



**מכרז פומבי דו שלבי מס' 11/2024**  
**למתן שירותי פרסום, דיגיטל,**  
**קריאייטיב ורכש מדיה עבור אפקה -**  
**המכללה האקדמית להנדסה בתל אביב**

## **הזמנה להציע הצעות**

אפקה - המכללה האקדמית להכשרת מהנדסים בתל אביב (להלן: "אפקה" או "המכללה") מזמינה בזאת מציעים להציע הצעותיהם במסגרת מכרז פומבי, דו-שלבי, להתקשרות בהסכם למתן שירותי פרסום, דיגיטל, אסטרטגיה, קריאייטיב ורכש מדיה, הכל כפי שיידרשו על ידי אפקה מעת לעת, וכמפורט ב"נספח תכולת השירותים" להסכם ההתקשרות המצורף למסמך זה.

### **1. הגדרות כלליות**

לכל המונחים המוגדרים בהזמנה להציע הצעות זו תהא המשמעות הנתונה להם בצידיים או בסעיף 2 להלן. בהיעדר הגדרה כאמור, תהא להם המשמעות הנתונה להם בהסכם, אלא אם כן עולה אחרת מהקשר הדברים.

### **2. בלי**

**2.1. רקע.** אפקה (עמותה רשומה), היא מכללה אקדמית ציבורית להכשרת מהנדסים בתל אביב. במכללה לומדים כ-3,500 סטודנטים במספר בתי ספר להנדסה ומדעים בתחומים שונים לתואר ראשון ושני ומסלולי מכינות. פעילות המכללה כוללת 6 בתי ספר להנדסה ומדעים ב-7 תכניות לימוד לתואר ראשון, 5 תכניות לימוד לתואר שני, מסלול מכינות, יחידה ללימודי חוץ, יחידות אקדמיות שונות, יחידות מנהליות שונות, הקשורות בפעילות המכללה, לרבות רשות מחקר, מרכז קריירה, יחידה ללימודי חוץ וחברת אפקה יישומים, חברת בת העוסקת בעיקר במסחור נכסי קניין רוחני. לעניין מכרז זה תחשב אפקה ו/או המכללה, ככוללת את כלל היחידות והנושאים הקשורים בפעילותה, בין באופן ישיר ובין באופן עקיף.

### **2.2. מהות השירותים**

בתמצית, השירותים כוללים מתן שירותי פרסום, דיגיטל, אסטרטגיה, קריאייטיב, ניהול לקוחות, תקשורת שיווקית, שירותי סטודיו גרפיקה ותכנות, תכנון ורכש מדיה לכלל פלטפורמות האון ליין והאוף ליין הקיימים והעתידיים, לרבות עבור הרשתות החברתיות וללא רכש מדיה. השירותים יוענקו בהתאם לכלל צרכי אפקה עבור קמפיינים, פרויקטים ותוצרים וכל שירות נוסף נלווה הכולל יעוץ בנושאים שוטפים לקידום מטרות שיווקיות ופרסומיות של אפקה, ייזום רעיונות יצירתיים וחדשניים, ושיתופות בחשיבה אסטרטגית מותגית המשרתים את אתגריה ומטרותיה הפרסומיים, תדמיתיים, שיווקיים והמכירתיים של אפקה (להלן- "השירותים").

השירותים יסופקו למכללה ולכל מרכיביה, בתי הספר, מסלול מכינה, מסלול לימודי חוץ, חברת אפקה יישומים וכל היחידות האקדמיות והמנהליות השונות (להלן בהתאמה: "השירותים" ו-"נספח השירותים"). מובהר כי שירותי הדיגיטל, לרבות מדיה דיגיטלית, יתקיימו במציע עצמו, שירותי רשתות חברתיות יכללו בשירותים לפי בחירת אפקה, באמצעות הזוכה או באמצעות ספק משנה מטעם הזוכה או מטעם אפקה, הכל לפי החלטתו ושיקול דעתה הבלעדי של אפקה.

האמור בסעיף זה לעיל מהווה תיאור תמציתי ביותר של השירותים. תיאור מפורט של השירותים, מצוי בנספח השירותים המצורף להסכם כנספח א'.

**2.3. מספר הזוכים.** במסגרת מכרז זה, מבקשת אפקה לבחור מציע זוכה אחד (1), אך תהא רשאית לבחור כשיר שני מבין המציעים במכרז ולפי תנאיו. המציע שיבחר ככשיר שני יהיה לזוכה במכרז במקרה והזוכה הראשון חזר בו מהצעתו, או לא נחתם עימו חוזה מכל סיבה שהיא, או שלא פעל בהתאם להוראות המכרז, או שבוטל עימו החוזה שנחתם, מכל סיבה שהיא. הצעת הכשיר השני תהיה בתוקף למשך שנה מהמועד האחרון להגשת הצעות במכרז, ובמידה ויוכרז כזוכה יהא עליו לעמוד בכל תנאי החוזה ולהמציא את כל האישורים הנדרשים בהתאם למסמכי המכרז. מובהר כי מימוש הזכות לפי סעיף זה לפנות לכשיר השני הינו לפי שיקול דעתה הבלעדי והמוחלט של המכללה וכי למציעים,

ובכלל זאת למציע שנבחר ככשיר שני, אין ולא תהיה כל טענה ו/או דרישה שעניינה הכרזת הצעתם כהצעה הזוכה במכרז עקב ביטול זכייתו של הזוכה או ביטול ההתקשרות עימו ואין באמור בסעיף זה כדי לפגוע בזכות המכללה לפעול בדרך חוקית אחרת, ובכלל זאת לבצע הליך חדש לבחירת זוכה למתן השירותים.

