

כ"ד שבט, תשע"ז
20 פברואר, 2017

לכבוד
וועדת המכרזים
פיתוח מזרח ירושלים בע"מ

ג.א.ג.,

הנדון: בימות 10 בע"מ – הגדרה כ"ספק יחיד" לפי תקנות חובת המכרזים, תשנ"ג – 1993 (פרסום, מכירה והפצת כרטיסים – מערת צדקיהו) חוות דעת

פרסום, מכירה, מערת צדקיהו

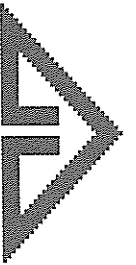
היחידים בירושלים – וועדים ומועדוני קניות משווקים מפיצים ושיש להם אתר ומכירות כרטיסים הכי נגישים למי שפונה מ

לבקשתכם, כמנהלת השיווק של פיתוח מזרח ירושלים בע"מ (להלן: "החברה"), הריני לחוות דעת בנושא שבנדון, כלהלן:

1. החברה מפעילה את מערת צדקיהו – אתר המהווה, מתד, אטרקציה ייחודית בעיר ירושלים, הן בגודלו העצום, הן באופיו והן ביכולתו לשלב את כל יתרונותיה של העיר – היסטוריה, ארכיאולוגיה, מיסטיקה, נופים, ייחודיות דתית ועוד. מאידך, האתר אינו נגיש למבקר הממוצע בעיר – הוא נמצא באיזור הנחשב בעייתי מבחינה בטיחותית; היקף החשיפה אליו, בהתחשב בכל האתרים המצויים בעיר, אינו גדול; הוא אינו מצוי על "מסלול תיירותי" רגיל ועוד.
2. החברה ביקשה להתקשר עם ספק, שבאפשרותו לפרסם, להפיץ ולמכור כרטיסים למזמינים גדולים וליחידים, הן באופן ישיר והן באמצעות אתר אינטרנט, תוך מתן שירותי מכירה (וחלוקת כרטיסים) גם באתר עצמו. בהתחשב בהעדר חשיפה מספקת לאתר לתיירות הנכנסת, הרי שהחברה ראתה חשיבות רבה בכך, שהספק יהיה פעיל בירושלים (לרבות באמצעות משרד פעיל ובעל ניסיון בעיר), וזאת מתוך הנחה, שהתייר המגיע לעיר עשוי לפנות אל הספק, ולקבל ממנו (במישרין או בעקיפין) שירותים של ייעוץ לגבי ביקור באתרים בעיר, מה שיאפשר חשיפה של האתר ושיווקו לתייר.
3. כמו כן, ביקשה החברה שהספק יהיה בעל ניסיון בהפצת כרטיסים ובשיווק אתרים למועדוני צרכנות וועדי עובדים וזאת מתוך הנחה ששיווק מעין זה יגדיל מהותית את מס' המבקרים ואת החשיפה של האתר למעגלי מבקרים נוספים.
4. מעבר לניסיוני בתחום ולנסיונה של החברה, עובר לכתובתה של חוות דעתי זו, ביצעתי בדיקות מקיפות מול מבקרים באתרים, באינטרנט ומול מנהלי אתרים נוספים בעיר, והגעתי למסקנה, שבימות 10 בע"מ (להלן: "הספק"), היא החברה היחידה, הפועלת כיום בירושלים בשיווק ומכירת כרטיסים, בין היתר, לאתרי תיירות ואטרקציות, ואשר יש לה ניסיון רב בעבודה מול וועדי עובדים ומועדוני צרכנות. כמו כן, יש לחברה אתר אינטרנט פעיל, שגם הוא מהווה פלטפורמה פעילה למכירה ושיווק של כרטיסים לאתרים ואטרקציות תיירותיות בירושלים, כאמור.
5. הספק גם מחזיק מערך כוח אדם שמספק את הכרטיסים למבקרים באתרים עצמם, דבר שחוסך כוח אדם לחברה ומהווה, גם בעידן הדיגיטאלי, כלי חשוב במערך השיווק ומתן השירות ללקוח.

פיתוח מזרח ירושלים בע"מ

EAST JERUSALEM DEVELOPMENT LTD.



6. בהקשר זה יצוין, כי הגם שקיימת אולי אפשרות להתקשרות עם ספקים אחרים לפרסום ולשיווק כרטיסים, בהתחשב בכך, שהספק הוא היחיד הפעיל בירושלים, בוודאי בהיקף המבוקש, ובמגוון השירותים המדובר, ושהתייר (כמו גם וועדי העובדים ומועדוני הצרכנות) מזהה את הספק בגורם הבלעדי (או למצער, העיקרי), המספק שירותי שיווק ומכירת כרטיסים לאתרים ולאטרקציות בירושלים, הרי שהתקשרות עם אחרת תהיה כרוכה ב"חבלי לידה" קשים, הן בהיבט של טיב ואופן מתן השירותים והן בהיבט של שיווק האתר ומכירת הכרטיסים בפועל.

7. כמובן, שההתקשרות עם הספק אינה מקצה לספק בלעדיות והוא לא תמנע מהחברה התקשרות עם ספקים אחרים, שיחפצו למכור כרטיסים לאתר ו/או לשווק אותו לפרטיים ולאחרים.

8. תנאי ההתקשרות כוללים 10% עמלה בגין מכירת הכרטיסים וכן סך של 200 ₪, בתוספת מע"מ למתן שירותי כ"א למסירת הכרטיסים במהלך האירוע.

9. בנסיבות אלה, דעתי היא, כי הספק הוא היחיד המסוגל כיום לבצע את ההתקשרות המדוברת, ולפיכך הוא עומד בהגדרת "ספק יחיד" בהתאם לתקנות שבנדון.

בכבוד רב,
גולג בר
מנהלת שיווק



העתק: מר בני סאסי, מנכ"ל, פמ"י