

עו"ד שחר בן מאיר

באמצעות ב"כ עו"ד שחר בן מאיר

מרח' אבא הלל סילבר 12, רמת גן

טל': 03-6127878; פקס: 03-6127979

העותר

נ ג ד

1. היועץ המשפטי לממשלה

2. לשכת הפרסום הממשלתית

שניהם באמצעות פרקליטות המדינה

מרח' צלאח א-דין 29, ת"ד 49029, ירושלים

טלפון: 02-6466194; פקס: 02-6467011

המשיבים 2-1

3. הרשות השניה לטלוויזיה ורדיו

ע"י ב"כ עוה"ד חן שומרת

ממשרד משרד יוסי לוי ושות', עורכי דין

דרך מנחם בגין 11, רמת גן 5268104

טל': 03-5102491; פקס: 03-5102493

המשיבה 3

4. רשת מדיה בע"מ

באמצעות ב"כ עו"ד ברק גליקמן ממשרד פישר בכר וול אוריון ושות'

מרח' דניאל פריש 3, תל אביב 6473104

טל' 03-6941300; פקס: 03-6914746

המשיבה 4

5. שידורי קשת בע"מ

באמצעות ב"כ עוה"ד מוטי ארד ונוי מצליח

ממשרד עוה"ד רוטנברג ושות'

מרח' שד' רוטשילד 46, תל אביב

טל' 03-7111711; פקס: 03-7111700

המשיבה 5

6. תאגיד השידור הישראלי

באמצעות ב"כ טלי אילון ועופר דרורי

ממשרד משה נסים, רינקוב, סנדרוביץ – עורכי דין

מרח' אבא הלל 12, רמת גן 52506

טל': 03-6133333; פקס: 03-6133334

המשיב 6

### הודעת עדכון מטעם המשיבים 2-1

בהתאם להחלטת כב' השופט נ' הנדל מיום 20.4.2021, מתכבדים המשיבים 2-1 (להלן:

**המשיבים**) להגיש הודעת עדכון, כדלקמן.

1. כזכור, עניינה של העתירה בבקשת העותר כי בית המשפט הנכבד יוציא צו על תנאי המכוון

למשיבים 2-1 והמורה להם להתייצב וליתן טעם ביחס לשני הסעדים הבאים:

א. "מדוע לא יורו לכלל משרדי הממשלה (לרבות גורמים ממשלתיים אחרים

שאינם מאוגדים במסגרת משרד ממשלתי) שלא להתקשר עם כל גורם

תקשורת (לרבות המשיבות 4 עד 6) בעסקאות מסוג "תוכן שיווקי" או "פרסום סמוי".

ב. לחלופין, "שלא להתקשר כאמור אלא לאחר שתתקן הוראת התכ"מ ו/או תינתן הנחיה מפורטת האם להתיר השתתפות משרדי הממשלה בפרסום סמוי ובאיזה תנאים דרישות ונסיבות". (ההדגשות במקור –הח"מ)

2. בהמשך לתגובה ולהודעות קודמות, הוגשה ביום 8.4.2021 הודעה מטעם המשיבים, שבגדרה הוצג בפני בית המשפט הנכבד המתווה שסוכם להמשך הבחינה היישומית והמשפטית של הנושא, לאחר שגורמי לפ"מ חיוו את דעתם כי ניתן לגבש ביחס לסוגי פרסומים מסוימים כללים מחמירים של גילוי נאות שיבהירו באופן אפקטיבי כי מדובר בתוכן פרסומי, כדלקמן:

א. לפ"מ תקבע טיוטת נוהל זמני ביחס לשיתופי פעולה עם כלי תקשורת במסגרת פרסומים ממשלתיים (להלן: **הנוהל הזמני**).

