

פרוטוקול ועדת מכרזים מתאריך 15/05/24
משתתפים: מוריה שלום, נתן בן יקיר ועידן רייכמן

מס' 26/04/24 – משרד התיירות – התקשרות עם חברת גריי קונטנט בע"מ לביצוע קמפיין הסברה בנושא "עידוד תיירות פנים" עבור משרד התיירות.
פנייתו של גיא גץ.

נושא: משרד התיירות הינו המשרד שאמון על קידום התיירות הנכנסת לישראל ותיירות הפנים בתוך המדינה. מטרתו היא להגדיל את מספר צרכני שירותי התיירות בישראל וכתוצאה מכך להגדיל את היקף הפעילות הכלכלית ואת התעסוקה במשק.

בעקבות מלחמת "חרבות ברזל", נפגעה תעשיית התיירות באופן קשה ביותר, עקב עצירה כמעט מוחלטת של כניסת תיירים לארץ ועקב ביטול טיסות רבות. כמו כן, המלחמה פגעה בצורה קשה בתיירות הפנים.

נוכח האמור ולאור חשיבות ענף תיירות הפנים לכלכלה המקומית, לרבות תרומתה לתל"ג של ישראל ובדגש על התעסוקה בפריפריה, מעוניין משרד התיירות לצאת בקמפיין לחיזוק תיירות הפנים בתקופה של שגרת מלחמה, ולעודד תיירות באזורים שבהם ענף התיירות נפגע בצורה משמעותית.

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 לקמפיין 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, לעניין זה יצוין כי מדובר בקמפיין בעל חשיבות לאומית לחיזוק ענף התיירות בישראל.

בנוסף, נוכח העובדה שמדובר בתוכן הסברתי, יש צורך בנגזרות לסרטונים באורך של 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.

שיקולים 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.

הצעת גריי קונטנט בע"מ

נערכה פנייה לחברת גריי קונטנט בע"מ, החברה בעלת הזיכיון הבלעדי על רצועות השידור של פלטפורמת "דקה ל", המשלבת את 3 הערוצים המרכזיים 11, 12, 13 וכן את הערוצים 9 ו-14, בצמוד לתוכניות החדשות. מטעם החברה נתקבלה הצעה הכוללת הן את המדיה והן את ההפקה.

פירוט עיקרי הצעת המחיר בפניה ובנספח להצעה, מצ"ב.

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.

החלטה: ועדת המכרזים מאשרת התקשרות עם חברת גריי קונטנט בע"מ לביצוע קמפיין הסברה בנושא "עידוד תיירות פנים" עבור משרד התיירות, לפי תקנה 3(12) לתקנות חובת המכרזים, התשנ"ג-1993.

היקף ההתקשרות: 1,281,220 ₪ (מדיה: 961,220 ₪, הפקה: 320,000 ₪), לא כולל מע"מ.

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

תקופת התקשרות: מיום החלטה זו ועד חצי שנה ממועד עליית הקמפיין לאוויר.


עידן רייכמן
חשב


עו"ד נתן בן יקיר
יועמ"ש


מוריה שלום
יו"ר