

הנדון: מכרז מסגרת פומבי מס' 167/2021 למתן שירותי פרסום, שיווק וייעוץ אסטרטגי שינויים מהותיים במסמכי המכרז, דחיית המועד האחרון להגשת הצעות ומענה לשאלות הבהרה

א. שינויים מהותיים במסמכי המכרז:

1. שינויים בפרק ג' למסמכי המכרז:

1.1. סעיף 3.3.2 ימחק, ובמקומו יבוא סעיף 3.3.2 שלהלן:

3.3.2 המשתתף במכרז או חברה המוחזקת ע"י המשתתף במכרז, מעסיק ביחסי עובד מעביד לפחות 2 עובדים בעלי הסמכת google ads, או לחלופין, למשתתף במכרז או לחברה המוחזקת ע"י המשתתף במכרז הסמכת google partner או google premier.

1.2. סעיף 4.4.1 ימחק, ובמקומו יבוא 4.4.1 שלהלן:

4.4.1 הוכחת סעיף 3.3.2 יציג את המסמכים הבאים:

לצורך הוכחת העמידה בחלופה של 2 עובדים בעלי הסמכת google ads:

4.4.1.1 תצהיר מאומת ע"י עו"ד מטעמו לפיו בין המשתתף במכרז לבין שני העובדים בעלי הסמכת google ads המופיעים בתצהיר, מתקיימים יחסי עובד-מעביד, במועד האחרון להגשת הצעות (דוגמת נוסח התצהיר המצורף כנספח 12 המעודכן – שצורף לקובץ השינויים במסמכי המכרז כנספח 12 המעודכן);

4.4.1.2 הצהרה חתומה על ידו אליה מצורף דו"ח רו"ח לפיה שולמו ניכויים למוסדות ממשלתיים לרבות מס הכנסה וביטוח לאומי וכן הפרשות סוציאליות ואחרות כנדרש בחוק בין העובדים הנ"ל (דוגמת נוסח התצהיר המצורף כנספים 13 ו-13א למכרז).

4.4.3 העתקי תעודות ההסמכה של google ads בעבור העובדים הנ"ל.

לחלופין;

לצורך הוכחת החלופה של הסמכת google partner או google premier על ידי המשתתף במכרז או חברה

המוחזקת ע"י המשתתף במכרז:

יש להציג את ההסמכה על שם המשתתף במכרז או חברה המוחזקת ע"י המשתתף במכרז.

2. עדכון נספח 7 למסמכי המכרז/נספח ג' לחוזה - טופס הצעת המחיר:

טופס הצעת המחיר כפי שצורף למסמכי המכרז יבוטל, ובמקומו יבוא נספח 7 למסמכי המכרז/נספח ג' לחוזה – טופס הצעת המחיר המצורף לקובץ זה.

שימו לב! הצעה שתוגש שלא על גבי נספח ג' המעודכן המצורף לקובץ זה תפסל!

3. שינויים בחוזה ההתקשרות

בחוזה ההתקשרות, לאחר סעיף 7.1, יבואו סעיף 7.1.1 וסעיף 7.1.2 שלהלן:

7.1.1 העירייה תהא רשאית לבקש והספק יהיה רשאי להציע לעירייה לעשות שימוש בחומרים אשר לצדדי ג' זכויות בהם, אך מובהר כי טרם שימוש בחומרים אשר לצדדי ג' זכויות בהם ו/או חומרים אשר השימוש בהם מוגבל בדרך כלשהי, לרבות הגבלה בזמן, בטריטוריה וכו', על הספק לבקש ולקבל את אישור העירייה מראש ובכתב לכך.

7.1.2 מובהר ומוסכם כי ככל ולא התקבל האישור מראש ובכתב כאמור על ידי הגורמים המוסמכים בעירייה, יחול האמור בסעיף 7.1, והספק יהא האחראי הבלעדי לכך וישפה את העירייה על כל טענה ו/או דרישה של צדדי ג' בכל הנוגע לשימוש בחומרים שהועברו לעירייה ו/או הופקו על ידי הספק בקשר להסכם זה.

4. דחיית המועד האחרון להגשת הצעות

העירייה מודיעה בזאת על דחיית המועד האחרון להגשת הצעות במכרז מיום 07/11/2021 ליום 14/11/2021 עד השעה 14:00.

תוקף כתב הערבות ומועד שליחת הארכתה, לא ישונה.

ב. כנס משתתפים

כנס המשתתפים במכרז נערך ב- 7.10.2021 באמצעות תוכנת ZOOM בראשות מנהל מינהל תקשורת ותיירות ובהשתתפות נציגי העירייה. בכנס הוצגו עיקרי המכרז, תנאי הסף, המסמכים הנדרשים ועיקרי ההתקשרות והכל כמופיע במסמכי המכרז.

ג. מענה לשאלות הבהרה:

מס' שאלה	פרק	מספר סעיף	שאלה	תשובה
1	נספח 7, פרק א', עיתונות	1.1	(עמ' 33) עיתונות יומית – התמחור מתייחס לפרסום ביום חול או שישי? (הבדלי המחיר בין השניים גדולים בחלק מהעיתונים)	הטבלה תעודכן, נספח ג' מעודכן ובו הפרדה של מחירים לאמצ"ש ולסופ"ש מצורף לקובץ זה. יש לעשות שימוש בנספח ג' זה בלבד לצורך הגשת הצעה
2	נספח 7, פרק א', עיתונות	1.1	עמ' 33) למה הכוונה במשפט "עמוד עם יחס המרה כלל חלקי העיתון כולל מודעות אבל"?	בוצע שינוי למחיר לאינץ', לצורך הגשת הצעה יש לעשות שימוש בנספח ג' המצ"ב בלבד
3	נספח 7, פרק א', עיתונות	1.3 1.4 1.5	(עמ' 34) בעיתונות ערבית/חרדית/אנגלית קיימים הסעיפים: <ul style="list-style-type: none"> עמוד עם יחס המרה כלל חלקי העיתון כולל מודעות אבל אינצ'ים – כלל חלקי העיתון כולל מודעות אבל לפי איזה סעיף יתבצע בפועל תמחור עלות מודעות אבל? 	התשלום יבוצע לפי מחיר לאינץ' בהתאם לנספח ג' המעודכן
4	נספח 7, פרק א', עיתונות	1.5	(עמ' 36) עיתונות אנגלית, ג'רוזלם פוסט: סדר המודעות בטבלה לא זהה לטבלה בשאר העיתונים (מודעת 1/2 עמוד ו- 1/4 התחלפו)	יש למלא בהתאמה לפריט הרלוונטי

