

**מענה לשאלות הבהרה**  
**מכרז מס' 13/2023 לבחירת ספק בתחום שירותי הפרסום**  
**עבור המכללה האקדמית כנרת**

לנוחות גופים המתעניינים בהגשת הצעות למכרז מספר 13/2023, אשר עניינו מכרז לבחירת ספק בתחום הפרסום עבור המכללה האקדמית כנרת בעמק הירדן (ע"ר), מובאת להלן התייחסותה של המכללה לשאלות הבהרה אשר הועלו.

למען הבהירות יצוין כי ההתייחסות נעשית ביחס לשאלות השונות אשר הועלו, ולא בהכרח בהתאם לסדר בו הועברו, וכדלקמן:

#	עמ'	סעיף	שאלה	מענה
1	5	סעיף 4. ט' לחוברת המכרז	בסעיף זה מצוין שכחלק מהתכולות על המציע לספק שירותי כתיבה גם בשפות זרות. האם עלות כתיבה לשפת זרות היא כחלק מריטיינר נספח 5 הצעה כספית (כי לא מופיע בפירוט בטבלה) או יתומחר בנפרד על פי הצורך? במידה ומדובר על חלק מהריטיינר מבקשים לקבל ההערכה על כמות ותכולות בעבור השפות הזרות.	מרבית פרסומי המכללה נעשים בשפה העברית. ללא כל קשר ובנוסף, מעת לעת ישנם גם פרסומים בשפה הערבית ובשפה האנגלית (תלוי בסוג הפרסום ובקהל היעד). פרסום בשפה הערבית מתקיים באופן שוטף (מעט לעת, לפי העניין). פרסום בשפה האנגלית הוא פחות נפוץ (תלוי בסוג הפרסום ובקהל יעד ספציפי), ובדרי"כ מתקיים בקמפיינים נקודתיים (המיועדים לשיווק לקהל בינלאומי). הפרסום בשפות אלו (עברית, ערבית, אנגלית) כלול בריטיינר ועל המציעים לגבש הצעותיהם בהתאם. פרסומים בשפות אחרות (אם יהיו), אשר יידרשו תרגום אד-הוק (לפי המקרה), עלויות התרגום תתומחרנה בנפרד (תתווספנה בנפרד, לפי העלויות הנלוויות).
2	12	נספח 2 - סעיף י'	נשמח לפירוט האומדנים החדשיים/שנתיים עבור תכולות הריטיינר על מנת שיהיה ניתן לתמחר עלות העבודה.	הנ"ל משתנה מתקופה לתקופה, אך באופן כללי התכולה דומה בהיקפה לזאת אשר בכל מכללה אקדמית בסדר גודל דומה למכללה האקדמית כנרת (קרי, לפי הניסיון הקיים לכל משרד, ביחס לשירותיו למוסד אקדמי), ולצורך הנוחות נציין כי בין השאר היקף הפעילות כולל: קמפיינים במדיה הדיגיטלית, טלוויזיה, רדיו, ימים פתוחים, עיתונות, עזרי פרסום (רולאפים, דפי מידע, שילוט ועוד) סרטונים שלא דורשים ימי צילום, עבודה מול ספקים כגון אתרי לימודים, שילוט, הזמנות לכנסים, ירידים, מצגות וכל מה שצויין כחלק מעבודת משרד הפרסום.

