוש גן-נוי:

למשל הביאו דוגמא לבושם בשם 'דוידוב' שהיה קיים לפני שהיתה הסיגריה באותו שם. זה שאחראי על הנושא שם הסביר לי שיהיה מותר להשתמש בשם 'דוידוב' כפרסומת לבושם אבל שלא יהיה בצבעים, לא בצורת הלוגו (התסמיל) ולא בסימן דבר שייזכיר את הסיגריות בשום הקשר - כי השם שלו כבר היה קיים.

אסתר גרוס:

אם יהיה מותר לתת חסות לפעולות אמנות אז איך תהיה הבחנה לגבי אותן פעולות אמנות שיש אחוז

ועדת הכלכלה (364)  
14.12.98

מסויים של בני נוער שנחשף להן? האם נקבע מינסה מסויימת של בני נוער שאז אפשר יהיה עדיין לתת חסות?

היו"ר אמנון רובינשטיין:

יש לנו אגב בחוק הזה כבר הגדרה לגבי בני נוער: "אירוע או פסטיבל, המיועד לילדים או לבני נוער עד גיל 18 או שילדים או בני נוער עד גיל 18 עשויים להוות חלק ניכר מהמשתתפים או מהקהל הנוכח בו".

אתי בנדלר:

גם על זה יש בוודאי ביקורת למשרד המשפטים.

היו"ר אמנון רובינשטיין:

למשרד המשפטים עוד נחזור.

אסתר גרוס:

הנקודה השניה, היום ילדים מסתובבים עם חולצות שעליהן למשל יש ציור של צמח הקנביס.

היו"ר אמנון רובינשטיין:

מה זה שייך לחסות?

איתן כבל:

מחר אי אפשר יהיה ללכת גם עם ציור של בקבוק על החזה.

אסתר גרוס:

אני אזכיר את זה כשנגיע לנושא השני.

היו"ר אמנון רובינשטיין:

אני לא יודע אם יש אכיפת חוק בארץ, אני לא יודע אם בכלל אוכפים חוקים. אבל החוק שהעברנו בכנסת בענין שימוש בסמים מאפשר למשרד הבריאות להעמיד לדין את הייצרנים האלה ולהטיל עליהם עונשים כבדים ביותר, וגם על היבואנים. אני שואל, לשם מה אנחנו יושבים ומחוקקים כאן? אם באמת יש יצרן או יבואן שמפיץ חולצות שיש עליהן עידוד לשימוש בסמים ולא עושים שום דבר, אז אולי באמת נבטל גם את הצעת החוק הזאת. בכל ישיבה באים לכאן נציגי משרדי ממשלה ומתלוננים שהחוק לא מתבצע. אז אולי תעבירו את הסמכויות לוועדת הכלכלה ואנחנו נבצע אותן.

יריב אבישר:

אני נציג ידיעות אחרונות. יש לי שתי הערות, גם בתור אב לילדים וגם בתור אדם לא מעשן. אני רואה פה שתי תופעות שלדעתי הן מלאכותיות. אחת זה להפריד לוגו משם. אני חושב ששם ולוגו בשיווק, גם בארץ וגם בעולם המודרני, זה שני דברים שהם קשורים זה בזה. לקחת ולקרוע את השם מהלוגו או מהסמל המסחרי של החברה, זה דבר לא סביר. ככל שתיקחו יותר דוגמאות, לא מהתחום שכרגע פה נדון, תבינו עד כמה ההפרדה היא מלאכותית.

אתי בנדלר:

המילה parliament, ברשותך, כשהיא מופיעה בצורה מסויימת זה סיגריה, אבל יש לה עוד משמעויות. לכן הקריאה הזאת איננה מלאכותית כלל ועיקר.

חיים צדוק:

לצד 'פיליפ מוריס' אפשר לשים את הלוגו של הכנסת.

היו"ר אמנון רובינשטיין:

יש Time המגזין ו-Time הסיגריות.

יריב אבישר:

ככל שנירצה להגביל באופן מלאכותי הצהרת אינפורמציה, כמו תוכניה באופרה או במקום אחר, הרי אין לזה סוף. אני מכיר הרבה יותר ילדים שחשופים לאינטרנט מאשר לתוכניה באופרה. ככל שתגבילו את התוכניה באופרה, בסוף יילך מי שירצה לשווק את עצמו וייצור תדמית גם במחשב ובאינטרנט. ומה נעשה שם? אי אפשר לעצור את העולם המודרני.

היו"ר אמנון רובינשטיין:

במחשב יש הכל, גם פורנוגרפיה וגם תעמולה נאצית.

יריב אבישר:

אני מציע שהגופים שהם נגד העניין הזה ישקיעו מאמץ פרסומי תדמיתי וחינוכי בקרב הילדים, בתוך בתי-הספר, בקרב הנוער.

איתן כבל:

אני לא זוכר שהתחלתי לעשן בגלל שראיתי את תמונת איש המרלבוך על הסוס.

שוש גן-בוי:

זה מה שכל בני הנוער אומרים כי אף אחד לא יודה שהוא מושפע מפירסומת.

דב תמיר:

אני מנהל המחלקה לחינוך לבריאות במשרד הבריאות. אומנם אני רופא אבל למדתי בעניין פרסום שיש מה שנקרא סינרגיזם, ש:  $1+1=3$ . כלומר אתה עושה פרסומת פה, אתה עושה פרסומת במקום אחר, והדבר הזה מצטבר. הילד יכול לראות את התוכניה עם החסות של 'פיליפ מוריס'. אגב, איפה הגבול? באיזה אומן יהיה מותר לתמוך ואיזה אומן בצורה עקיפה יגיע לילדים?

היו"ר אמנון רובינשטיין:

אני בעצם הייתי צריך לאסור על נציגי משרד הבריאות לדבר כאן משום שיש להם חוק שבמשך 20 שנה לא מבצעים אותו.

עקיבא הומינר:

בדברי ההסבר של שתי הצעות החוק מדובר על הגנה על ילדים. שוב אני חוזר על מה שכבר אמרתי, אנחנו נגד עישון נוער. הסעיף הזה, שבא לאסור חסויות, לא עונה, לדעתי, בשום אופן על הניסיון להגן על בני נוער. חברות הטבק בכל מקרה באיזשהו מקום עושות את זה כשהן לא נותנות חסויות לשום אירוע, לשום ארגון ולשום דבר שפונה לבני נוער. אני רוצה להציע לסייג את נושא החסויות לבני נוער מתחת לגיל 18.

היו"ר אמנון רובינשטיין:

את זה קשה להגדיר.

רפאל קטן:

אני רופא המטפל בסרטן בירושלים. אני רואה הרבה מאוד חולי סרטן, שהם בדרך כלל מקבלים את הסרטן בשיא פעילותם, בגילאי 40-50, למרות שיש גם גילאים יותר מאוחרים. רובם מתחילים לעשן בגיל צעיר. הם לא מודים בכך בעצמם אבל כמובן שבגלל שהפירסומת הולכת לכיוון מבוגרים הם רוצים להידמות למבוגרים ומתחילים כך לעשן. כאשר מתחילים אי אפשר להפסיק. אני בשמם ובשם כל החולים המסכנים האלה, שלא יכולים לבוא לכאן לוועדה, אני מבקש שיירחיבו את האיסור על פירסומת עד כמה שאפשר.

היו"ר אמנון רובינשטיין:

פרופ' קטן, אתה ידע שאנחנו בחוק הזה עושים מהפיכה ממש.

רפאל קטן:

אני חושב שזה מצויין.

היו"ר אמנון רובינשטיין:

אנחנו עושים את זה בהצעת חוק פרטית, בלי יוזמה ממשלתית, עם חילוקי דיעות עם משרד הבריאות. הוויכוח שלנו הוא לא האם לנקוט פעולה זו, אלא על גבולות ההתערבות ואיך לא לפגוע גם באינטרס אחר, שכאן יצגה גברת גולדנברג וחברים אחרים. הרי כל דבר בחיים זה עניין של cost and benefit. אנחנו אומרים בהחלט שאנחנו מוכנים ללכת בכיוון המחמיר. אנחנו הולכים בכיוון של "אירופה פלוס". צריך לזכור את זה.

