

פרוטוקול ועדת מכרזים מתאריך 23/6/26

משותפים: מוריה שלום, עידן רייכמן, נועם עמרן

מס' 92/6/26 – משרד החינוך - התקשרות עם חברת גריי קונטנט בע"מ לביצוע קמפיין תוכנית למידה מותאמת אישית לקראת שנת הלימודים החדשה

פנייתו של ליאור מאי

רקע כללי:

מערכת החינוך בישראל ניצבת כיום בפני אתגרים משמעותיים הנובעים משינויים מואצים בעולם הידע, הטכנולוגיה והתעסוקה. במציאות שבה הידע מתעדכן בקצב חסר תקדים, מאפייני הלמידה משתנים והצורך במענה אישי לכל תלמיד ותלמידה הולך וגובר, נדרשת תפיסה חינוכית חדשה המותאמת לעידן הנוכחי.

על רקע זה מוביל מינהל חדשנות וטכנולוגיה במשרד החינוך את "תוכנית 720" - התוכנית הלאומית ללמידה מותאמת אישית בעידן הבינה המלאכותית. מדובר במהלך לאומי רחב היקף ופורץ דרך, המבקש לחולל שינוי באופן שבו תלמידים לומדים, מורים מלמדים ובתי ספר מקבלים החלטות פדגוגיות. התוכנית משלבת פדגוגיה מתקדמת, בינה מלאכותית, פיתוח מקצועי לצוותי החינוך ושימוש מושכל בנתונים, במטרה לאפשר היכרות מעמיקה ומדויקת יותר עם צורכיו של כל תלמיד ותלמידה. באמצעות כלים טכנולוגיים מתקדמים ניתן לזהות חוזקות, פערים, תחומי עניין וקצב התקדמות, ובהתאם לכך להתאים תהליכי למידה באופן אישי ומדויק יותר.

במקביל, התוכנית מחזקת את מעמדם המקצועי של אנשי ונשות החינוך ומעמידה אותם במרכז העשייה. הבינה המלאכותית אינה מחליפה את המורה, אלא מספקת כלים מתקדמים המסייעים בקבלת החלטות, בהתאמת תכנים ובהעמקת ההיכרות עם תלמידים. כך מתאפשר לצוותי החינוך להקדיש זמן רב יותר לעבודה החינוכית, הערכית והאישית, שהיא ליבת העשייה החינוכית.

משרד החינוך מבקש להוביל מהלך הסברתי רחב היקף שינגיש לציבור את חזון "תוכנית 720", יחזק את ההבנה באשר לתרומתה למערכת החינוך ויבסס את תפיסת הלמידה המותאמת אישית כאחד ממנועי הצמיחה המרכזיים של החינוך בישראל בעידן הבינה המלאכותית.

הקמפיין מתוכנן לעלות בתחילת חודש יולי 2026 ולהימשך עד אמצע החודש. מועד זה נבחר בשל רמת הקשב הגבוהה של קהלי היעד בתקופה זו. החל מאמצע חודש יולי יורדת רמת הקשב לנושאים חינוכיים בשל חופשת הקיץ, ואילו בימים הסמוכים לפתיחת שנת הלימודים מתמקד השיח הציבורי בהיערכות התפעולית לשנה החדשה.

משרד החינוך רואה ב"תוכנית 720" אחד ממנועי הצמיחה המרכזיים של מערכת החינוך בשנים הקרובות, והיא צפויה לתפוס מקום מרכזי בשנת הלימודים הקרובה. לצד חשיפת התוכנית לציבור, מבקש המשרד לייצר היכרות מוקדמת עמה, לקיים שיח מקצועי וציבורי ולקבל משוב מגורמי העניין השונים, במטרה לדייק ולשפר את יישומה ככל הניתן.

מטרות הקמפיין:

1. בניית אמון בקרב קהלי היעד וגיוס תמיכתם בתוכנית, בדגש על אנשי ונשות החינוך המהווים גורם מרכזי בהצלחתה.
2. העלאת מודעות ציבורית ל"תוכנית 720" ולחזון הלמידה המותאמת אישית.
3. חיזוק ההבנה כי הבינה המלאכותית משמשת כלי מסייע לצוותי החינוך ואינה מחליפה אותם.
4. הצגת יתרונותיה של הלמידה המותאמת לצרכים, ליכולות ולקצב ההתקדמות של כל תלמיד.
5. חיזוק האמון הציבורי בחדשנות החינוכית שמוביל משרד החינוך.
6. עידוד שיח ציבורי חיובי סביב שילוב טכנולוגיה ובינה מלאכותית בחינוך.
7. חיזוק מעמדם המקצועי של נשות ואנשי החינוך כחלק מרכזי ובלתי נפרד מהתהליך.

