

**פרוטוקול ועדת מכרזים מתאריך 23.3.26**

משתתפים: מוריה שלום, עידן רייכמן, נועם עמרן

**מס' 50/3/26 – משרד הכלכלה – התקשרות עם אלי יצפאן באמצעות ייצוג 1 אמנים ויוצרים בע"מ, במסגרת קמפיין "הסל של ישראל".**  
פנייתה של ליאנה פזע

**רקע:**

משרד הכלכלה והתעשייה מקדם את מהלך "הסל של ישראל" – מהלך אסטרטגי רחב היקף, ראשון מסוגו בישראל, שמטרתו להשפיע באופן ממשי ומדיד על מחירי הצריכה ולחזק את התחרות בשוק מוצרי הצריכה הבסיסיים.

המהלך כולל הליך מכרזי מוסדר לבחירת רשת קמעונאית שתציע סל מוצרים מוגדר במחיר תחרותי. במסגרת ההליך נקבע סל מוצרים אחיד וברור, לצד התחייבויות מחייבות מצד הרשת הזוכה, מנגנוני פיקוח ובקרה שוטפים ומסגרת זמן מוגדרת ליישום ולבחינה.

באמצעות מהלך זה המדינה מציבה סטנדרט צרכני חדש, גלוי ושקוף, המאפשר לציבור לזהות היכן ניתן לרכוש סל מוצרים בסיסי במחיר תחרותי ובפיקוח.

המהלך נועד לייצר בהירות בשוק המאופיין בפערי מחירים, מבצעים משתנים וחוסר ודאות צרכני, ולספק נקודת ייחוס ברורה לציבור בעת קבלת החלטות צרכניות.

מעבר להוזלה בפועל, מהלך "הסל של ישראל" מבקש לחזק את אמון הציבור ביכולתה של הממשלה להשפיע על יוקר המחיה באמצעות כלי מדיניות מעשיים, שקופים וברי מדידה, וכן לחזק את כוחו של הצרכן בשוק.

**מטרות הקמפיין:**

1. יצירת מודעות רחבה למהלך "הסל של ישראל".
2. הנעת הציבור לבצע רכישות ברשת שתיבחר במסגרת המהלך.
3. חיזוק האמון במהלך ובמנגנוני הפיקוח של המדינה.
4. מיצוב משרד הכלכלה והתעשייה כגורם מוביל במאבק ביוקר המחיה.

**קהל יעד:**

- כלל משקי הבית בישראל
- משפחות ומעמד הביניים
- צרכנים המגלים חוסר אמון במסרים צרכניים
- מובילי דעה ותקשורת כלכלית

**אופן בחירת הפרזנטור:**

לצורך העברת מסרי הקמפיין באופן מיטבי נדרש פרזנטור הפונה לציבור בגובה העיניים, אהוד ומשדר אמינות ותחושת שליחות ציבורית. כמו כן, נבחנה התאמת דמות בעלת זיקה לעולמות ההומור, אשר תסייע בהנגשת מסרים כלכליים מורכבים.

במסגרת זו נבחר מר אלי יצפאן, הנמנה עם האמנים המוכרים והאהודים בישראל, ומזוהה עם דמות "הישראלי הממוצע", אשר הציבור חש כלפיה קרבה ואמון. בחירה זו נועדה לחזק את אמינות המסרים ולהציגם באופן נגיש "ובגובה העיניים", בפרט בנוגע לסוגיות של מחירים וסלי צריכה.

נוסף על כך, נוכח אופיו הרגיש והמורכב של נושא יוקר המחיה, מאפשר השימוש במר יצפאן להעביר מסרים כלכליים באמצעות הומור וסאטירה, ובכך להפחית תחושת התנגדות ולהגביר קשב ציבורי.

במהלך הליך הבחירה נבחנו מספר חלופות נוספות, בהתאם לקריטריונים של התאמה מקצועית ועלות. לאחר בחינה זו נמצא כי מר יצפאן הוא המועמד המתאים ביותר, כאשר החלופות האחרות היו כרוכות בעלויות גבוהות יותר.

לאור כל האמור, ולאחר משא ומתן שנוהל עם סוכנות "ייצוג 1 אמנים ויוצרים בע"מ", המייצגת את הפרזנטור, הצעת המחיר עבור השתתפות הפרזנטור בקמפיין עומדת על סך 238,000 ₪, לא כולל מע"מ.

ההצעה נבחנה על ידי מנהלת תחום תוכן והפקת וידיאו בלפ"מ, גב' נורית פינמן. במסגרת הבחינה נשקלו, בין היתר, רמת הפופולריות של הפרזנטור, היקף החשיפה הצפוי במדיה וההשפעה הציבורית של הקמפיין. בהתבסס על פרמטרים אלה נמצא כי הצעת המחיר תואמת ואף נמוכה ביחס לעלות הריאלית של שירות מסוג זה, וכן ביחס לחלופות שנבחנו.

**הצעת המחיר צורפה לפרוטוקול.**

**החלטה:**


בהתאם לאמור ברקע לפרוטוקול, ועדת המכרזים מאשרת התקשרות עם חברת ייצוג 1 אמנים ויוצרים בע"מ, במסגרת קמפיין "הסל של ישראל", עבור משרד הכלכלה, וזאת לפי תקנה 3(11) לתקנות חובת המכרזים, התשנ"ג-1993, ובכפוף לאשור ועדת הפטור במשרד ראש הממשלה.

**שם הספק: ייצוג 1 אמנים ויוצרים בע"מ, ח.פ. 511203853**

**תקופת ההתקשרות: למשך 6 חודשים ממועד עליית הקמפיין.**

**היקף ההתקשרות: 238,000 ₪ + מע"מ.**

  
עידן רייכמן  
חשב

  
עו"ד יועם נעים  
יועמ"ש

  
מנהלת לשכת הפרסום הממשלתית  
מוריה שלום  
יו"ר

