מכרז פומבי מס' 146/2016 לשירותי פרסום, שיווק וייעוץ אסטרטגי - שינויים במסמכי המכרז

עיריית תל-אביב-יפו מודיעה על שינויים מהותיים בתנאי הסף להגשת הצעות למכרז שבנדון.

לפרטי השינויים יש לפנות לאתר האינטרנט של עיריית ת"א- יפו :

www.tel-aviv.gov.il -> מכרזים ודרושים -> מכרזים פומביים למתן שירותים, עבודה קבלנית ורכש טובין.

לפרטים ניתן לפנות ללשכת דובר העירייה בטלפון מס' 03-5218108.

בברכה,

רון חולדאי

ראש העירייה

)

הנדון : **מכרז פומבי מס' 146/2016 לשירותי פרסום, שיווק וייעוץ אסטרטגי – שינויים במסמכי המכרז ומענה לשאלות הבהרה – קובץ מס' 2**

עיריית תל אביב-יפו מודיעה בזאת על השינויים שלהלן במסמכי המכרז שבנדון:

א. סעיפים 3 ו-4 לפרק ג' למסמכי המכרז "הקריטריונים לבחינת ההצעות" והתיקון להם כפי שפורסם בקובץ מיום 14.9.16 יימחקו, ובמקומם יבואו סעיפים 3 ו-4 שלהלן:

3. תנאי סף לבחינת ההצעות

בנוסף לתנאים שצוינו בפרק התנאים הכלליים, על המשתתף במכרז לעמוד בכל התנאים המפורטים להלן במועד האחרון להגשת ההצעות:

3.1. המשתתף במכרז הוא משרד פרסום בעל תקציבי פרסום של לקוחות בהיקף כספי של 150 מיליון ₪ ומעלה לשנה בכל אחת מהשנים 2014 ו-2015, לפי מחירי יפעת בקרת פרסום.

3.2. למשתתף במכרז לפחות שני לקוחות שונים להם סופקו שירותי פרסום בהיקף של 6 מיליון ₪ ומעלה לפחות ללקוח, לשנה, בשנתיים ברציפות מתוך השנים 2013, 2014 ו-2015.

3.3. למשתתף במכרז או לחברה בת של המשתתף במכרז ניסיון בניהול תקציב של לפחות 2,000,000 ₪ בשנת 2015, בפלטפורמות Google ו/או Facebook יחד (בפרק זה "**חברה בת**" - חברה אשר למשתתף במכרז לפחות 25% מהון המניות המונפק של החברה או שותפות רשומה אשר למשתתף במכרז לפחות 25% מהבעלות בה).

3.4. – בוטל.

3.5. למשתתף במכרז או לחברה בת של המשתתף במכרז ניסיון בקניית מדיה פרוגרמטית (כולל Google ו/או Facebook) ובניהולה בתקציב של 3,000,000 ₪ לפחות, בכל אחת מהשנים 2014 ו-2015.

4. מסמכים להוכחת תנאי הסף

4.1. להוכחת סעיף 3.1 לעיל יציג המשתתף במכרז אישור מטעם חברת יפעת בקרה פרסום" מפולח מדיה. העירייה רשאית לאמת ולבדוק את נתוני ההצהרה לרבות עם הגורמים שפורטו על ידי המשתתף במכרז בסעיפים אלה.

4.2. להוכחת סעיף 3.2 יצרף המשתתף במכרז מסמכים ו/או אישורים מ-2 לקוחות שונים להם סיפק המשתתף במכרז שירותי פרסום בשנתיים ברציפות מתוך השנים 2013, 2014 ו-2015.

העירייה שומרת לעצמה את הזכות לפנות לקבלת אישורים חוות דעת והמלצות גם מלקוחות המשתתף במכרז.

4.3. להוכחת סעיף 3.3 המשתתף במכרז המשתתף במכרז יצרף דוחות כספיים מאת Google ו/או Facebook המוכחים ניהול תקציב כאמור. הדו"חות יכולים להיות על שם המשתתף במכרז או על שם לקוח של המשתתף במכרז בעבורו העניק המשתתף במכרז את השירותים.

4.4. - בוטל.

4.5. להוכחת סעיף 3.5 המשתתף במכרז יצרף הצהרה חתומה על ידי המשתתף במכרז ואישור רואה חשבון (ראה דוגמא בנספחים 14 ו-15 למכרז) כי הינו בעל ניסיון בקניית מדיה פרוגרמטית ובניהולה בתקציב של 3,000,000 ₪ לפחות, בכל אחת מהשנים 2014 ו-2015.

ב. <u>נספח 8 למסמכי המכרז יתוקן כדלקמן:</u>

1. טבלת ניקוד האיכות תתוקן כך שלפרמטר מס' 3 יינתן משקל של 15% במקום 30%.