עיר ללא הפסקה

מס' שאלה	פרק	מספר סעיף	שאלה	תשובה
5	נספח 7, פרק א', טלוויזיה	2.1	(עמ' 38) המחיר הינו לנקודת רייטינג (להלן - "עלות לנקודה") לערוצים 12 ו-13 ולקהל יעד בגילי 20-45, האם קהל היעד הוא בקרב משקי בית יהודיים?	כן, ההתייחסות היא למשקי בית יהודים.
6	נספח 7, פרק א', רדיו	3	(עמ' 40) בכל התחנות: לאיזה אורך להתייחס? (לא רשום בשום מקום אורך) והאם יש טבלאות שקלולים לאורכים נמוכים מ-30?"	יש למלא מחיר לתשדיר באורך 20 שניות. ראו התייחסות בנספח ג' המעודכן.
7	נספח 7, פרק א', רדיו	3	ברדיו 99: כמה תשדירים נדרשים להיות בתוך טל ואביעד מתוך המפרט הנ"ל?	יש למלא את ההצעה ללא התייחסות לתכנית ספציפית.
8	נספח 7, פרק א', דיגיטל	4.1	(עמ' 41) בסעיף 4.1 נדרש לציין % החזר עמלה בגין קניית פרסום דיספליי וידאו ישיר, בפרק ד' (עמ' 46) גם כן נדרש לצטט החזר עמלה בגין רכישת מדיה ישירה – מהו ההבדל בין שני הסעיפים? במידה שלא, אנא אשרו שאין החזר כפול.	החזר העמלה בסעיף 4.1 מתייחס לדיגיטל בלבד. סעיף החזר העמלה בפרק ד' להצעת המחיר מתייחס ליתר הפרסומים שאינם כלולים בפרסום הדיגיטלי.
9	נספח 7, פרק ג' - הפקות ועיצובים	2.ג	עמ' 44- בבקשה פרטו למה הכוונה בהקלדת טקסט למודעות אינצ'יים (הקלדת מודעות תכנון ובנייה ? משפטיות?)	ראו סעיף ג.2 בנספח ג' המעודכן. המלים כולל הקלדת טקסט חסרו. עם זאת, ייתכנו מקרים שבהם הזוכה במכרז יידרש להקליד טקסט למודעה ללא תשלום תמורה נוספת.
10	פרק ב'	7.1	עמ' 6 - יש בקשה להגיש את המכרז בשני העתקים זהים- האם ניתן להגיש מקור+ העתק?	כן.
11	ג'	4.4.1	עמ' 10 - להוכחת סעיף 3.1, עמ' 9- דוח יפעת – האם מספיק להוציא צילום מסך מנתוני מערכות של יפעת עם חתימה מנציג מחברת יפעת? האם מספיק להכין טבלה בקובץ וורד עם נתוני יפעת? האם יש להגיש מחיר מחירון או מחיר מוערך (מפוקטר)?	כן, מספיק להוציא צילום מסך מנתוני מערכות של יפעת עם חתימה מנציג חברת יפעת. יש להציג את מחיר המחירון.
12	ג'	4.2	עמ' 10- (להוכחת סעיף 3.2) - האם עו"ד צריך לחתום או רו"ח?	יש להגיש תצהיר מאומת על ידי עו"ד.
13	נספח 13 + 13 א' למכרז		עמ' 65-66 - האם מתייחס לאותם עובדים הכתובים בנספח 12 (עמ' 64) והאם צריך חתימה של רו"ח + עו"ד?	כן, מתייחס לאותם עובדים. בנספח 12 נדרשת חתימת עו"ד ובנספח 13א' נדרשת חתימת רו"ח
14	פרק ב'		עמוד 43- האם המחיר בש"ח מתייחס לשעה או לפרויקט ?	מחיר לפרויקט, ראו נספח ג' המעודכן
15	כללי		האם בכל דף צריך חותמת 21 חתימות או שמספיק ראשי תיבות של מורשה חתימה?	הגשת מסמכי המכרז היא בהתאם לקבוע בפרק ב' למסמכי המכרז, לא נדרשת חתימה בכל עמוד
16	כללי		האם צריך למלא את כל הפרטים בכתב יד או האם ניתן לערוך במחשב על גבי ה-PDF?	לשיקול המשתתף במכרז. אפשר בכתב יד.
17	פרק ב'	7.2	האם הצעת המחיר נמצאת במעטפה נפרדת מכלל המסמכים אך 2 חלקי המכרז נמצאים באותה מעטפה גדולה?	הצעת המחיר תוגש במעטפה נפרדת סגורה שתצורף למעטפה בה כלל מסמכי המכרז, ראו סעיף 7 לפרק א' למסמכי המכרז.
18	נספח 5		האם יש לחתום ע"י חברת הביטוח על טופס אישור הביטוחים במעמד הגשת המכרז או האם רק הזוכה נדרש על החתימה	במעמד הגשת המכרז נדרשת חתימה של המשתתף במכרז בלבד, ראו סעיף 7.7 לפרק ב' למסמכי המכרז.

מס' שאלה	פרק	מספר סעיף	שאלה	תשובה
19	נספח 11 למכרז	להוכחת סעיף 3.3.1 בפרק ג'	מה קורה אם החברה לא עומדת בלפחות 10 מיליון, אך ספק המדיה של החברה עומד?	על המשתתף במכרז או חברה מוחזקת כהגדרתה בסעיף 3.3 לפרק ג' לעמוד בתנאי הסף
20	נספח מס' 12 להוכחת סעיף 3.3.2 לתנאי הסף	להוכחת סעיף 3.3.2 בפרק ג'	יש פעמים שרכש המדיה שנעשה בחברה הינו על ידי ספק משנה תחת חוזה. האם ניתן לגשת יחד עם ספק המשנה או להחתים את הספק בשם החברה?	על המשתתף במכרז או חברה מוחזקת כהגדרתה בסעיף 3.3 לפרק ג' לעמוד בתנאי הסף
21	פרק ג' + נספח 8	4.1	כתוב בעמ' 10 סעיף 4.1 שלהוכחת סעיף 3.1 נדרשת החברה לאישור מטעם חברת יפעת מחולק מדיה. לאחר מכן כתוב בעמ' 57 שורה 5 בטבלה כי הניקוד מחולק לפי גובה המחזור בדיגיטל בלבד. ידוע כי חברת יפעת לבקרה אינה יודעת לחשב את כלל המחזורים וההשקעה בדיגיטל ואין לה את הכלים לעשות כן. גובה המחזור בדיגיטל המוצג בדוחות יפעת מהווה לעיתים רק כ- 30%.	בדיקת העמידה בתנאי הסף וניקוד האיכות יהיו כמפורט במסמכי המכרז.
22	פרק ג'	3.3	נבקש לברר האם גם חברה אחות מוכרת לטובת ניסיון בניהול תקציב ורכישת מדיה.	לא. ראו ההגדרה לחברה מוחזקת המפורטת בסעיף 3.3
23	פרק ג'	3.3.2	נבקש להבהיר מה בדיוק הכוונה לגבי המונח "google partners". ככל הידוע לנו לא קיימת הסמכה בשם "google partners".	תנאי הסף שונה, ראו שינויים המסמכי המכרז המפורטים לעיל. לצורך הגשת ההצעה יש למלא את נספח 12 המעודכן והמצורף לקובץ זה.
24	פרק ג'	4.4	נודה לכם באם תוסיפו הכרה בפעילות של חברה אחות בבעלות מלאה/חלקית של החברה האם, ותשנו בסעיף הנ"ל את הדרישה ליחסי עובד מעביד בחברה אחות מוחזקת בבעלות מלאה/חלקית ע"י חברת האם.	נוסח הסעיף לא ישתנה
25	נספח 8		לעניין הגדרת "חברה מוחזקת" לצורך עמידה בתנאי הסף: אנו מבקשים כי גם חברות שהמשתתף במכרז מחזיק בהן באופן עקיף או ישיר והינו בעל שליטה בהן יכנסו להגדרת חברה מוחזקת – נושא ההחזקות דרך חברה בת, חברה נכדה (דהיינו חברה שחברת בת של המשתתף במכרז שולט בה) או חברה נינה (דהיינו חברה שחברה נכדה של המשתתף במכרז שולט בה), כאשר המשתתף במכרז הינו בעל שליטה לאורך כל שרשרת החזקה - משקף את מהות הדרישה שלכם ואת העיקרון עליו מבוססת ההגדרה הקיימת כרגע.	נוסח הסעיף לא ישתנה, חברה מוחזקת יכולה להיות גם חברה נכדה או חברה נינה, כל עוד עומדים בדרישות כפי שנקבעו בסעיף
26	נספח א' לחוזה-תנאים מיוחדים להתקשרות	6	מעוניינים להוסיף סעיף זה בו מדובר על לוחות זמנים שנקבעו במועד ההזמנה את המשפט באופן בלתי סביר.	נוסח הסעיף לא ישונה