אנו חוששים גם שהחוק הזה לא יבוצע. היה לנו חוק, שאני העברתי, בעניין של פירסום ... אדם מתחת לגיל 40 ומשרד הבריאות לא ביצע אותו. הוא לא הגיש תביעה אחת אפילו. אני אומר, אם אנחנו נעביר את החוק הזה, עם כל דקדוקי עניות שאנחנו נכנסים אליהם, ומשרד הבריאות לא יבצע אותו אז יהיה תפקידך ותפקיד הרופאים, תפקיד אלה שרואים את חולי האנפיזימה ואת חולי הסרטן להקים זעקה. עד עכשיו לא עשיתם את זה. זה רק יצא מהכנסת. לא היתה כאן זעקה של הקהילה הרפואית בישראל. אז אני גם פונה אליך, אם אנחנו נעביר את הצעת החוק הזאת תוך זמן קצר מאוד, בצורה זו או אחרת, שאתם לא תיתנו לחוק הזה להיות אות מתה, כמו רוב החוקים שהכנסת מעבירה. פשוט מאוד, זה עניין של פיקוח נפש.

עמוס האוזנר:

בשביל זה יש עניין של כוונה פלילית.

היו"ר אמנון רובינשטיין:

אנחנו לא מעבירים את עניין הכוונה הפלילית מכיוון שיש התחייבות של חברת הכנסת גוז'נסקי לממשלה - והוועדה הזאת מכבדת התחייבויות לממשלה - לא להעביר את זה.

עמוס האוזנר:

זה לא מה שהיה בוועדת שרים לענייני חקיקה.

היו"ר אמנון רובינשטיין:

סליחה, ועדת שרים לענייני חקיקה התנתה את התמיכה בחוק, לפי תביעת משרד המשפטים, בכך שלא תהיה קובלנה פלילית. חברת הכנסת גוז'נסקי הודיעה לי שהיא נאמנה להבטחה שלה. כדי לשמור על יחסים טובים עם ועדת שרים לענייני חקיקה ועם הממשלה, אנחנו לא נעשה את זה. יתכן והיא תגיש הצעת חוק חדשה, אולי אני אגיש, בעניין קובלנה פלילית, אבל אנחנו לא נפר את ההתחייבות לשר המשפטים ולוועדת שרים לענייני חקיקה.

אילנה מישר:

בדקתי פעם נוספת את ההחלטה בוועדת שרים לענייני חקיקה ושם לא נקבעה עמדה. לא היתה

התנגדות אלא נאמר שעדיין לא היתה עמדה סופית של משרד המשפטים.

יפעת רווח:

התמיכה של משרד המשפטים היתה במפורש על תנאי, שלא תהיה קובלנה פלילית.

אילנה מישר:

אבל לא היתה החלטה של שר המשפטים בעניין זה.

היו"ר אמנון רובינשטיין:

לא מעניין אותי בכלל. במליאת הכנסת מודיע השר שהתנאי שלו הוא שהסעיף הזה יוסר. חברת הכנסת גז'נסקי עלתה על הדוכן ואמרה שהיא מסכימה. אז בצער רב, מכיוון שאני חושש מאוד מאי ביצוע החוק הזה, אנחנו נכבד התחייבות כלפי השר ונמשיך בחקיקה.

אילנה מישר:

רציתי לומר לגבי ביצוע החוק: כדי להגיש כתב אישום הכללים של הפרשנות הולכים לחומרה נגד התביעה. אנחנו לא הגשנו כתבי אישום משום שהיו מקרים בודדים של הפרה בוטה של החוק. משרד הבריאות כתב לא מעט מכתבי אזהרה ואז התקלות תוקנו. למשל היתה פעם פירסומת עם אדם בבגד-ים ומהר מאוד הפירסומת תוקנה. לא היו הפרות בוטות.

היו"ר אמנון רובינשטיין:

אתם הבאתם לנו בישיבה הקודמת מודעות שהיו בהן הפרות חמורות מאוד.

אילנה מישר:

אבל הם היו עניינים. יש בעיות של פרשנות.

היו"ר אמנון רובינשטיין:

אני לא אכנס להיסטוריה. אז טוב, הייתם בסדר. אני מביע את תקוותי שהחוק הזה לא יקבר פשוט מאוד. כעבור חצי שנה אנחנו גם נקיים דיון כאן, אם הכנסת הזאת תמשיך עוד חצי שנה, ונברר כמה תביעות משרד הבריאות הגיש ואם היו מיקרים של הפרה.

יפעת רווח:

הרפרנטית של משרד המשפטים, גברת טלי שטיין, התקשרה לגברת מישר והודיעה שהיא תייצג אותה בדיון הזה, פרט לנושא אחד, שזה הנושא הפלילי של ה"אירוע או פסטיבל". האם לדבר על זה כעת? לפי סעיף 2 (המתייחס לסעיף 3 בחוק העיקרי) בפיסקה (3)(8) אסור יהיה לתת חסות ב"אירוע או פסטיבל המיועד לילדים או לבני נוער עד גיל 18 או שילדים או בני נוער עד גיל 18 עשויים להוות חלק ניכר מהמשתתפים או מהקהל הנוכח בו". כל מה שאני אומרת הוא מתוך נקודת המוצא שבאמת צריך לצמצם את הפירסום שייגיע לבני נוער. אבל הסיפא של הסעיף - "או שילדים או בני נוער עד גיל 18 עשויים להוות חלק ניכר מהמשתתפים או מהקהל הנוכח בו" - הוא בעייתי בגלל שמדובר בעבירה פלילית.

אני מניחה שאני לא צריכה לפרט שעבירה פלילית צריכה להיות ברורה. אנחנו מציעים להשמיט את הסיפא. כדי שאת מה שייאכפו - אפשר יהיה לאכוף בקלות, ושאנשים לא יעמדו בפני דילמות, אם זה כן פלילי או לא פלילי.

אתי בנדלר:

הייתי שמחה לשמוע הצעה של משרד המשפטים. איך את מתייחסת למופע לכל המשפחה או נניח למופע שרץ היום בשוק, מופע משותף של חני נחמיאס וציפי שביט, שבהתאם למוצאה בו הוא בעצם מופע

המיועד למבוגרים אבל אנחנו שמענו שחלק ניכר ומשמעותי מאוד מהצופים באותו מופע הם בני נוער?

יפעת רוה:

גם בעבירה פלילית יש איזשהו שכל ישר. כשזה מופע של חני נחמיאס או כשזה 'פו הדב' ...

אתי בנדלר:

יש דברים שהם במוצהר, זה ברור, אין עליהם חילוקי דעות.

יפעת רוה:

יש דברים שגם אם מכריזים שזה לכל המשפחה אז ברור שזה מיועד לילדים ולבני נוער. דברים שהם גבוליים - את יכולה לשאול את זה גם על משחק כדורגל: האם זה מיועד לבני נוער או לא? אז אין מה לעשות. אם רוצים שזה יהיה חוק פלילי ורוצים לאכוף את זה אז הדברים שהם אפורים והדברים של חני נחמיאס, שאני לא יודעת בדיוק למי זה מיועד - אם אני לא יודעת למי זה מיועד, וגם אחרים לא יודעים, אז זה לא יהיה פלילי. זאת אומרת, צריך להחליט מה פלילי ומה לא ורק המקרים הברורים יהיו פליליים.

עמוס האוזנר:

מה עם פסטיבל צמח? מה עם פסטיבל ערד? מה עם כל אלה?

אתי בנדלר:

מה עם כל הפסטיבלים? זאת הבעייתיות שאנחנו רואים.

איתן כבל:

לגבי זה אין בעיה כי זה מיועד בראש ובראשונה לבני נוער.

עמוס האוזנר:

איפה זה כתוב?

שוש גן-נוי:

או פסטיבל לתיאטרון אחר בעכו.

עמוס האוזנר:

הסעיף הזה הוא חלק מהפשרה שהאמריקאים וחברות הסיגריות הסכימו לה בשעתו, בעניין של "חלק ניכר מהמשתתפים".