2. לטבלה בסעיף 1 יתווסף פרמטר 10 שלהלן:

מס'	נושא	ניקוד	% שקלול
10	מספר עובדים ביחסי עובד ומעביד בעלי הסמכת Google partners אשר מעסיק המשתתף במכרז (יש לצרף תצהיר).	2 עובדים – 10 נקודות מעל 2 עובדים – 15 נקודות	15%

3. בסוף נספח 8 תתווסף ההבהרה שלהלן:

"הפרמטרים הקבועים בסעיפים 2, 3, 4, 5, 6, 8 ו-10 לטבלת ניקוד האיכות ניתנים להצגה וינוקדו לגבי המשתתף במכרז עצמו או לגבי חברה בת של המשתתף במכרז ("**חברה בת**" בסעיף זה – חברה אשר למשתתף במכרז לפחות 25% מהון המניות המונפק של החברה או שותפות רשומה אשר למשתתף במכרז לפחות 25% מהבעלות בה)."

בברכה,

דובר העירייה

מסמך זה מהווה חלק בלתי נפרד ממסכי המכרז ועל המשתתף במכרז להגישו חתום על ידו.

_____ _____

תאריך **חתימה וחותמת של המשתתף המכרז**

עיריית תל־אביב-יפו
מנהל התקשורת וההסברה

י״א באלול התשע״ו
14 בספטמבר 2016
סימוכין: 37286716

הנדון: **מכרז פומבי מס׳ 146/2016 לשירותי פרסום, שיווק וייעוץ אסטרטגי – שינויים במסמכי המכרז ומענה לשאלות הבהרה**

עיריית תל - אביב-יפו מודיעה בזאת על השינויים שלהלן במסמכי המכרז שבנדון:

פרק ג׳ למסמכי המכרז יתוקן כדלקמן:

1. בסוף סעיף 3 לפרק ג׳ למסמכי המכרז יבוא:

״בתנאי הסף הקבועים בסעיפים 3.3, 3.4 ו-3.5 בלבד במקום המילים ״המשתתף במכרז״ יירשם ״המשתתף במכרז או חברה בת בלבד של המשתתף במכרז (״**חברה בת**״ בסעיף זה – חברה אשר למשתתף במכרז לפחות 51% מהון המניות המונפק של החברה).״

2. בסוף סעיף 4 לפרק ג׳ למסמכי המכרז יבוא סעיף 4.6 שלהלן:

״4.6 הוכחת התנאים המפורטים בסעיפים 3.3. 3.4 ו-3.5 בלבד יתאפשרו בין על ידי המשתתף במכרז עצמו או באמצעות חברה בת בלבד של המשתתף במכרז כהגדרתה בסעיף 3.״

נספח 8 למסמכי המכרז יתוקן כדלקמן:

3. בסוף נספח 8 תתווסף ההבהרה שלהלן:

״הפרמטרים הקבועים בסעיפים 2, 3, 4, 5, 6, ו-8 לטבלת ניקוד האיכות ניתנים להצגה וינוקדו לגבי המשתתף במכרז עצמו או לגבי חברה בת בלבד של המשתתף במכרז (״**חברה בת**״ בסעיף זה – חברה אשר למשתתף במכרז לפחות 51% מהון המניות המונפק של החברה).״

להלן מענה לשאלות הבהרה שהתקבלו:

נוסח השאלות הינו כפי שהועבר לעירייה בכתב.

מס	סעיף	שאלה	תשובה
כללי			
1.		האם קבוצת אם שמחזיקה בכמה חברות שונות העוסקות בפרסום, מדיה, מסכי פרסום, שיווק כרטיסי מועדון, יכולה לגשת כקבוצה אחת?	על דרישות המכרז (תנאי סף וניקוד איכות) להתקיים ביישות המשפטית (החברה) שמגישה הצעתה למכרז. לעניין עמידה בתנאי הסף בסעיפים 3.3, 3.4 ו-3.5 ראו התיקון בסעיף 1

