

**פרוטוקול ועדת מכרזים מתאריך 13/7/25**  
משתתפים: מוריה שלום, נועם עמרן ועידן רייכמן

**מס' 81/7/25 - משטרת ישראל - התקשרות עם חברת גריי קונטנט בע"מ לביצוע קמפיין גיוס עבור המשמר הלאומי של משטרת ישראל**  
פניית קארין לניאדו

**רקע כללי:**

משטרת ישראל מבקשת לצאת בקמפיין תקשורתי ייעודי לגיוס כוח אדם איכותי לשורות **המשמר הלאומי** – גוף מבצעי חדש, ייעודי ומקצועי, הפועל במסגרת משמר הגבול. המשמר הלאומי מהווה זרוע לוחמת ייחודית שתפקידה לתת מענה מהיר, אפקטיבי ונרחב לאיומים על ביטחון הפנים של מדינת ישראל, לרבות מצבי חירום לאומיים, טרור פנים-ארצי, מהומות אזרחיות רחבות היקף ואירועי קצה. על רקע לקחי מלחמת "חרבות ברזל" והצורך המבצעי בהיערכות ארוכת טווח, נדרש גיוס מיידי של צעירים וצעירות איכותיים, אשר ישתלבו בגוף החדש וייקחו חלק במערך ממלכתי הנמצא בחזית הביטחון האזרחי. המשמר הלאומי מבוסס על ערכי **שליחות, עוצמה, מקצועיות ונחישות**, ושואף למשוך לשורותיו מועמדים המבקשים לתרום תרומה משמעותית לביטחון המדינה.

יובהר כי ביום 3.7.2024 אישרה ועדת המכרזים את ההתקשרות עם חברת גריי לצורך ביצוע הקמפיין האמור (פרוטוקול מס' 37/07/24). עם זאת, לבקשת משטרת ישראל, הקמפיין "הוקפא" בעקבות שינוי בהתארגנות הפנימית של משמר הגבול. כעת הוגשה פנייה מחודשת, בהתאם לצרכים המעודכנים כפי שגובשו על ידי המשטרה.

**מטרות הקמפיין:**

- מטרה עיקרית:** גיוס לוחמים איכותיים למשמר הלאומי, בדגש על צעירים בגילאי 21–30, בעלי פרופיל קרבי (רובאי 05 ומעלה), עם רצון מובהק לשירות מבצעי משמעותי.
- מטרה משנית:** חיזוק מעמדו הציבורי של המשמר הלאומי ככוח לוחם ייחודי, מקצועי, ממלכתי ובעל ייעוד ברור בהגנה על ביטחון הפנים.
- מטרה שלישית:** הגברת חשיפה לקהלים כלליים, לצורך מיתוג ארוך טווח ובניית מאגר מועמדים איכותי להמשך הדרך.

**מסרי הקמפיין:**

- מצטרפים לכוח לוחם, מקצועי ומוביל בלב ההגנה על ביטחון הפנים.
- תפקיד עם משמעות, שליחות ותנאים – לנשים וגברים כאחד.
- דור חדש של לוחמים. דור חדש של משילות.
- שירות מבצעי במסגרת ממלכתית, עם חזון מבצעי ברור.

## קהל היעד:

- צעירים וצעירות בני 21 עד 30, לאחר שירות צבאי בעלי פרופיל לוחם (רובאי 05 ומעלה).
- מועמדים לתפקידי לוחמה המעוניינים בקריירה שנייה או בשירות משמעותי לפני יציאה ללימודים או עבודה.
- קהלים מכל הארץ – לצורך חשיפה רחבה ומיתוג, לצד טירגוט ממוקד לגברים בגילאי 21–30 לשם גיוס ישיר.

## הליך בחינת כיווני הקריאייטיב והתאמת המדיות לקמפיין:

במהלך גיבוש הקמפיין הוצגו חלופות המדיה לקמפיין. במסגרת מסמך הבקשה, מובא פירוט של בחינת ערוצי המדיה השונים, תוך ניתוח מידת התאמתם למטרות הקמפיין והמלצה על השימוש בהם בהתאם לאופי המסרים ולשיקולי האפקטיביות.

## התאמת הפלטפורמה ליעדי הקמפיין

- לאחר בדיקה, נמצא כי פלטפורמת "דקה ל", המשודרת בערוצים 9, 10, 11, 12, 13, 14 ו-15 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.
- הקמפיין עוסק בגיוס אשר נוגע בפלחים נרחבים באוכלוסייה. על כן, ישנה חשיבות לבחירת פלטפורמה שתאפשר להעביר את המסר בגובה העיניים, תוך שמירה על שפה ממלכתית, ערכית ואמינה.
- פלטפורמת "דקה לשמונה" נמצאה כמתאימה ביותר לכך, מהנימוקים הבאים:
- **רמת קשב ואמון ציבורי גבוהה:** "דקה לשמונה" משודרת מיד לפני מהדורות החדשות המרכזיות בערוצים 9, 10, 11, 12, 13, 14 ו-9, ומאפשרת להציג מסר אינפורמטיבי רגשי, בפורמט שאינו פרסומי. בכך ניתן להגיע לקהל ממוקד ומעורב, ברגע של מקסימום קשב טלוויזיוני.
  - **יכולת להעביר מסר ערכי ורגשי כאחד:** סרטונים קצרים בפורמט דוקומנטרי-אנושי, הממחישים את השליחות, הערכים והיומיום של המשרת – מחזקים את תחושת המשמעות בקרב מועמדים פוטנציאליים, ומאפשרים גיוס רגשי אפקטיבי במיוחד.
  - **נגישות לקהלים מגוונים – כולל פריפריה, עולים וקהלים מבוגרים:** פריסת השידורים בכל הערוצים המרכזיים, בשילוב אפשרות לתרגום לערבית, רוסית ואנגלית, מאפשרת חשיפה רחבה ואחידה לכל אזרחי המדינה, גם באזורים עם צריכת מדיה דיגיטלית נמוכה.
  - **ניסיון מוכח בתחומים בעלי מורכבות ערכית:** פלטפורמת "דקה לשמונה" שימשה בהצלחה קמפיינים בתחומי שירות המדינה, תחבורה ציבורית, גיוס לשירות לאומי, רווחה, וצדק חברתי – והובילה לאהדה ציבורית גבוהה, הבנה עמוקה של המסר, והגברת נכונות לפעולה.

