

פרוטוקול ועדת מכרזים מתאריך 19/1/26
משתתפים: מוריה שלום, נועם עמרן ועידן רייכמן

מס' 9/1/26 - משרד הכלכלה – התקשרות עם אקו"ם לקבלת רישיון שימוש ביצירה המוסיקלית "לתת" עבור קמפיין עידוד קניה מעסיקים של מילואימניקים עבור משרד הכלכלה.
פונה: ליאנה פזע

רקע:

אלפי עסקים קטנים ובינוניים בבעלות משרתי ומשרתות מילואים מתמודדים עם קשיים כלכליים משמעותיים, בין היתר עקב היעדרות ממושכת מניהול שוטף של העסק. בהתאם להחלטת ממשלה, משרד הכלכלה פועל לעידוד רכש של הציבור מעסקים בבעלות משרתי ומשרתות מילואים, לחיזוק הקשר בין הציבור למשרתי המילואים ולהבעת הוקרה, הערכה ותמיכה ציבורית במי שפעלו למען ביטחון המדינה.

מטרות הקמפיין:

1. עידוד רכישת מוצרים ושירותים מעסקים בבעלות משרתי ומשרתות מילואים.
2. הגברת המודעות לקשיים הכלכליים עמם מתמודדים בעלי עסקים במילואים.
3. חיזוק הקשר וההזדהות של הציבור עם משרתי המילואים.
4. יצירת תנועה משמעותית לדף הנחיתה הייעודי.

במסגרת תכנון והפקת הקמפיין, ולאחר בחינה מקצועית שבוצעה על ידי גורמי המקצוע בלפ"מ בשיתוף משרד הכלכלה, נמצא כי לצורך חיזוק הממד הרגשי, הגברת תחושת האמינות והעמקת ההזדהות עם המסר, יש מקום לשלב בקמפיין שיר ישראלי מוכר, אשר ישמש רכיב קריאטיבי מרכזי.

שילוב שיר מוכר בקמפיין פרסומי תורם להשגת מטרות הקמפיין במספר היבטים מקצועיים מרכזיים:

1. יצירת חיבור רגשי מידי עם הקהל, באמצעות הפעלת זיכרונות, רגשות ואסוציאציות מוכרות.
2. משיכת תשומת לב ובלטיה בסביבה פרסומית רוויה במסרים מתחרים.
3. חיזוק תחושת האמינות והאהדה כלפי המסר, באמצעות זיקה לתרבות הישראלית המשותפת.
4. העברת מסר רגשי באופן תמציתי ויעיל, ללא צורך בהסברה מילולית מורחבת.
5. הגברת זכירות הקמפיין, נוכח הנטייה לזכור מנגינות יותר מטקסטים.
6. חיזוק הזהות התרבותית של הקמפיין והקשר לערכים ולאווירה אליהם הוא מבקש להתחבר.

בהתאם לכך, הוחלט לבחור בשיר לתת מאת בועז שרעבי וחמוטל בן זאב, אשר נמצא כמתאים ביותר למסר הקמפיין ולשיקולי עלות תועלת, ולפעול להסדרת זכויות היוצרים הנדרשות לצורך השימוש בו. החלטה זו התקבלה לאחר בחינה מקצועית של שלוש חלופות לשירים בעלי זיקה למסרי תודה והוקרה, במסגרתה חלופה אחת נפסלה נוכח סירוב בעל הזכויות הזר לאפשר שימוש ביצירה, וחלופה נוספת נמצאה בעלת עלות גבוהה באופן משמעותי.

מצ"ב מכתב הפנייה לוועדה.

נוכח האמור וכמפורט במכתב הפניה לוועדה, נערכה פנייה לחברת אקו"ם בע"מ, המוסמכת להעניק רישיון שימוש ביצירה לצורך הקמפיין, לשם רכישת זכויות היוצרים עבור השיר "לתת" מאת בועז שרעבי וחמוטל בן זאב. מטעם אקו"ם התקבלה הצעת מחיר ראשונית בסך ₪ 250,000 לא כולל מע"מ, ולאחר ניהול משא ומתן הופחתה ההצעה לסך של 180,000 ₪ לא כולל מע"מ.

ההצעה נבדקה ע"י מנהלת תחום תוכן והפקת וידאו בלפ"מ שרית יפת, ונמצאה הולמת את הפופולריות של השיר, ואף נמוכה ביחס למחירי השוק ביחס לתקופת השימוש בשיר ואמצעי המדיה בהם ישודר הקמפיין.

מצ"ב הצעת המחיר.

החלטה: ועדת המכרזים מאשרת התקשרות עם חברת אקו"ם לשם קבלת רישיון שימוש ביצירה המוסיקלית "לתת" לשימוש בקמפיין עידוד קניה מעסקים של מילואימניקים, בהתאם להוראות תקנה 113(1) לתקנות חובת המכרזים, התשנ"ג-1993.


ההחלטה מותנית באישור ועדת הפטור המשרדית, בשים לב לסכום ההתקשרות ובהתאם לתקנה 10א(ב)(1) לתקנות חובת המכרזים.

שם הספק: אקו"ם ח.פ. 520012980.

היקף ההתקשרות: 180,000 ₪ לא כולל מע"מ

תקופת התקשרות: ממועד ההתקשרות עם הספק למשך חצי שנה, מיום עליית הקמפיין לאוויר.


עילך דיכמן
חשב


עו"ד נעם עמון
יועמ"ש


מוריה שלום
מנהלת לשכת הפרסום הממשלתית
יו"ר