- 2.4. במסגרת מכרז זה, רשאי כל מציע להגיש הצעה אחת בלבד ואפקה רשאית לפסול כל הצעה אשר מוגשת בניגוד לאמור בסעיף זה.
- 2.5. **תקופת ההתקשרות בהסכם.** ההתקשרות עם המציע הזוכה תחל ממועד חתימת אפקה על הסכם ההתקשרות ותהיה בתוקף עד לתום 24 חודשים ממועד זה.
- 2.6. **תקופת התקשרות נוספת (אופציה).** לאפקה בלבד שמורה זכות הברירה להאריך את תקופת ההתקשרות ב-3 תקופות נוספות בנות עד 12 חודשים כל אחת, בכל היקף ותמהיל שתבחר אפקה, הכל לפי שיקול דעתה הבלעדי.
- 2.7. **אי קיום ניגוד עניינים.** על המציע להצהיר כי נכון למועד הגשת ההצעה ולאורך כל תקופת החוזה, לרבות תקופת האופציה, המציע אינו מעורב ולא יהיה מעורב, במישרין או בעקיפין, במתן שירותי ניהול מדיה דיגיטלית ו/או קריאייטיב ו/או פרסום, למוסד השכלה גבוהה שבין עיסוקיו גם לימודי הנדסה, ו/או מדעי המחשב ו/או מדעי הנתונים ו/או לכל מוסד אחר אשר לפי החלטת ועדת המרכזים ולפי שיקול דעתה הבלעדי, מתחרה באפקה. במקרה של חשש לניגוד עניינים כאמור, יצהיר על כך המציע בטופס מס' 7 – הצהרה בדבר התחייבות למניעת ניגוד עניינים.
- 2.8. **המסמכים המפורטים להלן יהוו יחד את מסמכי המכרז:**
- 2.8.1. מסמך תנאים מיוחדים – כולל נוסח הסכם ונספחיו.
- 2.8.2. סט טפסים כמפורט בטופס מס' 11 – תכולת מעטפת ההצעה.
- 2.8.3. כל מסמך הבהרה או תוספת למכרז שיפורסם באתר המכללה

**3. מועדים ולוחות זמנים, שאלות הבהרה, סוד מסחרי וערבות הצעה**

שעה	תאריך	
עד השעה 13:00.	01.07.2024	מועד אחרון להגשת שאלות הבהרה
		דוא"ל להגשת שאלות הבהרה למכרז <a href="mailto:LielR@afeka.ac.il">LielR@afeka.ac.il</a>
עד השעה 13:00.	15/07/2024	מועד אחרון להגשת הצעות
		תוקף ההצעה
		שישה (6) חודשים מהמועד האחרון להגשת הצעות.
		ערבות הצעה
		על סך 25,000 ₪.
		תוקף ערבות הצעה
		עד לתום שישה (6) חודשים מהמועד האחרון להגשת הצעות.
		דמי השתתפות
		לא נדרשים במכרז זה.
		כנס מציעים
		לא יתקיים במכרז זה.

- 3.1. לתשומת לב המציעים, הצעות אשר תוגשנה לתיבת המכרזים לאחר המועד האחרון להגשת הצעות לא תקבלנה.
- 3.2. ועדת המכרזים רשאית לפסול על הסף כל הצעה אשר לא צורף אליה מסמך מהמסמכים המפורטים במכרז או שצורף מסמך שגוי ו/או שאינו ממלא אחר הוראות ודרישות המכרז, וכן תהא רשאית לדרוש את השלמתו, הכל לפי שיקול דעתה הבלעדי.
- 3.3. על המציעים מוטלת האחריות המלאה והבלעדית, להתעדכן בכל עת, בעצמם ובאופן ייזום, אודות מענה לשאלות הבהרה וכן בהודעות שונות בקשר למסמכי המכרז, ככל שיהיו, לרבות שינויים בלוחות הזמנים המפורטים לעיל אשר יפורסמו בדף המכרז באתר האינטרנט של אפקה שכתובתו <https://www.afeka.ac.il/> תחת לשונית
- 3.4. "מכרזים". שאלות הבהרה בנוגע למכרז ו/או למסמכיו יופנו בדוא"ל בלבד לתיבת דוא"ל של מחלקת
- הרכש בכתובת דוא"ל: [LielR@afeka.ac.il](mailto:LielR@afeka.ac.il) עד ולא יאוחר מיום 01/07/2027 בשעה 13:00 בקובץ וורד בנוסח הבא:

<u>מסמך במכרז</u>	<u>עמוד במכרז</u>	<u>נוסח שאלה</u>	<u>מענה לשאלה</u>

- 3.5. ועדת המכרזים תפרסם את המענה לשאלות הבהרה. המענה יפורסם באתר האינטרנט של המכללה בכתובת <https://www.afeka.ac.il/> ובאחריות המציע להתעדכן באופן עצמאי במענה לשאלות.
- 3.6. שאלות הבהרה יופנו אך ורק בכתב באמצעות הדוא"ל [LielR@afeka.ac.il](mailto:LielR@afeka.ac.il). איש הקשר יאשר בדוא"ל חוזר את דבר קבלת הודעת הדוא"ל. באחריות המציע לוודא קבלת אישור כאמור ובמקרה שאישור כאמור לא ניתן בתוך 24 שעות, יפעל המציע לקבל אישור טלפוני ששאלותיו הגיעו בשלמותן לידי נציג המכללה בטלפון 03-7688634. שאלות מציעים שישלחו לאחר המועד, לא יענו.
- 3.7. בפנייתו בכתב בדוא"ל יציין המציע את שם המכרז ומספרו, מס' העמוד ומס' הסעיף הרלוונטי במכרז אליו השאלה מתייחסת.
- 3.8. למען הסר ספק מובהר כי אין בכוחם של פרט, נתון או הבהרה שיימסרו בע"פ, כדי לשנות את תנאי המכרז. רק תשובות ועדכונים שנמסרו בכתב או בדוא"ל או כאלה שפורסמו באתר המכרזים של המכללה על ידי ועדת המכרזים יחייבו את ועדת המכרזים והמזמינה.
- 3.9. שינוי או תוספת למסמכי המכרז יעשה בכתב, בהודעה מפורטת שתעודכן באתר האינטרנט של המכללה ובאחריות המציע להתעדכן בהודעות שיפורסמו באתר, באופן עצמאי. המכללה שומרת לעצמה את הזכות להוציא ביוזמתה תיקונים והבהרות מטעמה למסמכי המכרז גם לאחר פרסום התשובות לשאלות הבהרה ואלה יפורסמו באתר המכללה ועל המציע האחריות הבלעדית להתעדכן בהם.
- 3.10. המציע יצרף להצעתו עותק ממסמך המענה לשאלות הבהרה כפי שפורסם באתר כשהוא חתום על