יפעת רוה:

לא כל דבר שהאמריקאים עושים גם אנחנו צריכים לאמץ.

חגית אברהמי:

זה לא מדויק, מר האוזנר, אלא מה שמיועד לבני נוער. אתה פשוט מטעה את הוועדה.

עמוס האוזנר:

נתנו גם אחוזים, אם את לא זוכרת.

ועדת הכלכלה (364)  
14.12.98

חגית אברהמי:

אני לא רואה פה אחוזים, אדוני.

עמוס האוזנר:

אז אני מוכן שייתנו. בהצעה שלי יש אחוזים. אני מוכן לכתוב אחוזים.

חיים צדוק:

אי אפשר לדרוש מהנאשם הפוטנציאלי, שלגבי אירוע שאיננו מיועד לבני נוער הוא ינחש אם בסופו של דבר רבים מבני הנוער ישתתפו בו ולתבוע אותו באחריות פלילית על זה שהוא ינחש נכון או לא ינחש נכון מה יהיה באותו אירוע.

היו"ר אמנון רובינשטיין:

יש גם מצב הפוך. כעת היתה הפקה של האופרה הישראלית, 'חליל הקסם' המקוצר של מוצרט, שנועד לבני נוער, אך כל האולם היה מלא במבוגרים.

עמוס האוזנר:

אנחנו לא מתכוונים לדברים האלה, חד-משמעית.

חיים צדוק:

זה כלול.

אריה עובדיה:

גם 'דובק' לא מגיעה לאף אחד מהאירועים שהזכרת.

אילנה מישר:

אם רוצים וודאות הייתי מציעה לאסור את החסות לאירוע בכלל, ואז יהיה ברור. אפשר ללכת להחמרה בכיוון ההפוך. במקום להתיר את זה "אם בני נוער אינם עשויים להיות חלק מהקהל", אז שהאיסור יהיה הפוך. נגיד ש"מבוגרים עשויים להיות", או בכלל לאסור את הדבר.

היו"ר אמנון רובינשטיין:

זה אותו דבר מבחינתה. היא מדברת מבחינת certainability.

אילנה מישר:

אם נאסור בכלל אז זה יהיה מאוד ברור.

היו"ר אמנון רובינשטיין:

אם נאסור בכלל אז אין לנו בעיה. האם יש עוד הערות?

עלמה אבני:

אני מתייחסת מאוד ברצינות לדברים שאמר עו"ד צדוק, שיש כאן פגיעה בתדמית וכל הדברים האלה. אני מאוד מאוד מכבדת ומוקירה את החשיבות של תמיכה באמנויות, ובפרט אצלנו בארץ, שהתקציבים לנושא הזה הם לא מהגבוהים. אבל בואו רק לא נשכח שלא מדובר פה על חברה שמייצרת שמן זית או גבינה לבנה. אזכיר לכם, רבותי, שמדובר על חברה שמייצרת - זה לא מסכן פוטנציאלי, זה מסכן מוכח -

שמייצרת חומר רעיל שפוגע בבריאות הציבור. בואו לא נקשט את זה.

אורה גולדנברג:

אבל מותר לה לייצר לפי החוק?

עלמה אבני:

מדובר פה בחברה שמייצרת חומר רעיל שפוגע בבריאות. אנחנו לא יכולים דרך מתן החסות הזאת לתת יד להכשיר את הייצור הזה ולהגיד שזה בסדר. זה לא בסדר. התדמית היא לא בסדר. בואו לא נשחק כאילו אנחנו לא פוגעים בתדמית. אנחנו פוגעים בתדמית מפני שאנחנו חייבים להפסיק את ההרעלה הזאת, במיוחד בקרב בני הנוער.

היו"ר אמנון רובינשטיין:

תודה רבה לנציגי הציבור. אתם מאוד עזרתם לנו. אנחנו נמשיך כעת את הדיון לבדנו. תודה רבה לכל הנציגים.

(בהמשך נשאר רק חברי הכנסת ונציגי משרדי הממשלה)

היו"ר אמנון רובינשטיין:

שמענו את כל הטענות. אני רוצה להציע מעין קיצור דרך. יש לנו את הדירקטיבה של האיחוד האירופאי. אני רוצה לקרוא אותה ואחר-כך גם לחלק אותה. היא לדעתי דירקטיבה מעולה. אז גם לא יוכלו לבוא בטענות נגדנו. אגב, אני מוכרח לומר, ההופעה של עו"ד צדוק היתה מאוד מכובדת. הוא אמר שני דברים: שגם הוא מעוניין שלא תהיינה חסויות לבני נוער, ושגם הוא מוכן לקבל את הדירקטיבה האירופאית. היתה כאן גברת אורה גולדנברג, שסיפרה שתיאטרון 'גשר' והרקדן עידו תדמור לא יכולים לחיות בלי החסות של 'פיליפ מוריס'. 'פיליפ מוריס' לא מקבלת פירסומת בתוכניה אלא רק נכתב "בחסות חברת פיליפ מוריס".

עלמה אבני:

זה מספיק.

היו"ר אמנון רובינשטיין:

זה מותר גם לפי הדירקטיבה האירופאית. אני הייתי כעת בחוץ-לארץ, גם באנגליה, והבנתי שזה מקובל. אני מוכן לקבל את הדבר הזה, שלא יהיה לוגו (תסמיל).

תמר גוז'נסקי:

הדבר הכי חשוב שלא יהיה לוגו.

אתי במדלר:

האם הלוגו הוא זהה לסימן או לסמל המסחרי של המוצר?

זאב גרוס:

אני מבקש לחלוק על זה. 'פיליפ מוריס', גם באותיות הפשוטות ביותר, רשום כ-trade mark בכל מקום. האם הדבר הזה הוא לוגו או לא?

היו"ר אמנון רובינשטיין:

הוא לא לוגו. לוגו זה צורת הכיתוב המיוחדת עם הסמל והצבעים של הלוגו, מה שנקרא היום תסמיל.

ועדת הכלכלה (364)  
14.12.98

זאב גרוס:

האם הופעתו של Camel, לדוגמא, ללא הגמל, עם הצבעים, זה לוגו או לא?

היו"ר אמנון רובינשטיין:

לא. סלח לי, אנחנו הולכים ממצב מתירני לגמרי לחוק מאוד דראסטי, שהוא מאוד מהפכני. אנחנו לא יכולים ללכת מעבר לדירקטיבה של האיחוד האירופאי - שלגביה הוגש ערעור של ממשלת גרמניה שעוד לא הוחלט לגביה - ושלא מופעלת ברוב מדינות אירופה. אנחנו הולכים בעצם ל"אירופה +". באירופה אגב אין איסור על פרסום בשלטי חוצות, ואצלנו יש.

זאב גרוס:

אני חושב שהכיוון הזה הוא כיוון נכון ומתאים. אני מקבל את גישתה של נציגת משרד המשפטים בנושא הזה, בגבולות מסויימים. השאלה היא האם גם בדירקטיבה האירופאית הדברים האלה הוגדרו עד הסוף מספיק. האם המונח לוגו מוגדר באיזשהו חוק אירופאי, או בדירקטיבה עצמה?

היו"ר אמנון רובינשטיין:

כל אחד יודע מה זה "לוגו".

תמר גוז'נסקי:

זה סימן מסחרי רשום.

אתי בדלר:

יש על זה חילוקי דיעות. אני העליתי אותם.

זאב גרוס:

סימן מסחרי רשום זה כל דבר שבא לי לרשום אותו כסימן מסחרי רשום. אני יכול לקחת את הבקבוק הזה ולהפוך אותו לסימן מסחרי רשום. אני יכול לקחת את הטבעת הזאת ולעשות אותה לסימן מסחרי רשום.

היו"ר אמנון רובינשטיין:

יש לנו איסור מוחלט ויוצא דופן לגבי דברים שהיו קיימים עד היום. אני אקרא לכם את הדירקטיבה האירופאית, בתרגומה, כפי שהוצגה לנו על-ידי משרד הבריאות.

