

**פרוטוקול ועדת מכרזים מתאריך 2/6/26**  
משותפים: מוריה שלום, עידן רייכמן, נועם עמרן

**מס' 79/6/26 - משרד החוץ - התקשרות עם חברת גריי קונטנט בע"מ לביצוע קמפיין "אפליקציית המטייל"**

שם הפונה: הדר שרון

**רקע כללי:**

במציאות גלובלית מורכבת ודינמית, המאופיינת באתגרים מדיניים וביטחוניים, מצבי חירום, אסונות טבע ואירועים בלתי צפויים, גובר הצורך של ישראלים השוהים בחו"ל לקבל מידע מהימן, עדכני וזמין ממקור ממשלתי מוסמך ובזמן אמת. משרד החוץ, באמצעות המערך הקונסולרי וחדר המצב הפועל 24 שעות ביממה, שבעה ימים בשבוע, משמש הכתובת המרכזית של מדינת ישראל עבור אזרחיה מעבר לים, הן בשגרה והן בעתות חירום.

חדר המצב של משרד החוץ מעניק מדי שנה מענה לאלפי פניות, מרכז מידע חיוני בזמן אמת, פועל מול נציגויות ישראל ברחבי העולם ומסייע לאזרחים ישראלים במגוון רחב של מצבים, החל מאובדן דרכון ומסמכי נסיעה, דרך מצוקות רפואיות ועד אירועי חירום ביטחוניים ואסונות טבע.

על בסיס פעילות זו פותחה **אפליקציית המטייל של משרד החוץ** – כלי ממלכתי מתקדם שנועד לחבר בין האזרח הישראלי השוהה בחו"ל לבין מערך השירותים, העדכונים והסיוע של משרד החוץ. האפליקציה מאפשרת קבלת התרעות בזמן אמת, מידע מותאם למדינת היעד, הנחיות חירום, יצירת קשר מהירה עם גורמים רשמיים וגישה לשירותים קונסולריים חיוניים בעת הצורך.

האפליקציה אינה רק כלי טכנולוגי, אלא חלק ממעטפת האחריית, הליווי והסיוע שמעניקה מדינת ישראל לאזרחיה גם מחוץ לגבולותיה. לנוכח הגידול המתמשך בהיקף הנסיעות לחו"ל, לצד מציאות עולמית המשתנה במהירות, מבקש משרד החוץ לקדם קמפיין הסברתי רחב היקף שיחזק את מודעות הציבור לשירותי משרד החוץ בחו"ל, לפעילות חדר המצב ולחשיבות הורדת אפליקציית המטייל כחלק בלתי נפרד מההיערכות לכל נסיעה.

**מטרות הקמפיין:**

- העלאת מודעות לפעילות משרד החוץ ולשירותי הסיוע שהוא מעניק לישראלים בחו"ל.
- חיזוק ההיכרות הציבורית עם חדר המצב של משרד החוץ כמענה בעת חירום.
- הגדלת מספר ההורדות של אפליקציית המטייל.
- עידוד שימוש קבוע באפליקציה לפני הנסיעה ובמהלך השהות בחו"ל.
- חיזוק תחושת הביטחון והליווי של אזרחי ישראל מחוץ למדינה.
- מיצוב משרד החוץ כגוף נגיש, מתקדם, מקצועי ואנושי הפועל עבור אזרחי ישראל בכל מקום בעולם.
- חיזוק תפיסת המדינה כמלווה את אזרחיה גם מעבר לגבולותיה

**קהל היעד:**

- משפחות היוצאות לחופשות בחו"ל
- צעירים ותרמילאים
- אנשי עסקים
- מטיילים עצמאיים
- נוסעים תכופים

### **הליך בחינת כיווני הקריאייטיב והתאמת המדיות לקמפיין:**

במהלך גיבוש הקמפיין הוצגו מספר כיווני קריאייטיב, הן עבור קמפיין טלוויזיה רגיל והן עבור סרטון באורך של דקה, אשר מרכז את כלל המסרים הנדרשים. במסגרת מסמך הבקשה, מובא פירוט של בחינת ערוצי המדיה השונים, תוך ניתוח מידת התאמתם למטרות הקמפיין והמלצה על השימוש בהם בהתאם לאופי המסרים ולשיקולי האפקטיביות.