3.11. ועדת המכרזים רשאית, להכניס בכל עת, קודם למועד האחרון להגשת מסמכי המכרז, שינויים ותיקונים במסמכי המכרז, ביוזמתה או בתשובתה לשאלות המשתתפים. תיקונים כאמור יפורסמו באתר המכללה.

3.12. ככל שלדעת המציע קיימים חלקים בהצעתו אשר העיון בהם עלול לחשוף **סוד מסחרי או סוד מקצועי**, יצרף המציע להצעתו נספח המפרט את החלקים כאמור ואת הנימוקים לבקשתו למנוע את העיון בהם ממציעים אחרים. מבלי לגרוע מסמכות הועדה, מציע שצירף מסמך כאמור להצעתו יוחזק כמי שהסכים לכך שהחלקים האחרים של הצעתו אינם בבחינת סוד מסחרי או סוד מקצועי. מציע שלא יצרף כלל נספח יחשב כמי שהצהיר כי הצעתו אינה כוללת סוד מקצועי או סוד מסחרי שאין לגלותם.

3.13. החלטה אם לא לחשוף חלק כל שהוא של הצעת מציע תהיה נתונה לשיקול דעתה המוחלט והבלעדי של ועדת המכרזים ושלה בלבד וזכות העיון לא תחול, על כן, על חלקים של ההצעה הזוכה אשר העיון בהם עלול להתאם לשיקול דעתה של ועדת המכרזים, לחשוף סוד מסחרי או סוד מקצועי.

3.14. על המציעים המשתתפים במכרז להימנע מקבלת יעוץ מחברת "צ.ר פרוג'קטיב בע"מ", יעוץ מקצועי, בכל הנוגע למכרז ולשירותים.

#### 4. איש קשר מטעם המציע

המציע הזוכה ימנה איש קשר יחיד מטעמו מול המכללה (להלן: "איש הקשר").

שם \_\_\_\_\_ תפקיד \_\_\_\_\_

מספר הטלפון \_\_\_\_\_ מספר הפקס \_\_\_\_\_

דוא"ל: \_\_\_\_\_

#### 5. הגשת ההצעה

המציע יגיש את כל המסמכים המפורטים בסעיף 2.8 בשתי מעטפות. לתיבת המכרזים המיועדת לכך בבניין ההנהלה של המכללה, רחוב בני אפרים 218 תל אביב חדר ב-9 לא יאוחר מיום 15/07/2024 בשעה 13:00. אין לשלוח את ההצעה בדואר. מודגש, כי הצעות שלא תמצאנה בתיבת המכרזים עד למועד הנ"ל תפסלנה, לא יתקבלו ולא ידונו.

5.1. המציע ישא בעצמו ועל חשבונו בכל הוצאות והעלויות הקשורות ו/או הנובעות מהכנת והגשת הצעה למכרז, לרבות הכנת המידע, נוכחות בפגישות וכל הוצאות ועלויות נוספות.

5.2. ההצעה תהא חתומה על ידי מורשי החתימה של המציע בצרוף חותמת וחתימה על כל אחד מהעמודים בראשי תיבות.

5.3. על המציע לרכז את ההצעות בשתי מעטפות כדלקמן (ריכוז המסמכים ותנאי הסף):

5.3.1. במעטפה אשר תסומן "**מעטפה מספר 1 - מכרז פומבי 11/2024 לשירותי פרסום, דיגיטל, קראייטיב ורכש מדיה**", יוגשו בשני העתקים מודפסים

וכן על גבי מדיה מגנטית (Disk on Key), כל המסמכים המפורטים מטה בסעיפים 10.1-10.2 מלבד ההצעה הכספית (באחריות המציע לזוודא באופן מוחלט כי במעטפה זו לא ימצאו פרטים או נתונים הקשורים להצעה הכספית מטעם המציע).

5.3.2 במעטפה אשר תסומן "**מעטפה מספר 2- מכרז פומבי 11/2024 לשירותי פרסום, דיגיטל, קריאייטיב ורכש מדיה**" יוגש: טופס מס' 10 /ההצעה הכספית על נספחיה - ההצעה הכספית של המציע לרבות טבלת האקסל על גבי מדיה מגנטית (Disk on Key) בנפרד ממסמכי ההצעה ובהעתק מודפס.

5.3.3 ככל שתצורף למעטפה מספר 1 ההצעה הכספית, **הצעת המציע תיפסל**. ככל שתהיה סתירה בין הצעת המחיר על גבי המדיה המגנטית, להצעה המופיעה בהעתק המודפס, יגבר הקבוע בהעתק המודפס. **למען הסר ספק יובהר - כי ההצעה תוגש, מלבד בעותקים מודפסים, גם באמצעות שתי מדיות מגנטיות שונות, האחת מסמכי ההצעה למעט ההצעה הכספית, והשניה מסמכי ההצעה הכספית בלבד (טבלת אקסל).**

## 6. תנאים מוקדמים ("תנאי סף") להשתתפות במכרז

### 6.1. הגדרות

לצורך בחינת תנאי הסף ואמות המידה לניקוד איכות ההצעה, יהיו למונחים הבאים הפירוש הנקוב בצידם:

6.1.1 "**שירותי פרסום, דיגיטל, קריאייטיב ורכש מדיה**" – כוללים את מי מאלה: שירותי פרסום ותקשורת שיווקית, גיבוש ובניית אסטרטגיה, קריאייטיב, דיגיטל, ניהול לקוחות (תקציבאות), שירותי סטודיו, הפקה, תכנון ורכש מדיה וכל פעולה הנדרשת להוצאה לפועל של כלל התוצרים.

