

הודעה על פרסום מכרז למתן שירותי פרסום באינטרנט (דיגיטל) ובעיתונות
כתובה עבור אוניברסיטת תל אביב

אוניברסיטת תל אביב מזמינה בזאת מציעים להגיש לה הצעות למתן שירותי פרסום באינטרנט (דיגיטל) ובעיתונות כתובה והכול עפ"י ובהתאם למפורט במסמכי המכרז. השימוש בלשון זכר הינו מטעמי נוחות בלבד. האמור בלשון זכר - אף לשון נקבה במשמע וכן להיפך.

1. מהות ההתקשרות:

1.1. אוניברסיטת תל-אביב (להלן: "האוניברסיטה"), הינה מוסד להשכלה גבוהה, עפ"י חוק המועצה להשכלה גבוהה, תשי"ח-1958.

1.2. האוניברסיטה מזמינה בזאת הגשת הצעות למתן שירותי פרסום באינטרנט (דיגיטל) ובעיתונות כתובה עבור אוניברסיטת תל אביב. במסגרת השירות המבוקש יספקו שירותי פרסום ובכלל זה: פרסום באינטרנט (דיגיטל) במגוון ערוצי מדיה ופלטפורמות (נייד, ניח, מובייל וטאבלט), פרסום למגזר החרדי במגוון ערוצי מדיה ייעודיים בדיגיטל, לרבות הפצת דיוורים והודעות ווטסאפ, פרסום בעיתונות: מודעות בעיתונות המודפסת ומודעות אבל, פרסום ברדיו, שירותי עיצוב ומיתוג ועוד (להלן: "השירותים"), והכל בהתאם למפורט בנספחים א' למכרז זה ולמפורט במסמכי המכרז על נספחיו (להלן: "ההזמנה" ו"או המכרז" ו"או מסמכי המכרז").

1.3. מודגש בזאת כי המציע הזוכה יידרש להתחייב שלא להימצא במצב של ניגוד עניינים במהלך כל תקופת ההתקשרות ובכלל זה יאסר עליו לספק בתקופת ההתקשרות שירותי פרסום כלשהם למוסדות להשכלה גבוהה אחרים שהינם:
א. אוניברסיטאות

או

- ב. מכללה העונה לשני התנאים המפורטים להלן במצטבר:
1. פועלת בגוש דן.
2. בשנת תשפ"ב למדו במכללה 3,000 תלמידים או יותר.

1.4. תנאי ההתקשרות עם המציע הזוכה קבועים בהסכם ההתקשרות, מפרט השירות ואמנת השירות, המהווים חלק בלתי נפרד ממסמכי המכרז. התמורה למציע הזוכה תהא בהתאם להצעתו הכספית המצורפת כנספח ב'.

1.5. מציע אשר יבחר להגיש הצעה לפנייה זו, נדרש להגיש את חוברת מסמכי המכרז. על המציע להשלים את מלוא הפרטים הנדרשים, לצרף להצעתו את מלוא המסמכים הנדרשים בהתאם להוראות המכרז ולחתום בעצמו על הסכם ההתקשרות בראשי תיבות על כל עמוד מעמודיו (לרבות נספחיו) ובחתימה מלאה במקום המיועד לכך.

1.6. המכרז הינו מכרז פומבי בהתאם לחוק חובת המכרזים ותקנות חובת המכרזים (מוסדות להשכלה גבוהה). לאחר פתיחת ההצעות תיבדק עמידתן בתנאי הסף המקדמיים. רק הצעה שתקבע כי היא עומדת בתנאי הסף, תיבדק ותדורג ע"פ ציון איכותי (70%) ולאחר מכן, מציע אשר עבר את סף הניקוד המינימלי שנקבע למרכיב האיכות, תיפתח הצעתו הכספית וינתן ציון כלכלי (30%) וציון משוקלל סופי, והכל כמפורט בסעיף 14 להלן.

