

1. זולת לשוויון זכויות אדם (ע"ר)
 2. גב' ליאורה ניר מתנועת רגולציה הוגנת
- על-ידי ב"כ עו"ד ד"ר יפעת סולל
סימטת יליג 4, תל-אביב
טלפון: 050-377723; דוא"ל: Yifat.solel@gmail.com

העותרות

נגד

1. היועצת המשפטית לממשלה
 2. ממשלת ישראל
 3. ראש ממשלת ישראל – ח"כ בנימין נתניהו
 4. לשכת הפרסום הממשלתית
- על-ידי פרקליטות המדינה,
משרד המשפטים, ירושלים
טלפון: 073-3925990; פקס: 02-6467011

המשיבים

תגובה מטעם המשיבים

1. בהתאם להחלטת בית המשפט הנכבד, ולארכה שניתנה, מתכבדים המשיבים להגיש את תגובתם המקדמית לעתירה.
 2. עניינה של העתירה בדרישות העותרים כי יינתן צו על תנאי המורה ליועצת המשפטית לממשלה "לקבוע הנחיות ברורות להתקשרויות בכירי השלטון ומשרדי ממשלה עם גופי תקשורת, בין שמדובר בהתקשרויות בתשלום או בשווה כסף או בהעדפה כלכלית, באופן שימנע ניצול לרעה ו/או העדפה כלכלית של גופי תקשורת פרטיים בהתאם לאינטרסים פוליטיים וכלכליים". בעתירתם, מעלים העותרים טענות בדבר העברת תקציבי פרסום ממשלתי המועברים לכאורה בהיקפים חסרי תקדים ובלא הצדקה עניינית לערוץ 14, על חשבון ערוצי תקשורת אחרים, בתקופת הממשלה הנוכחית. כמו כן, מפנים העותרים להחלטת ממשלה ומנכ"לים להפסקת התקשרויות עם עיתון הארץ. בהקשר נוסף נטען כי החלטת ראש הממשלה להתראיין או להתארח בתוכניות בערוץ 14 בלבד, אף היא עולה כדי העדפה פסולה והטבה כלכלית לערוץ 14 על חשבון מתחריו.
 3. אגב הטיפול בעתירה נערכו מספר ישיבות של גורמי המדינה, כדי לבחון אם נהלי לפ"מ והוראות התכ"מ, שעליהם נרחיב להלן, נותנים מענה מספק להקצאה יעילה ושוויונית של כספי ציבור בתחום הפרסום הממשלתי, כמו גם לחששות שהביעה העותרת, או שמא נדרש ביצוע התאמות בנהלים והוראות אלה.
- במסגרת השיח הפנימי שהתקיים במסגרת גיבוש התגובה לעתירה, לפי הנמסר מלפ"מ, בהתאם לפרקטיקה שנהגה עד כה, התפיסה הייתה שלפ"מ היא גוף ממליץ בלבד, בעוד שההחלטה הסופית בדבר ההתקשרות, לרבות ביחס לשאלה אם להתקשר גוף מדיה ספציפי כזה או אחר, מסורה למשרד הממשלתי.
- במסגרת השיח הפנים-ממשלתי, הובהרו וחודדו העמדות המשפטיות והמקצועיות, המבוססות על הוראות הדין והוראות התכ"מ ומעוגנות גם בנהלי לפ"מ.

בשורה התחתונה, הובהר כי לפ"מ אינה גורם ממליץ בלבד, אלא הגורם המוסמך להתקשר עם גופי המדיה, כמי שניתנה בידיה הסמכות לבצע את ההתקשרויות עבור פרסומים ממשלתיים במכרז או בפטור ממכרז (מכוח תקנת פטור ייעודית לה). על כן, לפ"מ נדרשת להפעיל סמכות זו בהתאם לכללי המשפט המינהלי ובכלל זאת על פי שיקולים מקצועיים, שיווינויים ואחידים.

יובהר כי בכוונת המשיבים לקדם את התאמת ההוראות, הנהלים או ההנחיות הצריכים לעניין זה, כדי להבטיח את יישומם של כללי המשפטי המינהלי בעניין זה באופן שקוף וברור. המשיבים יבקשו להגיש הודעה מעדכנת בדבר התאמות אלו, בעוד שלושה חודשים מהיום.

למען הסדר הטוב עוד יובהר, כי אין בכך כדי לגרוע מחובתה של לפ"מ לפעול בהתאם לכללי המשפט המינהלי, כגורם המבצע את ההתקשרויות, זאת גם כמובן בתקופה שבה יחודדו הנהלים וההנחיות.

4. בכל הנוגע להחלטת הממשלה והמנכ"לים בעניין הארץ – עניין זה נידון בעתירות נפרדות (בג"ץ 48751-12-24 ובג"ץ 12770-01-25) שבמסגרתן ניתן צו על תנאי ביום 6.6.25. מכל מקום, באותו עניין, הובהר על-ידי הייעוץ המשפטי לממשלה כי החלטות אלה התקבלו שלא כדין ואין לפעול לפיהן או ברוחן (מכתב המשנים ליועצת המשפטית לממשלה מיום 20.4.25 ומיום 1.6.25).

5. בהקשר הקונקרטי של הטענה להעדפה פסולה של ערוץ 14 בפרסום הממשלתי בטלוויזיה - לפי נתוני לפ"מ, ההתקשרות עם ערוץ 14 לפרסום בטלוויזיה נעשית בהתאם לנתח השוק שלו ובדומה לערוצי טלוויזיה אחרים. לפי עמדתה המקצועית של לפ"מ, חלוקה זו מאפשרת השגת חשיפה מקסימלית ויעילות פרסומית ונועדה להבטיח את הגעת המסר הממשלתי לציבור הרחב והרלוונטי ביותר. מכל מקום, במסגרת עבודת המטה שבכוונת המשיבים לערוך בחודשים הקרובים, לצורך קידום התאמת ההוראות, הנהלים או ההנחיות הצריכים לעניין, ייבחן גם נושא הפרסום בטלוויזיה, וזאת כדי להבטיח את יישומם של כללי המשפטי המינהלי באופן שקוף וברור גם בהיבט זה.

6. בכל הנוגע לסעד הנוסף שהתבקש, שעניינו העדפה נטענת של ראש הממשלה ושרים נוספים לחתראין בערוצי מדיה כאלה או אחרים – לעמדת המשיבים לא היה מקום לכרוך סעד זה במסגרת העתירה שעניינה בפרסומים ממשלתיים. מדובר בסוגיות שונות בתכלית, אשר חולשת עליהן מסגרת נורמטיבית שונה, ואין מקום לבררן יחדיו.

המסגרת הנורמטיבית והפרקטיקה – על לשכת הפרסום הממשלתי וגלגולו של קמפיין ממשלתי

7. לפ"מ, לשכת הפרסום הממשלתית, פועלת כמשרד פרסום עבור משרדי ממשלה, תאגידים סטטוטוריים, חברות ממשלתיות וגופים ציבוריים. לפ"מ אין תקציב פרסום משלה, והפרסום ממומן מתקציבי משרדי הממשלה והגופים הציבוריים שהיא נותנת להם שירותים. לפ"מ

פועלת לספק פרסום המתחשב בקהלי היעד שהגדיר המשרד או הגוף הציבורי, בצורכי המשרד ובמחירים שספקי המדיה מציעים.

8. בהתאם להוראת תכ"מ 7.6.4 בנושא "קבלת טובין ושירותים מגופים ממשלתיים", כלל משרדי הממשלה ויחידות הסמך הממשלתיות נדרשים לקבל את שירותי הפרסום מלפ"מ. כלומר, כאשר גוף ממשלתי מעוניין בשירותי פרסום, הוא מחויב לפנות ללפ"מ, והיא זו שמבצעת ומנהלת את ההתקשרות כדי לספק את שירותי הפרסום לגוף הממשלתי.¹ עוד ראו הוראת תכ"מ 15.3.2 בנושא "פרסומים ממשלתיים שאינם מסחריים".

צילום הוראת תכ"מ 7.6.4 מצורף ומסומן מ/ש/1.

צילום הוראת תכ"מ 15.3.2 מצורף ומסומן מ/ש/2.

9. לצורך ביצוע תפקידיה, מתקשרת לפ"מ בהסכמים עם גופים שונים – לצורך שירותי קריאטיב, מדיה, הפקה ועוד. לפ"מ, ככלל גופי הממשלה, כפופה לחוק חובת המכרזים, התשנ"ב-1992, ולתקנות חובת המכרזים, התשנ"ג-1993 (להלן בהתאמה: **חוק חובת המכרזים ו-תקנות חובת המכרזים**) ולהתקשרות בתווה לביצוע פרסום כאמור. תקנה 3(12) לתקנות חובת המכרזים קובעת פטור ממכרז ביחס להתקשרויות של לפ"מ לפרסום בכלי תקשורת: "**התקשרות של לשכת הפרסום הממשלתית לפרסום בכלי תקשורת; התקשרות כאמור תיעשה, ככל הניתן, לאחר בדיקת כמה הצעות הבאות בחשבון**" (להלן גם: **תקנת הפטור**). לאורך השנים, מיישמת לפ"מ את תקנת הפטור בצמצום, כאשר שיקול דעתה מודרך בעקרונות של הוגנות, שוויון והשאת מרב היתרונות לגוף הממשלתי, ובמקרים המתאימים מקיימת הליך מכרזי.

10. אופן פעולת לפ"מ ביחס לרכישת מדיה מוסדר בנוהל תכנון ורכש מדיה (1.8.2017) (להלן: **נוהל לפ"מ**). מטרתו של נוהל לפ"מ היא להנחות את מחלקת המדיה בלפ"מ ואת העוסקים ברכש מדיה בדיגיטל במלאכת תכנון ורכש המדיה, באמצעות **קביעת קריטריונים ואמות מידה לבחירת אמצעי המדיה וגופי המדיה בהם יבוצעו הפרסומים הממשלתיים, תוך הותרת שיקול דעת לגורמי המקצוע בשים לב לנסיבותיו הספציפיות של כל מקרה** (סעיף 3 לנוהל).

צילום נוהל תכנון ורכש מדיה של לפ"מ מצורף ומסומן מ/ש/3.

