

פרוטוקול ועדת מכרזים מתאריך 13/7/25
משתתפים: מוריה שלום, נועם עמרן ועידן רייכמן

**מס' 79/7/25 - משרד העליה והקליטה - התקשרות עם חברת גריי קונטנט בע"מ לביצוע קמפיין רפורמה
במקצועות רישוי לעולים**
פניית נורית פיינמן

רקע כללי:

מדינת ישראל ניצבת כיום בפני אתגר לאומי כפול. מחד גיסא, קיימת מצוקה מתמשכת ומשמעותית בכוח אדם מקצועי בתחומים מרכזיים כגון בריאות, חינוך, הנדסה ותעשיות נוספות. מאידך גיסא, נרשמת בשנים האחרונות עלייה במספר העולים החדשים, רבים מהם בעלי השכלה גבוהה, הכשרה מקצועית וניסיון תעסוקתי נרחב, המבקשים להשתלב בשוק העבודה המקומי ולתרום מיד עם עלייתם לישראל.

על רקע זה, מוביל משרד העלייה והקליטה מהלך אסטרטגי כולל באמצעות רפורמת הרישוי החדשה. רפורמה זו נועדה לאפשר לעולים להתחיל את תהליך הסדרת הרישוי המקצועי עוד טרם הגעתם לישראל, ובכך לצמצם את פרק הזמן עד לקבלת הרישיון והשתלבותם בפועל בשוק העבודה. מהלך זה מסיר חסמים בירוקרטיים, מקצר תהליכים, ומאפשר קליטה מקצועית מהירה המיטיבה הן עם העולים והן עם המשק הישראלי.

הקמפיין שילווה את הרפורמה יציב במרכזו את עקרון השותפות ההדדית בין העולים לבין מדינת ישראל: המדינה נהנית מכוח אדם איכותי ומיומן, והעולים זוכים להשתלבות מהירה, משמעותית ובעלת ערך בשוק העבודה ובמרקם החברתי.

מטרות הקמפיין:

1. ליידע את ציבור העולים בדבר הרפורמה החדשה שתאפשר להם קליטה מקצועית מהירה בשוק העבודה בהתאם להכשרתם.
2. ליידע את ציבור המעסיקים כי הרפורמה יוצרת הזדמנות לקלוט עובדים איכותיים מקרב העולים החדשים ובכך לתת מענה לצרכים ממשיים במשק.
3. לחזק את התמיכה הציבורית בעולים ולהגביר את המודעות לתרומתם הישירה לפיתוח הכלכלה והחברה בישראל.

מסרי הקמפיין:

- העולים מגיעים עם הכשרה מקצועית, ניסיון ורצון לתרום, והם משתלבים בעשייה הכלכלית והחברתית של המדינה כבר מרגע עלייתם.
- הדגשת ההזדמנות ולא הקושי – קמפיין חיובי ואופטימי.
- הרפורמה מעניקה יתרונות לשני הצדדים גם לעולים וגם למשק הישראלי, מהלך הדדי שמקדם את כלל החברה.

- העולים היו תמיד חלק בלתי נפרד מבניין הארץ, והם מוסיפים לסייע לשגשוגה גם כיום.
- העצמת תחושת הגאווה של העולים ותחושת השייכות שלהם.
- הדגשת השותפות והערך המשותף.

קהלי יעד:

1. עולים זכאים ובני משפחותיהם החיים בישראל או מתעתדים לעלות, תוך הדגשת ההזדמנות להשתלבות בטוחה ומהירה במקצועות שרכשו.
2. המעסיקים במשק – מודעות לכך שישנו כוח אדם איכותי, מקצועי ובעל ניסיון המוכן להשתלב בשוק העבודה.
3. הציבור הישראלי הרחב, מתוך מטרה לעודד תחושת הערכה ותמיכה חברתית כלפי ציבור העולים.

תקציב כולל לקמפיין : ₪ 5,000,000

הליך בחינת כיווני הקריאייטיב והתאמת המדיות לקמפיין:

במהלך גיבוש הקמפיין הוצגו מספר כיווני קריאייטיב, הן עבור קמפיין טלוויזיה רגיל והן עבור סרטון באורך של דקה, אשר מרכז את כלל המסרים הנדרשים. 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 ברפורמה חדשנית אשר הקהל פוגש בפעם הראשונה. על כן, ישנה חשיבות לבחירת פלטפורמה שתאפשר את פירוט הרפורמה, פירוט הקהלים והמקצועות, מבלי להתפשר על קריאטיב מרגש ומחבר שיעביר את מגוון המסרים שמוגדרים במטרות הקמפיין.