			לשינוי מסמכי המכרז, לפיו בתנאי הסף הקבועים בסעיפים 3.3, 3.4 ו-3.5 בלבד המילים "המשתתף במכרז" יקראו המשתתף במכרז או חברה בת בלבד של המשתתף במכרז ("**חברה בת**" בסעיף זה – חברה אשר למשתתף במכרז לפחות 51% מהון המניות המונפק של החברה) לעניין ניקוד האיכות בפרמטרים בנספח 8, ראו סעיף 3 לשינויים לעיל במסמכי המכרז, לפיו הפרמטרים הקבועים בסעיפים 2, 3, 4, 5, 6, ו-8 לטבלת ניקוד האיכות ניתנים להצגה וינוקדו לגבי המשתתף במכרז עצמו או לגבי חברה בת בלבד של המשתתף במכרז כהגדרתה לעיל.
2		האם אוכל להחשיב את מחזור קבוצת האם במכרז?	לא. ראה התשובה לשאלה מס' 1 לעיל.
3		אנו קבוצת פרסום אחת. יחידת התוכן השיווקי אצלנו היא חברה אחות באותה בעלות. כך גם חברת קניית המדיה. אנו עובדים ביחד על מרבית הלקוחות ובשיתוף פעולה מלא. לאור זאת נבקש לשנות את ההצהרה שיש לנו יחידת תוכן שיווקי לכך שיש לנו חברת תוכן שיווקי. לגבי עובדים שהם "גוגל פרטנרס"- אלו עובדי חברת המדיה. הם מקבלים שכר מחברת המדיה ולא מחברת הפרסום. אנא שנו את הניסוח כך שהתנאי יהיה רלוונטי לנו. אני מאמינה שכל ה"גוגל פרטנרס" הם עובדים של חברות המדיה ולא של חברות הפרסום על אף שזהו גבול מטושטש מאד	ראה התשובה לשאלה מס' 1 לעיל. לא ניתן להוכיח עמידה בדרישות המכרז באמצעות חברה אחות או חברה אם.
4		כנהוג בענף חלק מהלקוחות רוכשים ומשלמים את המדיה ישירות לאמצעי המדיה - כמו GOOGLE וכד' אנו מבקשים כי לצורך עמידה בתנאי הסף תשלומים אלו יחשבו כחלק ממחזור המשרד.	ניתן להציג תשלומים אלה כחלק ממחזור המשרד.
5		אנחנו מחוברים לגישה המתקדמת אשר הוצגה ע"י מר גידי שמרלינג אשר שמה דגש על שלושה יסודות מרכזיים: יצירתיות, דיגיטל ואסטרטגיה. אנו מאמינים שגישה זו צריכה להתאים את כלי התקשורת שלה לכלים הדיגיטלים והטכנולוגים של המאה העשרים ואחת, תוך חיבור למרחב העירוני. אנו עדים לתקופה בה חלקה של המדיה המסורתית הולך ופוחת באופן התואם גם את המגמה העולמית. אשר על	פורמט המכרז לא ישונה.

		כן, המודל המסחרי המתבסס על תגמול משרד הפרסם באמצעות עמלות מקנית מדיה מסורתית הנו מודל אשר אינו רלוונטי לעיר מודרנית ומתקדמת בתפיסתה כמו העיר ת"א יפו. השימוש בכלים ובערוצים דיגיטלים מתקדמים לרבות פלטפורמות מצריך אינטנסיביות, משאבי רבים של כ"א, שילוב דיספלינות שונות ויכולת רעיונאות של משרד הפרסום אשר יכולה לבוא לידי ביטוי באמצעי תקשורת שאינם מדיה לרבות במרחב הפיזי העירוני, דוגמא לכך היא הפעילות היצירתית שעשיתם ב 2015 - השקת טטריס ענק על בינין העיריה – רעיון יצירתי, בעל ערך רב למותג ולצרכנים שאין לו שום קשר למדיה מסורתית ומשרד הפרסום במודל בו קבעתם במכרז אינו מתוגמל על רעיונות מסוג זה. היכולת של משרד הפרסום לממן את כלל התשומות הללו ולקיים ריווחיות סבירה אינה ריאלית במודל הישן בו משרד הפרסום מרוויח אך ורק מעמלות בגין רכישת מדיה. לפיכך, נשמח להציע מודל חלופי התואם אשר מתבסס על תשלום ריטיינר ואינו פועל יוצא של השקעה במדיה. הריטיינר מתבסס על היקף השעות הצפוי תוך שימור יתירות לצרכים בלתי צפויים של עירית תא יפו. במודל זה יוחזרו כל העמלות ועמלות היתר אשר יתקבלו מקניית מדיה ותתקיים שקיפות מלאה. האם צורת התקשרות זו נראית לכם כאפשרות טובה לעבודה משותפת?	
6		האם יש לחתום על כל הנספחים בתוך החוברת עצמה או לצלם ולהגיש בנפרד?	לבחירת המשתתף במכרז. ראה סעיף 7 לפרק ב' למסמכי המכרז. מובהר כי את נספח 7 "הצעת המחיר" יש להגיש במעטפה נפרדת. אין למלא את הצעת המחיר בחוברת עצמה.
7		האם ניתן להציג פוטנציאל קראייטיבי כבר בשלב הראשון?	ניקוד האיכות בשלב הראשון הינו בהתאם לפרמטרים הקבועים בנספח 8 למסמכי המכרז .
		<u>שאלות לפרק ב' למסמכי המכרז</u>	
8	סעיף 2.5 (עמוד 3)	נא הבהירו כי העיריה לא תשתמש בקריאייטיב שהציג המשרד בפרזנטציה במידה ולא זכה במכרז.	העירייה לא תעשה שימוש בחומרים שיוצגו בפרזנטציה.
9	סעיף 6 (עמוד 4)	אנו נדרשים להעביר ערבות בנקאית "מבויילת כחוק" - כיום החוק אינו מחייב ביול ולכן לא מביילים ערבויות - בקשתנו כי נוכל להגיש ערבות שאינה מבויילת.	אין צורך להגיש ערבות מבוילת.