<p>אכן, פניה לאחר שעות העבודה (המוגדרות במכרז) מהווה חריג (באופן כללי, מקרים חריגים, כשמש כן הם, חריגים, וכמעט שאינם קורים במסגרת אופי הפעילות הנוגעת לספק שירותי הפרסום).</p>	<p>רוצים לוודא שמעבר לשעות העבודה המצוינות במתן השירותים כל פניה לאחר שעות העבודה תקרה במקרים חריגים שדורשים טיפול מיידי</p>	<p>נספח 2 - סעיף 2 א'</p>	<p>12</p>	<p>3</p>
<p>אכן, בנספח 2, בסעיף 2 (ב'), במקום בו יש הפנייה אל סעיף 1 יא' בחוברת המכרז, הכוונה הינה אל סעיף 1 י' בחוברת המכרז.</p>	<p>שימו לב כנראה טעות סופר בהפנייה אל סעיף 1יא', ולא 1י' (אמור להיות 1 י').</p>	<p>נספח 2 - סעיף 2 ב'</p>	<p>12</p>	<p>4</p>
<p>מתכונת העבודה כוללת פגישות עבודה, אחת ל-שבועיים, הנערכות בפורום "צוות שיווק" בנוכחות המנכ"ל, מנהלת השיווק ובכירי חברת הפרסום. הפגישות תיערכנה בדרי"כ במשרדי המכללה, אך לעיתים גם במשרדי הספק (כפי העניין), או באמצעות תקשורת מקוונת דיגיטלית (אפליקציות מסוג: "זום" וכיו"ב). על פי צרכי לשכת מנכ"ל/ מנהלת השיווק.</p>	<p>האם ניתן לקיים את הפגישות אחת לשבועיים באמצעות ה-"זום"? (כמובן שקיום הפגישות באמצעות ה-"זום" לא תמנע את הגעת משרד הפרסום למשרדי המכללה, ככל שיידרש לפי דחיפות ונחיצות העניין).</p>	<p>נספח 2 - סעיף 2 ג'</p>	<p>12</p>	<p>5</p>
<p>הנכסים הדיגיטלים הם : פייסבוק, אינסטגרם, לינקדין, טיקטוק, וכן אתר המכללה בכל הנוגע למתכונת/תכני השיווק הנוגעים אליו.</p>	<p>בטבלה קיימת התייחסות לתמחור ריטיינר שושאייל כאשר במסמכי המכרז אין התייחסות. נשמח לפירוט הנכסים הדיגיטלים אותם נדרשים לנהל ותכולתם.</p>	<p>נספח 5- הצעה כספית</p>	<p>26</p>	<p>6</p>
<p>שתי הצעות בעניין יום צילומים + עריכה (פרסומת/שושיאל):</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● יום צילום עם לוקיישיין אחד, עד דקה. יכול להיות עם מספר משתתפים מתוך המכללה (סטודנטים, מרצים, ראש מחלקה וכו' ללא עלות של חברת הפרסום).</li> <li>● יום צילום לפרסומת / שושאל (סרטון תדמית, למשל) שיכלול גם שחקנים מן החוץ (כולל עלויות של השחקנים)</li> </ul>	<p>בסעיף זה נדרש לתמחר יום צילום. נשמח להברות :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- באיזה סוג יום צילום מדובר (פרסומת או שושאל).</li> <li>- כמות סרטים, האם דרוש לוקיישנים, האם דרושים משתתפים חיצוניים (שחקנים/ניצבים)?</li> </ul> <p>חשוב להבהיר כי יום צילום יתומחר באומדן. לא ניתן לנקוב במחיר קבוע ליום צילום ללא תסריט/קונספט מוגדר</p>	<p>נספח 5- הצעה כספית</p>	<p>27</p>	<p>7</p>
<p>אין עמלת אופליין במכרז זה. ככל וקיימים מקרים בהם המכללה מפרסמת עצמאית (קרי, לא באמצעות משרד הפרסום) לא תשולם עמלה. ככל ויידרשו התאמות של עיצובים (לקראת הפרסום, כאשר מדובר בפרסום שאינו באמצעות משרד הפרסום) תתקבל הצעת מחיר ממשרד הפרסום לנושא ספציפי זה.</p>	<p>במוסדות אקדמיים אחרים מקובל שחלק ממודל התגמול משרד הפרסום יקבל עמלה אופליין מהמפרסם. במכרז זה לא מופיע כחלק מהמודל הכספי.</p>	<p>נספח 5- הצעה כספית</p>	<p>26</p>	<p>8</p>
<p>יש לתת הערכת מחיר כולל לכל אחד מהאתרים, חשיפה של כ- 4 מיליון חשיפות לכל אחד מהאתרים. סה"כ לכ- 8 מיליון חשיפות במגוון עמודים ואיזורי פרסום באתר.</p>	<p>בטבלה נדרש לתמחר קמפיין באנרים באתרי מס מדיה - מאקו+ווינט נשמח להברה : עמוד ראשי או עמודים פנימיים ומיקומים על מנת שנוכל לתמחר בצורה מקצועית. אנא פרטו הבקשה כללית מידי.</p>	<p>נספח 5- הצעה כספית</p>	<p>27</p>	<p>9</p>

