

המטה	הכללי
אגף	המבצעים
מערך	247
לשכת	צה"ל
טל':	03-123-1234
פקס:	03-123-1234
06	2025
ח'	תשפ"ה
	פברואר
	שבת
	דובר
	צה"ל



הנדון: בקשה לפי חוק חופש המידע, התשנ"ח-1998

בהתאם להוראות חוק חופש המידע, התשנ"ח-1998 (להלן: "החוק") נבקש לקבל את פרטי המידע הבאים הנוגעים לקמפיינים אותם ניהל צה"ל ישירות (בין אם אלה שודרו בטלוויזיה, עיתונות, רשתות חברתיות דוגמת פייסבוק ואינסטגרם או בכל מדיה אחרת) משנת 2021 ועד ליום המענה על הבקשה (להלן: "פרק הזמן המבוקש"), האמור בפירוט כלהלן:

1. שם הקמפיין;
2. מטרת הקמפיין;
3. עלותו הכוללת של הקמפיין;
4. מקום פרסום כל אחד מהקמפיינים (פייסבוק/רדיו/טלוויזיה וכו');;
5. פירוט עלויות הקמפיין, וזאת לרבות התשלום לעורכי הקמפיין, ל"פרפורמר" ו/או "טאלנט", חברת ההפקה, ועלויות קידום;
6. שם המשרד המזמין;
7. ככל שהקמפיין שודר ברשת חברתית, מספר הצפיות, לייקים ותגובות שהיו לו ;
8. סכום הכסף שבו קודם כל אחד מהקמפיינים בכל אחת מהרשתות החברתיות ועלות הקידום;
9. סכום הכסף ששולם למפרסמים אחרים, בין אם טלוויזיה/רדיו וכיו"ב;
10. אופן בחירת ה"פרפורמר" בכל אחד מהקמפיינים;
11. קווים מנחים או כל מסמך אחר המפרט את אופן קבלת ההחלטה על יציאה לקמפיין;
12. בהמשך לס' 9, ככל שהדבר מנוהל על ידי חברה חיצונית, נבקש את פרטי ההתקשרות המלאים עמה (לרבות הפרטים המפורסמים בנוהל ההתקשרויות וכן החוזים הרלוונטיים).



שלום רב,

הנדון: בקשתך למידע בנושא קמפיינים של צה"ל

שלך: בקשת חופש מידע מיום 21 בספטמבר 2023

1. להלן התייחסות צה"ל לבקשתך, לאחר בדיקה מול הגורמים המקצועיים.
2. יצוין תחילה כי כלל הקמפיינים בוצעו באמצעות התקשרות מול לשכת הפרסום הממשלתית (להלן: "לפ"מ") והנתונים עדכניים נכון לספטמבר 2023.
3. מצ"ב כנספח א' למענה זה כלל הקמפיינים שבוצעו ע"י מערך דובר צה"ל בשנים המבוקשות.
4. יובהר, כי פיקוד העורף מנהל מחלקת הסברה לאוכלוסייה הפועלת באופן עצמאי ולא באמצעות מערך דובר צה"ל. קמפיינים אלו בוצעו בהתקשרות מול לפ"מ. מצ"ב כנספח ב' למענה זה פירוט אודות הקמפיינים שנעשו על ידי מחלקת ההסברה בפיקוד העורף בשנים המבוקשות.
5. יצוין כי במהלך תקופת הקורונה פיקוד העורף קיבל הנחייה לסייע למשרד הבריאות למימוש ההנחיות והמגבלות, כולל עידוד חיסונים והוצאת קמפיינים לכלל המגזרים בחברה הישראלית. מתוקף מימוש ההנחייה, פיקוד העורף יזם והוציא לפועל קמפיינים לטובת הסברה מקומית למגזר החרדי ובשפה האמהרית כגון: עידוד חיסוני קורונה בפסח וכללי התנהגות ושמירה על מרחק ועידוד לקביעת בדיקות סרולוגיות לילדים.
6. באשר לבקשה לקבלת מידע אודות אופן ההחלטה על יציאה לקמפיין, מצ"ב כנספח ג' למענה זה מסמך המפרט את הקווים המנחים ליציאה לקמפיינים.
7. באשר למידע אודות למספר הצפיות ה"לייקים" והתגובות שהיו לקמפיינים שברשתות חברתיות נשיב כי לאחר שננקטו אמצעים סבירים, המידע לא אותר ומשכך בקשה זו נדחית בהתאם לסעיף 8(3) לחוק חופש המידע, התשנ"ח - 1998.
8. עם זאת, יצוין כי ביחס לאופן ההחלטה על יציאה לקמפיינים שנעשו ע"י דובר צה"ל, כאשר עולה הצורך לקמפיין מדור קמפיינים בונה את הקמפיין ואת האסטרטגיה. בסופו של שלב התכנון, ולאחר אישור הגורמים הרלוונטיים בצה"ל, המדור פונה לפ"מ באשר לתקציב.
9. על החלטה זו ניתן להגיש עתירה בבית המשפט לעניינים מנהליים בתל אביב.
10. בברכה,