ב. במסגרת הנוהל הזמני ייקבעו אמות מידה ביחס למקרים שבהם מותר השימוש בשיתופי פעולה כאמור, ולגביהם ייקבעו כללים קונקרטיים (לפי מדיה) לגילוי נאות אפקטיבי, שיאפשרו לציבור הרחב לדעת כי מדובר בתוכן פרסומי לכל דבר ועניין, וזאת בצורה שעולה בקנה אחד עם עמדות היועץ המשפטי לממשלה שהוגשו אגב תובענות ייצוגיות שנוגעות לחוק הגנת הצרכן.

ג. הובהר, כי עד לגיבוש הנוהל הזמני, לא יבוצעו התקשרויות כאמור.

ד. הנוהל הזמני יופעל במתכונת "פיילוט" לתקופה של 12 חודשים (להלן: **תקופת הפיילוט**), אשר במהלכה ניתן יהיה לבצע התקשרויות כאמור בכפוף לכללים שייקבעו בנוהל הזמני.

ה. בתקופת הפיילוט, יחולו כללים אלה **בנוסף** לסייגים שכבר פורטו בסעיף 8 לתגובה המקדמית מטעם המשיבים.

ו. בנוסף, לא יותר "פרסום בגוון אישי" (ביחס לנבחרי ציבור וביחס לעובדי מדינה בכירים) בשיתופי פעולה בתקופת הפיילוט.

ז. במהלך תקופת הפיילוט ולקראת סיומה, לפ"מ תפעל לביצוע מחקר בדבר האפקטיביות של כללי הגילוי הנאות שנכללו בנוהל הזמני, כפי שיושמו בתקופת הפיילוט, במטרה לבחון האם כללים אלה הם אפקטיביים בהבהרה כי מדובר בפרסום ממומן.

ח. תוצרי המחקר יובאו בפני הפורום הפנים-ממשלתי, לשם בחינה אם הכללים המוצעים אכן משיגים את תכלית הגילוי הנאות האפקטיבי, אם לאו.

ט. בכפוף להשלמת מחקר כאמור, ובהתאם לממצאיו, תתקבל בתום תקופת הפיילוט ההכרעה המשפטית אם ניתן להמשיך בהתקשרויות אלה ובאילו תנאים.

עוד צוין בהודעה כי הנוהל הזמני יגובש במועד קרוב.

3. נעדכן, כי עבודת המטה על הנוהל הזמני הסתיימה ובעקבותיה גובש נוהל זמני "שיתופי פעולה עם כלי התקשורת" שתוקפו מיום 1.8.2021 עד ליום 31.7.2022. כאמור, הנוהל קובע

אמות מידה ביחס למקרים שבהם מותר השימוש בשיתופי פעולה כאמור, ולגביהם ייקבעו כללים קונקרטיים (לפי מדיה) לגילוי נאות אפקטיבי, שיאפשרו לציבור הרחב לדעת כי מדובר בתוכן פרסומי לכל דבר ועניין, וזאת בצורה שעולה בקנה אחד עם עמדות היועץ המשפטי לממשלה שהוגשו אגב תובענות ייצוגיות שנוגעות לחוק הגנת הצרכן.

4. בהתאם לסעיפי ז' עד ט' למתווה המובא לעיל, ההכרעה המשפטית בשאלה אם ניתן להמשיך בהתקשרויות לשיתופי פעולה עם כלי תקשורת במסגרת פרסומים ממשלתיים, תיעשה לאחר תום יישום הנוהל, ולאחר גיבוש ממצאי המחקר באשר לאפקטיביות של כללי הגילוי הנאות, ולאחר דיון בפורום הפנים-ממשלתי.

צילום הנוהל הזמני מצורף ומסומן מש/1.

5. על יסוד האמור, ובהינתן הנוהל הזמני ודרך הפעולה שנקבעה להכרעה בשאלת ההתקשרויות שבמוקד העתירה, סבורים המשיבים כי בנסיבות דינה של העתירה להימחק. הן בשל כך שהתשתית עליה נסובה העתירה השתנתה בשל השינויים שבמדיניות המשיבים בסוגיית ההתקשרויות כפי שפורט לעיל, כאשר ממילא אין הצדקה לקיום דיון מוקדם בשאלות שקשורות ליישום הנוהל הזמני או בהכרעה בשאלת הצורך בהתקשרויות לשיתופי פעולה עם כלי תקשורת במסגרת פרסומים ממשלתיים, בטרם הכריעו המשיבים בה באופן סופי.