6.1.2 **קמפיין**- תוצרים אסטרטגיים וקריאייטיביים שיוצרו והופקו למטרות ברף מוגדר, לתקופה מוגדרת ועלו לאויר בלפחות 3 פלטפורמות מדיה שונות במדיה ממומנת.

6.1.3 "**אמצעי מדיה**" – עיתונות, שילוט חוצות, טלוויזיה, רדיו, פלטפורמות דיגיטל וכל אמצעי מדיה אחר קיים ו/או שיהיו קיימים בעתיד.

6.1.4 **כלל שירותי הדיגיטל**- שירותי אסטרטגיה, קריאייטיב, ניהול לקוחות, סטודיו, הפקה, תכנות, הטמעות וכלל הפעולות הנדרשות להוצאת כלל התוצרים לדיגיטל, לרבות תכנון, ניהול קידום ורכש מדיה לפלטפורמות הדיגיטליות.

6.1.5 "**עובד**" – אדם המועסק אצל המציע, ובאופן שבינו לבין המציע מתקיימים יחסי עובד-מעביד. בהגדרת המונח עובד, לא יחשבו אנשים המועסקים אצל המציע כפרילנסרים ויועצי/ספקי משנה.

6.1.6 "**מחזור מרכש מדיה**" – שווי היקף מדיה לכל שנה מכלל לקוחות המציע, ללא מע"מ.

6.1.7 "גוף ציבורי" – כהגדרת המונח בסעיף 2 לחוק חובת המכרזים, תשנ"ב-1992, וכן בנוסף מי מהגופים הבאים: רשות מקומית, מועצה מקומית/אזורית ותאגיד עירוני.

6.1.8 **פלטפורמות/מערכות דיגיטל פרוגרמטיות**- תכנון ניהול קידום ורכש מדיה עבור קמפיינים ממומנים במערכות/פלטפורמות דיגיטל פרוגרמטיות (לא כולל רכש "לידים" מספקי לידים).

## 6.2 הערות

מובהר כי לצורך הוכחת תנאי הסף והאיכות, רשאי המציע, לעניין רכש מדיה לפרסום אוף ליין, להסתמך על ניסיון שנצבר אצל ספק משנה מטעמו, אשר ביצע עבורו את רכש המדיה עבור פלטפורמות האוף ליין. אין מניעה כי מספר מציעים יסתמכו על ניסיון של אותו ספק משנה ממנו רכשו מדיה אוף ליין.

## 6.3 תנאי סף

רשאים להגיש הצעות רק מציעים בהם מתקיימים, נכון למועד האחרון להגשת ההצעות, כל התנאים המצטברים המפורטים להלן:

6.3.1 המציע הינו תאגיד הרשום כדין בישראל.

6.3.2 מציע כנ"ל, אשר מקיים את כל דרישות חוק עסקאות גופים ציבוריים, תשל"ו-1976, לרבות: (א) הוראות סעיף 2 לחוק האמור (בדבר ניהול פנקסים ודיווחים); (ב) הוראות סעיף 2 לחוק האמור בקשר עם קיום דיני העבודה; ו- (ג) הוראות סעיף 1ב2 בדבר ייצוג הולם לאנשים עם מוגבלות.

מובהר, כי אפקה תהיה רשאית שלא לפסול מציע אשר לא התקיים בו התנאי המקדמי הנקוב בסעיף 6.3.2 לעיל ביחס לסעיף 2 לחוק עסקאות גופים ציבוריים בקשר עם קיום דיני העבודה, וזאת בהתאם להחלטה שתתקבל לשם כך על ידי ועדת המכרזים על פי הוראות סעיף 2ב(1)(1) לחוק עסקאות גופים ציבוריים.

6.3.3 מציע כנ"ל, אשר הינו משרד פרסום ודיגיטל פעיל במהלך 5 השנים שקדמו למועד האחרון להגשת הצעות במכרז. מובהר כי מתן כלל שירותי הדיגיטל חייבים להתקיים במציע בעצמו.

6.3.4 מציע כנ"ל, אשר נכון למועד האחרון להגשת הצעות, מעסיק לפחות 25 עובדים בתחומי הפרסום הבאים: קריאייטיב, שירותי דיגיטל, אסטרטגיה, ניהול לקוחות (תקציבאות), סטודיו והפקה.

6.3.5 מציע כנ"ל, בעל מחזור מרכש מדיה של לפחות 9,000,000 ₪, בכל אחת מהשנים 2021, 2022 ו- 2023, לא כולל מע"מ.

6.3.6 מציע כנ"ל אשר העניק בעצמו שירותי מדיה דיגיטלית פרוגרמטית, ללקוח אחד לפחות, בהיקף רכש מדיה של 3 מיליון ₪ בשנה לפחות, לא כולל מע"מ, במערכות דיגיטל פרוגרמטיות, בכל אחת מהשנים 2021, 2022, 2023.

מובהר כי אין מניעה להציג בכל שנה לקוח שונה, ובלבד שלקוחות אילו עומדים ביתר דרישות הסעיף.