הממונה על חופש המידע בצה"ל



נספח א'

שם קמפיין	מטרה	עלות כוללת	סוג פרסום ופירוט עלויות	שם המשרד המזמין	בתובנים מרששות חברתיות	סכום הקידום פר פרסומה
אתר צהל	קידום אתר צה"ל החדש	159,411 דיגיטל	דו"ץ	חשיפות - 7,808,424 הקלקות - 64,737	פיסבוק + אינסטגרם - 74,520.00 טיק טוק - 36,273.00 גוגל - 26,906.00 פד"מ - 9,997.00 הפקה - 11,715.21	
גדגנות חובלים	קמפיין וורטמאן נגד עונת החגים	115,724 דיגיטל	חח"י	חשיפות - 10,000,000 הקלקות - 20,000,000	פיסבוק + אינסטגרם - 10,000,000 טיק טוק - 20,000,000	
חלוחם חמי	קמפיין עיריית חיפה נגד שו"ש	143,973.25 דיגיטל, הפקות, מרצ'נדיז	חח"י	חשיפות - 10,000,000 הקלקות - 20,000,000	פיסבוק + אינסטגרם - 10,000,000 טיק טוק - 20,000,000	
קרבי על חבר	קמפיין עיריית חיפה נגד שו"ש	362,129.05 דיגיטל, הפקות, מרצ'נדיז	מז"י	חשיפות - 10,000,000 הקלקות - 20,000,000	פיסבוק + אינסטגרם - 10,000,000 טיק טוק - 20,000,000	
תכנית ארז	עיריית חיפה נגד שו"ש	120,180.00 דפוס - חולצות, חוברות ועלונים	מז"י	חשיפות - 10,000,000 הקלקות - 20,000,000	פיסבוק + אינסטגרם - 10,000,000 טיק טוק - 20,000,000	
מתגייסים עם החברה	קמפיין חיילי צה"ל	283,472.20 דיגיטל, הפקות	מז"י	חשיפות - 10,000,000 הקלקות - 20,000,000	פיסבוק + אינסטגרם - 10,000,000 טיק טוק - 20,000,000	
צנחנים	קמפיין חיילי צה"ל	43,386.74 דיגיטל	מז"י	חשיפות - 10,000,000 הקלקות - 20,000,000	פיסבוק + אינסטגרם - 10,000,000 טיק טוק - 20,000,000	
תותחנים	קמפיין חיילי צה"ל	27,680.35 דיגיטל	מז"י	חשיפות - 10,000,000 הקלקות - 20,000,000	פיסבוק + אינסטגרם - 10,000,000 טיק טוק - 20,000,000	
לאורם	קמפיין חיילי צה"ל	32,230 רדיו	פד"מ	חשיפות - 10,000,000 הקלקות - 20,000,000	פיסבוק + אינסטגרם - 10,000,000 טיק טוק - 20,000,000	
מירץ גולני	קמפיין חיילי צה"ל	60,000.00 עיתונות	פד"מ	חשיפות - 10,000,000 הקלקות - 20,000,000	פיסבוק + אינסטגרם - 10,000,000 טיק טוק - 20,000,000	
נשים לתקשוב	קמפיין חיילי צה"ל	35,000.00 דיגיטל	תקשוב	חשיפות - 10,000,000 הקלקות - 20,000,000	פיסבוק + אינסטגרם - 10,000,000 טיק טוק - 20,000,000	
סמים סוף	קמפיין חיילי צה"ל	311,751.00 דיגיטל, דפוס, הפקות	אכ"א	חשיפות - 10,000,000 הקלקות - 20,000,000	פיסבוק + אינסטגרם - 10,000,000 טיק טוק - 20,000,000	
רבנות צבאית	קמפיין חיילי צה"ל	193,082.92 דיגיטל, דפוס, הפקות, עיתונות	אכ"א	חשיפות - 10,000,000 הקלקות - 20,000,000	פיסבוק + אינסטגרם - 10,000,000 טיק טוק - 20,000,000	
מילואים	קמפיין חקירה למעורר המילואים	95,260.55 מחקר, רדיו, הפקות	אכ"א	חשיפות - 10,000,000 הקלקות - 20,000,000	פיסבוק + אינסטגרם - 10,000,000 טיק טוק - 20,000,000	
קמפיין חרדים	קמפיין קידום גיוס לקרבות חרדית וגבו נה מוח נגד גיוס	697,716.21 דיגיטל, מדפי חרדית	אכ"א	חשיפות - 10,000,000 הקלקות - 20,000,000	פיסבוק + אינסטגרם - 10,000,000 טיק טוק - 20,000,000	
בדואים	קמפיין חיילי צה"ל	50,224.81 דיגיטל, הפקות	אכ"א	חשיפות - 10,000,000 הקלקות - 20,000,000	פיסבוק + אינסטגרם - 10,000,000 טיק טוק - 20,000,000	
לוחמות	קמפיין חיילי צה"ל	51,534.55 דיגיטל, הפקות	אכ"א	חשיפות - 10,000,000 הקלקות - 20,000,000	פיסבוק + אינסטגרם - 10,000,000 טיק טוק - 20,000,000	
504	קמפיין כלים ק"מ"מ ביחידה 504	371,167.00 דיגיטל, עיתונות, הפקות	אמ"ן	חשיפות - 10,000,000 הקלקות - 20,000,000	פיסבוק + אינסטגרם - 10,000,000 טיק טוק - 20,000,000	