היום, ו' באב תשפ"א

15 ביולי 2021

  
ערין ספדי-עטילה, עו"ד  
ממונה על ענייני בג"צים  
בפרקליטות המדינה

## תוכן עניינים

מס'	שם הנספח	עמ'
מש/1	צילום הנוהל הזמני מיום 15.7.2021	6

נספח מש/1

**צילום הנוהל הזמני מיום**

**15.7.2021**

עמ' 6

נושא הנוהל: שיתופי פעולה עם כלי התקשורת			
מס' דפי נוהל: 8 מס' נספחים: - מהדורה: 1	בתוקף עד ליום: 31/07/2022	בתוקף מיום: 01/08/2021	מס' נוהל:

## 1. כללי

- 1.1 לפ"מ מעניקה שירותי פרסום למשרדי הממשלה ולגופים ציבוריים נוספים, ובכלל זה שירותי תכנון ורכש מדיה בטלוויזיה, ברדיו, בדיגיטל ובעיתונות.
- 1.2 בהתאם לסעיף 4.1.5.7 להוראת התכ"ס מס' 7.4.2.8 ("רכישות מגופים ממשלתיים"), פרסום בערוצי המדיה אשר משרדי הממשלה מחויבים לרכוש מלפ"מ כולל גם שיתופי פעולה עם כלי התקשורת.
- 1.3 בהתאם לתקנה 3(12) לתקנות חובת המכרזים, התשנ"ג-1993, התקשרות של לפ"מ לפרסום בכלי התקשורת פטורה ממכרז, אך תיעשה, ככל הניתן, לאחר בדיקת כמה הצעות הבאות בחשבון.

## 2. מטרת הנוהל

- 2.1 מטרתו של נוהל זה לקבוע את התנאים לביצוע התקשרויות לשיתופי פעולה עם כלי התקשורת בישראל ואת כללי הגילוי הנאות אשר יחולו ביחס לפרסומים המתבצעים באמצעות שיתופי פעולה כאמור, בין אם מבוצעים בתמורה ובין ללא תמורה.
- 2.2 נוהל זה יחול הן על התקשרויות חדשות לביצוע שיתופי פעולה, לאחר כניסת הנוהל לתוקפו, והן על התקשרויות לשימוש בחומרים קיימים מהתקשרויות קודמות לביצוע שיתופי פעולה, אשר יצאו אל הפועל טרם פרסום הנוהל.

## 3. תנאים לביצוע התקשרויות לשיתופי פעולה עם כלי התקשורת

- 3.1 התקשרות לביצוע שיתוף פעולה עם כלי תקשורת תתבצע במקרים בהם לא ניתן – בהתאם לחוות דעת מקצועית – להשיג באופן אפקטיבי את מטרת הפרסום על ידי שימוש בפרסום מסורתי, לרבות במקרים בהם נדרש להעביר מסרים מורכבים וקיים צורך בעיסוק מעמיק יותר בנושא הפרסום.
- 3.2 על שיתוף הפעולה יחולו כל התנאים המפורטים בסעיף 2.4.1 להוראת התכ"ס מס' 15.3.0.2 ("פרסומים ממשלתיים שאינם מסחריים").
- 3.3 על שיתוף הפעולה יחולו כל התנאים המפורטים בהנחיית היועץ המשפטי לממשלה מס' 1.1703 ("השתתפות נבחר ציבור ועובדי מדינה בפרסום ממשלתי").
- 3.4 על שיתוף הפעולה יחולו כל הדינים וההנחיות בקשר עם איסור על תעמולת בחירות.

