

**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 1-2

**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

**הודעה דחופה מטעם משיבי המדינה**

1. כזכור, עניינה של העתירה בבקשת העותר כי בית המשפט הנכבד יוציא צו על תנאי המכוון למשיבים 1-2 והמורה להם להתייצב וליתן טעם ביחס לשני הסעדים הבאים:

"מדוע לא יורו לכלל משרדי הממשלה (לרבות גורמים ממשלתיים אחרים שאינם מאוגדים במסגרת משרד ממשלתי) שלא להתקשר עם כל גורם תקשורתי (לרבות המשיבות 4 עד 6) בעסקאות מסוג "תוכן שיווקי" או "פרסום סמוי".

**לחלופין**, "שלא להתקשר כאמור אלא לאחר שתתוקן 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 8.4.21 הודעה מטעם משיבי המדינה, שבגדרה הוצג בפני בית המשפט הנכבד המתווה שסוכם להמשך הבחינה היישומים והמשפטית של הנושא, לאחר שגורמי לפ"מ חיוו את דעתם כי ניתן לגבש ביחס לסוגי פרסומים מסוימים כללים מחמירים של גילוי נאות שיבהיר באופן אפקטיבי כי מדובר בתוכן פרסומי :

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.

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 מצויה בשלבים מתקדמים, אך הוא טרם פורסם. משכך, לעת הזו לא מבוצעות התקשרויות כאמור (ראו סעיף ג' למתווה הנ"ל).

4. יחד עם זאת, בנקודת הזמן הנוכחית, והגם שטרם פורסם הנוהל הזמני והחל הפיילוט, התעורר **צורך דחוף ליציאה בקמפיין הכולל התקשרויות מסוג שיתוף פעולה עם משפיעני רשת, בהקשר של קמפיין עידוד התחסנות נגד נגיף הקורונה בקרב בני נוער**. עניין זה מצא את ביטויו בהנחית רה"מ, בסיום דיון שהתקיים ביום 23.6.21, לפתיחה במבצע לאומי לחיסון בני 12 ומעלה, בדגש על מאמץ הסברתי.

5. לעמדת גורמי המקצוע במשרד הבריאות, יש הכרח בקידום הקמפיין ללא דיחוי, על רקע עליית התחלואה בקרב צעירים וההתפרצויות האחרונות בבתי ספר. ראו לעניין זה את פניית משרד הבריאות ללפ"מ מיום 24.6.21 המתייחסת, בין היתר, לצורך בחיסון נגד קורונה לבני נוער בגילאים 12-16.

מכתב משרד הבריאות ללפ"מ מיום 24.6.21 מצורף ומסומן **מ/ש 1**.

6. בצד האמור, לעמדת גורמי המקצוע בלפ"מ, בשים לב לקהל היעד (בני נוער) ולאופן צריכת המדיה אצלם, קמפיין פרסומי "רגיל" לא יוכל להשיג את התכלית, והומלץ לקדם לטובת המהלך כ-50 משפיענים מחוסנים שימליצו לבני הנוער להתחסן.

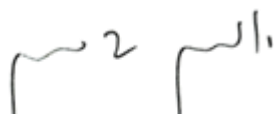
מכתב גב' שירה רוזנשטיין, מנהלת מחלקת הדיגיטל בלפ"מ מיום 24.6.21 מצורף ומסומן **מ/ש 2**.

7. ברי, כי במסגרת פרסום זה ייעשה **גילוי נאות** כי מדובר בפרסום מטעם משרד הבריאות, וזאת ברוח הכללים הנכללים בטיוטת הנוהל הזמני, הגם שזו טרם פורסמה כאמור. הכל, כמפורט במכתב המצ"ב מאת היועץ המשפטי ללפ"מ.

מכתב היועץ המשפטי ללפ"מ מיום 24.6.21 בעניין "גילוי נאות במסגרת קמפיין משפיעני רשת עבור משרד הבריאות" מצורף ומסומן **מ/ש 3**.

8. הודעה זו מוגשת אפוא למען הסדר הטוב, בשים לב להודעת המשיבים בסעיף ג' למתווה שהוצג בפני בית המשפט הנכבד.

9. לנוכח האמור לעיל, ובכפוף לכללים שפורטו במכתב יועמ"ש לפ"מ, בכוונת המשיבים להתקדם עם הקמפיין בפרק הזמן המידי.



