

פרוטוקול ועדת מכרזים מתאריך 02/11/21
 משתתפים: איריס בראל, נתן בן יקיר, נדב צוק וחגית לוי

מס' 113/10/21 – הרשות הארצית לתחבורה הציבורית בישראל במשרד התחבורה – אישור התקשרות עם חברת הפרה הכחולה BLUECOW - אסף חתוכה לגיבוש אסטרטגיה למיתוג הרשות הארצית לתחבורה הציבורית בישראל במשרד התחבורה.
 פנייתה של חגית לוי.

נושא: הרשות הארצית לתחבורה ציבורית הכפופה למשרד התחבורה מנהלת את כלל אמצעי התחבורה הציבורית בישראל ובכלל זה, אוטובוסים, רכבת כבדה, רכבות קלות, רכבלית בחיפה, מטרונית וכדומה.

כיום, כל מפעיל תחבורה ציבורית פועל לפי שפה גרפית משלו וכפועל יוצא ישנם מגוון רחב של מיתוגים של מפעילים שונים. כך לדוגמה, בתחום האוטובוסים יש כ-20 מפעילים, יש רכבת קלה בירושלים ורכבת שאמורה להתחיל לפעול בת"א, רכבלית בחיפה, שירות גמיש של "באבל" ותיקתק בערים שונות ועוד. לכל אחד יש אתר עם נראות שונה, פרסומים ומודעות עם כיוונים שונים ומסר שונה.

עומס מסרים והדמיות יוצר קושי במתן התחושה לאזרח שיש "בעל בית" לתחבורה הציבורית, שיש עשייה קולקטיבית למען הציבור המנוהלת ממקום אחד והכל במטרה לתת שירות טוב ללקוח, ללא קשר לנותן השירות.

מטרת המיתוג:

לייצר שפה אחידה אשר תחול על כלל הגורמים בענף התחבורה הציבורית ויצירת מטרייה מיתוגית אחת אשר תשים דגש למסר לפיו התחבורה הציבורית בישראל על כל גורמיה מעניקה שירות טוב, מתחדשת ומתקדמת כל הזמן.

האתגר:

יצירת שפה אחת משותפת, תוך מתן מקום לכל הגורמים בענף.

שלבי עבודה:

שלב א': עבודת מידענות. איסוף מידע על מה שקורה בעולם ובמקומות בהם התחב"צ היא התחבורה הראשית, יבוצע ע"י מחלקת המחקר בלפ"מ בליווי האסטרטג שייבחר.

שלב ב': בניית אסטרטגיה פרסומית הכוללת ראיונות עם הגורמים בענף, בחינת המצב בארץ ותובנות מחקר המידענות לגבי המצב בחו"ל.

שלב ג': יציאה לצוותי קריאייטיב לבניית ספר מותג ותרגומו לחומרי פרסום – תעשה פנייה לוועדת המכרזים בהמשך לפי הצורך.

לשם ביצוע הליך האסטרטגיה הפרסומית בוצעה פנייה אחידה לשלושה אסטרטגים בצירוף בריף ונוהלה שיחת זום עם נציגי הרשות הארצית לתחבורה ציבורית לשאלות והבהרות.

האסטרטגים אליהם בוצעה פנייה הם:

1. T.more - טימור הררי;

2. Lerman - מתן לרמן;

3. BLUECOW (הפרה הכחולה) - אסף חתוכה.

המציעים נתבקשו לשלוח הצעה לאסטרטגיה על סמך המידע שנמסר ומטרות הליך המיתוג.

שלושת המציעים העבירו הצעה. פירוט ההצעות בפניה המצ"ב.

לאחר בדיקת שלוש ההצעות, פגישת הכרות וביצוע פרזנטציה פרונטלית בהשתתפות נציגי הרשות הארצית לתחבורה ציבורית, מעוניינת לפ"מ להתקשר עם חברת הפרה הכחולה BLUECOW בהובלת אסף חתוכה לביצוע הליך אסטרטגי למיתוג הרשות הארצית לתחבורה ציבורית בישראל.

ההצעה שהועברה ע"י חברת הפרה הכחולה בניצוחו של אסף חתוכה כוללת את מלוא רכיבי הפנייה עפ"י שלבי ביצוע תוך פיצוח נכון של צרכי הרשות ותפיסת העולם שלה בבואה לביצוע הליך המיתוג. כן, הצעת המחיר היא אחת משתי ההצעות הנמוכות ביותר שנתקבלו ואולם בעוד ההצעה מטעם חברת הפרה הכחולה כוללת את תמחור מלוא הרכיבים לביצוע הליך המיתוג, הצעתו של מתן לרמן מותנית ואינה סופית (נכתב כי שלב א' - מיפוי מחקר יתומחר בנפרד) וממילא אינה עומדת בקריטריונים הנדרשים במסגרת הפנייה.

לפ"מ ניסיון טוב בעבודה עם חברת הפרה הכחולה בהובלת אסף חתוכה והוא מביא עמו ערך מוסף שיכול לסייע ולמנף את הליך המיתוג עבור הרשות. לאסף חתוכה ניסיון רב בביצוע הליכי מיתוג וניסיון של למעלה מ-15 שנות ניסיון בענף האסטרטגיה והפרסום. בתפקידו האחרון ניהל אסף חתוכה את מחלקת האסטרטגיה של משרד הפרסום "מקאן אריקסון". אסף חתוכה עומד מאחורי מהלכי מיתוג מובילים ובהם שכונת בצוותא בחריש, מזגני תדיראן, הרשות הלאומית לבטיחות בדרכים (לפ"מ - "אבא תעצור", "תסתכל לי בעניינים") ועוד.

החלטה: ועדת המכרזים מאשרת התקשרות עם חברת הפרה הכחולה BLUECOW - אסף חתוכה לגיבוש אסטרטגיה למיתוג הרשות הארצית לתחבורה הציבורית בישראל במשרד התחבורה, בהתאם לתקנה 113(1) לתקנות חובת המכרזים, התשנ"ג-1993.

תנאי ההתקשרות ולוחות הזמנים לביצוע ההליך יעוגנו בהסכם התקשרות שיחתם בין הצדדים.

שם הספק: פרה כחולה BLUECOW, ח.פ. 515224327.

היקף ההתקשרות: 48,000 ₪, לא כולל מע"מ.

תקופת התקשרות: עד גמר ביצוע מלוא השירותים על ידי החברה.

נדב צוק
חשב
לשכת הפרסום הממשלתית

נדב צוק
חשב

עו"ד נתן בן יקיר
יועמ"ש

חגית לוי
חברה

איריס בראל
מ"מ יו"ר