3.5 שיתוף הפעולה יכול גילוי נאות ברור ובולט, בהתאם למפורט בסעיף 4 לנוהל זה, או במקרים חריגים – באופן אשר יאושר על ידי ועדת המכרזים, אשר יהיה בו כדי לגלות לאדם הנחשף לפרסום, בצורה ברורה, אחידה ופשוטה, כי מדובר בתוכן פרסומי. אישור ועדת המכרזים כאמור יינתן, במידת הצורך, לאחר היוועצות עם הגורמים הרלוונטיים במשרד המשפטים.

3.6 שיתוף פעולה בטלוויזיה או ברדיו אשר לגביו נקבעו בדין מגבלות לעניין ביצועו, יבוצע רק לאחר שהפרסום קיבל את אישור הרשות השנייה לטלוויזיה ולרדיו או המועצה לשידורי כבלים ולוויין, לפי העניין.

3.7 שיתוף פעולה לא יכול חלוקת פרסים ו/או תשורות מכל סוג שהוא, ולא יכול תיעוד ו/או סיקור תקשורתי של אירוע כזה או אחר, לרבות כנסים, ימי עיון, הרצאות, ועידות, תערוכות או פעילות ממשלתית אחרת.

#### 4. גילוי נאות בשיתופי פעולה עם כלי התקשורת

##### 4.1 גילוי נאות בשיתוף פעולה בטלוויזיה

4.1.1 כל שיתוף פעולה בטלוויזיה יכול גילוי נאות ברור ובולט לכך כי מדובר בתוכן פרסומי, לפי הכללים המפורטים בסעיף זה, או לחילופין לפי כללים שייקבעו על ידי הרשות השנייה לטלוויזיה ולרדיו ו/או המועצה לשידורי כבלים ולוויין, לפי העניין.

4.1.2 בשיתוף פעולה הכולל הפקת תכנית מלאה כתוכן פרסומי, יחולו הכללים הבאים:

4.1.2.1 בתחילת התכנית ובסיום התכנית תוקרן על כל שטח המרקע הודעה שתיקרא על ידי מנחה או קריין, בנוסח "התכנית הינה פרסום מטעם משרד [...]".

4.1.2.2 ההודעה תופיע על שטח המרקע במשך 5 שניות לפחות, תהיה בשפת התוכנית המשודרת, באותיות בצבע בולט לעין הנוגד את הרקע, ניתנות לקריאה בנקל וזהות בהדגשתן, מתוחמת במסגרת שצבעה, עובייה והדגשתה כעובי האותיות שבהודעה.

4.1.2.3 גודל ההודעה יהיה 25% לפחות משטח מסך הטלוויזיה והאותיות בתוך ההודעה יתפסו את רוב שטח ההודעה.

4.1.2.4 במידה שבמהלך שידור התכנית תהיה הפסקה לצורך מקבץ פרסומות – עם חזרת התכנית תופיע על רקע התכנית, במהלך 30 שניות, הודעה בנוסח "התכנית הינה פרסום מטעם משרד [...]".

4.1.2.5 במידה שהתכנית לא תכלול הפסקה לצורך מקבץ פרסומות, והתכנית נמשכת למעלה מ-30 דקות, תוקרן על רקע התכנית ובחלוף כל 30 דקות של תכנית הודעה בנוסח "התכנית הינה פרסום מטעם משרד [...]".

4.1.2.6 מבלי לגרוע מן האמור לעיל, פרומו / קדימון לתכנית מלאה שהינה תוכן פרסומי יחויב אף הוא בגילוי נאות, בנוסח המפורט בסעיף זה.

4.1.3 בשיתוף פעולה בו התוכן הפרסומי מופיע כחלק מהתכנית ובמהלכה (לדוגמה: כתבה, אייטס וכו') – במשך כל זמן הופעת התוכן הפרסומי תוקרן על רקע התוכנית הודעה בנוסח "פרסום מטעם משרד [...]".

