

פרוטוקול ועדת מכרזים מתאריך 19/3/26

משתתפים: מוריה שלום, נועם עמרן ועידן רייכמן

מס' 48/3/26 – משרד הבריאות - התקשרות עם חברת גריי קונסט בע"מ לביצוע קמפיין חירום- מוקדי רפואה דחופה.

פנייתה של: ליאנה פזע

רקע כללי:

במהלך מבצע "שאגת הארי" הציבור נוטה לפנות לחדרי המיון בבתי החולים, גם במקרים שאינם מצילי חיים. מצב זה יוצר עומס משמעותי על חדרי המיון, בעיקר בשעות שבהן מפונים נפגעים מאירועי חירום ומאתרי נפילות. עומס זה פוגע ביכולת המערכת לתת מענה מיטבי למקרים דחופים ולמצבים רבי נפגעים.

לאור האמור, משרד הבריאות מבקש לקדם קמפיין הסברה לחירום בשיתוף ארבע קופות החולים. הקמפיין יקרא לציבור להעדיף, במקרים שאינם מצילי חיים, פנייה למוקדי הרפואה הדחופה של הקופות. בכל מוקד קיים מרחב מוגן, והפנייה אליהם תאפשר לחדרי המיון להתפנות ולהתמקד במקרים מצילי חיים, וכן תביא להפחתת העומס, לקיצור זמני ההמתנה ולשיפור איכות השירות הרפואי בהתאם לדחיפות המקרה.

לאור כל האמור, ולבקשת משרד הבריאות, יש להעלות את הקמפיין בדחיפות, נוכח הצורך המיידי בהפחתת העומס על חדרי המיון ובשמירה על זמינותם למקרים מצילי חיים, ולמצבי חירום רבי נפגעים.

מצ"ב מסמך משרד הבריאות מיום 19.3.26 בדבר דחיפות העלאת הקמפיין.

מטרות הקמפיין:

1. יצירת מודעות רחבה לבעיית העומס על חדרי המיון.
2. הנעה לפעולה להעדיף במקרים שאינם מצילי חיים לפנות למוקדי הקופות.

מסרי הקמפיין:

1. חדרי המיון מיועדים למקרים מצילי חיים – מוקדי הקופות מחכים לכם לשירות מיטבי
2. בחדרי המיון יש עומס ולכן ההמתנה ארוכה
3. במוקדי הקופות יש מרחבים מוגנים

קהל יעד:

כלל משקי הבית בישראל

התאמת הפלטפורמה ליעדי הקמפיין:

לאחר בדיקה מקצועית של מאפייני הקמפיין, מטרותיו וההקשר הציבורי והכלכלי שבו הוא מתקיים, נמצא כי פלטפורמת "דקה לשמונה", המשודרת בערוצים 9, 10, 11, 12, 13, 14 ו-15 בטלוויזיה, בצמידות למהדורות החדשות המרכזיות, היא הפלטפורמה המתאימה ביותר לשידור קמפיין הסברה מסוג זה מטעם משרד הבריאות בשיתוף 4 קופות החולים. הפורמט מאפשר העברת מסרים ציבוריים וממלכתיים בעלי חשיבות חדשותית ובזיקה ישירה למהדורות החדשות המרכזיות.

בחירה בפלטפורמה זו מאפשרת להציב את סוגיית החשיבות של של פניות הצוותים הרפואיים למקרי אר"ן, ובימים אלו בפרט בתקופת מלחמה, לתת במה תקשורתית ייחודית לשיתוף פעולה נדיר בין קופות החולים בתשדיר משותף הפונה לציבור בקריאה זו.

כמפורט לעיל, 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 חברתיות.

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 14, 9, 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 794,885 ₪ כאשר מתוכו עבור המדיה: 639,885 ₪ (לא כולל מע"מ), ועבור רכיב ההפקה: 155,000 ₪ (לא כולל מע"מ). רכיב ההפקה נמוך 25% משווי ההתקשרות הכולל עם הספק וכן אינו עולה על 15% מעלות כלל רכיבי המדיה, 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 והחלטה:

לאור כל האמור, ולאור עמדת הגורם המקצועי כי לא ניתן להשיג את יעדי הקמפיין באופן מיטבי בדרך אחרת, ועדת המכרזים מאשרת התקשרות עם חברת גריי קונטנט בע"מ לביצוע קמפיין חירום - מוקדי רפואה דחופה, לפי תקנה 123(12) לתקנות חובת המכרזים, התשנ"ג-1993.

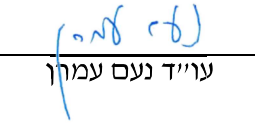
חיקוף ההתקשרות: 794,885 ₪ לא כולל מע"מ (הפקה 155,000 ש"ח, מדיה 639,885 ₪)

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-48 שעות, בטרם תצא לפועל ההתקשרות עם הספק. וזאת לאור הדחיפות כפי העולה ממכתבו של הגורם המקצועי מטעם משרד הבריאות. בתום פרק זמן זה, ובהיעדר החלטה אחרת של ועדת המכרזים, תיכנס ההתקשרות לתוקף באופן מיידי.


עידן רייכמן
חשב


עו"ד נעם עמרן
יועם


מוריה שלום
מנהלת לשכת הפרסום הממשלתית
מוריה שלום
יו"ר