

פרוטוקול ועדת מכרזים מתאריך 15/08/23

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

מס' 61/08/23 – משרד הביטחון – התקשרות עם חברת גריי קונטנט בע"מ לביצוע קמפיין "50 שנה למלחמת יום כיפור" עבור משרד הביטחון. פנייתה של תמר קובנסקי.

נושא: ביום הכיפורים הקרוב, תציין מדינת ישראל 50 שנה למלחמת יום כיפור אשר פרצה ב-06.10.1973 ובה נפלו אלפי חללים. תחושת האחוה, שותפות הגורל, המחויבות העמוקה וההוקרה לאלו אשר נתנו נפשם למען קיומה והגנתה של מדינת ישראל, עמוקה מתמיד, עם ציון 50 שנה למלחמה.

הנצחת זכרם של הנופלים במלחמה וביסוסה בתודעה הציבורית הן חלק מיעדיו וערכיו של משרד הביטחון.

השנה, מעוניין המשרד לצאת בקמפיין טלוויזיה לצד קמפיין הנעה לפעולה במדיה הדיגיטלית ושידור ברדיו, בגלי צה"ל ובגלגל"צ, לצורך העברת המסרים הבאים:

חיבור וחיבור של הציבור הרחב לחללים ולמשפחות השכולות, בדגש על סיורי מורשת אשר יתקיימו בשבוע של חול המועד סוכות (הסיורים ללא תשלום, אך יידרש רישום מוקדם באתר הייעודי).

קהל יעד: הציבור הרחב.

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 פלטפורמה המתאימה לקמפיין 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. פלטפורמה צמודת חדשות בכל הערוצים המרכזיים נתפסת כבעלת חשיבות לנושאים לאומיים, לעניין זה יצוין כי מדובר בקמפיין בעל חשיבות לאומית.

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 שמתאמת 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.

הצעת גריי קונטנט בע"מ

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.

פירוט עיקרי הצעת המחיר בפניה המצ"ב.

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 "50 שנה למלחמת יום כיפור" עבור משרד הביטחון, לפי תקנה 3(12) לתקנות חובת המכרזים, התשנ"ג-1993.

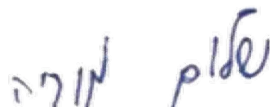
היקף ההתקשרות: 599,988 ₪ (מדיה: 449,988 ₪, הפקה: 150,000 ₪), לא כולל מע"מ.

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
יועמ"ש


מוריה שלום
יו"ר


חגיט לוי
חברה