נספח ב'

קמפיינים שנעשו ע"י מחלקת ההסברה של פיקוד העורף

קמפיינים שבוצעו בשנת 2021:

- 1. שם הקמפיין: מה נשתנה הפסח הזה? פסח בטוח**
מטרת הקמפיין: עידוד חיסוני קורונה בפסח למגזר החרדי - 2 גלים
עלותו הכוללת: 414,069 ₪ ברוטו
מדיה: עיתונות + רדיו + דיגיטל
פירוט עלויות: 160,625 ₪ עיתונות + 155,031 ₪ רדיו + 98,413 ₪ דיגיטל.
- 2. שם הקמפיין: שמירת מרחק**
מטרת הקמפיין: שמירת מרחק בין מכוניות (בשיתוף הרלב"ד)
עלותו הכוללת: 202,255 ₪ ברוטו
מדיה: רדיו בלבד
פירוט עלויות: 202,255 ₪ ברוטו
- 3. שם הקמפיין: רמזור צבעים וחינוך - גוגל**
מטרת הקמפיין: קורונה - תוכנית הרמזור. עדכון מצב מערכת החינוך בערים
עלותו הכוללת: 89,756 ₪ ברוטו
מדיה: דיגיטל בלבד
פירוט עלויות: 89,756 ₪ ברוטו
- 4. שם הקמפיין: הסברה קורונה מגזר חרדי**
מטרת הקמפיין: כללי התנהגות ושמירה על מרחק במגזר החרדי
עלותו הכוללת: 65,308 ₪ ברוטו
מדיה: עיתונות + דיגיטל
פירוט עלויות: 2,808 ₪ עיתונות + 62,500 ₪ דיגיטל (קידום בוטסאפ)
- 5. שם הקמפיין: בדיקות סרולוגיות לילדים**
מטרת הקמפיין: עידוד לקביעת בדיקות סרולוגיות לילדים למגזר החרדי ואמהרי
עלותו הכוללת: 514,855 ₪ ברוטו
מדיה: דיגיטל + טלוויזיה אמהרית + דפוס + עיתונות חרדי
פירוט עלויות: 37,143 ₪ דיגיטל + 4,375 ₪ טלוויזיה אמהרית + 394,337 ₪ דפוס + 79,000 ₪ עיתונות.
- 6. שם הקמפיין: מוכנות לחירום – תרגיל עורף לאומי**
מטרת הקמפיין: תרגיל עורף לאומי – ירידה למקלטים
עלותו הכוללת: 497,176 ₪ ברוטו
מדיה: עיתונות מגזר חרדי + רדיו + דיגיטל
פירוט עלויות: 34,722 ₪ עיתונות מגזר חרדי + 202,000 ₪ דיגיטל + 206,770 ₪ רדיו