11. לאחר קבלת דרישה מטעם הגורם המקצועי במשרד הממשלתי הרלוונטי, פועלת לפ"מ להצגת מתווה פרסומי הכולל מספר אפשרויות על פי הבנתה המקצועית ובהתאם לשיקולים הקבועים בנוהל לפ"מ (סעיף 5.2), ובסופם נבחרת על ידי המשרד הממשלתי הרלוונטי האפשרות אשר צפויה לשרת באופן מיטבי את צרכי המשרד מקבל השירות.

12. כעולה גם מהוראות הנוהל, לפ"מ, אשר מעניקה שירותי פרסום למשרדי הממשלה ולגופים ציבוריים נוספים, מתכננת ורוכשת מדיה **משיקולים מקצועיים בלבד**, בהתאם לקהלי היעד

¹ הוראת תכ"מ מחריגה לעניין זה שירותים אותם ניתן לרכוש באמצעות **הודעת מכרז מרכזי**. "אספקת שירותי דיגיטל וטכנולוגיות מידע בתפוקות", **מס' 16.2.19** (דיגיטק) שאליו נתייחס בהמשך תגובה זו.

אשר הוגדרו על ידי משרדי הממשלה או הגופים הציבוריים, על מנת להביא לחשיפה רחבה ואפקטיבית של המסר הפרסומי, בין היתר בשים לב לנתוני חשיפה, מטרות הפרסום, שיקולי תקציב וקהלי היעד, כנהוג בתחום הפרסום והמדיה. ודוק, כאמור, לפי"מ היא האחראית על ההתקשרות והמתווה הפרסומי, ובתוך כך עליה לוודא כי ההגדרות שהועברו אליה על ידי המשרד הממשלתי מבוססות מבחינה עובדתית ומקצועית, וכי ההתקשרות שתבוצע מכוחן עומדת בהוראות הדין.

13. להשלמת התמונה נציין, כי קיים אפיק נוסף בעל זיקה לפרסום ברשת האינטרנט, וזאת במסגרת מיקור חוץ של ניהול ניו-מדיה דרך מכרז מרכזי מספר 07-2023 לאספקת שירותים בתפוקות בעולמות הדיגיטל וטכנולוגיות המידע למשרדי הממשלה (להלן: **מכרז דיגיטק**). מכרז דיגיטק הוא מכרז מרכזי של מנהל הרכש הממשלתי, שנועד לספק שירותי דיגיטל וטכנולוגיות מידע למשרדי הממשלה ויחידות הסמך בתפוקות (פרויקטים). המכרז כולל מגוון התמחויות לשירותים מתקדמים בעולמות הדיגיטל וטכנולוגיות המידע שאותם ניתן לרכוש דרך המכרז, לרבות שירותי ניהול הניו-מדיה (באתרי אינטרנט וברשתות החברתיות). אגב ההתקשרות עם ספק לניהול הניו-מדיה, באפשרות המשרדים להוסיף לפרויקט רכיב של "קידום ממומן" להגברת החשיפה של פרסום המשרד או פעולותיו ברשתות החברתיות. בנספח ב' להודעת התכ"ס מס' 16.2.19 בנושא המכרז, המפרט את ההתמחויות, פעילויות ותוצרים באשכולות הדיגיטל במכרז, צוין בשורה המפרטת את ההתמחות בניהול ניו מדיה כי "התמחות זו נותנת מענה לקידום ממומן (תשלום לרשת חברתית עבור פרסום באגרים או אתרים) אך לא לתוכן ממומן (כגון: מאמר דעה מטעם/כתבה שיווקית)". לפי בדיקת מינהל הרכש, בכשליש מהפרויקטים מוסיפים משרדי הממשלה את רכיב התוכן הממומן, וההוצאה הכוללת עליו מהווה פחות מ-10% מסך ההוצאות על רכישת שירותי ניהול ניו-מדיה במסגרת המכרז. נכון להיום, בחירת הספק לפרויקט מתבצעת לאחר קיום הליך תחרותי בין הספקים במערכת תיחורים דיגיטלית, שוויונית והוגנת. את עקרונות הקמפיין מגדיר המשרד בליווי של הספק הזוכה.

בהתאם למדיניות מכרז דיגיטק, מינהל הרכש הממשלתי, כעורך המכרז, מלווה את המשרד באופן כתיבת הדרישות, ובתהליך ביצוע המכרז. ההחלטות המקצועיות על עיצוב הפרויקט, נמצאות באופן בלעדי בידי המשרד, ובהן גם ההחלטה על היקף השימוש בשירותי קידום ממומן באמצעות הספק הזוכה. במהלך ההתקשרות המשרד רשאי להתייעץ עם כל גורם שהוא רואה לנכון בהגדרת רכיבי הפרויקט, בהם גורמי דוברות במשרד או במשרדים אחרים, לפי"מ והספק. יובהר כי שירותי הקידום הממומן מבוצעים כתשלום back-to-back והספק הזוכה אינו רשאי לקחת תקורות על הרכיבים הללו בהתקשרות.

14. להשלמת התמונה יצוין, כי עשויות להיות התקשרויות של משרד ממשלתי עם גופים תקשורתיים כאלה או אחרים, בהתאם להוראות דין אחרות (ובפרט חוק חובת מכרזים ותקנות חובת מכרזים). לעתים, עשוי להתלוות אליהן גם היבט של מתן חסות (בהתאם להוראת תכ"מ 15.3.1 מתן חסות על-ידי משרדי הממשלה ולתנאים שם).

במסגרת גיבוש התגובה החלה בחינה ראשונית של אפיקים אלו (שאינם במוקד העתירה), כדי לבחון אם נדרש ביצוע התאמות או הבהרות בהנחיות או בהוראות המסדירות עניינים אלה. בחינה זו נמצאת בשלבים ראשוניים.

הסעד העיקרי המבוקש בעתירה – קביעת הנחיות בנושא פרסומים ממשלתיים

15. הסעד המבוקש בעתירה הוא כי ייקבעו הנחיות כדי לוודא שאין ניצול לרעה או העדפה פסולה של אפיק תקשורת אחד על פני משנהו מטעמים שאינם ענייניים.

16. כפי שפורט ברקע הדברים, אין מחלוקת בין העותרים למשיבים על כך שהקצאת פרסומים ממשלתיים היא משאב ציבורי, שיש להקצותו בהתאם לכללי המשפט המינהלי, ובהתאם, אף יש להימנע מכל העדפה לא עניינית של ערוץ תקשורת מסוים על פני אחרים.

נושא רכש הפרסום הממשלתי מוסדר בתקנות חובת המכרזים, בהוראות תכ"מ ובנוהל תכנון ורכש מדיה של לפ"מ. נוהל אחרון זה קובע את העקרונות שלפיהם פועלת לפ"מ בהקשר של רכישת מדיה לטובת פרסום. ההצעות שמגבשת לפ"מ בהיבטי תכנון ורכישת מדיה נדרשות להיות מבוססות על שיקולים מקצועיים בלבד, בהתאם לקהלי היעד אשר הוגדרו על ידי לקוחותיה, על מנת להביא לחשיפה רחבה ואפקטיבית של המסר הפרסומי, בין היתר בשים לב לנתוני חשיפה, מטרות הפרסום, שיקולי תקציב וקהלי היעד, כנהוג בתחום הפרסום והמדיה.

כך למשל, בתחום התקשורת המודפסת, כאשר הצורך שהוגדר על ידי הלקוח הוא תפוצה לקהל יעד כללי, הצעת התכנון שתגובש על ידי לפ"מ תהיה תחילה לפרסום בשני העיתונים הנפוצים ביותר בישראל (נכון להיום, מדובר ב"ישראל היום" ו"ידיעות אחרונות"). לאחר מכן, אם קיים תקציב לפריסה רחבה יותר אזי, ההצעה תכלול פרסום בעיתונים נוספים בעלי אחוזי חשיפה נמוכים יותר (למשל עיתון הארץ, מעריב, מקור ראשון וכיו"ב). כמו כן, ככל שהמסר הפרסומי פונה למגזרים או לקהלי יעד ספציפיים, הצעת לפ"מ תכלול גם פרסום בעיתונות המגזרית או הרלוונטית ביותר בהתאם לקהל היעד. יוער כי היקף הפרסום בעיתונות הכתובה נמצא בירידה בשנים האחרונות, בראי השינוי בהרגלי צריכת התקשורת של הציבור הרחב.

בתחום הטלוויזיה, כאשר הצורך שהוגדר על ידי הלקוח הוא תפוצה לקהל יעד כללי, הצעת התכנון שתגובש על ידי לפ"מ תהיה, על פי רוב, פרסום בארבעת הערוצים המרכזיים בישראל (ערוץ כאן 11; ערוץ קשת 12; ערוץ רשת 13; וערוץ 14). כאשר השיקול העומד בליבת ההצעה הוא תפוצה רחבה בערוצים בעלי אחוזי הרייטינג הגבוהים בהתאם לנתח הרייטינג של כל ערוץ. כמו כן, ככל שהמסר הפרסומי פונה למגזרים או לקהלי יעד ספציפיים, הצעת לפ"מ תכלול גם פרסום בערוצים נוספים בהתאם לקהל היעד.

17. יחד עם זאת, לפי הנמסר מלפ"מ במסגרת בירור העתירה, בהתאם לפרקטיקה שנהגה עד כה, התפיסה הייתה שלפ"מ היא גוף ממליץ בלבד, אשר מבססת את המלצתה על שיקולים מקצועיים כאמור, בעוד שההחלטה הסופית בדבר ההתקשרות, לרבות ביחס לשאלה אם להתקשר עם גוף מדיה ספציפי כזה או אחר, מסורה למשרד הממשלתי.

18. במסגרת השיח הפנימי שהתקיים במסגרת גיבוש התגובה לעתירה, הובהר כי על-פי הדין והוראות התכ"מ שפורטו לעיל, **לפ"מ היא הגורם המוסמך לביצוע ההתקשרויות לפרסום של גופים ממשלתיים** (במכרז או בפטור ממכרז) והיא זו שמבצעת ומנהלת אותן בפועל. לצורך כך, הותקנה עבודה תקנת הפטור, בשים לב למאפייני עבודתה, באמצעותה היא יכולה לבצע התקשרויות לפרסום בכלי תקשורת בפטור ממכרז, בכפוף לתנאים המופיעים בתקנה. כאמור לעיל, אף בתקנת פטור זו נעשה שימוש בצמצום.

