אל: ועדת המכרזים

משרד:	התרבות והספורט
יחידה מזמינה:	לשכת הפרסום הממשלתית
תאריך:	

הנדון: <u>חוות דעת מקצועית במסגרת כוונה להתקשר עם ספק יחיד/ ספק חוץ</u>

הבקשה מסתמכת על תקנה ☑ 3(29) / ☐ 3(31) (סמן את התקנה המתאימה) לתקנות חובת מכרזים ועל הוראות תכ"ם, "פטור מחובת המכרז", מס'7.8.1 והוראת תכ"ם, "בחינת קיומם של ספקים ומיזמים", מס' 7.8.2.

תיאור מהות ההתקשרות (רקע ופירוט התכונות של הטובין/השירות/העבודה)
לפ"מ מעוניינת ברכישת הרשאות שימוש בנתוני "סקר ה- **TGI**" מחברת קאנטר מחקרי טי. ג'י .אי בע"מ. סקר ה- **TGI** הינו סקר סינגל סורס הגדול, המעמיק והמקיף ביותר בתחום התנהגות צרכנים בארץ. זהו כלי המספק מידע שיווקי בתחום התנהגות צרכנית במגוון תחומים בין היתר, בתחום צריכת המדיה. סקר זה הינו למעשה, מחקר שוק מקיף המכיל מידע רחב הנוגע להרגלי צריכה במגוון תחומים: מוצרים, שירותים, סגנון חיים, הרגלי צריכת מדיה לסוגיה ועוד. במסגרת הסקר מופנות שאלות לציבור נדגם מתחלף ומתעדכן בהיקף של כ5,000 פרטים בוגרים בגילאי 18+ במהלך שנה. המדגם מייצג את כלל האוכלוסייה הבוגרת מהמגזר הכללי בארץ. סקר ה-**TGI** מתבסס על המתודולוגיה, העקרונות, ובקרת האיכות המקובלים במחקרי **TGI** ברחבי העולם מזה עשרות שנים. איסוף הנתונים מבוצע עפ"י מודל **TGI**, באמצעות משלוח שאלון מובנה למילוי עצמי למשתתפים.המדגם מבוצע בחלקו כ 50% באמצעות האינטרנט וחלקו ממולא פיזית. המידע בו רלוונטי בלפ"מ לתחום המדיה ומהווה הכלי העיקרי לתכנון מדיה ברדיו ובעיתונות. סקר זה נחשב כלי עבודה מקיף וייחודי ונכון להיום לא קיימת חלופה מקיפה יותר המחליפה את הכלי הנ"ל. לפ"מ מעוניינת לרכוש את הסקר המלא בקרב הקהל הכללי ב- 4 קטגוריות, בלבד : • קטגוריית צריכת מוצרים ושירותים. • הרגלי החשיפה והשימוש במדיה. • סגנון חיים. • מאפיינים דמוגרפיים וסוציו אקונומיים.

האם קיים בנושא זה מכרז מרכזי של החשב הכללי או גורם ממשלתי מוסמך אחר? ☐ כן ☑ לא

סוג ההתקשרות: (סמן **X** במקום המתאים)

☐ טובין ☑ שירותים ☐ ביצוע עבודה

שם הספק:	קאנטר מדיה מחקרי טי.ג'י.אי בע"מ	
מספר הספק (ח.פ/ח.צ/ע.מ/מספר עמותה)	512766866	
ספק זה הנו:	☑ספק יחיד	☐ספק חוץ
אומדן / שווי ההתקשרות:	81,837 ₪ כולל מע"מ	
תקופת ההתקשרות:	01/07/2021 – 30/06/2022	

נימוקים כי הספק הוא ספק יחיד או כי הטובין הם טובי חוץ
(במקרה הצורך ניתן לצרף עמודים נוספים וכל מסמך רלוונטי נוסף)

נא להתייחס לסעיפים הבאים:

1. האמצעים שבהם נערכו בדיקות לאיתור ספקים נוספים והכנת חוות דעת כולל פירוט מקורות מידע ופעולות שננקטו (לדוגמה חיפוש באינטרנט, התכתבות עם ספקים, פגישה או שיחה עם ספקים וכדומה).

2. ממצאי הבדיקה (אם ישנם ספקים נוספים בתחום ההתקשרות, יש לפרט את הסיבות לאי התאמתם לביצוע ההתקשרות עימם ואת הסיבות להיות הספק שלגביו נכתבה חוות הדעת ספק יחיד/ספק חוץ)

3. נימוקים והערות נוספות

האמצעים בהם נערכו בדיקות לאיתור ספקים נוספים והכנת חוות הדעת:

- פניה לחברת קאנטר מדיה מחקרי טי.ג'י.אי בע"מ, שמבצעת את הסקר.
- חיפוש באינטרנט.
- התייעצות עם אנשי מקצועי בתחום וכן עם חברות בתחום - כגון: חברות פרסום, חברת ייעוץ בתחום המדיה ומכוני מחקר.

ממצאי הבדיקה:
קאנטר מדיה מחקרי טי.ג'י.אי בע"מ היא החברה המתפעלת את מחקר הסינגל סורס. בהתאם להצהרת החברה, היא החברה היחידה בישראל אשר מבצעת את סקר ה- TGI. כמו כן, לא קיים מאגר דומה כיום לצורכי תכנון שיווקי, תכנון אסטרטגי ו/או תכנון מדיה המבוסס על מידע ממקור אחד (Single Source Data).

מצ"ב מכתב החברה מיום 04.04.21

בהתאם לבדיקתנו וככל הידוע לנו, לא קיים ספק אחר המבצע מחקרי סינגל סורס בהיקף זהה של מספר נשאלים ובאותו אופן.

חוות דעתי זו ניתנת מתוקף היותי הסמכות המקצועית לנושא זה.

בכבוד רב,

טליה לוינס	מנהלת תחום המדיה	טליה לוינס
שם בעל הסמכות המקצועית	**תפקיד בעל הסמכות המקצועית**	**חתימה**