

פרוטוקול ועדת מכרזים מתאריך 11/8/25

משתתפים: מוריה שלום, נועם עמרן ועידן רייכמן

מס' 97/8/25 משטרת ישראל - התקשרות עם חברת גריי קונטנט בע"מ לביצוע קמפיין גיוס שוטרי סיור

פניית קארין לניאדו

רקע כללי:

בעקבות הצלחת קמפיין ההסברה האחרון ותרומתו המשמעותית לגיוס כוח אדם למשטרת ישראל, וכן המשוב החיובי שהתקבל מהציבור, הוחלט במשטרת ישראל על קיום קמפיין נוסף, בדגש על גיוס שוטרי סיור. תפקיד שוטרי הסיור משמש כליבת העשייה המבצעית של המשטרה הן בשגרה והן בשעת חירום, והוא חיוני להתמודדות עם האתגרים הביטחוניים והחברתיים המורכבים העומדים בפניה.

שוטרי הסיור הם הכוח המבצעי המרכזי בשטח, האמון על שמירת הסדר הציבורי וביטחון האזרחים. הם פועלים בניידות ברחבי השכונות, נוכחים באירועים רבי משתתפים ומקיימים קשר רציף עם הקהילה. בנוסף, הם הכתובת הראשונה להתמודדות עם כל אירוע בלתי צפוי וגורם מרכזי בביסוס תחושת הביטחון האישי של הציבור.

מאז פרוץ אירועי שבעה באוקטובר גבר הצורך בשוטרים הפועלים בשטח סביב השעון, במפגש ישיר עם הציבור, בשמירה על הסדר ובהפגנת נוכחות נחושה ואחראית. המציאות הנוכחית הביאה לשינוי עמוק בתפיסת השירות במשטרה, ומועמדים רבים מחפשים תפקיד שבו יוכלו להיות בחזית, להשפיע באופן ישיר ולתרום תרומה משמעותית לקהילה ולמדינה. תפקיד שוטרי הסיור מספק בדיוק את המענה הזה, עם הכשרה ייחודית, עשייה מבצעית מגוונת והזדמנות לקריירה בעלת משמעות.

בקמפיין זה, הדגש יינתן על אופיו הדינמי והמעצב של תפקיד שוטרי הסיור. יוצגו הערכים המרכזיים של התפקיד - אחריות, נחישות, מוכנות מתמדת ותחושת שליחות - תוך קריאה לצעירים ולצעירות המאמינים ביכולתם לשנות ולהשפיע להצטרף לשורות המשטרה.

מטרות הקמפיין:

1. מטרה עיקרית: גיוס כוח אדם איכותי ושאפתני לשירות במשטרת ישראל, עם דגש מיוחד על שוטרי סיור.
2. מטרה משנית: מיצוב משטרת ישראל כארגון מוביל ובעל אחריות ציבורית גבוהה, המדגיש את תרומתו החיונית לביטחון האישי והלאומי.

מסרי הקמפיין:

1. שירות כשוטרי סיור - נוכחות יומיומית בחזית הביטחון האזרחי והלאומי.
2. שוטרי הסיור הם הכתובת הראשונה והמיידיית לכל אזרח בישראל.
3. במשטרת ישראל מוצעים תנאי שירות מתקדמים, שכר הולם ותמיכה אישית ומקצועית.
4. המשטרה מציעה סביבת עבודה צעירה, דינמית, מאתגרת ובעלת משמעות.

קהל היעד:

- גברים ונשים בגילאי 21 עד 45, במגזר הכללי ובמגזר הערבי.
- כלל הציבור.

תקציב כולל לקמפיין: 4 מיליון ₪

חליך 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, 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 בשינוי עומק המשפיע על חלק נרחב באוכלוסייה. לכן, נדרשת פלטפורמה שתאפשר העברת מסרים בגובה העיניים, בשפה ממלכתית, ערכית ואמינה.

פלטפורמת "דקה לשמונה" נמצאה מתאימה במיוחד לכך, מהטעמים הבאים:

- רמת קשב ואמון ציבורי גבוהה – "דקה לשמונה" משודרת מיד לפני מהדורות החדשות המרכזיות בערוצים 9, 10, 11, 12, 13, 14 ו-15, ומעניקה אפשרות להציג מסר אינפורמטיבי רגשי בפורמט שאינו פרסומי. בכך ניתן להגיע לקהל ממוקד ומעורב ברגע של מקסימום קשב טלוויזיוני.
- יכולת לשלב מסר ערכי ורגשי – עבודת השיטור, ובפרט סיור ותנועה, נתפסת לעיתים כ"שקופה" או מובנת מאליה. סרטונים קצרים בפורמט דוקומנטרי-אנושי, המדגישים את השליחות, הערכים והיומיום של השוטרים, מחזקים את תחושת המשמעות בקרב מועמדים פוטנציאליים ומאפשרים גיוס רגשי אפקטיבי.
- נגישות לקהלים מגוונים – הפריסה בכל הערוצים המרכזיים, בשילוב אפשרות לתרגום לערבית, רוסית ואנגלית, מבטיחה חשיפה רחבה ואחידה לכלל אזרחי המדינה, לרבות באזורים שבהם צריכת המדיה הדיגיטלית נמוכה.
- ניסיון מוכח בתחומים בעלי מורכבות ערכית – הפלטפורמה שימשה בהצלחה קמפיינים בתחומי שירות המדינה, תחבורה ציבורית, גיוס לשירות לאומי, רווחה וצדק חברתי, והביאה לאהדה ציבורית גבוהה, הבנה מעמיקה של המסרים והגברת הנכונות לפעולה.

- הקמפיין הנוכחי מתמקד בהנעה לפעולה, אך גם בבניית תדמית מחודשת לתפקיד השוטר – כמגן על הציבור, הפועל מתוך שליחות וזוכה להוקרה. השימוש ב"דקה לשמונה" נועד לא רק להפיץ את המסר, אלא לשמש כלי מהותי לחיזוק הקשר בין האזרח לשוטר, ולהעמקת תחושת השליחות, האמון והגאווה בתפקיד.

נוכח העובדה כי מדובר בתוכן הסברתי, יבוצעו נגזרות לסרטונים באורך של 30 שניות על מנת ליצור חשיפה מרבית למסר המורכב בטלוויזיה ובדיגיטל תוך שימוש במדיה אינפורמטיבית שמותאמת להעברת מסרים מורכבים.

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 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 המרכזיים 11, 12, 13, וכן ערוצים 9, 14 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 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 1,608,216 ₪, כאשר מתוכו עבור המדיה: 1,208,216 ₪ (לא כולל מע"מ), ועבור רכיב ההפקה: 400,000 ₪ (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 שכללל 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 ללפ"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:

לאור כל האמור, ובהתאם לעמדת הגורם המקצועי שלפיה אין דרך חלופית להשגת יעדי הקמפיין במלואם, ועדת המכרזים מאשרת התקשרות עם חברת גריי קונטנט בע"מ לביצוע קמפיין גיוס שוטרי סיור עבור משטרת ישראל לפי תקנה 3(12) לתקנות חובת המכרזים, התשנ"ג-1993.

היקף ההתקשרות: 1,608,216 ₪ לא כולל מע"מ (הפקה 400,000 ₪ ש"ח, מדיה 1,208,216 ₪)

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

עו"ד נעם עמרון
יועמ"ש

מוריה שלום
מנהלת לשכת הפרסום
הממשלתית
מוריה שלום
יו"ר