

העותרת:

התנועה לחופש המידע (ע"ר) 580425700

22/9/2026 י"א בתשרי תשפ"ז
שופט נעם סולברג
תב"כ 171/26 התנועה לחופש המידע נ' הליכוד
- תנועה לאומית ליברלית

ע"י ב"כ עוה"ד יערה וינקלר שליט ו/או
ו/או עוה"ד אור סדן ו/או עוה"ד דן רוז
מרח' סעדיה גאון 26, תל-אביב-יפו
טל': 052-8279-555 ; פקס: 8-9560359
כתובת דוא"ל: c.yaara@gmail.com

- נ ג ד -

המשיבות:

1. מפלגת הליכוד

מרח' המלך ג'ורג' 38, תל אביב
ע"י ב"כ עוה"ד אילן בומבך
מרח' רח' ויצמן 2, תל אביב
מגדל אמות השקעות, קומה 14

העותרת תצרף כמשיבים את אלו שאת
פרסומיהם ביקשה להסיר (לפי הרשימה בנספח
7 לעתירה).
לתשובת המשיבים כולם עד 28 בספטמבר
2026, שעה 12:00.
העותרת תמציא לאלתר את העתירה ואת
החלטתי זו למשיבים.

2. חברת NVP, ניו ויז'ן פרודקשן, ח"פ 517196655
מרח' רב אלוף דוד אלעזר 16, תל אביב - יפו

עתירה דחופה למתן צו מניעה

מוגשת בזאת לכבוד יושב ראש וועדת הבחירות המרכזית (להלן: "כבוד יושב הראש") עתירה דחופה לפי
סעיף 17(ב)(א) לחוק הבחירות (דרכי תעמולה), התשי"ט-1969 (להלן: "חוק דרכי תעמולה") כנגד המשיבה
1 מפלגת הליכוד (להלן: "המפלגה" או "הליכוד") והמשיבה 2 חברת NVP (להלן: "NVP" או "החברה").

עניינה של עתירה זו בפרסומים שפרסמו יוצרי תוכן ומפרסמים שונים, בתשלום ו/או עבור ו/או מטעם ו/או
באמצעות חברת NVP אשר פועלת באופן פומבי ובתשלום להפקת תוכן תעמולה עבור מפלגת הליכוד
במסגרת קמפיין הבחירות של המפלגה לכנסת ה-26.

לאור הפרסומים כי חברת NVP התקשרה עם מפלגת הליכוד כדי לייצר קמפיין תעמולה עבור המפלגה
בתשלום, מתבקש כבוד יושב הראש להוציא צו מניעה נגד חברת NVP ועובדיה, שיאסור עליה להמשיך
לפרסם תוכן תעמולתי מטעם מפלגת הליכוד בפלטפורמות אלטרנטיביות, באמצעות יוצרי תוכן ומשפיעני
רשת, באופן סמוי וללא חובת גילוי נאות הנדרש לפי סעיף 1א2 לחוק דרכי תעמולה.

בנוסף מתבקש כבוד יושב הראש להורות למשיבות להסיר לאלתר את כל הפרסומים האסורים המוצגים
בנספח 7 לעתירה, המהווים לדעת העותרת תוכן תעמולה אסור שהופק באמצעות חברת NVP או בשימוש
במתחם ובמשאביה לטובת קמפיין מפלגת הליכוד, באופן המפר את סעיף 1א2 לחוק דרכי תעמולה.

יודגש כי עתירה זו מוגשת בהתאם להחלטת כבוד יושב הראש בה"ש 22/26 התנועה לחופש המידע נ' ועדת
הבחירות המרכזית (אתר ועדת הבחירות המרכזית, 20.08.2026) (להלן: "ה"ש 22/26"), ולאחר מיצוי
הליכים ממושך בו דרשה העותרת מהמשיבים לחדול מאותן הפרות ולקיים את חובת הגילוי הנאות על
פרסום תוכן תעמולתי. מכתבי מיצוי ההליכים וההתראה לפני עתירה לא נענו עד למועד הגשת עתירה זו,
והפרסומים הפסולים שפורטו בהם, עודם זמינים לציבור הרחב.

יהיה זה מן הדין ומן הצדק להיעתר למבוקש, הכל כפי שיפורט מיד.

לפני יושב ראש הוועדה, כבוד השופט נעם סולברג

העותרת:

התנועה לחופש המידע (ע"ר) 580425700

ע"י ב"כ עוה"ד יערה וינקלר שליט ו/או עוה"ד הידי נגב
ו/או עוה"ד אור סדן ו/או עוה"ד דן רוזנטל
מרח' סעדיה גאון 26, תל-אביב-יפו
טל': 052-8279-555 ; פקס: 03-9560359
כתובת דוא"ל: winkler.yaara@gmail.com

- נ ג ד -

המשיבות:

1. מפלגת הליכוד

מרח' המלך ג'ורג' 38, תל אביב
ע"י ב"כ עוה"ד אילן בומבך
מרח' רח' ויצמן 2, תל אביב
מגדל אמות השקעות, קומה 14

2. חברת NVP, ניו ויז'ן פרודקשן, ח"פ 517196655

מרח' רב אלוף דוד אלעזר 16, תל אביב - יפו

עתירה דחופה למתן צו מניעה

מוגשת בזאת לכבוד יושב ראש וועדת הבחירות המרכזית (להלן: "כבוד יושב הראש") עתירה דחופה לפי סעיף 17(ב)(א) לחוק הבחירות (דרכי תעמולה), התשי"ט-1969 (להלן: "חוק דרכי תעמולה") כנגד המשיבה 1 מפלגת הליכוד (להלן: "המפלגה" או "הליכוד") והמשיבה 2 חברת NVP (להלן: "NVP" או "החברה").

עניינה של עתירה זו בפרסומים שפרסמו יוצרי תוכן ומפרסמים שונים, בתשלום ו/או עבור ו/או מטעם ו/או באמצעות חברת NVP אשר פועלת באופן פומבי ובתשלום להפקת תוכן תעמולה עבור מפלגת הליכוד במסגרת קמפיין הבחירות של המפלגה לכנסת ה-26.

לאור הפרסומים כי חברת NVP התקשרה עם מפלגת הליכוד כדי לייצר קמפיין תעמולה עבור המפלגה בתשלום, מתבקש כבוד יושב הראש להוציא צו מניעה נגד חברת NVP ועובדיה, שיאסור עליה להמשיך לפרסם תוכן תעמולתי מטעם מפלגת הליכוד בפלטפורמות אלטרנטיביות, באמצעות יוצרי תוכן ומשפיעני רשת, באופן סמוי וללא חובת גילוי נאות הנדרש לפי סעיף 1א2 לחוק דרכי תעמולה.

בנוסף מתבקש כבוד יושב הראש להורות למשיבות להסיר לאלתר את כל הפרסומים האסורים המוצגים בנספח 7 לעתירה, המהווים לדעת העותרת תוכן תעמולה אסור שהופק באמצעות חברת NVP או בשימוש במתחם ובמשאביה לטובת קמפיין מפלגת הליכוד, באופן המפר את סעיף 1א2 לחוק דרכי תעמולה.

יודגש כי עתירה זו מוגשת בהתאם להחלטת כבוד יושב הראש בה"ש 22/26 התנועה לחופש המידע נ' ועדת הבחירות המרכזית (אתר ועדת הבחירות המרכזית, 20.08.2026) (להלן: "ה"ש 22/26"), ולאחר מיצוי הליכים ממושך בו דרשה העותרת מהמשיבים לחדול מאותן הפרות ולקיים את חובת הגילוי הנאות על פרסום תוכן תעמולתי. מכתבי מיצוי ההליכים וההתראה לפני עתירה לא נענו עד למועד הגשת עתירה זו, והפרסומים הפסולים שפורטו בהם, עודם זמינים לציבור הרחב.

יהיה זה מן הדין ומן הצדק להיעתר למבוקש, הכל כפי שיפורט מיד.

א. תוכן

- ב. רקע – על תעמולה סמויה באמצעות יוצרי תוכן 2
- ג. סמכות דיונית ומהותית 3
- ד. הצדדים 4
- ה. תשתית עובדתית ומיצוי הליכים 4
- ו. השימוש ביוצרי תוכן, משפיעני רשת וצדדים שלישיים 6
- ז. חובת השקיפות והאיסור על תעמולה סמויה - חוק הבחירות דרכי תעמולה 6
- ח. חובת הגילוי הנאות חלה על המשיבה 2 והמשפיענים גם מהוראות חוק הגנת הצרכן 9
- ט. סוף דבר 10

ב. רקע – תעמולה סמויה באמצעות צדדים שלישיים

1. המרחב הדיגיטלי שינה באופן יסודי את האופן שבו הציבור צורך מידע, מעצב עמדות ומקבל החלטות. לצד כלי התקשורת המסורתיים, **יוצרי תוכן ומשפיעני רשת** מחזיקים בכוח השפעה רחב ומשמעותי, לעיתים בהיקף של עשרות ומאות אלפי עוקבים אשר נחשפים למסרים שלהם באופן יומיומי, מהיר ובלתי אמצעי.
2. משפיעני רשת, בהגדרה חופשית, הנם אנשים פרטיים הפועלים **בפלטפורמות חברתיות ואלטרנטיביות** (כגון אינסטגרם, טיקטוק, פייסבוק, טלגרם, וואטסאפ ואחרים) בדרך של יצירת תוכן דיגיטלי מקורי, או הגשת תוכן מוכר וקיים בדרכים יצירתיות אשר מושכות אליהן קהל צופים ומאזינים ("**עוקבים**").
3. בשנים האחרונות זיהו מפלגות ומועמדים לכנסת את יתרונות הפרסום באמצעות משפיעני רשת והם עושים באלה שימוש נרחב כדי להפיץ תעמולה שאינה על פי "כללי המשחק". משפיעני הרשת מפיצים תעמולה בתשלום, בין אם באופן ישיר מהמפלגה או על ידי ספק משנה, ואינם מגלים כי מדובר בפרסום תעמולה בתשלום או מטעם מפלגה ובכל מפרים את חובות השקיפות הנדרשות על פי דין.
4. הפגיעה בדיני התעמולה באמצעות יוצרי תוכן ומשפיענים היא כפולה – היא פוגעת בשוויון בין המפלגות ומכשילה את קיומו של הליך הבחירות התקין, אך חמור מכך, **היא יוצרת מניפולציה ומצג שווא מטעה**. הצגת תוכן תעמולתי מבלי לציין כי מדובר בתוכן שנעשה עבור תשלום או בשליחות או מטעם מפלגה, מטעה את הציבור לחשוב שמדובר בתוכן אותנטי או מקורי, דבר המהווה הפרה של דיני הבחירות ועולה עד לכדי הטעיה של ממש.
5. יודגש כי הפרת הדין המובאת בעתירה זו נעשתה ונעשית לדידה של העותרת הן על ידי המשיבה 1, מפלגת הליכוד והמועמדים לכנסת מטעמה, הן על ידי החברה המשיבה 2, המפעילה יוצרי תוכן. ודוק. בסעיף 2(א)1(ב) לחוק דרכי תעמולה נקבע, כי "מודעת בחירות" הינה כל אחת מאלה:
 - (1) תעמולת בחירות שנעשית על ידי מתמודד בבחירות, גוף הקשור לסיעה או גוף פעיל בבחירות או מי מטעמם.
 - (2) תוכן של תעמולת בחירות שפורסם בעבור תשלום.

6. הנה כי כן, כל תוכן של תעמולת בחירות שנעשה מטעם המפלגות ו/או המתמודדים וכן כל תוכן של תעמולת בחירות שפורסם עבור תשלום (ללא תלות בזיהות המשלם או מקבל התשלום) - מהווים "מודעת בחירות" החייבת בזיהוי, גילוי, סימון ועמידה בהוראות חוק דרכי תעמולה - כמפורט בפרק ז' לעתירה.
7. יצוין כבר כאן ועוד יורחב בפרק ז' שגם בעניין ישראל ביתנו מצא כבוד יושב הראש לשעבר, כב' השופט מלצר, כי ישנם מספר טעמים המצדיקים חשיפת פרטים של הגורם המזמין "מודעת הבחירות" וכי חופש הביטוי והזכות לאנונימיות נסוגים מפני חובת השקיפות כאשר עולה חשש שגורמים בעלי אינטרס "מתחבאים" בצלם של אלה כדי לפרסם תעמולה שלא על פי הדין ובכך לפגוע בתקינות הבחירות.
8. העותרת סבורה שפרסום תוכן תעמולתי אינו "נופל" בגדרי חוק הגנת הצרכן כ"מוצר" לפי הגדרתו שם ולכן פרסום תעמולה באופן סמוי מהווה נושא "פרוץ" המאפשר פרסום תעמולה סמויה ואף אסורה, על ידי מפלגות ומועמדים לכנסת או בתשלום למשפיענים על ידי מאן דהוא.
9. מאידך, ועל כך בפרק ח' לעתירה, חובת "הגילוי הנאות" חלה על משפיעני רשת מכוח חוק הגנת הצרכן, התשמ"א-1981 (להלן: "חוק הגנת הצרכן") ביחס לפרסום תוכן שיווקי. הוראות אלה מסדירות את חובת יוצרי תוכן ומשפיענים לפעול בשקיפות וגילוי דעת כאשר מדובר בתוכן פרסומי, מסחרי או דומה.
10. בעידן בו הפלטפורמות האלטרנטיביות תופסות מקום מרכזי בעולם התוכן הנצרך על ידי הציבור, עולה חשש לסיכון ממשי כי פרסום תעמולה מוסווית על ידי משפיעני רשת ויוצרי תוכן עלול לחבל בעקרון השוויון בין המפלגות, לפגוע בחופש הבחירה ולערער את אמון הציבור בהליך הדמוקרטי.
11. לאור השפעה משמעותית זו על ציבור רחב מאוד של אזרחים בעלי זכות הצבעה, זיהתה העותרת שקיים צורך ממשי להחיל את הוראות חוק דרכי תעמולה בעניין חובת שקיפות על משפיעני רשת ויוצרי תוכן, והגישה לאחרונה לכבוד יושב הראש בקשה להכרעה מוקדמת (ראה ה"ש 22/26) במסגרתה פורטה התופעה בהרחבה ונתבקשה הכרעה עקרונית וקביעת הנחיות לעניין זה.
12. בהחלטת כבוד יושב הראש מיום 20.08.2026 נקבע כי עקרונות דיני התעמולה מוכרים ואילו יישומם תלוי בנסיבות כל מקרה לגופו אשר יש לדון בו באופן פרטני, ועל כן מוגשת עתירה זו; החלטת כבוד יושב הראש בה"ש 22/26 מצ"ב כנספח 1 לעתירה זו.