משכך, לפ"מ היא אינה גוף ממליץ גרידא, אלא היא בעצמה הגוף המתקשר, שעליה מוטלות כלל החובות החלות על רשות מינהלית בעת ביצוע התקשרות. כפועל יוצא, לפ"מ מוסמכת וחייבת – מכוח הוראות הדין והנהלים – לבצע את ההתקשרויות **על בסיס שיקולים מקצועיים בלבד**, המשקללים את דרישותיו המקצועיות של המשרד הממשלתי בהיבטי קהל היעד ומטרות הפרסום, יחד עם חובתה של הרשות להוציא את כספי הציבור בצורה שוויונית ויעילה. זאת, לאחר בחינת מכלול השיקולים שעל הפרק כולל בחינת השיקולים המקצועיים שמציג בפניה המשרד או הגוף טרם ההתקשרות, שכן האחריות להתקשרות כמכלול מוטלת, כאמור, על לפ"מ, בין אם בעקבות מכרז, ובין אם לפי תקנת הפטור.

למותר לציין כי אין כל מקום לשקול שיקולים של העדפה לא עניינית של גוף תקשורת כזה או אחר. משכך, ברי כי בקשה של משרד ממשלתי לפרסום או שלא לפרסום באפיק תקשורת מסוים, במישרין או בעקיפין, אינה יכולה לגבור על חובתה של לפ"מ לבדוק את התשתית העובדתית והמקצועית שעליה נסמכת הבקשה. דהיינו, בקשה של משרד ממשלתי או גוף ציבורי שאינה מבוססת על שיקול ענייני ומקצועי משכנע, אינה יכולה לגבור על שיקול הדעת המקצועי של לפ"מ.

19. **לשם הבהירות, ובשים לב לתפיסה שהייתה נוהגת עד כה בדבר מעמדה של לפ"מ אל מול המסגרת הנורמטיבית כפי שפורטה, בחודשים הקרובים יקודם ביצוע התאמות בהנחיות או בנהלים הצריכים לעניין אשר מדריכים ומסדירים את עבודתה של לפ"מ מול משרד הממשלה. המשיבים יבקשו לשוב ולעדכן בעניין זה בתוך שלושה חודשים.**

המענה לטענות הקונקרטיות ביחס להיקף הפרסום הממשלתי דרך לפ"מ בערוץ 14

20. במסגרת העתירה העותרת טוענת להעדפה פסולה של ערוץ 14, מטעמים שאינם ענייניים לכאורה, בהיקפי הפרסום הממשלתי בטלוויזיה.

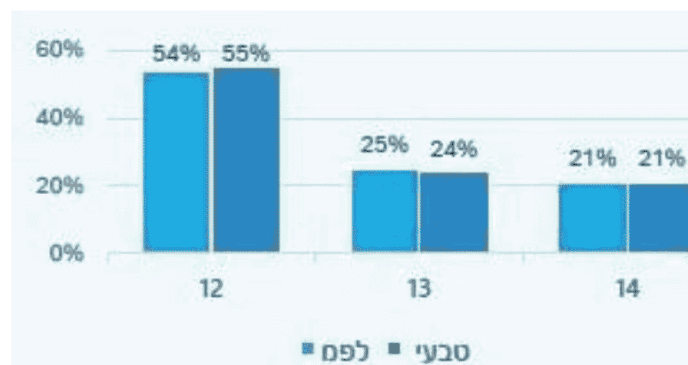
21. לפי נתוני לפ"מ, ההתקשרות עם ערוץ 14 לפרסום בטלוויזיה נעשית בהתאם לנתח השוק שלו ובדומה לערוצי טלוויזיה אחרים. לפי עמדתה המקצועית של לפ"מ, חלוקה זו מאפשרת השגת חשיפה מקסימלית ויעילות פרסומית ונועדה להבטיח את הגעת המסר הממשלתי לציבור הרחב והרלוונטי ביותר.

22. זאת ועוד, הסכמי ההתקשרות של לפ"מ עם חלק מרשתות הטלוויזיה, לרבות ערוץ 14, מבוססים על היקפי התקשרות שנתיים הנגזרים, בין היתר, מנתוני הרייטינג של הערוצים השונים. בחלק מהמקרים, הקצאת תקציבי הפרסום על-ידי לפ"מ לערוצים נעשית לפי נתוני הרייטינג, כאשר בחישוב שנתי ישנה הלימה יחסית בין היקפי הפרסום הממשלתי לבין נתח הרייטינג של אותו ערוץ.

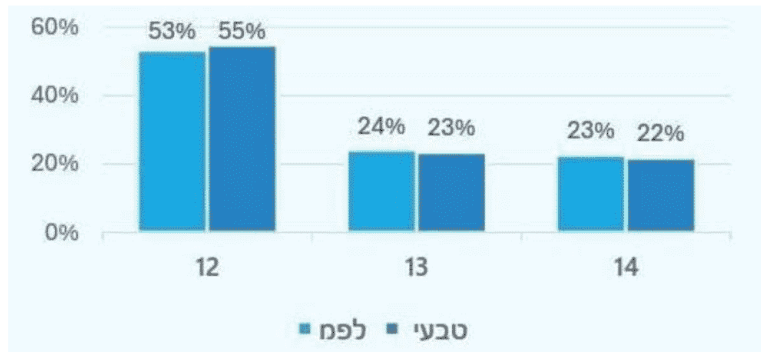
23. יוער, כי ערוץ 14 נכנס כחבר בוועדת המדרוג בחודש מרץ 2022. קודם לכן, לא עמדו לרשות לפ"מ נתוני רייטינג רשמיים ביחס לערוץ זה, והיכולת לשלבו בתמהיל הפרסום הייתה מוגבלת יותר, בהיעדר מידע רלוונטי לצורך פריסת הפרסומים הממשלתיים. עם הצטרפותו לוועדת המדרוג, החלה בחינה מקצועית מלאה של הערוץ, בהתאם לעקרונות שוויוניים המבוססים על נתוני צפייה מדודים, כאשר לפ"מ פועלת להקצאת התקציב לצרכי פרסום בערוצי הטלוויזיה השונים, בהתאם לשיקולים המקצועיים שעליהם אמונה, כמפורט בנוהל רכישת מדיה.

24. כאשר בוחנים את ההוצאה הממשלתית על פרסום בטלוויזיה כמכלול, ישנה ככלל הלימה בין נתח השוק "הטבעי" של ערוצי הטלוויזיה לבין נתח השוק בפרסום הממשלתי. יוסבר, כי נתח השוק "הטבעי" הוא המדד המתאר את חלקו היחסי של ערוץ טלוויזיה מסויים מתוך כלל הצפייה בפועל בטלוויזיה בזמן נתון. החישוב של נתח השוק "הטבעי" (מתוך נתוני ועדת המדרוג) משקף את חלקו של הערוץ בהשוואה למתחרים הרלוונטיים בתקופה הנבחנת. הדבר עולה גם מבדיקה שנערכה על ידי חברת "Bakara", חברה חיצונית המתמחה בתחום בקרת המדיה ומספקת ללפ"מ שירותי ייעוץ, תכנון, וליווי מדיה, בכל הפלטפורמות וערוצי הפרסום, אשר ערכה עבור לפ"מ פילוח השוואתי בין נתח הפרסום בשלושת הערוצים המסחריים המרכזיים לבין נתח השוק הטבעי שהוגדר לעיל, בשנים 2024-2025, כדלקמן².

פילוח הנתונים לשנת 2024:



² בשים לב לכך שלפ"מ ככלל אינה מפרסמת בשבת, נתח השוק "הטבעי" אינו כולל את שעות הצפייה בשבת.



25. מכל מקום, במסגרת עבודת המטה שבכוונת המשיבים לערוך בחודשים הקרובים, לצורך קידום התאמת ההוראות, הנהלים או ההנחיות הצריכים לעניין, ייבחן גם נושא הפרסום בטלוויזיה, וזאת כדי להבטיח את יישומם של כללי המשפטי המינהלי באופן שקוף וברור גם בהיבט זה.

נושא הראיונות של ראש הממשלה ושרים נוספים והטענה להעדפה פסולה של ערוצים מסוימים

26. בכל הנוגע לסעד הנוסף שהתבקש בעתירה, שעניינו העדפה נטענת של ראש הממשלה ושרים נוספים להתראיין בערוצי מדיה כאלה או אחרים – לעמדת המשיבים לא היה מקום לכרוך סוגיה זו עם סוגיית הפרסומים הממשלתיים, לנוכח השוני המהותי במטריה ובמסגרת הנורמטיבית. [ראו למשל בג"ץ 7753/23 האגודה לזכויות האזרח בישראל נ' השר לביטחון לאומי, פסקה 25 (נבו 23.11.2023); בג"ץ 1755/21 עמותת אנשי האמת נ' ראש ממשלת ישראל, פסקה 2 (נבו 15.3.2021)]. די בכך, לשיטת המשיבים כדי להביא למחיקת סעד זה על הסף.

27. מדובר בסוגיה שונה בתכלית מן הסוגיה שבה עוסק הסעד העיקרי בעתירה, ולכן לא היה מקום לכרוך את הדברים בצוותא חדא, ודי בכך כדי להביא לדחיית סעד זה על הסף.

סוף דבר

28. לנוכח המקובץ, ובכלל זאת בשים לב להבהרות ביחס למסגרת המקצועית והמשפטית החלה על לפ"מ ומשרדי הממשלה ביחס להתקשרויות הנוגעות לפרסומים ממשלתיים, כמו גם השלמת בחינה של היבטים נוספים, ולאור ההבהרה כי בכוונת המשיבים לקדם התאמות בהנחיות או בהוראות הצריכות לעניין בהתאם למסגרת המשפטית האמורה, יבקשו המשיבים לשוב ולעדכן בתוך שלושה חודשים.

³ פילוח הנתונים בשנת 2025 מתייחס לחודש פברואר עד לחודש יולי 2025.