10	סעיף 8.7 (עמוד 6)	הסעיף מפרט את זכותה של העירייה להכניס שינויים ותיקונים במסמכי המכרז. מצוין שהשינויים הנ"ל יועברו באמצעות מס' הפקס שנעביר. מעבר לתשובה בפקס האם אפשר לקבל גם למייל תשובות לשאלות ועידכונים?	כן. בנוסף, קובץ ההבהרות מפורסם באתר האינטרנט של העירייה.
11	סעיף 9.6 (עמוד 6)	נבקש להסיר הסייג – "בין אם בוטלה הזכיה במכרז מכל סיבה שהיא ובין אם לאו".	נוסח הסעיף לא ישונה.
		<u>שאלות לפרק ג' למסמכי המכרז</u>	
12	סעיפים 3.3 , 3.4 ו 3.5	בפרוט תנאי הסף (סעיפים 3.3 , 3.4 ו 3.5) נדרשת עמידה במחזור פעילות מדיה בGOOGLE, ב FACEBOOK וברכש פרוגרמטי בסכומים הנקובים בסעיפים. משרדנו הנו חברה אחות של חברה בשם מדיה קומיוניקיישנס לינקס בע"מ (מדיה קום) כאשר פעילות המדיה מנוהלת ונרכשת מחברה זו, אנו מבקשים כי לצורך עמידה בתנאי הסף נוכל להתבסס על פעילות מדיה קום בסעיפים לעיל.	ראה התשובה לשאלה מס' 1 לעיל. מובהר כי לא ניתן להוכיח עמידה בדרישות המכרז באמצעות חברה אחות.
13	סעיפים 3.3 ו-3.5	אנו מבקשים כי לצורך עמידה בתנאי הסף בסעיפים 3.3 ו 3.5 נוכל להכליל מחזורים של חברה אשר נרכשה על ידינו בחודשים האחרונים.	ראה התשובה לשאלה מס' 1 לעיל.
14	סעיף 3.1	האם תנאי הסף של ה 150 מיליון ₪ לשנה גמיש או לא?	לא. נוסח הסעיף לא ישונה.
15	סעיף 3.1	אם יש חברות שמחזור ההכנסות שלהן לא נרשם ביפעת בקרת פרסום, האם מסמך חתום ע"י רואה חשבון יספק או שניתן להגיש מסמך חברה חתום?	לא. ראה סעיף 4.1 לפרק ג' למסמכי המכרז.
16	סעיף 3.2	בסעיף מצוין שאחד מתנאי הסף הוא שלמשתתף לפחות שני לקוחות להם סופקו שירותי פרסום בהיקף של M6 ₪.... האם הכוונה היא למחירי יפעת?	לא. ראה בעניין זה סעיף 4.2 לפרק ג' למסמכי המכרז.
17	סעיף 3.5	"למשתתף ניסיון בקניית מדיה פרוגרמטית ובניהולה בתקציב של 3,000,000 "... ₪. האם ההגדרה בסעיף זה היא לקניית מדיה פרוגרמטית כוללת - ז"א כל מה שנקנה באופן פרוגרמטי לרבות גוגל ופייסבוק?	כן.
18	סעיף 4.1	על איזה סוג אישור מדובר? האם כדי להוכיח את ההיקף הכספי ניתן לצרף צילום מסך של יפעת בקרת פרסום?	ראה סעיף 4.1 לפרק ג' למסמכי המכרז (עמ' 7).
19	סעיף 3.5	מבקשים לוודא שמדיה פרוגרמטית, שההיקפים שלה פורטו בתנאי הסף לבחינת ההצעות - פרק ג, סעיף 3.5, אינה מדיה שקונים בגוגל אדוורדס ופייסבוק , אלא מדיה הנקנית באמצעות בורסה וממשק קניה כגון- DSP DBM, ILX, MEDIAMATH וכיוב'	המונח מדיה פרוגרמטית בסעיף 3.5 לפרק ג' כולל גם מדיה שנקנתה ב- facebook ו-google.
20	סעיף 4.3	האם דוחות כספיים של המציע אשר מאמתים את ההוצאות מספקים? שכן גוגל ופייסבוק לא מספקים אישורים כאלו.	יש לצרף דו"ח ממערכת הפרסום של google ו-facebook.
21	סעיף 4.3	להוכחת סעיף 3.3 המשתתף במכרז יצרף דוחות כספיים מאת	יש לצרף דו"ח ממערכת הפרסום

