

פרוטוקול ועדת מכרזים מתאריך 28/10/25
משתתפים: מוריה שלום, עידן רייכמן, נועם עמרן

מס' 138/10/25 – משרד התחבורה – התקשרות עם רודי סעדה בקמפיין בנושא "צדק תחבורתי"
שם הפונה: טלי מורלי

נושא:

משרד התחבורה מוביל בשנים האחרונות את רפורמת "צדק תחבורתי", מהלך רחב היקף שנועד להנגיש את התחבורה הציבורית לאוכלוסיות הזקוקות לכך ביותר ולצמצם פערים חברתיים וגיאוגרפיים. לאחר יישום שתי הפעילות המרכזיות (מרץ 2024 ומרץ 2025), מעוניין משרד התחבורה לצאת למהלך פרסומי מאחד, שמציג את כלל ההטבות תחת מטרייה אחת ברורה ושוויונית, ותוך כדי גם לקרוא לציבור הרלוונטי לעדכן את פרטיו ביישומון וברב-קו. הקמפיין החדש נועד לעודד את כלל האזרחים הזכאים לממש את זכאותם – ולהצטרף לרפורמה שמבטיחה תחבורה ציבורית הוגנת, נגישה ומשתלמת יותר.

מטרת הפרסום:

- ליידע את הציבור בדבר כלל ההטבות שניתנות במסגרת הרפורמה - כולל אלו שכבר נכנסו לתוקף.
- להנגיש באופן ברור את אופן מימוש הזכאות (עדכון פרופיל ב"רב קו" או באפליקציה).
- לעודד את מי שטרם מימשו את זכאותם להצטרף ולהשתמש בתחבורה הציבורית.
- לחזק את התדמית הערכית והממלכתית של הרפורמה כצעד לצמצום פערים חברתיים וגיאוגרפיים.

קהל יעד:

כלל משתמשי התחבורה הציבורית ובמיוחד:

- אזרחים ותיקים (+67) הזכאים לנסיעה חינם.
- תושבי פריפריה חברתית וגיאוגרפית הזכאים להנחות של 50%.
- חיילים ומסיימי שירות לאומי.
- צעירים, משפחות וקהלים חדשים שטרם עשו שימוש קבוע בתחבורה ציבורית.

מסרי הקמפיין:

- המדינה באמצעות משרד התחבורה עושה צדק: הרפורמה מעניקה הטבות למי שזקוק להן ביותר.
- ממשיכים לחבר את ישראל ולצמצם מרחקים ופערים.
- הרפורמה עובדת - מאות אלפי ישראלים כבר מימשו את זכאותם.
- כל מה שצריך זה לעדכן פרופיל ב"רב קו" או באפליקציה- ופשוט לנסוע.

אמצעי השידור:

הקמפיין יעלה בטלוויזיה, ברדיו, בפלטפורמות דיגיטליות, עיתונות ושלטי חוצות, על מנת להגיע לקהל יעד רחב ככל האפשר.

אופן בחירת הפרזנטור:

התסריט לקמפיין הינו תסריט הסברתי עתיר מידע, המחייב דמות מרכזית בעלת יכולות משחק קומי גבוהות, שתצליח להעביר את המסרים באופן מעניין, נגיש ומעורר קשב בקרב הציבור.

לצורך כך נבחנו מספר דמויות מוכרות, ובהתייעצות של גורמי המקצוע במשרד התחבורה ולפ"מ הוסכם כי רודי סעדה, מכוכבי התכנית "קופה ראשית", עונה על האפיונים הנדרשים לדמות המרכזית, וכי ביכולתו לייצר עניין, בולטות וחיבור לקהל היעד.

לאחר פנייה לסוכנות המייצגת את רודי סעדה, "ליטוין יצוג וניהול אישי", התקבלה הצעת מחיר בסך של 85,000 ₪ לא כולל מע"מ, עבור השתתפות הטאלנט בקמפיין וזכויות שימוש לעונה במדיות טלוויזיה, רדיו ודיגיטל. בנוסף, עבור שימוש בצילומי הסטילס של הטאלנט בשילוט חוצות התקבלה הצעה נוספת בסך של 15,000 ₪ לא כולל מע"מ, כך שהעלות הכוללת עומדת על 100,000 ₪ לא כולל מע"מ.

לדברי הגב' נורית פיינמן, מנהלת תחום תוכן והפקת וידאו בלפ"מ, העלות הכוללת נמצאה תואמת את המחיר הריאלי של השירות, וזאת בהתחשב ברמת הפופולריות של הטאלנט, בהיקף החשיפה הצפויה במדיה ובמשקלו הציבורי של הקמפיין.

הצעת המחיר מצורפת לפרוטוקול.

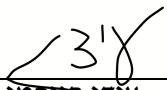
סך כל עלות ההתקשרויות: 100,000 ₪ לא כולל מע"מ.

החלטה: בהתאם לאמור ברקע לפרוטוקול, ועדת המכרזים מאשרת התקשרות עם רודי סעדה במסגרת קמפיין "צדק תחבורתי", עבור משרד התחבורה, וזאת לפי תקנה 3(11) לתקנות חובת המכרזים, התשנ"ג-1993.

שם הספק: רודי סעדה באמצעות סוכנות "ליטוין יצוג וניהול אישי, ח.פ. 514397140

היקף ההתקשרות: 100,000 ₪ + מע"מ.

תקופת ההתקשרות: לחצי שנה ממועד חתימת הצדדים על הסכם התקשרות


עידן רייכמן

חשב


עו"ד נעם עמרן

יועמ"ש


מוריה שלום

יו"ר