יונתן ברמן, עו"ד

סגן בכיר א' במחלקת הבג"צים  
בפרקליטות המדינה

היום, י"ד בתמוז תשפ"א

24 ביוני 2021

### תוכן עניינים נספחים

| שם הנספח   | נספח  |
|--|-------|
| מכתב משרד הבריאות ללפ"מ מיום 24.6.21   | מ/ש 1 |
| מכתב גבי שירה רוזנשטיין, מנהלת מחלקת הדיגיטל בלפ"מ מיום 24.6.21                                      | מ/ש 2 |
| מכתב היועץ המשפטי ללפ"מ מיום 24.6.21 בעניין "גילוי נאות במסגרת קמפיין משפיעני רשת עבור משרד הבריאות" | מ/ש 3 |



אגף הסברה ויחסים בינלאומיים  
דוברות  
Spokesman Office

משרד  
הבריאות  
לחיים בריאים יותר

24 יוני 2021

לכבוד

לשכת הפרסום הממשלתית

שלום רב,

עקב העלייה בתחלואת קורונה בקרב צעירים וההתפרצויות האחרונות בבתי הספר, משרד הבריאות ממליץ על חיסון נגד קורונה לבני נוער בגילאי 12-16. בימים אלה אנו יוצאים בקמפיין של רופאי ילדים המכוון להורים ולכל המשפחה, בטלויזיה ובדיגיטל, במסרים לעידוד ההתחסנות. אבקש להשלים את המהלך גם לכל המגזרים והקהילות (תוך שימת דגש על ציבור חרדי וערבי) וכן לבצע קמפיין רדיו בנושא. כדי להשלים את המהלך ההסברתי קיימת חשיבות גדולה לצאת בקמפיין בכל הפלטפורמות באופן מיידי (כדי לעצור את מגמת העליה בתחלואה) במסגרת זו אבקש לצאת גם לקמפיין משפיענים ברשתות החברתיות שהתחסנו כנגד קורונה ומוכנים להעיד על עצמם שהתחסנו וכן הורים משפיענים שמוכנים להעיד שילדיהם חוסנו כנגד קורונה- צעד זה יסייע למאמץ הלאומי.

המהלך המשולב יסייע בידינו להגן על בני הנוער, משפחותיהם ולשמור על שגרת החיים בישראל.

בברכה,

עינב שימרון

סמנכ"לית הסברה ויחסים בינלאומיים

יום חמישי 24 ביוני 2021

לכבוד  
עו"ד יונתן ברמן  
מחלקת בג"צים בפרקליטות המדינה

**הנדון: חוות דעת בנושא שיתוף פעולה עם משפיעני רשת לטובת קמפיין עידוד חיסוני נוער מטעם משרד הבריאות**

לאור עליית התחלואה והסכנה הקיימת בקרב הנוער הלא מחוסן, התבקשתי להביע בכתב את דעתי המקצועית לבקשת משרד הבריאות ומשרד ראש הממשלה, להשקת קמפיין לבני נוער בשיתוף עם משפיעני רשת ומובילי דעת קהל ברשתות החברתיות לעידוד חיסון נגד נגיף קורונה.

בני הנוער היום גולשים ברשתות החברתיות כמעט בצורה אבסולוטית. הם למדו לצרוך חדשות, להקשיב לסדר היום ולהיחשף לאג'נדות חברתיות דרך האינסטגרם, הסטורי והטיקטוק.

בני הנוער כמעט ולא רואים טלוויזיה, לא מקשיבים לרדיו ולא קוראים עיתונים. הרשתות החברתיות היא הפלטפורמה האפקטיבית היחידה בה ניתן להגיע אליהם ולהשפיע עליהם.

כל ניסיון לפנות אל בני הנוער בפלטפורמה פרסומית אחרת, שאינה הסביבה הטבעית שלהם, יהיה לא אפקטיבי ובזבוז של כספי ציבור.

בני הנוער מבליים ברשתות החברתיות כ-4 שעות ביום בממוצע. הם עוקבים אחרי משפיעני רשת שונים, מייצרים איתם אינטראקציות ומקשיבים למה שיש להם לומר.

השימוש במשפיעני רשת מחוסנים אשר כוללים עשרות או לעיתים מאות אלפי עוקבים היא הדרך האפקטיבית ביותר להשפיע על בני הנוער להתחסן. בני הנוער מאמינים למשפיענים ומושפעים על ידם.