מס' שאלה	פרק	מספר סעיף	שאלה	תשובה
27	נספח 7 פרק א'	1	האם מחירי העיתונות בברוטו או נטו	המחיר בטופס הצעת המחיר (נספח ג' (המעודכן) הינו המחיר לתשלום העירייה, לא כולל מע"מ (ללא קשר להחזר העמלה המפורט בפרק ד' לנספח ג' – החזר עמלת מדיה)
28	נספח 7 פרק א'	1	לא מצוין האם מחירי יום חול או יום שישי, נשמח להבהרה.	ראו נספח ג' המעודכן המצורף לקובץ הבהרות זה
29	נספח 7 פרק א'	1.1	המשפט "עמוד עם יחס המרה כלל חלקי העיתון כולל מודעות אבל" למה הכוונה?	בוצע שינוי למחיר לאינץ', ראו את טופס הצעת המחיר - נספח ג' (המעודכן)
30	נספח 7 פרק א'	1.2	אינצ'יים כלל חלקי העיתון, העלות משתנה בהתאם לסוג המודעה למה הכוונה?	בוצע שינוי למחיר לאינץ', ראו את טופס הצעת המחיר - נספח ג' (המעודכן)
31	נספח 7 פרק א'	2.1	המכרז מתייחס ל GRP בכל הסעיפים למעט הטבלה עצמה למילוי- שם ההתייחסות הינה לקהל מטרה- האם מדובר על טעות וצריך למלא במונחי GRP?	ההגדרות מתייחסות לטבלה - יש למלא את הטבלה במונחי GRP.
32	נספח 7 פרק א'	2.2	תחת עלויות כאן + 11 ערוץ 20- רשום עלות לנק', אין נתוני רייטינג לערוצים הנ"ל.	בוצע שינוי בטבלה, יש למלא את נספח ג' המעודכן-טופס הצעת המחיר
33	נספח 7 פרק א'	2.2	ערוץ 9 קהל היעד הנבדק הינו שפת צפייה עיקרית רוסית- האם להתייחס בהתאם?	כן, יש להתייחס בהתאמה
34	נספח 7 פרק א'	3	האם מחירי הרדיו בברוטו או נטו?	המחיר בטופס הצעת המחיר הינו המחיר לתשלום העירייה, לא כולל מע"מ (ללא קשר להחזר העמלה המפורט בפרק ד' לנספח ג' המעודכן – החזר עמלת מדיה)
35	נספח 7 פרק א'	4.2	האם תמחור CPM וידיאו בברוטו או נטו?	המחיר בטופס הצעת המחיר הינו המחיר לתשלום העירייה, לא כולל מע"מ (ללא קשר להחזר העמלה המפורט בפרק ד' לנספח ג' – החזר עמלת מדיה), היינו, בנפרד מהתעריף לתשלום העירייה, הספק ישלם לעירייה החזר עמלה כמפורט בפרק ד' לנספח ג'.
36	נספח 7 פרק א'	4.2	האם ההתייחסות היא לווידאו באורך 15 שניות וכקנייה פרוגרמטית?	יש למלא את הצעת המחיר לפי עלות ל- CPM ובאורכים רגילים עד 20 שניות
37	נספח 7 פרק א'	4.3	האם החלוקה של שירותי האנליזה והמדידה היא לפי האתר והאפליקציה?	נוסח הסעיף ברור. השאלה אינה ברורה.
38	נספח 7 פרק ב'		גיינגל - האם כולל או לא כולל הפקה	כולל כתיבה, לא כולל הפקה בפועל

מס' שאלה	פרק	מספר סעיף	שאלה	תשובה
39	נספח 7 פרק ב'		דמי סקיצה (כיוונים קריאטיביים) - האם הכוונה לחומרים שבסופו של דבר לא יצאו אל הפועל? נשמח להבהרה	תשלום על דמי סקיצה ישולם כאשר לא נעשה על ידי העירייה שימוש בחומרים, ובאופן חלופי לתשלום בעבור פריטי הקרייאטיב המופיעים בפרק ב' לנספח ג' - לקרייאטיב ואסטרטגיה לבריפים רוחביים (360), קרייאטיב ואסטרטגיה למהלכי דיגיטל קטנים, סלוגן, גינגל. תיאור הפריט דמי סקיצה ישונה כדלקמן: דמי סקיצה - ישולמו רק במקרה בו העירייה תחליט לא להזמין את השירותים בעבור פריטים 1-4 לעיל
40	נספח 7 פרק ב'		קרייאטיב ואסטרטגיה לבריפים רוחביים (360) + קרייאטיב ואסטרטגיה למהלכי דיגיטל קטנים - האם ניתן לתמחר באופן שונה?: 1. כאשר המדיה נרכשת דרך חברת המדיה של המשרד 2. כאשר המדיה לא נרכשת דרך חברת המדיה של המשרד.	לא. נוסח הסעיף לא ישונה.
41	נספח 7 פרק ד'		האם החזר עמלת המדיה תהיה על מדיה לא מנוהלת בדיגיטל בלבד?	החזר עמלת המדיה תהיה על כל מדיה שאינה מנוהלת (אופליין ואונליין).
42	נספח 7 פרק ד'		האם על מדיה אופליין נדרשת החזר עמלה?	החזר עמלת המדיה תהיה על כל מדיה שאינה מנוהלת (אופליין ואונליין).
43	נספח 7 פרק ד'		בהערות בכוכבית השלישית - האם המחירים יהיו צמודים בהתאם לסעיף 4? אנחנו רואים שהרלוונטי בסעיף זה מתייחס לסעיף 4 ולא 3 כפי שצויין. נשמח להבהרה	בכוכבית השלישית, במקום המילים "סעיף 3" יבוא סעיף 4. ראה נספח ג' המעודכן.
44	נספח 7 פרק ג'	1.ג	עיצוב חלל תצוגה - על אילו אלמנטים מדובר?	פריט "עיצוב חלל תצוגה" יבוטל. ראה נספח ג' המעודכן.
45	נספח 7 פרק ג'	1.ג	שלט מסך דינאמי (סרטון עד 10") האם מדובר על עיצוב ללא עריכה?	מחיר למוצר סופי, לרבות עיצוב ועריכה
46	נספח 7 פרק ג'	3.ג	עיצוב באנר דינמי ראשון סרטון (10") - האם מדובר על עיצוב ללא עריכה?	מחיר למוצר סופי, לרבות עיצוב ועריכה
47	נספח 7 פרק ג'	3.ג	תכנות דף נחיתה + תכנות ניוזלטר - אלמנטים אלו מתמחרים לרוב על פי מורכבות העמוד. דף נחיתה פשוט- סטטי, עם/בלי טופס ליד. דף נחיתה מורכב- עם וידאו/פיצ'רים מיוחדים/גלילה. האם ניתן לפצל תמחור? או לתמחר פשוט שעת מתכנת?	ראו שינויים בפריט זה בנספח ג' המעודכן.
48	נספח 7 פרק ג'	4.ג	עלון - האם מדובר בעמוד אחד?	כן.
49	נספח 7 פרק ג'	7.ג	שפה גרפית ויצירת גריד - האם מדובר בפיצוח שפה גרפית חדשה? (מיתוג) או מתבססת על שפה קיימת?	שפה גרפית חדשה
50	נספח 8	1	מיתוג- האם הכוונה למהלכי פרסום הכוללים השקה של שפה תקשורתית חדשה או הכוונה לתהליכי מיתוג שכוללים- שם, לוגו, גריד עיצובי?	המשתתף במכרז יכול להציג תהליכי מיתוג שונים שביצע, בהתאם לשיקול דעתו.