29. העובדות המפורטות בתגובה הנוגעות ללפ"מ, אומתו ואושרו על-ידי מר ישראל פריד, מנהל תחום בכיר – מדיה ודיגיטל בלפ"מ. בשל טעמים טכניים, לא ניתן היה להחתימו על תצהיר היום ועל כן תצהירו יוגש בהקדם האפשרי.

30. העובדות המפורטות בתגובה זו ביחס לסעיף 13, נתמכות בתצהיו של מר אלון קינסט, מנהל מינהל הרכש במשרד האוצר.

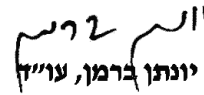
היום, ח' בחשון תשפ"ו

30 באוקטובר 2025



גיא ורדי, עו"ד

סגן בכיר במחלקת הבג"צים
בפרקליטות המדינה

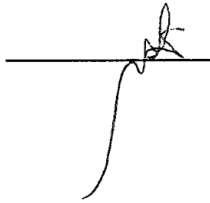


סגן בכיר א' במחלקת הבג"צים
בפרקליטות המדינה

תצהיר

אני הח"מ, אלון קינסט, מצהיר בזאת כדלקמן:

1. אני משמש בתפקיד מנהל מינהל הרכש במשרד האוצר.
2. תצהירי זה ניתן בתמיכה לתגובה מטעם המשיבים בבג"ץ 23577-02-25 (להלן: "התגובה").
3. העובדות האמורות בתגובה ביחס לסעיף 13 נכונות למיטב ידיעתי ואמונתי.
4. הנני מצהיר כי זה שמי וזו חתימתי ותוכן תצהירי אמת.



אישור

אני הח"מ, יובל אמיר, עו"ד, מאשר בזה כי ביום 28 באוקטובר 2025 הופיע בפני מר אלון קינסט, המוכר לי אישית, ולאחר שהזהרתיו כי עליו לומר את האמת שאם לא יעשה כן יהיה צפוי לעונשים הקבועים בחוק, חתם בפני על תצהירו.

יובל אמיר, עו"ד
מ.ר. 92077

תוכן עניינים

עמ'	שם הנספח	מס'
12	צילום הוראת תכ"מ 7.6.4	מש/1
22	הוראת תכ"מ 15.3.2	מש/2
28	צילום נוהל תכנון ורכש מדיה של לפ"מ	מש/3

נספח מש/1

צילום חוראת תכ"מ 7.6.4

עמ' 12



פרק ראשי	התקשרויות ורכישות
מס' הוראה	7.6.4
מהדורה	10

1. מבוא

- 1.1. משרדי הממשלה ויחידות הסמך (להלן: "משרדי הממשלה" או "המשרד") מקבלים טובין ושירותים מגופים ממשלתיים, שבמסגרת תפקידם מספקים שירותים למשרדי הממשלה.
- 1.2. קבלת שירותים מגופים ממשלתיים אלה אינה כפופה לחוק חובת המכרזים, התשנ"ב-1992 ותקנות חובת המכרזים, תשנ"ג-1993 (להלן: "תח"ם"), ובהתאם לכך, אינה מחויבת בהליך מכרזי או בהליך פטור ממכרז טרם קבלתה.
- 1.3. התקשרויות עם חברות ממשלתיות (לרבות ענבל חברה לביטוח בע"מ) ותאגידים שהוקמו על פי דין, תעשנה בהתאם לתח"ם (ראה הוראת תכ"ם, "פטור מחובת המכרז", מס' 7.6.1).
- 1.4. מטרת ההוראה להנחות את משרדי הממשלה בדבר התנאים שבהם ניתן לקבל טובין ושירותים מגופים ממשלתיים.
- 1.5. ראה הגדרות הוראה זו בנספח א – הגדרות.

2. הנחיות לביצוע

- 2.1. קבלת טובין או שירותים תתאפשר רק מגופים ממשלתיים בנושאים ובתנאים המפורטים בנספח ב – גופים ממשלתיים המספקים טובין ושירותים.
- 2.2. קבלת טובין או שירותים מגופים ממשלתיים אלה תבוצע בכפוף לכללים הבאים:
 - 2.2.1. קבלת הטובין והשירותים תבוצע על פי הכללים המפורטים בהוראות תכ"ם בנושא "ביצוע תקציב", בפרק 1.
 - 2.2.2. משרד שמעוניין לבצע רכש של שירותים או טובין, אותם חובה לקבל מגוף ממשלתי כמפורט בנספח ב – גופים ממשלתיים המספקים טובין ושירותים, מספק צד ג' (שאינו גוף ממשלתי), נדרש לאישור מנהל מינהל הרכש הממשלתי.
 - 2.2.3. במקרים שבהם קיים מכרז מרכזי בנושא, קבלת הטובין והשירותים תיעשה בהתאם לאמור בהודעת המכרז המרכזי הרלוונטית (ראה הוראות תכ"ם בנושא "הודעות מכרזים מרכזיים", בפרק 16) או באישור ועדת הפטור המרכזית לפי תקנה 14 לתח"ם.
 - 2.2.4. רכישה שלא בהתאם לאמור בהוראה זו תהיה באישור מנהל מינהל הרכש הממשלתי, ותובא לידיעת הגוף הממשלתי הרלוונטי. במקרים של רכישה מכח מכרז מרכזי, הרכישה תבצע בהתאם לאמור בהודעת המכרז המרכזי הרלוונטית.

3. מסמכים ישימים

- 3.1. חוק חובת המכרזים, התשנ"ב-1992.
- 3.2. חוק רשות מקרקעי ישראל, התש"ר-1960.





קבלת טובין ושירותים מגופים ממשלתיים

פרק ראשי	התקשרויות ורכישות
מס' הוראה	7.6.4
מהדורה	10

- 3.3. [תקנות חובת המכרזים, תשנ"ג-1993.](#)
- 3.4. [תקנות התעבורה התשכ"א-1961.](#)
- 3.5. [תקנות המדידות \(מדידות ומיפוי\), תשע"ו-2016.](#)
- 3.6. [פקודת הסטטיסטיקה \(נוסח חדש\), התשל"ב-1972.](#)
- 3.7. [החלטת ממשלה, "שמאות מקרקעין", מס' 4796 מיום 24 בינואר 1999.](#)
- 3.8. [הוראות תכ"ם בנושא "ביצוע התקציב", פרק 1.](#)
- 3.9. [הוראות תכ"ם בנושא "הודעות מכרזים מרכזיים", פרק 16.](#)
- 3.10. [הוראת תכ"ם, "פטור מחובת המכרז", מס' 7.6.1.](#)
- 3.11. [הוראת תכ"ם, "הגדרות בנושא התקשרויות ורכישות", מס' 7.0.1.](#)
- 3.12. [הוראת תכ"ם, "שירותי מערך הדיגיטל הלאומי", מס' 14.1.1.](#)
- 3.13. [הוראת תכ"ם זמנית, "רכישות מלשכת העיתונות הממשלתית", מס' 7.6.4.1.](#)
- 3.14. [הודעת מרכז מרכזי, "אספקת שירותי דיגיטל וטכנולוגיות מידע בתפוקות", מס' 16.2.19.](#)
- 3.15. [הודעת מרכז מרכזי, "אספקת ריהוט משרדי", מס' 16.5.6.](#)

4. נספחים

- 4.1. [נספח א – הגדרות.](#)
- 4.2. [נספח ב – גופים ממשלתיים המספקים טובין ושירותים.](#)
- 4.3. [נספח ג – טבלת שינויים שבוצעו בהוראה.](#)





קבלת טובין ושירותים מגופים ממשלתיים

פרק ראשי	התקשרויות ורכישות
מס' הוראה	7.6.4
מהדורה	10

נספח א

הגדרות

1. גוף ממשלתי – כל משרד ממשרדי הממשלה או יחידות הסמך של משרד כאמור, למעט משרד הביטחון.
2. התקשרות (בהוראה זו) – הסכם שעליו חתום משרד מול גורם ממשלתי ונועד לביצוע עסקה בטובין או במקרקעין, לביצוע עבודה או לרכישת שירותים.
3. מקרקעין – כהגדרתם בחוק רשות מקרקעי ישראל, התש"ר-1960.
4. שירותים – תחזוקת מבנים, מכשירים, וכן ביצוע שינויים ושיפוצים, שירותי ניקיון, מזון, שירותי הסעות, עבודות בתחומי התכנון, העיצוב, ההנדסה, האדריכלות, וכן ייצוג משפטי, ראיית חשבון, בוררות, ייעוץ, מחקר, שירותי אבטחה ושמירה.
5. תאגיד – תאגיד שהוקם בחוק.
6. ראה הגדרות נוספות בהוראת תכ"ם, "הגדרות בנושא התקשרויות ורכישות", מס' 7.0.1.