		גוגול ופייסבוק המוכיחים ניהול תקציב בהתאם לכל אחת מהשנים 2014-2015. לאיזה דוחות אתם מתכוונים?	של google ו-facebook.
22	סעיף 4.3	נדרשים "דוחות כספיים" מאת GOOGLE ו FACEBOOK להוכחת העמידה בתנאי הסף - אנא פרטו למה כוונתכם ואם אישור מחברות אלו המציין את המחזור בשנים הרלוונטיות מספק?	כן. יש לצרף דו"ח ממערכת הפרסום של google ו-facebook.
23	סעיף 3.3 ו- 4.3	האם ניתן לספק המסמך מטעם חברת המדיה הפועלת כחלק מקבוצת הפרסום?	ראה התשובה לשאלה מס' 1 לעיל. לא ניתן להוכיח עמידה בדרישות המכרז באמצעות חברה אחות.
24	סעיף 5.2	מהו שיעור דמי הטיפול במקרה של רכש מדיה עצמאי המבוצע על ידי העיריה (בנוסף סעיף 8 עמוד 22 תנאים מיוחדים להתקשרות)	לא ישולמו דמי טיפול במקרה של רכש עצמאי.
25	סעיף 5.2	– היכן עלינו לציין את שיעור דמי הטיפול בעבודת הפקה וצדדים שלישיים (מחקרים, עבודות צינור וכיוצא באלה)	יש למלא את הצעות המחיר לפריטים בנספח 7 בלבד.
	<u>שאלות לחוזה</u>		
26	סעיף 6.1 -	איסור הסבת זכויות - השאלה האם תרצו לספק חלק מהשירותים ע"י חברה אחרת מהקבוצה. רלוונטי לעניין תוכן שיווקי.	נוסח הסעיף לא ישונה
27	סעיף 12.1 -	הפסקת ההתקשרות - ההפסקה היא חד-צדדית ע"י העירייה.נבקש הדדיות.	נוסח הסעיף לא ישונה
28	סעיף 15.4 (עמוד 11)	הארכת תוקף הערבות לאחר סיום החוזה (עד 8 חודשים). נבקש לקצר את תוקף הערבות.	נוסח הסעיף לא ישונה
29	סעיף 5.1 (עמוד 11)	נא הוסיפו לסעיף "בתמורה נוספת שתוסכם על שני הצדדים"	נוסח הסעיף לא ישונה.
30	סעיף 5.3 (עמוד 11)	מהו שיעור דמי הטיפול במקרה של רכש מדיה עצמאי המבוצע על ידי העיריה.	לא ישולם דמי טיפול במקרה של רכש עצמאי.
31	סעיף 8.1 (עמוד 12)	נא הוסיפו לסעיף "..באחריות מוחלטת על פי דין בגין פגמים.."	נוסח הסעיף לא ישונה.
32	סעיף	נא הבהירו הגדרת המונח "האיכות הנדרשת" בסעיף, על פיה יקבע המנהל את אישור התשלום בגין העבודה.	בהתאם לנדרש ולפי שיקול הדעת המנהל.

	10.1 (עמוד 13)		
33	סעיף 12.1 (עמוד 13)	נא הוסיפו הדדיות לסעיף הפסקת ההתקשרות	נוסח הסעיף לא ישונה.
34	סעיף 12.1 – עמוד 13	נא עדכנו את מועד ההודעה המוקדמת בכתב ל-60 יום לאור תכולת החוזה וההיערכות הנדרשת מטעם הספק.	נוסח הסעיף לא ישונה.
35	סעיף 12.3 – עמוד 13	נא הסירו "..לשביעות רצונה של העיריה.."	נוסח הסעיף לא ישונה.
36	סעיף 13.1 – עמוד 13	נא הסירו מהסעיף: "..ללא כל הודעה מוקדמת.." או לחילופין הוסיפו התניה שהקיזוז יתבצע בכפוף למתן התראה בכתב לספק לפחות 14 יום לפני ביצוע הקיזוז בפועל.	נוסח הסעיף לא ישונה.
37	סעיף 14.11	נא הוסיפו נספח סודיות תואם מטעם הגורמים בעירייה שיעסקו בפרטים שנדרשים להמסר בתכולת הסעיף על ידי הספק.	נוסח הסעיף לא ישונה.
38	סעיף 14.12	נא הוסיפו לסעיף "בכפוף להוראות כל דין"	נוסח הסעיף לא ישונה.
39	סעיף 15.4 – עמוד 15	נא הבהירו הגדרת המונח "לשביעות רצונו של המנהל" בסעיף, על פיה יקבע מועד סיום הערבות.	נוסח הסעיף לא ישונה.
40	סעיף 16.1 – עמוד 15	נא תקנו הסעיף בפסקה הראשונה "..באחריות מלאה על פי דין.." ובפסקה השנייה לפי המקרה ע"פ פסק דין	נוסח הסעיף לא ישונה.
41	סעיף 16.1 – עמוד 15	- נא תקנו הסעיף בפסקה הראשונה "..לפצות ולשפות בשלמות את העיריה על פי פסק דין.."	נוסח הסעיף לא ישונה.
42	סעיף 16.5 – עמוד 15	נא תקנו הסעיף "..באחריות מלאה על פי דין.."	נוסח הסעיף לא ישונה.
43	סעיפים 16.3+16. 4ע+16.5 מוד 15	בכפוף לכך שכל דרישה תובא לידיעת הספק סמוך לקבלתה. תנתן לספק אפשרות סבירה להתגונן. העיריה לא תתפשר, אלא בהסכמת הספק מראש ובכתב.	נוסח הסעיף לא ישונה.
44	סעיף 16.14 – עמוד 16	נא תקנו הסעיף כך שהעירייה תהא רשאית לקזז בכפוף לתנאי השיפוי: 1. כל תביעה תובא לידיעת הספק סמוך לקבלתה. 2. תנתן לספק אפשרות סבירה להתגונן. 3. העיריה לא תתפשר ללא הסכמת הספק מראש ובכתב.	נוסח הסעיף לא ישונה.