<p>אכן, ישנם מוסדות אקדמאים אשר פעילות משרד הפרסום עבורם עשויה להגיע לכדי ניגוד אינטרסים/ניגוד עניינים אשר בעטיה לא ייעשה שימוש בשירותי משרד הפרסום ע"י המכללה, ולעניין זה ראו האמור בתתי-סעיף 12 להסכם ההתקשרות (נספח 4 לחוברת המכרז), וכן את המענה לשאלת הבהרה מס' 14 להלן לגבי זהות המוסדות אשר ייחשבו כמתחרים ישירים.</p> <p>בכל הנוגע לשאלה הפרטנית מצד משרד הפרסום, לגבי מוסדות אשר מיוצגים על-ידו (כפי שזהותם פורטה) נבהיר כי אין בפעילות משרד הפרסום עבור המוסדות אקדמיים אחרים אשר פורטו במכתב הפנייה כדי להוות כשלעצמה ניגוד עניינים (אין מניעה להתמודד במכרז, במקביל להמשך פעילות במוסדות אקדמיים קודמים), <u>אך תחת ההסתייגות כי ככל שההתייחסות בפניית המשרד לגבי מכללות "אורט" נוגעת גם למוסד "אורט-בראודה" (מוסד סמוך למכללת כנרת, ובעל תחומים משיקים לפעילותה) אזי נציין כי "אורט-בראודה" מהווה מתחרה ישיר, והדבר עשוי להגיע לכדי ניגוד אינטרסים/ניגוד עניינים (דהיינו, על משרד הפרסום הפונה להבהיר זאת במפורש במסגרת הגשת הצעתו, לרבות היקף השירותים וטיבם, לצורך בחינה ע"י מכללת כנרת האם הדבר מהווה ניגוד אינטרסים/ניגוד עניינים אשר לא יאפשר את העסקת משרד הפרסום ע"י מכללת כנרת).</u></p>	<p>נבקש לוודא כי העובדה כי המציע מעניק שירותים למוסדות אקדמיים אחרים (ובהם מוסדות אורט ישראל וכיו"ב) אשר פורטו ע"י המציע בפנייתו, אין בה כשלעצמה כדי להוות ניגוד עניינים.</p>	<p>נספח 4 – סעיף 12.2</p>	<p>19</p>	<p>10</p>
<p>אכן, נבהיר כי חברת הביטוח "הכשרה חברה לביטוח" נכללת ברשימת חברות הביטוח (בשגה לא פורט עניינה).</p> <p>לצורך הנוחות, ולמניעת אי-הבנות (גם ביחס לחברות אחרות, ככל שעניינן לא מצא ביטוי ברשימת חברות הביטוח) נציין כי בסיפא של סעיף 2.2 של נספח 9, <u>תתווספה המילים הבאות:</u></p> <p><u>"ו/או כל נוסח מקביל אחר מטעם כל חברת ביטוח מוכרת בישראל (ובכלל זה מטעם הכשרה ביטוח ו/או מטעם כל חברת ביטוח מוכרת אחרת בישראל)".</u></p>	<p>בסעיף הנ"ל יש פירוט של חברות הביטוח אך לא נמצאת חברת הביטוח שלנו "הכשרה חברה לביטוח" אנא אשרו / הוסיפו לרשימה.</p>	<p>נספח 9 – סעיף 2.2</p>	<p>35</p>	<p>11</p>
<p>יש צורך להוציא חשבונית כדין. ככל שהדין מאפשר הנפקת חשבונית עסקה (חלף חשבונית מס), אז אין מניעה לכך (תלוי במקרה ואופן התאגדות המציע).</p>	<p>האם קיימת אופציה להוציא חשבונית עסקה במקום חשבונית מס עד קבלת התשלום.</p>	<p>נספח 4 – הסכם התקשרות</p>	<p></p>	<p>12</p>