ג. סמכות דיונית ומהותית

13. ס' 17ב(א) לחוק דרכי תעמולה קובע כי ליו"ר ועדת הבחירות המרכזית לכנסת ישנה הסמכות להוצאת צו מניעה במקרים המנויים בסעיף זה.
14. דהיינו כבוד יושב הראש מחזיק בסמכות להוציא צו מניעה המונע מעשה עבירה המנוי ברשימת החיקוקים המעוגנים בסמכותו לפי בסעיף 17ב לדעיל. העותרת תטען כי בידי יו"ר ועדת הבחירות הנכבד סמכות מלאה להוציא צווי מניעה כנגד פרסום פסול של תעמולה סמויה ועל כן תבקש כי יוציא את הצו המבוקש ברישא – עצירה מיידית והסרת פרסומי התעמולה המצורפים כנספח 7 לעתירה שאין בהם גילוי וסימון כנדרש בדין, וזאת בכל הרשתות החברתיות וביחס לכל הפרסומים שיוצגו בעתירה זו.
15. העותרת תדגיש כי אין המדובר בהפרות שנסתיימו, כיוון שהפרסומים המהווים הפרה של חוק דרכי תעמולה – עודם מופצים ומפורסמים ברשתות החברתיות ובאמצעות יוצרי תוכן ומשפיענים שונים.

ד. הצדדים

16. המבקשת היא **התנועה לחופש המידע**, עמותה רשומה - א-מפלגתית וא-פוליטית - הפועלת כבר למעלה משני עשורים לקידום שקיפות שלטונית באמצעות כלים משפטיים וחינוכיים. מאז הקמתה הגישה המבקשת אלפי בקשות חופש מידע ומאות עתירות לבתי המשפט המחוזיים ולבית המשפט העליון אשר תרמו לעיצוב מעמדו של חוק חופש המידע בישראל ולביסוס ערכי השקיפות השלטונית.
17. המבקשת הובילה ומובילה לאורך כל שנות פעילותה פרויקטים רחבי היקף שמטרתם להביא לידיעת הציבור בישראל מידע ציבורי, רשמי, מהימן ועקבי ומשכך ביססה את מעמדה כנציגת הציבור בהליכים משפטיים (ראה למשל ע"מ 9341/05 **התנועה לחופש המידע נ' רשות החברות הממשלתית**, ע"מ 11120/08 **התנועה לחופש המידע נ' הרשות להגבלים עסקיים**, ע"מ 1245/12 **התנועה לחופש המידע נ' משרד החינוך**, ע"מ 22015-02-22 **האגודה לזכויות האזרח בישראל ואח' נ' משטרת ישראל** ועוד).
18. **המשיבה 1, מפלגת הליכוד**, שלכאורה פורסמה מטעמה ו/או בשליחותה ו/או במימונה תעמולה בניגוד לדיני תעמולת בחירות באמצעות המשיבה 2, שהפעילה יוצרי תוכן ומשפיענים ברשתות חברתיות.
19. **המשיבה 2, חברה להפקות תוכן ומדיה המאוגדת כחברה בע"מ. ניו ויז'ן פרודקשן (NVP)**, היא המספקת בתשלום, תכנים ופרסומים לקמפיין הבחירות של מפלגת הליכוד ומפיקה סרטונים ליוצרי תוכן ומשפיעני רשת הכוללים מסרים של המפלגה ו/או מועמדיה לכנסת.

ה. תשתית עובדתית ומיצוי הליכים

20. ביום 17.08.2026 **פורסם בתקשורת**, כי חברת NVP הפיקה ומפיקה סרטוני תעמולה ותוכן תעמולתי של מפלגת הליכוד עבור תשלום ששילמה המפלגה ו/או מי מטעמה ו/או בשמה. במימון זה יצרה והפיקה החברה סרטונים המקדמים את המסרים של מפלגת הליכוד; הסרטונים פורסמו באמצעות יוצרי תוכן ומשפיעני רשת בשלל רשתות חברתיות.
- הפרסום מיום 17.08.2026 מצ"ב **כנספת 2** לעתירה זו.
21. ביום 19.08.2026 **דווח ב-YNET** כי מאחורי קמפיין מפלגת הליכוד עומדת חברת NVP "שמספקת שירותי מדיה לליכוד ומפעילה בין היתר מתחם להפקת פודקאסטים וסרטונים, ומעניקה במקביל שירותים גם ליוצרי תוכן מהימין שמזוהים עם נתניהו ומסריו".
- הפרסום מיום 19.08.2026 מצ"ב **כנספת 3** לעתירה זו.
22. ביום 27.08.2026 **דווח בעיתון "הארץ"** כי מיזם להפצת סרטוני תעמולה עבור ראש הממשלה בנימין נתניהו ומפלגת הליכוד עלה באותם ימים לרשת. במסגרת המיזם הוצגו סרטונים של יוצרי תוכן ימנים המזוהים עם קמפיין הליכוד ופרסומים אלה כללו הפניה לאתר תעמולה של המפלגה שנמצא בשלבי פיתוח, כך לפי הודאת והודעת הליכוד באותו דיווח.
- הפרסום מיום 27.08.2026 מצ"ב **כנספת 4** לעתירה זו.
23. האתר המדובר נשא כותרת "#אני_עם_ביבי" והציע לגולשים מאגר "נשק דיגיטלי"; אוסף סרטונים ותמונות להפצה מיידית ברשתות חברתיות. מיזם התעמולה מתיימר לייצר נראות של תמיכה אותנטית בנתניהו ובמפלגת הליכוד על ידי ציבור עצמאי, לכאורה, כאשר המסרים זהים למסרי הקמפיין הרשמי של המפלגה ונערכים באותם אולפנים ועל ידי אותה חברה להפקות תוכן.

24. הסרטונים האמורים, הן אלה שפורסמו באתר והן אלה ששותפו על ידי משפיענים שונים ברשתות החברתיות, אינם מסומנים כתעמולה באופן רשמי, כפי שנדרש על פי חוק. מצב זה, על פניו, מעלה חשש שיוצרי תוכן ומשפיענים מפיצים סרטוני תעמולה סמויה המייצרת מניפולציה ומצג שווא.
25. בנסיבות אלה פנתה העותרת אל המשיבות במכתבי התראה ודרישה להסיר את הפרסומים האמורים ואו להוסיף להם סימון וזיהוי גלוי באופן בולט, הכל לפי הדין. הסרטונים המפורטים במכתבי העותרת למשיבות, הם-הם הסרטונים אשר ביחס אליהם מוגשת עתירה זו.
- מכתבי ההתראה ששלחה העותרת למשיבות, מצ"ב **כנספחים 5 ו-6** לעתירה זו - המכתבים מצורפים ללא נספחים על מנת למנוע כפילויות והכבדה על כתב העתירה.
26. במכתב למשיבות הודגש כי הלכה למעשה מדובר בסרטוני תעמולה מטעם מפלגת הליכוד או המועמדים לכנסת מטעם המפלגה, הגם שהתוכן נוצר ומופץ באמצעות גורם שלישי (חברת NVP או משפיענים) ללא חובת גילוי נאות כי מדובר בתעמולה מטעם מפלגת הליכוד או מועמדיה.
27. לעמדת העותרת, המשפיענים ויוצרי התוכן כמו גם מפלגת הליכוד וחברת NVP נדרשים כולם בגילוי נאות והבהרה כי מדובר בתוכן מטעם מפלגת הליכוד בהתאם לסעיף 1א2 לחוק דרכי תעמולה הקובע חובת שקיפות וגילוי דעת לגבי כל פרסום בעל תוכן תעמולתי. **חובה זו חלה הן על המועמד, המפלגה, המפרסם, המממן וכל מי שמציג את התוכן התעמולתי תמורת תשלום בשכר או בכל טובין אחר.**
28. במילים אחרות, כל תוכן תעמולתי מטעם מפלגת הליכוד – הגם שמתפרסם על ידי יוצרי תוכן פרטיים – מחייב סימון ועמידה בהוראות חוק דרכי תעמולה. חובה זו, לעמדת העותרת חלה במקרה דנן, על מפלגת הליכוד, חברת NVP שהתקשרה עימה ויוצרי התוכן, כולם ביחד ולחוד.
29. במסגרת מכתבי ההתראה הנ"ל הוצגו כלל הנימוקים והטענות המפורטות בעתירה זו, לרבות לעניין הפרת דיני התעמולה ודיני הגנת הצרכן וכי התנהלותם עולה אף עד לכדי הטעיית הציבור. ב"רחל בתך הקטנה" נכתב למשיבות כי חובה היה על משפיעני הרשת ויוצרי התוכן, לציין כי המדובר בתוכן מממן ואו מטעם המפלגה - דברים אלה נכונים גם לחברת NVP אשר נקשרה, בכל דרך שהיא, עם מפלגת הליכוד ואו המועמדים לכנסת מטעמה והיא זו שאפשרה, יזמה, סייעה או מימנה פרסום תעמולה באמצעות יוצרי תוכן ומשפיעני רשת.
30. העותרת חתמה את מכתבה למשיבה בדרישה לחדול לאלתר מפרסום והפצת תעמולה סמויה ואסורה, גם על ידי ובאמצעות צדדים שלישיים. לפעול לאלתר להסרת כל פרסום הכולל תוכן תעמולה מטעם מפלגת הליכוד ו\ מועמדיה או לחילופין לסמן כל פרסום שכבר פורסם, כמו גם פרסומים עתידיים, באופן בולט כך שידע הציבור שמדובר בתוכן תעמולה מטעם מפלגה ואו מועמד לכנסת.
31. למען הזהירות ומבלי לגרוע מכלליות הדרישה, **צירפה העותרת למכתבה נספח** ובו מספר לא מבוטל של פרסומים שאותרו על ידה אשר הופצו על ידי יוצרי תוכן ומשפיענים ונראה שהופקו בסיוע חברת NVP אשר התקשרה עם מפלגת הליכוד; קישוריות \ פרסומים אלה מצורפים **כנספח 7** לעתירה זו. **פרסומים אלה הם ביסודה של עתירה זו ואותם מתבקשות המשיבות להסיר לאלתר באמצעות צו המניעה המבוקש מכבוד יושב הראש, או באמצעות תצהיר של המשיבות המבהיר את טיב התקשרותן.**
32. הודגש בפני המשיבות כי הדרישה לחדול מביצוע פרסומים אסורים כוללת גם דרישה להסיר פרסומים שכבר הועלו שלא כדין למרשתת, בכל פלטפורמה שהיא, וכי דרישה זו נכונה לכל תקופת הבחירות כהגדרתה בחוק דרכי תעמולה, דהיינו מיום 29.07.2026 ועד בכלל, לפי סעיף 2 לחוק דרכי תעמולה. העותרת פנתה למשיבות במכתב משותף וביקשה התייחסות עד ליום 04.09.2026 אולם באופן מצער לא התקבלו התייחסויות כלשהן למכתבי העותרת מאת אף אחת מהמשיבות ועל כן מוגשת עתירה זו.

1. השימוש ביוצרי תוכן, משפיעני רשת וצדדים שלישיים ללא זיהוי

33. כאמור לעיל, העותרת סבורה כי יוצרי תוכן ומשפיענים המפיצים תוכן תעמולתי בעזרת או בחסות חברת NVP מחויבים בגילוי נאות כי מדובר בתוכן של מפלגת הליכוד אשר נקשרה עם החברה בדיוק למטרה הזו של הפצת מסרי קמפיין הבחירות לציבור.

34. יוצרי תוכן ומשפיעני רשת הן כאמור, דמויות מוכרות אשר מעבירות מסרים מהירים וקליטים לציבור עצום של אנשים. מפלגות ומועמדים עושים שימוש במשפיעני רשת גם כדי להעביר מסרי תעמולה. ההתקשרות להפצת תעמולה באמצעות משפיענים נעשית גם באופן ישיר על ידי המפלגות והמועמדים, וגם באמצעות משרדי יח"צ ופרסום, יועצי תקשורת וגורמים שלישיים אחרים.

35. כאן המקום להפנות להחלטת כבוד יו"ר הוועדה שניתנה ביום 19.08.2026 בתב"כ 88/26 **מפלגת "בנט 2026" ואח' נ' ארדיטי** בעניין פרסום פרטי הגורם שמטעמו ואו במימונו פורסמה תעמולת בחירות. בסעיף 5 להחלטה נקבע כי אם מי שפרסם תעמולת בחירות מוסווית יוכל להותיר את זהות המזמין חסויה על ידי הסרת הפרסום, הרי שתעמולת הבחירות המוסווית "עשתה את שלה" (כלשון ההחלטה) ושם המזמין לא יודע לציבור - וזאת בניגוד לכוונת המחוקק.

36. ודוק. פרסום של תעמולה על ידי משפיעני רשת ויוצרי תוכן, ללא גילוי נאות בנוגע למזמין הפרסום (בתשלום או מטעם) מהווה למעשה חוסר תום לב המאפשר עקיפה של הוראות חוק דרכי תעמולה תוך מתן יתרון לא הוגן למזמין הפרסום אשר יצא ממנו נשכר ולא נדרש לעמוד בהוראות הדין בנוגע לשקיפות ואיסור תעמולה סמויה, הכל כפי שיפורט בפרק הבא.

2. חובת השקיפות והאיסור על תעמולה סמויה - חוק הבחירות דרכי תעמולה

37. עקרון השקיפות בתעמולת הבחירות מבטיח כי לציבור הבוחרים אפשרות עצמאית לגיבוש דעותיהם האידיאולוגיות והפוליטיות ומונע הטיות לגבי תוכן התעמולה, תעמולה שקרית והשפעה לא הוגנת על ידי תעמולה לא מזוהה או כזו המתחזה כקשורה למפרסמים ומפלגות אחרות.¹

38. בשל העובדה שהבוחרים יודעים מי האחראי לפרסום המודעה, הם יכולים להבין את האינטרסים שעומדים בבסיסה ולא לקבל אותה "כפשוטה". כדבריו של כב' השופט ג'ובראן: "כאשר הבוחר נתקל במודעה מטעם מפלגה כזו או אחרת, הוא יודע לקחת את הדברים 'בעירבון מוגבל'".²

39. יובהר, כי המושג 'מודעת בחירות' המחויבת להיות מזוהה ומסומנת עם שם הרשימה או המועמד בבחירות – **כוללת כל דבר תעמולה, לרבות סרטונים או שימוש במשפיענים**. הפרשנות הנ"ל ל'מודעת בחירות' הובהרה על ידי הח"מ במהלך הדיונים בוועדת החוקה, חוק ומשפט על חקיקת סעיף 1א2 לחוק המחיל חובת שקיפות, מיום 25.04.2022 והמענה שניתן על ידי היועץ המשפטי לוועדה:³

"...כל תוכן שהוא תעמולת בחירות. הדגש הוא על השאלה האם זו תעמולת בחירות, לא משנה באיזה פורמט המודעה."

40. דברים מפורשים לעניין זה נקבעו **בעניין בן מאיר**⁴ שם הובהר שתעמולת בחירות חייבת להיות מזוהה, בין אם מדובר בשלט, מודעת עיתון, שילוט חוצות, פרסומים ברחבי רשת האינטרנט וברשתות החברתיות.