מסרי הקמפיין:

- כל תלמיד ותלמידה יכולים ללמוד בדרך המתאימה להם.
- לראשונה בישראל – למידה מותאמת אישית בקנה מידה לאומי.
- בינה מלאכותית מסייעת למורים להכיר טוב יותר את תלמידיהם ולהתאים את הלמידה לצורכיהם.
- הטכנולוגיה מתקדמת, והמורה נשאר במרכז.
- חינוך מותאם אישית מוביל ללמידה משמעותית ואפקטיבית יותר.
- "תוכנית 720" מכינה את תלמידי ישראל לאתגרי העתיד.
- יותר התאמה אישית, יותר הזדמנויות להצלחה.

קהל יעד:

1. הורים לתלמידים במערכת החינוך.
2. נשות ואנשי חינוך.
3. מנהלי בתי ספר ובעלי תפקידים במערכת החינוך.
4. הציבור הרחב.
5. מובילי דעת קהל בתחומי החינוך, הטכנולוגיה והחדשנות.

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 בחינה מקצועית של מאפייני הקמפיין, יעדיו וההקשר החינוכי והציבורי שבו הוא פועל, נמצא כי פלטפורמת דקה לשמונה, המשודרת בערוצים 9, 10, 11, 12, 13, 14 ו-15 בטלוויזיה, בצמידות למהדורות החדשות המרכזיות, היא הפלטפורמה המתאימה ביותר להובלת מהלך הסברתי ארצי מטעם משרד החינוך.

פלטפורמת דקה לשמונה מאפשרת העברת מסרים מורכבים ובעלי חשיבות ציבורית רחבה באמצעות תשדירים בעלי אופי הסברתי וממלכתי, המשודרים כתשדיר עצמאי ונפרד שאינו משולב במקבץ הפרסומות. מאפיין זה חיוני במיוחד בקמפיין העוסק בחדשנות חינוכית, למידה מותאמת אישית ושילוב בינה מלאכותית במערכת החינוך, שכן מדובר בנושא מורכב המחייב הסברה מעמיקה, בניית אמון והנגשת מידע לציבור הרחב.

בהתאם למטרות הקמפיין, קיימת חשיבות לבחירת פלטפורמה בעלת אופי ממלכתי, אמין ובעל רמת קשב גבוהה, המסוגלת להסביר לציבור מהלך חינוכי רחב היקף הכולל מושגים מקצועיים, טכנולוגיים ופדגוגיים, באופן ברור, נגיש ומעורר אמון. פלטפורמת דקה לשמונה מאפשרת להציג את מכלול מרכיבי

התוכנית לצד הערך האנושי והחינוכי העומד בבסיסה, ולייצר הבנה רחבה של השינוי שמובילה מערכת החינוך עבור תלמידי ישראל, צוותי ההוראה ובתי הספר.

כמפורט לעיל, השיקולים לבחירת המדיה המובילה:

1. מדיה צמודת חדשות ובעלת אופי ייחודי ומבודל משאר הפרסומות.
2. מדיה המאפשרת פעילות הסברה מורכבת, מעמיקה ובעלת אופי חדשותי ואינפורמטיבי.
3. מדיה המאפשרת הקרנת סרטים ארוכים באורך דקה.
4. 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, וכן ערוצים 14, 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 1,595,134 ₪ לא כולל מע"מ כאשר מתוכו עבור המדיה: 1,265,134 ₪ (לא כולל מע"מ), ועבור רכיב ההפקה: 330,000 ₪ (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 לפ"מ לאורך השנים, כי לא ניתן לשדר ברצועות אלה תכנים שאינם עומדים באופי התשדירים ובקו העיצובי עליו אמונה גריי.

הצעת המחיר צורפה לפנייה.

בדיקת ההצעה:

ההצעה נבדקה ע"י ישראל פריד מנהל מחלקת המדיה בלפ"מ וע"י שרית יפת, מנהלת תחום תוכן והפקת וידיאו, 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).

החלטה:

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 תוכנית למידה מותאמת אישית לקראת פתיחת שנת הלימודים החדשה, עבור משרד החינוך לפי תקנה 3(12) לתקנות חובת המכרזים, התשנ"ג-1993.

היקף ההתקשרות: 1,595,134 ₪ לא כולל מע"מ (הפקה 330,000 ש"ח, מדיה 1,265,134 ₪)

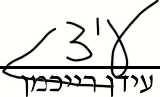
שם הספק: גריי קונטנט בע"מ, ח.פ. 514003110.

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.


עו"ד נעם עמרן

יועמ"ש


עידו דביכמן

חשב


מנהלת לשכת הפרסום הממשלתית
מוריה שלום

יו"ר