<p>אכן, נבחר כי מתן שירותי פרסום עבור מוסד אקדמי (לרבות מכללה לחינוך) בו מונחות תכניות הנוגעות לתחום המדעים, עונה על הדרישה המינימלית של היכרות עם מקצועות הנדסה ומקצועות מדעי חברה ורוח (אין מניעה להתמודד במכרז במקרה זה).</p>	<p>בנוגע לתנאי "היכרות מוכחת עם מקצועות ההנדסה ומקצועות מדעי החברה והרוח" האם ניהול פרסום של מכללה לחינוך מובילה לה יש תוכניות גם של מדעים נכללת בסעיף הנ"ל?</p>	<p>סעיף 4 ו' לחוברת המכרז</p>	<p>13</p>	
<p>המוסדות הבאים ייחשבו, ביחס לסעיף ניגוד אינטרסים / ניגוד עניינים (סעיף 12 להסכם, וסעיף 4 ו' לחוברת המכרז), למתחרה ישיר: תל חי, עמק יזרעאל, אורט-בראודה (הבהרה – אין הכוונה לכל מוסדות אורט, אלא רק למוסד "אורט-בראודה" הפועל בסמיכות יחסית ובתחומים משקים), גליל מערבי, אוני' חיפה, קרית אונו (כרמל), צפת, אורנים. לגבי מוסדות אלו, על מציע (אשר מעוניין להתמודד במכרז ומספק שירותים לאחד או יותר מהמוסדות הנ"ל), לעדכן את המכללה, על מנת לאפשר לה לבחון את המקרה (סוג המוסד, היקף השירותים אשר משרד הפרסום מספק עבורו וטיבם), כמפורט בתתי-סעיף 12 של ההסכם אשר צורף למכרז, ולשקול האם ליתן הסכמתה לכך</p>	<p>מי המוסדות האקדמאים המתחרים אשר מהווים, מבחינת המכללה האקדמית כנרת, ניגוד אינטרסים / ניגוד עניינים, ואשר עניינם (המשך מתן שירותי מציע, במקביל לאפשרות למתן שירותים למכללת כנרת) מחוייב בדיקה על בסיס "כל מקרה לגופו".</p>	<p>נספח 4 - סעיף 12 להסכם</p>	<p>14</p>	
<p>כן – יכולים להופיע, אך רצוי להוסיף.</p>	<p>פרטי ארגונים להם סיפק המשרד שירותי פרסום – האם יכולים להופיע אותם לקוחות ?</p>	<p>נספח 3 - סעיף ז'</p>	<p>13</p>	<p>15</p>
<p>כן – יכולים להופיע, אך רצוי להוסיף.</p>	<p>נא לפרט פרטי קשר עם גורמים ממליצים נוספים -כנ"ל האם יכולים להופיע אותם לקוחות ?</p>	<p>נספח 6 - סעיף יט'</p>	<p>31</p>	<p>16</p>
<p>לא- משרד הפרסום נדרש לבדוק מול חברת הביטוח שלו שאכן היא עומדת בתנאי הביטוח. אין צורך כי חברת הביטוח תחתום בשלב הגשת הצעה במכרז. עם-זאת צריך להיות ברור שלאחר זכיה החתמה היא ללא הסתייגויות של חברת הביטוח.</p>	<p>האם בשלב הגשת מסמכי מכרז נדרשת חתימת חברת ביטוח המבטחת של המשרד או חתימה וחתימת המציע בלבד?</p>	<p>נספח 9א' - נספח ביטוח</p>	<p>37-39</p>	<p>17</p>
<p>נבקש מחיר עלות ליד <b>ללימודי הנדסה</b> בשלושה אתרים מובילים: "יורם לימודים", "אתר מכללות", "נרשמים".</p>	<p>עלות לליד רלוונטי מאתרי לימודים - האם ניתן להוסיף נספח המפרט את המחירים מכלל הספקים ( המחירים עלולים להשתנות בין הספקים השונים) ?</p>	<p>נספח 5</p>	<p>26</p>	<p>18</p>
<p>סופר גשר יציאה ראשי מטבריה לכיוון חמי טבריה וחוף צמח לארג' פורמט.</p>	<p>יש הבדל מהותי במחירי השלטים. תלוי בגודל השלט ומקומו המדויק. נבקש לדייק את מיקום השלטים וגודלם או להוסיף כל מידע אחר שיפרט את דרישתכם .</p>	<p>נספח 5 - שילוט חוצות</p>	<p>26</p>	<p>19</p>

