

**פרוטוקול ועדת מכרזים מתאריך 21/05/24**  
משתתפים: מוריה שלום, נתן בן יקר ועידן רייכמן

**מס' 31/05/24 – המשרד לביטחון לאומי** – קמפיין בנושא "הסברה לגיוס שוטרים" עבור משטרת ישראל.  
פנייתה של ליאנה פזע.

**נושא:** משטרת ישראל נמצאת בעיצומו של מהלך לגיוס שוטרים, למגוון תפקידים במחוזות השונים. המשטרה מעוניינת להביא לגיוס כוח אדם איכותי וכן לחזק את מעמדם של השוטרים בקרב הציבור, כך שהגיוס המשמעותי יביא לכניסתם של שוטרים ושוטרים איכותיים למשטרה.

לפיכך, משטרת ישראל מבקשת לצאת בקמפיין הסברה רחב היקף אשר ימשיך את תנופת הגיוס באמצעות הסברה של מגוון תחומי האחריות והתפקידים המוצעים במשטרת ישראל עבור גברים ונשים וכן להסביר לציבור את חשיבות ההתגייסות למשטרה כגוף בטחוני משמעותי.

**מטרות הקמפיין:**

1. הצגת מגוון התפקידים המוצעים לגיוס במשטרת ישראל.
2. הסברה בקרב הציבור אודות חשיבות התרומה של משטרת ישראל לשמירה על ביטחון הפנים של האזרחים.

**קהל היעד:**

1. גברים ונשים בגילאים 18-45.
2. בני משפחות של מועמדים לגיוס למשטרה.
3. כלל הציבור.

**התאמת הפלטפורמה ליעדי הקמפיין**

לאחר בדיקה, נמצא כי פלטפורמת "דקה ל", המשודרת בערוצים 9, 11, 12, 13 ו-14 בטלוויזיה בצמידות למהדורת החדשות המרכזית, היא הפלטפורמה המתאימה לקמפיין מסוג זה.

פלטפורמת "דקה ל" מאפשרת פירוט של מסרים בתשדירים בעלי אופי הסברתי המשודרים בכל הערוצים המרכזיים בצמידות למהדורות החדשות המרכזיות כתשדיר נפרד ולא בין הפרסומות. פלטפורמה צמודת חדשות בכל הערוצים המרכזיים נתפסת כבעלת חשיבות לנושאים לאומיים, לעניין זה יצוין כי מדובר בקמפיין גיוס למשטרה שהינו בעל חשיבות לאומית.

בנוסף, נוכח העובדה שמדובר בתוכן הסברתי, יש צורך בנגזרות לסרטונים באורך של 30 שניות על מנת ליצור חשיפה מרבית למסר המורכב בטלוויזיה ובדיגיטל. לעניין זה יצוין כי המסר המורכב מצריך שימוש במדיה אינפורמטיבית שמותאמת להעברת מסרים מורכבים.

**שיקולים 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.

**הצעת גריי קונטנט בע"מ**

נערכה פנייה לחברת גריי קונטנט בע"מ, החברה בעלת הזיכיון הבלעדי על רצועות השידור של פלטפורמת "דקה ל", המשלבת את 3 הערוצים המרכזיים 11, 12, 13 וכן את הערוצים 9 ו-14, בצמוד לתוכניות החדשות. מטעם החברה נתקבלה הצעה הכוללת הן את המדיה והן את ההפקה.

**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.

**החלטה:** ועדת המכרזים מאשרת התקשרות עם חברת גריי קונטנט בע"מ לביצוע קמפיין בנושא "הסברה לגיוס שוטרים" עבור משטרת ישראל, לפי תקנה 3(12) לתקנות חובת המכרזים, התשנ"ג-1993.

**היקף ההתקשרות:** 1,000,368 ₪ (מדיה: 930,368 ₪, הפקה: 70,000 ₪), לא כולל מע"מ.

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

**תקופת התקשרות:** מיום החלטה זו ועד חצי שנה ממועד עליית הקמפיין לאוויר.

  
עידן רייכמן  
חשב

  
עו"ד נתן בן יקיר  
יועמ"ש

  
מוריה שלום  
יו"ר