

פרוטוקול ועדת מכרזים מתאריך 4/2/2026
משתתפים: מוריה שלום, נועם עמרן ועידן רייכמן

מס' 17/2/26 - משרד התחבורה - התקשרות עם חברת גריי קונסטנט בע"מ לביצוע קמפיין בנושא –
"שירותי רישוי מקוונים"
שם הפונה: טלי מורלי

רקע כללי:

משרד התחבורה מצוי בעיצומו של מהלך אסטרטגי רחב היקף להנגשת שירותי הרישוי לציבור, כחלק ממדיניות ממשלתית כוללת לקידום שירותים דיגיטליים, לשיפור חוויית השירות ולהפחתת בירוקרטיה. במסגרת מהלך זה הועברו לערוצים מקוונים, באמצעות האזור האישי הממשלתי, עשרות שירותי רישוי מרכזיים אשר בעבר חייבו הגעה פיזית לסניפי משרד הרישוי, קביעת תור והמתנה ממושכת.

השירותים הדיגיטליים כוללים, בין היתר, פעולות בתחומי הנהיגה, מבחני הנהיגה, מיקרו מוביליטי, תגי נכה ושירותי רכב. שירותים אלה מאפשרים ביצוע פעולות רישוי באופן זמין, פשוט ונגיש מכל מקום ובכל עת. מהלך זה מבטא שינוי מהותי בתפיסת השירות הציבורי ומציב רף חדש של זמינות, יעילות ונוחות.

עם זאת, חרף הרחבת היצע השירותים המקוונים והפיתוח הטכנולוגי המשמעותי, ניכרת מגמה של המשך הגעה לסניפים הפיזיים, לעיתים ללא צורך ממשי. מגמה זו נובעת, בין היתר, מחוסר מודעות להיקף השירותים הדיגיטליים, מהרגלי שימוש מושרשים, מחשש מתקלות טכנולוגיות ומתדמית היסטורית של תחום הרישוי כמסורבל ובירוקרטי.

על רקע זה נדרש מהלך הסברתי ותקשורתי יזום, רחב היקף וממוקד, שמטרתו שינוי דפוסי שימוש, העלאת מודעות, חיזוק האמון בשירותים המקוונים והטמעת השירות הדיגיטלי כברירת המחדל במתן שירותי הרישוי.

מטרות הקמפיין:

1. שינוי דפוסי התנהגות והטמעת השירות הדיגיטלי כברירת המחדל בשירותי הרישוי.
2. העלאת מודעות הציבור למגוון שירותי הרישוי הזמינים באמצעים מקוונים.
3. חיזוק אמון הציבור באמינות, בבטיחות וביעילות השירותים הדיגיטליים.
4. שיפור תדמית תחום הרישוי ממערכת בירוקרטית ומסורבלת לשירות מתקדם, פשוט ונגיש.
5. צמצום ההגעה הפיזית לסניפים והפחתת עומסים וזמני המתנה.

מסרי הקמפיין:

- שירותי הרישוי הדיגיטליים פשוטים, מהירים וחוסכים זמן.
- השירותים אמינים, בטוחים ומופעלים על ידי משרד התחבורה כגוף ממשלתי רשמי.
- מרבית פעולות הרישוי ניתנות לביצוע מקוון, בכל עת ומכל מקום, ללא צורך בהגעה לסניף.
- המעבר לשירות דיגיטלי מיטיב הן עם האזרח והן עם המערכת הציבורית.

קהל היעד:

1. כלל אזרחי ישראל המחזיקים ברישיון נהיגה ובעלי כלי רכב.
2. צעירים ובוגרים המשתמשים בשירותים דיגיטליים באופן שוטף אך אינם מודעים להיצע השירותים בתחום הרישוי.
3. אזרחים בני ארבעים וחמש ומעלה המורגלים בשירות פרונטלי ומגלים חשש ממעבר לשירות מקוון.
4. אוכלוסיות בעלות צרכים ייחודיים, ובהן נהגים מקצועיים, אנשים עם מוגבלות ועולים חדשים.
5. בעלי עסקים וסוחרים בתחומי הרכב והנהיגה.

