

פרוטוקול ועדת מכרזים מתאריך 09/03/23

משתתפים: מוריה שלום, נתן בן יקר, עידן רייכמן וחגית לוי

מס' 08/02/23 – משרד התיירות – אישור התקשרות עם "ריספקט אסטרטגיות צמיחה בע"מ" למיתוג התיירות בכפרי הדרוזים והצ'רקסים. פנייתו של גיא גץ.

נושא: משנת 2006 פועלת המדינה בפיתוח הפעילות התיירותית-שיווקית ביישובים הדרוזיים והצ'רקסיים בצפון, כאשר החל משנת 2010 יצא משרד התיירות באמצעות לפ"מ, בקמפיין "כפר בקרתם" שהמשיך כשם המיתוגי עבור כלל הקמפיינים שהתקיימו מאז לעידוד תיירות ביישובי הדרוזים והצ'רקסים בגליל ובכרמל.

באמצעות החלטות ממשלה לאורך השנים, הוקצו עשרות מיליוני שקלים עבור פיתוח התשתיות התיירותיות ברשויות המקומיות הללו, כגון: גרעין הכפר, שווקים, מתן תמיכה דרך יועצים עבור התיירנים והרשויות המקומיות במגוון נושאים הכוללים שיווק, סטטוטוריקה ופיתוח תוכניות אב לתיירות. כמו כן, הושקעו מיליוני שקלים במשך השנים בקורסי מורי דרך, שיווק ועידוד האטרקטיביות להגיע לבקר ולחוות חוויה תיירותית, אתנית ותרבותית ברשויות המקומיות ביישובים הדרוזיים והצ'רקסים בגליל. שיווק המוצר מתבצע בשיתוף עם הרשות לפיתוח הגליל אשר מקצה תקציבים לפסטיבלים, חיזוק ההכשרה למורי דרך וקיום מאות סיורים מודרכים בכפרים.

בהתאם להחלטת ממשלה מס' 717 מיום 28.11.21 שעניינה תוכנית להעצמה ולפיתוח כלכלי-חברתי ביישובים הדרוזיים ברמת הגולן לשנים 2021-2023, משרד התיירות החל לכלול את הכפרים שבגולן במסגרת הקמפיינים שמקדמים תיירות בגליל ובכרמל. כעת, מעוניין משרד התיירות לצאת בתהליך בניית אסטרטגיה מיתוגית משותפת עבור הדרוזים והצ'רקסים בכרמל, בגליל ובגולן.

מטרת המיתוג

1. בניית אסטרטגיה מיתוגית כוללת ספר מותג עבור יישובי הדרוזים והצ'רקסים בגליל, כרמל וגולן, שיהווה תשתית לבניית תוכנית פעילות אסטרטגית שיווקית לבניית מותג תיירותי אתני מוביל ואטרקטיבי לפעילות חוויתית תיירותית איכותית;
2. חשיבה על מיתוג מחדש: האם מיתוג חדש או ריברנדינג;
3. הגדרת היררכיית המיתוג לאור הצטרפותם של יישובי הגולן והתייחסות ליישובים הצ'רקסים + התייחסות לאשכולות של כפרים;
4. מוכנות לשיווק המוצר לתיירות נכנסת;
5. קו מנחה אחיד - תוכנית, ערכית, שפתית עיצובית - בפיתוח המותג ובכל הפעילות התקשורתית המכנס את כל העוסקים והשותפים: משרד התיירות, הרשות לפיתוח הגליל, עמותות התיירות, רכזי התיירות, תיירנים וכו'.

פרטי ההתקשרות המבוקשת

לשם ביצוע הליך המיתוג, פנתה לפ"מ לשלוש חברות מיתוג מובילות והעבירה להן פנייה אחידה בצירוף בריף ממשרד התיירות.

החברות אליהן פנתה לפ"מ הן:

1. OPEN;
2. ריספקט אסטרטגיות צמיחה בע"מ;
3. רה-לבנט מיתוג ואינטראקטיב בע"מ;
4. סטודיו 0304 (סטודיו תמר הוד בע"מ).

החברות התבקשו לשלוח הצעת מחיר עבור מיתוג המוצר התיירותי הדרוזי כפי שפורט בבריף וכן, לוחות זמנים משוערים לביצוע העבודה. חברת OPEN הודיעה שאין בכוונתה להציע הצעה מאחר שהפרוייקט לא רלוונטי להם.

שלוש חברות העבירו הצעות כנדרש.

פירוט ההצעות בפניה המצ"ב.

לאחר בדיקת שלוש ההצעות נמצא כי ההצעה שהתקבלה מסטודיו תמר הוד (0304) חורגת מהסכום שהוגדר בבריף שנשלח למציעים עד 128,200 ₪ לא כולל מע"מ ובנוסף, ההצעה לא כוללת את רכיב "עיצוב המוצרים הגרפיים" שצוין בבריף (בהצעה נכתב שעבודה זו תתומחר בנפרד). מאחר שכאמור, ההצעה אינה עונה לדרישות הבריף היא נפסלה.

מבחינת מרכיבי ההצעות של החברות ריספקט ורה-לבנט – שתיהן עונות על הבריף ושתייהן נראות איכותיות ועונות לדרישות הבריף, יחד עם זאת, חברת ריספקט מציגה לוח זמנים קצר יותר לביצוע (כ-15 שבועות החל מסיום שלב ליווי המחקרים), לעומת כ-24 שבועות בהצעה של חברת רה-לבנט. סוגיית לוחות הזמנים בפרויקט זה, הינה נדבך חשוב מבחינת משרד התיירות.

לחברת ריספקט ניסיון רב בביצוע הליכי מיתוג ומתן שירותי עיצוב הלקוחים מעולמות התוכן של משרד התיירות ושל בעלי עניין נוספים בפרויקט [משרד הנגב, הגליל והחוסן הלאומי (לשעבר: המשרד לפיתוח הפריפריה, הנגב והגליל) והרשות לפיתוח הגליל]. חברה זו ביצעה עבור לפ"מ בהצלחה את תהליך המיתוג לכפרי הבדואים בצפון.

אשר על כן, מעוניינת לפ"מ להתקשר עם חברת ריספקט אסטרטגיות צמיחה בע"מ לביצוע מיתוג התיירות בכפרי הדרוזים והצ'רקסים מאחר שזו ההצעה אשר מעניקה ללפ"מ את מירב היתרונות בנסיבות העניין.

החלטה: ועדת המכרזים מאשרת התקשרות עם "ריספקט אסטרטגיות צמיחה בע"מ" למיתוג התיירות בכפרי הדרוזים והצ'רקסים עבור משרד התיירות, בהתאם לתקנה 3(11) לתקנות חובת המכרזים, התשנ"ג-1993.

היקף ההתקשרות: 127,500 ₪, לא כולל מע"מ.

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


עידן רייכמן
חשב


עו"ד נתן בן יקיר
יועמ"ש

חברת


מוריה שלום
מנהלת לשכת הפרסום
הממשלתית