

המכללה האקדמית תל אביב יפו
מרכז פומבי מס' 06/2025 עם הליך תחרותי נוסף לאספקת שירותי פרסום ושיווק למכללה האקדמית ת"א יפו
טבלת שאלות הבהרה

לתשומת לב המציעים: מועד ההגשה נדחה לתאריך 21.9.2025 בשעה 16:00

מס"ד	סעיף במסמכי המכרז	פירוט השאלה	התייחסות המכללה
1	4.7.2	האם רשויות מקומיות ומשרדים ממשלתיים שמעניקים שירות ישיר לתושבים ומוסדות תרבות פרטיים מהווים לקוחות בתחום השירות ?	בכל מקום במסמכי המכרז בו מופיעה ההגדרה "לקוח בתחום השירות", מלבד הגופים המנויים במסמכי המכרז תחת הגדרה זו, ניתן להציג גם מוזיאונים מוכרים בהתאם לחוק המוזיאונים וכן תיאטראות לאומיים ו/או תיאטראות בעלי היקף פעילות דומה לתיאטרון הלאומי." מובהר כי עורך המכרז יהיה רשאי לבקש מהמציעים אסמכתאות להוכחת העמידה בתנאי זה.
2	4.7.2.2	אלו פלטפורמות מהוות מדיה דיגיטלית שאינן טלוויזיה, גוגל וסושיאל?	מדיה דיגיטלית שאינן טלוויזיה/ גוגל סושיאל, הינה למשל: ווינט, וואלה, מאקו, N12, רשת וכיוצב' + אתרי לימודים + אתרים נישתיים בעולמות התוכן של התארים הנלמדים באקדמית + RTB + IDX
3	4.7.2/4.7.2.2	בסעיף 4.7.2 נכתב: כאשר 2 מהלקוחות מקיימים את התנאים הבאים במצטבר. אל מול זאת בסעיף 4.7.2.2 נכתב על אותם תנאים: תקציב הפרסום השנתי של כל אחד מן הלקוחות. נשמח להבהרה.	בסעיף 4.7.2 נדרש להציג 5 לקוחות בתחום השירות להם המציע נתון ב-5 השנים שקדמו למועד הגשת ההצעות, שירותי פרסום אונליין ואופליין . מתוך חמש הלקוחות הללו - שניים מהם צריכים לקיים, כל אחד בנפרד, את המפורט בסעיפים 4.7.2.1-4.7.2.2, ומתוך שני הלקוחות הללו- אחד חייב להיות מוסד מוכר להשכלה גבוהה
4	4.7.2.2	בסעיף זה מצויין כי תקציב הפרסום השנתי של כל אחד מן הלקוחות הינו לכל הפחות 3.5 מיליון ₪ (ל-2 לקוחות) בעוד שבסעיף 4.5 נכתב כי מחזור כספי- מחזור ההכנסות השנתי הממוצע של המציע בכל אחת מהשנים 2022-2024, על פי הדוחות הכספיים המבוקרים, הוא לכל הפחות 5 מיליון ₪, כך שנדרש סכום נמוך יותר מהאמור בסעיף הקודם.	יש לפעול בהתאם לקבוע במסמכי המכרז
5	4.7.3.1	דרישות הסף של מנהל התיק הינן בלתי סבירות ואף סותרות את תנאי הסף אשר בסעיף 4.5 - מחזור הכנסות שנתי של המציע אמור לעמוד על 5 מיליון ₪.	מסמכי המכרז יעודכנו כך שחלף המילים "בהיקף שנתי שלא יפחת מ- 2 מיליון ₪ לכל לקוח", יופיעו המילים "שהיקף תקציב הפרסום השנתי שלהם לא יפחת מ- 2 מיליון ₪ לכל לקוח". כן יוסף בסיפא הסעיף, כי "תקציב פרסום שנתי- כולל את התמורה הן לאמצעי המדיה והן לחברת הפרסום."
6	כללי	הקהל הערבי מהווה כ-20% מהאוכלוסיה בישראל ומהווה נפח חשוב במכלול הסטודנטים בארץ. מדוע אין פנייה או כל התייחסות לגביו במסמכי המכרז?	מתן שירותי פרסום ספציפיים לחברה הערבית בישראל אינם חלק ממכרז זה

7	4.5	בענף הפרסום קיימות מספר שיטות לניהול תקציבי פרסום. בשיטה אחת משרדי הפרסום רוכשים את המדיה עבור הלקוח, כך שהיקף ההכנסות כולל אף את רכש המדיה. בשיטה אחרת, המקובלת בענף הפרסום, מחייב משרד הפרסום את הלקוח בגין השירותים ואילו רכש המדיה מבוצע ע"י הלקוח במישרין ו/או באמצעות חברות רכש מדיה. לפיכך מתבקש לקבוע, כי ניתן להציג אישור רו"ח על הכנסות המציע ממתן שירותים וכן אישור על היקף רכישות המדיה בגין תקציבי הפרסום אותם מנהל המציע, כך שסך ההכנסות המצרפי יהא לכל הפחות בסך של 5 מיליון ₪.	מקובל. המחזור השנתי בסך של 5 מיליון ₪ שנדרש להציג, יכול לכלול גם הכנסות בגין רכישת מדיה דרך המציע
8	4.7.3.2.2	המציע מעסיק עובדים בהעסקה ישירה, כאשר ניתן לכל עובד הזכות לבחור את דרך העסקתו, לרבות כנגד חשבונית מס כדין.	אין שינוי במסמכי המכרז
9	4.7.4	עיון במסמכי המכרז מלמד כי ככל הנראה נפלה טעות סופר והכוונה היא לסעיף 4.10 על תתי סעיפיו.	מסמכי המכרז יעודכנו כך שבסעיף 4.7.4 חלף המילים "כמפורט בסעיפים 4.8-4.9 להלן", יופיעו המילים "כמפורט בס' 4.10 להלן, על תתי סעיפיו"