

**פרוטוקול ועדת מכרזים מתאריך 22/4/2025**  
משתתפים: מוריה שלום, נועם עמרן ועידן רייכמן

**מס' 41/3/25 - משרד להגנת הסביבה - התקשרות עם חברת גריי קונטנט בע"מ - לביצוע קמפיין הסברה - "נעים בעיר".**  
שם הפונה: קארין לניאדו

**רקע כללי:**

המשרד להגנת הסביבה מוביל שני מהלכים אסטרטגיים משמעותיים להגנה על בריאות הציבור ושיפור איכות החיים:

1. **הסדרת תחום הטיפול בפסולת עירונית** – באמצעות תכנית לאומית למעבר לכלכלה מעגלית והפחתת ההטמנה.
2. **צמצום מטרדי רעש מכלי רכב** – באמצעות פרויקט אכיפה טכנולוגית חדשני להפחתת רעש במרחב העירוני.

**מטרות הקמפיין**

- לחשוף את הציבור למהפכה שמוביל המשרד בתחום הפסולת ולעודד מעבר ממדיניות הטמנה למדיניות של שימוש חוזר, מיחזור והשבה לאנרגיה.
- להציג את היקפי ההשקעה הנרחבים של המשרד – בהיקפים של מיליארדי שקלים – להקמה והרחבה של מתקני טיפול מחזור והשבה.
- לעודד אחריות אישית וקהילתית בתחום הטיפול בפסולת – הפרדה במקור וצרכנות נבונה.
- לעורר מודעות ציבורית לנזקי רעש מכלי רכב ולהשפעתם הישירה על בריאות ואיכות החיים.
- להניע שינוי התנהגותי – בצריכה ובהשלכת פסולת, וכן בהתנהלות במרחב הציבורי (הפחתת רעש והפסקה של שימוש מיותר בצופר).
- להציג כיצד טכנולוגיה חדשנית משמשת ככלי יעיל לאכיפה סביבתית והגנה על בריאות התושבים.
- להדגיש את תפקידי הרשויות המקומיות כשותף מרכזי באכיפת התקנות.
- לחזק את הלגיטימציה הציבורית לפעולות המשרד והשלטון הקומי בתחומים הסביבתיים.
- לחבר את הציבור למהלך הלאומי באמצעות העצמת תחושת המעורבות והתרומה האישית.
- לשקף את מחויבות הממשלה לפעול בתחומים המשפיעים ישירות על איכות חיי האזרחים – טיפול בפסולת והפחתת רעש במרחב העירוני.

**מסרים מרכזיים לקמפיין**

- **"פסולת היא לא סוף הדרך – אלא התחלה של כלכלה חדשה וסביבה נקייה יותר."**
- **"גם בבית – אתם חלק מהפתרון:"**
  - הפרידו פסולת.
  - מחזרו.
  - הפחיתו צריכה מיותרת.
- **"השקט בערים בידיים שלנו – מצלמות הרעש נכנסות לפעולה, וצפירות מיותרות הן עבירה על החוק.**
- **"רעש אינו גזירת גורל – מדובר בתוצאה של חוסר מודעות, ואכיפה חכמה תחזיר את השקט לרחובות.**
- **המשרד להגנת הסביבה תומך ברשויות באכיפה וטיפול סביבתי – והציבור שותף להצלחה**
- **"תחשוב פעמיים לפני שאתה צופר – כי שינוי אמיתי מתחיל באחריות אישית.**
- **"פתרון מערכתי מתחיל במדיניות נכונה – ונמשך המעורבות הציבור.**
- **"פחות פסולת, פחות רעש – יותר איכות חיים."**

**מתווה הפקה ודגשי תקשורת**

מבוקש כי, הקמפיין יתבסס על **סדרה של שני סרטוני הסברה**, כל אחד מהם ממוקד בנושא מרכזי – פסולת ורעש. הסרטים נבנים כך שיוכלו להוות תשתית לסדרה מתמשכת שתכלול בעתיד נושאים סביבתיים נוספים. קיימת חשיבות לכך שהסרטים יופקו כיחידה אחת, מתוך שיקולי עלות והמשכיות קונספטואלית.

### הליך בחינת כיווני הקריאייטיב והתאמת המדיות לקמפיין:

במהלך גיבוש הקמפיין הוצגו חלופות המדיה לקמפיין. במסגרת מסמך הבקשה, מובא פירוט של בחינת ערוצי המדיה השונים, תוך ניתוח מידת התאמתם למטרות הקמפיין והמלצה על השימוש בהם בהתאם לאופי המסרים ולשיקולי האפקטיביות.

### התאמת הפלטפורמה המובילה ליעדי הקמפיין

לאחר בדיקה, נמצא כי פלטפורמת "דקה ל", המשודרת בערוצים 9, 10, 11, 12 ו-13 בטלוויזיה, בצמידות למהדורת החדשות המרכזית, היא הפלטפורמה המתאימה לשידור קמפיין מסוג זה.