## 4.2 גילוי נאות בשיתוף פעולה ברדיו

4.2.1 כל שיתוף פעולה ברדיו יכלול גילוי נאות ברור ובולט לכך כי מדובר בתוכן פרסומי, לפי הכללים המפורטים בסעיף זה, או לחילופין לפי הכללים שייקבעו על ידי הגורם המאסדר המוסמך.

4.2.2 בשיתוף פעולה הכולל הפקת תכנית מלאה כתוכן פרסומי, יחולו הכללים הבאים:

4.2.2.1 בתחילת התכנית ובסיום התכנית תיקרא הודעה על ידי מנחה או קריין, בשפת התכנית המשודרת, בנוסח "התכנית הינה פרסום מטעם משרד [...]".

4.2.2.2 במידה שבמהלך שידור התכנית תהיה הפסקה לצורך מקבץ פרסומות – עם חזרת התכנית תיקרא הודעה על ידי מנחה או קריין, בשפת התכנית המשודרת, בנוסח "התכנית הינה פרסום מטעם משרד [...]".

4.2.2.3 במידה שהתכנית לא תכלול הפסקה לצורך מקבץ פרסומות, והתכנית נמשכת למעלה מ-30 דקות, תיקרא הודעה על ידי מנחה או קריין, בחלוף כל 15 דקות של תכנית, בשפת התכנית המשודרת, בנוסח "התכנית הינה פרסום מטעם משרד [...]".

4.2.2.4 מבלי לגרוע מן האמור לעיל, פרומו / קדימון לתכנית מלאה שהינה תוכן פרסומי יחויב אף הוא בגילוי נאות, בנוסח המפורט בסעיף זה.

4.2.3 בשיתוף פעולה בו התוכן הפרסומי מופיע כחלק מהתכנית ובמהלכה (לדוגמה: כתבה, אייטס וכו'), יחולו הכללים הבאים:

4.2.3.1 בתחילת האייטס ובסיום האייטס תיקרא הודעה על ידי מנחה או קריין, בשפת התכנית המשודרת, בנוסח "התכנית/הפינה הינה פרסום מטעם משרד [...]", הכל בכפוף לכללי הרגולציה החלים בעניין.

4.2.3.2 ההודעה תיקרא במשך 5 שניות רצופות לפחות, בקצב ובעוצמת שמע אשר יאפשרו לצרכן הסביר לשמוע ולהבין את ההודעה ותכנה.

## 4.3 גילוי נאות בשיתוף פעולה בדיגיטל

4.3.1 כל שיתוף פעולה בדיגיטל, בכל אמצעי שהוא ובכל מכשיר ו/או פלטפורמה שהיא, יכלול גילוי נאות ברור ובולט לכך כי מדובר בתוכן פרסומי, לפי הכללים



המפורטים בסעיף זה, או בהתאם לכללים אחרים שייקבעו על ידי בית משפט מוסמך לעניין גילוי נאות בשיתופי פעולה / תוכן שיווקי.

4.3.2 גילוי נאות כאמור יופיע בצורה בולטת ונגישה לפני חשיפה של נמען הפרסום לתוכן הפרסומי, באופן שנמען הפרסום לא יידרש לפעולה אקטיבית כל שהיא על מנת לדעת כי התוכן שעומד לפניו הינו תוכן פרסומי.

#### 4.3.3 גילוי נאות בשיתוף פעולה עם אתרי אינטרנט

4.3.3.1 גילוי נאות יינתן בעמוד הבית של האתר או בעמוד ממנו ניתן להיכנס לתוכן הפרסומי נשוא הגילוי, בשני מקומות לפחות:  
 א. בכותרת הכתבה ו/או התוכן הפרסומי נשוא שיתוף הפעולה (להלן: "הכותרת");  
 ב. בגוף הכתבה ו/או התוכן הפרסומי (להלן: "גוף הכתבה").

4.3.3.2 הכותרת תוצג באופן שתהיה הבחנה ברורה בינה לבין התוכן המערכתי באתר, הן באמצעים חזותיים והן באמצעות תיבת טקסט.

