

פרוטוקול ועדת מכרזים מתאריך 11/11/25
משתתפים: מוריה שלום, נועם עמרן ועידן רייכמן

מס' 145/11/25 משרד הרווחה - אישור שת"פ דיגיטל עם ישראל בידור
פנייתו של: ישראל פריד

רקע:

משרד הרווחה מבקש לצאת בקמפיין ייעודי לצורך חיזוק המודעות למסגרות מית"ר – מסגרות טיפוליות ושיקומיות המופעלות ברשויות המקומיות ומיועדות לבני נוער המצויים על רצף הסיכון, לרבות נוער המצוי בנשיה חלקית או מלאה ממסגרות חינוך או תעסוקה. מסגרות מית"ר פועלות במודל הוליסטי הכולל מנהלת, מדריכים ועובדים סוציאליים המעניקים ליווי אישי ותעסוקתי. התעסוקה מהווה כלי טיפולי מרכזי לפיתוח הרגלי התמדה, אחריות ותחושת מסוגלות. הקמפיין נדרש על רקע רצון המשרד להעלות את המודעות למסגרות, להנגיש אותן בפני בני נוער בסיכון, לחזק את תפיסתן כמענה איכותי, ולהציג לציבור הרחב את פעילות המשרד.

מטרות הקמפיין:

1. יצירת חשיפה חיובית ומרגשת למסגרות מית"ר מנקודת מבטם של בני הנוער עצמם.
2. הצגת מית"ר כמענה איכותי, מקצועי ונגיש עבור נוער בסיכון.
3. העלאת מודעות לקיומן של מסגרות טיפוליות ושיקומיות שמציע משרד הרווחה.
4. עידוד פנייה יזומה למחלקות הרווחה המקומיות לקבלת מענה מותאם.
5. הצגת פעילותו הרחבה של משרד הרווחה בתחום הנוער בסיכון בפני הציבור הרחב.

הפתרון הפרסומי ויתרונותיו לקהל היעד:

קהל היעד המרכזי של הקמפיין הוא בני נוער בסיכון, קהל צעיר הצורך ברובו תוכן דיגיטלי. על כן, נדרש פתרון המבוסס על משפיענים, אותנטיות ורלוונטיות.

בעוד פתרונות פרסום מסורתיים מספקים חשיפה רחבה, בקמפיין הפונה לנוער במצבי מצוקה ונשיה יש יתרון ברור לפתרון המבוסס על תוכן אותנטי. עבודה עם משפיענים ויצירת תיעוד חווייתי מאפשרות להעביר את הסיפור באופן אישי, ליצור חיבור רגשי ולהעמיק את תחושת ההזדהות – מרכיבים החשובים במיוחד עבור קהל יעד זה.

לפי"מ פנתה לשתי חברות תוכן דיגיטלי המתמחות בהפקת תוכן עבור קהל יעד צעיר:

1. חברת פרוגי.
2. חברת ישראל בידור

בנוסף, לפי"מ בדקה מול ערוצי הדיגיטל של "ערב טוב עם גיא פינס" האם קהל היעד פעיל אצלם, ונענתה בשלילה.

חברת פרוגי הסירה מועמדותה בשל עניינים פנימיים.
חברת ישראל בידור העבירה הצעה בעלות של 269,000 ₪ ללא מע"מ, הכוללת את הרכיבים הבאים:

הפקה:

בחירת 3 משפיענים מרשימה סגורה. ליווי המשפיענים במסגרת מית"ר ויצירת תוכן אותנטי המציג את בני הנוער, הפעילות התעסוקתית-טיפולית והחווייה במסגרות.

מדיה (בהיקפים כמפורט בפנייה) :

1. ריל בישראל בידור.
2. סטוריו בערוץ ישראל בידור.
3. טיק טוק בערוץ ישראל בידור
4. מדיה בעמוד המשפיענים

ההצעה נבדקה על ידי ישראל פריד מנהל תחום המידה בלפ"מ וע"י גב' שמרית לוקסנבורג, מנהלת תחום דיגיטל בלפ"מ ונמצא כי היא מתאימה למטרות השת"פ וכי היא עומדת בדרישת יחס הפקה מדיה, ולפיכך לפ"מ מעוניינת בשת"פ עם חברת ישראל בידור כמפורט לעיל.

מצורף כנספח לפרוטוקול זה טופס הפנייה לוועדה וכן הצעת המחיר של הספק

החלטה: ועדת המכרזים מאשרת התקשרות לצורך שת"פ דיגיטל עם ישראל בידור לקמפיין "למיתר – מסגרת טיפולית שיקומית ייחודית" עבור משרד הרווחה בהתאם לתקנה 3(12) לתקנות חובת המכרזים, התשנ"ג - 1993.

אישור ההתקשרות מותנה בכך כי השת"פ על כל תכניו לא יכלול השתתפות של נבחרי ציבור, בכל צורה שהיא אלא אם הדבר אושר ע"י היועץ המשפטי לממשלה, וכי השתתפות אחרת של עובדי מדינה בשת"פ (ובכלל זה ראיונות, כתבות, איזכור שמי ועוד) תעשה בכפוף לאישור מפורש וכתוב של היועץ המשפטי של המשרד.

מנהל הלקוח בלפ"מ המטפל בנושא יפקח על זהות המשתתפים בתכני השת"פ, לרבות זהות עובדי המדינה אשר ישתתפו בשת"פ (ככל וישתתפו), ויהיה אחראי לעמידת הפרסום בכל הכללים הרלוונטיים.

כמו כן, במסגרת השת"פ לא יחולקו פרסים.

כל תכני השת"פ יכללו גילוי נאות בולט וברור בנוסח "תוכן במימון משרד הרווחה או "תוכן ממומן מטעם משרד הרווחה" ויעמדו בכל תנאי הגילוי הנאות של נוהל שת"פ עם כלי התקשורת.

שם ספק: ישראל בידור, ח.פ. 515976256

היקף ההתקשרות: 269,000 ₪ לא כולל מע"מ

תקופת התקשרות: מיום החלטה זו ועד לביצוע מלוא התחייבויות הספק בהתאם להצעת הספק המצ"ב לבקשה.

עידן רייכמן
חשב
לשכת המכרזים-הממשלתית
עידן רייכמן

חשב

(6-8-20)
עו"ד נעם עמרן

יועמ"ש

מוריה שלום
מוריה שלום

יו"ר