פלטפורמת "דקה לשמונה" נמצאה כמתאימה ביותר לכך, מהנימוקים הבאים:

הרצועה מצליחה להעביר מסרים ערכיים בצורה חמה ונגישה לקהל הרחב, רגע לפני החדשות. הבחירה לשלב בקמפיין את 'שיר השיירה' של אריק איינשטיין תומכת ברוח הזו – שיר שמדבר על מסע, על שייכות ועל בניית חיים חדשים יחד, ויעורר הזדהות מיידית גם בקרב עולים וגם בקרב הציבור הישראלי שיחבק את סיפורם.

השילוב של רצועת תוכן שמגיעה לקהל הרחב ברמת קשב גבוהה, עם פסקול שמרגש ומעורר תחושת גאווה – יאפשר להציג את הקמפיין כסיפור של הזדמנות, שותפות ותרומה הדדית, באופן שיאפשר לצופה לעשות את החיבור לעולם התוכן בצורה אורגנית, ולהתמקד במסרים של הרפורמה עצמה. כך המסר יעבור בצורה אותנטית, שממשיכה את הקו האנושי והמעצים של הקמפיין.

בהתאם לכך, פלטפורמת "דקה לשמונה" נמצאה כמתאימה והאפקטיבית ביותר להעברת המסרים בשלב זה של הקמפיין כמפורט להלן:

- 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 רגשי, בפורמט שאינו פרסומי. בכך ניתן להגיע לקהל ממוקד ומעורב, ברגע של מקסימום קשב טלוויזיוני.
- יכולת להעביר מסר ערכי ורגשי כאחד כמפורט לעיל.
- נגישות לקהלים מגוונים – כולל פריפריה, עולים וקהלים מבוגרים: פריסת השידורים בכל הערוצים המרכזיים, בשילוב אפשרות לתרגום לשפות שונות, מאפשרת חשיפה רחבה ואחידה לכל אזרחי המדינה ובמיוחד בקמפיין זה, גם באזורים עם צריכת מדיה דיגיטלית נמוכה.
- ניסיון מוכח בתחומים בעלי מורכבות ערכית: פלטפורמת "דקה לשמונה" שימשה בהצלחה קמפיינים בתחומי שירות המדינה, תחבורה ציבורית, גיוס לשירות לאומי, רווחה, וצדק חברתי – והובילה לאחדה ציבורית גבוהה, הבנה עמוקה של המסר, והגברת נכונות לפעולה.

כמפורט לעיל, השיקולים לבחירת המדיה המובילה:

- מדיה צמודת חדשות ובעלת אופי ייחודי ומבודל משאר הפרסומות.
- מדיה המאפשרת פעילות הסברה מורכבת, מעמיקה ובעלת אופי חדשותי ואינפורמטיבי.
- מדיה המאפשרת הקרנת סרטים ארוכים באורך דקה.
- תוצרי הפקה המאפשרים שימוש במדיות נוספות, לרבות ברשתות חברתיות.

התקשרות עם הספק:

בהתאם לתקנה 3(12) 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 המרכזיים 11, 12, 13 ו-14 וכן ערוצים 9 ו-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 3(12) לתקנות חובת המכרזים, החלה על התקשרות זו, אינה רלוונטית וממילא אינה אפשרית.

מטעם החברה נתקבלה הצעה הכוללת את המדיה ואת ההפקה, בסכום כולל של 1,987,632 ₪, כאשר מתוכו עבור המדיה: 1,592,632 ₪ (לא כולל מע"מ), ועבור רכיב ההפקה: 395,000 ₪ (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.

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).

הצעת המחיר צורפה לפניה.

דיון והחלטה:

לאור כל האמור, ולאור עמדת הגורם המקצועי כי לא ניתן להשיג את יעדי הקמפיין באופן מיטבי בדרך אחרת, ועדת המכרזים מאשרת התקשרות עם חברת גריי קונטנט בע"מ לביצוע קמפיין הסברה "הרפורמה לרישוי מקצועי לעולים" עבור משרד העליה והקליטה לפי תקנה 3(12) לתקנות חובת המכרזים, התשנ"ג-1993.

היקף ההתקשרות: 1,987,632 ₪ לא כולל מע"מ (הפקה 395,000 ₪, מדיה 1,592,632 ₪)

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

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

ההחלטה תפורסם בסמוך למועד קבלתה באתר מנהל הרכש ל-5 ימים, וזאת בטרם תצא לפועל ההתקשרות עם הספק. בתום פרק זמן זה, ובהיעדר החלטה אחרת של ועדת המכרזים, תיכנס ההתקשרות לתוקף באופן מיידי.

עידן רייכמן
חשב
לשכת הפרסום הממשלתית

חשב

עו"ד נעם עמרן

יועמ"ש

מוריה שלום

יו"ר