הליך בחינת כיווני הקריאייטיב והתאמת המדיעות 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 המובילה ליעדי הקמפיין

לאחר בחינה מקצועית של מאפייני הקמפיין, יעדיו והקשרו הציבורי, נמצא כי פלטפורמת דקה לשמונה המשודרת בערוצים 9, 10, 11, 12, 13, 14 ו-15 בטלוויזיה, בצמידות למהדורות החדשות המרכזיות, היא הפלטפורמה המתאימה ביותר לשידור קמפיין הסברתי רחב היקף, העוסק בקידום והטמעת שירותי רישוי דיגיטליים מטעם משרד התחבורה והבטיחות בדרכים.

פלטפורמת דקה לשמונה מאפשרת העברת מסרים מערכתיים ובעלי חשיבות ציבורית באמצעות תשדירים בעלי אופי הסברתי, ממלכתי ואינפורמטיבי, המשודרים כתשדיר נפרד ובולט, ואינם משולבים ברצף הפרסומות. מאפיין זה חיוני לקמפיין העוסק בשינוי הרגלי שימוש של הציבור ובהנגשת שירות ממשלתי מרכזי, הדורש אמון, בהירות ותחושת ביטחון מצד האזרח.

הקמפיין עוסק בקידום מעבר לשירותי רישוי מקוונים, כחלק ממהלך ממשלתי רחב לשיפור חוויית השירות הציבורי, צמצום בירוקרטיה, חיסכון בזמן והפחתת עומסים פיזיים במשרדי הרישוי. מטרת הקמפיין היא להעלות מודעות לזמינות השירותים הדיגיטליים, לחזק את אמון הציבור באמינותם ובבטיחותם, ולעודד שינוי התנהגותי שיביא לבחירה בשירות המקוון כברירת מחדל - לפני הגעה פיזית לסניף. לפיכך, קיימת חשיבות לבחירת פלטפורמה המאפשרת להעביר מסר ממלכתי, אחראי ואמין, שאינו נתפס כפרסומי או מסחרי, אלא כהסברתי וציבורי, התואם את רגישות התחום ואת הצורך בחיזוק אמון הציבור במערכות הממשלתיות. פלטפורמת דקה לשמונה נמצאה מתאימה ביותר לכך, מהנימוקים הבאים:

- רמת קשב ואמון ציבורי גבוהה: דקה לשמונה משודרת בצמידות למהדורות החדשות המרכזיות בערוצים 9, 10, 11, 12, 13, 14 ו-15, ומאפשרת הצגת מסר הסברתי וברור ברגע של מקסימום קשב טלוויזיוני, בפורמט שאינו פרסומי, הנתפס כבעל סמכות ואמינות.
- יכולת להעביר מסר הסברתי וממלכתי: הפורמט מאפשר הצגת מידע ברור, ענייני ונגיש בנוגע לשירותי הרישוי הדיגיטליים, אופן השימוש בהם והיתרונות לאזרח, באופן המחזק תחושת ביטחון, שליטה ונוחות, ומפחית חששות ממעבר לשירות מקוון.
- נגישות לקהלים מגוונים: פריסת השידורים בכל הערוצים המרכזיים, לצד אפשרות להתאמת תכנים ותרגום לשפות שונות, מאפשרת פנייה לכלל חלקי החברה הישראלית - צעירים ומבוגרים, אזרחים בעלי אוריינות דיגיטלית גבוהה ונמוכה, עולים חדשים ואוכלוסיות ייחודיות.
- ניסיון מוכח בהובלת קמפיינים ציבוריים לשינוי התנהגות: הפלטפורמה שימשה בעבר להעברת מסרים ציבוריים רחבי היקף, שמטרתם שינוי דפוסי פעולה של הציבור, והוכיחה יכולת לייצר הבנה, אמון והיענות בפועל מעבר לחשיפה תקשורתית בלבד.

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 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 לתקנה 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 1,358,951 ₪ לא כולל מע"מ, כאשר מתוכו עבור המדיה: 1,038,951 ₪ (לא כולל מע"מ), ועבור רכיב ההפקה: 320,000 ₪ (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 הכוללת 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.

דיון ועדת המכרזים והחלטה:

לאחר דיון בהמלצת גורמי המקצוע, ועדת המכרזים מאשרת התקשרות עם חברת גריי קונטנט בע"מ לביצוע קמפיין "**שירותי רישוי מקוונים**". עבור משרד התחבורה, לפי תקנה 3(12) לתקנות חובת המכרזים, התשנ"ג-1993.

היקף ההתקשרות: 1,358,951 ₪ לא כולל מע"מ (מדיה: 1,038,951 ₪, הפקה: 320,000 ₪), 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.

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


עו"ד נעם עמרן

יועמ"ש


מוריה שלום

יו"ר