

פרוטוקול ועדת מכרזים מתאריך 04/09/23
משתתפים: מוריה שלום, נתן בן יקר ועידן רייכמן

מס' 68/08/23 – משטרת ישראל – התקשרות עם חברת גריי קונטנט בע"מ לביצוע קמפיין "דקה ל" בנושא "גיוס שוטרים" עבור משטרת ישראל. פנייתו של גיא גץ.

נושא: כחלק מתהליך שינוי ארגוני במשטרת ישראל, סוכם על מתווה להעלאת שכרם של השוטרים המתחילים והוותיקים, במקביל להגדלת תקציב המשטרה. משטרת ישראל מעוניינת לצאת בקמפיין הסברה אשר יציג את העשייה המשמעותית של השוטרים ואת תחושת השליחות הנלווית לתפקידו של השוטר, במטרה לחזק את מעמדם של השוטרים ולהביא לגיוס של שוטרים ושוטרים איכותיים אשר יצטרפו לשורות המשטרה.

מטרות הקמפיין

מטרה ראשית - גיוס כוח אדם איכותי, לרבות, קריאה לשוטרים/ות שעזבו את המשטרה - לשוב אליה.

מטרה משנית - הצגת משטרת ישראל כארגון בטחוני, אטרקטיבי ומגוון.

מסרי הקמפיין

1. גיוס למשטרה הוא הגנה על הבית ועל האנשים שיקרים לנו. צו השעה! להגן על הבית ולהצטרף למשטרה;
2. משטרת ישראל היא ארגון עוצמתי ולוחם;
3. שירות במשטרה מעניק לשוטרים שכר גבוה, מענקים ותנאי רווחה;
4. במשטרת ישראל סביבת עבודה צעירה, משפחתית ומלוכדת.

קהל היעד:

- גברים ונשים בגילאי 21-45 בקרב המגזר הכללי והערבי;
- כלל הציבור.

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 ולאומי המשודרים בכל הערוצים המרכזיים בצמידות למהדורות החדשות המרכזיות כתשדיר נפרד ולא בין הפרסומות.

בנוסף, נוכח העובדה כי מדובר בתוכן הסברתי, יבוצעו נגזרות לסרטונים באורך של 30 שניות על מנת ליצור חשיפה מרבית למסר המורכב בטלוויזיה ובדיגיטל תוך 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.

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 "גיוס שוטרים" עבור משטרת ישראל, לפי תקנה 3(12) לתקנות חובת המכרזים, התשנ"ג-1993.

השתתפות עובדי מדינה בקמפיין (לרבות שוטרים) תעשה בהתאם להוראת תכ"מ 15.3.2 והנחיית היועץ המשפטי לממשלה מס' 1.1.703 ובכפוף להעברת האישורים הנדרשים לממונה מטעם לפ"מ על קמפיין זה.

היקף ההתקשרות: 2,020,504 ₪ (מדיה: 1,500,504 ₪, הפקה: 520,000 ₪), 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