6.3.7 המציע העניק שירותי פרסום ורכש מדיה עבור קמפיינים קריאייטיבים שתוקשרו בפלטפורמות האוף ליין (טלוויזיה ו/או רדיו ו/או עיתונות ו/או



- שילוט), עבור שני (2) לקוחות לפחות, במהלך 24 חודשים האחרונים ממועד הגשת המכרז.
- 6.3.8 המציע העניק שירותים עבור קמפיין דיגיטל, במהלך 12 חודשים האחרונים מהמועד האחרון להגשת מסמכי המכרז, במצטבר:
- 6.3.8.1 השירותים כללו אסטרטגיה, קריאיטיב, ניהול ורכש מדיה.
- 6.3.8.2 הקמפיין נוהל בשלוש (3) מערכות דיגיטליות פרוגרמטיות בהיקף מדיה כולל של 300,000 ש"ח ל 500,000 ש"ח, לא כולל מע"מ.
- 6.3.8.3 הקמפיין נוהל ב 3 המערכות - הדיגיטליות הפרוגרמטיות בו זמנית במשך מינימום 14 ימים.
- 6.3.8.4 אחת המערכות הפרוגרמטיות המפורטות בסעיף 6.3.8.2 היתה מערכת לקידום תוכן.
- 6.3.9 המציע צרף להצעתו **ערבות בנקאית אוטונומית**, בלתי מותנית וצמודה למדד המחירים לצרכן, עשויה לטובת המכללה, בסכום של 25,000 ₪ (עשרים וחמש אלף ₪). תוקף הערבות יהיה עד ליום 15.01.25 (להלן: "**ערבות הצעה**"). ערבות ההצעה תהיה בנוסח המצורף כטופס מספר 6.
- 6.3.10 המכללה תהא רשאית לחלט את ערבות ההצעה כפיצוי מוסכם וכתוצאה מסתברת של ההפרה, אם המציע חזר בו מהצעתו /או לא קיים אותה ו/או לא המציא את הביטחונות הנקובים בחוזה במועד הנקוב לכך בחוזה. חילטה המכללה את ערבות ההצעה, לא יהיה בכך כדי לפגוע בזכות המכללה לכל תרופה וסעד אחרים על פי כל דין או חוזה.
- 6.3.11 מציע שהצעתו תזכה, יידרש להמציא תוך 7 ימים ממשלוח הודעת הזכייה, ערבות ביצוע בסכום של 50,000 ₪ (חמישים אלף ₪) בנוסח המצורף כנספח "ד" להסכם (להלן: "**ערבות הביצוע**").
- 4-6. **ייחוס ניסיון ומגבלות על השתתפות במכרז**
- 6.4.1 **מגבלת השתתפות**
- מובהר כי ישויות משפטיות אשר אחת מהן מחזיקה בשנייה, במישרין או בעקיפין, או מצויות באחזקה משותפת, במישרין או בעקיפין, רשאיות להגיש הצעות נפרדות למכרז.
- על אף האמור מובהר כי ככל וחברות קשורות הגישו הצעה למכרז, ושתייהן עברו לשלב מפגש ראיון והתרשמות, כמפורט להלן, לא ניתן יהיה להציג במסגרת הראיון את אותו מנהל מדיה דיגיטלית מטעם חברות קשורות.
- 6.4.2 **ייחוס ניסיון והסתמכות על תאגיד נרכש**
- 6.4.2.1 ככל ולא נאמר במפורש אחרת, על הניסיון הנדרש בתנאי הסף, תנאי האיכות ויתר הדרישות המפורטות במסמכי המכרז, להתקיים אך ורק במציע עצמו.
- 6.4.2.2 חרף המגבלה הנקובה בסעיף 6.4.2.1 לעיל, מובהר בזאת במפורש, כדלקמן:
- לצורך עמידה בתנאי הסף ותנאי האיכות, יהיה המציע רשאי להסתמך על ניסיון שנצבר על ידי ישות משפטית

שאינה המציע, ככל שנערך הליך של מיזוג או רכש בין חברות אילו.

ביקש מציע להסתמך על ניסיון שנצבר כנ"ל, יציג המציע בהצעתו את כל המידע הדרוש על פי מסמכי המכרז בקשר עם הניסיון האמור וייצרף להצעה מידע ומסמכים המעידים על העברת הפעילות הרלוונטית למציע, על היקף הפעילות שעבר ועל מועד ההעברה.

**7. פרמטרים לניקוד איכות ההצעה – 70%, המהווים 100 נקודות, בשני תתי שלבים**

7.1. ועדת מכרזים ממנה בזאת ועדת משנה לבחינת ההצעות על פי מכרז זה, אשר תעביר את המלצתה על בחירת הזוכה במכרז לועדת המכרזים. הרכב ועדת המשנה יהיה: יו"ר הוועד המנהל, נשיא המכללה, סגן נשיא לפיתוח ושותפויות אסטרטגיות של המכללה, המנהלת הכללית, מנהלת מחלקת פרסום ושיווק, מנהלת מדור פרסום [להלן: "ועדת המשנה"].

7.2. ועדת המשנה תבחן את הצעות המציעים שעמדו בתנאי הסף, תבחן את איכות ההצעות על פי הפרמטרים הקבועים במכרז ותציע לוועדת המכרזים דרוג של המציעים בהתאם להוראות והכללים המפורטים במכרז זה להלן.

7.3. ציוני האיכות של ההצעות ייקבעו בהתאם לפרמטרים המפורטים בטבלה שלהלן:

פרמטר	אמת מידה	ציון איכות יחסי בנקודות	ציון איכות מירבי
<b>תת שלב ראשון- עד 50 נקודות</b>			
1	עבור כל שנה מעבר לתנאי סף 6.3.3 ועד 5 שנים נוספות.	1 נק' עבור כל שנת ותק	עד 5 נקודות
2	עבור גוף ציבורי אחד- 2 נק'. עבור כל גוף ציבורי נוסף - 2 נק'	עבור כל גוף ציבורי 2 נקודות	עד 4 נקודות

**ותק המציע** -במתן שירותי פרסום ודיגיטל.

**ניסיון המציע, גוף ציבורי** -במתן שירותים עבור קמפיינים קריאטיביים לגופים ציבוריים ב 5 שנים האחרונות שקדמו למועד האחרון להגשת מסמכי המכרז.