עיר ללא הפסקה

מס' שאלה	פרק	מספר סעיף	שאלה	תשובה
51	נספח 8	2	קיום הפונקציות השונות- האם יש צורך לפרט את שמות המנהלים בכל יחידה?	לגבי סעיף זה אין צורך לפרט את שמות המנהלים
52	נספח 8	4,3	נשמח להבהרה מה ההבדל בין המהלכים אשר נמדדים בניקוד האיכות בסעיפים 3 ו-4, לבין המהלכים הנמדדים בתיק העבודות והאם ניתן להשתמש באותם הדוגמאות?	אפשר להשתמש באותן הדוגמאות – לפי שיקול דעת המשתתף במכרז, אך יש להתייחס לאמות המידה השונות
53	נספח 8	6	לעיתים חלק מלקוחותינו עושים את הקמפינים דרך חברות מוחזקות שלנו משיקולים שונים. אנחנו מבקשים לקבל אישור להציג את סעיף 6 גם תחת אופציית חברה מוחזקת כמו בסעיפים 5-2.	נוסח הסעיף לא ישונה
54	נספח 8א'		להוכחת סעיפים 1,2,6 נדרש לצרף תצהיר מאומת ע"י עו"ד כדוגמא בנספח 8 א'. בנוסף נדרש להציג התייחסות מפורטת ומנומקת להוכחת המדדים - עד כמה יש לפרט ומה נדרש להציג?	בנספח 8 ימחקו המילים "נוסף על התייחסות מפורטת ומנומקת להוכחת המדדים שלעיל"
55	כללי		האם ישנו דף שצריך לצרף על גבי המעטפה של ההצעה הכספית?	לא. יש לרשום על גבי המעטפה הסגורה של ההצעה הכספית "טופס הצעת מחיר" ואת מס' המכרז
56	פרק ג'	3.3	המכרז מתייחס ל"משתתף או לחברה מוחזקת ע"י המשתתף". נבקש לאשר השתתפות במכרז גם במקרה של חברות אחיות בבעלות מלאה של חברת האם	לא ניתן. ראו המענה לשאלה 22
57	פרק ג'	3.3.2	נבקש הבהרה לגבי מונח - "google partners" ישנן 6 סוגי הסמכות שונות בגוגל, אבל אף אחת מהן לא נקראת google partners	ראו בעניין זה התיקון המפורט במסמך זה בפרק שינויים במסמכי המכרז.
58	פרק ג'	3.1	האם מספיק לצרף דוח ממערכת "יפעת" ולא אישור מהחברה עצמה?	כן, ראו המענה לשאלה 21
59	פרק ג'	3.3.2	נבקש לאשר שיחסי עובד מעביד מתקיימים בין העובדים לבין המשתתף או חברות אחיות בבעלות מלאה של אותה חברת האם.	נוסח הסעיף ברור, הבקשה אינה מאושרת.
60	פרק ג'	6	האם ניתן לקבל פילוח של התקציב השנתי לפי מדיות?	היקף הרכישה של המדיות השונות משתנה מעת לעת בהתאם לצורך, מדובר בהיקף תקציבי שהוא הערכה בלבד
61	נספח א' לחוזה	7.1 7.2	יש להוסיף: "הכל ע"פ הזכויות שנרכשו ושולמו ע"י העירייה".	נוסח הסעיף לא ישונה כמבוקש. ראו בעניין זה התיקון המפורט במסמכי המכרז.
62	נספח א' לחוזה	10.3	נבקש להסיר את הדרישה להגיש כל חשבונית עם חשבוניות מקוריות של ספקי המדיה דיגיטלית, מאחר וזה בעייתי לשלוח חשבוניות עבור פעילות של לקוח אחד בלבד. (חשבוניות מדיה דיגיטלית מגיעות עבור כמה לקוחות יחד ולכן לא ניתן לצרפם- מדובר בסוד מסחרי עבור לקוחות אחרים).	נוסח הסעיף לא ישונה. ככל שהחשבונית כוללת לקוחות אחרים, ניתן להשחיר את פרטי הלקוחות האחרים. מדובר בחשבונית מקור או בהעתק נאמן למקור.
63	נספח ב' לחוזה	1.6.6	נבקש להוסיף שבגין ויזואלים/ סטילס/ תמונות מבוק תמונות/ תוספת איור לפי דרישה- הנ"ל יחויבו לפי הצעת מחיר שתאושר ע"י העירייה.	התשלום יהיה כמפורט בטופס הצעת המחיר. ראה בנוסף תשובה לשאלה 61.
64	נספח ב' לחוזה	2.2	לפי האמור בסעיף 2.2 נראה כי הדרישה לשירותים יכולה לעלות גם בימי מנוחה ומועדים ע"פ החוק, דבר שאינו מקובל. - מבקשים להוריד את ההערה הנ"ל.	נוסח הסעיף לא ישונה. אין בהוראות הסעיף משום פגיעה בהוראות הדין.