<p>מופיע בסעיף 7 לעיל (מענה לשאלת הבהרה מס' 7 לעיל)</p>	<p>הצעת מחיר ליום צילום משתנה בהתאם למה שנדרש להפיק מאותו יום ותלויה בכמות מרואיינים, שעות צילום, מיקום הצילום, כמות וסוג תוצרים (אורך סרטונים) ועוד. נבקש לקבל מפרט מדויק יותר בסעיף זה.</p>	<p>נספח 5 – יום צילום להפקת חומרים</p>	<p>27</p>	<p>20</p>
<p>עמידה בתנאי הסף מחייבת עמידה בתנאי הסף האמורים בסעיף 4 של חוברת המכרז. לצורך הוכחת עמידה בתנאי הסף, אין צורך לצרף את התצהירים המפורטים בסעיף 4, אלא על המציעים לחתום על נספח 3 (ובו פירוט אודות משרד הפרסום). למען הסדר הטוב, מובהר כי בסוף הפיסקה הראשונה אשר בנספח 3 (קרי, לאחר המילים: " להלן הצעתנו למתן שירותי פרסום במענה למכרז. הגשת הצעה על ידינו מהווה אישור והסכמה לכל התנאים, ההתניות וההוראות ... את נוסח הסכם ההתקשרות עם המכללה על כל תנאיו") <u>תתווספנה המילים:</u> "אנו מצהירים בדבר עמידתנו בתנאי הסף המפורטים במכרז [כמפורט בסעיף 4 של חוברת המכרז, ובהתאם לאמור בסעיף 7(ו) של חוברת המכרז] וכי יש ברשותנו את כל המסמכים האמורים בסעיף 4 של חוברת המכרז (נשוא תנאי הסף)".</p>	<p>לא ברור איך מוכיחים את תנאי הסף ומה צריך לצרף ובאיזה פורמט. מצד אחד בסעיף 4 (לחוברת המכרז) כתוב בכמה סעיפים "בידי המציע תצהיר בכתב" כזה ואחר ואז בסעיף 7 (ו') (לחוברת המכרז) כתוב שצריך לצרף תצהיר אחד שעומדים בתנאי הסף. לא כתוב שצריך לצרף את התצהירים שמפורטים בסעיף 4.</p>	<p>סעיף 4 וסעיף 7 (ו') לחוברת המכרז</p>	<p>4-5 8</p>	<p>21</p>
<p>האמור מדבר בעד עצמו ואינו נדרש הבהרה. אי-עמידה של מציע בהתחייבויותיו עשוי לגרור מימוש של שטר החוב.</p>	<p>המכללה רשאית לממש את שטר החוב לפי שיקול דעתה – אין כללים והתראה מראש</p>	<p>נספח 4 - סעיף 4.5</p>	<p></p>	<p>22</p>
<p>לא ברורה השאלה. במקרה בו משרד הפרסום יספק למכללה שירותים (לרבות באמצעות ספקי משנה - צדדי ג'), עליו לוודא כי למכללה תהיינה זכויות יוצרים מלאות בחומרי הפרסום. לעומת זאת, אם בפועל אינו נדרש לספק שירותים כלשהם (לרבות באמצעות ספקי משנה - צדדי ג') אזי אינו נדרש לכך. ובהתאמה, כמפורט בתתי-סעיף 9 להסכם ההתקשרות - ככל שמשרד הפרסום צפוי להיעזר, לצורך שירותיו, בספקי משנה – צדדי ג', עליו להבטיח בהסכמים מולם כי זכויות היוצרים תהיינה של המזמין (המכללה).</p>	<p>למכללה צריכה להיות זכות יוצרים מלאה בכל חומרי הפרסום ללא כל הגבלה ויש להבטיח זאת מול צדדים שלישיים -כנגד הצעת מחיר מאושרת ע"י הלקוח</p>	<p>נספח 4 - סעיף 9</p>	<p></p>	<p>23</p>
<p>סעיף 9 ה' מדבר בעד עצמו ואינו נדרש הבהרה. אכן, במסגרת סעיף 9 ה' של חוברת המכרז, מתאפשר הליך רב-שלבי, של קבלת הצעות מצד מתעניינים, ולאחר מכן סינון של חלק מהמציעים, וקבלת הצעות משופרות, ולפי המקרה גם קיום מו"מ עם מציעים. אין המכללה מתחייבת לקיים הליך זה, אך שמורה לה הזכות לכך.</p>	<p>המכללה רשאית לבקשת הצעות מחיר משופרות ואח"כ גם לנהל מו"מ עם המציעים כדי לשפר את ההצעות?</p>	<p>סעיף 9(ה') לחוברת המכרז</p>	<p>9</p>	<p>24</p>

