

פרוטוקול ועדת מכרזים מתאריך 11/11/25
משותפים: מוריה שלום, נועם עמרן ועידן רייכמן

מס' 143/11/25 משרד התרבות והספורט התקשרות עם חברת גריי קונטנט בע"מ לביצוע קמפיין

רפורמה בקולנוע

פנייתה של: קארין לניאדו

רקע כללי:

רפורמת הקולנוע של משרד התרבות והספורט, שנכנסה לתוקף במהלך שנת 2025, מהווה מהלך מקיף לשינוי תפיסת התמיכה בקולנוע הישראלי. מטרת הרפורמה ליצור מערכת תמיכה ציבורית שקופה, נגישה ויעילה יותר, המחוברת לצרכי ציבור הצופים, מעודדת הצלחה מסחרית, ומרחיבה את מעגל היוצרים והאזורים הנהנים מהשקעה ממשלתית.

עיקרי השינויים במסגרת הרפורמה כוללים:

- ביטול החובה להיעזר בלקטורים ממלכתיים.
- קביעת מנגנוני תעדוף המבוססים על היקפי צפייה – בקולנוע, בסטרימינג ובטלוויזיה.
- הגדלת תקציב הקולנוע מ-100 ל-130 מיליון ש"ח.
- הרחבת התמיכה בקרנות אזוריות, בדגש על חיזוק הפריפריה.
- עידוד יצירה חדשה באמצעות תמיכה ביוצרים צעירים, סטודנטים, סרטי ביכורים ועוד.

מטרות הקמפיין:

1. להציג לציבור בצורה ברורה את עקרונות הרפורמה החדשה ולהבהיר את הרציונל העומד מאחוריה.
2. להמחיש כי "הציבור הוא הלקטור" – כוח הבחירה וההשפעה עובר לצופים, וההשקעה הציבורית מופנית בחזרה אליהם.
3. לחזק שיח ציבורי חיובי סביב המהלך, ולהגביר את הלגיטימציה לרפורמה.

קהל יעד:

1. הציבור הרחב - חובבי קולנוע וצופים מזדמנים, צעירים, תושבי פריפריה.
2. קהל היוצרים, כולל יוצרים מחוץ למרכז הארץ.
3. עיתונות ומדיה המסקרות את תחום התרבות והקולנוע.

תקציב כולל לקמפיין: ₪ 3,000,000 לא כולל מע"מ

הליך בחינת כיווני הקריאייטיב והתאמת המדינות לקמפיין:

במהלך גיבוש הקמפיין הוצגו מספר כיווני קריאייטיב, הן עבור קמפיין טלוויזיה רגיל והן עבור סרטון באורך של דקה, אשר מרכז את כלל המסרים הנדרשים. 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 ליעדי הקמפיין:

לאחר בדיקה, נמצא כי פלטפורמת "דקה ל", המשודרת בערוצים 9, 10, 11, 12, 13, 14 ו-15 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 עוסק בקידום ערכים של נגישות תרבותית, שוויון הזדמנויות ושותפות ציבורית בעיצוב התרבות הישראלית. הרפורמה בקולנוע מבקשת להפוך את התמיכה הממשלתית לשקופה, צודקת ומחוברת לציבור, כזו שמעצימה יוצרים מכל רחבי הארץ ומחזירה את מרכז הבמה לצופים. מטרת הקמפיין היא להנגיש את עקרונות הרפורמה, לחזק את ההבנה שההשקעה הציבורית בתרבות חוזרת אל הציבור עצמו, וליצור תחושת בעלות וגאווה לאומית כלפי הקולנוע הישראלי החדש. על כן, ישנה חשיבות לבחירת פלטפורמה שתדע להעביר את המסר באופן ממלכתי, נגיש ומרגש - כזה שמחבר בין ממשלה, יוצרים וציבור, ומאפשר לתרבות הישראלית לדבר בגובה העיניים אל כל אזרחי המדינה.

פלטפורמת "דקה ל" נמצאה מתאימה ביותר לכך, מהנימוקים הבאים:

- **רמת קשב ואמון ציבורי גבוהה:** "דקה ל" משודרת מיד לפני מהדורות החדשות המרכזיות בערוצים 9, 10, 11, 12, 13, 14 ו-15, ומאפשרת להציג מסר אינפורמטיבי ורגשי, בפורמט שאינו פרסומי. בכך ניתן להגיע לקהל ממוקד ומעורב, ברגע של מקסימום קשב טלוויזיוני.
- **יכולת להעביר מסר ערכי ורגשי:** הפורמט הדוקומנטרי והאנושי מאפשר להמחיש כיצד רפורמת הקולנוע משפיעה באופן ישיר על פני התרבות הישראלית החל מהנגשת התמיכה ליוצרים חדשים מכל רחבי הארץ, דרך העצמת הקהל כשותף בבחירה ובתמיכה בסרטים, ועד חיזוק תחושת הגאווה והחיבור לקולנוע ישראלי שמדבר אל כולם.
- **נגישות לקהלים מגוונים בארץ:** פריסת השידורים בכל הערוצים המרכזיים, לצד אפשרות לתרגום לרוסית, אנגלית וערבית, מבטיחה שהמסר יגיע לכלל אזרחי המדינה - יהודים, ערבים, עולים וקהילות שונות.

- **ניסיון מוכח בהובלת קמפיינים בעלי מורכבות ערכית:** "דקה ל"י" שימשה בעבר פלטפורמה למסרים בתחומי רווחה, צדק חברתי ושירות המדינה והצליחה לייצר חיבור רגשי וקריאה לפעולה אמיתית.

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 3(12) לתקנות חובת המכרזים, נערכה פנייה לחברת גריי קונטנט בע"מ, החברה בעלת הזיכיון הבלעדי על רצועות השידור של פלטפורמת "דקה ל", הכוללת את הערוצים המרכזיים 11, 12, 13 ו-14 וכן ערוצים 9, 10 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 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 1,313,232 ₪, כאשר מתוכו עבור המדיה: 1,054,232 ₪ (לא כולל מע"מ), ועבור רכיב ההפקה: 259,000 ₪ (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 רפורמה בקולנוע עבור משרד התרבות והספורט לפי תקנה 3(12) לתקנות חובת המכרזים, התשנ"ג-1993.

היקף ההתקשרות: 1,313,232 ₪ לא כולל מע"מ (הפקה 259,000 ש"ח , מדיה 1,054,232 ₪)

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

חשב

עו"ד נעם עמרן

יועמ"ש

מוריה שלום

יו"ר