¹ ירום שגן, יוסף בן-דוד "האם ניתן וראוי להחיל את החובה לפרסם 'תווית מידע' לפי חוק הבחירות (דרכי תעמולה) גם על אינטרנט?" **הארץ** הדין ח עמ' 119-120 (תשע"ג).

² תב"כ 8/20 **תנועת הליכוד נ' מפלגת העבודה הישראלית**, פס' 41 להחלטתו של השופט ג'ובראן (נבו 22.2.2015) (להלן: עניין **מפלגת העבודה**).

³ ראו פרוטוקול מס' 253 משיבת ועדת החוקה, חוק ומשפט, מיום 25.04.2022, בנושא חוק הבחירות (דרכי תעמולה) התשפ"ב-2022, בעמ' 29.

⁴ תב"כ 8/21 שחר בן מאיר נ' הליכוד, פס' 000000 להחלטת השופט מלצר (27.02.2019).

41. גם בפסיקה מאוחרת יותר נקבעו עקרונות חשובים באשר לחובת הזיהוי של מודעות תעמולה המתפרסמות בתקופת הבחירות על ידי מי, שלכאורה, אינם המפלגות עצמן.

42. למעשה בעניין **ישראל ביתנו**⁵ נקבעו מספר עקרונות מנחים חשובים בכל הנוגע לזיהוי "מודעת בחירות" בתקופת בחירות, בעיקר בכל הנוגע לפרסומים שלא נעשים באופן ישיר וגלוי על ידי המפלגות, אלא על ידי צדדים שלישיים הנחזים להיות "אותנטיים" ואלה עיקרי הדברים המובאים בפסקאות 21 - 27 שם:

42.1. השימוש הגובר באמצעות טכנולוגיים לשם הפצת תעמולת בחירות באופן אנונימי **מצדיק נקיטה בפרשנות מרחיבה** כך שהוראות החוק המסדירות פרסום מודעת בחירות יחולו גם על פרסומים בלתי מזוהים. הצדקה זו נובעת, בין היתר אך לא רק, על יסודו של סעיף 13 לחוק דרכי תעמולה משום שתעמולת בחירות אנונימית מטעם רשימת מועמדים כנגד זולתה עלולה להוות הפרעת בחירות אסורה.

42.2. בתקופת הבחירות, החשש שמא נעשית תעמולה אסורה הפוגעת בתקינות הבחירות משמשת הצדקה **להעדפת חובת השקיפות והגילוי, גם על פני הזכות לאנונימיות ולפרטיות**. התפיסה העומדת ביסודו של איזון זה נשענת על כך שאלמלא תקבל השקיפות את הבכורה, יוכלו בעלי אינטרס פוליטי לחסות ב"צל" של אנונימיות ולהציג לציבור מצגים מטעים ומשבשים אשר יפגעו בתקינות הבחירות באופן ניכר.

42.3. בפועל, כאשר אין קושי לזהות את מזמין המודעה, יש לכך **משקל משלים לעניין הגילוי**. במקרה דנן אין מחלוקת כי הסרטונים המוצגים בנספח 7 נעשו באמצעות חברת NVP אשר נקשרה מצד אחד עם מפלגת הליכוד ומצד שני עם משפיענים ויוצרי תוכן אשר פרסומיהם נחזים להיות מקוריים ועצמאיים, ולא כך היא.

42.4. לעניין זה גילוי מזמין המודעה מהווה מידע הכרחי ונחוץ לשם קיום הוראות החוק הנוגעות לפרסום מודעת תעמולה. במקרה דנן מבקשת העותרת, בשם הציבור, להבטיח שתתקיימנה בחירות הוגנות ותקינות על ידי כל הגורמים המתמודדים ומטרתה היא למנוע הפרעה לסדרן התקין של הבחירות. ככל שמפלגת הליכוד נקשרה עם חברת NVP אשר בתורה נקשרה עם משפיענים ויוצרי תוכן - וכל אלה מפרסים לציבור מסרים של קמפיין הבחירות של המפלגה - הרי שהם **כולם חייבים בחובות הסימון, גילוי ושקיפות לציבור**. לעניין זה יפים מאוד דברי כב' השופט מלצר והן יובאו כלשונם:

"...חל איסור על פרסום מודעות תעמולה אנונימיות מטעם מפלגות, רשימות מועמדים, מתמודדים בבחירות או כל גורם אחר הפועל מטעמן בתשלום, או הקשור עמן... **איסור זה חל על כל הגורמים המעורבים בשרשרת הפרסום וההפצה**" (ההדגשה במקור).

42.5. **התקשרויות בין המפלגה לחברה** בוודאי כוללות, או צריכות היו לכלול, הוראות באשר לחובה לעמוד בהוראות כל דין חל. תניות מעין אלה מופיעות באופן רגיל וקבוע בחוזי התקשרות וההנחה היא שהן חוזרות ומופיעות גם בהסכמים בין החברה לבין צדדים שלישיים. מכל מקום, לכבוד יושב הראש ישנה סמכות מפורשת לעיין במסמכי ההתקשרות בין המפלגה לחברה ולבחון את תניות ההתקשרות, לרבות בקשר לדינים הכלליים והן ביחס להוראות הנוגעות לשקיפות, סימון מודעות בחירות וכיוצ"ב.

⁵ תב"כ 27/21 ישראל ביתנו נ' שמיר מערכות ומפעלים בע"מ ואח', פס' 21 לפסק דינו של כב' השופט מלצר (נבו 17.03.2019).

43. הנה כי כן, רואים אנו שבעבר הטילו יושבי ראש ועדת הבחירות לכנסת את חובת השקיפות על מפלגות, רשימות ומועמדים מתוקף **פרשנות מרחיבה** ולסוגיות שעלו בפניהם.⁶ יפים לעניין זה דבריו של השופט גיוראן שנאמרו **בעניין דויד** :

"עקרונות השקיפות וההגנות מחייבים כי הטוען דבר נגד חברו, יטען זאת בעצמו, ולא ממחשבים. לכך יש להוסיף כי המסרים שמבקשים המתמודדים בבחירות להעביר למתמודדים באמצעות מודעות, ראוי ונכון שיימסרו מפיהם באופן גלוי. מידע מלא ושקיפות הכרחיים הם על מנת שהבוחרים יצביעו על פי צו מצפונם, ולא על סמך אינטואיציות והנחות לא מבוססות". (ההדגשות אינן במקור, ח.מ.).⁷

44. על יסוד פסקי הדין הנ"ל ואחרים, ביום 30.06.2022 נחקק תיקון מס' 40 לחוק דרכי תעמולה שהחיל חובת שקיפות על תעמולת הבחירות; לחוק התווסף סעיף 1א2 "שקיפות בתעמולת בחירות" וזו לשונו:

"1א2 (א) לא יפרסם אדם מודעת בחירות בלי שהיא נושאת את שמו של האדם האחראי להזמנתה ואת הדרכים ליצירת קשר עימו, ולגבי מודעה מודפסת - גם את שמו של המדפיס אותה והדרכים ליצירת קשר עימו, ואם פעל האדם האחראי להזמנתה מטעם מתמודד בבחירות או גוף אחר - תישא המודעה את שם המתמודד או הגוף כאמור, את האות או הכינוי של הסיעה או את רשימת המועמדים ושמה של המפלגה שהגיישה את רשימת המועמדים."

45. בשלהי חודש יולי 2026 הוכנס תיקון מספר 43 לחוק דרכי תעמולה (כהוראת שעה בת שנה) אשר נועד להבטיח שלא יוצגו מצגי שווא מטעים לציבור בתקופת הבחירות ואף לאחריה.

46. בתיקון זה נקבעה חובת גילוי לגבי תעמולת בחירות שנוצרה או נערכה באופן מהותי באמצעות אמצעי דיגיטלי מתקדם, לרבות כלים של בינה מלאכותית אשר כונו כולם יחד בחוק זה: **"נחוזות עמוקה"**. בסעיף 2א2(ב) לחוק הבחירות דרכי תעמולה ניתן ליושב ראש הוועדה סמכות לקבוע כללים לעמידה בחובת הגילוי האמורה לעיל בקשר לנחוזות עמוקה ופרסומים שעלולים להיות מטעים **"(הכללים)"**; הכללים מצורפים למען הנוחות בלבד **כנספת 8** לעתירה זו.

47. בכללים שפורסמו לציבור ביום 26.07.2026 נקבעו הוראות מפורשות לעניין גילוי מלא וסימון נאות של תכנים אשר עברו, במלואם או בחלקם, עריכה או שינוי מהותיים. הכללים קובעים הוראות ברורות לעניין אופן הצגת הגילוי (סעיף 3 והתוספת לכללים) ואף נקבעו התייחסויות ספציפיות לגילוי הנדרש בפרסום תמונות דיגיטליות, תכנים מודפסים, קבצי שמע או תכני וידאו (סעיפים 4 - 6 לכללים).

48. על תכלית סעיף 1א2(א) לחוק דרכי תעמולה, עמד כב' הנשיא י' עמית, יו"ר ועדת הבחירות לכנסת ה-25 בתב"כ 11/25 **יש עתיד נ' הליכוד** (אתר ועדת הבחירות, 23.08.2022) שקבע כי התכלית העיקרית נועדה: **"לקדם שקיפות על מנת לאפשר לציבור לשפוט כל מועמד ורשימה על פי המסרים שאותם הם מקדמים בגלוי ובמפורש"**. כמו כן, יפים דבריו שנקבעו בפסקה 13 להחלטתו בתב"כ 25/5 **חוסן לישראל נגד הליכוד**, (אתר ועדת הבחירות, 02.08.2022), ביחס למשמעות ההקפדה על השקיפות בתעמולה:

"לא ניתן להפריז בחשיבות הטמונה בהקפדה על שקיפות בתעמולת בחירות. מסר שנועד להשפיע על הבוחרים - ראוי לו לגוף העומד מאחוריו שלא יחסה בינות לצללים - אלא יתייצב ויכריז על כך בגלוי. על המתמודדים בבחירות לזכות בדעת הבוחר - ולא 'לגנוב' אותה בהיחבא ובדרכי עורמה".

⁶ לאורך השנים ראשי ועדת הבחירות המרכזית לכנסת פירשו את החוק כך שיחולו חובות על המרחב האינטרנטי. ראו למשל: תב"כ 8/21 בן מאיר נ' מפלגת הליכוד, פס' 63 להחלטתו של המשנה לנשיאה מלצר (27.2.2019); תב"כ 33/24 **עוצמה יהודית - חזית יהודית לאומית, רשימת הציונות הדתית לכנסת ה-24 נ' יהדות התורה**, פס' 5 להחלטתו של השופט פוגלמן (נבו) 14.3.2021; תב"כ 18/24 **רשימת ימינה נ' אוטברין ישראל בע"מ**, פס' 14-17 להחלטתו של השופט פוגלמן (נבו) 1.3.2021; תב"כ 3/22 **סיעת ישראל ביתנו נ' סיעת הליכוד**, פס' 14 להחלטתו של המשנה לנשיאה מלצר (נבו) 10.9.2019.

⁷ תר"מ 20/20 **דויד נ' בוסקילה**, פס' 3 לפסק דינו של כב' השופט גיוראן (נבו) 1.9.2013.

49. אם כן, לעקרון השקיפות בתעמולה חשיבות מכרעת הנגזרת מהזכות החוקתית בדבר החופש והשוויון לבחור ולהיבחר. סעיף 1א2(א) לחוק דרכי תעמולה **מחיל חובת שקיפות אקטיבית על הרשימות והמועמדים**. על הצורך בנקיטת שקיפות אקטיבית חזר ועמד לאחרונה יו"ר ועדת הבחירות לכנסת ה-25, בתב"כ 23/25 **יש עתיד נ' מפלגת הליכוד** (אתר הוועדה, 06.09.2022):

"לשון החוק ותכליתו ברורים – מסר שעניינו תעמולת בחירות חייב להיות מזוהה על ידי שולחו. הבוחר לא נדרש לתור ולחפש את זהות המפרסם, ולהסיק מכתובת דף האינטרנט או מתנאי השימוש בדף נפרד (שטעון כמובן הקשה על קישור – שעלויות להיות לו משמעויות בהיבט של מאגרי מידע) מיהו השולח. המסרון עצמו נדרש לשאת את שמה של רשימת המועמדים באופן ברור." (הדגשות הוספו, ח.מ.).

50. הנה כי כן, כוונת המחוקק, הן בעיני הפסיקה הרבה והן מכוח התיקונים לחקיקה, הייתה להחיל את חובת שקיפות והדיווח על כל פרסום של תעמולת בחירות. בהדבק הדברים, אין חולק שחל איסור מוחלט על ביצוע תעמולת בחירות סמויה בכל מדיה, לרבות ברשת האינטרנט, ברשתות החברתיות האלטרנטיביות, וגם באמצעות ספקי משנה וצדדים שלישיים.

51. על מזמין התעמולה להזדהות בגוף המודעה – גם אם זו איננה שלו, באופן שיהיה ברור מטעם מי נעשית התעמולה. בנסיבות אלה, נראה שהמפלגה, מועמדיה, החברה וכן משפיעני הרשת ו נושאים כולם באחריות להפרת הדין בגין הפקה ופרסום של סרטונים ללא גילוי נאות בדבר מי מזמין התעמולה.

52. המבקשת תוסיף כי ברי שהאחריות על תעמולה מוסווית וכזו שמבוצעות ללא גילוי נאות, מונחת הן על כתפי המפרסם והן על כתפי פלטפורמת הפרסום. לפיכך, לוועדת הבחירות הסמכות להורות למשפיעני רשת ולפלטפורמות הפרסום להסיר תוכן העובר על האיסור לקיים תעמולה אנונימית.⁸

ח. חובת הגילוי הנאות חלה על המשיבה 2 והמשפיענים גם מהוראות חוק הגנת הצרכן

53. הוראות חוק הגנת הצרכן מטילים את חובת הגילוי הנאות על היוצרים והמפרסמים עצמם ומשכך העותרת סבורה שיש להחיל חובה זו במקרה דנן גם על המשיבה 2 כחברה שיוצרת ומפיקה את התוכן וכן על יוצרי תוכן ומשפיענים הפועלים מטעמה, בשמה, עבורה, בכל דרך התקשרות שהיא.

54. העותרת מפנה את תשומת לב יושב ראש הוועדה לכך שניתן לזהות מאפיינים דומים וברי השוואה בין פעילותה של המשיבה 2 המפיקה ומפרסמת תוכן תעמולתי, לבין פעילות בעלת אופי מסחרי. העותרת סבורה כי יש להקיש ולקבוע כי חובת הגילוי הנאות הקיימת על פרסום מסחרי חלה גם על פרסום תוכן תעמולתי – גם ללא קשר לתקופת הבחירות – אך בהתחשב בה מקל וחומר.