25		סעיף 4(ט') לחוברת המכרז	מחלקות שצריכות להיות במשרד – אבל בסוף המשפט כתוב – באמצעות מחלקה במשרדו או באמצעות אחרת – אז אני מבינה שלא חייבת להיות מחלקה וניתן להיעזר בשירותים חיצוניים ?	הבהרה, הכוונה הינה רק מחלקות המצויות כחלק אינטגרלי במשרד הפרסום (פועלות כיחידות בתוך המשרד). ככל שניתן להבין כי הכוונה הינה באמצעות שירותי אוטוסורסינג חיצוניים מובהר בזאת כי אין הכוונה לכך, וכי הכוונה הינה כאמור רק למחלקות המצויות כחלק אינטגרלי במשרד הפרסום (פועלות כיחידות בתוך המשרד).
26	9	סעיף 9(ג') לחוברת המכרז	פוגע בעקרון השוויון כי המציע והמכללה יכולים למעשה לשנות בדיעבד את תנאי המכרז / ההתקשרות	האמור מדבר בעד עצמו ואינו נדרש הבהרה.
27	נספח 2	נספח 2 - סעיף 2 (א',ג')	מתן שירותים בשעות חריגות ופגישות אחת לשבועיים במשרדי המכללה. האם פגישות פרונטליות או בזום?	מתכונת העבודה כוללת פגישות עבודה, אחת ל-שבועיים, הנערכות בפורום "צוות שיווק" בנוכחות המנכ"ל, מנהלת השיווק ובכירי חברת הפרסום. הפגישות תיערכנה בדרי"כ במשרדי המכללה, אך לעיתים גם במשרדי הספק / במקום אחר (כפי העניין), או באמצעות תקשורת מקוונת דיגיטלית (אפליקציות מסוג: "זום" וכיו"ב), הכל על פי צרכי לשכת מנכ"ל/ מנהלת השיווק.
28		מצ"ב נוסח עדכני של חוברת המכרז, ובו התוספות נשוא המענה לשאלות מס' 11 ו-21 לעיל.	הערה – למענה לשאלות הבהרה יצורף נוסח עדכני של חוברת מכרז אשר הינו נוסח זהה לנוסח אשר פורסם, וכן התווספו בו התוספות לגבי שאלות הבהרה מס' 11 ו-21 לעיל (בהתאם לנוסח המענה שפורט במענה לשאלות אלו לעיל), וראו גם את התוספות הנ"ל (בחוברת המכרז המצ"ב) בצורת "עקוב אחר שינויים" (הן בנספח 3 - בסוף הפיסקה הראשונה, והן בנספח 9 – בסוף פיסקה 2.2). <b><u>מציע אשר מעוניין להגיש הצעתו במכרז - יש לעשות זאת על גבי חוברת המכרז העדכנית.</u></b>	

על מתעניינים אשר מעוניינים להגיש הצעה במסגרת המכרז לנהוג בהתאם לאמור בחוברת המכרז ובתאימות לאמור במענה לעיל. במקרה של אי-בהירות יגבר האמור במענה לעיל.

**נא לשים לב - מציע אשר מעוניין להגיש הצעתו במכרז - יש לעשות זאת על גבי חוברת המכרז העדכנית (אשר תצורף לאתר המקוון).**

המכללה מודה על תשומת הלב וההתעניינות.