1.7. במכרז זה יהיה זוכה אחד – האוניברסיטה אינה מתחייבת לקבל את ההצעה הזולה ביותר, או כל הצעה שהיא, והכל על פי שיקול דעתה הבלעדי של האוניברסיטה.

2. תקופת ההתקשרות:

2.1. תקופת ההתקשרות עם המציע הזוכה תהיה לתקופה של 60 (שישים) חודשים, החל ממועד חתימת האוניברסיטה על הסכם ההתקשרות (להלן: "תקופת ההתקשרות").

2.2. למציע הזוכה תינתן האפשרות לסיים את תקופת ההתקשרות לפני תום תוקפה וזאת בתום 24 חודשים ממועד חתימת האוניברסיטה על הסכם ההתקשרות ובכל 12 (שניים עשר) חודשים לאחר מכן.

סיום ההתקשרות ע"י המציע הזוכה במועדים האמורים לעיל, ייעשה באמצעות הודעה בכתב שתימסר לאוניברסיטה לפחות 120 ימי עבודה טרם המועד האמור. לא ניתנה הודעה בכתב במועד האמור, תימשך ההתקשרות כסדרה.

2.3. לאוניברסיטה שמורה הזכות הבלעדית לסיים את ההתקשרות, בכל עת, מכל סיבה שהיא, לפי שיקול דעתה הבלעדי, בהודעה מראש ובכתב של 30 (שלושים) יום למציע הזוכה וכמפורט בהסכם ההתקשרות **נספח ז'**.

2.4. במהלך תקופת ההתקשרות יספק המציע הזוכה לאוניברסיטה מגוון שירותי פרסום כמפורט במפרט השירותים - נספח א' ובמסמכי המכרז. כמו כן, לאוניברסיטה הזכות להזמין שירותים נוספים כמפורט בנספח א' - מפרט השירותים.

2.5. התקשרות האוניברסיטה עם המציע הזוכה תהיה על בסיס הסכם מסגרת לפי מטלות, כמפורט בהסכם ההתקשרות - **נספח ז' למכרז**, בהתאם למפורט בהסכם ההתקשרות ובהתאם להנחיות ולהוראות נוספות שתימסרנה ע"י האוניברסיטה.

2.6. **מתאם השירותים** מטעם האוניברסיטה הינו **מנהל השיווק של האוניברסיטה** או מי מטעמו (להלן: "**המתאם**").

2.7. במסגרת ההתקשרות יספק המציע הזוכה את השירותים כנגד הוצאת **הזמנת רכש** ע"י האוניברסיטה (להלן: "**הזמנת הרכש**").

3. **מפרט השירותים – תמצית:**

השירותים שעל המציע הזוכה לספק לאוניברסיטה הינם כמפורט להלן:

3.1. **שירותי פרסום דיגיטליים**

1.1.1. שירותי הפרסום באינטרנט יבוצעו במגוון ערוצי מדיה ופלטפורמות המתואמות למחשב, לסמארטפון ולטאבלט, והם יכללו, בין היתר, טיפול בהיבטים האסטרטגיים והקריאטיביים של מהלכים תקשורתיים (ובהם קמפיין "היום הפתוח" המהווה פעילות משולבת של תדמית ומכירות, קמפיינים תוכניות לימוד ספציפיות וכיו"ב), שימוש והטמעת טכנולוגיות המתאימות ליעדי המהלכים, גיבוש אסטרטגית תוכן לרשתות חברתיות ומתן רעיונות נקודתיים ליישום האסטרטגיה מעת לעת, גיוס לידים של סטודנטים רלוונטיים, תכנון, רכש, אופטימיזציה ובקרת מדיה, והכל על בסיס היעדים והמטרות שיוגדרו ע"י האוניברסיטה וכמפורט במסמך זה ובמסמכי המכרז.

