



16 נובמבר, 2015

ד" כסלו, תשע"ו

לכבוד: מציעים במכרז 17/15

מ.ל.ב.

באמצעות אתר המכללה

**הנדון: מענה לשאלות מציעים**  
**במכרז לאספקת שירותי פרסום**

1. שאלה: סעיף 2.1.8 אנחנו עובדים עם מכללת רופין ונתניה, האם הם נקראים מתחרים שלכם למרות העובדה שהם נמצאים באזורים גיאוגרפים שונים?  
תשובה: רופין – אין ניגוד עניינים.
2. שאלה: חברת GIN ביצעה מיווג לפני כשנתיים- החברות שהתמזגו הינם גורני + אינובייטד. החברות האלו עומדות בתנאי הסף של המכרז, אך הקבוצה החדשה, GIN לא (בשל וותק נמוך של הקבוצה). בעלי המניות והבעלים של הקבוצה הם אותם האנשים של החברות שהתמזגו שעומדות בתנאי המכרז. האם אוכל לגשת למכרז כ GIN?  
תשובה: מובהר בזאת כי לא ניתן להגיש הצעה משותפת למספר תאגידים וכי מציע אינו יכול לייחס לעצמו במסגרת הצעתו נתונים של תאגיד אחר כגון: ניסיון, מחזור כספי ו/או כל פרט אחר.
3. שאלה: מבין לקוחותינו אפשר למצוא את המכללה האקדמית "בית ברל", אשר מחזיקה פקולטה לחינוך. חשוב לנו לוודא לפני תחילת העבודה כי עובדה זו אינה יוצרת ניגוד אינטרסים, וזאת לפי סעיף 2.1.8 - המציע הזוכה מתחייב שלא ליתן במהלך תקופת ההתקשרות עם המכללה שירותים למוסדות מתחרים עם המכללה. תשובה: יש ניגוד עניינים.
4. שאלה: האם ניתן לענות על שאלות המכרז בקובץ WORD שנצרך למסמכי המכרז?  
תשובה: עמ' 21 למסמכי המכרז – ניתן להוסיף בשאלה 2 עמוד נוסף לצורך מפרט השירותים של המשרד במידה והשורות אינן מספיקות. בעמודים 21-22 בטבלאות ניתן להוסיף שורות בצירוף עמוד נוסף בהתאם לפורמט הטבלה הקיים במסמכי המכרז.
5. שאלה: בעמוד 17 בטפסי המכרז בסעיף נתוני כוח אדם – יש לציין את כל עובדי המשרד או רק את אלה שיעבדו על תקציב אחוה במקרה של זכייה במכרז?  
תשובה: המסמך יכול את הפרטים הבאים: שמות הבעלים, שמות המנהלים ומי מהם יופקד על עבודה עם המכללה, שמות ראשי מחלקות – פלנינג, ארט דיירקטור, ניהול לקוחות, רכש מדיה וצוות העובדים מול המכללה ברמת תקציבאים וסופרוויזר.



6. שאלה: לאחר קריאת מסמכי המכרז, לא הייתה התייחסות לספקים צד ג' - הפקות צילום, סרטים ורדיו, ספקי דפוס, אייריסים, או כל דבר אחר שיידרש.
- תשובה: בכל הנוגע לספקים צד ג' - העבודה מולם תהא בהתאם לצורך, התשלום יאושר מראש ובכתב על ידי המכללה או מי מטעמה. מודגש בזאת כי עבודות סטודיו, עיצוב, תכנות וכיוצ"ב נכללים בתשלום הריטיינר. בעבודות מסוג אלו המפורטות לעיל, המציע הזוכה יחויב לצרף מחירון ספקי צד ג' או הצעות מחיר בהתאם לדרישת המכללה.
7. שאלה: עמוד 21 - - סעיף 2 - ניגוד עניינים - (וכן סעיף 3 - ז' וסעיף 8-ו' בחוזה ההתקשרות) נבקשם לאשר מתן שירותים במקביל למכללה הממוקמת בצפון הארץ ואינה מהווה מתחרה של הקמפוס האקדמי אחווה - המכללה האקדמית עמק יזרעאל ע"ש מקס שטרן.
- המבנה באיי.פי.גיי. - ראובני פרידן בע"מ מורכב מזרועות גיהול לקוח וקריאייטיב נפרדות לחלוטין ולפיכך אנו מתחייבים לעבוד בהפרדה מוחלטת.
- תשובה: אין ניגוד עניינים עפ"י המבנה המוצע ע"י המציע.
8. שאלה: סעיף 6 ב' בחוזה ההתקשרות - נבקש להוסיף הדדיות לסיום מוקדם של תקופת ההתקשרות תשובה: לא מוסכם.
9. שאלה: סעיף 7 א' בחוזה ההתקשרות - מה כולל התשלום החודשי - האם כלולים שירותי BTL? האם ניתן לקבל קנה מידה בדבר ההיקף?
- תשובה: התשלום החודשי לא כולל BTL. מודגש בזאת כי עבודות סטודיו, עיצוב, תכנות וכיוצ"ב נכללים בתשלום הריטיינר. המציע הזוכה יחויב לצרף הצעות מחיר מספקי צד ג' בהתאם לדרישת המכללה.
10. שאלה: סעיף 7 ג' בחוזה ההתקשרות - במידה ומתבצע רכש מדיה עצמאי ע"י המכללה. מה התגמול לו זכאי הספק?
- תשובה: אין תגמול לספק.
11. שאלה: במידה והמכללה מחליטה לצאת לפעילות הפקה/מחקר/עבודה עם צד ג' באמצעות הספק, מה דמי הטיפול להם זכאי הספק?
- תשובה: פעילות הפקה וצד ג' - תשובה בשאלה 6. מחקר- נכלל בריטיינר.
12. שאלה: סעיף 17 ג' למסמכי המכרז - נבקש להקל על זכות הקיזוז החד צדדית שצוינה בסעיף כך שתבוצע בהתראה מראש ובהסכמה בלבד.
- תשובה: לא מוסכם.
13. שאלה: נספח ח' הצעה כספית - האם הדרישה למסי' תשדירים כמות מודעות מתייחסת לימי חול בלבד או כוללת סופי שבוע?
- תשובה: גם וגם.
14. שאלה: נספח ח' הצעה כספית - סעיף 5 - האם עלינו למלא את הכמויות לאחר שלקחנו את החזר העמלה שהוספנו בסעיף 2 בחשבון?
- תשובה: ההצעה שתוגש לא תכלול החזר עמלה ומע"מ.