קמפינים שבוצעו בשנת 2022 :

1. שם הקמפיין: קמפיין מערכת התרעה לרעידת אדמה

מטרת הקמפיין: היכרות עם מערכת תרועה – כריזה בזמן רעידת אדמה

עלותו הכוללת: 1,497,081 ₪ ברוטו

מדיה: טלוויזיה + דפוס

פירוט עלויות: 1,456,452 ₪ טלוויזיה + 40,629 ₪ דפוס



נספח ג'

הנדון: תעודת קמפיינים ואישורים

תחום קמפיינים בדובר צה"ל, אמון על כלל התכנים הפרסומיים בצה"ל (למעט התכנים של מחלקת ההסברה בפיקוד העורף) ומאשר כל תוכן פרסומי מטעם צה"ל. מאחורי כל קמפיין נמצא הליך מסודר של בחינת הצורך בקמפיין ושרשרת אישורים לפני הכנסתו לגאנט פעילות התחום.

1. בחירת קמפיינים לביצוע

- א. הוכחת צורך- על הגוף הפונה בתוך צה"ל (אגף/פיקוד/זרוע/יחידה) לתחום קמפיינים להעביר פירוט רחב עד כמה שניתן שמוכיח את נחיצות הקמפיין ואת הכלים בהם השתמשו עד כה שאינם במסגרת הקמפיין.
- ב. כל בקשה לקמפיין נבחנת על ידי ראש התחום, בהיבטי הצורך, המשאבים וזמן העלייה.
- ג. בסמכות ראש התחום לבצע תעודת בין הקמפיינים בהתאמה לצרכי צה"ל וגאנט הקמפיינים השנתי.
- ד. תעודת הנושאים הקשורים לשמירת כשירותו של צה"ל ויכולותיו המבצעיות יקבלו קדימות. כך לדוגמה קמפיין עידוד גיוס לתפקידי לוחמה בזרוע יבשה יקבל קדימות על פני קמפיין שהשפעתו אינה הכרחית לתקופה הקרובה בשמירה על כשירותו של צה"ל.

2. הליך אישורים

- א. כל קמפיין מחייב אישור ברמת אל"ם ומעלה מהגוף המזמין.
- ב. כל קמפיין יאושר, על פי המלצת תחום קמפיינים, על ידי רע"ן הפקה ומדיה וסגן דובר צה"ל לתקשורת. קמפיינים מבצעיים או בעלי חשיבות לאומית יואשרו ע"י דו"ץ ורמטכ"ל.

3. גאנט קמפיינים שנתי

- א. יש חשיבות לקביעת גאנט קמפיינים שנתי המאפשר הערכות ותכנון מקדים לכלל הקמפיינים הצפויים במהלך השנה.
- ב. כמו כן, גאנט הקמפיינים מאפשר מיקוד מאמץ בקמפיינים מטכ"ליים (לדוגמה עידוד גיוס לקרבן) או בקמפיינים אופרטיביים.
- ג. גאנט הקמפיינים מאשר על פי המלצת ראש תחום קמפיינים על ידי רע"ן הפקה ומדיה וסגן דובר צה"ל לתקשורת. בהתאם לקריטריונים לתעודת קמפיינים.