עיר ללא הפסקה

מס' שאלה	פרק	מספר סעיף	שאלה	תשובה
65	נספח 7		נתבקשנו לתת מחירי נטו לתשלום ללא עמלה. כיצד משולמת העמלה למשרד הפרסום בגין הטלוויזיה שכן פרק ד בנספח ההצעה הכספית מתייחס רק למדיה ברוטו (כדוגמת עיתונות, רדיו...)	ראו נספח ג' המעודכן בהיבט זה. המחיר בטבלה הינו מחיר לתשלום העירייה, ללא קשר להחזר עמלה ולמע"מ.
66	נספח 7 פרק א'	2.1	נבקש לוודא שהעלות לנקודה בטבלה היא לקהל 20 - 45 לכל הקמפיינים במהלך השנה	אכן.
67	נספח 7 פרק א'	2.1	מבקשים להוריד את הסעיף "בפריסת TOP&TAIL...." מאחר אין יותר TOP&TAIL	הסעיף הוסר. ראו נספח ג' המעודכן.
68	נספח 7 פרק א'	2.2	נבקש להוריד עלות לנקודה לערוץ 20 ולערוץ 11 מאחר ולערוצים אלה אין רייטינג ולכן ישנו רק מחיר פיקס לתשדיר ולא מחיר לנקודה.	הסעיף תוקן, ראו נספח ג' המעודכן
69	נספח 7 פרק א'	4.3	שרותי אנליזה ומדידה - סעיף 1 מדבר על אתר וסעיף 2 על אפליקציה. כמה אתרים ואיזה? וכמה אפליקציות ואיזה?	נכון למועד הגשת ההצעות מדובר באתר אחד (אתר העירייה) וב-3 אפליקציות עירוניות.
70	נספח 7 פרק ב'		האם ניתן לקבל פירוט לגבי מה כולל קריאייטיב ואסטרטגיה לבריפים רוחביים (360) וכמה כאלה יש בשנה? כנ"ל לגבי קריאייטיב ואסטרטגיה למהלכי דיגיטל קטנים.	מהלכי האסטרטגיה של 360 כוללים שימוש בכל אמצעי המדיה הפוטנציאליים - פרינט, רדיו, שילוט חוצות, טלוויזיה, דיגיטל וכו'. מספר המהלכים הללו משתנה בהתאם לצורך.
71	נספח 7 פרק ד'		החזר העמלה בפרק ד מתייחס למדיה הנרכשת ישירות (שהתמחור שלה מכיל את עמלת משרד הפרסום/ מדיה) מבקשים לדעת מה קורה במקרים בהם עיריית ת"א תרכוש את המדיה באופן ישיר שלא באמצעות משרד הפרסום/ מדיה. איך במקרה כזה תשולם עמלת הפרסום למשרד הפרסום?	המשרד אינו מתוגמל על כך, ראו בנוסף סעיף 10.5 לנספח א' לחוזה-תנאים מיוחדים להתקשרות
72	נספח 7 לחוזה	10.5	מה קורה במקרה בו העירייה רוכשת מדיה באופן ישיר שלא דרך משרד הפרסום? כיצד מתוגמל במקרה זה משרד הפרסום?	המשרד אינו מתוגמל על כך, ראו בנוסף סעיף 10.5 לנספח א' לחוזה-תנאים מיוחדים להתקשרות
73	נספח 7		המשתתף אמור להצהיר כי ברשותו בין היתר יחידת דיגיטל כולל פעילות משפיענים (סושיאל/ ניו מדיה) ויחידת תוכן שיווקי. שאלתנו היא- בנספח הצעת המחיר לא נדרשנו למלא מחירים לגבי פעילויות אלה ולכן אנו מבקשים להוסיף כי חיוב עבור פעילות תוכן שיווקי, משפיענים וסושיאל מדיה יחויבו ע"פ הצעת מחיר שתאושר מראש ובכתב ע"י עיריית ת"א.	מקובל
74	פרק ג' למסמכי המכרז	סעיף 3.3	נבקש לשנות שהתצהיר יתייחס למשתתף או לחברת אחות בבעלות מלאה של אותה חברת האם	נוסח התצהיר לא ישונה, ראו ההגדרה לחברה מוחזקת המפורטת בסעיף 3.3 לפרק ג' למסמכי המרז

מס' שאלה	פרק	מספר סעיף	שאלה	תשובה
75	נספח 13		<p>התבקשנו להוסיף להצעה אישור רו"ח כי שולמו ניכויים למוסדות ממשלתיים לרבות מס הכנסה וביטוח לאומי וכן הפרשות סוציאליות ואחרות כנדרש בחוק בגין העובדים. מבדיקה מול הרו"ח של החברה, לא ניתן לחתום על האישור בנוסח שהוצא ע"י עיריית תל אביב ולכן הוצע על ידו נוסח חדש:</p> <p>לבקשתכם וכרואי החשבון של חברתכם, הרינו לאשר כי לגבי עובדים המפורטים בהצהרת המשתתף המצורפת בזאת והמסומנת בחותמתנו לשם זיהוי בלבד (להלן: - ההצהרה):</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. השכר המשולם עומד בהוראות חוק שכר המינימום. 2. נוכו סכומים למוסדות ממשלתיים לרבות מס הכנסה וביטוח לאומי. 3. הופקדו לגופים מבטחים בגין גמל ופיצויים. <p>כמו כן, הרינו לאשר כי בהתאם להצהרת הנהלת החברה, התשלומים לעובדים אשר מפורטים בהצהרה הינם כנדרש בחוק שכר מינימום, חוק חופשה שנתית חוק שעות עבודה ומנוחה, חוק דמי מחלה וחוק פיצויי פיטורין.</p> <p>האם הנוסח מקובל על ידי העירייה?</p>	<p>נוסח הסעיף לא ישונה.</p>

בברכה,
מושית לוסטיג רייויט
מרכזת בכירה לפרסום חוצות

נספח ג' (המעודכן) לחוזה / נספח 7 למכרז

הנחיות למילוי טופס הצעת המחיר

1. כללי

- 1.1. הצעת המחיר תמולא בטבלאות המובאות בנספח 7 למכרז/נספח ג' לחוזה.
- 1.2. על המשתתף במכרז למלא את כל הסעיפים ואת תתי הסעיפים המופיעים בטופס הצעת המחיר.
- 1.3. כל הנתונים יצוינו בשקלים חדשים (לא כולל מע"מ) או באחוזים בהתאם לדרישה.
- 1.4. בכל מקרה בו המשתתף במכרז מציע פריט ללא עלות, יש לציין בעמודת מחיר ליחידה בש"ח "0".
- 1.4. אין לרשום "כולל" ואין להשאיר את השורה ריקה או שורות ריקות.
- 1.4. משתתף במכרז שלא ימלא את המחיר המוצע על ידו לכל הסעיפים כאמור לעיל, הצעתו עלולה להיפסל.

טופס הצעת המחיר יוגש במעטפה נפרדת.

אין למלא את הצעת המחיר בחוברת המכרז.

נספח 7 (נספח ג' לחוזה) - הצעת מחיר (סה"כ 50%)

לאחר שקראתי והבנתי את תנאי המכרז, את ההסברים על מהות העבודה ואת ההנחיות למילוי הצעת המחיר, הריני מתחייב ליתן את שירותי הפרסום המוצעים על ידי בטבלה שלהלן:

1. תמהיל מדיה – 60% מהצעת המחיר
2. הצעת מחיר עבור שירותי אסטרטגיה וקריאייטיב – 25% מהצעת המחיר
3. גרפיקה והפקה – 10% מהצעת המחיר
4. עמלה – 5% מהצעת המחיר

פרק א' - תמהיל מדיה (60%)

* תמהיל המדיה משמש בסיס לחישוב הצעות המחיר במכרז. מבנה חבילות הפרסום ישתנה בהתאם לדרישות העירייה ולצרכי הפרסום.

