

פרוטוקול ועדת מכרזים מתאריך 6/7/26
משותפים: מוריה שלום, עידן רייכמן, נועם עמרון

מס' 102/7/26 – משרד הרשות הלאומית לבטיחות בדרכים - התקשרות עם חברת גריי קונטנט בע"מ לביצוע קמפיין הסברה בנושא אכיפה מוגברת להפחתה ולמניעה של תאונת דרכים.
פנייתו של טלי מורלי

רקע כללי:

בשנים האחרונות מדינת ישראל מתמודדת עם אתגר מתמשך של תאונות דרכים, הנגרמות בין היתר כתוצאה מעבירות תנועה מסכנות חיים, ובהן שימוש בטלפון נייד בזמן נהיגה, נהיגה במהירות מופרזת, עקיפות מסוכנות ואי ציות לכללי הבטיחות. כחלק ממאמץ לאומי לצמצום מספר הנפגעים בכבישים, הרשות הלאומית לבטיחות בדרכים ומשטרת ישראל מובילות מהלך משמעותי של הרחבת יכולות האכיפה באמצעות שילוב טכנולוגיות מתקדמות. במסגרת זו הוטמעו כלים דיגיטליים חדשים המאפשרים זיהוי ותיעוד עבירות ללא תלות במפגש פיזי בין שוטר לנהג, ובכך מתאפשרת יכולת אכיפה רחבה, רציפה ואפקטיבית יותר. המעבר לאכיפה טכנולוגית מהווה שינוי משמעותי בתפיסת הנהיגה בישראל - הנהגים נדרשים להבין כי הכביש נמצא תחת פיקוח מתמשך, וכי עבירות מסכנות חיים אינן נעלמות מעין המערכת.

נתוני התוכנית מצביעים על מגמה חיובית מאז תחילת האכיפה המוגברת, עם ירידה במספר התאונות הקשות והקטלניות ובמספר הנפגעים. יחד עם זאת, הצלחת המהלך לאורך זמן תלויה לא רק ביכולת האכיפה אלא גם ביצירת שינוי תפיסתי והתנהגותי בקרב הציבור.

על רקע זה, נדרש קמפיין הסברתי לאומי אשר יחזק את תחושת ההרתעה, יבהיר את נוכחות האכיפה בכל זמן ובכל מקום, ויחדד את המסר כי האחריות לשמירה על החיים בכביש נמצאת בידיים של כל אחד ואחת מהנהגים.

מטרות הקמפיין:

1. חיזוק תחושת ההרתעה בקרב נהגים והטמעת המסר כי "רואים אתכם תמיד"
2. העלאת תפיסת הסיכוי להיתפס בעת ביצוע עבירות מסכנות חיים
3. יצירת מודעות לכך שהאכיפה הדיגיטלית מאפשרת פיקוח רחב, רציף ועקבי יותר בכבישים
4. חיזוק ההבנה כי אכיפה מוגברת נועדה להציל חיים ולא רק להעניש
5. עידוד נהגים לקחת אחריות אישית ולהפוך לשותפים במאבק לצמצום תאונות הדרכים
6. חיזוק האמון במהלך הלאומי של הרלב"ד ומשטרת ישראל לשיפור הבטיחות בדרכים

קהל יעד:

1. כלל הנהגים בישראל
2. נהגים צעירים ובעלי ניסיון מועט בכביש
3. נהגים המבצעים עבירות מסכנות חיים
4. משפחות הנהגים
5. הציבור הרחב כשותף ליצירת תרבות נהיגה בטוחה

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, 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 מסוג זה.

פלטפורמת "דקה לשמונה" מאפשרת העברת מסרים ציבוריים, ערכיים ובעלי משמעות לאומית באמצעות תשדירים בעלי אופי הסברתי וממלכתי, המשודרים כתשדיר עצמאי ונפרד שאינו משולב ברצף הפרסומות. מאפיין זה משמעותי במיוחד בקמפיין העוסק בהגברת ההרתעה בכבישים, שינוי הרגלי נהיגה והצלת חיים, שכן מדובר במסר המחייב שילוב בין מידע, סמכות ציבורית והנעה לפעולה.

הקמפיין נועד להטמיע בקרב ציבור הנהגים את המציאות החדשה של אכיפה דיגיטלית מתקדמת ואת המסר כי עבירות מסכנות חיים נראות ונאכפות בכל עת, לצד חיזוק האחריות האישית של כל נהג לשמירה על חיי אדם. לכן קיימת חשיבות לבחירת פלטפורמה בעלת אופי ממלכתי ואמינות ציבורית גבוהה, הבחירה בפלטפורמת "דקה" שתאפשר להעביר מסר של הרתעה לצד אחריות, באופן ברור, נגיש ומשכנע לשמונה" מאפשרת להציב את נושא הבטיחות בדרכים בלב השיח הציבורי, בסביבה טלוויזיונית המזוהה עם מידע ואקטואליה, ולבסס את הקמפיין כמהלך לאומי רחב שמטרתו שינוי התנהגות והפחתת נפגעים בכבישים.

כמפורט לעיל, השיקולים לבחירת המדיה המובילה:

1. מדיה בעלת אמון ציבורי גבוה ויכולת לייצר לגיטימציה ממלכתית.
2. יכולת להעביר מסרים מורכבים, אינפורמטיביים וערכיים בצורה ברורה ונגישה.
3. התאמה לקהלים מגוונים, לרבות מיעוטים ואוכלוסיות ייחודיות.
4. אפשרות ליצירת תכנים הניתנים להתאמה, נגזרות והפצה חוזרת לאורך זמן ובפלטפורמות שונות.

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 התקבלה הצעה הכוללת את המדיה ואת ההפקה, בסכום כולל של 1,618,672 ₪ לא כולל מע"מ כאשר מתוכו עבור המדיה: 1,353,672 ₪ (לא כולל מע"מ), ועבור רכיב ההפקה: 265,000 ₪ (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 נורית פיינמן, 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:

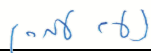
לאור כל האמור, ולאור עמדת הגורם המקצועי כי לא ניתן להשיג את יעדי הקמפיין באופן מיטבי בדרך אחרת, ועדת המכרזים מאשרת התקשרות עם חברת גריי קונטנט בע"מ לביצוע קמפיין הסברה בנושא אכיפה מוגברת להפחתה ולמניעה של תאונת דרכים עבור הרשות הלאומית לבטיחות בדרכים לפי תקנה 12)3 לתקנות חובת המכרזים, התשנ"ג-1993.

היקף ההתקשרות: 1,618,672 ₪ לא כולל מע"מ (הפקה 265,000 ₪ לא כולל מע"מ, מדיה 1,353,672 ₪ 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.


עו"ד נעם עמרן

יועמ"ש


עיון רייכמן

חשב


מוריה שלום

יו"ר