3.2. **שירותי פרסום אופליין**

2.1.1. במסגרת המכרז מזמינה האוניברסיטה שירותי קריאטיבי, ביצוע, רכישת מדיה ופרסום בעיתונות המודפסת, כמפורט במסמכי המכרז ובנספחים. האוניברסיטה מפרסמת מודעות משני סוגים: מודעות ממותגות והודעות טכניות.

3.3. **הערכה כספית ותקציב המדיה**

3.3.1. רכש האוניברסיטה מוערך בהיקף שנתי כולל של כ- 2.5 מיליון ש"ח בעבור רכש מדיה דיגיטלי, וסך של 400,000 ₪ ברכש מודעות עיתונות, וזאת על סמך רכישות קודמות.

מובהר בזאת, כי הסכום המצוין לעיל הינו הערכה בלבד והוא אינו מהווה מצג כלשהו. עוד מובהר, כי האוניברסיטה שומרת לעצמה את הזכות להקטין ו/או להגדיל את הסכום הנ"ל, הכל לפי שיקול דעתה הבלעדי והמוחלט.

3.3.2. מובהר כי תקציב המדיה מיועד לכל סוגי המכשירים עם התאמה למחשב, לסמארטפון ולטאבלט.

3.3.3. תקציב ההפקה עשוי לכלול בין השאר: יצירת עמודי נחיתה רספונסיביים כולל טופס לידים, באנרים, סרטוני וידיאו, דיוורים, כתבות תוכן, פוסטים ועוד בהתאם למחירון ההפקה נספח ב'1 לאחר ההנחה שהציע המציע בהצעתו הכספית נספח ב'. כל החומרים שיופקו מחוייבים להיות מותאמים לנייד ולמחשב ולעמוד בחוקים ובתקנות התקפים במועד הפקת החומרים, לרבות תקנות נגישות, תקנות הגנת הפרטיות ואבטחת מידע.

מכרז פומבי מס' הס' 23/2023 למתן שירותי פרסום באינטרנט (דיגיטל) ובעיתונות כתובה

3.4. מדיה בדיגיטל
שירותי הפרסום, הקריאייטיב, רכישת המדיה, התכנון והניהול אשר יידרש משרד הדיגיטל לספק עבור אוניברסיטת תל אביב מנויים בסעיף 5 למפרט הטכני – נספח א' למסמכי המכרז.

3.5. מצגות
בסיום כל רבעון באחריות המציע הזוכה להציג לצוות האוניברסיטה שתי מצגות כמפורט להלן. המצגות יוצגו על ידי/בנוכחות צוות בכיר מטעם המציע הזוכה : מנכ"ל, מנהל/סמנכ"ל מדיה, מנהל/סמנכ"ל לקוחות, סמנכ"ל קריאייטיב, מנהל תוכן וגורמים נוספים לפי דרישת האוניברסיטה.

3.6. תוכן בפייסבוק, אינסטגרם, לינקדאין ורשתות חברתיות נוספות
3.6.1. ניהול עמודי פייסבוק כלל אוניברסיטאיים
3.6.2. ניהול תוכן בפייסבוק – פקולטה או פרויקט ספציפיים
3.6.3. ניהול תוכן באינסטגרם
3.6.4. ניהול תוכן בלינקדאין
3.6.5. הקמת פרופילים וניהול רשתות חברתיות נוספות (דוגמת טלגרם, טיקטוק או רשתות שעדיין אינן מוכרות לאוניברסיטה)
3.6.6. תהליך עבודה- בהתאם לאמור מסמכי מפרט השירותים בנספח א'

3.7. רדיו
במהלך תקופת ההתקשרות ותקופת האופציה (אם תמומש) תהא לאוניברסיטה הזכות להזמין בתשלום שירותי הפקת תשדירי רדיו מהמציע הזוכה