קבלת טובין ושירותים מגופים ממשלתיים

נספח ב

גופים ממשלתיים המספקים טובין ושירותים

משרד/יחידה	הטובין/שירות	חובה/רשות לקבל מהגוף הממשלתי	עלויות
משרד רוה"מ - הלשכה המרכזית לסטטיסטיקה (הלמ"ס)	קיום התייעצות עם הלמ"ס טרם ביצוע כל פעולה סטטיסטית (בהתאם למפורט ב פקודת הסטטיסטיקה (נוסח חדש) התשל"ב-1972) ביצוע פעולה סטטיסטית באמצעות הלמ"ס	חובה	
משרד רוה"מ - לשכת העיתונות הממשלתית (לע"מ)	<p>שירותי צילום:</p> <ol style="list-style-type: none"> שירותי תצלומים מתוך אתר התצלומים הלאומי של לע"מ. שירותי ארכיון וידאו של לע"מ ממגוון אירועים ממלכתיים וחדשותיים. שירותי צילום, תיעוד ועריכה למשרדי הממשלה, לרבות שידורים חיים. צילום דיוקן של שרים ומנכ"לים. <p>אולם תדרוכים:</p> <ol style="list-style-type: none"> מסיבת עיתונאים. תדרוכים לכלי התקשורת. <p>הכשרה בתקשורת, עיתונות והופעה מול קהל ומצלמה:</p> <ol style="list-style-type: none"> סדנאות לימוד והכשרה לשרים, מנכ"לים, סמנכ"לים, דוברים ופקידי ממשל וציבור בכירים, לרבות תאגידי סטוטוריים וגופים ציבוריים. <p>תקשורת זרה:</p> <ol style="list-style-type: none"> שירותי דוברות והפצה למשרדי הממשלה אל מול התקשורת הזרה. קיום סיורים ותדרוכים. <p>אולפן טלוויזיה:</p> <ol style="list-style-type: none"> ראיונות של שרים ומנכ"לים לכל גוף תקשורת, בארץ ובעולם. 	<p>בהתאם לאמור בהוראת תכ"ם זמנית "רכישות מלשכת העיתונות הממשלתית" מס' 7.6.4.1.</p> <p>בהתאם לאמור בהוראת תכ"ם זמנית "רכישות מלשכת העיתונות הממשלתית" מס' 7.6.4.1.</p>	
משרד רוה"מ - לשכת הפרסום הממשלתית (לפ"מ)	<p>פרסום ופעילות באינטרנט</p> <ol style="list-style-type: none"> פרסום במערכות ממוחשבות (אינטרנט וסולר). ניהול קמפיינים ברשתות חברתיות, ניהול קמפיינים במנועי חיפוש דוגמת Google ואחרים, עיצוב אתרי נחיתה לקמפיינים (מיניסטיים) וטיפול בתכנים באינטרנט. <p>הפקות לציבור הרחב</p> <ol style="list-style-type: none"> הפקת סרטים. הפקת תשדירים. 	<p>חובה, למעט שירותים אותם ניתן לרכוש באמצעות הודעת מכרז מרכזי "אספקת שירותי דיגיטל וטכנולוגיות מידע בתפוקות" מס' 16.2.19.</p> <p>חובה, למעט שירותים אותם ניתן לרכוש באמצעות הודעת מכרז מרכזי "אספקת שירותי"</p>	<ol style="list-style-type: none"> לפ"מ תהיה רשאית לגבות דמי טיפול, בעבור השירותים המפורטים להלן, אשר גובהם יחושב כאחוז מסך התשלומים הנדרשים לכיסוי הוצאות השירותים, כמפורט להלן (המחירים אינם כוללים מע"מ): <ul style="list-style-type: none"> פרסום ופעילות באינטרנט – 12%. הפקות – 10%. פרסום בערוצי מדיה – 8%. עבודות אחרות – 8%.





קבלת טובין ושירותים מגופים ממשלתיים

פרק ראשי התקשרויות ורכישות

מס' הוראה 7.6.4

מהדורה 10

משרד/יחידה	הטובין/שירות	חובה/רשות לקבל מהגוף הממשלתי	עלויות
	<p>פרסום בערוצי מדיה</p> <ol style="list-style-type: none"> פרסום בטלוויזיה - לרבות אמצעים אינטראקטיביים. פרסום ברדיו. פרסומת חוצות. פרסום בעיתונות. פרסום בבתי קולנוע - סרטוני פרסומת ושקופיות. פרסומת בתחבורה הציבורית. שיתופי פעולה עם כלי התקשורת (ערוצי טלוויזיה, כבלים ולוויין, רדיו, עיתונים, אינטרנט וכדומה). תכנון, שיווק ורכישת מדיה. תכנון (אסטרטגיה ו-planning) וערכת מסעי פרסום. רעיונאות (קופירייטינג). פעולות שיווק יחסי ציבור. פרסום בחוץ לארץ 	<p>דיגיטל וטכנולוגיות מידע בתפוקות, מס' 16.2.19.</p> <p>חובה, למעט שירותים אותם ניתן לרכוש באמצעות הודעת מכרז מרכזי, "אספקת שירותי דיגיטל וטכנולוגיות מידע בתפוקות", מס' 16.2.19.</p>	<ul style="list-style-type: none"> פרסום בחוץ לארץ - 6% בעת דרישת התשלום ממשרדי הממשלה ויחידות הסמך, תציג לפ"מ חשבון עסקה המפרט את הנושאים הבאים: רשימת שירותי הפרסום שנרכשו ועלותם. דמי הטיפול שנגבו עבורם. סך העלות לחיוב. התשלום הסופי לפ"מ יכלול את הוצאות השירותים, דמי טיפול ומע"מ כד"ן. אחת לתקופה יהיו רשאים הסגן הבכיר לחשב הכללי האחראי על לפ"מ ומנהל לפ"מ לבצע שינויים בדמי הטיפול של לפ"מ.
מערך הלאומי - ממשל זמין	ראה הוראת תכ"ם "שירותי מערך הדיגיטל הלאומי" , מס' 14.1.1.	ראה הוראת תכ"ם "שירותי מערך הדיגיטל הלאומי" , מס' 14.1.1.	
משרד האוצר - המדפיס הממשלתי	רכישת שירותי דפוס (כולל עלות הנייר והעבודה).	רשות	
משרד התחבורה והבטיחות בדרכים	שירותים בתחומי התחבורה השונים: רכב ונהיגה. חיבור למאגרי מידע ונכסי מידע לקבלת פרטים, דוגמת: מאגר נהגים, רכב, שיטת ניקוד, סוחרי רכב ועוד.	רשות	תעריפי אגרות בעד מידע מתוך מאגרי המידע של רשות הרישוי: מספר נקודות כמשמעותן בתקנה 544 ומאפייני בעלים קודמים של רכב קבועים בחלק ה' לתוספת הראשונה לתקנות התעבורה התשכ"א-1961 .
משרד התחבורה והבטיחות בדרכים - שרות מטאורולוגי	שירותים בתחומים הבאים: <ol style="list-style-type: none"> תחזיות ואזהרות מזג האוויר לטווחי זמן שונים. ערכת מחקרים מטאורולוגיים, כולל סקרים ועיבודים קלימטולוגיים. הערכת שינויי האקלים וחישוב השינויים (בעבר ובעתיד) במדדי אקלים המשפיעים על מגזרים שונים. ייעוץ וחוות דעת בנושאים מטאורולוגיים. 	חובה	שירותים אלו ניתנים על ידי השירות המטאורולוגי על בסיס משאביו בחנים לכל משרדי הממשלה ויחידות הסמך. במקרה שבו תבקש יחידה ממשלתית כי השירות המטאורולוגי ירכוש ציוד או כוח אדם חיצוני לצורך מתן שירות ייחודי עבודה, תידרש היחידה להעביר לשיחת המטאורולוגי את



קבלת טובין ושירותים מגופים ממשלתיים

משרד/יחידה	הטובין/שירות	חובה/רשות לקבל מהגוף הממשלתי	עלויות
	<p>5. אספקת נתונים מטאורולוגיים גולמיים ומעובדים.</p> <p>6. הרצת מודלים מטאורולוגיים.</p> <p>7. קבלת סריגי מודלים מטאורולוגיים ושימוש במודלים מטאורולוגיים.</p> <p>8. ייעוץ ברכישת מכשירים מטאורולוגיים והקמת תחנות מטאורולוגיות.</p>		<p>עלות הרכש הנדרש (cost recovery).</p>
<p>משרד התחבורה והבטיחות בדרכים – רשות התעופה האזרחית</p>	<p>1. סימני לאומיות ורישום בפנקס כלי הטיס לכלי טיס של גופים ממשלתיים שונים (משטרה, משרד החקלאות, רשות הכבאות).</p> <p>2. מתן תעודות כושר טיסה לכלי טיס לרבות כטב"מים (כלי טיס בלתי מאוישים) של גופים ממשלתיים שונים (משטרה, משרד החקלאות, רשות הכבאות).</p> <p>3. רישוי עובדי טיס לרבות מטיסי כטב"מים לגופים ממשלתיים שונים (משטרה, משרד החקלאות, רשות הכבאות).</p> <p>4. רישוי מנחתים בבעלות הממשלה (בתי חולים ממשלתיים של משרד הבריאות).</p> <p>5. מידע על אודות הגבלות בנייה.</p>	<p>חובה</p>	<p>התעריפים בעד שירותים אלה קבועים בתקנות הטיס (אגרות רישום, רישוי ותיעוד), התש"ע – 2009, הם אחידים וחלים על כלל הגופים המבקשים שירותים אלו. תעריפים אלו מפורסמים באתר רת"א.</p>
<p>משרד התחבורה והבטיחות בדרכים – רשות הספנות והנמלים</p>	<p>1. שירותים לכלי שיט, בדיקות כלליות לצורך מתן כשירות לשיט, בדיקות בהתאם לאמנות בינלאומיות, מתן היתר טעינה למטענים מסוכנים והשגחה על טעינה כאמור.</p> <p>2. רישום כלי שיט, מתן תעודת רישום, רישום העברת בעלות, מחיקת כלי שיט מפנקס הרישום ושינוי שם כלי השיט.</p> <p>3. מדידת תפוסתו של כלי שיט, חישוב התפוסה, סימונה ושירותי מדידה אחרים.</p> <p>4. ניהול יומן כלי שיט.</p> <p>5. שירותי יומן רדיו טלפון ויומן טלגרף.</p> <p>6. מתן אישורים לביצוע פעולות בכלי שיט והליכי רישום משכנתאות על כלי שיט.</p> <p>7. בחינות ומתן תעודות הסמכה לימאים ומתן אישורים הנוגעים לפעילות ימאים.</p> <p>8. בחינות ומתן תעודות משיט.</p> <p>9. מתן היתר לפעילות ספנות חופית.</p> <p>10. שירותי מגדלור לכלי שיט.</p>	<p>חובה</p>	<p>תעריפי אגרות הספנות והנמלים קבועים בתקנות הבאות:</p> <ul style="list-style-type: none"> • תקנות הנמלים (בטיחות השיט), התשמ"ג-1982. • תקנות הספנות (כלי שיט) (רישום וסימון) התשכ"ב-1962. • תקנות ספנות (כלי שיט) (מדידת תפוסתם של כלי שיט), התשמ"ג-1983. • תקנות הנמלים (יומן רשמי לכלי שיט), התשי"ז-1957. • תקנות הנמלים (אגרת שירותי ספנות), התש"ך-1960. • תקנות הספנות (כלי שיט) (בניה ורכישה של כלי שיט ומשכנתאות עליהם), התשס"ב-2002. • תקנות הספנות (ימאים), התשס"ב-2002. • תקנות הספנות (ימאים) (משיטי כלי שיט קטנים), התשנ"ח-1998. • תקנות ספנות חופית (היתר לכלי שיט זר) (בקשה להיתר), התשע"ג-2012.