45	סעיף 17.2 – עמוד 16	סעיף 17.2 – עמוד 16 – "..בכל שעה בכפוף להוראות כל דין.."	נוסח הסעיף לא ישונה.
46	סעיף 19.3 - עמוד 17	נא הבהירו הגדרת המונח "להנחת דעתו של המנהל" בסעיף, על פיה יקבע ניכוי תשלומים במידה ויוחלט על כך.	נוסח הסעיף ברור.
47	סעיף 20.2 עמוד 17	נא הוסיפו לסעיף – בכפוף לזכויות צדדים שלישיים השלובות בהם.	נוסח הסעיף לא ישונה. ראה סעיף 5 לנספח א' לחוזה – התנאים המיוחדים להתקשרות.
48	סעיף 21.2 עמוד 18	נא הוסיפו לסעיף בכפוף למתן הודעה בכתב מראש 7 ימי עסקים המפרטת את ההפרה ודורשת את תיקונה וכוללת פרק זמן לתיקונה.	נוסח הסעיף לא ישונה.
49	סעיף 6.1 -	איסור הסבת זכויות - השאלה האם תרצו לספק חלק מהשירותים ע"י חברה אחרת מהקבוצה. רלוונטי לעניין תוכן שיווקי.	נוסח הסעיף לא ישונה.
50	סעיף 12.1 -	הפסקת ההתקשרות - ההפסקה היא חד-צדדית ע"י העירייה. נבקש הדדיות.	נוסח הסעיף לא ישונה.
51	סעיף 15.4	הארכת תוקף הערבות לאחר סיום החוזה (עד 8 חודשים). נבקש לקצר את תוקף הערבות.	נוסח הסעיף לא ישונה.
		נספח א לחוזה - התנאים המיוחדים להתקשרות	
52	סעיף 4.5 (עמוד 20)	נא הוסיפו לסעיף "..התראות קצרות מאוד בכפוף להוראות כל דין"	נוסח הסעיף לא ישונה.
53	סעיף 4.6 (עמוד 20)	נא האריכו המועד ל-48 שעות עבודה מזמן קבלת הבריף	נוסח הסעיף לא ישונה.
54	סעיף 5.1 (עמוד 20)	נא הוסיפו לסעיף "..אשר יופקו על ידי הספק או מי מטעמו במיוחד עבור העיריה.." הכל בכפוף לזכויות צדדים שלישיים השלובים בהם.	נוסח הסעיף ברור ולא ישונה. ראה סעיף 5.14 לעניין זה.
55	סעיף 5.13 (עמוד 21)	נא הוסיפו לסעיף - צדדים שלישיים – במידה ולא יסכימו לא יתקשר עימם הספק, אלא בהתאם להנחיות או באישור העירייה בלבד.	נוסח הסעיף לא ישונה. ראה סעיף 5.14 לעניין זה.
56	סעיף 9 (עמוד 22)	נא הוסיפו לסעיף "..מחירים מועדפים ומוזלים ככל יכולתו.."	נוסח הסעיף לא ישונה.
57	סעיף 10(עמוד 22)	נא פרטו מיהם התאגידים העירוניים למניעת ניגודי אינטרסים אפשריים מבעוד מועד.	באופן פוטנציאלי כל תאגידי העירייה המפורטים באתר האינטרנט של העירייה.

	שאלות למפרט הטכני		
58	סעיף 1.6 – עמוד – 24	נא הוסיפו לסעיף "..דוחות חודשיים רבעוניים או שנתיים או כפי שתדרוש העיריה באופן סביר.."	נוסח הסעיף לא ישונה.
59	סעיף 1.7 – עמוד 24	נא הבהירו האם קיים תגמול והיכן עלינו לציין את שיעורו עבור התרגומים הנדרשים בסעיף.	בשלב המכרז אין צורך בהצעת מחיר לשירותי תרגום.
60	סעיף 2.1+2.2 עמוד 24 –	נא הוסיפו לסעיף "בכפוף להוראות כל דין"	נוסח הסעיף לא ישונה.
61	סעיף 3 – עמוד 25	נבקש הגדרת בלעדיות ברורה לספק הזוכה במכרז.	נוסח הסעיף לא ישונה.
62	עמוד 24 סעיף 1.7 -	הסעיף מפרט את מגוון השירותים שעל משרד הפרסום לתת. מצוין שם "לרבות תרגום לשפות זרות". השירות הזה לא מופיע במחירונים כיצד תרצו שנתמחר תרגום לשפות אחרות?	בשלב המכרז אין צורך בהצעת מחיר לשירותי תרגום.
	שאלות לנספחים		
63	נספח 7 (עמוד 31)	האם ניתן לקבל את המחירונים בקובץ "חי" (אקסל/ וורד) על מנת שנוכל למלא אותם בצורה היעילה ביותר?	לא.
64	נספח 7	בחלק מהכותרות בטבלאות מצויין "מחיר נטו" ובחלק "מחיר בש"ח". נא להבהיר את ההבדל בין 2 הניסוחים.	המחיר שעל המשתתף במכרז להציע הינו המחיר לתשלום על ידי העירייה, לא כולל מע"מ.
65	נספח 7 – פרק ג' (עמוד 40)	האם סעיף החזר העמלה בפרק ג' (עמוד 40) חל רק על המחירים שאינם מחירי נטו? כי כפי שזה מוצג כרגע יש כפילות הן בטלוויזיה והן בדיגיטל – ביקשתם מחירי נטו ולאחר מכן ביקשתם להבין מה אחוז החזר עמלה.	המחיר שעל הספק להציע הינו המחיר לתשלום על ידי העירייה, לא כולל מע"מ. בפרק ג' "עמלה" – ישנה אפשרות להציע החזר עמלה.
66	נספח 7 עמ' 32 - 1.1-1.5	לכל ספק מדיה יש מחירון משלו ולכל ספק המחירון הוא משנה אחרת לדוגמא רק לגלובס ולישראל היום קיים מחירון לשנת 2016 בשאר העיתונים המחירונים הם ישנים לדוגמא ידיעות תקשורת המחירון האחרון שיצא הוא משנת 2010 - על מנת שכל משתתפי המכרז יתמחרו בצורה אחידה את אחוז ההנחה – אנו ממליצים לצרף לכם את המחירונים עצמם - האם מקובל?	אין צורך בהצגת מחירונים. ההצעה נבחנת לפי אחוז ההנחה שיציג משרד הפרסום למחירון ספק המדיה. מובהר כי אחוז ההנחה המוצע הינו למחירון ספק המדיה, כפי שיעודכן