**סעיף 7א:** (א) לא יעשה אדם פרסומת עקיפה במסגרת עסקית, לרבות בקשר לאירוע אופנה, ספורט, תרבות או בידור או למתן חסות לו, או בקשר להגרלה. - זה איסור כללי מאוד מאוד חמור.

תמר גוז'נסקי:

זה מה שאנחנו אומרים פה: "אירוע אופנה, ספורט, תרבות, בידור או הגרלה".

היו"ר אמנון רובינשטיין:

אני לא חולק על הצעת החוק.

"(ב) לעניין מוצר, לשירות, לעסק או לפעילות שביום 17.11.98 - אנחנו נשנה את זה למועד תחילת החוק - היה בעל שם זהה או דומה לשם מסחרי של מוצר טבק, הוראות סעיף קטן (א) לא יחולו עליו ובלבד שהשימוש בשם המסחרי יעשה באופן שונה בביור מזה המשמש למוצר טבק, וללא כל סימון יחודי, שנעשה בו שימוש לענין מוצר טבק למעט השם עצמו."

זה דבר כל-כך הגיוני, כל-כך סביר.

תמר גוז'נסקי:

הנה למשל, אם פה Parliament arts נתנו חסות, הם יכלו לכתוב למטה שהם נתנו חסות אבל הם לא יכלו להשתמש במה שנחשב הלוגו שלהם, התסמיל שלהם, כי זה הסימן המסחרי של הסיגריות, שאף אחד לא יכול להשתמש בו. אבל אם למטה באותיות קטנות יהיה כתוב שזה בחסותם ... אסור להשתמש בלוגו.

היו"ר אמנון רובינשטיין:

סימול יחודי. הדיקטיבה האירופאית עונה גם על הבעיה שהעלתה גברת אתי בנדלר. היא לא מתייחסת לסימן מסחרי או למותג. היא אומרת שזה צריך להיות לא זהה לפירסום מוצר הטבק.

אתי בנדלר:

לזה אני מבקשת הצעת נוסח כדי שהדברים האלה יהיו ברורים לחלוטין. אין לי כאן שום הגדרה.

תמר גוז'נסקי:

מה זה "שם מסחרי של מוצר טבק"?

אתי בנדלר:

"לא יעשה אדם פרסומת למוצרי טבק או פרסומת לשם מסחרי". יש הגדרה בחוק העיקרי: "פרסומת לשם מסחרי" - "פרסומת לשם מסחרי של מוצרי טבק בלבד או לסוג או לסוגים מסויימים של סיגריות, סיגרים וכולי". זאת אומרת שזה פרסומת לשם מסחרי של מוצרי טבק בלבד. ברגע שזה לא בלבד זה כבר נכלל ב"שם מסחרי". אני צריכה לאחד את כל ההגדרות, שיהיה ברור מה מותר ומה אסור. הצרה היא שאני עדיין לא ראייתי שום הגדרה שאני יכולה לבנות עליה.

היו"ר אמנון רובינשטיין:

אני רוצה להגיד מה הכוונה ואחר-כך אתם תתאימו. לדעתי הניסוח הזה הוא ברור מספיק אבל אם יש בעיה, נשב עם אנשי משרד המשפטים. הכוונה היא פשוטה: בחוברת לאופרה או להופעה של עידו תדמור או לתיאטרון 'גשר' יהיה כתוב: "מופע זה סובסד על-ידי חברת דובק בע"מ", או "חברת פיליפ מוריס בע"מ" - בלי השם של 'דובק' כפי שהוא מופיע על קופסת סיגריות, ובלי השם של 'פיליפ מוריס' כפי שמופיע על קופסת הסיגריות.

אסתר גרוס:

זה אומר שמותר למכור חולצות שעליהן יש הדפסה של 'מרלבורו'?

תמר גוז'נסקי:

זה כבר משהו אחר. "פרסומת לשירות, לעסק או למוצר, שאינו מוצר טבק, הכוללת שם מסחרי או מותג של מוצר טבק" - זה מופיע בסעיף 2. זה משהו אחר. שם זה איסור מוחלט. שם בכלל אין ויכוחים.

אתי בנדלר:

לא, סליחה, לא בהתאם להגדרה של "פרסומת עקיפה" כפי שהתקבלה כאן בהכנה לקריאה ראשונה.

היו"ר אמנון רובינשטיין:

עוד לא עסקנו בזה.

ועדת הכלכלה (364)  
14.12.98

אתי בנדלר:

כי הרגע ניתנה תשובה מוחלטת - לא.

הי"ר אמנון רובינשטיין:

תנו לי ללכת לפי הסדר. אני מציע שבעניין החסות נלך על-פי הדירקטיבה האירופאית, עם הבהרה של מה זה "סימן מסחרי". אגב, לפי זה אני לא חושב שצריך סימן מסחרי. הם קובעים שזה צריך להיות שונה בבירור מזה המשמש למוצר טבק. זו ההגדרה הכי רחבה שיכולה להיות.

זאב גרוס:

הם לא משתמשים במילה "שם מסחרי", והם עושים את זה בכוונה.

הי"ר אמנון רובינשטיין:

הדירקטיבה האירופאית כאן היא הדבר הכי רחב. זה אומר: אל תעשה את זה באיזושהי דרך שמזכירה באיזשהו אופן מוצר טבק. מה יכול להיות יותר רחב מזה? אבל אני משאיר את זה לאנשי משרד המשפטים ביחד עם משרד הבריאות ועם היועצת המשפטית לזוועדה.

אתי בנדלר:

אני הייתי מבקשת שמשרד הבריאות ומשרד המשפטים יגבשו הצעה וייעבירו את זה לעיוני.

הי"ר אמנון רובינשטיין:

אני חושב שכאן יש אישור שהולך מעבר לשם המסחרי ומעבר לסימן המסחרי. אני לא צריך שום דבר יותר מזה. הוא אומר חד-משמעית: אסור שהשם יזכיר מוצר טבק. אם כתוב שהאופרה הזאת מסובסדת על-ידי חברת 'פיליפ מוריס בע"מ', אני לא רואה שום פסול בזה.

אתי בנדלר:

אולי 'פיליפ מוריס' זה שם מסחרי, אולי 'גולף' זה שם מסחרי? אני חייבת לומר, יש לי בעיה. אין לי את האמצעים ואת הזמן במסגרת עבודתי כאן, זה בהחלט עבודה של משרדי הממשלה לבדוק בדירקטיבה האירופאית איך מוגדר נושא של שם מסחרי, וכך הלאה. אי אפשר להיצמד רק לאיסור בלי לראות את כל מה שעומד מאחורי זה. אני יכולה להכיר את ההגדרות הישראליות. זה מה שעושה לי בעיה כשעוברים להגדרות לפי הדירקטיבה האירופאית.

הי"ר אמנון רובינשטיין:

כאן יש הכל. הכל מוגדר.

אתי בנדלר:

אז תבדקו את הכל בהקשר הרחב יותר ולא רק בהקשר של סעיף מצומצם. על זה אני בדיוק מדברת.

תמר גוז'נסקי:

אדוני היושב-ראש, בדקתי מופעים למיניהם שמסובסדים על-ידי חברות פרטיות. הסתכלתי איך החברה הפרטית מופיעה בפרסומים. בדרך כלל בעיתון בתחתית מודעה גדולה זה מופיע באותיות מאוד קטנות, משהו כמו 8 פונקט, משהו קטנטן, אבל מה שמופיע זה התסמיל של אותה חברה. חברת כרטיסי אשראי שנתנה חסות - מופיעה בשמה, חברת טלפון - מופיע בדיוק התסמיל. לא סתם המילה 'ברק', נגיד לצורך העניין, אלא בדיוק אותו תסמיל של 'ברק'.

צריך להבין, כל מי שעוסק בפרסומת יודע שהדבר המרכזי הוא לחזור על אותו דבר. לא על המילה, כי

מילים יש בעברית הרבה. השאלה היא האם הצורה הגראפית המיוחדת שמאפיינת את המוצר מופיעה. אם לא, אם כתוב סתם שחברת 'ברק' סייעה במימון, ואין את הלוגו הזה של 'ברק', או אם כתוב 'ברק' אך אין את התסמיל של 'ברק', אז זה לא אומר כלום לקהל, זה אומר סתם מילה.