קבלת טובין ושירותים מגופים ממשלתיים

משרד/יחידה	הטובין/שירות	חובה/רשות לקבל מהגוף הממשלתי	עלויות
			<ul style="list-style-type: none"> תקנות הנמלים, התשל"א-1971. <p>אגרות אלו (למעט שירותי מגדלור) מפורסמים באתר רשות הספנות והנמלים.</p>
משרד המשפטים – מכון להכשרה משפטית	שירותים לתפעול פעילויות למידה ליועצים משפטיים ומשפטיים, בהתאם לפרסומים של המכון להכשרה משפטית.	רשות	בהתאם לפרסומים של המכון להכשרה משפטית.
משרד המשפטים – השמאי הממשלתי	הכנת חוות דעת שמאיות עבור נכסי דלא נידי בהתאם להחלטת ממשלה, "שמאות מקרקעין". מס' 4796 מיום 24 בינואר 1999.	חובה	
משרד המשפטים – פרקליטות המדינה	ייצוג משפטי בהליכים משפטיים אזרחיים ומנהליים באמצעות היחידה לתביעות לאכיפה אזרחית	חובה	
משרד הביטחון	מכירות	על פי תאום מוקדם	
המשרד לביטחון פנים – שרות בתי הסוהר	פריטים בנושא ריהוט עץ (כמפורט בהודעת מכרז מרכזי "אספקת ריהוט משרדי" מס' 16.5.6) ועבודות עץ, מתחת וטקסטיל ממערך שירות התעסוקה של שירות בתי הסוהר.	רשות	בהתאם לתעריף השב"ס.
משרד האנרגיה - המכון הגיאולוגי	ייעוץ ומידע לצורכי תכנון מיזם גיאולוגי ברמה לאומית.	קבלת הצעת מחיר מהמכון הגיאולוגי - חובה רכישת שירותים אלו מהמכון הגיאולוגי - רשות	בהתאם למחירון המכון (נמצא במרכב"ה).
	<p>שירותים - אנליזות באגף גאוכימיה: כימיה כללית, אנליזות איזוטופיות, הרכב חומר אורגני, מינרלוגיה, תיארוך.</p> <p>שירותים – באגף התת הקרקע: דיגום מים, פליאונטולוגיה, אנליזות סדימנטולוגיות.</p> <p>שירותים- אגף מיפוי- מיפוי גיאולוגי באמצעות לידאר.</p> <p>תסקירים גיאולוגיים וחוות דעת לעבודה גיאולוגית</p>	קבלת הצעת מחיר מהמכון הגיאולוגי - חובה רכישת שירותים אלו מהמכון הגיאולוגי - רשות	בהתאם למחירון המכון (נמצא במרכב"ה).
	<p>מיזמים גיאולוגיים:</p> <p>1. מיזם ברמה לאומית לא יקטן בהיקפו הכספי מ-500 אלף ₪. סכום זה יוצמד למדד המחירים לצרכן (מדד הבסיס 9.97) ויתקיימו בו אחד מהתנאים המפורטים להלן:</p> <ul style="list-style-type: none"> מרכיב עלות כוח האדם המקצועי (בעלי תואר בגיאולוגיה) לא יפחת מ-30% מסך תקציבו של המיזם הגיאולוגי. 	מיזם גיאולוגי ברמה לאומית - חובה מיזם גיאולוגי שאינו ברמה לאומית - רשות	



קבלת טובין ושירותים מגופים ממשלתיים

עלויות	חובה/רשות לקבל מהגוף הממשלתי	הטובין/שירות	משרד/יחידה
		<ul style="list-style-type: none"> השתתפות רחבה ופעילה של המכון בתחום התייעוד (פירוש ממצאי הקידוחים, שימוש במאגרי מידע קיימים) אשר עלותה לא תפחת מ-20% מסך תקציב המיזם. פעילות מתמשכת שעתידיה לסייע להפעלתו של מפעל הנדסי או טכנולוגי, אשר הגוף הממשלתי היוזם הגדירו כמיזם ברמה לאומית ואשר יופיע בתקציב המדינה כתקנה מיוחדת או כפיצול מיוחד. מיזם גיאולוגי ש-70% מסך תקציבו משולם לגורם שלישי אשר משמש כקבלן משנה, לא ייחשב מיזם ברמה לאומית, וזאת גם אם המיזם עונה על הקריטריונים שפורטו לעיל. <p>2. מיזם ברמה לאומית לא יקטן בהיקפו הכספי מ-500 אלף ₪. סכום זה יוצמד למדד המחירים לצרכן (מדד הבסיס 9.97) ויתקיימו בו אחד מהתנאים המפורטים להלן:</p> <ul style="list-style-type: none"> מרכיב עלות כוח האדם המקצועי (בעלי תואר בגיאולוגיה) לא יפחת מ-30% מסך תקציבו של המיזם הגיאולוגי. השתתפות רחבה ופעילה של המכון בתחום התייעוד (פירוש ממצאי הקידוחים, שימוש במאגרי מידע קיימים) אשר עלותה לא תפחת מ-20% מסך תקציב המיזם. פעילות מתמשכת שעתידיה לסייע להפעלתו של מפעל הנדסי או טכנולוגי אשר הגוף הממשלתי היוזם הגדירו כמיזם ברמה לאומית ואשר יופיע בתקציב המדינה כתקנה מיוחדת או כפיצול מיוחד. <p>3. מיזם גיאולוגי ש-70% מסך תקציבו משולם לגורם שלישי אשר משמש כקבלן משנה, לא ייחשב מיזם ברמה לאומית, וזאת גם אם המיזם עונה על הקריטריונים שפורטו לעיל.</p> <p>במקרה של ספק או חילוקי דעות ימונה בודק שיכריע בסוגיה. הגוף שימנה את הבודק יורכב מנציג המשרד, חשב המשרד ומנהל המכון הגיאולוגי או מי שהוסמך על ידו.</p>	





קבלת טובין ושירותים מגופים ממשלתיים

פרק ראשי התקשרויות ורכישות

מס' הוראה 7.6.4

מהדורה 10

עלויות	חובה/רשות לקבל מהגוף הממשלתי	הטובין/שירות	משרד/יחידה
משרד שמעוניין לרכוש שירותים הדורשים עלות מספק אחר, יפנה למינהל הרכש הממשלתי לצורך קבלת אישור, לאחר שפנה למפ"י ויצרף את תגובת מפ"י ככל שישנה.	במקרים שבהם ניתן לקבל ממפ"י את המידע ללא עלות, קבלת המידע ממפ"י - חובה. במקרים שבהם קיימת עלות לקבלת השירות והמשרד מעוניין לקבל שירות מספק שאינו מפ"י - באישור מינהל הרכש הממשלתי.	שירותים בתחומים הבאים: 1. רכישה של מידע גיאוגרפי או רישיון שימוש במידע גאוגרפי שאינו הנדסי (כהגדרתו בתקנות המדידות (מדידות ומיפוי) תשע"ו-2016), הכולל בין היתר אורתופוטו, תצ"א, מיפוי פוטוגרמטרי, ממ"ג טופוגרפי, וקדסטרי ושכבות מידע מרחבי. 2. הצגה מקוונת של מידע גיאוגרפי לציבור הרחב, רכישה או פיתוח של כלים או תוכנות להצגה מקוונת באינטרנט של מידע גאוגרפי לציבור הרחב (שאינה דורשת הזדהות) וביצוע שאילתות בינה עסקית ותחקור גיאוגרפי.	משרד והשיכון - המרכז למיפוי ישראל (מפ"י)





פרק ראשי התקשרויות ורכישות

מס' הוראה 7.6.4

מהדורה 10

נספח ג

טבלת שינויים שבוצעו בהוראה

טבלת שינויים			
מהדורה	תאריך פרסום	סעיף/ים מושפע/ים	תיאור השינוי / נימוקים
6	25.06.2013	Error! Reference source not found Error! Reference source not found	עדכון הסעיפים לעניין אופן ביצוע ההתקשרות עם הגופים המפורטים בנספח ב'.
		נספח ב	הוספת פירוט לעניין לשכת העיתונות הממשלתית וביטול ההנחיות לעניין הרשות הלאומית להסמכת מעבדות וחברת ענבל.
7	06.05.2020	2 נספח ב	הנחיות בעניין רכישות שלא בהתאם להוראה זו ורכישות באמצעות מכרז מרכזי. הפנייה להוראה זמנית 7.6.4.1 בנושא קבלת שירותים מלשכת העיתונות הממשלתית
8	03.01.2023	מרבית הסעיפים	כתיבת ההוראה מחדש
9	25.03.2024	נספח ב	עדכון סכומי חובת התקשרות עם משרד האוצר-המדפיס הממשלתי ברכישת שירותי דפוס (כולל עלות הנייר והעבודה). עדכון שם המכון להכשרה משפטית.
10	16.01.2025	נספח ב	עדכון השירותים הניתנים על ידי משרד האוצר - המדפיס הממשלתי



נספח מש/2

הוראת תכ"מ 15.3.2

עמ' 22

פרק ראשי	שנות
מס' הוראה	15.3.2
מהדורה	3

1. מבוא

- 1.1. משרדי הממשלה מבצעים מעת לעת פרסומים באמצעי המדיה השונים לצרכים שונים, ובכללם הצגת המידע הרלוונטי לציבור, לצורך קבלת שירותים ממשרדי הממשלה ולמימוש זכויותיו.
- 1.2. פרסומים כאמור יתבצעו באמצעות אתר האינטרנט המשרדי ו/או ביתר אמצעי התקשורת, בכפוף לאמור בהוראה זו.
- 1.3. **מטרות ההוראה**
 - 1.3.1. להנחות את משרדי הממשלה ויחידות הסמך (להלן: "משרדי הממשלה" או "המשרד") בנוגע לאופן פרסום מידע, על כל סוגיו.
 - 1.3.2. להגדיר את אופי הפרסום ואת התכנים המורשים להיכלל בו.
- 1.4. ראה הגדרות הוראה זו ב**נספח א – הגדרות**.