1. עיתונות – 25% מתמהיל המדיה

1.1. עיתונות יומית (45%)

משקל	מחיר ב- ש"ח, לא כולל מע"מ סופ"ש	מחיר ב- ש"ח, לא כולל מע"מ יום חול	תיאור הפריט	שם העיתון ואחוז השקלול
10%			עמוד - חדשות	ידיעות אחרונות — 30%
20%			עמוד- שאר חלקי העיתון	
8%			1/2 עמוד- חדשות	
12%			1/2 עמוד – שאר חלקי העיתון	
5%			1/4 עמוד-חדשות	
10%			1/4 עמוד - שאר חלקי העיתון	
5%			סטריפ-חדשות	
10%			סטריפ-שאר חלקי העיתון	
8%			מחיר לאינץ' -חדשות	
12%			מחיר לאינץ' - שאר חלקי העיתון כולל מודעות אבל	
30%			עמוד - כלל חלקי העיתון	מעריב – 5%
20%			1/2 עמוד - כלל חלקי העיתון	
15%			1/4 עמוד - כלל חלקי העיתון	
15%			סטריפ כלל חלקי העיתון	
20%			מחיר לאינץ' - כלל חלקי העיתון כולל מודעות אבל	
30%			עמוד - כלל חלקי העיתון	הארץ ו- The Marker - 40%
20%			1/2 עמוד - כלל חלקי העיתון	
15%			1/4 עמוד - כלל חלקי העיתון	
15%			סטריפ - כלל חלקי העיתון	
20%			מחיר לאינץ' - כלל חלקי העיתון כולל מודעות אבל	
30%			עמוד - כלל חלקי העיתון	גלובס – 5%
20%			1/2 עמוד - כלל חלקי העיתון	
15%			1/4 עמוד - כלל חלקי העיתון	
15%			סטריפ כלל חלקי העיתון	
20%			מחיר לאינץ' כלל חלקי העיתון כולל מודעות אבל	

עיר ללא הפסקה

משקל	מחיר ב- ש, לא כולל מע"מ סופ"ש	מחיר ב- ש, לא כולל מע"מ יום חול	תיאור הפריט	שם העיתון ואחוז השקלול
30%			עמוד - כלל חלקי העיתון	ישראל היום - 20%
20%			1/2 עמוד - כלל חלקי העיתון	
15%			1/4 עמוד - כלל חלקי העיתון	
15%			סטריפ כלל חלקי העיתון	
20%			מחיר לאינץ' כלל חלקי העיתון כולל מודעות אבול	

1.2. מקומונים (30%)

משקל	מחיר ב- ש, לא כולל מע"מ סופ"ש	מחיר ב- ש, לא כולל מע"מ יום חול	תיאור הפריט	שם העיתון ואחוז השקלול
30%			עמוד - כלל חלקי העיתון	ידיעות תל אביב - 50%
15%			1/2 עמוד - כלל חלקי העיתון	
15%			1/4 עמוד - כלל חלקי העיתון	
10%			סטריפ כלל חלקי העיתון	
30%			אינצ'ים - כלל חלקי העיתון	
30%			עמוד - כלל חלקי העיתון	המקומון - 50%
15%			1/2 עמוד - כלל חלקי העיתון	
15%			1/4 עמוד - כלל חלקי העיתון	
10%			סטריפ כלל חלקי העיתון	
30%			אינצ'ים - כלל חלקי העיתון	

1.3. עיתונות ערבית (4%)

משקל	מחיר ב- ש, לא כולל מע"מ סופ"ש	מחיר ב- ש, לא כולל מע"מ יום חול	תיאור הפריט	שם העיתון ואחוז השקלול
30%			עמוד - כלל חלקי העיתון	כל אל ערב - 33%
15%			1/2 עמוד - כלל חלקי העיתון	
15%			1/4 עמוד - כלל חלקי העיתון	
10%			סטריפ כלל חלקי העיתון	
30%			אינציים - כלל חלקי העיתון כולל מודעות אבל	
30%			עמוד - כלל חלקי העיתון	אל סינרא - 34%
15%			1/2 עמוד - כלל חלקי העיתון	
15%			1/4 עמוד - כלל חלקי העיתון	
10%			סטריפ כלל חלקי העיתון	
30%			אינציים - כלל חלקי העיתון כולל מודעות אבל	
30%			עמוד - כלל חלקי העיתון	פנורמה - 33%
15%			1/4 עמוד - כלל חלקי העיתון	
15%			1/2 עמוד כלל חלקי העיתון	
10%			סטריפ כלל חלקי העיתון	
30%			אינציים - כלל חלקי העיתון כולל מודעות אבל	

1.4. עיתונות דתית (2%)

משקל	מחיר ב- ש, לא כולל מע"מ סופ"ש	מחיר ב- ש, לא כולל מע"מ יום חול	פירוט	עיתון ואחוז שקלול
30%			עמוד - כלל חלקי העיתון	מקור ראשון - 25%
15%			1/2 עמוד - כלל חלקי העיתון	
15%			1/4 עמוד - כלל חלקי העיתון	
10%			סטריפ כלל חלקי העיתון	
30%			אינציים - כלל חלקי העיתון כולל מודעות אבל	
30%			עמוד - כלל חלקי העיתון	יתד נאמן - 25%
15%			1/2 עמוד - כלל חלקי העיתון	
15%			רבע עמוד - כלל חלקי העיתון	
10%			סטריפ כלל חלקי העיתון	
30%			אינציים - כלל חלקי העיתון כולל מודעות אבל	
30%			עמוד - כלל חלקי העיתון	יום ליום - 25%
15%			1/2 עמוד - כלל חלקי העיתון	

עיר ללא הפסקה

משקל	מחיר ב- לא כולל מע"מ סופ"ש	מחיר ב- לא כולל מע"מ יום חול	פירוט	עיתון ואחוז שקלול
15%			1/4 עמוד - כלל חלקי העיתון	
10%			סטריפ כלל חלקי העיתון	
30%			אינציים - כלל חלקי העיתון כולל מודעות אבל	
30%			עמוד - כלל חלקי העיתון	המודיע -25%
15%			1/2 עמוד - כלל חלקי העיתון	
15%			רבע עמוד - כלל חלקי העיתון	
10%			סטריפ כלל חלקי העיתון עיתון	
30%			אינציים - כלל חלקי העיתון כולל מודעות אבל	

1.5. עתונות אנגלית (5%)

משקל	מחיר ב- לא כולל מע"מ סופ"ש	מחיר ב- לא כולל מע"מ יום חול	פירוט	עיתון ואחוז שקלול
30%			עמוד - כלל חלקי העיתון	הרלד טריביון - 50%
15%			1/2 עמוד - כלל חלקי העיתון	
15%			1/4 עמוד - כלל חלקי העיתון	
10%			סטריפ כלל חלקי העיתון	
30%			אינציים - כלל חלקי העיתון כולל מודעות אבל	
30%			עמוד - כלל חלקי העיתון	ג'רוזלם פוסט - 50%
15%			1/4 עמוד - כלל חלקי העיתון	
15%			1/2 עמוד - כלל חלקי העיתון	
10%			סטריפ כלל חלקי העיתון	
30%			אינציים - כלל חלקי העיתון כולל מודעות אבל	

1.6. תב"ע (4%)

פרסום על פי חוק התכנון והבנייה, התשכ"ה – 1965 הכולל פרסום בשני עיתונים ארציים ובעיתון מקומי אחד.
המשתתף במכרז חייב למלא 3 אפשרויות פרסום:

