

פרוטוקול ועדת מכרזים מתאריך 18/6/25

משתתפים: מוריה שלום, נועם עמרן ועידן רייכמן (הוועדה התקיימה בזום).

מס' 71/6/25 - בנק ישראל - התקשרות עם חברת גריי קונטנט בע"מ לביצוע קמפיין הסברה עבור בנק ישראל.

רקע כללי:

בנק ישראל יוצא בקמפיין הסברתי קצר וממוקד, שמטרתו להעלות את מודעות הציבור לזכאותם לפי מתווה הסיוע שייכנס לתוקף ביום 1 ביולי 2025, בהתאם להחלטות בנק ישראל מיום 17.6.2025.

עיקרי המתווה שיוצג בקמפיין:

- דחיית תשלומי משכנתאות והלוואות למשקי בית שנפגעו, ללא ריבית או עמלות.
- דחיית החזרי הלוואות לעסקים קטנים שנפגעו כלכלית או פיזית.
- הטבות ייחודיות לבעלי עסקים המשרתים במילואים.

מטרת הקמפיין:

העברת מידע ברור, מהיר ונגיש לציבור הרחב – ובעיקר לקבוצות הזכאים – בנוגע להקלות וההטבות הכלולות במתווה הסיוע, והנעת הזכאים לפנות לבנקים הרלוונטיים למימוש זכאותם.

מסרי הקמפיין:

1. בנק ישראל מוביל מתווה סיוע הכולל דחייה של תשלומי הלוואות ומשכנתאות לנפגעי המלחמה – ללא ריבית וללא עמלות.
2. הסיוע מיועד למשפחות שבתיהן נפגעו, לפצועים, לעצמאים ולעסקים קטנים שנפגעו פיזית או כלכלית – לרבות חיילי מילואים.
3. בעלי עסקים קטנים שפוננו או נפגעו עשויים להיות זכאים להקלות – מומלץ לפנות לבנק בהקדם.
4. מימוש ההטבות יתבצע מול הבנק בו מתנהל החשבון של כל זכאי.
5. ההקלות ייכנסו לתוקפן החל מיום 1 ביולי 2025, ויינתנו לתקופה מוגבלת.
6. בנק ישראל יזם את המתווה – הבנקים מבצעים. כל בנק רשאי להרחיב את ההטבות בהתאם למדיניותו.

קהל יעד:

1. משקי בית שפוננו או נפגעו.
2. בעלי עסקים קטנים וזעירים, ובמיוחד כאלו שאינם פעילים בעקבות המבצע.
3. עצמאים ובעלי עסקים המשרתים מילואים.

הליך בחינת כיווני הקריאייטיב והתאמת המדינות לקמפיין:

במהלך גיבוש הקמפיין הוצגו חלופות המדיה לקמפיין. במסגרת מסמך הבקשה, מובא פירוט של בחינת ערוצי המדיה השונים, תוך ניתוח מידת התאמתם למטרות הקמפיין והמלצה על השימוש בהם בהתאם לאופי המסרים ולשיקולי האפקטיביות.

התאמת הפלטפורמה ליעדי הקמפיין

לאחר בדיקה, נמצא כי פלטפורמת "דקה ל", המשודרת בערוצים 9, 10, 11, 12, 13, 14 ו-15 בטלוויזיה, בצמידות למהדורת החדשות המרכזית, היא הפלטפורמה המתאימה לשידור קמפיין מסוג זה.

פלטפורמת "דקה ל" מאפשרת פירוט של מסרים בתשדירים בעלי אופי הסברתי ולאומי המשודרים בכל הערוצים המרכזיים בצמידות למהדורות החדשות המרכזיות כתשדיר נפרד ולא בין הפרסומות.

הקמפיין עוסק במתן הקלות וביוזמה שנולדה בעקבות המלחמה נגד איראן והמצב הרגיש של המשק הישראלי, והקושי של הציבור הרחב להתנהל כלכלית במצב של חוסר ודאות. על כן, ישנה חשיבות לבחירת פלטפורמה שתאפשר להעביר את המסר בגובה העיניים, תוך שמירה על שפה ממלכתית, ערכית ואמינה והגעה לקהל כמה שיותר נרחב.

בהתאם לכך, פלטפורמת "דקה לשמונה" נמצאה כמתאימה וכן כאפקטיבית ביותר להעברת המסרים של הקמפיין:

- **רמת קשב ואמון ציבורי גבוהה:** "דקה לשמונה" משודרת מיד לפני מהדורות החדשות המרכזיות בערוצים 9, 10, 11, 12, 13, 14 ו-15, ומאפשרת להציג מסר אינפורמטיבי בצורה ממלכתית, בפורמט שאינו פרסומי. בכך ניתן להגיע לקהל ממוקד ומעורב, בזמנים של מקסימום קשב טלוויזיוני.

- **נגישות לקהלים מגוונים – כולל פריפריה, עולים וקהלים מבוגרים:** פריסת השידורים בכל הערוצים המרכזיים, בשילוב אפשרות לתרגום לערבית, רוסית ואנגלית, מאפשרת חשיפה רחבה ואחידה לכל אזרחי המדינה, גם באזורים עם צריכת מדיה דיגיטלית נמוכה.