אני רוצה להוסיף ולומר, התפרסם שהיום החברות הגדולות ביותר בארצות-הברית ובמערב אירופה הגיעו עכשיו למסקנה שהן לא רוצות בכלל את הפירסום הישיר הזה על השירות או המופע שהן מממנות אלא הן עושות לזה פירסום נפרד. הן מוציאות הודעה שהן מימנו מופע מסויים, למשל, אבל שמן לא מופיע על ההזמנה או על הכרטיס. הן בעצמן נמנעות מזה כי הן יודעות שזה גורם לכעס ציבורי. זאת אומרת, הן מתוך האינטרס שלהן, לא בגלל דירקטיבה, החליטו לפעול כך.

היו"ר אמנון רובינשטיין:

אבל בתוכניה שאני רואה בכל מקום כתוב שם הספונסר, ולא רק שכתוב מי הספונסר, לפעמים אפילו באופרות כשיש את התרגום הזה למעלה אז מופיע ...

תמר גוז'נסקי:

הראיתי לך את החוברת שהוצאה לרגל פסטיבל הסרטים, כשבשער הקדמי ובשער האחורי היתה פרסומת לסיגריות.

היו"ר אמנון רובינשטיין:

זה אסור כעת באיסור חמור. זה אסור לא מכוח הסעיף הזה. אני רוצה לקרוא עוד פעם את ההגדרה הזאת שלדעתי היא ממש מצויינת.

"(ב) לעניין מוצר, לשירות, לעסק או לפעילות שביום ... פלוני - היה בעל שם זהה או דומה לשם מסחרי של מוצר טבק" - הם לא נכנסים לסמל אפילו -

אתי בנדלר:

ומה עם הדוגמא של Parliament או 'גולף'?

היו"ר אמנון רובינשטיין:

"הוראות סעיף קטן (א) לא יחולו עליו ובלבד שהשימוש בשם המסחרי יעשה באופן שונה בבירור מזה המשמש למוצר טבק, וללא כל סימון יחודי, שנעשה בו שימוש לענין מוצר טבק למעט השם עצמו."

זאת אומרת, כל דבר שמייחד את הפירסום אסור. זאת ההגדרה הכי רחבה שיכולה להיות. אם היינו אוסרים על סמל מסחרי אז יש חשיבות לעניין ההגדרה. אם אנחנו כאן אוסרים בכלל כל זיהוי אפשרי - עם Parliament אין בעיה. הדוגמא הקלאסית היא Camel. ל-Camel יש מותג, יש לו סמל, יש לו צורת אות מאופיינת. הוא יכול לכתוב Camel corporation, זה הכל. זה באמת פשרה נכונה. אני מאוד מעריך את זה.

תמר גוז'נסקי:

הם לא יעשו את זה כי אז זה לא כדאי להם.

דב תמיר:

למה הם כן עושים את זה? בגלל שהם רוצים לתמוך בתיאטרון 'גשר'?

היו"ר אמנון רובינשטיין:

ל'פיליפ מוריס' העולמי יש מדיניות כזו של תמיכה בקהילה. הם משתמשים בזה בקונגרס.

ועדת הכלכלה (364)  
14.12.98

עלמה אבני:

זה עוזר להם לקבל הכשר בצורה כזו.

היו"ר אמנון רובינשטיין:

זה עוזר להם בקונגרס כל פעם שיש דיון בנושא סיגריות. הם באים ואומרים: אנחנו נותנים גם כסף לקהילה. מה רע בזה?

איתן כבל:

אני לא חואה בזה דבר רע. אני חושב שלא צריך להגזים בהגבלות.

היו"ר אמנון רובינשטיין:

אם מכריזים על סיגריות כסם אז צריך לאסור על שיווקם לגמרי. זה דבר אחר.

דב תמיר:

אם אפשר היה.

איתן כבל:

בארצות-הברית היתה כבר תקופת יובש. האם בעקבות זה הפסיקו אנשים לשתות?

היו"ר אמנון רובינשטיין:

אני רוצה לומר לאנשי משרד הבריאות, אני מציע שתשיגו את זה ותפרסמו גם לציבור אינפורמציה. בצרפת נעשה כעת מחקר שנמשך 5-6 שנים, מחקר שעשו גדולים המומחים על סמים ממכרים. הם סיווגו את הסמים הממכרים לפי סוג הנזק וסוג ההתמכרות. סיגריות והירואין היו בראש. מריחואנה היתה למטה. רק שתדעו את זה. שלא יתפרש מזה שאני בעד לגליזציה של סמים במדינת ישראל.

אתי בנדלר:

האם הוועדה החליטה למזג את שתי הצעות החוק?

היו"ר אמנון רובינשטיין:

אני אתייחס לזה בסוף. אני מחליט כעת לגבי סעיף החסות 2(3)(8), המתייחס לסעיף 3 לחוק העיקרי. אנחנו מאמצים את הדירקטיבה האירופאית.

**הצבעה בעד אימוץ הנוסח שהוקרא מהדירקטיבה האירופאית במקום סעיף 2(3)(8)**

בעד - 3  
אין מתנגדים  
ההצעה נתקבלה.

תמר גוז'נסקי:

זה יהיה מדובר רק על ילדים עד גיל 18?

היו"ר אמנון רובינשטיין:

לא. כל הדבר הזה נמחק ובמקומו בא הנוסח שהקראתי מהדירקטיבה האירופאית.

ועדת הכלכלה (364)  
14.12.98

אתי בנדלר:

אני מבינה שהוועדה מחליטה כרגע ברמה העקרונית, כפוף להצעת נוסח שתובא אלי על-ידי משרד הממשלה. אם יהיו לי בעיות איתה אז אני אבקש מאדוני לכנס שוב את הוועדה כדי לדון בעניין.

היו"ר אמנון רובינשטיין:

אני מייד אחוז לפיסקה (8) "אירוע או פסטיבל...".

אני אומר, אנחנו כוללים את הדירקטיבה האירופאית במסגרת האיסורים של סעיף 2.

תמר גוז'נסקי:

אני רוצה להבין, האם לילדים אין לנו משהו יותר מחמיר?

היו"ר אמנון רובינשטיין:

אנחנו תיקף נגיע לזה. זה אחד מ-4 נושאים שיש לנו. אז אנחנו מחליטים לכלול את הנוסח המופיע בדירקטיבה האירופאית במסגרת החסויות.

תמר גוז'נסקי:

אני חשבתי שזה מתייחס לסעיף 7.

היו"ר אמנון רובינשטיין:

גם סעיף 7 וגם סעיף 2.

תמר גוז'נסקי:

הבנתי שסעיף 2 עוסק במיוחד בנוער. שם רצינו להחמיר בצורה הכי קיצונית. שם שום דבר לא יהיה מותר. לא דבר דומה, ולא דבר לא-דומה. שום דבר.

היו"ר אמנון רובינשטיין:

אני מקבל את ההערה שלך. נחזור לזה. גם שם יש לנו בעיה.

אתי בנדלר:

אז זה מתייחס רק לסעיף 7 החדש.

היו"ר אמנון רובינשטיין:

כעת נחזור לסעיף 2(3)(8) (תיקון סעיף 3 לחוק העיקרי). יש פה שתי בעיות. ההתנגדות של משרד המשפטים היא לסיפא. הם אומרים: אי אפשר להטיל אחריות פלילית כאשר אדם לא יודע מי יבוא למופע. הם אומרים שהחלק הראשון מספיק בהחלט מכיוון שבית המשפט יסיק מאופי המופע אם זה פונה לילדים או לא. גברת מישר, אני מבין שאת מתנגדת לנוסח הזה. אבל משרד המשפטים לא נמצא כאן כרגע.