**הגדרה: מגזר ציבורי /לקוח מהמגזר הציבורי** –משרדי ממשלה, לרבות יחידות סמך ו/או תאגיד סטטוטורי ו/או חברה ממשלתית ו/או חברה עירונית ו/או רשות מקומית ו/או גוף הכפוף לחוק חובת המכרזים, התשנ"ב-1992.

**לצורך הוכחת תנאי סף זה, לא יחשבו פרסומים סטטוטוריים.**

<p>עד 3 נקודות</p>	<p>נקודה עבור כל קמפיין</p>	<p>עד שלושה קמפיינים שטורגטו לקהל היעד המוגדר בתנאי זה, במערכות מדיה פרוגרמטית.</p>	<p>3 <b>ניסיון המציע, קהלים- יצירה</b> וקידום קמפיינים בפלטפורמות הדיגיטל הפרוגרמטי, לרבות גיוס לידים עבור לקוחותיו הקיימים של המציע, הפונים באופן ייעודי לקהלי יעד בשנות ה 20 עד ה 40 לחייםם עבור מוצר או שירות עם מעורבות גבוהה. הקמפיינים מה 24 חודשים שקדמו למועד האחרון להגשת מסמכי המכרז.</p> <p><b>על המציע לצרף דו"חות ממערכות הדיגיטל להוכחת הפניה לקהל היעד שטורגט עבור כל קמפיין.</b></p>
<p>עד 4 נקודות</p>	<p>2 נקודות עבור כל לקוח</p>	<p>לקוח אחד- 2 נק' עבור לקוח נוסף- 2 נק'</p>	<p>4 <b>ניסיון המציע בהשכלה גבוהה או אקדמיה</b> - במתן השירותים לאוניברסיטאות או מכללות בעלות רשיון מהמועצה להשכלה גבוהה, ב 5 שנים האחרונות שקדמו למועד האחרון להגשת מסמכי המכרז.</p> <p><b>הגדרה: "תחום השכלה גבוהה או אקדמיה" – כל אחד מאלה: אוניברסיטאות, מכללות, לימודי חוץ, והכל במדינת ישראל.</b></p>
<p>עד 24 נקודות</p>			<p>5 <b>ניסיון מקצועי- הצגת שני קמפיינים/ Case Studies</b></p> <p>עבור לקוחות המציע הדומים באתגריהם העסקיים, למטרות פעילותה של אפקה (גיוס לקוחות ו/או רכישה במעורבות גבוהה, לדוגמא בארגונים כגון- בנקים, חברות ביטוח, אקדמיה, רכבים וכיוצ"ב).</p> <p>שני הקמפיינים בוצעו החל מ 2022 ואילך עבור לקוחותיו הקיימים של המציע במועד הגשת מסמכי המכרז.</p>

	<p>מקרה בוחן ראשון- <b>עד 13 נק'</b></p>	<p><b>הפרמטרים לבחינה עבור מקרה הבוחן הראשון:</b></p> <p><b>אסטרטגיה- מטרת הבריף והאסטרטגיה שהתוותה ע"י המציע, והשיקולים לבחירתה- עד 3 נק'.</b></p> <p><b>קריאיטיב- הפתרון והיישום הקריאיטיבי בפלטפורמות הדיגיטל, סושיאל, תוכן ובפלטפורמות אופף ליין, לרבות מסרים וכלים ייחודיים- עד 4 נק'.</b></p> <p><b>מדיה- אסטרטגיית המדיה הדיגיטלית, והמזדים לבחינה, בהתאמה למסע הלקוח, תוצאות הקמפיין בהתאמה ליעדים ופעולות אופטימיזציה עד 6 נק'</b></p> <p><b>פרמטרים לבחינה עבור מקרה הבוחן השני:</b></p> <p><b>אסטרטגיה-אסטרטגיית הקמפיין שהתוותה ע"י המציע והשיקולים לבחירתה- עד 2 נק'.</b></p> <p><b>קריאיטיב- און ליין, מסרים וכלים ייחודיים (וידאו, תוכן וכד')- עד 3 נק'.</b></p> <p><b>מדיה- אסטרטגיית מדיה דיגיטלית: אסטרטגיית תוכן ארוכת טווח, בהתאמה למסע הלקוח, צביעת קהלים, טכניקות של רימרקטינג וכד' ותוצאות הקמפיין בהתאמה ליעדים ופעולות אופטימיזציה שנעשו</b></p>	<p>יש להציג לפחות באחד הקמפיינים, פעילות בשיתוף משפיעני רשת.</p> <p><b>1.מקרה בוחן קיים ראשון</b></p> <p>קמפיין 360, לשינוי תפיסות ו/או יצירת ביקושים ו/או בידול אל מול הקטגוריה. הקמפיין עלה לאוויר בפלטפורמות האון ליין והאופף ליין, בהתאם לפרמטרים המצטברים להלן:</p> <p>היקף הקמפיין מרכש מדיה – בין 400 אלף ש"ח – ל 800 אלף ש"ח, לא כולל מע"מ.</p> <p>תקשור הקמפיין בפלטפורמות הדיגיטל, במערכות פרוגרמטיות היווה לפחות 30% משווי מדיית הקמפיין.</p> <p>על המציע להגיש מצגת עד 10 שקפים הכוללת התיחסות והמחשות לפרמטרים לניקוד, לרבות דו"חות מדיה.</p> <p><b>2.מקרה בוחן קיים שני</b></p> <p><b>קמפיין פרפורמנס (פרוגרמטי)</b> במדיה דיגיטלית ורשתות חברתיות, העוסק בשירות ו/או מוצר, בתחומי חדשנות תעשייתית ו/או טכנולוגית ו/או דיגיטלית.</p> <p>שווי המדיה של הקמפיין עד 500 אלף ש"ח.</p> <p>הקמפיין אינו כולל רכש לידיים.</p> <p><b>על המציע לצרף למסמכי המכרז מצגת עד 10 שקפים בקובץ pdf או ppt לכל מקרה בוחן, עבור</b></p>
	<p>מקרה בוחן שני- <b>עד 11 נקודות</b></p>		

