

פרוטוקול ועדת מכרזים מתאריך 15/3/26

משתתפים: מוריה שלום, נועם עמרן ועידן רייכמן

מס' 28/2/26 – משרד הביטחון - התקשרות עם חברת גריי קונטנט בע"מ לביצוע קמפיין הסברה לאירועי

יום הזיכרון עבור משרד הביטחון - אגף משפחות והנצחה

פנייתו של : ליאור מאי

רקע כללי:

משרד הביטחון - אגף משפחות והנצחה מבקש להוציא לפועל קמפיין הסברה לאומי לקראת אירועי יום הזיכרון לחללי מערכות ישראל ונפגעי פעולות האיבה, אשר יתקיימו בין התאריכים 9.4 ל-15.4. במסגרת זו יושק לראשונה מיזם לאומי חדש - ועידת ההנצחה של ישראל "חקוקים לנצח", שעתיד להתקיים ב-15.4, לצד קמפיין הדלקת נר הזיכרון המסורתי, המתקיים מדי שנה ומזמין את הציבור כולו להשתתף בפעולת זיכרון משותפת.

אירועים אלו מבטאים את מחויבותה הערכית והלאומית של מדינת ישראל כלפי המשפחות השכולות - מחויבות להנצחה, להוקרה ולשימור הזיכרון הקולקטיבי. לפיכך, נדרש קמפיין הסברה רחב היקף, ממלכתי באופיו, שיציג את הוועידה כאירוע לאומי מרכזי חדש בלוח השנה הישראלי, ובמקביל יעודד השתתפות ציבורית רחבה במעמד הדלקת נר הזיכרון.

מטרות הקמפיין:

1. חשיפת ועידת ההנצחה הלאומית לראשונה ומיצובה כאירוע ממלכתי מרכזי ומשמעותי.
2. חיזוק תחושת המחויבות הלאומית לזיכרון ולהנצחה.
3. הזמנת המשפחות השכולות להשתתף בוועידה מתוך כבוד, רגישות והוקרה.
4. הנעת הציבור הרחב לקחת חלק פעיל בטקס הדלקת נר הזיכרון.
5. יצירת מעטפת תקשורתית אחידה ומכבדת לכלל אירועי יום הזיכרון.

מסרי הקמפיין:

1. בפעם הראשונה מתקיימת ועידת ההנצחה הלאומית - אירוע ממלכתי של זיכרון, הוקרה ואחדות.
2. מדינת ישראל מצדיעה למשפחות השכולות ומחזקת את מחויבותה להנצחת יקיריהן.
3. הדלקת נר זיכרון - מעשה קטן של כל אזרח, משמעות גדולה של עם שלם.
4. הזיכרון המשותף הוא יסוד מלכד בזהות הלאומית והחברתית.
5. כל אזרח יכול לקחת חלק פעיל בשימור הזיכרון ובהעברתו לדורות הבאים.

קהל יעד:

קהל יעד מרכזי: משפחות שכולות - בדגש על פנייה מכבדתורגישה שמוקירה תודה.
קהל יעד משני: הציבור הרחב בישראל על כלל המגזרים, במטרה להרחיב השתתפות ציבורית במעמדי הזיכרון.

חליך 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 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 אגף ההנצחה במשרד הביטחון.

פלטפורמת דקה לשמונה מאפשרת העברת מסרים רגישים, ממלכתיים ובעלי חשיבות לאומית באמצעות תשדירים בעלי אופי הסברתי וערכי, המשודרים כתשדיר נפרד ואינם משולבים ברצף הפרסומות. מאפיין זה חיוני במיוחד לקמפיין העוסק בזיכרון לאומי, בהנצחת חללי מערכות ישראל ונפגעי פעולות האיבה ובפנייה למשפחות שכולות, שכן הוא מבטיח מסגרת שידור מכבדת, קשובה ונטולת הקשר מסחרי.

הקמפיין נועד להעלות מודעות לקיומה של ועידת ההנצחה הלאומית לראשונה בישראל ולבסס את מעמדה כאירוע מרכזי בלוח השנה הלאומי, לצד הנעת הציבור הרחב להשתתפות פעילה בהדלקת נר הזיכרון. המהלך מדגיש אחדות, מחויבות לאומית והוקרה למשפחות השכולות, תוך יצירת חיבור רגשי עמוק בין הציבור לבין משמעות יום הזיכרון.

בהתאם לכך, קיימת חשיבות לבחירת פלטפורמה הנתפסת כאמינה, ממלכתית ומכבדת, המסוגלת להעביר מסרים רגישים באופן ברור, מאוזן ומאחד, ולשלב בין סמכות ציבורית לבין נגישות רגשית ותודעית רחבה. פלטפורמת דקה לשמונה נמצאה מתאימה ביותר להשגת מטרות אלו, מהנימוקים הבאים:

- **רמת קשב ואמון ציבורי גבוהה:** שידור בצמידות למהדורות החדשות מציב את המסר בלב השיח הציבורי ברגעי קשב מרביים, ומעניק לו תוקף ממלכתי ואמין.
- **יכולת להעביר מסר ערכי ורגשי עמוק:** הפורמט מאפשר הצגת מסרים של זיכרון, הוקרה ואחדות באופן תמציתי, מכבד ומעורר הזדהות.
- **הגעה לכלל החברה הישראלית:** פריסת השידורים בערוצים מרכזיים מאפשרת פנייה רחבה ושוויונית לכלל האוכלוסייה - משפחות שכולות, צעירים ומבוגרים, מכל מגזרי החברה.
- **הפרדה ברורה ממסרים מסחריים:** שידור כתשדיר עצמאי שאינו חלק ממקבץ פרסומות מחזק את תפיסת המהלך כיוזמה לאומית ציבורית ולא כמהלך פרסומי.
- **ניסיון מוכח בקמפיינים ציבוריים רגישים:** הפלטפורמה הוכיחה לאורך השנים יכולת להעביר מסרים לאומיים מורכבים, לייצר חיבור רגשי, אמון ציבורי והיענות רחבה.

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-8", הכוללת את הערוצים המרכזיים 11, 12, 13, וכן ערוצים 14, 9 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 1,143,512 ₪. כאשר מתוכם עבור המדיה: 923,512 ₪ (לא כולל מע"מ), ועבור רכיב ההפקה: 220,000 ₪ (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 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 הסברה לאירועי

יום הזיכרון עבור משרד הביטחון - אגף משפחות והנצחה לפי תקנה 3(12) לתקנות חובת המכרזים, התשנ"ג-1993.

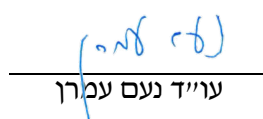
תיקף ההתקשרות: 1,143,512 ₪ לא כולל מע"מ (הפקה 220,000 ש"ח, מדיה 923,512 ₪)

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

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

החחלטה 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
מנהלת לשכת הפרסום הממשלתית
מוריה שלום
יו"ר