2. הנחיות לביצוע

- 2.1. מנכ"ל המשרד יגדיר גורם מקצועי (ראה **נספח א – הגדרות**), אשר יהיה אחראי על אישור כלל דברי הפרסום במשרד.
- 2.2. פרסום ממשלתי יתאפשר רק לאחר שיוזם הפרסום (ראה **נספח א – הגדרות**) הגיש בקשה לכך וקיבל את אישורו של הגורם המקצועי, לרבות במקרים שבהם הפרסום מוצא לאור באמצעות גופים ו/או בעלי תפקיד חיצוניים, שאינם מהווים חלק מהמשרד, וכן במקרים שבהם מדובר בפרסום שיתקיים בתוך גבולות המדינה או מחוצה לה.
- 2.3. ככלל, יפרסם המשרד דברי פרסום באמצעות אתר האינטרנט המשרדי, כמפורט בסעיף 2.5. פרסום באמצעי תקשורת נוספים, כמפורט בסעיף 2.6, יבוצע במקרים הנדרשים בלבד ותוך התאמה בין ערוץ הפרסום לתוכנו.
- 2.4. **תנאים לפרסום ואישור**
 - 2.4.1. **כתנאי לפרסום, יוזם הפרסום והגורם המקצועי יודאו את קיומן של כל ההנחיות האמורות בהוראה זו, לרבות ההנחיות המפורטות להלן:**
 - 2.4.1.1. הפרסום תואם את הנחיות היועץ המשפטי לממשלה.
 - 2.4.1.2. תוכן הפרסום אמין, מדויק ומעודכן.
 - 2.4.1.3. הפרסום קצר, צנוע וענייני.
 - 2.4.1.4. הפרסום מבטא אך ורק את עמדת המשרד, מתייחס לפעילות המשרד בלבד וקשור בקשר הדוק וברור לעבודת המשרד.
 - 2.4.1.5. הדגש בפרסום הוא על פעילות המשרד כגוף ממשלתי, או על תפקידים מסוימים של המשרד, ותוצאותיו אינן פרסומת אישית או קידום מטרות אישיות או פוליטיות.

פרק ראשי	שנות
מס' הוראה	15.3.2
מהדורה	3

- 2.4.1.6. [השתתפות נבחר ציבור ועובדי מדינה בפרסום תהא בהתאם להנחית היועץ המשפטי לממשלה, "השתתפות נבחר ציבור ועובדי מדינה בפרסום ממשלתי". מס' 1.1703.](#)
- 2.4.1.7. הפרסום אינו מייחס הישגים של המשרד לאדם מסוים, או משווה בין פעילות המשרד הנוכחית לפעילות קודמת של המשרד, תוך מתן דגש למרכיבים אישיים הנוגעים לנושאי המשרה המכהנים כיום.
- 2.4.1.8. הפרסום שומר על תדמית ניטרלית ונטולת פניות ומסרים פוליטיים, ומשקף נאמנות לחוק ולמדיניות הרשמית של המשרד הממשלתי, יוזם הפרסום (ראה [הנחית היועץ המשפטי לממשלה, "נקיטת עמדה בפומבי על ידי ממלאי תפקידים בשירות הציבורי בנושא מדיני שנוי במחלוקת". מס' 6.6100, והוראת תכ"ם, "מתן חסות על ידי משרד הממשלה". מס' 15.3.1](#)).
- 2.4.1.9. אופי הפרסום תואם את אמצעי התקשורת בו הוא מועבר.
- 2.4.1.10. הכללת סמלי המשרד והמדינה במסגרת הפרסום, תהא בהתאם להנחית היועץ המשפטי לממשלה, "שימוש בנייר רשמי ובסמל המדינה או מוסד ציבורי שלא לצורך מילוי תפקיד רשמי". מס' 1.1706.
- 2.4.2. הגורם המקצועי יאשר בכתב את דבר הפרסום, לאחר שוודא כי הפרסום אכן עומד בהנחיות המפורטות בהוראה זו.
- 2.4.3. הגורם המקצועי רשאי לדרוש עריכת תיקונים והתאמות, לצורך עמידת הפרסום בהנחיות המפורטות בהוראה זו.
- 2.4.4. במקרה שבו בקשה לפרסום מעוררת קושי או ספק ביחס לעמידתה בתנאים לאישור הפרסום, יפנה הגורם המקצועי ליועץ המשפטי של המשרד, לקבלת חוות דעתו בעניין זה.
- 2.5. פרסום באתר האינטרנט המשרדי
- 2.5.1. בכל משרד ימונה גורם, שיהיה אחראי על תפעול האתר ועל ניהול התוכן המופיע בו.
- 2.5.2. קישורים חיצוניים באתרי ממשלה, או קישורים מאתרים חיצוניים לאתרי הממשלה במסגרת שיתופי פעולה, ייעשו בכפוף לאמור בהוראת תכ"ם, "מתן חסות על ידי משרד הממשלה". מס' 15.3.1 ובהנחית היועץ המשפטי לממשלה, "מתן חסות על ידי עובדי ציבור". מס' 1.1700.
- 2.6. פרסום באמצעי תקשורת נוספים (פרסום בתשלום)
- 2.6.1. הנחיות כלליות
- 2.6.1.1. פרסומים בתשלום יובאו לאישורו של חשב המשרד, לאחר שאושרו בכתב על ידי הגורם המקצועי.
- 2.6.1.2. חשב המשרד יאשר רק פרסומים אשר הגורם המקצועי אישר, העומדים בכללי הוראה זו.



פרק ראשי	שנות
מס' הוראה	15.3.2
מהדורה	3

2.6.1.3. החשב רשאי לדרוש עריכת תיקונים והתאמות לצורך עמידת הפרסום בהנחיות המפורטות בהוראה זו, או להחזיר את הבקשה לגורם המקצועי לצורך סקירה נוספת.

2.6.2. הנחיות מיוחדות לעניין פרסום מודעות אבל וברכה ומודעות לרגל חגים ומועדים

2.6.2.1. מודעות אבל וברכה ומודעות לרגל חגים ומועדים יפורסמו בהתאם לחוק הגבלת פרסומים (גופים ציבוריים), התשנ"ו-1996, החלטת ממשלה מס' 912 מיום 4.9.77, החלטת ממשלה מס' 987 מיום 3.9.78, הוראות התקשי"ר, "פרסום מודעות ברכה או אבל". פרק 43.14, וכן הנחית היועץ המשפטי לממשלה. "פרסום מודעות על ידי עובדי ציבור ונושאי משרה". מס' 1.1705.

2.6.2.2. במקרה שבו מוגשת בקשה ללפ"מ (לשכת הפרסום הממשלתית) לפרסום מודעת אבל או ברכה או מודעה לרגל חגים ומועדים, על ידי יותר ממשרד אחד ובאותו הנושא, וכן במקרה שבו נושא המודעה הינו בעל רלוונטיות כלל ציבורית - הפרסום יבוצע בהתאם לשיקול הדעת של לפ"מ, אשר ככלל, תתיר פרסום מודעה אחת מטעם הממשלה כולה.

2.6.2.2.1. במקרים שבהם מתקיים קשר הדוק וברור בין נושא המודעה לבין עבודתו של משרד כלשהו, אזי יתאפשר פרסום מודעה גם מטעם משרד זה.

2.7. מודעות בעניין התקשרויות הממשלה

2.7.1. פרסום מכרזי ממשלה יבוצע בהתאם להוראת תכ"ם. "ניהול ההליך המכרזי". מס' 7.4.1.

2.7.2. פרסום החלטות המשרד בנוגע להתקשרויות שלא באמצעות מכרז, יבוצע בהתאם לאמור בהוראת תכ"ם. "פרסום מכרזים והתקשרויות". מס' 7.9.1.

2.8. למידע בנוגע לרכישת שירותים מלפ"מ, ראה הוראת תכ"ם. "רכישות מגופים ממשלתיים". מס' 7.6.4.

2.9. בנושא פרסומת מסחרית ו/או חסות ממשלתית, יש לפעול על פי האמור בהוראת תכ"ם. "מתן חסות על ידי משרדי הממשלה". מס' 15.3.1.

2.10. לעניין מתן חסויות וגיוס תרומות בידי עובדי ציבור, יש לפעול על פי האמור בהנחית היועץ המשפטי לממשלה "מתן חסות על ידי עובדי ציבור". מס' 1.1700.

3. מסמכים ישימים

3.1. חוק הגבלת פרסומים (גופים ציבוריים), התשנ"ו-1996.

3.2. הוראת תכ"ם. "מתן חסות על ידי משרדי הממשלה". מס' 15.3.1.

3.3. הוראת תכ"ם. "ניהול ההליך המכרזי". מס' 7.4.1.

3.4. הוראת תכ"ם. "פרסום מכרזים והתקשרויות". מס' 7.9.1.



