

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

מס' 118/7/26 – צוות תכנית אב לתחבורה בירושלים – התקשרות עם יהונתן כהן באמצעות הסוכנות Add תוכן בע"מ לקמפיין השקה לקו הצהוב של הרכבת הקלה בירושלים
פנייתה של טלי מורלי

רקע:

במהלך חודש אוגוסט 2026 צפוי להיפתח המקטע הראשון של הקו הצהוב (L) של הרכבת הקלה בירושלים. פתיחת הקו היא אבן דרך מרכזית בפיתוח מערך התחבורה הציבורית בעיר ובמעבר לרשת רכבת קלה משולבת. למהלך צפויה השפעה משמעותית על זמני הנסיעה, הנגישות למוקדי תעסוקה, לימודים ופנאי, וכן על הרחבת השימוש בתחבורה הציבורית. המקטע הראשון יחבר בין התחנה המרכזית ותחנת הטורים לבין קניון מלחה, ויעבור בצירים ובמוקדים מרכזיים, ובהם קמפוס גבעת רם, קריית הממשלה ומרכז הספורט.

מדובר במהלך תחבורתי בעל חשיבות לאומית, הכולל שינוי בהרגלי הנסיעה של הציבור ועידוד מעבר משימוש ברכב פרטי לשימוש בתחבורה ציבורית. בהתאם לכך, נדרש קמפיין רחב היקף שילווה את ההשקה, יבסס מודעות ציבורית ויעודד שימוש בקו החדש.

מטרות הקמפיין:

1. העלאת המודעות לפתיחת המקטע הראשון של הקו הצהוב וליתרונותיו לציבור הנוסעים.
2. הנגשת מידע שימושי לציבור, לרבות מסלולים, תחנות, לוחות זמנים, תדירות השירות, אפשרויות מעבר ואמצעי תשלום.
3. עידוד נסיעה בפועל והטמעת הרגלי שימוש לאורך זמן.
4. יצירת תחושת אירוע משמעותי סביב השקת הקו החדש.
5. חיזוק מיצובה של ירושלים כעיר עם מערכת תחבורה ציבורית מתקדמת, יעילה ומקושרת.

קהל יעד:

הקמפיין מיועד לכלל משתמשי התחבורה הציבורית, ובפרט:

- תושבי ירושלים מכלל המגזרים.
- תושבי היישובים בסביבת ירושלים.
- עובדים, סטודנטים ומבקרים המגיעים לעיר באופן יומיומי.
- מבקרים בירושלים לצורכי פנאי, תרבות ותיירות.

אופן בחירת הפרזנטור:

לצורך הקמפיין הוחלט כי הפרזנטור יהיה שדרן ספורט, המזוהה עם העיר ירושלים ובעל זיקה מובהקת לעיר, לשם העברת מסרי הקמפיין באופן מיטבי. בהתאם לכך וכמפורט במכתב הבקשה, נבחנו מספר מועמדים לפי קריטריונים של התאמה מקצועית ועלות. לאחר הבחינה נמצא כי יהונתן כהן הוא המועמד המתאים ביותר, ואילו החלופות האחרות היו כרוכות בעלויות גבוהות יותר.

לאור האמור, ולאחר משא ומתן שנוהל עם סוכנות "ADD תוכן בע"מ" המייצגת את הפרזנטור, הצעת המחיר לביצוע השירותים עומדת על סך 50,000 ₪, לא כולל מע"מ, וכוללת את השתתפות הפרזנטור בקמפיין ואת זכויות השימוש הנדרשות לשילובו בשלטי חוצות.

ההצעה נבחנה על ידי מנהלת תחום תוכן והפקת וידאו 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 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 יהונתן כהן באמצעות הסוכנות Add תוכן בע"מ במסגרת קמפיין בנושא "הרכבת הקלה בירושלים", עבור משרד התחבורה, וזאת לפי תקנה 3(11) לתקנות חובת המכרזים, התשנ"ג-1993.

שם הספק: יהונתן כהן בייצוג הסוכנות Add תוכן בע"מ, ח.פ. 514465970

תקופת ההתקשרות: מיום תחילת ההתקשרות ועד לחצי שנה.

היקף ההתקשרויות: 50,000 ₪ לא כולל מע"מ.


עו"ד נעם עמרן
יועמ"ש


עידן נכמן
חשב


מנהלת לשכת הפרסום הממשלתית
מוריה שלום
יו"ר