<u>פרוטוקול ועדת מכרזים מתאריך 25/10/26</u>
משתתפים: מוריה שלום, קרן קרדשוב, נועם עמרן

<u>מס' 168/10/26 - משרד התיירות - שת"פ רדיו בנושא חודש התיירות הישראלית</u>
פנייתו של ישראל פריד

<u>רקע:</u>
משרד התיירות פנה ללפ"מ בבקשה לערוך קמפיין רחב היקף לקידום מיזם "חודש התיירות הישראלית" אשר יתקיים במהלך חודש נובמבר 2026. מטרת המיזם, המופק זו השנה השנייה ברציפות, היא לעודד תיירות פנים, לחזק את העסקים המקומיים ולהציע לציבור הישראלי למעלה מ-1,000 חוויות, סיורים מודרכים ואירועי עוגן ברחבי הארץ בעלות נגישה של 18 ש"ח בלבד. בנוסף, המהלך מציע מערך הטבות רחב הכולל מינימום 25% הנחה על לינה ופעילויות משלימות. הקמפיין נועד לפנות לקהלי יעד מגוונים, בהם משפחות, צעירים, אזרחים ותיקים והציבור הרחב.

התקציב הכולל לקמפיין עומד על כ- 3.4 מיליון ₪

בהמשך לעליית הקמפיין ומאחר שמדובר במהלך ארצי, מבוקש כעת לחזק ולהעמיק את המסרים באמצעות פרסום ברדיו, המהווה כלי אפקטיבי להעברת מסרים רחבי היקף לקהלים מגוונים, תוך יצירת חיבור אישי ואותנטי עם ציבור המאזינים.

הוחלט כי הקמפיין ילווה בפעילות תוכן שיווקית (שת"פ) אינטנסיבית בתחנות הרדיו השונות. העברת המסרים כתוכן בתוכניות מובילות מחדדת את המסרים ומשתמשת באינטימיות שבין שדר רדיו למאזיניו כדי להטמיע אותם בהצלחה.

הפורמט יכלול שילוב של פינות תוכן ואינטראקציה עם מאזינים. ישולבו אזכורים חיים בשידור (הקראות / ליינרים של עד 60 שניות). יעשה שימוש באייטמים מוקלטים, ראיונות תוכן, חסויות ואותות פרסומיים.

<u>הפתרון הפרסומי ויתרונותיו לקהל היעד:</u>
לצורך קמפיין חודש התיירות, נבחר פתרון פרסומי המבוסס על שיתוף פעולה עם תחנות רדיו מובילות ברחבי הארץ, הכוללות תחנות רדיו ארציות ואזוריות. הקמפיין יעלה במתווה פעילות בפריסה ארצית רחבה, בשילוב תוכניות סינדיקציה ותחנות מובילות במרכז, בפריפריה, בצפון, בדרום ובירושלים .הפריסה הרחבה תאפשר למקסם את החשיפה למהלך משרד התיירות ולהגיע לכלל קהלי היעד בצורה מיטבית.

בחירה במדיה זו מאפשרת להגיע באופן ישיר ואמין לקהלי יעד רחבים ומגוונים, והציבור הרחב. שיתוף הפעולה עם תחנות הרדיו מאפשר שילוב של תוכן מערכתי ואינטראקטיבי, באופן המגביר את הקשב, ההזדהות והחשיפה למסרים.

<u>להלן תחנות הרדיו רלוונטיות אליהם פנינו לקבלת הצעות:</u>
שפ"א, אס מדיה, קבוצת לב המדינה

<u>בדיקת ההצעות :</u>
ההצעות שהוגשו נבדקו על ידי ישראל פריד, מנהל תחום המדיה בלפ"מ, ונמצא כי הן מתאימות וסבירות למטרות השת"פ. לפיכך, לפ"מ מעוניינת להתקשר במסגרת שת"פ מדיה עם התחנות המפורטות בפנייה לוועדת המכרזים.

מצ"ב פנייתו של ישראל פריד מיום 25.10.26

החלטה:
ועדת המכרזים מאשרת התקשרות לצורך שת"פ רדיו עם שפ"א, אס מדיה, קבוצת לב המדינה, לקמפיין "חודש התיירות הישראלית" עבור משרד התיירות 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 על ידי היועץ המשפטי לממשלה, וכי השתתפות אחרת של עובדי מדינה בשת"פ, ובכלל זה ראיונות, כתבות ואזכור שמי, תיעשה בכפוף לאישור מפורש ובכתב של היועץ המשפטי של המשרד, בהתאם להוראת תכ"ם 15.3.2.

מנהל הלקוח בלפ"מ המטפל בנושא יפקח על זהות המשתתפים בתכני השת"פ, לרבות זהות עובדי המדינה אשר ישתתפו בשת"פ, ככל שישתתפו, 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 התיירות" או "תוכן ממומן מטעם משרד התיירות", ויעמדו בכל תנאי הגילוי הנאות של נוהל שת"פ עם כלי התקשורת.

היקף ההתקשרות הכולל: 158,000 ₪ בתוספת מע"מ.

שמות הספקים והיקפי ההתקשרות כולל מע"מ:
שפ"א כללי, 63,000 ₪ לא כולל מע"מ , ח.פ. 512200320
אס מדיה, 63,000 ₪ לא כולל מע"מ , ח.פ. 516453107
קבוצת לב המדינה, 32,000 ₪ לא כולל מע"מ, ח.פ 512248543

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

מוריה שלום מנהלת לשכת הפרסום הממשלתית מוריה שלום	קרן קרדשוב	עו"ד נעם עמרן
יו"ר	חשבת	יועמ"ש