55. עיון במהות פעולתם של החברה כמו גם משפיעני הרשת שפועלים באמצעותה, בשמה, בקשר אליה, מגלה שכל אלה עונים להגדרת "עוסק" הקבועה בסעיף 1 לחוק הגנת הצרכן משום שהם מספקים "שירות דרך עיסוק" ואף מהווים "יצרן" לפי הגדרת סעיף זה, כיצרני תוכן דיגיטלי. חוק הגנת הצרכן נועד להבטיח כי מידע הנמסר לצרכן יהיה אמיתי, מלא ולא מטעה, וכי יתקיים גילוי נאות של אינטרסים מסחריים ואחרים שאינם מן העניין.

56. פרשנות תכליתית של החוק מצדיקה את החלתו גם על "צריכת מידע" במובן הרחב, ובפרט כאשר מדובר בתוכן פוליטי ובעל אופי שכוועי המופץ לקהל רחב תוך יצירת יחסי אמון והעברת מסרים מהירה ונטולת עיגונים.

⁸ ראו: תב"כ 31/21 רשימת חד"ש תע"ל בראשות איימן עודה ואחמד טיבי נ' Facebook, Inc. (פורסם באתר ועדת הבחירות לכנסת, 24.03.2019); תב"כ 11/22 מפלגת הליכוד נ' facebook inc. ואח' (פורסם באתר ועדת הבחירות לכנסת, 03.09.2019).

57. לעמדת העותרת קמפיין תעמולה עם מסרים פוליטיים של המפלגה וואו מועמדים מטעמה, אשר נעשה באמצעות מימון ישיר של המפלגה או באמצעות תשלום לצדדים שלישיים או במימון ומטעם אחרים, מחייב בגילוי נאות ובהוספת ההבהרה כי המדובר בתוכן ממומן או בשליחות, והכל בהתאם לסעיף 2(ג) לחוק הגנת הצרכן. עוד יורחב כי ניתן ואף צריך לאכוף את חובת הגילוי הנאות גם בהתאם סעיף 7(א)(1) לחוק הגנת הצרכן אשר קובע כי כאשר ישנה הטעיה, ייחשבו כמטעים לא רק מי שמטעמו נעשתה הפרסומת אלא גם את מי שהביא את הדבר לפרסום, אך אם הפרסום אינו מטעה.

"(1) פרסומת העלולה להביא אדם סביר להניח כי האמור בה אינה פרסומת, יראו בכך פרסומת מטעה, אף אם תכנה אינו מטעה;
(2) המפרסם פרסומת בצורה של כתבה, מאמר או ידיעה עיתונאית, בלי לציין באופן ברור כי המדובר בפרסומת, יראו בכך פרסומת מטעה, אף אם תכנה אינו מטעה."

58. העותרת תטען כי נדרשת במקרה דנן התערבותו של יו"ר הוועדה במתן צו אשר יורה למפלגת הליכוד וואו למועמדים מטעמה וואו לצדדים שלישיים הפועלים במימון או בשם המפלגה, ובכללם החברה המשיבה 2, לחדול מפרסום סרטונים המהווים הטעיה סמויה ללא גילוי נאות של מקור המימון ושימוש בטכניקות "שיווק סמוי" המטשטשות הבחנה בין תוכן אותנטי לתוכן ממומן וואו מטעם.

59. הפגיעה שנגרמה וממשיכה להיגרם אינה רק בצרכן הבודד של התוכן התעמולתי, אלא בציבור כולו כצרכן של דמוקרטיה כאשר אגב כך נפגעת ליבת ההליך הדמוקרטי ונגרם שיבוש של ממש ליכולתו של הבוחר לגבש עמדה מושכלת על בסיס מידע אמין ושקוף.

ט. סוף דבר

60. הנה כי כן, הונחה על שולחנו של כב' יושב ראש הוועדה עתירה חשובה המחייבת את התערבות כבודו בהחלת חובת השקיפות וגילוי נאות על תעמולת מפלגת הליכוד ומועמדיה הנעשית באמצעות חברת NVP המפעילה משפיעני רשת, יוצרי תוכן וצדדים שלישיים, במימון או מטעם.

61. העותרת פירטה מדוע העובדה שחברת NVP קיבלה תשלום עבור קמפיין תעמולה למפלגת הליכוד מחיל עליה ועל צדדים שלישיים שהיא מפעילה ומסייעת להפיק ליצירת תוכן תעמולה, את חובת הגילוי הנאות הקיימת בסעיף 1א2 לחוק דרכי תעמולה עבור התוכן התעמולתי שהיא מפיצה, בין אם באופן ישיר ובין אם באופן עקיף.

62. העותרת סבורה כי יוצרי תוכן ומשפיענים המפיצים תוכן תעמולתי מטעם, או בחסות חברת NVP מחויבים בגילוי נאות – כי המדובר בתוכן מטעם מפלגת הליכוד – הגם כאשר התשלום בוצע לחברת NVP ואלה רק עשו שימוש במתחם ובמשאביה של החברה.

63. עתירה זו נתמכת בתצהירו של עו"ד הידי נגב, מנכ"ל התנועה לחופש המידע.

יערה וינקלר-שליט, עו"ד
ב"כ העותרת

בכבוד רב,

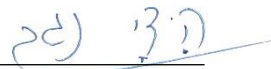
הידי נגב, עו"ד
ב"כ העותרת

לפני יושב ראש הוועדה, כבוד השופט נעם סולברג

תצהיר

אני הח"מ, הידי נגב, ת"ז 201591484, לאחר שהוזהרתי כי עליי לומר את האמת וכי אם לא אעשה כן אהיה צפוי לעונשים הקבועים בחוק, מצהיר בזה כדלקמן:

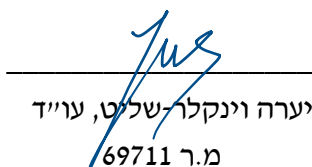
1. הח"מ משמש כמנכ"ל התנועה לחופש המידע (ע"ר), היא המבקש בהליך דנן, ועושה תצהיר זה כתמיכה בבקשתה להכרעה מוקדמת של התנועה לחופש המידע נגד מפלגת הליכוד וחברת NVP כתמיכה ולאומות האמור בה.
2. העובדות המפורטות בבקשה הן בידיעתי האישית והן אמת למיטב ידיעתי.
3. הטענות המשפטיים שבבקשה נכונים הם לפי מיטב ידיעתי ואמונתי, והמקור לידיעתי ולאמונתי הוא ייעוץ משפטי שקיבלתי מיועצי המשפטיים וכן מהשכלתי המשפטית.
4. אני מצהיר כי השם דלעיל הוא שמי, החתימה דלמטה היא חתימתי, וכי תוכן תצהירי זה אמת.



הידי נגב, עו"ד

אישור

אני הח"מ, עו"ד יערה וינקלר-שליט, מ.ר. 69711 מאשרת בזאת כי ביום 22.09.2026 עו"ד הידי נגב, המוכר לי אישית ועל פי ת"ז 201591484, חתם על התצהיר דלעיל ואישר את תוכנו לאחר שהוזהרתי כי עליו להצהיר את האמת וכי אם לא יעשה כן יהיה צפוי לעונשים הקבועים בחוק.



יערה וינקלר-שליט, עו"ד
מ.ר. 69711

ב"כ העותרת

נספחים לעתירה

נספח 1

החלטת כבוד יושב ראש ועדת הבחירות

בה"ש 22/26 מיום 20.08.2026



ועדת הבחירות המרכזית לכנסת
لجنة الانتخابات المركزية
The Central Elections Committee

Justice Noam Sohlberg
Deputy President of the Supreme Court
Chairman of the Central Elections
Committee for the 26th Knesset

قاضى نوعم سولبرج
نائب رئيس المحكمة العليا
رئيس لجنة الانتخابات
المركزية للكنيست 26

השופט נעם סולברג
המשנה לנשיא בית המשפט העליון
יושב ראש ועדת הבחירות
המרכזית לכנסת ה-26

ה"ש 22/26

המבקשת: התנועה לחופש המידע

בעניין: חובת השקיפות בדיני תעמולת הבחירות ופרסום סמוי

בקשה להכרעה מוקדמת

בשם המבקשת: עו"ד הידי נגב ועו"ד יערה וינקלר-שליט

החלטה

בקשה להכרעה מוקדמת לגבי תחולת דיני תעמולת הבחירות על פרסום סמוי.

1. התנועה לחופש המידע מבקשת שאתן הכרעה מוקדמת ולפיה משפיעני רשת ויוצרי תוכן חייבים לסמן תכנים של תעמולת בחירות מטעם מפלגה או מועמד או בשיתופם. זאת, בהתאם לסעיף 1א2 לחוק הבחירות (דרכי תעמולה), התשי"ט-1959, שקובע חובת שקיפות הן לגבי תעמולת בחירות מטעם מתמודד בבחירות, הן לגבי תוכן של תעמולת בחירות שפורסם בעבור תשלום. התנועה טוענת שקיים שימוש נרחב במשפיעני רשת, גם בהקשרים של תעמולת בחירות – ושיש לאסדר את הסוגיה.

2. לאחר שעיינתי בבקשה, על נספחיה, באתי לכלל מסקנה כי דינה – להידחות על הסף. כפי שהסברתי בה"ש 12/26 בעניין התנועה למען איכות השלטון בישראל (24.1.2024), "בעניינים של כשירות מועמדים – אדם נדרש לעיתים לשנות את מצבו, למשל להתפטר מתפקידו בשירות הציבורי, במועד שקבוע בדין. אם לא ידע מראש כיצד לנהוג, הוא עלול למצוא עצמו עומד לפני שוקת שבורה. לכן מוצדק לקיים בהם הליך של הכרעה מוקדמת" (פסקה 3). לעומת זאת, "דיני תעמולת הבחירות – ידועים. עקרונותיהם וכלליהם – מוכרים. ישומם – תלוי בנסיבות המקרה לפי מבחנים ומבחני משנה שנשתרשו בפסיקה" (פסקה 4). התנועה מבקשת שאקבע אם הוראה בדיני תעמולת הבחירות חלה



בהקשר מסוים. אפשר בהחלט לדון בכך בעתירה במקרה פרטני, במערכת עובדתית נתונה, לצד משיב שיטען את טענותיו. חלף זאת, התנועה מבקשת קביעה עקרונית ערטילאית.

"למעשה, מתבקשת כאן הכרעה תיאורטית, אשר אינה נדרשת לפתרון סכסוך בר קיימא בעת העיסוק בה. היא אינה מתבססת על מערכת ספציפית של עובדות ואינה כרוכה בבקשת סעד קונקרטי, אלא מעלה שאלה משפטית בעלת אופי כללי, ללא קשר הדוק לנסיבותיו של מקרה מסוים. אם יתעורר צורך לדון בסוגיות שהמבקשת ציינה (ובאחרות) – יש די זמן לעשות זאת בעתירה על מקרה פרטני ומסוים. כך גם יוכל יושב ראש ועדת הבחירות לבחון את היישום של העקרונות ב"שטח", בלי לקבוע הסדרים על סמך הנחות ערטילאיות" (שם, בפסקה 4 (מרכאות ואזכור במקור הוסרו)).

על כן אין מקום לקיים הליך של הכרעה מוקדמת בסוגיה. תמתין למקרה מתאים – ותידון כהלכה.

3. הבקשה נדחית, אפוא, על הסף. לפני משורת הדין, ורק משום שלא התבקשה תשובה – לא ייעשה צו להוצאות.

ניתנה היום, אור לח' באלול התשפ"ו (20 באוגוסט 2026).

נעם סולברג, שופט

**המשנה לנשיא בית המשפט העליון
יושב ראש ועדת הבחירות
המרכזית לכנסת ה-26**



נספח 2

פרסום מיום 17.08.2026

בחירות 2026

איש עסקים תומך נתניהו עומד מאחורי שני מיזמי תעמולה לטובת הליכוד

תחקיר "הארץ": אבי גרוס, שיזם לפני מערכת הבחירות הקודמת את הסרט "המשפט" בשירות ראש הממשלה, עומד כעת מאחורי האולפנים שמספקים שירות לליכוד ונותנים במה ליוצרי תוכן שמהדהדים את מסרי מפלגת השלטון

בר פלג, אבי שרף ואורי משגב

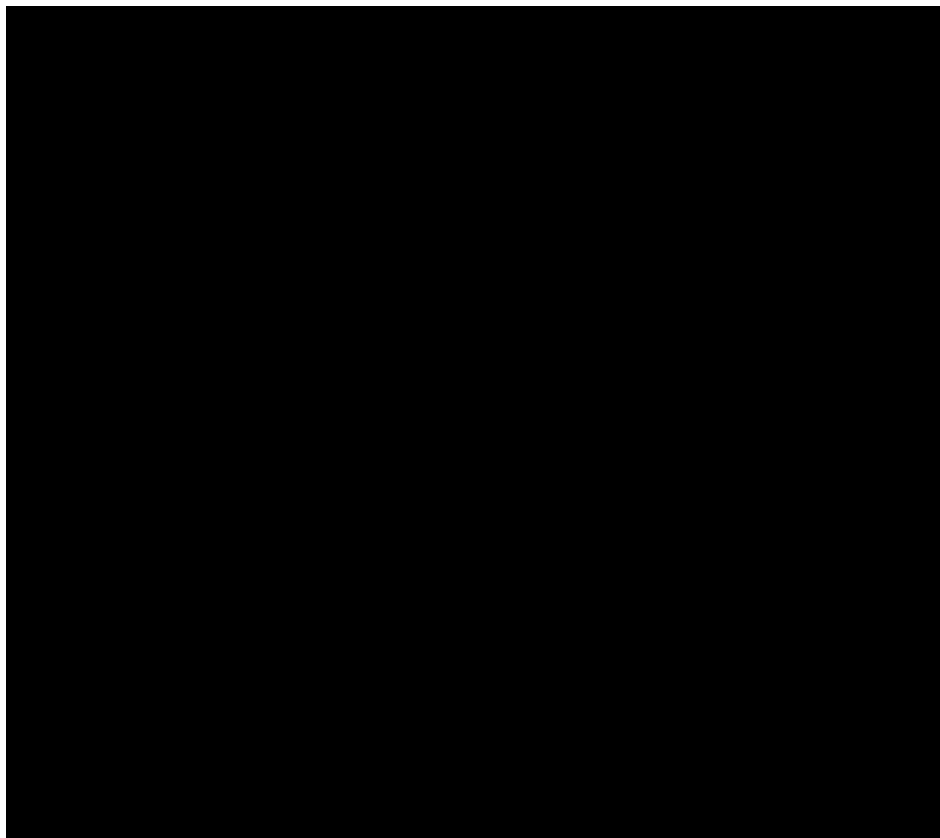
17 באוגוסט 2026

השם אבי גרוס כנראה אינו מהמזוהים ביותר עם חסידיו של בנימין נתניהו. ואולם תחקיר "הארץ" מגלה כי איש עסקים זה עומד מאחורי שני מיזמי תעמולה, לכל הפחות, להדהוד המסרים של הליכוד בזמן מערכות בחירות. גרוס, שבעבר הוזמן כאורח כבוד לנאום של נתניהו בקונגרס, הוא האיש שעומד מאחורי חברת הפקת התוכן ניו וילן פרודקשן (NVP), הפועלת כיום מקומפלקס חדיש בפתח תקווה. מקורות אישרו ל"הארץ" כי בהקמת האולפנים, הכוללים ציוד מתקדם, הושקעו מיליוני שקלים. גרוס עצמו סירב להגיב על פניות "הארץ".

