

פרוטוקול ועדת מכרזים מתאריך 15/07/24
משותפים: מוריה שלום, דורון גיסינגר ועידן רייכמן

מס' 40/07/24 – משרד הכלכלה והתעשייה – קמפיין הסברה בנושא "רפורמה ביבוא" משרד הכלכלה והתעשייה.
פנייתה של טלי מורלי.

נושא: הרפורמה ביבוא ע"ב החלטת ממשלה 243 וחוק התכנית הכלכלית התשפ"ב-2021, נכנסה לתוקפה במהלך חודש יוני 2022 ובמטרה להקל על יבוא מוצרים שחלים עליהם תקנים רשמיים לארץ, לפי תקינה ישראלית ולפי תקינה זרה.

מטרת הרפורמה הינה יצירת נוהל יבוא דומה לנהוג באירופה, כך שיבואנים יוכלו לפועל בשוק חופשי, פתוח ונטול מגבלות בירוקרטיות, אשר מאופיינות בזמן ממושך, עלות גבוהה, התקשרות מורכבות ועוד. כל אלו מגבירים עלויות אשר מגיעות גם לצרכנים ומייקרות את עלות המוצרים.

בהמשך לקמפיין משנת 2022 בנושא, משרד הכלכלה והתעשייה מעוניין ליידע את הציבור הרחב בכלל ואת קהל היבואנים בפרט אודות התמורות בתחום התקינה ופתיחה משמעותית של ענפים שונים לתחרות בין יבואנים.

במקביל, משרד הכלכלה והתעשייה מקדם מהלכים נוספים שמטרתם להתאים את הרגולציה בישראל לזו של אירופה וכפועל יוצא, להביא להקלה על יוקר המחיה בארץ והפחתת מחירים.

משרד הכלכלה והתעשייה מעוניין לצאת בקמפיין הסברתי המיידע את הציבור בגין שינויי התקינה, הרגולציה והבירוקרטיה הנדרשת ליבוא.

מטרות הקמפיין:

1. ידוע היבואנים על שינוי התקינה והורדת רגולציה ובירוקרטיה מתהליך היבוא.
2. ידוע הציבור שמהיום קל יותר לייבא ואפשר להיכנס לשוק היבוא.

קהל היעד:

הציבור הרחב.

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 "רפורמה ביבוא" אשר תשפיע על כלל הציבור הן על היבואנים והן על הצרכן הישראלי ולכן בעל חשיבות לאומית וכלכלית.

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 שרית יפת, 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 הסברה בנושא "רפורמה בייבוא" עבור משרד הכלכלה והתעשייה, לפי תקנה 3(12) לתקנות חובת המכרזים, התשנ"ג-1993.

היקף ההתקשרות: 1,099,780 ₪ (מדיה: 999,780 ₪, הפקה: 100,000 ₪), 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 דורון גיסינגר
מ"מ יועמ"ש


מוריה שלום
יו"ר