

פרוטוקול ועדת מכרזים מתאריך 16/2/2026

משתתפים: מוריה שלום, נועם עמרן ועידן רייכמן

מס' 24/2/26 - משרד האוצר - התקשרות עם חברת גריי קונטנט בע"מ לביצוע קמפיין בנושא – "העלאת

סכום הפטור ממע"מ בייבוא אישי"

שם הפונה: יוסי כהן

רקע כללי:

בחודש ינואר 2026 חתם שר האוצר על צו המעלה את סכום הפטור ממע"מ בייבוא אישי מסך של 75 דולר לסך של 150 דולר. הצו נכנס לתוקפו ומחיל שינוי רגולטורי מהותי בתנאי הייבוא האישי החלים על הציבור בישראל. מדובר במהלך רגולטורי עם השפעה ישירה על ציבור הצרכנים, לרבות על הרגלי צריכה, שיקולי כדאיות כלכלית והשוואת מחירים בין רכישות מחו"ל לבין רכישות בשוק המקומי. עם זאת, מבדיקות גורמי המקצוע במשרד האוצר עולה כי למרות כניסת הצו לתוקף, קיים פער מידע ממשי בקרב הציבור באשר לעצם השינוי, להיקפו ולהשלכותיו המעשיות. בהיעדר מידע ברור ועדכני קיים חשש כי החלטות צרכניות תתקבלנה שלא על בסיס המצב הרגולטורי התקף. בנסיבות אלה נדרש מהלך הסברה יזום וממוקד, שמטרתו יידוע הציבור בדבר השינוי והבהרת משמעותו, כחלק מחובת השקיפות הרגולטורית ומתפקידו של משרד האוצר להנגיש מידע כלכלי רלוונטי לציבור. יובהר כי אין מדובר במהלך המעודד רכישה מחו"ל, אלא במהלך הסברתי שתכליתו הנגשת מידע עדכני לצורך קבלת החלטות מושכלת.

מטרות הקמפיין:

1. יידוע הציבור בישראל בדבר העלאת סכום הפטור ממע"מ בייבוא אישי מ- 75 דולר ל-150 דולר.
2. צמצום פערי ידע וחוסר ודאות בנוגע להסדר הרגולטורי החדש.
3. חיזוק יכולת הציבור לקבל החלטות צרכניות מושכלות ומודעות.
4. הנגשת מידע כלכלי רלוונטי באופן ברור ופשוט.
5. תרומה עקיפה להוזלת סל הצריכה באמצעות מודעות לזכויות הקיימות.

מסרי הקמפיין:

1. לפני שקונים - בודקים.
2. הרחבנו עבורכם את האפשרויות - עכשיו תורכם לקנות חכם.
3. הפטור עלה, וגם מספר האפשרויות עלו - עכשיו תורכם להשוות ולקבל החלטה מושכלת.
4. אל תקנו אוטומטית - בדקו היכן משתלם יותר.
5. השינוי נועד להוזיל את סל הקניות ולאפשר בחירה מודעת.
6. ניתן לממש את גובה הפטור החדש ולהפחית עלויות בהתאם לשיקול דעת הצרכן.

קהל היעד:

1. כלל הציבור בישראל המבצע בפועל רכישות בייבוא אישי או בוחן אפשרות לבצע רכישות כאמור.
2. צרכנים הפעילים בזירות דיגיטליות ובמסחר מקוון.
3. משקי בית המתמודדים עם יוקר המחיה ופועלים להשוואת מחירים.
4. צעירים ומשפחות, וכן אוכלוסיות אשר אינן בהכרח חשופות באופן שוטף לשינויים רגולטוריים.

הליך בחינת כיווני הקריאייטיב והתאמת המדיות 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 המובילה ליעדי הקמפיין:

לאחר בחינה מקצועית של מאפייני הקמפיין, יעדיו וההקשר הציבורי והכלכלי שבו הוא פועל, נמצא כי פלטפורמת דקה לשמונה המשודרת בערוצים 9, 10, 11, 12, 13, 14 ו-15 בטלוויזיה, בצמידות למהדורות החדשות המרכזיות, היא הפלטפורמה המתאימה ביותר להובלת מהלך הסברתי ארצי מטעם משרד האוצר.