3.8. מתן מענה לקהל דתי-חרדי
הפרסום ייעשה בכלים ובמדיה ייעודית לקהל זה (אונליין ואופליין). ניתן להיעזר במשרד פרסום המתמחה במגזר זה כצד ג', בניהול ואחריות מלאה של משרד הפרסום הזוכה במכרז על התוצרים הקריאייטיביים, פריסת מדיה, תוצאות, עמידה ביעדים והתנהלות שוטפת. גזירת עמלה והסכם ההתקשרות בין שתי חברות הפרסום תהיה בשקיפות מלאה לאוניברסיטה. במקרה זה, האחריות המלאה בגין הפרסום ומתן השירותים על פי ההסכם ונספח זה תהיה של המציע הזוכה.

3.9. לוחות זמנים בדיגיטל
לוחות הזמנים יהיו בהתאם לאמור בסעיף 10 למפרט השירותים נספח א' למכרז.

3.10. עיתונות ופרינט
3.10.1. במסגרת המכרז מזמינה האוניברסיטה שירותי קריאייטיב, ביצוע, רכישת מדיה ופרסום בעיתונות הכתובה (להלן: "הטובין"), כמפורט במסמכי המכרז ובנספחיו.

4. תנאי סף להשתתפות במכרז:

בחלק זה מפורטים בתמצית תנאי הסף להשתתפות במכרז. פירוט תנאי הסף במלואם מופיע בסעיף 5 למסמכי המכרז. על המציע לעמוד בעצמו בכל התנאים, ולא באמצעות קבלן משנה ו/או אחר מטעמו:

4.1. תנאי סף כלליים

4.1.1. המציע הינו יחיד תושב ישראל או שותפות רשומה או תאגיד הרשום בישראל עפ"י דין במרשם המתנהל עפ"י דין לגבי תאגידים מסוגו והינו עוסק מורשה והוא אינו מצוי בהליכי חדלות פירעון.

4.1.2. המציע עומד בדרישות סעיפים ב'1 ו-ב'1 לחוק עסקאות גופים ציבוריים, תשל"ו-1976 (להלן: "חוק עסקאות גופים ציבוריים") וכן מחזיק בכל האישורים הנדרשים לפי חוק עסקאות גופים ציבוריים.

4.2. תנאי סף מקצועיים

4.2.1. המציע הינו משרד פרסום דיגיטלי ו/או משרד פרסום כללי ו/או שבבעלותו "חברה קשורה" שיש בו מחלקה עצמאית שעוסקת בעיקר בפרסום דיגיטלי.

"חברה קשורה" – בהגדרתה בחוק ניירות ערך, תשכ"ח-1968.

למען תהא התמונה ברורה, רק חברה אחת מבין החברות הקשורות יכולה להגיש הצעתה למכרז זה. ככל ויגישו שתי החברות הצעה למכרז, תהא רשאית ועדת המכרזים של האוניברסיטה לפסול את שתי ההצעות, או אחת מהן או להחליט כל החלטה בהתאם לדיני המכרזים ועל פי שיקול דעתה הבלעדי והמוחלט.

4.2.2. המציע סיפק שירותים באינטרנט (דיגיטל) דומים לאלה הנדרשים במכרז זה למשך לפחות ארבע (4) שנים רצופות עד למועד האחרון להגשת הצעות למכרז זה בהתאם לתנאים המצטברים כדלקמן:

- 4.2.2.1. לפחות לחמישה (5) לקוחות בכל אחת מהשנים 2020, 2021 ו-2022.
- 4.2.2.2. המציע מעניק לכל אחד מהלקוחות המוצגים בסעיף 5.2.2.1 לעיל שירותים במשך שמונה (8) חודשים לפחות ברציפות בכל אחת מהשנים הנדרשות.
- 4.2.2.3. לכל אחד מהלקוחות המוצגים בסעיף 5.2.2.1 לעיל ניתנו שירותים בכל אחת מהשנים בהיקף שנתי של לפחות 2,000,000 ₪ (לא כולל מע"מ) עבור שירותי פרסום דיגיטלי.

