

פרוטוקול ועדת מכרזים מתאריך 24/12/25
משתתפים: מוריה שלום, עידן רייכמן, נועם עמרן

מס' 168/12/25 – משרד העבודה – התקשרות עם עדן דניאל גבאי לקמפיין בנושא "מיזוג אוויר"
שם הפונה: שרית יפת

רקע:

חוק אסדרת העיסוק בעבודה במערכות קירור ומיזוג אוויר נכנס לתוקף ביום 15.7.2025. החוק נחקק על רקע המעבר לשימוש בקררים דליקים ונפיצים במערכות קירור ומיזוג אוויר, שינוי טכנולוגי המגלם סיכונים בטיחותיים משמעותיים לציבור. עם כניסת הקררים הדליקים לשוק העבודה, נוצר סיכון מוחשי לבטיחות המשתמשים, שכן במקרה של תקלה ודליפת קרר עלול להתרחש פיצוץ במערכת הקירור ואף לגרום לשריפת המבנה. נוכח סיכונים אלה נקבע בחוק כי ביצוע עבודות התקנה, תיקון ותחזוקה של מערכות קירור ומיזוג אוויר ייעשו אך ורק בידי גורם שהוסמך לכך ומחזיק ברישיון בתוקף. החוק קובע חובה חוקית לעבור הליך הסמכה ולהחזיק ברישיון לצורך עיסוק בתחום, וכן מגדיר סנקציות כלפי מי שיבצע עבודות כאמור ללא רישיון, כמו גם כלפי מי שיבצע פעולות שאינן בסמכותו אף אם הוא מחזיק ברישיון.

מטרות הקמפיין:

מטרת הקמפיין היא להעלות את המודעות הציבורית לשינוי החקיקתי ולסיכונים הכרוכים בשימוש במערכות קירור ומיזוג אוויר המכילות גזים דליקים, וליידע את הציבור כי יש להזמין לביצוע עבודות אלה בעלי מקצוע מורשים ומחזיקי רישיון בלבד, לצורך צמצום סיכונים ושמירה על בטיחות המשתמשים. בנוסף, הקמפיין נועד ליידע את העוסקים בתחום בדבר החובות החלות עליהם מכוח החוק, ולהניעם לפעול לקבלת הסמכה ורישיון כנדרש, על מנת לאפשר את המשך עיסוקם המקצועי בהתאם לדין.

אמצעי השידור:

הקמפיין יעלה בטלוויזיה, ברדיו, בעיתונות, בפלטפורמות דיגיטליות.

קהל יעד:

כלל הציבור והעוסקים במקצוע.

אופן בחירת הפרזנטור:

לצורך העברת המסרים, ביקש המשרד לאתר דמות מוכרת ואהודה על הציבור, בעלת גוון קומי טבעי, המתקשרת בגובה העיניים ומשדרת אמינות ודאגה לציבור, וזאת נוכח אופיים הרציני והמלחיץ של המסרים. על רקע זה גובשה תפיסה לפיה הטון של הסרטונים צריך להיות קליל, נגיש, בולט והומוריסטי, באופן שיאפשר קליטה אפקטיבית של המסר מבלי להפחית מחשיבותו. בהתאם לכך נבחנו מספר טאלנטים אהודים, הפונים לקהלים רחבים ומגוונים ומתקשרים בשפה יומיומית וברורה, בסופו של תהליך נבחרה האופציה של המשפיען וכוכב הרשת עדן דניאל גבאי. הסרטים של עדן גבאי מוכרים וזוכים לחשיפה רחבה במגוון פלטפורמות דיגיטליות, בין היתר בזכות חיקויים הומוריסטיים המזוהים עמו, לרבות דמויות מחיי היום יום. סגנון זה מאפשר פנייה אפקטיבית לקהלי יעד מגוונים, הן לקהלים צעירים והן לקהלים בוגרים יותר, ובכך תורם להרחבת החשיפה ולחיזוק מסרי הקמפיין.

לאחר שנערכה פנייה לסוכנות "ספוט" המייצגת את הפרזנטור, ולאחר ניהול משא ומתן הוסכם בין הצדדים על עלות בסך של 120,000 ₪ לא כולל מע"מ, עבור השתתפות הטאלנט בקמפיין.

בדיקת ההצעה:

לדברי הגב' שרית יפת, מנהלת תחום תוכן והפקת וידיאו בלפ"מ, עלות ההתקשרות עם הטאלנט, תוך שקלול הפופולריות הרבה שלו, מידת החשיפה הצפויה במדיה וההשפעה הציבורית של הקמפיין, נמצאה תואמת ואף נמוכה ביחס לעלות הריאלית של שירות מסוג זה וכן ביחס להצעות האחרות שנבחנו.

הצעת המחיר מצורפת לפרוטוקול.

החלטה: בהתאם לאמור ברקע לפרוטוקול, ועדת המכרזים מאשרת התקשרות עם עדן דניאל גבאי באמצעות הסוכנות "ספוט" במסגרת קמפיין "מיזוג אוויר", עבור משרד העבודה, וזאת לפי תקנה 3(11) לתקנות חובת המכרזים, התשנ"ג-1993.

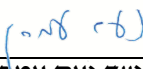
שם הספק: עדן דניאל גבאי בייצוג הסוכנות שלו ספוט, ח.פ. 515965911.

תקופת ההתקשרות: מיום תחילת ההתקשרות ועד לחצי שנה.

היקף ההתקשרויות: 120,000 ₪ לא כולל מע"מ.


עידן רייכמן

חשב


עו"ד נעם עמרן

יועמ"ש


מוריה שלום
מנהלת לשכת הפרסום הממשלתית

מוריה שלום

יו"ר