ניסיון מוכח בתחומים בעלי מורכבות ערכית: פלטפורמת "דקה לשמונה" שימשה בהצלחה בקמפיינים בנושאי שירות המדינה, תחבורה ציבורית, רווחה וצדק חברתי. קמפיינים אלו זכו לאהדה ציבורית רחבה, תרמו להבנה מעמיקה של המסרים, והובילו להגברת הנכונות לפעולה מצד קהלי היעד.

סיכום השיקולים 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 במדינות נוספות, לרבות ברשתות חברתיות.

**תקציב כולל לקמפיין : 786,496 ₪ לא כולל מע"מ (מדיה : 751,496 ₪ הפקה : 35,000 ₪) לא כולל מע"מ.
התקשרות עם הספק:**

בהתאם לתקנה (12)3 לתקנות חובת המכרזים, נערכה פנייה לחברת גריי קונטנט בע"מ, החברה בעלת הזיכיון הבלעדי על רצועות השידור של פלטפורמת "דקה ל-8", הכוללת את הערוצים 9, 10, 11, 12, 13, 14, 15, הרצועה משודרת בסמוך למהדורות החדשות, והיא עונה על הדרישות שהוצגו.

מאחר וחברת גריי קונטנט היא היחידה שמפעילה את רצועת דקה לשמונה, ומחזיקה בזכויות השידור הבלעדיות שלה בכלל ערוצי החדשות כאמור, בחינת חלופות בהתאם לסיפא של תקנה (12)3 לתקנות חובת המכרזים, החלה על התקשרות זו, אינה רלוונטית וממילא אינה אפשרית.

מטעם החברה נתקבלה הצעה הכוללת את המדיה ואת ההפקה, בסכום כולל של **786,496 ₪ לא כולל מע"מ**, כאשר מתוכו עבור המדיה : 751,496 ₪ (לא כולל מע"מ), ועבור רכיב ההפקה : 35,000 ₪ (לא כולל מע"מ).

רכיב ההפקה נמוך 25% משווי ההתקשרות הכולל עם הספק וכן אינו עולה על 15% מעלות כלל רכיבי המדיה, בהתאם למדיניות לפ"מ ולהחלטות ועדת מכרזים בנושא.

יצוין, כי הגם שככלל נוטה ועדת המכרזים ליישם את תקנת הפטור באופן מצמצם ולצאת למכרזים בתחום ההפקה ככל הניתן (למעט שת"פים), בנסיבות העניין כאשר חברת גריי מחזיקה בבלעדיות על רצועת דקה לשמונה והיא מבצעת את ההפקה באופן בלעדי, הוחלט לאורך השנים לאשר את ההתקשרויות הכוללות מדיה והפקה יחד תוך הקפדה על כך שכאמור, רכיב ההפקה נמוך מ 25% משווי ההתקשרות הכולל.

כן יצוין, כי מטעם גריי קונטנט הובהר, כי אחריותה על רכיב ההפקה נועד על מנת להבטיח את ייחודיות התשדירים ועל קו עיצובי אחיד, לצורך שימור המותג של "דקה לשמונה". כן הובהר מטעם הערוצים הרלוונטיים באישורי הבלעדיות שהוצגו לפ"מ לאורך השנים, כי לא ניתן לשדר ברצועות אלה תכנים שאינם עומדים באופי התשדירים ובקו העיצובי עליו אמונה גריי.

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. וכן לכללים הנהוגים בלפ"מ (הפקה עד 15% מכלל התקציב לקמפיין).

דין והחלטה :

לבקשת חברי ועדת המכרזים, גורמי המקצוע בלפ"מ, הציגו את מורכבות המסרים ואת חשיבות ודחיפות הקמפיין והצורך הייחודי לשימוש בפלטפורמת מדיה זו לצד מדיות נוספות, והכל כמפורט ברקע לפרוטוקול. זאת ועוד, חברי הוועדה התרשמו כי השימוש בפלטפורמה יעיל אף בהיבט התקציבי במיוחד בתקופה זו.

לאור כל האמור, ועדת המכרזים מאשרת התקשרות עם חברת גריי קונטנט בע"מ לביצוע קמפיין הסברה עבור בנק ישראל, לפי תקנה (12)3 לתקנות חובת המכרזים, התשנ"ג-1993.

היקף ההתקשרות: 786,496 ₪ לא כולל מע"מ (מדיה: 751,496 ₪ הפקה: 35,000 ₪) לא כולל מע"מ.

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

תקופת התקשרות: ממועד תחילת ההתקשרות עם הספק ועד חצי שנה ממועד עליית הקמפיין לאוויר.

לאור דחיפות הקמפיין, ההחלטה תפורסם בסמוך למועד קבלתה באתר מנהל הרכש ל-3 ימים, וזאת בטרם תצא לפועל ההתקשרות עם הספק. בתום פרק זמן זה, ובהיעדר החלטה אחרת של ועדת המכרזים, תיכנס ההתקשרות לתוקף באופן מיידי.



עוזר רייכמן

חשב



עו"ד נעם עמרן

יועמ"ש



מוריה שלום
מנהלת לשכת הפרסום
הממשלתית

יו"ר