

פרוטוקול ועדת מכרזים מתאריך 7/7/26
משתתפים: מוריה שלום, עידן רייכמן, נועם עמרן

מס' 107/7/26 – ועדת הבחירות – התקשרות עם שלומי יפרח באמצעות הסוכנות "ייצוג 1" ואסף זגה באמצעות הסוכנות "זוהר יעקובסון" לקמפיין דיגיטל בנושא בחירות לכנסת ישראל 2026
פנייתה של ליאנה פזע

רקע:

ועדת הבחירות המרכזית לכנסת מובילה את מערכת הבחירות לכנסת לשנת 2026. במסגרת זו מקיימת הוועדה מערך הסברה רחב היקף, שמטרתו לעודד את מימוש זכות ההצבעה, להנגיש לציבור מידע אמין, ברור ומדויק על הליך הבחירות ולחזק את אמון הציבור במערכת הבחירות. פעילות ההסברה כוללת מהלך לאומי ואסטרטגי רחב היקף, בעל חשיבות ציבורית רבה, שמטרתו להשפיע באופן ממשי על שיעורי ההצבעה ולהגביר את המעורבות האזרחית, בדגש על קהלים צעירים.

מדובר במערך הסברה מורכב ורב-שכבתי, המכוון לבני דור ה' Z, בני 18–25, באמצעות הפלטפורמות הדיגיטליות שבהן הם צורכים תוכן ומקדישים את עיקר הקשב שלהם.

כדי ליצור קמפיין אפקטיבי, זכיר ואותנטי, המסוגל לבלוט במרחב הדיגיטלי וליצור חיבור אמיתי עם קהל היעד, נדרש לשלב דמויות מוכרות, אהודות ובעלות השפעה ניכרת בקרב צעירים. שילוב זה יאפשר להנגיש מסרים מורכבים באופן פשוט, ישיר וחיובי, להגביר את ההזדהות עם המסרים ולעודד את מימוש זכות ההצבעה.

אופן בחירת הפרזנטור:

לצורך העברת מסרי הקמפיין באופן אפקטיבי נדרש לשלב פרזנטורים שיוכלו ליצור חיבור אותנטי עם קהל היעד הצעיר ולהעביר את המסרים באופן נגיש, קליל ומעורר עניין. נדרשות דמויות בעלות אהדה ציבורית רחבה, הנתפסות כחיוניות, מייצגות ערכים ממלכתיים ומעוררות אמון בקרב קהל היעד.

לאחר בחינת חלופות שונות, כמפורט במסמך הפנייה, נמצא כי שלומי יפרח ואסף זגה, המוכרים כ"השחורים" מתוכנית הריאליטי המירוץ למיליון, הם המועמדים המתאימים ביותר לצורכי הקמפיין. בחירה זו מבוססת על השיקולים המקצועיים האלה:

- 1. אותנטיות וחיבור מיידי לקהל היעד** – השניים זכו לאהדת הציבור בזכות ההומור, הכנות, החברות הקרובה והכריזמה הטבעית שהם משדרים. מאפיינים אלה יוצרים הזדהות גבוהה בקרב צעירים ומחזקים את אפקטיביות המסרים במרחב הדיגיטלי.
- 2. ממלכתיות וקונצנזוס ציבורי** – השניים מזוהים עם ערכים של חברות, התמדה, ספורטיביות ופשטות, ואינם מזוהים עם עמדה פוליטית או ציבורית שנויה במחלוקת. מאפיינים אלה חיוניים לקמפיין הסברה ממלכתי, המחייב מסר מאחד ואמון ציבורי רחב.
- 3. התאמה לפלטפורמות הדיגיטליות** – סגנון ההגשה, הדינמיקה ביניהם והיכולת לייצר תוכן קצר, קצבי ואותנטי מתאימים במיוחד לפלטפורמות דיגיטליות כגון Reels ו-TikTok. שילובם בקמפיין יאפשר להנגיש מסרים אזרחיים באופן פשוט, זכיר ומעורר עניין, ולהגדיל את החשיפה והמעורבות בקרב קהל היעד.

מצ"ב הפנייה לוועדת המכרזים

לאור כל האמור, ולאחר משא ומתן שנוהל עם סוכנות "יצוג 1" המייצגת את אסף זגה, וכן עם סוכנות "זוהר יעקובסון" המייצגת את שלומי יפרח הצעת המחיר עבור השתתפות כל אחד מהפרזנטורים בקמפיין עומדת על סך 75,000 ₪, 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 הפרזנטורים, היקף החשיפה הצפוי במדיה וההשפעה הציבורית של הקמפיין. בהתבסס על פרמטרים אלה נמצא כי הצעת המחיר תואמת ביחס לעלות הריאלית של שירות מסוג זה, וכן ביחס לחלופות שנבחנו.

הצעת המחיר מצורפת לפרוטוקול.

החלטה: בהתאם לאמור ברקע לפרוטוקול, ועדת המכרזים מאשרת התקשרות עם אסף זגה באמצעות הסוכנות "יצוג 1" ועם אסף שלומי יפרח באמצעות סוכנות "זוהר יעקובסון" במסגרת קמפיין בנושא בחירות לכנסת ישראל 2026 (בני נוער) עבור וועדת הבחירות, וזאת לפי תקנה 3(11) לתקנות חובת המכרזים, התשנ"ג-1993.

שם הספק והיקף ההתקשרות: אסף זגה באמצעות הסוכנות שלו "יצוג 1", ח.פ. 513280248, סה"כ 75,000 ₪ לא כולל מע"מ

שם הספק והיקף ההתקשרות: שלומי יפרח באמצעות הסוכנות שלו "זוהר יעקובסון", ח.פ. 500100268, סה"כ 75,000 ₪ לא כולל מע"מ

תקופת ההתקשרות: מיום תחילת ההתקשרות ועד לחצי שנה.

היקף ההתקשרויות: 75,000 ₪ לא כולל מע"מ עבור כל אחד מהפרזנטורים (150,000 ₪ עבור שניהם).


עו"ד נעם עמרן
יועמ"ש


עידן רייכמן
חשב


מוריה שלום
יו"ר