אילנה מישר:

אני לא רואה עד כדי כך את הבעיה בנוסח "העשויה להוות חלק ניכר". אני חושבת שמארגני האירועים וגם מי שירצה לפרסם שם, הם מכירים את הפסטיבלים למיניהם ויודעים מה עשוי להיות. אולי צריך לקבוע אחוז מסויים, כדי לא להתווכח על מה זה "חלק ניכר". אולי נגיד "מעל 40%" או משהו כזה.

ועדת הכלכלה (364)  
14.12.98

היו"ר אמנון רובינשטיין:

אחוז זה עוד יותר חמור.

אילנה מישר:

לדעתי הם כן יודעים מי הקהל שמשותף באירוע. הוודאות היא מספיק גדולה. אם רוצים להיזהר, שלא יפרסמו.

היו"ר אמנון רובינשטיין:

האם אנחנו רוצים שתהיה התנגדות של שר המשפטים על הדבר הזה?

תמר גוז'נסקי:

לגבי המילים "אירוע או פסטיבל": אני חושבת שפסטיבל הוא מקרה פרטי של אירוע. השאלה אם לא צריך להגיד "אירוע ציבורי מכל סוג שהוא". אני לא רוצה שביית-המשפט יגיד: למה בדיוק הזכרתם את המילה פסטיבל ולא הזכרתם מילים אחרות?

אתי בנדלר:

מה זה "אירוע ציבורי"?

היו"ר אמנון רובינשטיין:

"אירוע הפתוח לציבור".

אתי בנדלר:

אז תכתבו "אירוע הפתוח לציבור", שאינו מיועד לקהל שמסווג מלכתחילה.

איתן כבל:

למשל אירועי יום העצמאות. העיריה לוקחת חסות על האירוע.

היו"ר אמנון רובינשטיין:

אני מציע פשוט "אירוע", בלי "ציבורי".

אתי בנדלר:

הייתי משאירה את זה רחב ככל האפשר כי אחרת יחליטו שיש דברים שלא נכללים. אם זה אירוע שמיועד רק לחברי כנסת אז מותר לעשות את הפירסומת?

תמר גוז'נסקי:

אז לכתוב "אירוע הפתוח לציבור"?

היו"ר אמנון רובינשטיין:

לא.

אתי בנדלר:

אפשר לכתוב "אירוע, לרבות פסטיבל", כדי שלא תהיה בעיה.

תמר גוז'נסקי:

מה יש לכם דווקא מהמילה "פסטיבל"?

אילנה מישר:

יש בכלל איסור לפרסומת חוצות. למעשה אסור לשים שלטי פרסומת למוצרי טבק בחוצות. אז גם בכל האירועים האלה אסור שתהיה פרסומת.

היו"ר אמנון רובינשטיין:

אולם סגור זה לא חוצות.

תמר גוז'נסקי:

יש לי עוד הערה. מאחר שאני מבינה שיש נטייה למחוק את הסיפא של הסעיף, אולי צריך לכתוב: "המיועד בעיקר לילדים או לבני נוער". יש הבדל בין "מיועד" לבין "מיועד בעיקר". הגדרה כזאת מרחיבה את זה מאוד.

עלמה אבני:

אבל אז יתחיל יכוח שלם. המארגנים יגידו שהם לא יעזו את זה לבני נוער ואת לא יכולה להוכיח אחרת.

תמר גוז'נסקי:

אם נגיד "המיועד לילדים או לבני נוער", יגידו שלמשל לפסטיבל צמח באים גם בני 25. איך אפשר יהיה לספור? אז שנגיד שזה "מיועד בעיקרו", או שנמצא איזשהו ניסוח אחר.

עלמה אבני:

אני הייתי מבטלת את העניין של "מיועד" והייתי מציעה, כמו שאמרת בהתחלה, "אירוע ציבורי". ברוך שלאירוע חוצות באים בני נוער.

אתי בנדלר:

כל אירוע ציבורי?

איתן כבל:

"כל אירוע" זה כולל הכל.

אתי בנדלר:

זה כולל גם את האופרה.

היו"ר אמנון רובינשטיין:

היא לא הציעה דבר כזה. זה גם לא שייך לסעיף הזה. זה שייך לסעיף החסויות.

זאב גרוס:

אני מציע, מצד אחד אני חושב שמה שמפריע בעיקר למשרד המשפטים היה המילה "ניכר", כי אתה אף פעם לא יודע במה מדובר. אני חושב שאם היו אומרים שזה "אירוע שלפי פרסומו מיועד, או למשפחה בצורה רחבה ואו לילדים", זה מכסה את הכל. ברגע שהדבר הזה הוא משפחת.

ועדת הכלכלה (364)  
14.12.98

היו"ר אמנון רובינשטיין:

זאת נראית לי הצעה סבירה.

אילנה מיר:

מה שעדיין מפריע לי זה הבעיה של הגיל, שהוא גם כן שרירותי. מדברים על בני נוער עד גיל 18. ניקח את פסטיבל ערד. קשה לדעת אם הצופים הם מעל גיל 18, אולי עד גיל 20, או בני 16.

איתן כבל:

לאחר שאדם מתגייס לצבא הוא כבר יכול לחשוב לבד. תן לו להחליט.

תמר גוז'נסקי:

אם אנחנו נגיד "בני נוער", מתי זה יגמר?

אתי בנדלר:

אנחנו נמצאים בסעיף 3 לחוק העיקרי. סעיף 3 עניינו באיסור פרסומת באמצעים מסויימים. זה אומר כדלקמן: "לא יעשה אדם פרסומת למוצרי טבק, או פרסומת לשם מסחרי, לרבות בציור, בדמות, בצליל, בתמונה, בתנועה או בכל אמצעי אחר, באחד מאלה:" - כאן יש את הפיסקאות. פסקה (4) למשל מדברת על "עתונות או כל דבר דפוס אחר המיועדים בעיקר" - וכאן זה ייצור אחידות - "לילדים ולבני נוער עד גיל 18". לכן אני חושבת שהרעיון להוסיף את "בעיקר" הוא טוב כי הוא גם ישמור על אחידות חקיקתית.

דב תמיר:

אני מציע את המילה "גם" במקום "בעיקר". אתן לכם דוגמא. אם יש 1,000 אנשים ומתוכם 300 הם ילדים, אז הם יגידו שזה לא מיועד לילדים, שזה מיועד למבוגרים וגם ילדים באו.

אתי בנדלר:

ואם לאופרה יגיעו 3 ילדים? אין הרי איסור כניסה לילדים.

עלמה אבני:

אולי צריך ללכת על רעיון דומה לכיתוב שמופיע בקולנוע או בטלוויזיה: "סרט זה אינו מומלץ לילדים". זה היה יותר טוב.

היו"ר אמנון רובינשטיין:

אנחנו הולכים מעבר לזה.

בפיסקה (8) ייאמר: "אירוע המיועד בעיקרו לילדים או לבני נוער".

תמר גוז'נסקי:

אולי "המיועד לכל המשפחה". יש מושג כזה "אירוע לכל המשפחה". זה המושג הכי רחב. זה אומר שזה פתוח מגיל אפס עד גיל תשעים.

היו"ר אמנון רובינשטיין:

"אירוע המיועד לכל המשפחה".

ועדת הכלכלה (364)  
14.12.98

אתי במדלר:

לדעתי זה לא טוב. זה איזשהו ז'רגון שמשתמשים בו בציבור אבל זה לא הגדרה משפטית.

היו"ר אמנון רובינשטיין:

"אירוע המיועד בעיקר לילדים או לבני נוער עד גיל 18".

תמר גוז'נסקי:

אם נכתוב רק לבני נוער, מה יחשוב בית-המשפט? באיזה גיל נגמר "נוער"?

היו"ר אמנון רובינשטיין:

אנחנו מוכרחים הגדרה.

אתי במדלר:

אם הייתי מנסחת היום את החוק מחדש הייתי כותבת: "ילד". ידוע ש"ילד" זה עד גיל 18. לא הייתי מוסיפה "או לבני נוער עד גיל 18" כי זה מיותר. אבל מאחר שיש שימוש במונחים האלה בחוק, אני רוצה לשמור על איזשהי עקביות.