15. שאלה: סעיף ג' 4 לנספח ג' – בהסכם ההתקשרות – האם וידאו באינטרנט (שאינו יו-טיוב) נכלל תחת הגדרת של אמצעי הפרסום השונים? האם פעילות בגוגל (שאינה יו-טיוב) נכללת תחת הגדרת של אמצעי הפרסום השונים?  
תשובה: וידאו באינטרנט נכלל תחת מפרט השירותים ומהווה חלק מאמצעי הפרסום השונים. פעילות בגוגל לא נכלל באמצעי הפרסום השונים.
16. שאלה: סעיף 2 ד' בהסכם ההתקשרות – קיימת סתירה בסעיף. נבקש להבהיר מה הכוונה.  
תשובה: הסעיף ינוסח כדלקמן: "הצדדים יהיו רשאים, בהסכמה, להוסיף להיקף השירותים, ובמקרה כזה יעודכן חוזה זה ותעודכן התמורה הקבועה בחוזה זה, ככל הנדרש. יחד עם זאת, המכללה תהיה רשאית, לפי שיקול דעתה הבלעדי, להפחית את היקף השירותים, ובמקרה כזה תפחת התמורה הקבועה בחוזה זה בהתאמה".
17. שאלה: סעיף 7 – ו' – תנאי התשלום – האם הכוונה לשוטף+50 ממועד הפקת החשבונית? (צוין מועד קבלת החשבונית במכללה)  
תשובה: כן.
18. שאלה: אנחנו נותנים כיום שירותי פרסום למכון טכנולוגי חולון, אני מבקש לוודא ליתר ביטחון שאין כאן ניגוד עניינים.  
תשובה: אין ניגוד עניינים.
19. שאלה: סעיף 2.1.5- האם כמו בסעיף הקודם גם ע"פ דוח יפעת ?  
תשובה: כן.
20. שאלה: בנספח ח' – הצעה הכספית סעיף 5.1 התבקשנו לכלול לפחות 3 גשרים וקיר מרכזי באזור א': מהו אזור א'?  
תשובה: נפלה טעות סופר. הכוונה לאזור תל אביב.
21. שאלה: בנספח ח' – הצעה הכספית סעיף 5 – כיצד מתבצע הניקוד לכל מדיה ולכל פרמטר בכל מדיה. (לדוגמא: האם דין 1 עמוד בידיעות כדין 1 עמוד בישראל היום וכו')  
תשובה: לגבי כל מדיה בנפרד, סוג של שילוט, תשדיר שירות/חסות, עיתונות ארצית, יהיה משקל שווה במתן הניקוד.
22. שאלה: עמוד 44 הצעת מדיה, אנא הבהרה לגבי המשפט- שילוט חוצות " ההצעה צריכה להתייחס למספר פני פרסום/ חשיפות למשך 12 יום במשקולות שוות לשקלול" – מה הכוונה משקולות שוות לשקלול ?  
תשובה: ראה תשובה לשאלה 21.
23. שאלה: עמוד 44 הצעת מדיה, אנא הבהרה לגבי המשפט- רדיו " ההצעה צריכה להתייחס למס' תשדירים מכל סוג למשך 10 ימים במשקולות שוות לשקלול" – מה הכוונה משקולות שוות לשקלול ?  
תשובה: ראה תשובה לשאלה 21.
24. שאלה: עמוד 45 הצעת מדיה, אנא הבהרה לגבי המשפט- עיתונות " ההצעה צריכה להתייחס למס' מודעות מכל סוג במשקולות שוות לשקלול" – מה הכוונה משקולות שוות לשקלול ?  
תשובה: ראה תשובה לשאלה 21.