משקל	מחיר בש"ח לא כולל מע"מ	אפשרות פרסום (יש לציין 3 עיתונים בכל אפשרות)
33%		
33%		
34%		

1.7. מודעות דרושים (6%)

המשתתף במכרז חייב למלא ארבע אפשרויות פרסום:

משקל	מחיר בש"ח לא כולל מע"מ	עיתון
25%		הארץ ודה מארקר
25%		לוח ידיעות אחרונות
25%		לוח מעריב
25%		ישראל היום

1.8. מכרזים פומביים (4%)

מחיר לחבילת פרסום – 2 עיתונים יומיים + מקומון
המשתתף במכרז חייב למלא 3 אפשרויות פרסום:

משקל	מחיר בש"ח לא כולל מע"מ	אפשרות פרסום (יש לציין 3 עיתונים בכל אפשרות)
33%		
33%		
34%		

2. טלוויזיה (5%) מתמהיל המדיה

2.1. ערוצים 12+13

הגדרות:

- המחיר הינו לנקודת רייטינג (להלן – "עלות לנקודה") לערוצים 12 ו-13 ולקהל יעד בגילי 20-45.
- המחיר משוקלל ל-30" (שניות) ונכון לכל קמפיין.
- בכל קמפיין, 50% מינימום מה- GRP המשוקלל ברצועת הפריים טיים (00:20-15:23).
- בכל קמפיין המחיר כולל 35% מיקומים (1 - 3 ואחרון) ברצועת הפריים בפיזור זהה בין המיקומים.
- בכל קמפיין המחיר כולל 50% מיקומים (1 - 3 ואחרון) מחוץ לרצועת הפריים בפיזור זהה בין המיקומים.
- על כל אחוז חריגה מ- 50% פריים יורדו/יתוספו 0.7% לעלות לנקודה.
- בכל קמפיין חלוקת הנתח של הקצו המשוקלל בין כל הזכיינים תהיה בהתאם לנתח הטבעי של כל זכיון בתקופת הקמפיין, עם סטייה של עד 2 נקודות האחוז.
- המחיר לא כולל תכניות ספיישלים, גמרים ותכניות חד פעמיות.
- לקמפיין שמוגדר קהל מטרה, המשרד מתחייב לעמוד במינימום יחס המרה טבעי לקהל בזמן הקמפיין.

חודש	עלות לנקודה לתשלום העירייה לקהל היעד הנ"ל בערוצים 12 ו-13, מחיר ב-ש"ח לא כולל מע"מ:	משקל %
ינואר	ש"ח _____	6.00%
פברואר	ש"ח _____	6.00%
מרץ	ש"ח _____	6.50%
מרץ – אפריל (3 שבועות לפני חג)	ש"ח _____	6.50%
אפריל – מאי מערב פסח עד יום העצמאות	ש"ח _____	6.50%
מאי	ש"ח _____	6.50%
יוני	ש"ח _____	6.50%
יולי	ש"ח _____	6.50%
אוגוסט	ש"ח _____	6.50%
ספטמבר (3 שבועות לפני החג)	ש"ח _____	6.50%
החל מראש השנה עד סוף סוכות	ש"ח _____	6.50%
אוקטובר	ש"ח _____	6.50%
נובמבר	ש"ח _____	6.50%
דצמבר	ש"ח _____	6.50%

עיר ללא הפסקה

2.2. ערוצים 9, 20, 11, 24

משקל %	עלות לנקודה / תשדיר לתשלום העירייה לקהל היעד הנ"ל, מחיר ב-ש לא כולל מע"מ:	
2.5%		עלות לנקודה בערוץ 9 - עבור קהל יעד "עולים +18", ב- 60% פריים
2.5%		עלות לתשדיר של 15 שניות בערוץ 20 - בית אב
2.5%		עלות לנקודה בערוץ 24 - בית אב
2.5%		עלות לתשדיר של 15 שניות בערוץ 11 - חסויות

עיר ללא הפסקה

3. רדיו (10%) מתמהיל המדיה

• כל תשדיר באורך 20 שניות

תחנה	מספר תשדירים ביום ומועדים לשידור	מחיר ב-ש, לא כולל מע"מ	% השקלול
גלי צה"ל וגלגלי"צ	5 תשדירים ביום, למשך 10 ימי חול, מ- 06:00 עד 20:00		31%
רשת ב' + ג' + FM 88	16 תשדירים ביום, בכל תחנה, למשך 10 ימי חול, מ- 06:00 עד 24:00, בחלוקה שווה על פני היום, 50% מהתשדירים צמודי חדשות/מבזק חצי		30%
רדיו תל-אביב	12 תשדירים ביום, למשך 10 ימי חול, מ- 07:00 עד 19:00		13%
רדיו ללא הפסקה	12 תשדירים ביום, למשך 10 ימי חול, מ- 07:00 עד 19:00		13%
רדיו אקו 99 FM	12 תשדירים ביום, למשך 10 ימי חול, מ- 07:00 עד 19:00		13%

עיר ללא הפסקה

4. דיגיטל - 60% מתמהיל המדיה

4.1. דמי ניהול מדיה (75%)

משקל	אחוז מוצע	מדיה/פלטפורמה
50%	אחוז דמי ניהול מוצע _____%	גוגל (כולל יוטיוב ו-DV360), פייסבוק, אינסטגרם, ו-TikTok
25%	אחוז דמי ניהול מוצע _____%	מדיה פרוגרמטית כולל Outbrain, IDX, Taboola
25%	אחוז החזר עמלה _____%	דיספליי + וידאו ישיר

4.2. תמחור CPM ווידאו (15%)

- אורך הסרטון עד 20 שניות

משקל	עלות CPM	מדיה/פלטפורמה
25%	עלות CPM _____ ₪	קבוצת קשת
25%	עלות CPM _____ ₪	רשת
20%	עלות CPM _____ ₪	Ynet
10%	עלות CPM _____ ₪	Walla
10%	עלות CPM _____ ₪	ONE
10%	עלות CPM _____ ₪	ספורט 5

עיר ללא הפסקה

4.3. שירותי אנליזה ומדידה (10%)

שירותי SEO לאתר העירייה, קידום אורגני, ומדידה של פעילות ממומנת מכלל המדיות הדיגיטליות לרבות הטמעה של פיקסלים של כלל מערכות הפרסום הפקת דוחות דו שבועיים, שבועיים, חודשיים, שנתיים ועל פי דרישה

<u>משקל</u>	<u>עלות שירות</u>	<u>שירות</u>
<u>50%</u>	<u>עלות חודשית ₪</u>	שירותי אנליזה, מדידה ו- SEO - אתר
<u>50%</u>	<u>עלות חודשית ₪</u>	שירותי אנליזה, מדידה וניטור - אפליקציות

פרק ב' - קריאייטיב ואסטרטגיה (25%)

יש לציין את העלויות עבור בניית אסטרטגיה מותאמת לבריפים שונים שיסופקו על ידי העירייה וליצירת כיוונים קריאטיביים לאותה אסטרטגיה בהתאמה.