### **התאמת הפלטפורמה ליעדי הקמפיין:**

לאחר בחינה מקצועית של מטרות הקמפיין, מאפייני השירות והצורך הציבורי העומד בבסיסו, נמצא כי פלטפורמת דקה לשמונה, המשודרת בערוצים 9, 10, 11, 12, 13, 14 ו-15 בצמידות למהדורות החדשות המרכזיות, היא הפלטפורמה המתאימה ביותר להובלת מהלך ההסברה והמודעות עבור אפליקציית המטייל של משרד החוץ.

ייחודה של פלטפורמת דקה לשמונה טמון ביכולתה להציב מסרים בעלי חשיבות לאומית בסביבה טלוויזיונית ממלכתית ובעלת רמת אמון גבוהה, תוך יצירת בידול ברור ממסרים מסחריים. השידור כתשדיר עצמאי, בסמוך למהדורות החדשות המרכזיות, מאפשר להציג לציבור מידע מהותי באופן רציני, ברור ואחראי, המתאים במיוחד למסר העוסק בביטחון אזרחים ישראלים מחוץ לגבולות המדינה. הקמפיין נועד לחזק את מודעות הציבור לפעילות משרד החוץ, לחדר המצב ולמעטפת השירותים הניתנת לישראלים בחו"ל, לצד עידוד הורדת אפליקציית המטייל ושימוש בה כחלק בלתי נפרד מההיערכות לנסיעה. מדובר במהלך הכולל מסר עם מספר שכבות המשלב אחריות מדינית, מידע פרקטי, תחושת ביטחון ושירות ציבורי מתקדם, ולכן נדרשת פלטפורמה המאפשרת העברת תוכן מורכב באופן נגיש ומעורר אמון.

פלטפורמת דקה לשמונה נמצאה מתאימה במיוחד להשגת מטרות אלו מהנימוקים הבאים:

- **רמת קשב ואמון ציבורי גבוהה:** שידור בצמידות למהדורות החדשות מציב את המסר בלב השיח הציבורי ברגעי קשב מרביים ומעניק לו תוקף ציבורי רחב.
- **יכולת להעביר מסר מורכב:** הפורמט מאפשר להציג תמהיל של ערכים, יתרונות והזדמנויות באופן בהיר, נגיש ומשכנע, מבלי לפשט יתר על המידה את מורכבות המהלך.
- **הפרדה ברורה ממסרים מסחריים:** שידור כתשדיר עצמאי שאינו חלק ממקבץ פרסומות מחזק את תפיסת המהלך כמהלך לאומי וציבורי ולא כמהלך פרסומי.
- **ניסיון מוכח בהובלת מהלכים ציבוריים רחבי השפעה:** הפלטפורמה הוכיחה לאורך השנים יכולת לייצר אמון, הזדהות והיענות ציבורית בקמפיינים בעלי משמעות לאומית וחברתית

### **התקשרות עם הספק:**

בהתאם לתקנה 3(12) לתקנות חובת המכרזים, נערכה פנייה לחברת גריי קונטנט בע"מ, החברה בעלת הזיכיון הבלעדי על רצועות השידור של פלטפורמת "דקה ל-8", הכוללת את הערוצים המרכזיים 11, 12, 13, וכן ערוצים 14, 9, 15. הרצועה משודרת בסמוך למהדורות החדשות, והיא עונה על הדרישות שהוצגו.

מאחר וחברת גריי קונטנט היא היחידה שמפעילה את רצועת דקה לשמונה, ומחזיקה בזכויות השידור הבלעדיות שלה בכלל ערוצי החדשות כאמור, בחינת חלופות בהתאם לסיפא של תקנה 3(12) לתקנות חובת המכרזים, החלה על התקשרות זו, אינה רלוונטית וממילא אינה אפשרית.