		למיקסום השגת היעדים בהתאמה לתקציב- עד 6 נק'	<b>הפרמטרים לבחינה, לרבות דו"חות ממערכות מדיה.</b>												
עד 10 נקודות	לכל לקוח- עד 5 נק'	<table border="1"> <thead> <tr> <th>ניקוד</th> <th>ציון</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>1 / 0.5 / 0</td> <td>הובלה אסטרטגית</td> </tr> <tr> <td>1 / 0.5 / 0</td> <td>איכות ניהול מדיה פרוגרמטית</td> </tr> <tr> <td>1 / 0.5 / 0</td> <td>עדכניות ופיצוח קריאטיבי</td> </tr> <tr> <td>1 / 0.5 / 0</td> <td>שירותיות וזמינות</td> </tr> <tr> <td>1 / 0.5 / 0</td> <td>התרשמות כללית</td> </tr> </tbody> </table>	ניקוד	ציון	1 / 0.5 / 0	הובלה אסטרטגית	1 / 0.5 / 0	איכות ניהול מדיה פרוגרמטית	1 / 0.5 / 0	עדכניות ופיצוח קריאטיבי	1 / 0.5 / 0	שירותיות וזמינות	1 / 0.5 / 0	התרשמות כללית	<p><b>שביעות רצון לקוחות המציע</b></p> <p>לצורך הערכת טיב השירותים שמספק המציע, יציין המציע פרטי שני לקוחות להם נתן שירותים נשוא מכרז זה בחמש השנים האחרונות, ובמשך תקופה של שנתיים ברציפות, אליו תפנה המכללה ותבצע הערכה של שביעות רצון בדרך של פניה טלפונית לאיש קשר בעל תפקיד רלוונטי ממחלקת השיווק בלבד, אשר עבד ישירות על הפעילות אצל הלקוח, מול צוות המציע, כפי שצוין ע"י המציע.</p> <p>לנציג הלקוח תוצגנה שאלות ביחס לכל אחד מ-5 הנושאים המפורטים להלן, כאשר ביחס לכל אחד מהנושאים יוצג סולם שלהלן:</p>
ניקוד	ציון														
1 / 0.5 / 0	הובלה אסטרטגית														
1 / 0.5 / 0	איכות ניהול מדיה פרוגרמטית														
1 / 0.5 / 0	עדכניות ופיצוח קריאטיבי														
1 / 0.5 / 0	שירותיות וזמינות														
1 / 0.5 / 0	התרשמות כללית														
<b>תת שלב שני- עד 50 נקודות</b>															
<p><b>סכימה של ציוני האיכות שקיבלו כל אחד מהמציעים, באופן שבו עד 4 ההצעות אשר קיבלו את ציון האיכות הגבוה ביותר בפרמטרים 1-6 שלעיל או שקיבלו לפחות 35 מסך ה 50 הנקודות בתת שלב ראשון, יעברו לשלב האיכות הנוסף הכולל מפגש ראיון והתרשמות, הצגת קמפיין ופתרון לבריף אסטרטגי.</b></p>															
עד 25 נקודות	עד 25 נק'	<p>1. התרשמות כללית מהמציע וצורתו.</p> <p>2. ניסיון המשרד הרלוונטי לאפקה, לרבות ניסיון במתן שירותי מדיה אופ ליין יכולת אסטרטגיות.</p> <p>3. יצירתיות ויכולת פיצוח קריאטיבי</p> <p>4. אסטרטגיית מדיה, ניהול ורכש מדיה (כוח ויכולות קניה, מומחיות מדיה פרוגרמטית).</p> <p>5. עדכניות בהתפתחויות טכנולוגיות רלוונטיות</p>	<p><b>7 מפגש ראיון והתרשמות מהמציע</b></p> <p>משך זמן הראיון והמצגות, עד 60 דקות, כולל זמן לשאלות הועדה.</p> <p>בהשתתפות בעלים ו/או שותף ו/או מנכ"ל והצוות הבכיר המיועד לעבוד עם אפקה: מנהל אסטרטגיה בכיר, מנהל קריאטיבי בכיר, ניהול לקוח בכיר, מנהל קמפיינים דיגיטל פרוגרמטי .</p> <p><b>המציע יציג מצגת pp או pdf עד 10 שקפים. המצגת תישלח</b></p>												