החברה, שהוקמה רק לפני כשנה, פועלת בשני מסלולים נפרדים, אך משיקים. האחד הוא אספקה של שירותי תוכן בתשלום לקמפיין הליכוד (דבר שאותו אישרו במפלגה ואמרו שנעשה כדיון). השני, כך נחשף ב"הארץ", הוא הפצת סרטונים ויראליים, הנלקחים מפודקאסטים שהחברה מייצרת עבור אנשי תקשורת תומכי נתניהו. מהליכוד נמסר כי אין למפלגה קשר לפודקאסטים הנ"ל, מה שמותיר את השאלה: מי בעצם מממן אותם?

וישנו עוד מסלול, אולי רק חצי רשמי, שבו מתחם החברה משמש מעין בית הפקה של סרטונים פרטיים, על פניו, שתואמים את מסרי הקמפיין (במפלגה מכחישים קשר כלשהו). ניתוח שלהם מגלה ששבעה "יוצרי תוכן", לכל הפחות, צילמו סרטונים עצמאיים, שבמקרה או שלא קידמו את המסרים של קמפיין הליכוד ותקפו את יריבי נתניהו והתקשורת. חלק מהסרטונים הופקו עוד לפני שהתקשרה המפלגה עם החברה. שורת היוצרים כוללת בין היתר את כתב ערוץ 14 תמיר שנייד, הפאנליסט נועם פתחי, דובר הליכוד גיא לוי, ועדי שמאי הכהן – שעמד מאחורי סרטון "היציאה מהארון": אימא, אבא, אני ביביסט.

אתם חושבים שזה עוד סרטון בפייד. למעשה, זו תעמולה לנתניהו



מכיוון שעל הנייר מדובר ביוצרים פרטיים, "לא חלות עליהם מגבלות החוק", אומר ל"הארץ" מקור משפטי שעסק בדיני בחירות. אך כשהכול מתרחש במתחם אחד, חלקי הפאזל מתחברים כמעט לבד: ברוכים הבאים לאולפני התעמולה.

הפרויקט הנוכחי אינו הפעם הראשונה שבה גרוס פועל לטובת נתניהו בקמפיין בחירות. ב־2021 הקים את חברת "ליצי הפקות" שעמדה מאחורי "המשפט", סרט התעמולה שפורסם והופץ כשבוע לפני ההליכה לקלפי בנובמבר 2022 – והטיל דופי במערכת אכיפת החוק, בתיק 4000 נגד נתניהו ובתקשורת. לאורך השנים גרוס גם פרסם בחשבונותיו ברשתות החברתיות לא מעט פוסטים שבהם הביע תמיכה בנתניהו והדהד את מסרי ממשלתו.

גרוס, תושב מכמורת בן 66, עשה את הונו בתחום הטקסטיל, נכנס כשותף בחברות טכנולוגיה, והקים את חברת מזרני פנדה שצברה פופולריות בשנים האחרונות, גם בשל העובדה שפעולות הפרסום שלה התבססו על נוכחות ברשת. באחרונה מכר את החברה ל"הולנדיה" ועתה הוא מחזיק ב־9% ממניות החברה האם. בעבר נקשר שמו ברכישה אפשרית של קבוצת הכדורגל מכבי נתניה. לבסוף זו לא יצאה אל הפועל.

באופן רשמי, גרוס אינו קשור לחברת NVP. על פי רשם החברות, היא הוקמה ביולי אשתקד תחת השם "נווה הדר הפקות", בידי נווה פנחס (שמוגדר מנכ"ל החברה ולפי מקורות הוא האחראי על הפקת התכנים), ועד לאחרונה לא הייתה החברה חתומה על שום תוצר פומבי. אלא שבחודש מאי האחרון דברים זזו, במהירות; שמה שונה ל־NVP, היא עברה לקומפלקס בפתח תקווה, הוקם לה אתר אינטרנט וכעבור חודש הועברו 90% ממניותיה לחברה אמריקאית שזהות בעליה אינה ידועה. החברה – Great Production 2026 LLC – התאגדה באפריל במדינת דלאוור, שבה אין חובת דיווח על זהות בעלי המניות.

אף כי גרוס אינו מופיע במסמכי החברה כלל, שני מקורות, המעורים היטב בפרטים, אישרו ל"הארץ" כי גרוס הוא איש העסקים שעומד מאחורי הקמת מיזם התקשורת שבסיסו בפתח תקווה.

ספקי שירותים

ייתכן שהמילה מיזם אינה משקפת נאמנה את גודל הפרויקט ומוטת ההשפעה שלו, ודאי ביחס לזמן הקצר שבו הוא פועל. בתוך חמישה

שבועות בלבד פרסמה החברה בעמודי סושיאל ייעודיים עשרות סרטונים קצרים עם תוכן התומך בנתניהו, וחלקם זכו לאלפי לייקים ועשרות אלפי צפיות. אשר למקורות שמהם הגיעו הסרטונים, מדובר בארבעה פודקאסטים חדשים, ולכל הפחות ב־15 פרקים. המגישים כוללים את עדו נתניהו (אחיו של ראש הממשלה) וכן אישים המזוהים עם גופי תקשורת כמו ערוץ 14 ותחנת גלי ישראל, ובהם דרור רפאל, יותם זמרי ואיתמר פליישמן וכן אפי מרדכי – הוגה ה"אולפנומטר", מיזם שמודד נוכחות שמאלנים על המרקע.

אבל זה לא נגמר כאן. NVP החלה לספק שירותים גם לגדי טאוב ולקבוצת הפודקאסטים שלו "שומר סף", שבהם השתתפו בין היתר נתניהו, שר הביטחון ישראל כץ, דדי שמחי וארז תדמור. טאוב, ששיתף ברשת קטעי וידיאו מהפודקאסטים שצולמו באולפנים בפתח תקווה, לא שכח לתייג את גרוס. לגלריית הפודקאסטים תוצרת המקום התווסף באחרונה גם אחד חדש ששמו "הלאומיים", בהגשת אלון מליק ובת אל בנימין. עד כה התראיינו באולפן במסגרתו שלמה קרעי, ניר ברקת, איציק בונצל ואריאל קלנר. קלנר אף חתך ממנו קטעים לצורך קידום עצמי בפריימריז בליכוד.

ואולם הצילומים באולפנים, כולם ערוכים בצורה מהוקצעת, גם כוללים יוזמות פחות מוסדרות, שהדבר היחיד שנדמה כסדור בהם הוא המסרים: דמיון מחשיד לקמפיין הליכוד, ובראש – תקיפה של התקשורת הממסדית. כך למשל איש ערוץ 14 נועם פתחי צילם באולפן הפודקאסטים סרטון תעמולה נגד חדשות 12 (בעקבות תביעת דיבה שהגישו נגדו הערוץ וגיא פלג על התבטאותו סביב פרשת שדה תימן).

חוקרי "אקטיב אינפו", בשיתוף פעולה עם "הארץ", הצליחו לאמת בעזרת גאולוקציה והשוואת תמונות סרטוני תעמולה נוספים שצולמו במתחם האולפנים בפתח תקווה בחודשים האחרונים. כך למשל שני יוצרי תוכן תומכי ממשלה, ישי גבירצמן ודנה כהן – המכונה "דנה בננה" – צילמו סרטון שתוקף את התקשורת מתוך החצר הפנימית של המתחם, שבנויה על מרפסת גדולה. מדובר באזור שניתן להיכנס

אליו רק לאחר בידוק ביטחוני והזמנה מצד אדם שעובד במקום. גם הגיטריסט נתן סולמון צילם סרטון אחד באותו אזור ואחר בחלק אחר במתחם.

שני שמות נוספים שמככבים ברשימת היוצרים הפועלים במקום הם של הדובר גיא לוי ושל תמיר שנייד, כתב ערוץ 14 "לעניינים מיוחדים" (לפחות לפי הצילומים, נראה שאחד העניינים הוא התנגחות בתיק 4000). השניים צילמו גם בתוך האולפנים וגם מחוצה להם. ולפחות במקרה של לוי, שהדהד מסר שלפיו גדי איזנקוט ביקש לסיים את המלחמה – העיתוי קריטי. הוא עשה זאת לפני 27 ביולי, אך גם לאחר מועד זה, עם הכניסה ל-90 הימים הקודמים לבחירות, שבהם חוקי התעמולה הופכים קריטיים.

פתיחת האולפנים גם שינתה את אופן העבודה של שמאי הכהן (מסרטון "היציאה מהארון"). בחודש יוני, עוד לפני שהחל הליכוד לעבוד עם החברה, הוא המיר את מקום הצילום הרגיל שלו מהבית לאולפן הפודקאסט בפתח תקווה. משם הוא יצא למשל למתקפה נגד רונן צור שקרא לסגור את ערוץ 14, או נגד התקשורת שלא פרגנה מספיק לנתניהו לאחר יום הקרב עם איראן לפני כחודשיים.

נוסף על ההקלטות הצדדיות, חברת NVP היא שאחראית על תוכן הווידאו הרשמי בקמפיין הליכוד. עד כה היא פרסמה כ-20 סרטונים במסגרתו, רובם ככולם נגד יו"ר ישר, איזנקוט, שבהם גם שולבו שני מסרים: "זה הם או ממשלה לאומית רחבה" ו"איזנקוט זה לא ישר, זה שמאל". אותו בית גידול גם אחראי לסרטון ה-AI שבו נראה איזנקוט רץ בזרועות פרושות לכיוון צעיר שמזכיר את בנו שנהרג בעזה, אך ברגע האחרון מתעלם ממנו ומעדיף לחבק את יו"ר רע"מ, מנסור עבאס. יוצר הסרטון הזה הוא לא אחר מנווה פנחס, מקים החברה, שעודנו מחזיק ב-10% ממניותיה.

"זה נשמע מסריח", אומר ל"הארץ" המקור משפטי שעסק בדיני בחירות. ואולם באשר לשאלה האם מדובר ביותר מריח רע, הוא אומר שזהו אזור אפור, מאוד. לדבריו, חוקי התעמולה בישראל מיושנים ולא

מותאמים ל-2026 או לעידן הרשתות החברתיות. בנוסף, העובדה שהסרטונים לא מפורסמים על ידי המפלגה עצמה מקשה להראות קשר בינה לתהליך ההפצה.

בסופו של דבר, הוא אומר, יהיה אתגר להוכיח שמדובר בעבירה על החוק – והכול יהיה תלוי בפרשנות של יו"ר ועדת הבחירות, המשנה לנשיא העליון נעם סולברג ובראיות שיובאו לפתחו. "חלק מהבעייתיות בחקיקה הנוכחית הוא אי החלת החוק על קמפיינים לא רשמיים", הוא מדגיש. "כך ניתן לחרוג מההוראות. זו לא הפעם הראשונה שזה נעשה, אבל בעבר זה היה הרבה יותר מינורי ומעודן".

ב-19 ביולי נחתה הזמנה בתיבות הדואר של חברי ועדת החוקה של הליכוד. בהודעה שעליה היה חתום השר חיים כץ הם הוזמנו לישיבה מיוחדת שתעסוק בשריונים שמבקש ראש הממשלה לקבל ברשימת המפלגה לכנסת. המיקום שנבחר להתכנסות היה משרדי NVP בפתח תקווה. לבסוף הוחלט להזיז את הישיבה למיקום אחר, אבל זה לא אומר שהמתחם נמחק ממפת הליכוד, להפך. ל"הארץ" נודע כי בשבועות האחרונים הפכו האולפנים ליעד נחשק עבור ראש הממשלה עצמו.

רק בחודש אוגוסט הנוכחי תועד שם נתניהו כבר שלוש פעמים. פעם אחת כאורח בפודקאסט של טאוב, פעם שנייה לשם צילום סרטון שבו הכריז על שריון לאורן דוברונסקי ברשימת הליכוד, והפעם השלישית עבור הסיפור המוזר של התוכנית בגלי צה"ל; בשבוע שעבר פרסמה התחנה הצבאית פרק בפודקאסט "מלך בליצר חיים", שבו התארח ראש הממשלה, ומשום מה הוא לא צולם בבסיס התחנה ביפו אלא באולפנים בפתח תקווה. בתחנה הסבירו שבלשכת נתניהו הבהירו להם כי יש להזיז את הצילומים בשל שיקולי ביטחון. אלא שמקור ביטחוני מסר ל"הארץ" כי היחידה לאבטחת אישים לא העלתה כל דרישה בנושא.

כך או אחרת, על פי שורת עדויות, הגעות התכופות של נתניהו לצילומים באולפנים מעוררות קושי ואי־נוחות לעובדי החברות

והמשרדים השוהים בבניין. הסיבה: הביקורים נערכים בלי הודעה מוקדמת ובכל פעם שאלה מתחילים, היחידה לאבטחת אישים מונעת מהעובדים לצאת ממשרדיהם עד תום הצילומים. עובדים במעגל סגור.

מקבל קרדיט

שם נוסף שעולה בכמה הקשרים הוא של עו"ד אופיר פלק, שב־2023 מונה ליועצו המדיני של ראש הממשלה. ב־2022 הוא עמל על שני פרויקטים גדולים. הראשון – הוא היה שותף ליצירת ספרו של נתניהו "סיפור חיי" – שהיה לחלק מתעמולת הבחירות באותה השנה והופץ בשבוע שקדם להן, ולפי מקור ששוחח עם "הארץ" קיבל על כך תשלום מהוצאת סלע מאיר. השני – הוא היה שותף ב"ליצי הפקות" (והחזיק 30% ממניותיה עד שפורקה), וחבר לגרוס ליצירת "המשפט". הסרט הזה, שקודם באופן בלעדי וראשוני באתר "וואלה" וברשתות החברתיות – וגם על ידי נתניהו עצמו – הגיע למיליוני צפיות; כל זאת ימים ספורים לפני הבחירות.

דמות אחרת שהייתה מעורבת בסרט היא ינון מגל, מגיש ה"פטריוטים" בערוץ 14. אף כי קולו לא נשמע ופניו לא מופיעים על המרקע, ל"הארץ" נודע כי הוא קיבל שכר על השתתפותו – חצי שנה בלבד לפני שעלה להעיד מטעם התביעה במסגרת משפט נתניהו. למעשה מגל, ששמו מופיע בקרדיטים בסוף הסרט, הוא שריאין את מרבית המשתתפים.

