



הממונה על יישום חוק חופש המידע
משרד התקשורת

כ"ה תשרי תשע"ו
08 אוקטובר 2015

לכבוד
עו"ד אלעד מן
עמותת הצלחה
באמצעות דוא"ל: elad@man-barak.com

שלום רב,

הנדון: בקשה לפי חוק חופש המידע, התשנ"ח - 1998

סימוכין: פנייתך מיום 5/9/15, מכתבנו מיום 6/10/15

בהמשך לפנייתך, הריני להשיבך:

1. לשכת הפרסום הממשלתית (להלן: "לפ"מ") הינה יחידה במשרד התקשורת. שירותי לפ"מ ניתנים למשרדי הממשלה ויחידות סמך, תאגידיים עפ"י חוק, חברות ממשלתיות לא עסקיות וגופים ציבוריים אחרים. מגוון השירותים כולל, בין השאר, פיתוח אסטרטגיה שיווקית/פרסומית, לרבות עריכת סקרים ומחקרים, בניית המסרים ועיצובם, הפקות ורכישת מדיה ועוד.

2. מצ"ב מבנה לפ"מ כנספח א' למכתב זה.

להלן שמות בעלי התפקידים בלפ"מ:

מנהל - מר גדי מרגלית.

חשב - רו"ח חמי דוניצה.

יועץ משפטי - עו"ד נתן בן יקיר.

סגן מנהל - מר שלמה עדיאל.

סגן מנהל - מר דרור שרון.

3. לפ"מ פועלת כמשק כספי סגור - המקורות הכספיים לפעילותה נובעים ממכירת שירותיה המקצועיים למשרדי הממשלה ולגופים ציבוריים אחרים.

תקציב לפ"מ הינו חלק מתקציב המפעלים העסקיים של הממשלה כהגדרתם בסעיף 89 לחוק יסודות התקציב, התשמ"ה - 1985, כאשר ההכנסות וההוצאות מופיעים בסכום זהה (תקציב נטו "0").



הממונה על יישום חוק חופש המידע
משרד התקשורת

4. בנוגע לשירותי הפרסום המסופקים ע"י לפ"מ, הריני להפנות אותך להוראת תכ"ס מס' 7.12.1 "רכישות מגופים ממשלתיים". ההוראה קובעת כי משרדי הממשלה ויחידות הסמך מחויבים לרכוש מלפ"מ את שירותי הפרסום המפורטים בסעיף 4.1 בנספח א' להוראה כדלקמן:

4.1 משרדי הממשלה ויחידות הסמך מחויבים לרכוש, החל מ-1 בספטמבר 2011 את שירותי הפרסום הבאים מ"לפ"מ":

4.1.1 פרסום ופעילות באינטרנט

4.1.1.1 פרסום במערכות ממוחשבות (אינטרנט וסלולאר).

4.1.1.2 ניהול קמפיינים ברשתות חברתיות, ניהול קמפיינים במנועי חיפוש דוגמת גוגל ואחרים, עיצוב אתרי נחיתה לקמפיינים (מיניסייטים) וטיפול בתכנים באינטרנט.

4.1.2 הפקות

4.1.2.1 הפקת סרטים, תשדירים.

4.1.2.2 דפוס (מתחת ל-50,000 שקלים חדשים בלבד ובהתאם למפורט בנספח א' סעיף 11 – התקשרות עם המדפיס הממשלתי).

4.1.3 פרסום בערוצי מדיה

4.1.3.1 פרסום בטלוויזיה – לרבות אמצעים אינטראקטיביים.

4.1.3.2 פרסום ברדיו.

4.1.3.3 פרסומת חוצות.

4.1.3.4 פרסום בעיתונות.

4.1.3.5 פרסום בבתי קולנוע – סרטוני פרסומת ושקופיות.

4.1.3.6 פרסומת בתחבורה הציבורית.

4.1.3.7 שיתופי פעולה עם כלי התקשורת (ערוצי טלוויזיה, כבלים ולווין, רדיו, עיתונים, אינטרנט וכו').

4.1.3.8 תכנון, שיווק ורכישת מדיה.

4.1.3.9 תכנון (אסטרטגיה ופלנינג) ועריכת מסעי פרסום.

4.1.3.10 רעיונאות (קופירייטינג).

4.1.4 עבודות אחרות לצורכי פרסום

4.1.4.1 עיצוב גרפי.

4.1.4.2 עריכת סקרים ומחקרים.

