

## פרוטוקול ועדת מכרזים מתאריך 20/07/23

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

**מס' 50/07/23 – משרד האנרגיה והתשתיות** – התקשרות עם חברת גריי קונטנט בע"מ לביצוע קמפיין "דקה ל" בנושא "גגות סולאריים" (אנרגיות מתחדשות) עבור משרד האנרגיה והתשתיות. פנייתה של מיקה בלוך.

**נושא:** משרד האנרגיה והתשתיות מעוניין לעודד את משקי הבית להתקין פאנלים סולאריים על גגות הבתים. כל זאת, הן על מנת לנצל באופן מרבי את אנרגיית השמש המצויה בשפע בישראל והן בכדי לאפשר לצרכנים השקעה שתחזיר את עצמה תוך שנים ספורות ואף תניב חיסכון בעלויות החשמל. באמצעות התקנת הפאנלים הסולאריים, דיירי הבניינים/הבתים הפרטיים יהפכו ליצרני חשמל וייקחו חלק במאבק במשבר האקלים העולמי.

המשרד מעוניין לצאת בקמפיין הסברה לציבור הרחב, אודות כדאיות התקנת הפאנלים הסולאריים על גגות הבתים ועידוד התייעלות אנרגטית באמצעות שימוש בקדמה טכנולוגית, לקיחת אחריות, יוזמה ותרומה חיובית לסביבה.

### מטרות הקמפיין

1. יצירת תדמית חיובית ותחושה של מומנטום לנושא פאנלים סולאריים כפתרון אפקטיבי לאנרגיה מתחדשת.
2. עידוד התקנת פאנלים סולאריים כל גגות בתים פרטיים ובניינים משותפים כחלק מיצירת אנרגיה ירוקה.
3. התקדמות אל עבר היעד הלאומי עליו הצהירה ישראל ולפיו עד שנת 2030 – כ-30% מייצור החשמל יופק באמצעות אנרגיות מתחדשות.

### קהל יעד:

1. הציבור הרחב.
2. בעלי בתים פרטיים אשר יש להם גג זמין להתקנת פאנלים סולאריים.
3. בעלי דירות בבניינים משותפים שהם מובילי דעה בבניין או שיש להם את הכוח להנעת תהליכים כדוגמת התקנת פאנלים סולאריים.

### התאמת הפלטפורמה ליעדי הקמפיין

לאחר בדיקה, נמצא כי פלטפורמת "דקה ל", המשודרת בערוצים 9, 11, 12, 13 ו-14 בטלוויזיה, בצמידות למהדורת החדשות המרכזית, היא הפלטפורמה המתאימה לשידור קמפיין מסוג זה.

פלטפורמת "דקה ל" מאפשרת פירוט של מסרים בתשדירים בעלי אופי הסברתי המשודרים בכל הערוצים המרכזיים בצמידות למהדורות החדשות המרכזיות כתשדיר נפרד ולא בין הפרסומות. לעניין זה יצוין כי מדובר בקמפיין שימצב את האנרגיה הסולארית בכלל והתקנת הפאנלים הסולאריים על הגג בפרט, כפתרון חכם ומתקדם.

בנוסף, נוכח העובדה שמדובר בתוכן הסברתי, יש צורך בנגזרות לסרטונים באורך של 30 שניות על מנת ליצור חשיפה מרבית למסר המורכב בטלוויזיה ובדיגיטל. לעניין זה יצוין כי המסר המורכב מצריך שימוש במדיה אינפורמטיבית שמותאמת להעברת מסרים מורכבים.

### שיקולים לבחירת המדיה המובילה

1. מדיה צמודת חדשות ובעלת אופי ייחודי ומבודל משאר הפרסומות.
2. מדיה המאפשרת פעילות הסברה מורכבת, מעמיקה ובעלת אופי חדשותי ואינפורמטיבי.
3. מדיה המאפשרת הקרנת סרטים ארוכים באורך דקה.
4. תוצרי הפקה המאפשרים שימוש במדיות נוספות, לרבות ברשתות חברתיות.

נערכה פנייה לחברת גריי קונטנט בע"מ, החברה בעלת הזיכיון הבלעדי על רצועות השידור של פלטפורמת "דקה ל", המשלבת את 3 הערוצים המרכזיים 11,12,13 וכן את הערוצים 9 ו-14, בצמוד לתוכניות החדשות. מטעם החברה נתקבלה הצעה הכוללת הן את המדיה והן את ההפקה.

**הצעת המחיר צורפה לפניה.**

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.

**החלטה:** ועדת המכרזים מאשרת התקשרות עם חברת גריי קונטנט בע"מ לביצוע קמפיין "דקה ל" בנושא "גגות סולאריים" (אנרגיות מתחדשות) עבור משרד האנרגיה והתשתיות, לפי תקנה 3(12) לתקנות חובת המכרזים, התשנ"ג-1993.

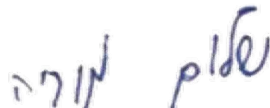
**היקף ההתקשרות:** 1,879,728 ₪ (מדיה: 1,399,728 ₪, הפקה: 480,000 ₪), לא כולל מע"מ.

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

**תקופת התקשרות:** מיום החלטה זו ועד חצי שנה ממועד עליית הקמפיין לאוויר.

  
עידן רייכמן  
חשב

  
עו"ד נתן בן יקיר  
יועמי"ש

  
מוריה שלום  
יו"ר

  
חגיית לוי  
חברה