מס' פריט	תיאור הפריט	מחיר בש"ח לפרויקט, לא כולל מע"מ
1	קריאייטיב ואסטרטגיה לבריפים רוחביים (360)	
2	קריאייטיב ואסטרטגיה למהלכי דיגיטל קטנים	
3	סלוגן	
4	גינגל - כתיבה	
5	דמי סקיצה - ישולמו רק במקרה בו העירייה תחליט לא להזמין את השירותים בעבור פריטים 1-4 לעיל	

פרק ג' – הפקות ועיצובים (10%)

ג.1 שילוט, בימה ותצוגה (10%)

שילוט חוצות כולל בן היתר: פלקט, פני פרסום, בילבורד, מכוון, תחנת אוטובוס, באנר, גב בימה, שקופית בימה, קוליסה, שלט כניסה, רול אפ, קאפה, מדבקה לקיר או לחלון, דוכן נואמים וכדומה, כולל סגירות.

תיאור הפריט	מחיר בש"ח, לא כולל מע"מ
עיצוב שלט - מאסטר	
השלכה משלט ראשוני, לגדלים נוספים עדכון טקסט על בסיס עיצוב קיים	
שלט מסך דינמי (סרטון עד 10")	
עיצוב קיר למבנה ציבורי (עיצוב חדש)	
התאמה לקיר נוסף (עיצוב זהה)	
עיצוב דוכן סטנדרטי, שולחן ושלט מעל	

ג.2 מודעות (10%)

תיאור הפריט	מחיר בש"ח, לא כולל מע"מ
מודעה עמוד	
דאבל ספרייד	
מודעת סטריפ אינצ'ים	
השלכת לגודל חדש, או שינוי טקסט על בסיס עיצוב קיים	

ג.3 הפקות ועיצובים לדיגיטל (20%)

תיאור הפריט	מחיר בש"ח, לא כולל מע"מ
עיצוב באנר דינמי ראשוני סרטון (10")	
עיצוב פוסט / באנר סטטי / קאבר	
סטורי – וידאו אנימציה	
עיצוב באנר Gif	
אדפטציה באנר Gif לגודל חדש	
עיצוב דף נחיתה (ללא תכנות)	
תכנות דף נחיתה	
קונספט ועיצוב עמוד בסיס לאתר (ללא תכנות)	
עיצוב כל עמוד נוסף לאתר (ללא תכנות)	
עיצוב ניוזלטר (ללא תכנות)	
תכנות ניוזלטר	

עיר ללא הפסקה

ג.4 דפוס (20%)

מחיר בש"ח, לא כולל מע"מ	תיאור הפריט
	עלון
	עלון מתקפל
	מעטפת ארנונה
	גלויה או הזמנה

ג.5 חוברת | ספר | מחברת | תכנייה (5%)

מחיר בש"ח, לא כולל מע"מ	תיאור הפריט
	עיצוב שער, גריד וכפולת עמודים ראשונה
	כל עמוד נוסף
	עדכון טקסט או המרת שפה לחוברת – מחיר לעמוד

ג.6 מתנות (5%)

מחיר בש"ח, לא כולל מע"מ	תיאור הפריט
	עיצוב חולצה / כובע / אביזר לבוש
	עיצוב מארז / קופסה

ג.7 נייר ותדמית (20%)

מחיר בש"ח, לא כולל מע"מ	תיאור הפריט
	סמל או לוגו
	שפה גרפית ויצירת גריד (עד 5 פריטים)
	לוגו בשתי שפות
	חתימת דוא"ל

ג.8 שעת עבודה (10%)

מחיר בש"ח, לא כולל מע"מ	תיאור הפריט
	שעת עבודה מתכנת
	שעת עבודה סטודיו

מחירי פריטים שלא מצויים בטבלאות לעיל, אשר תבקש העירייה להזמין, יהיו מחירם לפי מחיר הפריט הדומה ביותר, בהתאם לשיקול דעתה הבלעדי של העירייה.

נספח 7 למכרז/ נספח ג לחוזה

פרק ד' – החזר עמלת מדיה (5% ממשקל הצעת המחיר)

על המשתתף במכרז לציין את אחוז החזר אותו יתן המשרד לעירייה מעלות המדיה הנרכשת למעט מדיה פרוגרמטית.

אחוז העמלה שיוחזר בגין עלות המדיה הנרכשת ישירה בלבד: _____ %

שם המשתתף במכרז: _____
כתובת: _____
טלפון: _____
מס' ח.פ./עוסק מורשה: _____
תאריך: _____
חתימת המשתתף במכרז: _____
חותמת המשתתף במכרז: _____

הערות:

(* מדיה ישירה היא מדיה, שנרכשת באמצעות עסקה ישירה מול פאבלישרים ותמחור שלה מכיל עמלת משרד פרסום/מדיה.

(* הצעת המחיר תינקב בשקלים חדשים, ללא מע"מ או באחוזי הנחה בהתאם להקשר.

(* המחירים בהצעת המחיר יהיו צמודים בהתאם לסעיף 4 לנספח א' לחוזה (תנאים מיוחדים להתקשרות).

(* הצעת המחיר תכלול את כל ההוצאות של המשתתף במכרז – ישירות ועקיפות.

(* יש למלא את המחיר המוצע בכל סעיפי ותתי סעיפי הצעת המחיר.

משתתף במכרז אשר לא ימלא את המחיר המוצע על ידו לכל הסעיפים ותתי הסעיפים כאמור לעיל, הצעתו עלולה להיפסל.

נספח מס' 12 המעודכן (להוכחת סעיף 3.3.2 לתנאי הסף)

תצהיר המשתתף במכרז

אני _____ נושא ת.ז. מס' _____ לאחר _____
(שם המנהל/מורשה חתימה המשתתף במכרז)

שהוזהרתי כי עלי לומר את האמת וכי אהיה צפוי לעונשים הקבועים בחוק אם לא אעשה כן, מצהיר בזאת בכתב כדלקמן:

1. הנני משמש כ- _____ אצל _____ שם המשתתף במכרז והנני מוסמך להצהיר בשמו ולחייבו.

2. תצהירי זה ניתן בתמיכה לצורך עמידת המשתתף במכרז בתנאי הסף הקבוע בסעיף 3.3.2 לתנאי הסף של מכרז שירותי פרסום, שיווק וייעוץ אסטרטגי.

3. הנני מצהיר בזאת כי הפרטים המפורטים בטבלה שלהלן הינם נכונים וכי כל אחד מהעובדים שמספרם מפורט בטבלה עובד אצל המשתתף במכרז ביחסי עובד-מעביד כבעלי הסמכת google ads.

מס"ד	שם עובד	ת.ז.
1.		
2.		

4. לתצהירי זה מצורפים העתקי התעודות של שני העובדים הנ"ל

5. זה שמי זו חתימתי ותוכן תצהירי אמת.

(חתימת המצהיר)

אישור עו"ד

אני הח"מ _____, עו"ד מאשר/ת בזה כי ביום _____ התייצב בפני מר/גב' _____ נושא ת.ז. מס' _____/המוכר לי באופן אישי

המצהיר

ואחרי שהוזהרתי/ה כי עליו/ה להצהיר את האמת וכי אם לא /תעשה כן יהיה/תהיה צפוי/ה לעונשים הקבועים בחוק, חתם/מה בפני על תצהירו/ה דלעיל.

חתימה וחותמת

(כולל מס' רישיון)