4.1.4.3 כנסים, אירועים ותערוכות.

4.1.4.4 מצגות מולטימדיה.



הממונה על יישום חוק חופש המידע
משרד התקשורת

4.1.4.5 פעולות שיווק ויחסי ציבור.

4.1.5 פרסום בחוץ לארץ

4.1.5.1 פרסום המיועד להתפרסם בחוץ לארץ.

בנוסף, תאגידיים על פי חוק, חברות ממשלתיות לא עסקיות וגופים ציבוריים אחרים רשאים להתקשר עם לפ"מ בהתאם לשיקול דעתם.

5. תהליך העבודה הינו ייחודי לכל קמפיין וקמפיין. לפ"מ מתכננת ורוכשת מדיה עבור משרדי הממשלה משיקולים מקצועיים בלבד, הכוללים נתוני חשיפה, מטרות פרסום, שיקולי תקציב וקהלי יעד כנהוג בתחום המדיה. בכל תקציב נלקחים בחשבון מכלול השיקולים טרם בחירת תמהיל המדיה הנכון בהתאם למטרות הייחודיות של הקמפיין. לדוגמא: המטרות הפרסומיות של הקמפיין, מיהו קהל היעד של הקמפיין, מהו המסר שהקמפיין צריך להעביר, מהם צרכי הלקוח, כיצד מגיעים לקהל המטרה במגבלות זמן, מיקום ועלויות, מהו האמצעי הנכון ביותר להעברת המסר לציבור, היקף תקציב מחירי השוק וכו'.

בלפ"מ קיימת מחלקת תכנון ורכש מדיה מקצועית עם התמחויות בתכנון רכש בכל אחד מאמצעי המדיה: טלוויזיה, דיגיטל, עיתונות, רדיו וחוצות. מחלקת המדיה בלפ"מ עובדת בסטנדרטים גבוהים ומקצועיים ומשתמשת בכלים, מחקרניים מקצועיים ותוכנות מדיה רלוונטיות, לצורך תכנון ורכש המדיה. בכל אחד מאמצעי המדיה ישנם כלים מקצועיים אחרים לפיו נעשים תכנון ורכש המדיה.

6. תקנה 12)3 (לתקנות חובת המכרזים, תשנ"ג - 1993 (להלן: "התח"ס")) קובעת כי התקשורת של לפ"מ לפרסום בכלי תקשורת אינה טעונה מכרז ותיעשה ככל הניתן, לאחר בדיקת מספר הצעות הבאות בחשבון.

בהתאם לכך ונוכח העובדה כי מאגר ספקים נדרש לצורך עריכת הליך מכרזי של מכרז סגור או פנייה תחרותית לקבלת הצעות, אין בלפ"מ מאגר ספקי מדיה.

7. לפ"מ מבצעת בקרה על אופני הפרסום באמצעות חברה פרטית אשר זכתה במכרז פומבי שערכה לפ"מ בנושא. תפקידה של חברה זו לספק ללפ"מ מידע ובקרת מדיה באופן שוטף על מחירי הרכש של לפ"מ, בהשוואה למחירי רכש של גורמים אחרים בשוק המדיה (בנצ'מרק).



**הממונה על יישום חוק חופש המידע
משרד התקשורת**

כמו כן, לפ"מ רוכשת שרותי ניטור על המדיה אותה היא מזמינה על מנת לוודא כי הפרסומים אותם היא מזמינה באמצעי המדיה השונים אכן מתפרסמים בהתאם להזמנה.

ההסכם שנערך עם חברת בקרת המדיה מהווה סוד מסחרי, שהינו בעל ערך כלכלי. פרסומו עלול לפגוע פגיעה ממשית בערכו, ועל כן אין למסרו בהתאם להוראות סעיף 9(ב)(6) לחוק חופש המידע, תשמ"א - 1981. מדובר במידע רגיש ביותר, הזכאי להגנת סוד מסחרי בשל מאפייניו הייחודיים של שוק הפרסום הישראלי. המידע האמור אינו מצוי בידיעת שאר המתחרים בשוק הפרסום. לפ"מ עושה מאמצים גדולים לשמור בסוד את המידע, כיוון שחשיפתו עלולה לפגוע באינטרסים הכלכליים שלה וביכולת התחרות בניהול מו"מ עתידי עם חברות שונות.

בכבוד רב,

איתן כסיף

הממונה על יישום חוק חופש המידע
משרד התקשורת

מבנה לפ"מ - נספח א'

