

**הצעת חוק התכנית הכלכלית (תיקוני חקיקה
ליישום המדיניות הכלכלית לשנות התקציב
2017 ו-2018), התשע"ז-2016**

פרק י"ד : סעיף 68

**שקיפות מחירים של מוצרי ניקיון, היגיינה
ותמרוקים**

פרק י"ד: שונות

תיקון חוק קידום
התחרות בענף
המזון

68. בחוק קידום התחרות בענף המזון, התשע"ד–2014, בסעיף 29 –

(1) אחרי ההגדרה "המחיר הכולל" יבוא:

"חנות" – מקום לממכר קמעונאי, לרבות חנות מקוונת, אשר נמכרים בה דרך קבע כל המוצרים המפורטים להלן, ויראו כמה נקודות מכירה כחנות אחת אם קמעונאי אחד מחזיק בהן במתחם אחד:

(1) מזון;

(2) מוצרי ניקיון;

(3) מוצרי היגיינה;

(4) תמרוקים;

"מצרך" – מזון וכל מוצר אחר הנמכר בחנות, למעט מוצרי חשמל, מוצרי טקסטיל, מוצרי הלבשה והנעלה, מוצרי אופטיקה, תכשיטים, ארנקים, תיקים, צעצועים, ציוד משרדי, כלי בית, ספרים, עיתונים, בשמים, מוצרי איפור ותכשירים;

(2) אחרי ההגדרה "קמעונאי גדול" יבוא:

"תכשיר" – כהגדרתו בפקודת הרוקחים [נוסח חדש], התשמ"א–1981 (להלן – פקודת הרוקחים);

"תמרוק" – כהגדרתו בסעיף 55 לפקודת הרוקחים;

תיקון חוק מיסוי
מקרקעין (שבח
ורכישה)

69. בחוק מיסוי מקרקעין (שבח ורכישה), התשכ"ג–1963¹⁰¹ (בפרק זה – חוק מיסוי מקרקעין) –

(1) בסעיף 15, בסעיף קטן (ט)1), במקום "חלפו 90 ימים" יבוא "חלפו 60 ימים";

ד ב ר י ה ס ב ר

רפואיים. זאת בדומה להחרגה הקבועה כיום בחוק קידום התחרות בענף המזון ביחס לפרסום מחירי מוצרי חשמל, כלי בית, ספרים ועיתונים.

סעיף 69 לפסקאות (1) ו-(2) ולסעיף 70(ב)

כללי סעיף 16 לחוק מיסוי מקרקעין קובע כי מכירת זכות במקרקעין לא תירשם בפנקס המקרקעין אלא אם כן המנהל (כהגדרתו בחוק האמור) אישר שהיא פטורה ממס, ששולם המס בשלה או שניתנה ערובה להבטחת תשלום המס כאמור בסעיף. מטרת סעיף זה, לתמרץ את הצדדים לעסקה לשלם את המסים המתחייבים מהעסקה ולהקל על גביית המס. כדי להקל על הליך הרישום, מוצע לאפשר את רישום הנכס במקרים המתאימים שבהם החשש מאי-תשלום המס נמוך, גם לפני שהסתים הטיפול בתיק בידי רשות המסים.

לפסקה (1)

לפי סעיף 15(ד)4) לחוק מיסוי מקרקעין, עם תשלום המקדמה לפי סעיף 15(ב) לחוק האמור בידי הרוכש, יוכל הרוכש לקבל אישור לעניין מס שבה, לרישום הזכויות שרכש על שמו בפנקס המקרקעין. סעיף 15(ט) לחוק מוסיף

פרק י"ד: שונות

סעיף 68 פרק ג' לחוק קידום התחרות בענף המזון, התשע"ד–2014 (בפרק זה – חוק קידום התחרות בענף המזון), מטיל חובה על קמעונאי גדול לפרסם לציבור באינטרנט, בנפרד לגבי כל אחת מחנויותיו, את המחיר הכולל הערכני של כל מצרך שהוא מוכר בחנויותיו. חובת פרסום המחירים האמורה חלה כיום רק על רשתות שעיקר המכירות שלהן הוא של מוצרי מזון.

כדי להגדיל את מגוון החנויות שבהן הצרכן יוכל לבצע השוואת מחירים, מוצע להרחיב את חובת פרסום המחירים המוטלת על קמעונאי גדול גם לרשתות נוספות שמוכרות מוצרים דומים כדוגמת רשתות הפארמה.

החובה המוטלת על קמעונאי גדול היא לפרסם מחירי מוצרים הכלולים בסל צריכה הנרכש בתדירות גבוהה על ידי הצרכנים. סל הצריכה כולל מוצרים כגון מוצרי מזון, תמרוקים, מוצרי ניקיון ומוצרי היגיינה. התיקון המוצע לא יחול על מוצרים שאינם חלק מסל הצריכה האמור, כגון: מוצרי הלבשה והנעלה, מוצרי אופטיקה, תכשיטים, ארנקים, תיקים, צעצועים, בשמים, מוצרי איפור ותכשירים

¹⁰¹ ס"ח התשכ"ג, עמ' 163.