

הפרסום בוצע בשידורי קשת כחלק משת"פ וכן במדיה בצמוד לחדשות בערוצים 2, 10 ו-1 וערוץ 20.

ב. פרסום באינטרנט: כ- 763,703 ₪, לא כולל מע"מ.

הפרסום בוצע באתרים: NRG כחלק משת"פ וכן בערוץ 7 כחלק משת"פ פייסבוק, גוגל ויוטיוב.

ג. פרסום בעיתונות: כ- 350,000 ₪, לא כולל מע"מ.

הפרסום בוצע בעיתונים: מקור ראשון וישראל היום כחלק משת"פ

ד. קמפיין אומרים שנה טובה 2016 (ספטמבר 2016)

א. פרסום בעיתונות: כ- 58,405 ₪, לא כולל מע"מ.

הפרסום בוצע בעיתונים: ישראל היום, ידיעות אחרונות, מקור ראשון, שביעי, בשבע, מצב הרוח ועולם קטן.

ב. פרסום ברדיו: כ- 205,602 ₪, לא כולל מע"מ.

הפרסום בוצע בתחנות רדיו אזורי, גלי ישראל, רדיו ארצי ורדיו ירושלים.

אני חושב שלאור הנתונים הללו הדבר הנכון הוא שתמשוך את בקשתך לדיון בנושא בוועדה

בברכה

דביר

[דביר (8)]

[מס' עמוד]

ועדת העליה והקליטה

מאת: דנה גורדון
נשלח: יום רביעי 12 יולי 2017 09:02
אל: ועדת העליה והקליטה
נושא: FW: FW: בוועדת התפוצות
קבצים מצורפים: image001.jpg

לכבוד

חבר הכנסת נחמן שי

שלום ידידי

לאור בקשתך לדיון מהיר בוועדת העליה והקליטה והתפוצות של הכנסת ברצוני להבהיר מספר נקודות שייתכן והוטעית לגביהן.

1. בדברי ההסבר להצעה נכתב שהתבצעו פעולות אשר מטרתן "בשום אופן לא כדי לממש את מטרות המשרד" על כן ברצוני לחדד את תחומי הפעילות בהם משרד התפוצות עוסק:

- א. חיזוק זהות יהודית וקשר לישראל - מטרת העל הנה חיזוק הזהות היהודית והקשר לישראל של יהודים שאינם מרגישים שיוך וזיקה לעם היהודי, זוהי מטרתו העיקרית של המשרד ורובו המוחלט של תקציב המשרד מופנה לשם.
- ב. מאבק באנטישמיות- הפעילות מתמקדת במספר מישורים: הפחתת מספרן וחומרתן של התקריות האנטישמיות בעולם, העלאת המודעות הציבורית לתופעת האנטישמיות, חיזוק המחויבות של יחידים, ארגונים וממשלות למאבק באנטישמיות והגשת סיוע למי שנפגעו מאנטישמיות.
- ג. חיזוק הקשר בין הקהל הישראלי לתפוצות- החזון הינו שהעם היהודי בתפוצות הוא חלק בלתי נפרד מתחושת הקולקטיב של אזרחי ישראל, שישראל במרכזו. המטרות בתחום הנ"ל הן: הגברת הידע של הקהל הישראלי לגבי היהודים בתפוצות, הקהילות, היחידים והאתגרים, הגברת תחושת השייכות בין הישראלים בארץ ליהודים בתפוצות והנעה למעורבות ולעשייה בנושאים הקשורים ליהודים בתפוצות. במסגרת תחום זה, מתקיימים מספר פרויקטים כגון הטמעת הנושא במערכות החינוך הפורמלי והבלתי פורמלי, חיבור של מובילי דעה ישראלים לתחום זה ע"י קורס מעמיק אשר חושף את אתגרי העם היהודי, בנוסף מתבצעות פעולות במדיה הישראלית ע"מ לחשוף את הקהל הישראלי לאתגרים של אחיהם הישראלים בתפוצות ועל כן הוצא התקציב המדובר במדיה הישראלית.

חשוב לציין לטובת בחינת הפרויקט נעשה סקר בקרב 1,100 ישראלים ונבנה מדד שמשקף את "מד הקרבה" של הישראלים לאחיהם בתפוצות. כל הפעולות נעשו בהלימה למדד זה ובהובלה מקצועית מלאה של לשכת הפרסום הממשלתית. לאחר סיום הקמפיין נמדד המדד בשנית והוכחה הצלחתו.

1. שם ההצעה הינו "50% מתקציב משרד התפוצות שימש לרכישת תוכן תקשורתי בישראל" – ברצוני להבהיר בפרויקט התקשורתי המדובר הושקעו 8,258 עבור תוכן תקשורתי בישראל לשנים 2015-2016, תקציב משרד התפוצות עמד בשנים אלה על 148,971 מל"ח (78,080 ב-2015, 70,891 ב-2016) ז"א סה"כ 5.5% מתקציב המשרד.

1. להלן פירוט ההוצאות המדויק להתקשרויות בנושא חיבור הקהל הישראלי לנושא יהדות התפוצות:

א. פרסום בטלוויזיה: כ- 5,681,000 ₪, לא כולל מע"מ.