



**מספר הליך: מ(2028)2024**  
**ישיבה מס' 9**  
עמוד 1

**הנושא: מתן שירותים בתחום המדיה החברתית**  
הרחבת התקשרות

**צרופות:**

אישור תקציבי  
פניית האגף לוועדה  
בל/ 8702 בקשה להרחבת התקשרות  
הסכם ההתקשרות חלקי  
הצעת מחיר

**בהשתתפות טלפונית:** מיכאלה כהן, דוברת

**סעיף תקציבי:** 1151000 **מסגרת:** 1,500,000 ₪

**דין:** מפניית האגף בסימוכין: במשך החודשיים האחרונים הדוברות וההסברה וקשרי החוץ של הביטוח הלאומי עמלים על קמפיין המעודד את נפגעי פעולות האיבה להשתקם ו"לנצל" את זכאותם בשיקום כדי להבטיח עתיד טוב ובריא יותר גם בהיבט ובחוסן הנפשי. לפני כחודש סוכם יחד עם לפ"מ (לשכת הפרסום הממשלתית) על קמפיין שיציף את השיח על חרדה, פגיעות נפשית והמרחב הבטוח להביע ולפנות לגורם מטפל. למרות שהקמפיין נסגר מול הביטוח הלאומי – מנכ"ל משרד ממשלתי אחר הפעיל גורמים שונים ומשונים ולקח אליו את הקמפיין שנסגר מולנו - למרות הצורך המובהק של הביטוח הלאומי, כמי שמטפלים בנפגעי פעולות האיבה.

כדוברת הביטוח הלאומי שרואה את הצורך יחד עם מינהל נכויות ושיקום פעלתי כדי למצוא פתרון מיידי למצב שנוצר ולייצר קמפיין אחר לטובת השיקום שיוצג ברשתות החברתיות ובדיגיטל. הקמפיין הזה הוא ייחודי, סושיאלי, ולצדו לא היה ידוע הצורך בקמפיינים מסוג זה בעת הוצאת המכרז של הרשתות החברתיות - שכיידוע הם הכלי המשפיע ביותר היום בקרב הציבור.

יש צורך מהותי בהוצאת קמפיין הן לטובת הנפגעים והן לטובת הביטוח הלאומי שדוגל בשיקום, בוודאי לאחר ה-7/10 ובטווח הזמן המיידי – וזאת בשל סדר היום הציבורי, והוצאת הקמפיין בטרם הקמפיין שנלקח יעלה לאוויר "וישאב" את הפוקוס מאיתנו. אבקש באופן מיוחד ובשל הסיבות המקצועיות שציינתי לעיל והן בשל צורך החברתי והארגוני להרחיב את ההתקשרות עם חברת 'פונה' – לטובת הקמפיין בסך 1.5 מיליון ₪. אישורכם לעניין הוא קריטי לטובת יציאה לצילומים ועמידה בזמני ביצוע צפופים ולחוצים.

**שאלה:** האם אין כל אפשרות לכלול את המוסד בפרויקט שנעשה דרך הלפ"מ? אם לא – מדוע?  
**תשובה:** בתחילת הדרך סיכמתי עמם על הוצאת קמפיין משותף אך הם החליטו חד צדדית להעבירו לגורם פרסומי אחר. בנוסף, לא מדובר על אותם מסרים והוא אינו מיועד/מעודכן למסרים אותם חשוב למוסד להעביר במסגרת הקמפיין.

## מספר הליך: מ(2028)2024

ישיבה מס' 9

עמוד 2

**שאלה:** האם נערך מו"מ כלשהו עם החברה לגבי עלות הרחבה ההתקשרות המבוקשת?  
**תשובה:** הקמפיין היה עולה יותר אם היה נעשה דרך הלפ"מ. הצעת המחיר שהתקבלה הינה לאחר מו"מ שהתקיים עם הזוכה במכרז (פזניה). ככל הידוע לי המחיר המוצע הינו נמוך ביחס לשוק הרלוונטי.

**שאלה:** מה החשיבות והדחיפות היציאה לקמפיין?  
**תשובה:** קיימת חשיבות גדולה מאוד. המבוטחים לא מכירים את ההיצע הרחב של כלי השיקום המוצעים להם ע"י הביטוח הלאומי. מדובר בנושא לא מנוצל ע"י המבוטחים, כאשר השיח כיום כולו נסוב סביב הכספים (סכומי הגמלאות). הדחיפות הינה כיוון שאנו שואפים לכך שקמפיין המוסד יעלה ראשון, עוד לפני הקמפיין של הלפ"מ. להערכתי נוכל לצאת לקמפיין תוך כשבועיים, במידה ותאושר הרחבת ההתקשרות. המסרים של קמפיין הלפ"מ ככל הנראה עמומים יותר, כלליים יותר ולא ממוקדים כמו המסרים אותם אנחנו מבקשים להעביר.

### החלטה:

הוועדה מאשרת הרחבת התקשרות עם חברת פזניה בע"מ לצורך קמפיין ייחודי ונרחב אשר יציג את פעילויות אגף השיקום לטובת ציבור נפגעי פעולות האיבה. **הרחבת ההתקשרות מאושרת באופן חד פעמי.**

עלות הרחבת ההתקשרות הינה עד 1,500,000 ₪ כולל מע"מ.

ההתקשרות מאושרת בהתאם לתקנות 3(4)(ב)(2) ותקנה 8א'(א) 11 לתקנות חובת המכרזים.

### נימוקים:

החברה זכתה במכרז למתן שירותים בתחום המדיה החברתית עבור הביטוח הלאומי. בהתאם לפניית האגף המקצועי לא ניתן היה לצפות את הצורך ליציאה לקמפיין פרסומי זה במסגרת הליכי המכרז שכן המוסד עתיד היה להיות חלק מקמפיין של לשכת הפרסום הממשלתית בנושא.

עם זאת, מסיבות שאינן תלויות במוסד, הוא הוצא/הודר מהפרויקט של לשכת הפרסום הממשלתי.

בהתאם לדבריי האגף קיים צורך מקצועי חשוב ביציאה לקמפיין בתחום זה. ההתקשרות מכוח המכרז עם החברה מתומחרת על בסיס מחיר חודשי למתן השירותים במדיה החברתית. לאור זאת, כיוון שלא ניתן לתמחר הוצאת קמפיין בסדר גודל כזה כחלק מהליכי המכרז וההסכם שנכרת בעקבותיו, הוועדה סבורה כי הרחבת התקשרות זו עונה הן לתקנה בדבר שינוי מהותי הסכם והן לתקנה בדבר הרחבת התקשרות עם החברה (עומדת בכל התנאים המצטברים בתקנה).

**מספר הליך: מ(2028)2024**  
**ישיבה מס' 9**  
**עמוד 3**

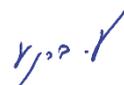
**חתימת חברי הוועדה מיום 17.02.2026**



**יועץ משפטי  
עו"ד טל בדש**



**נציג חשב  
אמיר בן גיא, רו"ח**



**יו"ר  
עוזיאל ברנע**



**מרכזת הוועדה  
אושרית כהן**

החלטה זו נוגעת לאופן סיווג ההתקשרות לפי חוק חובת המכרזים ותקנותיו ואינה מהווה אישור לעניין הסמכות החוקית לביצוע ההתקשרות. פרוטוקול ועדת המכרזים אינו מהווה התקשרות או התחייבות להתקשרות כלפי הספק. התקשרות עם הספק תיעשה אך ורק ע"י הוצאת הזמנה ו/או הסכם חתום ע"י מורשי החתימה המוסמכים לחייב את המוסד