			מעת לעת, ככל שיעודכן.
67	נספח 7 עמ' 32 1.1, 1.2, 1.4 -	לאחר ברור עם מעריב, מקור ראשון וטיים אאוט, לספקים אלו לא קיים מחירון רשמי. על כן לא ניתן להציע אחוז הנחה אלא מחיר בלבד.	לכל העיתונים קיים מחירון. יש להגיש הצעת מחיר כמפורט במסמכי המכרז.
68	נספח 7 עמ' 32 סעיפים 1.1-1.5 -	קיימת שונות בין אחוז ההנחה הניתנת ע"י העיתונים בחלקיו השונים לדוגמא במעריב אחוז ההנחה שמקבלים עבור מודעות אבל קטן משמעותית מאחוז ההנחה שאנו מקבלים עבור עמודי חדשות - לכן אנו ממליצים להציע בכל העיתונים אחוז ההנחה שונה בין חלקי העיתון כגון: חדשות, עמודי פנים, מוספים, סוף שבוע, אבל, חוקי תכנון וכו' - האם מקובל?	נוסח הסעיף לא ישונה.
69	נספח 7 עמ' 32 סעיפים 1.1-1.5 -	יש אי בהירות בנוגע לגדלי המודעות במכרז - לדוגמא בידיעות אחרונות 2 שורות ראשונות מתייחסות למחיר 1" אולם בשורה שלישית: "כל השאר כולל מודעות אבל" האם הכוונה להנחה על כל שאר סעיפי המחירון? הערה זו מתייחסת גם לשאר העיתונים.	הצעת המחיר לפריט "כל השאר כולל מודעות אבל" הינה ל-1" (אינצ' אחד)
70	נספח 7 עמ' 34 1.6+1.7+ 1.8	אנו נדרשים למלא מחיר בש"ח לפרסום בעיתונים מודעות תב"ע. לא מצוין גודל הפרסום. האם יש גודל קבוע לפרסום המודעות האלה? לפי מה נקבע המחיר?	המחיר לפריטים בסעיפים 1.6 "תב"ע", 1.7 "מודעות דרושים" ו- 1.8 "מכרזים פומביים הינו ל-1". המחיר הינו מחיר ל-1".
71	נספח 7 עמ' 35 סעיף 2	טלוויזיה - אנו מתבקשים לציין מחיר נטו. האם ההחזר עמלה בפרק ג' יהיה בנוסף להחזר זה או חלק ממנו?	המחיר שעל המשתתף במכרז להציע הינו המחיר לתשלום על ידי העירייה, לא כולל מע"מ. בפרק ג' "עמלה" – ישנה אפשרות להציע החזר עמלה.
72	נספח 7 עמ' 35 סעיף 2	קהל היעד המבוקש הינו גילאים 20-45, האם הכוונה ליהודים 20-45 ?	כן.
73	נספח 7 עמ' 36 סעיף 3	בתמחור הפרסום ברדיו - בכל התחנות לא מצוינים אורכי התשדירים להצעה, האם הכוונה לאורך 30? "	כן. מדובר בתשדיר באורך 30 שניות.
74	נספח 7 עמ' 37 סעיף 4	אינטרנט - האם על 2 הסעיפים הראשונים גוגל (כולל יוטיוב ופייסבוק) וכן מדיה פרוגרמטית יחול סעיף החזר העמלה בפרק ג'?	לא.
75	נספח 7 עמ' 37 סעיף 4	אינטרנט - בדיספליי אנו מתבקשים לציין אחוז החזר עמלה. האם החזר העמלה בפרק ג' יהיה בנוסף להחזר בסעיף זה או חלק ממנו.	לא.