מטעם החברה נתקבלה הצעה הכוללת את המדיה ואת ההפקה, בסכום כולל של 1,148,068 ₪ לא כולל מע"מ, כאשר מתוכו עבור המדיה: 1,348,068 ₪ (לא כולל מע"מ), ועבור רכיב ההפקה: 200,000 ₪ (לא כולל מע"מ).

רכיב ההפקה נמוך 25% משווי ההתקשרות הכולל עם הספק וכן אינו עולה על 15% מעלות כלל רכיבי המדיה, בהתאם למדיניות לפ"מ ולהחלטות ועדת מכרזים בנושא.

יצוין, כי הגם שככלל נוטה ועדת המכרזים ליישם את תקנת הפטור באופן מצמצם ולצאת למכרזים בתחום ההפקה ככל הניתן (למעט שת"פים), בנסיבות העניין כאשר חברת גריי מחזיקה בבלעדיות על רצועת דקה לשמונה והיא מבצעת את ההפקה באופן בלעדי, הוחלט לאורך השנים לאשר את ההתקשרויות הכוללת מדיה והפקה יחד תוך הקפדה על כך שכאמור, רכיב ההפקה נמוך מ 25% משווי ההתקשרות הכולל.

כן יצוין, כי מטעם גריי קונטנט הובהר, כי אחריותה על רכיב ההפקה נועד על מנת להבטיח את ייחודיות התשדירים ועל קו עיצובי אחיד, לצורך שימור המותג של "דקה לשמונה". כן הובהר מטעם הערוצים הרלוונטיים באישורי הבלעדיות שהוצגו לפ"מ לאורך השנים, כי לא ניתן לשדר ברצועות אלה תכנים שאינם עומדים באופי התשדירים ובקו העיצובי עליו אמונה גריי.

#### הצעת המחיר צורפה לפנייה.

ההצעה נבדקה ע"י נורית פיינמן, מנהלת תחום תוכן והפקת וידאו, ונמצאה תואמת לעלויות המדיה על פי מחירון לפ"מ ולעלויות ההפקה לסרטים מסוג זה. וכן לכללים הנהוגים בלפ"מ (הפקה עד 15% מכלל התקציב לקמפיין).

**דיון והחלטה :**

לאור כל האמור, ולאור עמדת הגורם המקצועי כי לא ניתן להשיג את יעדי הקמפיין באופן מיטבי בדרך אחרת, ועדת המכרזים מאשרת התקשרות עם חברת גריי קונטנט בע"מ לביצוע קמפיין בנושא "אפליקציית המטייל" עבור משרד החוץ לפי תקנה 3(12) לתקנות חובת המכרזים, התשנ"ג-1993.


כמו כן, ועדת המכרזים סבורה כי לשם השגת יעדי הקמפיין יש מקום לבחון הרחבה של פריסת המדיה בדיגיטל. הוועדה מבקשת להביא את עמדתה לפני הלקוח, אשר יקבל את ההחלטה בנושא.

**היקף ההתקשרות :** 1,348,068 ₪ לא כולל מע"מ (הפקה 200,000 ₪ ש"ח , מדיה 1,148,068 ₪)

**שם הספק :** גריי קונטנט בע"מ, ח.פ. 514003110.

**תקופת התקשרות :** ממועד תחילת ההתקשרות עם הספק ועד חצי שנה ממועד עליית הקמפיין לאוויר.

ההחלטה תפורסם בסמוך למועד קבלתה באתר מנהל הרכש ל-5 ימים, וזאת בטרם תצא לפועל ההתקשרות עם הספק. בתום פרק זמן זה, ובהיעדר החלטה אחרת של ועדת המכרזים, תיכנס ההתקשרות לתוקף באופן מיידי.

  
עו"ד נעם עמרן

יועמ"ש

  
עידן רייכמן

חשב

  
מנהלת לשכת הפרסום הממשלתית  
מוריה שלום

יו"ר