

**פרוטוקול ועדת מכרזים מתאריך 13/10/26**  
משתתפים: מוריה שלום, קרן קרדשוב, נועם עמרן

**מס' 155/10/26 – פיקוד הבעורף - התקשרות עם חברת גריי קונטנט בע"מ לביצוע קמפיין חירום בנושא**

**נפלים**

פנייתה של מורן יעקב טהור

**רקע:**

בעקבות המלחמה האחרונה נותרו ברחבי הארץ נפלים ופריטי תחמושת שלא התפוצצו, אשר מסכנים את שלום הציבור ואת חיי האדם. פריטים אלה עלולים להימצא בשטחים פתוחים, באתרי טיולים ובסמוך ליישובים, ולעיתים להיראות כחפצים תמימים שאינם מעוררים חשד. הסכנה הנשקפת מפריטים אלה נמשכת גם לאחר סיום הלחימה והחזרה לשגרה, ובפרט לילדים ולבני נוער, העלולים להיתקל בהם, לגעת בהם או להרימם מבלי להיות מודעים לסכנה הכרוכה בכך. חומרת הסכנה התחדדה בעקבות האירוע הקשה שאירע ביום 12.10.2026, במהלך טיול שנתי בצפון הארץ, שבו נהרג נער בן 14 ונפצעו 24 בני אדם נוספים כתוצאה מפיצוץ פריט תחמושת חשוד. לנוכח הסכנה הממשית והצורך הדחוף בהגברת המודעות הציבורית, פיקוד העורף מבקש לצאת בקמפיין הסברה ייעודי בנושא נפלים ופריטי תחמושת שנותרו בשטח בעקבות המלחמה. הקמפיין נועד להעלות את מודעות הציבור לסכנות הכרוכות במגע עם פריטים אלה ולהטמיע כללי התנהגות ברורים בעת היתקלות בנפל או בחפץ חשוד, בדגש על הימנעות ממגע, התרחקות מהמקום ודיווח לגורמים המוסמכים. במסגרת הקמפיין יושם דגש על ילדים, בני נוער והורים, וכן על הקושי בזיהוי פריטי תחמושת מסוכנים, העלולים להיראות כחפצים תמימים או שונים מהמראה המוכר של נפלים.

**נוכח חומרת הסכנה והחשיבות במניעת פגיעה נוספת בחיי אדם, מבקש פיקוד העורף להוציא את קמפיין החירום אל הפועל בדחיפות.**

**מטרות הקמפיין:**

הקמפיין נועד להעביר מסר חד, פשוט וחד-משמעי: **לא נוגעים, לא מתקרבים ומדווחים**. בדומה לקמפינים בנושא חפצים חשודים, יש להבהיר לציבור כי אין לנסות לזהות את הפריט באופן עצמאי, אין להרים אותו או להזיזו, ואין להניח כי חפץ שאינו נראה מסוכן הוא בהכרח בטוח.

**קהל יעד:** הציבור הרחב

**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 פלטפורמה המתאימה לשידור קמפיין מסוג זה. פלטפורמת "דקה ל" מאפשרת פירוט של מסרים מרובים בתשדירים בעלי אופי הסברתי המשודרים בכל הערוצים המרכזיים בצמידות למהדורות החדשות המרכזיות כתשדיר נפרד ולא בין הפרסומות. פלטפורמה צמודת חדשות בכל הערוצים המרכזיים נתפסת כבעלת חשיבות לנושאים לאומיים. מאפיינים אלה מתאימים במיוחד לקמפיין הנוכחי, שנועד להזהיר מפני סכנה ממשית לחיי אדם, להגביר את מודעות הציבור ולהניעו לנקיטת אמצעי זהירות מידיים. לפיכך, לנוכח דחיפות הנושא וחשיבותו הציבורית, נמצא כי פלטפורמה זו מתאימה להעברת מסרי הקמפיין באופן ברור, בולט ואפקטיבי.

בנוסף, נוכח העובדה שמדובר בתוכן הסברתי, יש צורך בנגזרת באורך של כ-30 שניות על מנת ליצור חשיפה מרבית למסר המורכב בטלוויזיה ובדיגיטל. לעניין זה יצוין כי המסר המורכב מצריך שימוש במדיה אינפורמטיבית שמותאמת להעברת מסרים מורכבים.

#### **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: 9, 11, 12, 13, 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 1,238,951 ₪ לא כולל מע"מ כאשר מתוכו עבור המדיה: 1,038,951 ₪ (לא כולל מע"מ), ועבור רכיב ההפקה: 200,000 ₪ (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.

**מצ"ב הצעת המחיר מיום 13.10.26.**

#### **בדיקת ההצעה:**

ההצעה נבדקה ע"י ישראל פריד מנהל מחלקת המדיה בלפ"מ וע"י נורית פיינמן, מנהלת תחום תוכן והפקת וידיאו, 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).

**החלטה:**

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 בנושא נפלים, עבור פיקוד העורף לפי תקנה 3(12) לתקנות חובת המכרזים, התשנ"ג-1993.

**היקף ההתקשרות:** 1,238,951 ₪ לא כולל מע"מ (הפקה 200,000 ש"ח, מדיה 1,038,951 ₪)

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

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

נוכח דחיפות ההתקשרות והצורך המיידי בהעלאת הקמפיין, החליטה הוועדה כי החלטתה תיכנס לתוקף באופן מיידי, וכי ניתן יהיה לממש את ההתקשרות עם הספק ללא דיחוי.

(6-8)  
עו"ד נעם עמרן

יועמ"ש

ק"ר קודשוב

חשבת

מוריה שלום  
מנהלת לשכת הפרסום הממשלתית  
מוריה שלום

יו"ר