עלמה אבני:

אולי אתם מוכנים שייאמר ש"גם לילדים".

היו"ר אמנון רובינשטיין:

אני לא יכול. אם יכנסו 10 ילדים אז ...

עלמה אבני:

אז לא טוב.

היו"ר אמנון רובינשטיין:

גם לקונצרט של התזמורת הפילהרמונית באה קבוצה קטנה של ילדים אוהבי מוסיקה.

איתן כבל:

הם לא מעשנים בדרך כלל ובטוח הם לא יתרשמו מזה שכתוב למטה שנותנת החסות היא חברת 'פיליפ מוריס'.

היו"ר אמנון רובינשטיין:

אם כך: "(8) אירוע המיועד בעיקרו לילדים או לבני נוער עד גיל 18".

תמר גוז'נסקי:

אנשי חינוך אמרו שהסברה נגד עישון צריכה להתחיל עכשיו בגני ילדים.

היו"ר אמנון רובינשטיין:

אגב, משרד החינוך, התרבות והספורט עשה מבצע פירסום גדול מאוד, ללא תוצאות.

ועדת הכלכלה (364)  
14.12.98

תמר גוז'נסקי:

אז הם פספסו משהו.

היו"ר אמנון רובינשטיין:

אגב, יש גידול גדול מאוד במעשנים בקרב בנות, בחטיבת ביניים ובבית-ספר תיכון. קראתי מאמר שמסביר את זה.

תמר גוז'נסקי:

בקרב גברים יש ירידה ובקרב נשים יש עליה.

היו"ר אמנון רובינשטיין:

"פרסומת עקיפה" - זאת הנקודה האחרונה, נכון?

אתי בדלר:

אם יורשה לי, אני לא כל-כך מבינה איך אנחנו עובדים, מה מאושר ומה לא מאושר. אולי כדאי פשוט לקרוא את הסעיפים מהתחלה.

האם לא ממצגים את שתי הצעות החוק? אני לא יכולה לאחד אותם ללא הנחייה של הוועדה משום שיש כאן סעיף אחד שמתייחס לתיקון סעיף 5 בהצעה אחת ותיקון שמתקן אותו סעיף בהצעה השניה.

היו"ר אמנון רובינשטיין:

אני רוצה לגמור את הצעת החוק הזאת היום. אני רוצה לאחד את שתי הצעות החוק ולקבל את האישור של ועדת הכנסת. לאחר שנקבל את הנוסח שביקשנו לסעיף 7א את תכתבי את כל הצעת החוק, אנחנו נעביר אותה לחברי הכנסת ואם לא יהיו הערות אנחנו נאשר אותה לקריאה שניה ושלישית. זה השיטה שלי.

בתיקון מספר 3:

סעיף 1 (תיקון סעיף 5) - אושר. לא היו הערות.

סעיף 2 (תיקון סעיף 9) - אושר. לא היו הערות.

תיקון מס' 3 אושר. הוכן לקריאה שניה ושלישית.

בתיקון מס' 4:

סעיף 1 (תיקון סעיף 1):

יש לנו בעיה בפיסקה (1) בהגדרה של "פרסומת עקיפה".

היתה התנגדות של האגודה למלחמה בסרטן, של משרד הבריאות, של משרד החינוך, התרבות והספורט ושל הרופאים לעניין ה"למעט". האמת היא שאני שואל את עצמי האם לא צריכה להיכנס כאן גם כן ההגדרה של הדיקטיבה האירופאית.

"פרסומת עקיפה" - כל צורה של תקשורת מסחרית למוצר שאינו מוצר טבק, או לעסק, לשירות או לפעילות, הנועדת לקדם מכירת מוצר טבק, או הגורמת לקדמה, במישרין או בעקיפין, לרבות פרסומת אשר אינה מזכירה מוצר טבק במפורש ומנסה לעקוף את האיסור על פרסומת באמצעות שם מסחרי, סימן מסחר, מותג או סימנים ייחודיים אחרים של מוצר טבק".

הנוסח הזה כל-כך ברור.

תמר גוז'נסקי:

אולי נכתוב ככה: "במקום הגדרת "פרסומת" יבוא זה".

אתי בנדלר:

אני חוזרת שוב, שם מסחרי של 'גולף' - יש לו שמות מסחריים זהים למוצרים שאינם מוצרי טבק.

תמר גוז'נסקי:

אז לחברה תהיה הגנה, שהיא מייצרת חולצות.

תמר גוז'נסקי:

יש כאן איסור פלילי. אני שוב יכולה להצטער או למחות על כך שנציגי משרד המשפטים אינם כאן. אני חושבת שהם לא היו מודעים לכך שעומדים להרחיב מאוד את העניין הזה. בסעיף 3 לחוק נאמר: "לא יעשה אדם פרסומת למוצרי טבק או פרסומת לשם מסחרי". "פרסומת" בהתאם לסעיף ההגדרות תכלול גם פרסומת עקיפה. אנחנו יוצרים כאן איסור מאוד רחב על פרסומת, לכל דבר שיש בו שם מסחרי של מוצרי טבק.

אילנה מיישר:

יצטרכו בהמשך לתת להם פיתרון כדי שיוכלו להמשיך לשווק את המוצרים.

איתן כבל:

יש סרט שמומן מכספי המדינה ובכל מהלך הסרט יש פרסומת סמויה. עושים את זה לא פעם ולא פעמיים.

תמר גוז'נסקי:

פרסומת סמויה זה לא שייך. אנחנו לא עוסקים בזה.

אתי בנדלר:

השאלה היא אם מה שהוא קורא לו "פרסומת סמויה" זה לא מה שאת הגדרת כ"פרסומת עקיפה" כאן. חבר הכנסת איתן כבל, חד-משמעית זה ייכנס.

איתן כבל:

אם במהלך הסרט הגיבור מוציא מכיסו חפסת סיגריות מרלבור, זה פרסומת עקיפה או לא?

זאב גרוס:

לפי זה, זה יכנס.

דב תמיר:

אלה בדיוק השיטות שבהן מפרסמים.

היו"ר אמנון רובינשטיין:

התשובה לחבר הכנסת איתן כבל היא פשוטה. אם חברת 'דובק' שילמה לייצרן הסרט כסף כדי שייראו

שהגיבור פותח קופסת סיגריות 'דובק', אז זה אסור, ובצדק. אני מציע לקרוא את ההגדרה מהדירקטיבה האירופאית עוד פעם. היא עונה גם לשאלה שלך.

אילנה מישר:

אני רוצה להגיד שזה לא בדיוק ההגדרה האירופאית. אני לא רוצה להטעות את הוועדה. בדירקטיבה האירופאית האיסור הוא על פירסומת. אני תיקנתי. לקחתי את הקטע מתוך ההגדרה באנגלית שמתייחסת לפירסומת עקיפה והלבשתי את זה כאן. זה תרגום מילולי ואחרי זה יש תרגום שיותר מובן.

היו"ר אמנון רבינשטיין:

אבל זה יוצא טוב.

אתי בנדלר:

עו"ד רווה, אנחנו דנים עכשיו בהצעות אלטרנטיביות להגדרה של "פרסומת עקיפה", שהיא תהיה אסורה כמעט באופן גורף בהתאם להצעת החוק, משום ש"פרסומת" זה לרבות "פרסומת עקיפה" לעניין הזה.

היו"ר אמנון רבינשטיין:

גברת אילנה מישר, באמת זה לא אותו דבר. את החרפת קצת. אבל זה יוצא לא רע.

הייתי מביא לכאן את נסח החוקים מבריסל. הוא עונה לשאלה שלך. יצרן חולצות גולף לא נועד לקדם מכירת מוצר טבק.

אתי בנדלר:

כן, אבל הוא בפירוש יכול לקדמם כי יש לו אותו שם מסחרי.

תמר גוז'נסקי:

יש פה מבחן של כוונה.

אתי בנדלר:

אין בהגדרה שום מבחן כוונה. ההגדרה המוצעת על-ידי גברת מישר ממשרד הבריאות, אני מציעה שנקרא אותה ונפרק אותה לגורמים.