4.3.3.3 הכותרת תופיע על רקע גוון שונה ומנוגד לגוון בו מופיע התוכן המערכתי באתר ו/או בתוך מסגרת בולטת המבדילה בינה לבין התוכן המערכתי באתר.

4.3.3.4 בתחום שטח הכותרת, מעל או מתחת למלל הכותרת, תופיע תיבת טקסט, בגופן ובצבע שקל לקרוא ובגוון בולט על פני הרקע, בה ייכתב "פרסום מטעם משרד [...]".

4.3.3.5 בגוף הכתבה, תחת כותרת הכתבה ומעל לתוכן הכתבה, יופיע בשורה נפרדת ובריווח הטקסט "פרסום מטעם משרד [...]", בגופן מודגש הגדול בשתי רמות מגודל הגופן של הכתבה.

4.3.3.6 בסוף הכתבה יופיע בשנית הטקסט "פרסום מטעם משרד [...]", בגופן מודגש הגדול בשתי רמות מגודל הגופן של הכתבה.

4.3.3.7 הוראות אלו יחולו, בשינויים המחויבים, על כל שיתוף פעולה המתבצע עם אתר אינטרנט, לרבות פורומים, מתחמים, כתבות פרסומיות, דפי נחיתה וכדומה.

#### 4.3.4 שיתוף פעולה עם יצרני תוכן ו/או מובילי דעה ברשתות החברתיות ובפלטפורמות דיגיטליות שונות

4.3.4.1 גילוי נאות יינתן בכל שיתוף פעולה או פרסום ממומן עם יצרני תוכן ו/או מובילי דעה ו/או משפיעני רשת, בכל הרשתות החברתיות והפלטפורמות הדיגיטליות, לרבות באינסטגרם, פייסבוק (כולל קבוצות פייסבוק), טיקטוק, טוויטר, לינקדאין, יוטיוב, בלוגים, ולוגים, פודקאסטים וכדומה.

4.3.4.2 גילוי נאות כאמור יופיע בצורה בולטת ונגישה לפני חשיפה של נמען הפרסום לתוכן הפרסומי, באופן שנמען הפרסום לא יידרש לפעולה

אקטיבית כל שהיא על מנת לדעת כי התוכן שעומד לפנינו הינו תוכן פרסומי.

4.3.4.3 הגילוי הנאות יינתן בשפה העברית (וככל שהפרסום נעשה בשפה אחרת – באותה השפה שבה נעשה הפרסום), בנוסח "פרסום מטעם משרד [...]" , כמפורט להלן :

א. כאשר התוכן הפרסומי הינו תמונה – בתחום שטח התמונה תופיע תיבת טקסט, בגופן ובצבע שקל לקרוא ובגוון בולט על פני הרקע, בה ייכתב "פרסום מטעם משרד [...]" .

ב. כאשר התוכן הפרסומי הינו סרטון בפורמט וידאו (כגון: סטורי באינסטגרם, וידאו בפייסבוק, טיקטוק, יוטיוב וכדומה) – תוקרן הודעה בנוסח "פרסום מטעם משרד [...]" , לפי הפירוט הבא :

(1) בסרטון שאורכו עד 40 שניות – למשך 5 שניות רצופות בתחילת הסרטון ;

(2) בסרטון שאורכו עולה על 40 שניות – למשך 5 שניות רצופות בתחילת הסרטון ו-5 שניות רצופות בסוף הסרטון ;

ההודעה תהיה באותיות בצבע בולט לעין הנוגד את הרקע, ניתנת לקריאה בנקל וזהות בהדגשתן, מתוחמת במסגרת שצבעה, עובייה והדגשתה כעובי האותיות שבהודעה.

ג. כאשר התוכן הפרסומי הינו בפורמט אודיו (כגון: פודקאסט) – יחולו הכללים המפורטים בסעיפים 4.2.2 ו-4.2.3 לעיל לעניין שיתוף פעולה ברדיו.