פלטפורמת "דקה ל" מאפשרת פירוט של מסרים בתשדירים בעלי אופי הסברתי ולאומי המשודרים בכל הערוצים המרכזיים בצמידות למהדורות החדשות המרכזיות כתשדיר נפרד ולא בין הפרסומות.

הקמפיין הנוכחי, המובל על ידי המשרד להגנת הסביבה, אינו עוסק רק בהעברת מידע – אלא נועד להוביל לשינוי תודעתי עמוק ושינוי התנהגותי-צרכני מובהק בקרב הציבור הרחב. בין אם מדובר בהרגלי צריכת מוצרים ואורח החיים הביתי בכל הנוגע להפרדת פסולת, ובין אם מדובר בהתנהלות הפרט במרחב הציבורי ובהפחתת רעש – המדובר בשני תחומים שבהם המסר דורש גם הפנמה רגשית וגם הטמעה מעשית.

לשם כך, לעמדת גורמי המקצוע בלפ"מ, נדרשת פלטפורמת מדיה יוצאת דופן, שתצליח לשלב בין ממלכתיות לאמינות, בין הסברה רכה לבין קריאה ברורה לפעולה. פלטפורמת "דקה לשמונה" מספקת את המענה המדויק ביותר לדרישות אלו.

### יתרונות הפלטפורמה לקמפיין

מאפשרת להעביר מסרים מורכבים, הכוללים מדיניות, נתונים וערכים, לצד הנחיות קונקרטיות לפעולה.

- רמת קשב ואמון גבוהה במיוחד – בזכות מיקום ייחודי ופורמט תוכן ייחודי.
  - פורמט בן דקה – מאפשר לספר סיפור, ליצור חיבור רגשי ולהניע את הצופה לשנות הרגלים.
  - נתפסת כפורמט ממשלתי-ציבורי – ומכאן מייצרת לגיטימציה לפעולה ולאכיפה.
  - שילוב של עומק רעיוני עם בהירות תקשורתית – מותאם במיוחד לנושאים סביבתיים ואזרחיים המצריכים שינוי גישה ולא רק העברת מידע.
  - יכולת הפקה של נגזרות לפלטפורמות דיגיטליות – ליצירת המשכיות ושכפול מסר במדיות נוספות.
- כאמור, הקמפיין עוסק בהתנהגות היומיומית של כל אזרח – החל באופן השלכת הפסולת הביתית ועד לאופן ומועד השימוש בצופר ברכב. כדי לחולל שינוי עמוק ומתמשך בדפוסי התנהגות אלו, נדרשת לא רק שישיפה רחבה – אלא גם הנעה, שכנוע והובלה ערכית.

על כן, נבחרה פלטפורמת השידור "דקה לשמונה" כערוץ המרכזי להעברת המסר. הפלטפורמה מאפשרת מגע בלתי אמצעי עם הציבור, בנקודת זמן בה מתקיים קשב גבוה לתכנים ערכיים וממלכתיים.

#### כאמור 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.

תקציב כולל לקמפיין: ₪ 8,000,000

#### התקשרות עם הספק:

בהתאם לתקנה 3(12) 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 9 ו-14. 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 3(12) לתקנות חובת המכרזים, החלה על התקשרות זו, אינה רלוונטית וממילא אינה אפשרית.

מטעם החברה נתקבלה הצעה הכוללת את המדיה ואת ההפקה, בסכום כולל של 2,619,368 ₪, כאשר מתוכו עבור המדיה: 2,069,368 ₪ (לא כולל מע"מ), ועבור רכיב ההפקה: 550,000 ₪ (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 הכוללות 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 לפנייה.**

ההצעה נבדקה ע"י נורית פיינמן, מנהלת תחום תוכן והפקת וידאו, ונמצאה תואמת לעלויות המדיה על פי מחירון לפיימ 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 "נעים בעיר"- קמפיין הסברה עבור משרד הגנת הסביבה, לפי תקנה 3(12) לתקנות חובת המכרזים, התשנ"ג-1993.

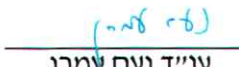
**היקף ההתקשרות:** 2,619,368 ש"ח (מדיה: 2,069,368 ש"ח, הפקה: 550,000 ש"ח), לא כולל מע"מ.


**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-5 ימים, וזאת בטרם תצא לפועל ההתקשרות עם הספק. בתום פרק זמן זה, ובהיעדר החלטה אחרת של ועדת המכרזים, תיכנס ההתקשרות לתוקף באופן מיידי.

  
עידן רייכמן  
חשב

  
עו"ד נעים עמרן  
יועמ"ש

  
מוריה שלום  
יו"ר