פלטפורמת דקה לשמונה מאפשרת העברת מסרים בהירים, מדויקים ובעלי חשיבות ציבורית באמצעות תשדירים בעלי אופי הסברתי וממלכתי, המשודרים כתשדיר נפרד ואינם משולבים ברצף הפרסומות. מאפיין זה חיוני במיוחד לקמפיין העוסק בהבהרת שינוי רגולטורי ובהנגשת מידע כלכלי לציבור, באופן שאינו נתפס כפרסומי, מסחרי או מעודד צריכה, אלא כהסברתי ושקוף.

הקמפיין נועד לידע את הציבור בדבר העלאת רף הפטור ממע"מ בייבוא אישי מ-75 דולר ל-150 דולר, ולאפשר לאזרחים לקבל החלטות צרכניות מושכלות ומבוססות מידע. המהלך מדגיש קנייה חכמה והשוואת מחירים, תוך הבהרה כי אין מדובר בעידוד קנייה בחו"ל אלא בהנגשת המצב החדש לציבור הרחב.

בהתאם לכך, קיימת חשיבות לבחירת פלטפורמה הנתפסת כאמינה, ממלכתית וניטרלית, המסוגלת להציג מידע כלכלי באופן ברור, נגיש ומאוזן, ולשלב בין אמינות חדשותית לבין פשטות והבנה ציבורית רחבה. פלטפורמת דקה לשמונה נמצאה מתאימה ביותר להשגת מטרות אלו, מהנימוקים הבאים:

- רמת קשב ואמון ציבורי גבוהה: דקה לשמונה משודרת בצמידות למהדורות החדשות המרכזיות, ברגעי שיא של קשב ציבורי, ומאפשרת הצגת מידע כלכלי רלוונטי בפורמט שאינו פרסומי אלא ציבורי וממלכתי.
- יכולת להעביר מסר אינפורמטיבי ברור ונגיש: הפורמט מאפשר הסבר תמציתי של השינוי, משמעותו והשלכותיו, תוך הדגשת הצורך בבדיקה, השוואה וקבלת החלטות מושכלות מצד האזרח.
- פנייה לקהלים מגוונים: פריסת השידורים בכל הערוצים המרכזיים מאפשרת הגעה לכלל האוכלוסייה בישראל - צעירים ומבוגרים, משפחות, צרכנים מזדמנים וצרכנים קבועים, באופן אחיד ושוויוני.

• הפרדה ברורה בין מידע ציבורי למסחרי: שידור כתשדיר נפרד שאינו חלק ממקבץ פרסומות מחזק את תפיסת המהלך כמהלך הסברתי נטו, שאינו מקדם גורם מסחרי כלשהו.

• ניסיון מוכח בהעברת מסרים ציבוריים מורכבים: הפלטפורמה שימשה לאורך השנים להעברת מהלכים רגולטוריים והסברתיים מורכבים, והוכיחה יכולת לייצר הבנה ציבורית, אמון והטמעת מידע בקרב הציבור הרחב.

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 9, 10, 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 לתקנה 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 1,288,951 ₪ לא כולל מע"מ, כאשר מתוכו עבור המדיה: 1,038,951 ₪ (לא כולל מע"מ), ועבור רכיב ההפקה: 250,000 ₪ (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 ללפ"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 לפ"מ ולעלויות ההפקה לסרטים מסוג זה.

דיון ועדת המכרזים והחלטה:

לאחר דיון בהמלצת גורמי המקצוע, ועדת המכרזים מאשרת התקשרות עם חברת גריי קונסטנט בע"מ לביצוע קמפיין "העלאת סכום הפטור ממע"מ בייבוא אישי". עבור משרד האוצר, לפי תקנה 3(12) לתקנות חובת המכרזים, התשנ"ג-1993.

היקף ההתקשרות: 1,288,951 ₪ לא כולל מע"מ (מדיה: 1,038,951 ₪, הפקה: 250,000 ₪), לא כולל מע"מ.

שם הספק: גריי קונסטנט 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 נעם עמרן

יועמ"ש


מוריה שלום

יו"ר