<u>פרוטוקול ועדת מכרזים מתאריך 16/11/26</u>
משתתפים: מוריה שלום, קרן קרדשוב, נועם עמרן

<u>מס' 182/11/26 – משרד הביטחון אגף השיקום - שת"פ רדיו לקמפיין בנושא שבוע ההוקרה לפצועי מערכות ישראל</u>
פנייתו של ישראל פריד

<u>רקע:</u>

אגף השיקום במשרד הביטחון פנה ללפ"מ בבקשה להפיק קמפיין ארצי רחב היקף לציון שבוע ההוקרה לפצועות ולפצועי צה"ל וכוחות הביטחון, שיתקיים בסוף נובמבר 2026.

מטרת הקמפיין היא להביע הוקרה ממלכתית לפצועים, להעלות את המודעות הציבורית לפעילות אגף השיקום ולהנגיש את מגוון שירותי השיקום והמעטפת הטיפולית, הרפואית, הסוציאלית והתעסוקתית שמעניק האגף לפצועים ולבני משפחותיהם. כמו כן, הקמפיין נועד להגביר את המודעות לערוצי ההתקשרות הישירים עם האגף.

הקמפיין פונה לכ-91,200 מקבלי שירות, בהם כ-30,000 פצועים חדשים ממלחמת "חרבות ברזל", ומותאם למאפייני קהלי היעד, בדגש על צעירים עד גיל 30, משרתי מילואים ומתמודדים עם פגיעות נפשיות ופוסט-טראומה. הקמפיין מלווה גם את יישום המלצות ועדת "מור יוסף" להרחבת מערך השיקום.

התקציב הכולל לקמפיין עומד על כ-2.5 מיליון ש"ח.

במסגרת הקמפיין, ובהמשך לעלייתו לאוויר, מבקש משרד הביטחון לשלב פעילות תוכן שיווקי מבוקרת בתחנות הרדיו. פעילות זו נועדה להרחיב את החשיפה למסרי הקמפיין, לחזק את השיח הציבורי המכבד סביב ההוקרה לפצועים ולהגיע לקהלים מגוונים, בדגש על צעירים, משרתי מילואים, בני משפחותיהם והציבור הרחב.

הרדיו מאפשר העברת מסרים לקהלים רחבים ומגוונים, באמצעות קשר אישי ובלתי אמצעי בין השדרנים למאזינים. שילוב המסרים בתוכניות מובילות צפוי לחזק את האפקטיביות של הקמפיין, להעמיק את החשיפה לתכניו ולעודד מעורבות והזדהות בקרב המאזינים.

הפעילות המתוכננת תכלול פינות תוכן ואינטראקציה מבוקרת עם מאזינים, ללא שידור חי בלתי מבוקר. כמו כן, ישולבו אזכורים בשידור חי, הקראות וליינרים באורך של עד 60 שניות, לצד חסויות בשעות האזנת שיא, אותות קידום מכירות ותשדירים לחיזוק מסרי הקמפיין.

<u>הפתרון הפרסומי ויתרונותיו לקהל היעד:</u>

נוכח האמור נעשתה פנייה למספר תחנות רדיו, ביניהן שפ"א, אס מדיה, רדיו ירושלים וקבוצת רדיוס-לב המדינה. לאחר בחינת החלופות ובהתאם לשיקולים המקצועיים, נבחר פתרון פרסומי המבוסס על ההצעות של שפ"א ושל אס מדיה בלבד, מאחר והם היחידים שיכולים לאפשר את הפרסום בתוכניות סינדיקטיביות המשודרות במספר תחנות רדיו במקביל. שילוב שני גופים אלו מספק פריסה ארצית רחבה בסינדיקציה, תוך הגעה ממוקדת לרצועות בוקר וצוהריים עתירות האזנה ותוכניות בעלות זיקה מובהקת למשרתי מילואים ולקהל צעיר.

כאמור, בחירה במדיה זו נעשתה לאור יכולתה להעביר את המסרים באופן אפקטיבי, ישיר ואותנטי לקהלי יעד רחבים ומגוונים, תוך יצירת שיח ציבורי מכבד ומלכד, חיזוק תחושת ההוקרה הממלכתית לפצועי צה"ל וכוחות הביטחון והנגשת המעטפת הטיפולית, הרפואית, הסוציאלית והתעסוקתית וערוצי ההתקשרות הישירים של האגף.

בדיקת ההצעות :
ההצעות שהוגשו נבדקו על ידי ישראל פריד, מנהל תחום המדיה בלפ"מ, ונמצא כי הן מתאימות וסבירות למטרות השת"פ. לפיכך, לפ"מ מעוניינת להתקשר במסגרת שת"פ מדיה עם התחנות המפורטות בפנייה לוועדת המכרזים.

מצ"ב פנייתו של ישראל פריד לוועדת המכרזים מיום 15.11.26

החלטה:
ועדת המכרזים מאשרת התקשרות לצורך שת"פ רדיו עם שפ"א, אס מדיה, לקמפיין "שבוע ההוקרה לפצועי מערכות ישראל" עבור משרד הביטחון אגף השיקום, בהתאם לתקנה 3(12) לתקנות חובת המכרזים, התשנ"ג–1993.

אישור ההתקשרות מותנה בכך כי השת"פ על כל תכניו לא יכלול השתתפות של נבחרי ציבור, בכל צורה שהיא, אלא אם הדבר אושר על ידי היועץ המשפטי לממשלה, וכי השתתפות אחרת של עובדי מדינה בשת"פ, ובכלל זה ראיונות, כתבות ואזכור שמי, תיעשה בכפוף לאישור מפורש ובכתב של היועץ המשפטי של המשרד, בהתאם להוראת תכ"ם 15.3.2.

מנהל הלקוח בלפ"מ המטפל בנושא יפקח על זהות המשתתפים בתכני השת"פ, לרבות זהות עובדי המדינה אשר ישתתפו בשת"פ, ככל שישתתפו, ויהיה אחראי לעמידת הפרסום בכל הכללים הרלוונטיים.

כמו כן, במסגרת השת"פ לא יחולקו פרסים.

כל תכני השת"פ יכללו גילוי נאות בולט וברור בנוסח: "תוכן במימון משרד הביטחון אף השיקום" או "תוכן ממומן מטעם משרד הביטחון אגף השיקום", ויעמדו בכל תנאי הגילוי הנאות של נוהל שת"פ עם כלי התקשורת.

היקף ההתקשרות הכולל : 109,000 ₪ בתוספת מע"מ.

שמות הספקים והיקפי ההתקשרות כולל מע"מ:
שפ"א כללי, 55,000 ₪ בתוספת מע"מ , ח.פ. 512200320
אס מדיה, 54,000 ₪ בתוספת מע"מ , ח.פ. 516453107

תקופת התקשרות: מיום החלטה זו ועד לביצוע מלוא התחייבויות הספקים בהתאם להצעות הספקים המצ"ב לבקשה.

מנהלת לשכת הפרסום הממשלתית מוריה שלום	קרן קרדשוב	עו"ד נעם עמרן
יו"ר	חשבת	יועמ"ש