חברת ליצי, של גרוס את פלק, השקיעה לא מעט בקידום הסרט ובהפצתו. היא הקימה שורה של עמודים ברשתות החברתיות, הפיצה סרטונים קצרים וכמובן שיווקה את הסרט עצמו, על 40 דקותיו. זה הופץ גם על ידי נתניהו ובנו יאיר, וכן בקרב מובילי דעה מקרב תומכי הממשלה, דוגמת טאוב, גלית דיסטל־אטבריאן, הדובר גיא לוי, וכן מגל עצמו, אף שלא ציין שלקח חלק בפרויקט. בראשית 2025, מעט לפני שפורקה סופית במרץ של אותה השנה, הוציאה ליצי הפקות סרט המשך, "המשפט 2", ובו השתתפו חלק ממשתתפי הסרט המקורי, אך כפי שקורה פעמים רבות, סרט ההמשך לא הגיע לגבהים של הסרט המקורי.

נוסף על אבי גרוס, גם חברת NVP סירבה להגיב, אך מסרה בשבוע שעבר: "NVP היא חברת הפקות מובילה. החברה עוסקת בהפקת תוכן עצמאי לצד מתן שירותי הפקה מקצועיים ללקוחות מגוונים. כמדיניות, החברה אינה דנה בעניינים או בפרויקטים של לקוחותיה בתקשורת. החברה פועלת בהתאם לכל דין, ומזמינה גורמים מכלל הקשת העסקית, החברתית והציבורית בישראל ליהנות משירותיה המקצועיים".

גם מושאי כתבה אחרים לא מסרו תגובות. "הארץ" פנה ליוצרי התוכן שצולמו במתחם חברת NVP ושאל אם הם שילמו, קיבלו תשלום או קשורים לחברה. דנה כהן, ישי גבירצמן, עדי שמאי הכהן, נתן סולומון וכתב ערוץ 14 תמיר שנייד לא השיבו על הפנייה. כך גם גדי טאוב ואלון מליק שנשאלו אם החברה משלמת להם או הם לה עבור הפקת הפודקאסטים.

"הארץ" פנה גם לינון מגל שמסר תגובה לא עניינית. אופיר פלק מסר כי "משלל הטענות הכוזבות, המופרכת ביותר היא כאילו ספרו של ראש הממשלה נכתב על ידי. ראש הממשלה נתניהו כתב כל מילה ומילה בספרו, והראיה לכך היא כתב היד המקורי השמור ברשותו". ואולם מבדיקת "הארץ" עולה כי נתניהו כתב בספרו שפלק הוא שהקליד את התוכן בעת נסיעות ברחבי הארץ.

מהליכוד נמסר בתגובה כי המפלגה "שכרה כחוק ועל פי כל דין את חברת NVP לטובת הפקות לקמפיין הבחירות", המפלגה לא השיבה על שאלות "הארץ" בנוגע לקשר שבין גרוס לנתניהו.

לחצו לקבלת עדכונים בנושא:

בחירות + הליכוד + בנימין נתניהו

חדשות, ידיעות מהארץ והעולם - הידיעות והחדשות בעיתון הארץ. סקופים, מאמרים, פרשנויות ותחקירי עומק באתר האיכותי בישראל
© כל הזכויות שמורות להוצאת עיתון הארץ בע"מ

נספח 3

פרסום מיום 19.08.2026

האנשים שאתם לא מכירים: כוורת הקמפיין של נתניהו נחשפת

לצד יונתן אוריק, טופז לוק וראש העיר בת ים, מידע שהגיע ל-ynet חושף שורה של דמויות שמעורבות בקמפיין הליכוד - החל מאיש העסקים אבי גרוס שמייצע לרה"מ על שריונים ומתחם ההפקות שלו הפך למקום מושב המטה, דרך "גאון הדיגיטל" שעמד מאחורי עמוד פייסבוק פרובוקטיבי ועד שלמה פילבר שנותן שירותי סקרים

121 תגובות

19:02 | 19.08.26 | אמיר אטינגר



תגיות הליכוד שלמה פילבר בנימין נתניהו בחירות 2026

[מערכת הבחירות](#) נכנסת להילוך גבוה, ומאחורי הקמפיין של ראש הממשלה בנימין נתניהו והליכוד פועלת בחודשים האחרונים כוורת רחבה יותר מזו שמוכרת לציבור. לצד יועציו הקרובים והוותיקים של נתניהו, ובהם יונתן אוריק וטופז לוק, וכן ראש העיר בת ים צביקה ברוט שנחשב למנהל הקמפיין בפועל, ל-ynet הגיע מידע על שורה של דמויות נוספות שלוקחות חלק בעבודת המטה ועוסקות בין היתר בגיבוש מסרים, בהפקת סרטונים, בפעילות ברשתות החברתיות, בסקרים ובדאטה.



גלריה

נתניהו, אוריק ולוק. הכוורת של רה"מ יותר רחבה (צילום: מהטוויטר)

Sponsored Links by Taboola

דום נשימה בשניה קשור לפריט ביתי זה (הפסיקו להשתמש בו)

רגע, זה בסייל?

memory-pillow.com

<<Shop now

Temu

הפרויקט בחדרה מתקדם לביצוע:האירוע ששינה את התמונה[לחצו כאן](#)

גשם החזקות

אחת הדמויות המרכזיות בכוורת הזו היא אבי גרוס, איש עסקים ממכמורת שנחשב מקורב מאוד לנתניהו ושתרם בשנים האחרונות מכספו לארגוני ימין. גרוס עומד מאחורי חברת ההפקות New Vision Production, או NVP, שמספקת שירותי מדיה לליכוד ומפעילה בין היתר מתחם להפקת פודקאסטים וסרטונים, ומעניקה במקביל שירותים גם ליוצרי תוכן מהימין שמזוהים עם נתניהו ומסריו – כך נחשף כבר על ידי העיתונאי בר פלג ב"הארץ".

ואולם, כעת אנחנו מפרסמים כי לפי מקורות, תפקידו של גרוס חורג מזה של ספק חיצוני בלבד והוא מעורב באופן משמעותי גם בעבודת הקמפיין עצמה. לפי אותם מקורות, גרוס משתתף בישיבות עם אוריך, לוק ואנשי מדיה נוספים, ונתניהו אף התייעץ עמו בנושאים הנוגעים לשריונים ברשימת הליכוד. עוד מספרים גורמים כי אנשי הקמפיין, ובהם אוריך, לוק, גיא לוי ובעלי תפקידים נוספים, מגיעים בתדירות גבוהה לעבוד ממתחם הפודקאסטים של NVP בפתח תקווה. לדבריהם, בית ההפקות הפך בפועל למקום מושבו של מטה הקמפיין של הליכוד.

לגרוס יש גם היסטוריה של עבודה סביב נתניהו. בעבר הוא הפיק יחד עם אופיר פלק, כיום יועצו המדיני של ראש הממשלה, את הסרט "המשפט" – סרט תיעודי ביקורתי על משפט נתניהו ועל מערכת המשפט.



אבי גרוס. מקורב מאוד לנתניהו ואיש מרכזי בכוורת שלו (צילום: יח"צ)



נווה פנחס, מנכ"ל NVP (צילום: אוניברסיטת אריאל בשומרון)



אלעד פרסמן. "גאון דיגיטלי"

דמות נוספת הקשורה ל-NVP ומשולבת בעבודת הקמפיין היא נווה פנחס, איש תוכן ומנכ"ל חברת ההפקות. פנחס עוסק בתחום התוכן וההפקה ומסייע לעבודת הקמפיין, ובכלל זה בהפקת סרטונים ובניית תכנים ומסרים.

בצד הדיגיטל, הסושיאל והקריאייטיב פועל אלעד פרסמן, שמתואר על ידי מקורות כ"גאון דיגיטלי". לדבריהם, הוא מעורב בפעילות ברשתות החברתיות, בסרטונים ובגיבוש מסרים המיועדים לזירה המקוונת.

שמו של פרסמן כבר נקשר בעבר לפעילות פוליטית ברשת. [בתחקיר שפורסם ב-ynet וב"ידיעות אחרונות" ב-2018](#) נחשף כי הוא היה ממקימי עמוד הפייסבוק הסאטירי "מצנקש מצייצים", שתקף ולעג לדמויות פוליטיות שהתנגדו לנתניהו. העמוד עלה לכותרות שנה קודם לכן לאחר שפרסם קריקטורה שבה הופיעו בין היתר ראש הממשלה לשעבר אהוד ברק והמיליארדר ג'ורג' סורוס, וששותפה לאחר מכן על ידי יאיר נתניהו. בתמונת הפרופיל של העמוד הופיע באותה תקופה איור של נתניהו שותה מבקבוק שעליו נכתב "דמעות של שמאלנים".

באותו תחקיר סיפרה אמו של פרסמן כי בנה עומד גם מאחורי "קונספיל", אתר שעסק במשך השנים בתיאוריות קשר וקונספירציות.

פילבר חזר לכוורת - הפעם כסוקר

גורם נוסף שמספק שירותים לקמפיין הליכוד הוא שלמה (מומו) פילבר, לשעבר מנכ"ל משרד התקשורת ומי ששימש עד מדינה בתיקי נתניהו. כיום פילבר עוסק בסקרים ובמחקר פוליטי, והוא מספק שירותי מחקר וסקרים לקמפיין הליכוד ונתניהו. לפי מידע שהגיע ל-ynet, פילבר משתתף מעת לעת בישיבות של צוות הקמפיין ובדיונים פנימיים שבהם מוצגים ומנותחים ממצאי הסקרים והמחקרים. פילבר מצוי כיום בהליך של שימוע לפני הגשת כתב אישום.



פילבר. "אני מספק שירותי מחקר גם למפלגות וגופים נוספים במערכת הפוליטית" (צילום: יואב דודקביץ)



היזם איל הרצוג. "אין רשת של בוטים בליכוד" (צילום: יח"צ Bancor)

מטעמו של פילבר נמסר: "כל עורכי הסקרים במדינה נותנים שירות גם לכלי תקשורת וגם למפלגות. במסגרת עבודתם הם כמובן גם יושבים עם המועמדים ומנהלי הקמפיין בדיונים על ממצאי המחקר. אשמח לראות ב-ynet גילוי נאות של כל שאר הסוקרים והמפלגות. אני מספק שירותי מחקר גם למפלגות וגופים נוספים במערכת הפוליטית, ובמסגרת זו נפגשתי גם עם צוותי קמפיין נוספים, במטות שלהם, כולל מפלגות בגוש האופוזיציה."

דמות נוספת שמשתלבת במערך היא איל הרצוג, יזם ואיש הייטק שעבד גם בעבר בקמפיינים של הליכוד ונחשב ליועץ בתחום הטכנולוגי והדאטה. בריאיון לכאן 11 באוגוסט אשתקד התייחס הרצוג לעבודתו במערכות בחירות קודמות ואמר: "אני בקמפיין הבחירות עזרתי לליכוד בדאטה, בניהול של פנקסי בוחרים, סמסים, הדברים הכי סטנדרטיים."

הפכו את זה כאילו הפעלתי רשת של בוטים. אני הייתי בכל הפינות בליכוד - אין רשת של בוטים, אני מעולם לא שמעתי וראיתי".

כל אלה מצטרפים למעגל המוכר יותר שמקיף את נתניהו. יונתן אוריך וטופז לוק ממשיכים להיות מהדמויות המרכזיות בצוותו הקרוב, בעוד ראש העיר בת ים צביקה ברוט נחשב למנהל הקמפיין בפועל ומופקד במידה רבה על ההיבטים המפלגתיים והארגוניים. ברוט היה מעורב גם בהיערכות לפריימריז בליכוד ובסוגיית השריונים ברשימה.



דוד שרון, מנכ"ל הליכוד (צילום: אלכס קולומויסקי)



אביחי בוארון. לא הגיע למקום ריאלי בפריימריז, אבל ינהל את מטה השטח של הליכוד בבחירות (צילום: יונתן זינדל/פלאש90)

גם מנכ"ל הליכוד דוד שרן הוא חלק מהכוורת הפוליטית הרשמית. לאחרונה הודיעה המפלגה כי ח"כ אביחי בוארון, שלא הגיע למקום ריאלי בפריימריז וממוקם כעת במקום ה-35 ברשימה, ישמש מנהל מטה השטח של הליכוד בבחירות.

כך, לצד הפרצופים המזוהים ביותר עם נתניהו, מתנהל הקמפיין באמצעות מערך רחב של אנשי תוכן, הפקה, דיגיטל, דאטה ומחקר - חלקם כמעט אינם מוכרים לציבור, אך לפי מקורות הם נמצאים כיום עמוק בתוך מכונת הבחירות של הליכוד.

אבי גרוס ונווה פנחס לא מסרו תגובה.

מהליכוד נמסר בתגובה: "הדרך היחידה למנוע ממשלת שמאל של איזנקוט וליברמן עם יאיר גולן והמפלגות הערביות היא להצביע ליכוד".

נספח 4

פרסום מיום 27.08.2026



בחירות 2026

מיזם למען נתניהו קידם קמפיין סודי של הליכוד – שהוסר לאחר פניית "הארץ"

האתר #אני_עם_ביבי הפנה לאתר תעמולה של הליכוד, ומאחוריו עומד איש עסקים שהפיץ מרצ'נדייז בעד מאיר כהנא. במפלגה טענו שהיוזמה פרטית, אך יוצרי תוכן שמזוהים עם קמפיין הבחירות של הליכוד השתתפו בה

בר פלג ואבי שרף

27 באוגוסט 2026

מיזם תעמולה חדש שנועד להפצה של סרטונים עבור ראש הממשלה בנימין נתניהו עלה בימים האחרונים לרשת. במיזם עלו סרטונים של יוצרי תוכן ימנים המזוהים עם קמפיין הליכוד, והוא הפנה לאתר

בחירות 2026 • אלאור אזריה 7 באוקטובר ערוץ 14 מצביעים על שוויון מרכז הסקרים גלאי

מהליכוד נמסר כי הם לא קשורים למיזם הפרטי. מדובר במיזם התעמולה השני בקמפיין הבחירות שנחשף ב"הארץ" שעומד מאחוריו אדם פרטי, ומנסה להידמות כאותנטי.

אתר #אני_עם_ביבי, שזוהה בידי חוקרי אקטיב אינפו, והקמפיין שתוכנן סביבו מתבססים על איור של שתי דבורים ("Bee Bee", המתכתב עם השם "ביבי"). מאחורי המיזם עומד היזם הפרטי שמעון רוזן, אזרח ישראלי-אמריקאי. נראה כי האתר נמצא בשלבי בדיקות מאחורי הקלעים, שכן לא עלה בו תוכן רב. הוא מציע לגולשים מאגר "נשק דיגיטלי" – אוסף של סרטונים וממים דיגיטליים להפצה מיידית בשלל רשתות חברתיות. מיזם התעמולה מתיימר לייצר נראות של תמיכה אורגנית בנתניהו של ציבור עצמאי ונרחב.

