

שם הטופס: חוות דעת מקצועית במסגרת כוונה להתקשר עם ספק יחיד/ ספק חוץ	
פרק ראשי: התקשרויות ורכישות	מספר הוראה: 7.8.2
פרק משני: פטור ממכרז	מספר טופס: ט. 7.8.2.1

משרד:	משרד התרבות והספורט
יחידה מזמינה:	לשכת הפרסום הממשלתית
תאריך:	14/06/17

אל: ועדת המכרזים

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

הבקשה מסתמכת על תקנה ☒ 3(29) / ☐ 3(31) (סמן את התקנה המתאימה) לתקנות חובת מכרזים ועל הוראות תכ"ס מס' 7.8.1 ו-7.8.2.

תיאור מהות ההתקשרות (רקע ופירוט התכונות של הטובין/השירות/העבודה)
סקר ה-TGI נחשב המעמיק ביותר בתחום התנהגות צרכנים בארץ, גם היום בשנת 2017 זהו מחקר הסינגל סורס הגדול ביותר הנערך בישראל. על אף שהכלים השימושיים לצרכי תכנון והתנהגות צרכנים מתעדכנים ומשתנים, עדיין נחשב סקר זה כלי עבודה בעולם השיווק והמדיה. סקר זה הינו למעשה, מחקר שוק מקיף המכיל מידע רחב הנוגע להרגלי צריכה במגוון תחומים: מוצרים, שירותים, סגנון חיים, הרגלי צריכת מדיה לסוגיה ועוד. סקר ה-TGI בישראל מתבסס על המתודולוגיה, העקרונות, ובקרת האיכות המקובלים במחקרי TGI ברחבי העולם מזה עשרות שנים. בנוסף, הסקר מהווה הכלי העיקרי לתכנון מדיה ברדיו ובעיתונות ומשמש באופן שוטף את תעשיית הפרסום בארץ. הסקר מהווה כלי לשפה אחידה של שוק השיווק, הפרסום והמדיה. איסוף הנתונים מבוצע עפ"י מודל TGI, מתבצע באמצעות משלוח שאלון מובנה למיליוני עצמי למשתתפים במדגם. מדגם הנשאלים הינו מדגם מתחלף ומתעדכן של 5,000 בוגרים בגילאי +18, המייצג את כלל האוכלוסייה הבוגרת בארץ. הסקר מבוצע באותה מתודולוגיה בישראל, כמו שהוא מבוצע בעולם. לפמ מעוניינת לרכוש את הסקר המלא בקרב הקהל הכללי ב- 4 קטגוריות בלבד כדלקמן: • קטגוריית צריכת מוצרים ושירותים. • הרגלי החשיפה והשימוש במדיה. • סגנון חיים. • מאפיינים דמוגרפיים וסוציו אקונומיים. החברה המבצעת של סקר ה-TGI בארץ הינה חברת קנטאר מדיה מחקרי טי.ג'י.אי בע"מ.

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

סוג ההתקשרות: (סמן X במקום המתאים)

☐ ביצוע עבודה

☒ שירותים

☐ טובין

שם הספק:	קנטאר 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:	101,056 ₪
תקופת ההתקשרות:	30/06/2018 – 01/07/2017

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:

- 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).
- 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)
- נימוקים והערות נוספות

האמצעים בהם נערכו בדיקות לאיתור ספקים נוספים והכנת חוות הדעת:

- חיפוש באינטרנט.
- התייעצות עם אנשי מקצועי בתחום וכן עם חברות בתחום - כגון: חברות פרסום, חברת ייעוץ בתחום המדיה ומכוני מחקר.
- פניה לחברת קנטאר מדיה מחקרי טי.ג'י.אי בע"מ וקבלת אישור על בלעדיות (מצ"ב).

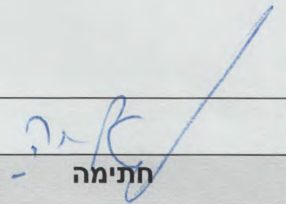
ממצאי הבדיקה:

קנטאר מדיה מחקרי טי.ג'י.אי בע"מ מתפעלת את מחקר הסינגל סורס והינה החברה היחידה בישראל אשר מבצעת את סקר ה-TGI מאז ביצוע הסקר הראשון בארץ בשנת 1998. לא קיים מאגר דומה כיום לצורכי תכנון שיווקי, תכנון אסטרטגי ו/או תכנון מדיה המבוסס על מידע ממקור אחד (Single Source Data).

לאור הנימוקים שמניתי לעיל אנו מבקשים לערוך ההתקשרות בהליך פטור ממכרז.

חוות דעתי זו ניתנת מתוקף היותי הסמכות המקצועית לנושא זה.

בכבוד רב,

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