



היחידה לחופש המידע
Freedom of Information Unit

ירושלים, י' בניסן תשפ"ד
18 באפריל 2024

לכבוד
אורי סולד
התנועה לחופש המידע (ע"ר)

באמצעות הדוא"ל: foi@meida.org.il

שלום רב,

הנדון: מענה במסגרת עת"מ 24-02-29305 התנועה לחופש המידע נ' משרד ראש הממשלה ואח' בעניין אי מתן מענה לבקשת מידע בנוגע לקמפיינים שניהלה לפ"מ

סימוכין: בקשתך מיום 21.09.2023; עת"מ מיום 14.02.2024

במענה לבקשתך שבסימוכין לקבלת מידע על פי חוק חופש המידע, התשנ"ח-1998 (להלן – **החוק**), בדבר קמפיינים של לשכת הפרסום הממשלתית (להלן-**לפ"מ**) ומשרד ראש הממשלה להלן – **המשרד**), הריני להשיבך כדלקמן:

1. באשר לסעיפים 1-4 ו-6 בבקשתך מצ"ב כנספח למענה זה קובץ אקסל מפורט הכולל פירוט של ההתקשרויות של לפ"מ לתקופה שבין ינואר 2021 ועד לדצמבר 2023 (כולל). תשומת ליבך כי בקובץ נעשו השחרות בהיבטי אבטחת מידע שכן בחשיפת מידע זה קיים חשש לפגיעה בביטחון המדינה, ביטחון הציבור או בביטחון או שלומו של אדם וזאת בהתאם להוראות סעיף 9(א)(11) לחוק.

2. באשר לסעיף 5 לבקשתך, אשיבך כי לאחר בדיקה למול גורמי המקצוע הרלוונטיים נמצא כי מניסוח בקשתך לא ברור המינוח "עורכי הקמפיין" ומכל מקום המידע המופיע בטבלה המצ"ב הנזכרת לעיל מספק. לעניין הטאלנטים, כאשר מדובר בטאלנט שאיתו בוצעה התקשרות נפרדת, הרי שהיא פורטה במסגרת רשימת הספקים. קמפיינים שבוצעו על ידי חברת הפקה כוללים את כל המרכיבים הרלוונטיים לקמפיין כפי שפורטו במסגרת המכרזים שפורסמו לחברות הפקה.



היחידה לחופש המידע
Freedom of Information Unit

3. באשר לסעיף 7 לבקשתך, אשיבך כי מדובר במידע המצוי ברשות הרבים במסגרת הקמפיינים שפורסמו ברשתות החברתיות ותוכל לעיין בו ברשתות החברתיות השונות. בהתאם לאמור אנו דוחים סעיף זה בבקשתך לפי סעיף 8(4) לחוק.

4. באשר לסעיף 8 לבקשתך בו ביקשת לדעת את סכום הכסף שבו קודם כל אחד מהקמפיינים שניהלה לפי"מ משנת 2021 ועד היום בכל אחת מהרשתות החברתיות ועלות הקידום, אשיבך כי מדובר בהיקף מידע שדורש הקצאת משאבים בלתי סבירה לאור מספר הקמפיינים הגדול שניהלה לפי"מ במהלך השנים האמורות כפי שבא לידי ביטוי בטבלה המציינת הנזכרת לעיל אשר כוללת למעלה מ-64,000 רשומות של קמפיינים. בהתאם לכך נוכל להעביר פירוט שנתי בלבד לפי ספקים. מצ"ב כנספח למענה זה קובץ אקסל עם המידע המבוקש.

5. באשר לסעיפים 9 ו-12 לבקשתך, אשיבך כי שמות הספקים החיצוניים מופיעים בעמודה H בקובץ האקסל המצורף למענה זה. תשומת ליבך כי כאשר מדובר בקמפיין מסוג "דקה ל", יש להתייחס להתקשרויות שבוצעו עם חברת גריי קונטנט בע"מ.

6. באשר לסעיף 10 לבקשתך, אשיבך כי בחירת "הפרפורמר" ו/או ה"טאלנט" לקמפיין, מתבצעת ע"י גורמי המקצוע הרלוונטיים מלפ"מ ו/או מהמשרד או הגוף אשר מבקש לצאת בקמפיין פרסומי ומאושר, ככל שנדרש בהתאם להיקף ההתקשרות, ע"י ועדת המכרזים בלפ"מ.

7. באשר לסעיף 11 לבקשתך, אשיבך כי שיטת העבודה הינה: מילוי בריף ע"י לקוח אשר כולל, בין היתר, פירוט אודות הרקע לקמפיין, הבעיות אותן נדרש לפתור באמצעות הקמפיין, הצרכים המקצועיים, מטרות הקמפיין, קהלי היעד הרלוונטיים לקמפיין, המסרים אותם הלקוח מעוניין להעביר לקהל היעד וכן פרטים ייחודיים הנדרשים לטובת הקמפיין. לאחר מכן, מועבר הבריף לטיפול מקצועי של הרפרנט הרלוונטי בלפ"מ לטובת יציאה לקמפיין בהתאם למאפיינים הנדרשים לכל קמפיין וקמפיין.

בהתאם לסעיף 7(ו) לחוק, הנך זכאי לעתור על החלטה זו לפי הוראות חוק בתי המשפט לעניינים מנהליים, התשי"ס-2000.

בברכה,
תמי כהן טויטו
מנהלת תחום בכיר
העמדת מידע לציבור