האתר מציע גם מרצ'נדייז רב על בסיס לוגו הדבורים – כובעים, חולצות, צמידים ותיקים, בדומה לקמפיין טראמפ. יועצו הקרוב של

נתניהו, יונתן אוריך, תועד השבוע בירושלים חובש את כובע הדבורים. בנוסף, שני יוצרי תוכן ימנים מוכרים העלו בשבוע האחרון ברשתות שבעה סרטונים שבהם צולמו חובשים את הכובע המדובר. שניים מהסרטונים כיכבו במרכז האתר #אני_עם_ביבי, תחת הכותרת "קול העם". לאחר פניית "הארץ" לתגובה הורדו הסרטונים מן האתר. יוצרי התוכן הם חלק מקבוצה שמצלמת סרטוני תעמולה במתחם חברת ההפקות [NVP](#), ואף צילמו סרטונים באולפני החברה שהפכו להיות אולפני קמפיין הליכוד. הסרטונים לא מסומנים כתעמולה באופן רשמי אך חופפים למסרי הקמפיין.

רכיב נוסף באתר החדש מזמין את הגולשים להיות "שגרירים רשמיים" של נתניהו – לגייס תומכים, לייצר תוכן ולהוביל את המאבק בשטח, כפי שנכתב באתר. כדי לעשות זאת, מופנים הגולשים לאתר "ליכודלינק", אתר של קמפיין הליכוד המכיל מאגר סרטוני תעמולה. לאחר פניית "הארץ" לתגובות, הורד הקישור לאתר התעמולה של הליכוד מהאתר #אני_עם_ביבי. גם אתר "ליכודלינק" הורד מהאוויר.

אתר "ליכודלינק" מקדם מעין אפליקציה דמויית רשת חברתית, שאמורה לשמש לאיתור ולגיוס בוחרים. באתר מוצגים סרטונים רבים עם ממשק ידידותי למשתמש לשיתוף מהיר ברשתות. הסרטון הישן ביותר מתוארך לחודש יוני השנה, אך בדיקה העלתה כי כולם הועלו לאתר בשבועות האחרונים. בין הסרטונים שהועלו כאלה שנוצרו בעזרת בינה מלאכותית, ומקדמים את הקו הרשמי של קמפיין הליכוד כי "לאיזנקוט אין ממשלה בלי המפלגות הערביות". בנוסף הועלו לאתר סרטונים שהופקו בידי יוצרי תוכן ימנים וצולמו באולפנים החדשים של NVP.

באתר "ליכודלינק" אין הצהרה ברורה ומפורשת הקושרת אותו למפלגת הליכוד ולקמפיין המפלגה. עם זאת, בליכוד טענו כי האתר אכן שייך לקמפיין, וכי הוא לא היה אמור להיות חשוף עדיין לציבור שכן הוא בשלבי פיתוח. ועוד טענו בליכוד כי למפלגה אין קשר לקמפיין הדבורים, ומדובר ביוזמה פרטית.

בתחתית האתר #אני_עם_ביבי יש קרדיט ליוצרו, שמעון רוזן. רוזן שיתף בעבר בטוויטר שלו סרטון של מאיר כהנא, מייסד ארגון הטרור כך, ובחנות המרצ'נדייז האישית שלו הציע רוזן חולצות מעוטות בצילומי כהנא והאגרוף הצהוב של כך. לאחר פניית "הארץ" לתגובה, הוסרו מהחנות של רוזן מוצרי כהנא. רוזן מסר: "אין תגובה".

חשבון האינסטגרם של מיזם #אני_עם_ביבי הוקם לפני כשבוע, במקביל לאתר, והוא עוקב אחר 18 איש בלבד – בהם רוזן, העמוד של נתניהו והעמודים של יוצרי התוכן שמצלמים את סרטונים באולפנים החדשים של אבי גרוס, איש עסקים שמיעץ לנתניהו: נתן סלומון, תמיר שנייד, ישי גבירצמן, בת אל בנימין, אלון מליק ודנה בננה.

ב"הארץ" [נחשף](#) בשבוע שעבר כי יוצרי תוכן ימנים – בהם דנה כהן ונתן סלומון שהצטלמו עם כובע הדבורים – יוצרים את סרטונים במתחם האולפנים החדש שגרוס הקים לאחרונה בפתח תקווה. מתחם האולפנים של חברת NVP הפך בפועל למטה קמפיין הליכוד, ושם מצולמים סרטונים רשמיים של הקמפיין. בחודשיים האחרונים החלה החברה של גרוס לייצר גם פודקאסטים עבור אנשי תקשורת תומכי נתניהו. NVP גם מפצה עשרות סרטונים ויראליים קצרים שנחתכו מהפודקאסטים החדשים. בנוסף, מתחם החברה משמש בית הפקה של סרטוני רשת עבור לפחות שבעה יוצרי תוכן ימנים. הסרטונים תואמים את מסרי הקמפיין, ותוקפים את יריבי נתניהו, את השמאל ואת התקשורת.

הקמת חברת האולפנים החדשה אינה הפעם הראשונה שבה גרוס פועל לטובת נתניהו בקמפיין בחירות. ב־2021 הקים את חברת "ליצי" הפקות" שעמדה מאחורי "המשפט", סרט התעמולה שפורסם והופץ כשבוע לפני הבחירות בנובמבר 2022 – והטיל דופי במערכת אכיפת החוק, בתיק 4000 נגד נתניהו ובתקשורת. כפי שנחשף ב"הארץ", לאורך השנים גרוס גם פרסם בחשבונותיו ברשתות החברתיות [לא מעט פוסטים שבהם הביע תמיכה בנתניהו](#), תקף את יריביו, את השמאל, ואת משפחות החטופים.

שותפו של גרוס ב"ליצי הפקות" היה עו"ד אופיר פלק, שב־2023 מונה ליועצו המדיני של ראש הממשלה. ב־2022 הוא עמל על שני פרויקטים גדולים. הראשון – הוא היה שותף ליצירת ספרו של נתניהו "סיפור חיי" – שהיה לחלק מתעמולת הבחירות באותה השנה והופץ בשבוע שקדם להן, ולפי מקור ששוחח עם "הארץ" קיבל על כך תשלום מהוצאת סלע מאיר. הוא גם חבר לגרוס ליצירת "המשפט".

לחצו לקבלת עדכונים בנושא:

[+](#) בחירות [+](#) הליכוד

הצג עוד

מערכת | הנהלה | מדיניות פרטיות | תנאי שימוש | צרו קשר |
רכשו מינוי | ביטול מינוי דיגיטלי | שאלות ותשובות | פרסמו אצלנו |

חדשות, ידיעות מהארץ והעולם - הידיעות והחדשות בעיתון הארץ. סקופים, מאמרים, פרשנויות ותחקירי עומק באתר האיכותי בישראל

© כל הזכויות שמורות להוצאת עיתון הארץ בע"מ

נספח 5

מכתב התראה ראשון

23 יוני 2025

לכבוד

עו"ד אילן בומבך
ב"כ מפלגת הליכוד

חה"כ בנימין נתניהו
יו"ר מפלגת הליכוד

שלום רב,

הנדון: חשש לשימוש במשפיעני רשת לקידום תעמולה בניגוד לחובת השקיפות

בשם התנועה לחופש המידע, ע"ר (להלן: "התנועה"), אנו מתכבדים לפנות אליך ולהשיב למענה שבסימוכין ובשקר עם הנושא שבנדון, כלהלן:

1. ביום 17.8.2026 פורסם בתקשורת,¹ כי חברת הפקת התוכן ניו ויז'ן פרודקשן (NVP), המהווה ספק של תוכן בתשלום לקמפיין מפלגת הליכוד – מפיקה סרטוני ויראליים ליוצרי תוכן ומשפיעני רשת. עוד לפי הפרסום בחברת NVP מפיקים סרטוני תעמולה ותוכן תעמולתי של מפלגת הליכוד ליוצרי תוכן ומשפיענים.

2. היום 27.8.2026 פורסם בתקשורת,² כי מפלגת הליכוד מקדמת אתר ואפליקציה "ליכודלינק" ובו מלאי סרטונים בעלי תוכן תעמולתי (מסר הקמפיין "לאיזנקוט אין ממשלה בלי המפלגות הערביות"). בנוסף הועלו לאתר סרטונים שהופקו בידי יוצרי תוכן וצולמו באולפנים החדשים של NVP.

3. אם כן, עולה החשש כי יוצרי תוכן ומשפיענים מפיצים סרטוני תעמולה סמויה המייצרת מניפולציה ומצג שווא. זאת, על אף שמדובר בסרטוני תעמולה מטעם מפלגת הליכוד ובאמצעות גורם שלישי (חברת NVP) שהתקשרה איתו. כך למעשה, נוצר ומופץ תוכן תעמולתי ללא חובת הגילוי הנאות והבהרה, כי המדובר בתעמולה מטעם מפלגת הליכוד.

4. כבר עתה יובהר, כי לעמדת התנועה המשפיענים ויוצרי התוכן כמו גם, מפלגת הליכוד וחברת NVP נדרשים כולם בגילוי נאות ובהוספת ההבהרה כי המדובר בתוכן מטעם מפלגת הליכוד בהתאם לסעיף 1א2 לחוק הבחירות [דרכי תעמולה], התשי"ט-1959 (להלן: "חוק דרכי תעמולה"). הקובע חובת שקיפות וגילוי דעת לגבי כל פרסום בעל תוכן תעמולתי. והכל כאמור ביחד ו/או לחוד.

5. במילים אחרות, כל תוכן תעמולתי מטעם מפלגת הליכוד – הגם שמתפרסם על ידי יוצרי תוכן פרטיים – מחייב סימון ועמידה בהוראות חוק דרכי תעמולה. חובה זו, לעמדת התנועה חלה במקרה דנן, על מפלגת הליכוד, חברת NVP שהתקשרה עימה ויוצרי התוכן כולם ביחד ולחוד.

6. יש לציין כי, גם תוכן ממומן מחייב גילוי נאות ככזה, גם בהתאם לסעיף 2(ג) לחוק הגנת הצרכן, התשמ"א-1981 (להלן: "חוק הגנת הצרכן"). בהתאם סעיף 7(א)(1) לחוק הגנת הצרכן קובע כי כאשר ישנה הטעיה, יראו כמפרים את סעיף 2 הנ"ל, לא רק מי שמטעמו נעשתה הפרסומת אלא

¹ בר פלג, אבי שרף ואורי משגב, "איש עסקים תומך נתניהו עומד מאחורי שני מיזמי תעמולה לטובת הליכוד", **הארץ**, 17.8.2026. <https://www.haaretz.co.il/news/elections/2026-08-17/ty-article-magazine/highlight/000001a0-ofd0-dbac-a5bc-8ff275960000>

² בר פלג ואבי שרף, "מיזם למען נתניהו קידם קמפיין סודי של הליכוד – שהוסר לאחר פניית 'הארץ'", **הארץ**, 27.8.2026. <https://www.haaretz.co.il/news/elections/2026-08-27/ty-article/premium/000001a0-4168-d518-a5ad-ed7f12360000>

גם את מי שהביא את הדבר לפרסום וגם בכך לפרסומו. יוער, כי מלבד הוראות סעיף 2 לחוק הגנת הצרכן החל על הטעיה בפרט מהותי מוסיף סעיף 7(ג) לחוק הגנת הצרכן, הוראות נוספות שהפרתן ייחשבו להטעיה כגון:

"(1) פרסומת העלולה להביא אדם סביר להניח כי האמור בה אינה פרסומת, יראו בכך פרסומת מטעה, אף אם תכנה אינו מטעה;

(2) המפרסם פרסומת בצורה של כתבה, מאמר או ידיעה עיתונאית, בלי לציין באופן ברור כי המדובר בפרסומת, יראו בכך פרסומת מטעה, אף אם תכנה אינו מטעה."

7. הנה כי כן, ברי כי גם בהתאם להוראות חוק דרכי תעמולה וגם לפי הוראות חוק הגנת הצרכן, חובה היה על משפיעני הרשת ויוצרי התוכן בקמפיין במימון מפלגת הליכוד, לציין כי המדובר בתוכן ממומן.

8. על כן אנו פונים אליכם בבקשה שתמנעו מפרסום והפצת תעמולה סמויה ולא-שקופה, הגם על ידי ובאמצעות צדדים שלישיים. כמו כן, אנו פונים אליכם בבקשה להסיר את התוכן הבא – המעלה חשש כי המדובר בתעמולה מטעם מפלגת הליכוד וחברת NVP שאינה מסומנת כנדרש בדין:

א. יוצר התוכן ישי גברי צמן, העלה סרטונים עם תוכן תעמולתי ומסרים קמפיין הליכוד, לפחות שלושה מהם צולמו במתחם NVP:

- <https://www.instagram.com/p/Db5nI5gNHI/>
- <https://www.instagram.com/p/Db-jCssNr3c/>
- <https://x.com/YGvirtzman/status/2090461455954911494?s=20>

ב. יוצר התוכן נתן סולומון, העלה סרטונים עם תוכן תעמולתי ומסרים של קמפיין הליכוד, לפחות שלושה במתחם NVP:

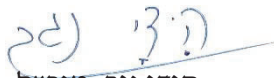
- <https://x.com/slwmwn49386/status/2092667125550756076?s=20>
- <https://x.com/slwmwn49386/status/2081760900080455978?s=20>
- <https://x.com/slwmwn49386/status/2088185886613569593?s=20>
- <https://x.com/slwmwn49386/status/2089609792226509129?s=20>
- <https://x.com/slwmwn49386/status/2092177699460526142?s=20>

ג. יוצר התוכן אפי מרדכי, העלה לרשתות ועמודיו סרטונים עם תוכן תעמולתי ומסרים של קמפיין הליכוד. אלה הופקו במתחם חברת NVP והופצו ללא גילוי דעת כי חברה זו, התקשרה כאמור עם מפלגת הליכוד.

- https://x.com/Effie_Mordehay/status/2082462823079158190?s=20
- https://x.com/Effie_Mordehay/status/2082514285939527729?s=20

9. אם כן, עולה צבר של סרטונים בעלי תוכן תעמולתי ומסרי קמפיין מפלגת הליכוד, אשר הופצו על ידי יוצרי תוכן ומשפיענים ונראה שהופקו בסיוע חברת NVP אשר התקשרה עם מפלגת הליכוד. כלל הסרטונים כאמור לא הופצו עם הבהרה וגילוי נאות כי המדובר בתעמולה עקיפה של מפלגת הליכוד.
10. בעידן של הצפת אינפורמציה ומניפולציות אופן השימוש הסמוי בגורמים שלישיים הוא בעייתי במיוחד ופוגע אנושות באמון הציבור ובשיויון בין המפלגות. אין זה הוגן שמפלגות אחרות ממלאות את מצוות הדין ונותנות גילוי נאות על השימוש התעמולתי במשפיעני רשת.
11. הנה כי כן, אנו פונים בבקשה לנקוט בסימון תעמולה שקופה ובבקשה להסיר עד יום 31.8.2026 את כלל הסרטונים מטעם מפלגת הליכוד וחברת NVP שלא סומנו ולא ניתן בהם גילוי נאות.
12. אנא תשובתכם המלאה תוך זמן סביר, ובטרם נאלץ לפנות ליו"ר ועדת הבחירות המרכזית לכנסת.