שנות	פרק ראשי
15.3.2	מס' הוראה
3	מהדורה

- 3.5 [הוראת תכ"ם, "רכישות מגופים ממשלתיים", מס' 7.6.4.](#)
 - 3.6 [תקשי"ר, "פרסום מודעות ברכה או אבל", פרק 43.14.](#)
 - 3.7 [הנחית היועץ המשפטי לממשלה, "מתן חסות על ידי עובדי ציבור", מס' 1.1700.](#)
 - 3.8 [הנחית היועץ המשפטי לממשלה, "פרסום מודעות על ידי עובדי ציבור ונושאי משרה", מס' 1.1705.](#)
 - 3.9 [הנחית היועץ המשפטי לממשלה, "שימוש בנייר רשמי ובסמל המדינה או מוסד ציבורי שלא לצורך מילוי תפקיד רשמי", מס' 1.1706.](#)
 - 3.10 [הנחית היועץ המשפטי לממשלה, "נקיטת עמדה בפומבי על ידי ממלאי תפקידים בשירות הציבורי בנושא מדיני שנוי במחלוקת", מס' 6.6100.](#)
 - 3.11 [הנחית היועץ המשפטי לממשלה, "השתתפות נבחר ציבור ועובדי מדינה בפרסום ממשלתי", מס' 1.1703.](#)
 - 3.12 [אתר לשכת הפרסום הממשלתי.](#)
- 4. נספחים**
- 4.1 [נספח א – הגדרות.](#)
 - 4.2 [נספח ב – טבלת שינויים שבוצעו בהוראה.](#)





פרק ראשי שונות

מס' הוראה 15.3.2

מהדורה 3

נספח א

הגדרות

1. פרסום – פעולת תקשורת יזומה, המיועדת להעביר מידע או מסר לציבור באמצעות אמצעי תקשורת.
2. אמצעי תקשורת – ערוצים שונים המשמשים לתקשורת המונים, באמצעותם מועבר מידע לציבור הרחב. אמצעי התקשורת כוללים, בין היתר, את האמצעים הבאים: רדיו, טלוויזיה, עיתונות, פלטפורמות דיגיטליות (רשתות חברתיות, אתרי אינטרנט וכדומה), הפקות דפוס (ובכלל זה ספרים, חוברות, דוחות, עלונים), שלטי חוצות, כרזות וכדומה.
3. אתר אינטרנט משרדי (בהוראה זו) – אתר האינטרנט הרשמי של המשרד, וכל אתר או דף אינטרנט אחר, אשר המשרד אחראי על הקמתו או על התכנים המופיעים בו, לרבות מדיה אינטראקטיבית.
4. גורם מקצועי (בהוראה זו) – עובד המשרד האחראי על אישור דבר הפרסום, אשר מונה על ידי מנכ"ל המשרד.
5. יזום הפרסום – הגורם הממשלתי אשר מבקש להוציא את פעולת הפרסום אל הפועל.
6. לשכת הפרסום הממשלתית ("לפ"מ") – יחידה בתוך משרד ראש הממשלה, העוסקת במתן שירותי פרסום.
7. מדיה אינטראקטיבית – אמצעי תקשורת מבוסס אינטרנט, המאפשר העברת מידע דו כיוונית (כגון רשת חברתית).
8. משרד – כל משרד ממשלתי הממשלה או יחידת סמך של משרד ממשלתי.
9. נבחר ציבור – ראש הממשלה, שר או סגן שר.
10. עובד מדינה – מי שממלא תפקיד במשרד ממשלתי.





פרק ראשי שונות

מס' הוראה 15.3.2

מהדורה 3

נספח ב

טבלת שינויים שבוצעו בהוראה

טבלת שינויים			
מהדורה	תאריך	סעיף/ים מושפע/ים	תיאור השינוי / נימוקים
02	11.06.2018	מרבית הסעיפים	עדכון מרבית סעיפי ההוראה.
03	29.09.2020	2.4	התאמת הסעיף בעקבות עדכון הנחיית היועץ המשפטי לממשלה בנושא "השתתפות נבחרי ציבור ועובדי מדינה בפרסום ממשלתי".
		מרבית הסעיפים	ביצוע שינויי נוסח קלים.



נספח מש/3

צילום נוהל תכנון ורכש מדיה של לפי"מ

עמ' 28

לפמ

לשכת הפרסום הממשלתית
רח' אחד העם 9, תל אביב 65251
מגדל שלום, קומה 15
טל' 5140444-03, פקס' 5140400-03
www.lapam.gov.il

נושא הנוהל: תכנון ורכש מדיה			
מחלקה מקצועית אחראית: מדיה			
מס' נוהל:	בתוקף מיום:	עודכן ביום:	מס' דפי נוהל: 3
מס' נספחים: -	01/08/2017	01/08/2017	01/08/2017

1. כללי

- 1.1 לפ"מ מעניקה שירותי פרסום למשרדי הממשלה ולגופים ציבוריים נוספים, ובכלל זה שירותי תכנון ורכש מדיה.
- 1.2 תכנון ורכש מדיה כאמור מתבצע הן בקשר עם פרסום מודעות סטטוטוריות, והן בקשר עם קמפיינים פרסומיים.
- 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. הגדרות

- רכש מדיה** – התקשרויות לפ"מ לרכישת שטחי פרסום ו/או זמני אוויר באמצעי המדיה השונים.
- אמצעי מדיה** – פלטפורמות אשר ניתן לעשות בהן שימוש לצרכי פרסום, ובכלל זה: טלוויזיה; דיגיטל; עיתונות; רדיו; שילוט חוצות; קולנוע וכיוב'.
גופי מדיה – כלי תקשורת המוכרים שטחי פרסום ו/או זמני אוויר באמצעי המדיה השונים.

3. מטרת הנוהל

מטרתו של נוהל זה להנחות את מחלקת המדיה והעוסקים ברכש מדיה בדיגיטל במלאכת תכנון ורכש המדיה, באמצעות קביעת קריטריונים ואמות מידה לבחירת אמצעי המדיה וגופי המדיה בהם יבוצעו הפרסומים הממשלתיים, תוך הותרת שיקול דעת לגורמי המקצוע בשים לב לנסיבותיו הספציפיות של כל מקרה.

4. מודעות סטטוטוריות

- 4.1 מודעות סטטוטוריות לציבור מטעם משרדי הממשלה יפורסמו בעיתונות הכתובה, כאשר חלק מן המודעות האמורות יתפרסמו גם באתר הפרסומים של לפ"מ, בהתאם לעניין.

לפ"מ

לשכת הפרסום הממשלתית
רח' אחד העם 9, תל אביב 65251
מגדל שלום, קומה 15
טל' 03-5140444, פקס' 03-5140400
www.lapam.gov.il

4.2 מחלקת המדיה תקבע את גופי המדיה והיקפי הפרסום בכל אחד מגופי המדיה כאמור, בהם יפורסמו המודעות הסטטוטוריות, לאחר בדיקת כמה הצעות הבאות בחשבון, ככל הניתן.

4.3 בחירת גופי המדיה בהם יתבצע הפרסום, אשר בנסיבות העניין מעניקים את מירב היתרונות לפ"מ או ללקוח, תיעשה על פי השיקולים המנחים ואמות המידה הבאות, כולם או חלקם:

- א. הוראות חקיקה בנושא, ככל שישנן;
- ב. מאפייני גופי המדיה השונים, לרבות תפוצה, קהל יעד, פריסה גיאוגרפית, שפה וכיוב'.
- ג. מאפייני קהל היעד אליו מופנה המסר;
- ד. עלות כלכלית;
- ה. עמדת המשרד הממשלתי הרלוונטי וצרכי המשרד;

4.4 ככל שבדיקת אמצעי המדיה כאמור מעלה כי בנסיבות העניין שני גופי מדיה או יותר הינם בעלי מאפיינים זהים, תבחר מחלקת המדיה את גופי המדיה בהם יתבצע הפרסום בסבב מחזורי, ככל שניתן.

5. קמפיינים פרסומיים

5.1 מחלקת המדיה תהא אחראית על תכנון ורכש המדיה במסגרת קמפיינים פרסומיים, ותקבע את תמהיל המדיה לקמפיין, בין היתר בחלוקה לאמצעי המדיה הבאים: טלוויזיה; דיגיטל; עיתונות; רדיו; שילוט חוצות; קולנוע; ועוד.

5.2 קביעת תמהיל המדיה ובחירת אמצעי המדיה וגופי המדיה השונים בהם יתבצע הפרסום, באופן המעניק את מירב היתרונות לפ"מ או ללקוח, תיעשה על פי השיקולים המנחים ואמות המידה הבאות, כולם או חלקם:

- א. המטרות הפרסומיות של הקמפיין. לדוגמא: שינוי עמדות; העלאה למודעות; הנעה לפעולה; השארות בתודעה; העברת מידע; השגת לידים; וכיוב'.
- ב. אסטרטגיית המדיה המתאימה, כגון: השקה; גלים; תחזוקה; וכיוב'.
- ג. היקף התקציב;
- ד. יתרונות אמצעי המדיה השונים וחסרונותיהם;
- ה. בחינת סביבת המתחרים, ככל שרלוונטי;
- ו. התאמת אמצעי המדיה לצרכי הקמפיין, ליעדיו, לקהל היעד ולמסר המועבר, כגון: מסר ארצי / מקומי; מסרים אחידים או מסרים משתנים; וכיוב'.
- ז. צרכי הלקוח;
- ח. מהות המסר שיש להעביר במסגרת הקמפיין;

לפח

לשכת הפרסום הממשלתית
רח' אחד העם 9, תל אביב 65251
מגדל שלום, קומה 15
טל' 03-5140444, פקס' 03-5140400
www.lapam.gov.il

ט. קהל היעד של הקמפיין – לרבות התאמות ייעודיות למגזרים או קהלים ייחודיים;

י. הדרך האפקטיבית ביותר להגיע לקהל היעד בהתחשב במגבלות זמן, מיקום ועלות, כגון: אמצע שבוע / סוף שבוע; ניצול הזדמנויות; וכיוב'.

יא. אמצעי המדיה הנכון ביותר להעברת המסר לציבור;

5.3 מחלקת המדיה והעוסקים ברכש מדיה בדיגיטל יעשו שימוש באמצעים שונים העומדים לרשותם, ככל שניתן, ובכלל זה: תוכנות לתכנון ורכש מדיה; בסיסי נתונים רלוונטיים; סקר TGI; אינפוסיס +; כלים דיגיטליים, לרבות גוגל אנליטיקס; סקרי חשיפה ייעודיים למדיה מגזרית; ועוד.

5.4 לעניין בחירת גופי המדיה, ככל שבנסיבות העניין שני גופי מדיה או יותר הינם בעלי מאפיינים זהים, תבחר מחלקת המדיה את גופי המדיה בהם יתבצע הפרסום בסבב מחזורי, ככל שניתן.

6. תחילה ותוקף

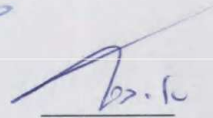
תחילתו של נוהל זה ביום חתימתו.



חמי דוניצה
ס.חשב בכיר



עו"ד נתן בן יקאר
יועמ"ש



איריס בראל
ס. מנהל



שלמה עדיאל
מ"מ מנהל