הערה כללית לסעיף 5.2.2: אין צורך שבכל שנה יהיו לקוחות זהים. ניתן שיהיה שוני בין הלקוחות בכל שנה בכפוף לעמידתם בכל הנדרש בתנאי הסף.

4.2.3. המציע סיפק שירותי פרסום אופליין דומים לאלה הנדרשים במכרז, לרבות רכישת מודעות בעיתונות, לפחות במשך שלוש (3) שנים רצופות עד למועד אחרון להגשת הצעות במכרז זה בהתאם לתנאים המצטברים כדלקמן:

- 4.2.3.1. לפחות לשני (2) לקוחות בכל אחת מהשנים 2020, 2021 ו-2022.
- 4.2.3.2. המציע מעניק לכל אחד מהלקוחות המוצגים בסעיף 5.2.3.1 לעיל שירותים במשך שמונה (8) חודשים לפחות ברציפות בכל אחת מהשנים הנדרשות.
- 4.2.3.3. לכל אחד מהלקוחות המוצגים בסעיף 5.2.3.1 לעיל ניתנו שירותים בכל אחת מהשנים בהיקף שנתי של לפחות 400,000 ₪ (לא כולל מע"מ) עבור פרסום אופליין.

הערה כללית לסעיף 5.2.3: אין צורך שבכל שנה יהיו לקוחות זהים. ניתן שיהיה שוני בין הלקוחות בכל שנה בכפוף לעמידתם בכל הנדרש בתנאי הסף.

4.2.4. בתקופה רצופה של לפחות שנים עשר (12) החודשים הרצופים שקדמו למועד האחרון להגשת ההצעות, המציע העסיק ומעסיק גם במועד האחרון להגשת ההצעות, לפחות חמישה עשר (15) עובדים שכירים (ביחסי עובד-מעסיק) (לא כולל פריילנסרים) במשרה מלאה שעוסקים בתחומי הפרסום הבאים: קריאייטיב, אסטרטגיה, ניהול לקוחות (תקציבאות), הפקה וסטודיו (כולל תכנות In-house).

4.2.5. במהלך השנים 2021-2022 סיפק המציע שירותי פרסום דיגיטלי בפלטפורמות הבאות: גוגל אדס, פייסבוק ביזנס מנג'ר, אוטבריין, טאבולה, DV-360, IDX, טיק טוק, לינקדאין, מאס מדיה.

4.2.6. במהלך השנים 2021-2022 סיפק המציע שירותי פרסום למגזר החרדי במגוון ערוצי מדיה ייעודיים בדיגיטל, לרבות הפצת דיוורים והודעות ווטסאפ.

4.2.7. **ניסיון קודם שלילי**- האוניברסיטה שומרת לעצמה את הזכות לפסול על הסף מציע אשר עבד בעבר עם האוניברסיטה, כספק מוצרים ו/או שירותים, ונמצא כי לא עמד בסטנדרטים של המוצרים ו/או השירותים הנדרשים, או שנמצא כי קיימת בעיה באמינותו או שקיימת לגביו חוות דעת שלילית בכתב על טיב המוצרים ו/או השירותים, או לחליפין מציע אשר הגיש הצעה למכרז קודם של האוניברסיטה ונמצא כי הגיש הצעה ו/או הצהרה שקרית. במקרים אלה תינתן למציע זכות טיעון בכתב או בעל פה לפני מתן ההחלטה הסופית, וזאת בכפוף לשיקול דעתה הבלעדי של האוניברסיטה.

5. הגשת ההצעה:

מעטפה חיצונית סגורה ובתוכה 2 מעטפות פנימיות סגורות:

(1) מעטפה פנימית 1 כוללת את טופס ההצעה הכספית נספח ב'.

(2) מעטפה פנימית 2 כוללת את כל שאר מסמכי המכרז פרט לטופס ההצעה הכספית.