"כל צורה של תקשורת מסחרית" - אני עדיין לא יודעת מה זה "תקשורת מסחרית". זה לא מונח שאני יכולה להכניס להגדרה. אבל בואו נתקדם הלאה.

"למוצר שאינו מוצר טבק" - להלן אותה חולצה עליה אנחנו מדברים.

"או לעסק" - לעסק של מכירת מוצרי ביגוד בלבד.

"לשירות או לפעילות, הנועדת לקדם מכירת מוצר טבק" - מצוין. אין לי בעיה. כאן אם יוכיחו שהכוונה היתה לקדם, גמרנו.

"או הגורמת לקדמה" - אם יש לי במקרה אותו שם, זה יכול לגרום בעקיפין אולי גם לפרסם את מוצר הטבק, למרות שאין לי שום קשר איתם.

תמר גוז'נסקי:

אז בואו נסתפק בחלק הראשון.

ועדת הכלכלה (364)  
14.12.98

אתי בנדלר:

נאמר עוד "במישרין או בעקיפין", זאת אומרת, אני יכולה בכלל להיות מנותקת ממוצרי טבק ...

היו"ר אמנון רובינשטיין:

זה לא מופיע בדירקטיבה האירופאית. זה הרחבה של משרד הבריאות.

תמר גוז'נסקי:

בואו נחזור על ההגדרה הראשונית, עד איפה שקראת עכשיו. תעצרי רגע.

היו"ר אמנון רובינשטיין:

אני רוצה לקרוא את זה.

"פרסומת עקיפה" - כל צורה של פרסומת מסחרית" - -

אתי בנדלר:

כלומר ששולם עבורה. פרסומת בתשלום.

היו"ר אמנון רובינשטיין:

- - "למוצר שאינו מוצר טבק".

תמר גוז'נסקי:

אנחנו כתבנו: "למוצר, לשירות או לעסק". זה בערך אותו דבר.

היו"ר אמנון רובינשטיין:

- - "למוצר שאינו מוצר טבק, או לעסק, לשירות או לפעילות, הנועדת לקדם מכירת מוצר טבק, לרבות פרסומת אשר אינה מזכירה מוצר טבק במפורש"

- - כעת בא הקטע שבטח משרד המשפטים מתנגד לו אבל אני תומך בו תמיכה מלאה משום שהוא מדבר בלשון בני אדם - -

"ומנסה לעקוף את האיסור על פרסומת באמצעות שם מסחרי, סימן מסחר, מותג או סימנים ייחודיים אחרים של מוצר טבק".

זה הדבר הכי רחב שיכול להיות.

תמר גוז'נסקי:

זה אומר שהיתה כוונה לעקוף. לחברת 'גולף' שמייצרת חולצות לא היתה שום כוונה לא לפרסם מוצר טבק ולא לעקוף. אבל אם חברת הסיגריות ניסתה להתחכם אז אותה נעצור.

זאב גרוס:

אבל ניקח לדוגמא את הסרט, אם מישהו בסרט שצולם בארצות-הברית הוציא חפיסת סיגריות מכיסו ...

תמר גוז'נסקי:

האם שילמו על זה או לא שילמו על זה?

זאב גרוס:

זה צולם בארצות-הברית. 'פיליפ מוריס' שילם על הדבר הזה בארצות-הברית.

היו"ר אמנון רובינשטיין:

זה מה שמטריד את סגן שר הבריאות? אני אומר לך, בשלב הזה לא ניגע בדבר הזה. שנה לאחר שהחוק הזה יבוצע ניגע גם בסרטים מהוליווד.

אתי בנדלר:

"מנסה לעקוף" - האם הכוונה היא שהמטרה של אותה פרסומת לעקוף? יצטרכו להוכיח שמטרתה לעקוף.

תמר גוז'נסקי:

יש לה כוונה זדונית. היא יודעת שזה אסור.

היו"ר אמנון רובינשטיין:

אני ממש נהנה מהשפה של הנסח האירופאי. אני מציע למשרד המשפטים להביא את נסח החוקים מבריטלי. אני מציע גם להביא את נסח החוקים של הקונגרס. אני קראתי עכשיו את החוק החדש נגד טרור של בריטניה - אגב, חוק קיצוני מאוד, שבארץ בוודאי היתה קמה זעקה גדולה מאוד אם היו מעבירים אותו -

יפעת רווה:

שלנו גם כן זה בריטי.

היו"ר אמנון רובינשטיין:

אדם אינטליגנטי שלא למד משפטים יכול להבין מה כתוב שם. כאן אני קורא את ההנחיות האירופאיות וממש נהנה.

אתי בנדלר:

למרות שזה מאוד ברור אני חייבת לדקדק במילים, עם כל הכבוד. אני רוצה להבין עוד נקודה אחת. אני מתעקשת, אני נורא מצטערת, כי אחר-כך הרי יש לי את הכישרון לנסח את זה ככה שאדם אינטליגנטי לא יבין. אבל כדי לעשות את זה אני צריכה להבין לפחות.

כשאנחנו מדברים על "סימנים ייחודיים אחרים של מוצר טבק" - בתחילת הדיון, אדוני היושב-ראש, אני ביקשתי לדעת הרי מה זה אותו "לוגו" שאתה מדבר עליו, שאתה רוצה להחיל עליו את זה. אני רשמתי לעצמי את דבריך. זה "צורת הכיתוב המיוחדת, עם הסמל והצבעים שלו, מה שנקרא היום תסמיל". כאן זה "או". "הסימנים הייחודיים האחרים" - האם הם צריכים להתייחס לכל אחד או מספיק השם המסחרי? כי הם כותבים כאן: "באמצעות שם מסחרי, סימן מסחרי...".

היו"ר אמנון רובינשטיין:

או זה, או זה, או זה. זה הדבר הכי רחב שיכול להיות.

אתי בנדלר:

השאלה אם רוצים דבר כל-כך רחב.

תמר גוז'נסקי:

הכוונה היא שאם יהיה גמל, בדיוק אותו גמל, בלי הכיתוב Camel, והחברה שילמה כדי שיישמו את הגמל - אסור יהיה לעשות את זה. הרי אנחנו מבינים למה היא התכוונה.

היו"ר אמנון רובינשטיין:

הכוונה היא הדבר הכי רחב שיכול להיות. כל דבר שמזכיר לקורא את מוצר הטבק.

תמר גוז'נסקי:

וששולם על-ידי החברה כדי לקדם את מכירת הטבק.

היו"ר אמנון רובינשטיין:

אישרנו את זה.

אנחנו נעביר את ההחלטה מייד כשהיה נוסח.

קעת לעניין של האיסור, בעניין הקובלנה הפרטית. דיברתי גם עם חברת הכנסת גוז'נסקי בעניין זה. התנאי לעבודתה התקינה של הוועדה, שנשמור על ההסכמים עם הממשלה. הצעתי שחברת הכנסת גוז'נסקי ואני, וחברי כנסת אחרים אם ירצו, נגיש הצעת חוק חדשה בעניין זה. אז הממשלה תוכל להתייחס ותהיה הכרעה במליאה בקריאה הראשונה. אנחנו גם נגיש הצעת חוק בעניין איסור מכירת טבק לקטינים. זה נושא חדש.

תמר גוז'נסקי:

בינתיים תבצעו את זה. אם לא תבצעו את זה אז חבל על העבודה.

היו"ר אמנון רובינשטיין:

אני מסכם. אנחנו אישרנו כמעט את הכל, למעט הנוסח המדוייק של סעיף 7א. אני מבקש ממשרד המשפטים וממשרד הבריאות להגיש לנו הצעה תוך שבוע ימים, לא יותר מזה. אנחנו נפיץ את הנוסח של סעיף 7א בין חברי הוועדה ובין יוזמי החוק. אם תהיינה הערות, נכנס את הוועדה מחדש. אם לא, נראה את זה כאישור לקריאה השניה והשלישית.

הוועדה מחליטה לאחד את שתי הצעות החוק ותיפנה בעניין זה לקבל את אישור ועדת הכנסת.

הישיבה ננעלה בשעה 12:10