## השיקולים 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.

תקציב כולל לקמפיין : 4,500,000 ₪.

## התקשרות עם הספק:

בהתאם לתקנה 12(3) לתקנות חובת המכרזים, נערכה פנייה לחברת גריי קונטנט בע"מ, החברה בעלת הזיכיון הבלעדי על רצועות השידור של פלטפורמת "דקה ל-8", הכוללת את הערוצים המרכזיים 11, 12, 13, וכן ערוצים 9, 14 ו-15, הרצועה משודרת בסמוך למהדורות החדשות, והיא עונה על הדרישות שהוצגו.

מאחר וחברת גריי קונטנט היא היחידה שמפעילה את רצועת דקה לשמונה, ומחזיקה בזכויות השידור הבלעדיות שלה בכלל ערוצי החדשות כאמור, בחינת חלופות בהתאם לסיפא של תקנה 12(3) לתקנות חובת המכרזים, החלה על התקשרות זו, אינה רלוונטית וממילא אינה אפשרית.

מטעם החברה נתקבלה הצעה הכוללת את המדיה ואת ההפקה, בסכום כולל של **1,548,144 ₪**, כאשר מתוכו עבור המדיה : **1,198,144 ₪** (לא כולל מע"מ), ועבור רכיב ההפקה : **350,000 ₪** (לא כולל מע"מ).

רכיב ההפקה נמוך 25% משווי ההתקשרות הכולל עם הספק וכן אינו עולה על 15% מתקציב הקמפיין בהתאם למדיניות לפ"מ ולהחלטות ועדת מכרזים בנושא.

יצוין, כי הגם שככלל נוטה ועדת המכרזים ליישם את תקנת הפטור באופן מצמצם ולצאת למכרזים בתחום ההפקה ככל הניתן (למעט שת"פים), בנסיבות העניין כאשר חברת גריי מחזיקה בבלעדיות על רצועת דקה לשמונה והיא מבצעת את ההפקה באופן בלעדי, הוחלט לאורך השנים לאשר את ההתקשרויות הכוללת מדיה והפקה יחד תוך הקפדה על כך שכאמור, רכיב ההפקה נמוך מ 25% משווי ההתקשרות הכולל.

כן יצוין, כי מטעם גריי קונטנט הובהר, כי אחריותה על רכיב ההפקה נועד על מנת להבטיח את ייחודיות התשדירים ועל קו עיצובי אחיד, לצורך שימור המותג של "דקה לשמונה". כן הובהר מטעם הערוצים הרלוונטיים באישורי הבלעדיות שהוצגו לפ"מ לאורך השנים, כי לא ניתן לשדר ברצועות אלה תכנים שאינם עומדים באופי התשדירים ובקו העיצובי עליו אמונה גריי.

## 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. וכן לכללים הנהוגים בלפ"מ (הפקה עד 15% מכלל התקציב לקמפיין).

**דיון והחלטת ועדת המכרזים :**

לאור כל האמור, ולאחר שהוועדה דנה והשתכנעה כי לדעת גורמי המקצוע בלפ"מ, לא ניתן להשיג את יעדי הקמפיין באופן אחר, ועדת המכרזים מאשרת התקשרות עם חברת גריי קונטנט בע"מ לביצוע קמפיין גיוס עבור המשמר הלאומי של משטרת ישראל, לפי תקנה 3(12) לתקנות חובת המכרזים, התשנ"ג-1993.

**היקף ההתקשרות :** 1,548,144 ₪ (מדיה : 1,198,144 ₪, הפקה : 350,000 ₪), לא כולל מע"מ.

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

**תקופת התקשרות :** ממועד תחילת ההתקשרות עם הספק ועד חצי שנה ממועד עליית הקמפיין לאוויר.

ההחלטה תפורסם בסמוך למועד קבלתה באתר מנהל הרכש ל-5 ימים, וזאת בטרם תצא לפועל ההתקשרות עם הספק. בתום פרק זמן זה, ובהיעדר החלטה אחרת של ועדת המכרזים, תיכנס ההתקשרות לתוקף באופן מיידי.

עידן רייכמן  
חשב  
לשכת הפרסום והמשלוח  
עידן רייכמן

חשב

עו"ד נעם עמרן  
(8-888)

יועמ"ש

מוריה שלום  
מוריה שלום

יו"ר