ד. מבלי לגרוע מן האמור לעיל, במקרים בהם התוכן הפרסומי מופיע בעמוד אינטרנט, ולא בפלטפורמה ייעודית לפרסומים מאותו סוג, יחולו בנוסף הכללים המפורטים בסעיף 4.3.3 לעיל (לדוגמה: וובינר המתפרסם בעמוד אינטרנט של אתר מסוים).

#### 4.4 גילוי נאות בשיתוף פעולה בעיתונות

4.4.1 כל שיתוף פעולה בעיתונות יכלול גילוי נאות ברור ובולט לכך כי מדובר בתוכן פרסומי, לפי הכללים המפורטים בסעיף זה, או לחילופין לפי הכללים שייקבעו על ידי גורם מאסדר ו/או בית משפט מוסמך לעניין גילוי נאות בשיתופי פעולה / תוכן שיווקי.

4.4.2 בשיתוף פעולה בו התוכן הפרסומי מופיע ככתבה, מאמר או ידיעה עיתונאית, יחולו הכללים הבאים :

4.4.2.1 הכתבה תוצג באופן שתהיה הבחנה ברורה בינה לבין התוכן המערכתי בעיתון, באמצעים חזותיים, לרבות באמצעות מסגרת בולטת המבדילה בינה לבין התוכן המערכתי בעיתון.

4.4.2.2 בגוף הכתבה, תחת כותרת הכתבה ומעל לתוכן הכתבה, יופיע בשורה נפרדת ובריווח הטקסט "פרסום מטעם משרד [...]", באותה השפה בה נעשה הפרסום, בגופן מודגש הגדול בשתי רמות מגודל הגופן של הכתבה.

4.4.2.3 בסוף הכתבה יופיע בשנית הטקסט "פרסום מטעם משרד [...]", באותה השפה בה נעשה הפרסום, בגופן מודגש הגדול בשתי רמות מגודל הגופן של הכתבה.

4.4.3 בשיתוף פעולה הכולל צירוף מוסף נפרד לעיתון ("אינסרט") או שמשתרע על פני יותר מעמוד אחד, יופיע בכל עמוד ועמוד במסגרת שיתוף הפעולה, לרבות בשער המוסף ובעמוד האחורי, הטקסט "פרסום מטעם משרד [...]", באותה השפה בה נעשה הפרסום, בראש העמוד ובתחתית העמוד, בגופן מודגש הגדול בשתי רמות מגודל הגופן הדומיננטי באותו עמוד.

## 5. פנייה לקבלת הצעות לביצוע שיתוף פעולה

5.1 פנייה לקבלת הצעות לביצוע שיתוף פעולה תיערך לאחר שהפרסומאי המטפל יוודא כי ההתקשרות המבוקשת עומדת בכל התנאים המפורטים בנוהל זה.

5.2 התקשרות לביצוע שיתוף פעולה תיעשה, ככל שניתן, לאחר בדיקת כמה הצעות הבאות בחשבון.

5.3 הפרסומאי המטפל יערוך פנייה לקבלת הצעות למספר ספקים, ככל שניתן, לפי העקרונות המפורטים להלן:

5.3.1 הפנייה לקבלת הצעות תיערך בכתב ובנוסח אחיד;

5.3.2 הפנייה תכלול, לכל הפחות, את הפרטים הבאים: תיאור כללי של ההתקשרות המבוקשת; המועדים לביצוע ההתקשרות; היקפה הכספי של ההתקשרות; תוכן ההצעה המבוקשת; אופן הגשת ההצעה;

5.3.3 נוסח הפנייה יאפשר קבלת הצעות שניתן להשוות ביניהם, כך שלפחות אחד ממרכיבי ההצעה (לדוגמה: סכום ההתקשרות או היקף החשיפה) ייקבע מראש במסגרת הפנייה ויהיה משותף לכל ההצעות;

5.3.4 הצעת הספק תתייחס לשיתוף הפעולה המוצע ולעלות ההצעה בלבד, ללא תנאים משפטיים או תנאים אחרים בקשר להתקשרות, אלא אם קיבלו אישור מפורש בטרם נכללו בהצעה. ועדת המכרזים לא תדון בהצעות שכוללות תנאים משפטיים.