אני ממליצה לגייס לטובת המהלך כ-50 משפיענים מחוסנים ולצאת לדרך בשיתוף פעולה, בו המשפיענים ידברו אל בני הנוער בגובה העיניים וימליצו להם להתחסן.

לאור חשיבות הנושא לבריאות הציבור, לנוער בישראל ולכלל האזרחים, ברצוני להמליץ על יציאה לדרך עם השת"פ שיכלול על גבי הקריאייטיב של כל משפיען ומשפיען גילוי נאות כי מדובר בפרסומת בתשלום מטעם משרד הבריאות.

בכבוד רב,  
שירה רוזנשטיין  
מנהלת תחום בכירה דיגיטל לפמ

שירה רוזנשטיין  
מנהלת תחום דיגיטל  
לשכת הפרסום הממשלתית

תאריך: 24 ביוני 2021  
י"ד בתמוז התשפ"א

לכבוד  
עו"ד יונתן ברמן  
מחלקת בג"צים  
פרקליטות המדינה  
ירושלים

שלום רב,

**הנדון: גילוי נאות במסגרת קמפיין משפיעני רשת עבור משרד הבריאות**

בהמשך לבקשת משרד הבריאות להוציא אל הפועל קמפיין פרסומי דחוף לעידוד התחסנות בקרב בני נוער באמצעות משפיעני רשת, כמפורט במכתבה של גב' עינב שמרון, ולמכתבה של גב' שירה רוזנשטיין, מנהלת מחלקת הדיגיטל בלפ"מ, המפרט את הצורך המקצועי בקמפיין מסוג זה, הננו לפרט את אופן מתן הגילוי הנאות בפרסום.

נציין, כי הכללים אשר יפורטו להלן לגבי אופן מתן הגילוי הנאות בפרסום באמצעות משפיעני רשת הינם ברוח הכללים אשר ייקבעו במסגרת הנוהל הזמני שמגבשת לפ"מ בימים אלה, בהתאם להודעת המדינה כפי שהוגשה במסגרת בג"צ 5664/19 עו"ד שחר בן מאיר נ' היועץ המשפטי לממשלה ואח', ואשר טרם אושרו באופן סופי.

במסגרת הודעת המדינה כאמור, נאמר כי לפ"מ תקבע בטיטות נוהל זמני 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.

בנסיבות המקרה דנן, בו עומד על הפרק קמפיין פרסומי באמצעות משפיעני רשת ברשתות החברתיות "אינסטגרם" ו-"טיקטוק", גובשו הכללים, בין היתר, בהתבסס על עמדת היועץ המשפטי לממשלה בת"צ 29075-04-19 ות"צ 15396-05-18, מיה שנברגר ואח' נ' עדיקה סטייל ואח', שעניינן בתחולת הוראות חוק הגנת הצרכן ויישומן על פרסומים ברשת החברתית "אינסטגרם", כמו גם על העקרונות הכלליים שעמדו בבסיס עמדת היועץ המשפטי לממשלה בהליכים נוספים.

**להלן הכללים אשר יחולו ביחס לגילוי נאות בפרסום משרד הבריאות באמצעות משפיעני רשת:**

1. הפרסום יכלול גילוי נאות, כפי שמתחייב בכל שיתוף פעולה או פרסום ממומן עם יצרני תוכן ו/או מובילי דעה ו/או משפיעני רשת, בכל הרשתות החברתיות והפלטפורמות הדיגיטליות.
2. גילוי נאות כאמור יופיע בצורה בולטת ונגישה, בשפה העברית, 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.
3. בנסיבות העניין, כאשר מדובר בסרטון בפורמט וידאו (סטורי באינסטגרם, טיקטוק) – תופיע באופן קבוע ובמשך כל זמן הסרטון הודעה בנוסח "פרסומת בתשלום מטעם משרד הבריאות".
4. ההודעה תהיה באותיות בצבע בולט לעין הנוגד את הרקע, ניתנות לקריאה בנקל וזהות בהדגשתן, מתוחמת במסגרת שצבעה, עובייה והדגשתה כעובי האותיות שבהודעה.

אנו לרשותכם לכל שאלה או הבהרה נוספת.

בכבוד רב,



נתן בן יקיר, עו"ד  
היועץ המשפטי  
לשכת הפרסום הממשלתית