6. **תהליך בחירת המציע הזוכה - תמצית:** המכרז הינו מכרז עם בחינה שלבית, אשר ינוהל באופן כמפורט להלן:

מכרז פומבי מס' הס' 23/2023 למתן שירותי פרסום באינטרנט (דיגיטל) ובעיתונות כתובה

שלב	תיאור השלב
א	בדיקת עמידה בתנאי סף – כמפורט בסעיף 14.2 להלן.
ב	בדיקת איכות ההצעות הכשירות אשר עברו את שלב א'- כמפורט בסעיף 14.3 למכרז. שלב זה מהווה 70% מהציון המשוקלל להצעה.
ג	בדיקת ההצעות הכספיות אשר עברו את כלל השלבים לעיל- כמפורט בסעיף 14.4 למכרז. שלב זה מהווה 30% מהציון המשוקלל להצעה.
ד	חישוב הניקוד הכולל ובחירת ההצעה/ות הזוכה/ות

7. **השתתפות במכרז:** ההשתתפות במכרז ללא תשלום.

יש להדפיס את מסמכי המכרז מאתר האינטרנט למכרזים של האוניברסיטה ולהגיש על גביהם את ההצעה. אין לשנות את מסמכי המכרז!

8. **עיון במסמכי המכרז:** מסמכי המכרז יהיו פתוחים לעיון ללא תשלום **באתר האינטרנט למכרזים של האוניברסיטה** שכתובתו היא: <https://tenders.tau.ac.il/tenders> (להלן: "אתר המכרזים"), והנוסח המופיע בו הוא הנוסח המחייב.

9. **קבלת פרטים נוספים, פניות, שאלות והבהרות לגבי המכרז:** מציע המעוניין לשאול שאלות, להעלות השגות, לקבל הסברים נוספים והבהרות למסמכי המכרז, יוכל לעשות זאת בכתב בלבד, באמצעות דואר אלקטרוני בלבד, שעליו לשלוח במקביל לשני נציגי האוניברסיטה עד לתאריך המופיע בסעיף 10 (ס"ק 1) להלן:

שם הנציג	תפקיד	דוא"ל
משה איטח	מנהל צוות מכרזים	mosheit@tauex.tau.ac.il
עידן כהן	עורך המכרז	idanc@tauex.tau.ac.il

10. **לוחות זמנים למכרז:**

תאריך	הליך
10.08.2023	מועד אחרון להגשת שאלות הבהרה
24.08.2023	מועד מענה על שאלות הבהרה
04.09.2023 עד השעה 12:00	מועד אחרון להגשת הצעות
90 ימים	מועד תוקף ההצעה

חשוב מאד: את המעטפה הסגורה יש להחתים בשעון האלקטרוני (הנמצא בסמוך לתיבת המכרזים) ולהפקיד בתיבת המכרזים מס' 1 במשרדי אוניברסיטת תל אביב, (כניסה משער 14), בניין לוגיסטיקה ובטחון, קומה ג', חדר מס' 301, בימי א-ה בין השעות 9:00–15:00 ועד למועד האחרון להגשת הצעות המצוין בס"ק (3) לעיל. את ההצעה יש להגיש במסירה ידנית בלבד ולא באמצעות הדואר!

11. תיקונים, שינויים והבהרות כאמור, ככל ויהיו הם יפורסמו באתר המכרזים. באחריות המציע להתעדכן מעת לעת באתר המכרזים שכתובתו היא: <https://tenders.tau.ac.il/tenders>.

12. בכל מקרה של סתירה בין האמור במודעה זו לאמור במסמכי המכרז, יקבע הנוסח המופיע במסמכי המכרז.

בברכה,

משה איטח

מזכיר ועדת מכרזים
אוניברסיטת תל אביב

מכרז פומבי מס' הס' 23/2023 למתן שירותי פרסום באינטרנט (דיגיטל) ובעיתונות כתובה