5.3.5 ניתן לקבל הצעות חלופיות מהספקים, ובלבד שאפשרות זו צוינה בפנייה שנעשתה אליהם.

## 6. הגשת בקשה לוועדת המכרזים

- 6.1 לאחר קבלת ההצעות, יבחנו גורמי המקצוע את ההצעות השונות ויבחרו את ההצעות אשר הינם מעוניינים שיוכרזו כזוכות בהליך (הצעה אחת או יותר, בהתאם לתנאי הפנייה לקבלת הצעות).
- 6.2 הפרסומאי המטפל יגיש בקשה לוועדת המכרזים לאישור התקשרות לביצוע שיתוף פעולה, אשר תכלול לכל הפחות את הנושאים הבאים:
- 6.2.1 תיאור כללי של הרקע להתקשרות;
- 6.2.2 חוות דעת מקצועית, כמפורט בסעיף 3.1 לעיל, אשר תפרט, בין היתר, מדוע מבוקש לאשר התקשרות באמצעות שיתוף פעולה ולא באמצעות קמפיין רגיל (תוך התייחסות לתכלית הקמפיין, קהל היעד, מטרות הקמפיין וכדומה);
- 6.2.3 פירוט מלא של תהליך הפנייה לספקים וההצעות שהתקבלו, לרבות התייחסות לשאלה מדוע נערכה פנייה דווקא לספקים האלה, ומדוע לא נערכה פנייה לספקים נוספים (ככל שלא קיימים ספקים נוספים – יש לציין זאת בבקשה).
- 6.2.4 ככל שניתן היה לפנות רק לספק אחד – תכלול הבקשה הסבר מפורט מדוע לא ניתן היה לפנות לספקים נוספים;
- 6.2.5 הנימוקים לבחירה בספק, תוך התייחסות ספציפית לסוגיית המחיר, במיוחד במקרים בהם הצעת הספק בו מבוקש לבחור כזוכה יקרה יותר מאלטרנטיבה אחרת שהוצעה;
- 6.2.6 חוות דעת גורם מקצועי בקשר להצעה הנבחרת בכללותה – שוויה, האם מדובר בהצעה מיטיבה (כספית, מקצועית), התייחסות להצעת המחיר ומידת ההלימה בינה לבין השירות המוצע וכן הלאה.
- 6.2.7 תקופת ההתקשרות;
- 6.2.8 סכום ההתקשרות;
- 6.3 כל בקשה תהיה חתומה, ידנית או דיגיטלית, הן על ידי הגורם המגיש והן על ידי הגורם המקצועי שבחן את ההצעה וחיווה את דעתו המקצועית עליה.
- 6.4 לבקשה יצורפו העתקי ההצעות, כשהן נושאות תאריך מעודכן.

## 7. אישור התקשרות וחתימה על הסכם

- 7.1 ועדת המכרזים תקבל החלטה בבקשה בפרוטוקול מנומק.
- 7.2 ככל שהחליטה ועדת המכרזים לאשר את ההתקשרות, יישלח לספק הסכם התקשרות לחתימה, למעט במקרים בהם קיים הסכם מסגרת עם הספק.

7.3 אין להתחיל בביצועה של ההתקשרות עד לחתימת פרוטוקול ועדת המכרזים, חתימה על הסכם התקשרות עם הספק והוצאת הזמנה חתומה על ידי מורשי החתימה.

## 8. תחילה ותוקף

תחילתו של נוהל זה ביום 01.08.2021, והוא יעמוד בתוקפו עד ליום 31.07.2022.



נדב צוק  
חשב



עו"ד נתן בן יקיר  
יועמ"ש



איריס בראל  
ס. מנהל



בועז סטמבלר  
מנהל