25. שאלה: בסעיף 2.1.4 למסמכי המכרז (עמ' 4), בתנאי הסף, נדרש המציע לעמוד בהיקף פרסום במדינות השונות בשלוש השנים האחרונות של 20 מיליון ₪, אולם המכללה מציינת את השנים 2011-2014. השנים המצוינות מקיפות תקופה בת ארבע שנים ולא שלוש כפי שנכתב – למה עלינו להתייחס? תשובה: נפלה טעות סופר, הכוונה הייתה 2012, 2013 ו- 2014.
26. שאלה: בסעיף 2.1.5 למסמכי המכרז (עמ' 4), בתנאי הסף, נדרש המציע להציג 5 לקוחות שהיקף הפרסום של כל אחד מהם הוא מעל 3 מיליון ₪ בשלוש השנים האחרונות (2011-2014) א. השנים המצוינות מקיפות תקופה בת ארבע שנים ולא שלוש כפי שנכתב – למה עלינו להתייחס? תשובה: ראה תשובה לשאלה 25.
- ב. בסעיף 3.2.3 למסמכי המכרז (עמ' 8) המכללה מציינת כי תקציב הפרסום שלה עומד על סך 4 מיליון ₪. משום שכך, תנאי הסף המדובר אינו עומד במבחן הסבירות.
- בסעיף 4.5 להוראות התכ"מ מצוין כי הדרישה לניסיון קודם צריכה להיות של עבודה אחת בהיקף כספי השווה להיקף שבמכרז או לחילופין של 3 עבודות קודמות שההיקף הכספי של כל אחת מהן שווה למחצית ההיקף שבמכרז, אלא אם כן נימק המזמין את החלטתו במסמכי המכרז. תנאי הסף המופיע בסעיף זה פוגע בתחרות ומונע ממשרדים בינוניים לקחת בו חלק. תשובה: הדרישה כי בשלוש השנים האחרונות ניתן שירות ל- 5 לקוחות לפחות כשהיקף הפרסום של כל אחד מהלקוחות עומד על יותר מ- 3 מיליון ₪ לא כולל מע"מ נקבעה ע"י המכללה לאחר שיקול דעת ובהסתמך על האמור במסמכיה מכרז בדבר תקציב הפרסום של המכללה שאמור לעמוד על כ- 4 מיליון ₪. לא יכול להיות ספק כי דרישה שהמציעים במכרז יהיו כאלה שנתנו שירותים לפחות חמישה גופים שהיקף הפרסום שלהם עולה על 3 מיליון ₪, שהינו סכום הנמוך מסכום תקציב הפרסום המוערך של המכללה, הינה יותר מסבירה בנסיבות העניין.
- ג. אילו אסמכתאות נדרשות כדי להוכיח את תנאי סף זה? לעניין האסמכתאות – אישור ר"ח של המציע בדבר עמידה בתנאי סף זה, יחד עם פירוט רלבנטי לעניין הנתונים הנדרשים, יהווה אסמכתא מספקת.
27. שאלה: מי קהל המטרה? תשובה: כמפורט בעמ' 7 – תנאים כלליים.
28. מה הכוונה במשפט לפני כל מדיה "במשקולות שוות לשקולול"? תשובה: ראה תשובה לשאלה 21.
29. שאלה: ברדיו- האם תקציב של 100 אלף ₪ הינו לכל התחנות- רדיו ארצי + אזורי + חסויות? או שזה תקציב לכל אחד בנפרד? תשובה: לכל התחנות.
30. שאלה: שילוט- מה הכוונה באזור א'! תשובה: אזור תל אביב.
31. שאלה: לגבי טלרופים/ תחנות אוטובוס- על איזה אזור מדובר?



תשובה: מדובר בכל הישובים המופיעים בטבלה.

האם הכוונה לפוסטרים בכל האזורים שצוינו בטבלה? האם מדובר על 10 ימים או 12 ימים? (שילוט בד"כ ל-10 ימים).

תשובה: 10 או 12 יום בהתאם לחבילות ספקי השילוט השונים.

32. שאלה: בטבלה- האם מדובר על קירות או גשרים או גם וגם?

תשובה: גם וגם.

33. מסמך זה מהווה חלק בלתי נפרד ממסמכי המכרז ומחייב את הצדדים לכל האמור בו. יש לחתום עליו ולצרפו להצעה המוגשת.

בכבוד רב,

גלית עמרם עו"ד

מנהלת מחלקת בכש, חוזרים והתקשרויות