בתודה ובברכה,


הידי נגב, מנכ"ל

נספח 6

מכתב התראה שני

01.09.2026

לכבוד

חה"כ בנימין נתניהו, יו"ר מפלגת הליכוד

עו"ד אילן בומבך, ב"כ מפלגת הליכוד

חברת NVP, באמצעות דוא"ל info@nvp-prod.com

שלום רב,

הנדון: חשש לשימוש אסור במשפיעני רשת לביצוע תעמולה שלא על פי הדין

סימוכין: מכתבנו למפלגת הליכוד באמצעות יו"ר וב"כ המפלגה מיום 27.08.2026

בשם התנועה לחופש המידע, ע"ר (להלן: "התנועה"), אנו מתכבדים לפנות אליך בעניין שבנדון, בדברים כדלקמן:

1. ביום 17.08.2026 פורסם בתקשורת,¹ כי חברת הפקת התוכן ניו ויז'ן פרודקשן (NVP), המהווה ספק של תוכן בתשלום לקמפיין מפלגת הליכוד – מפיקה סרטונים ליוצרי תוכן ומשפיעני רשת. לפי פרסום זה, חברת NVP הפיקה ומפיקה סרטוני תעמולה ותוכן תעמולתי של מפלגת הליכוד.
2. ביום 27.08.2026 פורסם בתקשורת,² כי מפלגת הליכוד מקדמת אתר ואפליקציה "ליכודלינק" ובו מלאי סרטונים בעלי תוכן תעמולתי (מסר הקמפיין "לאיזנקוט אין ממשלה בלי המפלגות הערביות"). בנוסף הועלו לאתר המפלגה סרטונים שהופקו בידי יוצרי תוכן ומשפיענים ואשר צולמו באולפנים של חברת NVP.
3. על פניו עולה חשש כי יוצרי תוכן ומשפיענים מפיצים סרטוני תעמולה סמויה המייצרת מניפולציה ומצג שווא בגין אי גילוי נאות. הלכה למעשה מדובר בסרטוני תעמולה מטעם מפלגת הליכוד או המועמדים לכנסת מטעם המפלגה, הגם שהתוכן נוצר ומופץ באמצעות גורם שלישי (חברת NVP או משפיענים) ללא חובת גילוי נאות כי מדובר בתעמולה מטעם מפלגת הליכוד או מועמדיה.
4. כבר עתה יובהר, כי לעמדת התנועה המשפיענים ויוצרי התוכן כמו גם מפלגת הליכוד וחברת NVP נדרשים כולם בגילוי נאות ובהוספת ההבהרה כי המדובר בתוכן מטעם מפלגת הליכוד בהתאם לסעיף 1א2 לחוק הבחירות [דרכי תעמולה], התשי"ט-1959 (להלן: "חוק דרכי תעמולה"). הקובע חובת שקיפות וגילוי דעת לגבי כל פרסום בעל תוכן תעמולתי. והכל חל הן על המועמד, המפלגה, המפרסם, המממן וכל מי שמציג את התוכן התעמולתי תמורת תשלום בשכר או בכל טובין אחר.
5. במילים אחרות, כל תוכן תעמולתי מטעם מפלגת הליכוד – הגם שמתפרסם על ידי יוצרי תוכן פרטיים – מחייב סימון ועמידה בהוראות חוק דרכי תעמולה. חובה זו, לעמדת התנועה חלה במקרה דנן, על מפלגת הליכוד, חברת NVP שהתקשרה עימה ויוצרי התוכן כולם ביחד ולחוד.

¹ בר פלג, אבי שרף ואורי משגב, "איש עסקים תומך נתניהו עומד מאחורי שני מיזמי תעמולה לטובת הליכוד", **הארץ**, 17.8.2026. <https://www.haaretz.co.il/news/elections/2026-08-17/ty-article-magazine/highlight/000001a0-ofd0-dbac-a5bc-8ff275960000>

² בר פלג ואבי שרף, "מיזם למען נתניהו קידם קמפיין סודי של הליכוד – שהוסר לאחר פניית 'הארץ'", **הארץ**, 27.8.2026. <https://www.haaretz.co.il/news/elections/2026-08-27/ty-article/premium/000001a0-4168-d518-a5ad-ed7f12360000>

6. יש לציין כי גם תוכן ממומן בכלליותו מחייב גילוי נאות ככזה בהתאם לחוק הגנת הצרכן, התשמ"א-1981 (להלן: "**חוק הגנת הצרכן**"). בהתאם לסעיפים 2(ג) ו-7(א) לחוק הגנת הצרכן כאשר ישנה הטעיה, יראו כמטעים לא רק מי שמטעמו נעשתה הפרסומת אלא גם את מי שהביא את הדבר לפרסום וגרם בכך לפרסומו. יוער, כי מלבד הוראות סעיף 2 לחוק הגנת הצרכן החל על הטעיה מוסיף סעיף 7(ג) לחוק הגנת הצרכן, הוראות נוספות שהפרתן תחשבנה להטעיה כגון:

"(1) פרסומת העלולה להביא אדם סביר להניח כי האמור בה אינה פרסומת, יראו בכך פרסומת מטעה, אף אם תכנה אינו מטעה;

(2) המפרסם פרסומת בצורה של כתבה, מאמר או ידיעה עיתונאית, בלי לציין באופן ברור כי המדובר בפרסומת, יראו בכך פרסומת מטעה, אף אם תכנה אינו מטעה."

7. הנה כי כן, ברי כי גם בהתאם להוראות חוק דרכי תעמולה וגם לפי הוראות חוק הגנת הצרכן, חובה היה על משפיעני הרשת ויוצרי התוכן בקמפיין במימון מפלגת הליכוד, לציין כי המדובר בתוכן ממומן - דברים אלה נכונים גם לחברת NVP אשר נקשרה, בכל דרך שהיא, עם מפלגת הליכוד ואו המועמדים לכנסת מטעמה ואשר איפשרה, יזמה, סייעה או מימנה פרסום תעמולה באמצעות יוצרי תוכן ומשפיעני רשת.

8. על כן אנו פונים אליכם בדרישה לחדול לאלתר מפרסום והפצת תעמולה סמויה ואסורה, גם על ידי ובאמצעות צדדים שלישיים. עליכם לפעול לאלתר להסרת כל פרסום הכולל תוכן תעמולה מטעם מפלגת הליכוד ומועמדיה או לחילופין לסמן כל פרסום שכבר פורסם, כמו גם פרסומים עתידיים, באופן בולט כך שידע הציבור שמדובר בתוכן תעמולה מטעם מפלגה ואו מועמד לכנסת. דרישה זו נכונה לכל תקופת הבחירות כהגדרתה בחוק דרכי תעמולה, דהיינו מיום 29.07.2026.

9. למען הזהירות ומבלי לגרוע מכלליות הדרישה, מצ"ב כנסת 1 למכתב זה מספר לא מבוטל של פרסומים שאותרו על ידי התנועה אשר הופצו על ידי יוצרי תוכן ומשפיענים ונראה שהופקו בסיוע חברת NVP אשר התקשרה עם מפלגת הליכוד.

10. סרטונים אלה בעלי תוכן תעמולתי ומסרים של קמפיין מפלגת הליכוד והם הופצו ללא הבהרה וגילוי נאות כי המדובר בתעמולה של מפלגת הליכוד - כך שהדבר מהווה הפרה של הדין, לא רק על ידי מפלגת הליכוד ומועמדיה, אלא גם על ידי חברת NVP ומשפיעני הרשת.

11. בעידן של הצפת אינפורמציה ומניפולציות אופן השימוש הסמוי בגורמים שלישיים הוא בעייתי במיוחד ופוגע אנושות באמון הציבור ובשיוויון בין המפלגות. דעו כי מכתב בעניין זה הועבר גם ליו"ר מפלגת הליכוד וליועצה המשפטי לפני מספר ימים; אנו פונים אליכם בבקשה לנשוט ללא דיחוי בפעולה ברורה לסימון כלל הפרסומים כתעמולה או להסירם לאלתר.

12. אנא תשובתכם המלאה עד ליום 04.09.2026, ובטרם נאלץ לפנות ליו"ר ועדת הבחירות המרכזית לכנסת; התראה נוספת לא תשלח.

בתודה ובברכה,

יערה וינקלר-שליט, עו"ד
 יועצת משפטית

הנדי נגב, עו"ד
 מנכ"ל

נספח 7

נספח המפרט את פרסומי התעמולה האסורים

צבר הפרסומים (חלקי ולא ממצה) שאותר על ידי התנועה ואשר מבוקש ביחס אליהם, לצד כל פרסום אחר, שיוסר מהמרשתת או שיוסף לו גילוי נאות, במיקום בולט ובאופן ברור - באשר להיותו תעמולת בחירות מטעם מפלגת הליכוד ואו מועמדים מטעמה.

א. יוצר התוכן ישי גברי צמן, העלה סרטונים עם תוכן תעמולתי ומסרים קמפיין הליכוד, לפחות שלושה מהם צולמו במתחם NVP :

- <https://www.instagram.com/p/Db5nI5gNHI/>
- <https://www.instagram.com/p/Db-jCssNr3c/>
- <https://x.com/YGvirtzman/status/2090461455954911494?s=20>

ב. יוצר התוכן נתן סולומון, העלה סרטונים עם תוכן תעמולתי ומסרים של קמפיין הליכוד, לפחות שלושה במתחם NVP :

- <https://x.com/slwmwn49386/status/2092667125550756076?s=20>
- <https://x.com/slwmwn49386/status/2081760900080455978?s=20>
- <https://x.com/slwmwn49386/status/2088185886613569593?s=20>
- <https://x.com/slwmwn49386/status/2089609792226509129?s=20>
- <https://x.com/slwmwn49386/status/2092177699460526142?s=20>

ג. יוצר התוכן אפי מרדכי, העלה לרשתות ועמודיו סרטונים עם תוכן תעמולתי ומסרים של קמפיין הליכוד. אלה הופקו במתחם חברת NVP והופצו ללא גילוי דעת כי חברה זו, התקשרה כאמור עם מפלגת הליכוד.

- https://x.com/Effie_Mordehay/status/2082462823079158190?s=20
- https://x.com/Effie_Mordehay/status/2082514285939527729?s=20

**כללי כבוד יושב ראש הועדה לעניין חובת הגילוי
בקשר לנחזות עמוקה ופרסומים שעלולים להטעות**



רשומות

קובץ התקנות

26 ביולי 2026

12484

י"ב באב התשפ"ו

עמוד

כללי הבחירות (דרכי תעמולה) (עמידה בחובת הגילוי לגבי תעמולת בחירות שהיא נחזות עמוקה).

התשפ"ו-2026 2468

כללי הבחירות (דרכי תעמולה) (עמידה בחובת הגילוי לגבי תעמולת בחירות שהיא נחזות עמוקה), התשפ"ו-2026

בתוקף סמכותי לפי סעיף 2א2(ב) לחוק הבחירות (דרכי תעמולה), התשי"ט-1959¹ (להלן – החוק), אני קובע כללים אלה:

1. הגדרה. בכללים אלה –
 - "אופן ההצגה" – הדרישות המפורטות בסעיף 3;
 - "תוכן" – תעמולת בחירות שהיא נחזות עמוקה, כהגדרתה בסעיף 2א2 לחוק.
2. הודעת גילוי. הודעת גילוי – אחד מאלה:
 - (1) ציון שהתוכן, כולו או חלק מסוים ממנו – תוך ציון אותו חלק, נוצר באמצעי דיגיטלי ולא תועד במקור או שנערך באמצעי דיגיטלי באופן ששינה אותו בשינוי מהותי, לפי העניין;
 - (2) סימון באמצעות הסמליל המתאים כמפורט בתוספת, ואולם חלופה זו לא תחול לגבי תוכן קולי כאמור בסעיף 5.
3. אופן הצגת הודעת גילוי. הודעת גילוי תיכתב –
 - (1) על רקע חלק;
 - (2) בצבע בעל ניגודיות גבוהה לרקע המקטע;
 - (3) במיקום בולט;
 - (4) בגופן קריא וברור, בהתחשב, בין השאר, בגודלו וברקע המקטע, ושלא בגופן דחוס או בהקטנה אופקית של האותיות;
 - (5) בשפה זהה לשפת התוכן.
4. תוכן מודפס או תוכן ממונה דיגיטלי. תוכן מודפס או תוכן ממונה דיגיטלי יכלול הודעת גילוי בהתאם לאופן הצגת התעמולה נושא הגילוי, ובגופן שגודלו חמישה אחוזים לפחות מגובהו של התוכן או 10 נקודות, לפי הגדול מביניהם.
5. שמע. תוכן קולי שאינו מלווה ברכיב חזותי יכלול בתחילתו ובסופו הודעת גילוי מושמעת בבירור, בעוצמה ובמהירות שאינן שונות מהותית מיתר התוכן, ובשפה זהה לשפת התוכן, או לרובו.
6. סרטון. תוכן שהוא סרטון יכלול הודעת גילוי לכל משך הופעת התוכן, בהתאם לאופן הצגתו, ובגופן שגודלו חמישה אחוזים לפחות מגובה המסך או מרוחב המסך, לפי הגבוה מביניהם.
7. חזקת עמידה בחובת הגילוי. אדם שצירף לתוכן שפרסם הודעת גילוי לפי כללים אלה, חזקה כי עמד בחובת הגילוי לפי סעיף 2א2(א) לחוק.
8. שמירת דינים. הוראות כללים אלה באים להוסיף על הוראות כל דין בעניין סימון תכנים, חובות גילוי בהם וחובת התאמה שלהם, ולא לגרוע מהן.

¹ ס"ח התשי"ט, עמ' 138; התשפ"ו, עמ' 768.

9. תחילתם של כללים אלה ביום כניסתו לתוקף של סעיף 2א2 לחוק או ביום פרסומם לפי המאוחר (להלן – יום התחילה), והם יחולו על תוכן שפורסם לראשונה ביום התחילה או לאחריו.

תוספת

(סעיף 2)

(1) לעניין תעמולת בחירות שנוצרה, כולה או רובה, באמצעי דיגיטלי:



(2) לעניין תעמולת בחירות שנערכה באמצעי דיגיטלי באופן ששינה אותה שינוי מהותי:



י' באב התשפ"ו (24 ביולי 2026)
(חמ 7074-3)

נעם סולברג
המשנה לנשיא בית המשפט העליון
יושב ראש ועדת הבחירות
המרכזית לכנסת ה-26