76	נספח 7	הצעת המחיר - במחירים של ישראל היום ובמחירי עלות לנקודה בטלויזיה , נדרש להציע מחיר נטו - מה תהיה העמלה במקרה כזה למשרד הפרסום ואיך תחושב (בפרק ג להצעת המחיר מצויין החזר העמלה והדבר אינו אפשרי מסכום הנטו)?	המחיר שעל הספק להציע הינו המחיר לתשלום על ידי העירייה, לא כולל מע"מ. בפרק ג' "עמלה" – ישנה אפשרות להציע החזר עמלה.
77	נספח 7	לעיתון מעריב מחירון כיצד ניתן לתת שם הנחה?	לכל העיתונים קיים מחירון. יש להגיש הצעת מחיר כמפורט במסמכי המכרז.
78	נספח 7	טלוויזיה – ערוץ 9 – במכרז אני מתבקשים להציע עלות לנקודה עבור קהל עולים 18+, אולם הקהל לתמחור בערוץ השתנה לפני כחודשיים לקהל "שפת צפייה עיקרית רוסית בגילאי 18+". דרושה הבהרה.	הצעת המחיר הינה ל- "שפת צפייה עיקרית רוסית בגילאי 18+".
79	נספח 7	עיתונות – בסעיפי תב"ע ומכרזים בהם צריך לציין שילוב של עיתונים. האם בכל תא נדרש למלא חלופה של 3 עיתונים? או בכל תא עיתון בנפרד?	בכל תא יש למלא חבילת פרסום הכוללת 3 עיתונים.
80	נספח 7	האם ברדיו גם צריך לתת עלויות נטו ללא עמלה ? (לא צוין בטבלה)	המחיר שעל הספק להציע הינו המחיר לתשלום על ידי העירייה, לא כולל מע"מ. בפרק ג' "עמלה" – ישנה אפשרות להציע החזר עמלה.
81	נספח 7	רדיו : גלי צה"ל וגלגל"צ – האם מדובר ב-5 תשדירים ביום לכל תחנה או ב-2 תחנות ביחד?	5 תשדירים ביום בכל אחת מהתחנות.
82	נספח 7	האם צריך לצרף מחירונים של עיתונים (במקרה ורשות אחוז הנחה מהמחירון)?	לא.
83	נספח 7 פרק ג' – עמוד 40	נא עדכנו את הסעיף כך שיובהר שמדובר בעמלת המדיה אותה יגבה המשרד ולא בהחזר עמלה כמצוין. האם העמלה המצוינת נגזרת ממחירי המכרז או מעלויות הנטו?	פרק ג' "עמלה" הינו אחוז העמלה שיוחזר לעירייה בגין מדיה נרכשת.
84	נספח 7	נא הבהירו האם מחירי העיתונות והרדיו וההנחות בגינם מבוססים על מחירי ברוטו/נטו שכן בניגוד למחירי ה- TV לא פורט בסעיף.	המחיר שעל הספק להציע הינו המחיר לתשלום על ידי העירייה, לא כולל מע"מ.
85	נספח 8 עמ' 41 סעיף 9	בסעיף 9 לנספח אנחנו נדרשים לצרף תצהיר על קשרי אפיליאיישן של המשרד. מה הכוונה בקשרי "אפיליאיישן"?	קשרי אפיליאיישן הינם קשר לחברה בין-לאומית, כגון שיתוף פעולה או בעלות. על המשתתף במכרז לפרט בתצהיר את קשריו כאמור.
86	עמ' 42 סעיף 2	סעיף 2 כולל התרשמות מתיק עבודות שמגיש המשתתף. אנחנו רוצים להציג את הקייסים CS כמצגת פאוורפוינט + כקובץ וידאו ע"מ שתוכלו לקבל הצגה מקצועית וחוויתית האם אפשרי? האם ניתן להגיש על גבי דיסק און קי/ CD ?	לבחירת המשתתף במכרז.
87	נספח 8	מוענק ציון לקיום יחידת תוכן שיווקי - למשרדנו חברת בת	ראו התיקון למסמכי המכרז

		המספק שרות תוכן שיווקי ואנו מבקשים כי עובדה זו תחשב כעומדת בדרישת הסעיף.	המפורט בסעיף 3 בפרק השינויים לעיל, לפיו הפרמטרים הקבועים בסעיפים 2, 3, 4, 5, 6, ו-8 לטבלת ניקוד האיכות ניתנים להצגה וינוקדו לגבי המשתתף במכרז עצמו או לגבי חברה בת בלבד של המשתתף במכרז ("**חברה בת**" בסעיף זה – חברה אשר למשתתף במכרז לפחות 51% מהון המניות המונפק של החברה)."
88	נספח 8	אנו קבוצת פרסום אחת. יחידת התוכן השיווקי אצלנו היא חברה אחות באותה בעלות. כך גם חברת קניית המדיה. אנו עובדים ביחד על מרבית הלקוחות ובשיתוף פעולה מלא. לאור זאת נבקש לשנות את ההצהרה שיש לנו יחידת תוכן שיווקי לכך שיש לנו חברת תוכן שיווקי.	ראה התשובה לשאלה מס' 87 לעיל.