		<p>7. תהליך העבודה ועקרונות מתן השירותים (התנהלות מול בעלי תפקידים, בקרה, לו"זים וכד').</p> <p>8. התרשמות מהתאמת המציע לאפיקה.</p>	<p><b>לאפיקה עד 48 שעות לפני מועד הראיון.</b></p>	
עד 10 נקודות	עד 10 נק'	<p><b>מענה לשאלות אפיקה –</b></p> <p>-בהתייחס לאסטרטגיית מדיה אוף ליין ואון ליין (דיגיטל ורשתות חברתיות)- החל משלב הברייף, האסטרטגיה, קריאטיב, התכנון, הגדרת היעדים בהתאמה לתקציב ומטרות הברייף, בחירת הפלטפורמות בהתאמה לקהלים, כלי מדיה יצירתיים, טירגוט, צביעת קהלים, שילוב ערוצים, דשבורדים ודו"חות, תובנות אופטימיזציה ותוצאות.</p> <p>-חשיבה חדשנית, מתקדמת ועדכנית.</p>	<p>הצגת אחד משני הקמפיינים/ Case Studies שהוצגו בתת שלב ראשון. הקמפיין שיוצג יבחר בהתאם לשיקול דעתה הבלעדי של אפיקה. עדכון על בחירת הקמפיין שיוצג, יימסר בשלב הפרזנטציה.</p> <p><b>*מצגת עד 10 שקפים לכל Case Study, שהוגשה בתת שלב ראשון עבור פרמטר איכות מס' 5.</b></p>	8
עד 15 נקודות	עד 15 נק'	<p>הפרמטרים לבחינה:</p> <p>-אסטרטגיה- חשיבה ופתרון אסטרטגי למטרת הברייף- 4 נק'</p> <p>-קריאטיב- יישום הפתרון האסטרטגי בפלטפורמות השונות המוצגות בתמהיל המדיה המוגדר בברייף- 4 נק'</p> <p>-אסטרטגיית מדיה-בחינת תמהיל המדיה המוצע- 4 נק'</p> <p>-חדשנות- בחינת פתרונות פורצי דרך ברמת הפתרון, הקריאטיב והמדיה- 3 נק'</p>	<p><b>פתרון לברייף ייעודי לאפיקה</b></p> <p>הברייף יועבר אך ורק למציעים אשר יעברו לשלב זה במסגרת בחינת האיכות.</p> <p><b>המציע יציג מצגת pp או pdf עד 10 שקפים. המצגת תישלח לאפיקה עד 48 שעות לפני מועד הראיון.</b></p>	9

			סה"כ	
עד 100 נקודות				

## 8. הוראות כלליות לנושא ניקוד איכות

8.1. במסגרת המענה לפרמטרים המפורטים בטבלת ניקוד האיכות, ניתן להציג עבודות/שירותים/קמפיינים/לקוחות שהוצגו להוכחת תנאי סף אחרים ו/או להוכחת פרמטרים נוספים בטבלת האיכות, ובלבד שהם עומדים ביתר התנאים הנקובים בכל אחד מפרמטרי האיכות.

8.2. אפקה תהיה רשאית (אך בשום מקרה לא חייבת), לבחון את הניסיון שהציג המציע לצורך הוכחת תנאי הסף ו/או תנאי האיכות, בסדר ובמתכונת שתיבחר על ידה. במסגרת האמור, תהיה אפקה רשאית לבחון גם את הניסיון שהציג המציע בכמות העודפת על זו שנדרשה לצורך הוכחת תנאי הסף ו/או תנאי האיכות, וכן תהיה רשאית לבחון את הניסיון שהוצג לצורך הוכחת עמידה בתנאי הסף, לשם הוכחת תנאי האיכות ולהיפך, והכל על פי שיקול דעתה הבלעדי והמוחלט של אפקה.

8.3. מובהר כי אפקה תהיה רשאית לפנות לאנשי קשר מטעם לקוח שהציג המציע על מנת לאשש את תצהירי המציע, לרבות עמידתו ועמידת בעלי התפקידים מטעמו בתנאי הסף ובדרישות החובה ולאשש את המידע התומך שהציג לצורך קבלת ציון איכות.

8.4. מבלי לגרוע מכל זכות אחרת הקיימת לאפקה על פי מסמכי המכרז, אפקה תהא רשאית, בתום בחינת תת השלב הראשון והשני, להפחית עד 10 נקודות מניקוד האיכות שהוענק למציע, אשר בינו לבין אפקה היו התקשרויות קודמות למתן השירותים מושא מכרז זה, זאת במידה שקיים חוסר שביעות רצון מצד אפקה מאופן מתן השירותים שהוענקו על ידי המציע.

## 8.5. חוות דעת לקוחות

8.5.1. אפקה תעניק ציון איכות למציע, באמצעות קבלת חוות דעת לקוחות, כמפורט בפרמטר מספר 6 בתת-שלב הראשון לבחינת האיכות. לצורך כך, אפקה תפנה ל-2 אנשי קשר מתוך אנשי הקשר שצוינו על ידי המציע, לצורך עמידה בתנאי הסף ו/או לצורך מתן ציון האיכות. למען הסר ספק, מובהר כי אפקה תהיה רשאית לפנות ללקוחות המציע, אף אם אלו לא פורטו בהצעתו, הכול לפי בחירת אפקה ובהתאם לשיקול דעתה הבלעדי.

8.5.2. ציין המציע בהצעתו ניסיון רלוונטי במתן שירותים שהוענקו עבור אפקה, **תינתן עדיפות למתן ציון האיכות בפרמטר זה, בגין ניסיון שנצבר באפקה על פני ניסיון שנצבר אצל צדדים שלישיים (חוה"ד שניתנה עבור אפקה, תידון במסגרת תנאי האיכות).** בנסיבות האמורות, יוענק ציון האיכות בהתאם לחוות דעת שתינתן על ידי הגורם/ים הרלוונטי/ים באפקה אשר ביקר/ניהל את פעילותו של המציע, אשר מצוי בתפקיד המאפשר לו לבקר בדיעבד את פעילותו עבור אפקה, וזאת בין היתר באמצעות תשאול גורמים רלוונטיים באפקה, בקרת מסמכים, רשמים אחרים הקיימים באפקה וכיו"ב.

מובהר, כי ציון האיכות יוענק באמצעות הגורם הרלוונטי באפקה כאמור, גם במידה ואותו גורם הנו חבר בצוות הבדיקה של ההצעות במכרז, וכן גם במידה ואותו גורם איננו איש הקשר שצוין על ידי המציע.

8.5.3. במידה ובעל התפקיד אינו מכהן באפקה או אינו זמין, תהיה אפקה רשאית להעניק את ציון האיכות באמצעות בעל תפקיד חילופי אשר ביקר/ניהל את

פעילותו של המציע ו/או שהנו בעל תפקיד רלוונטי באפקה המסוגל לבקר את פעילותו של המציע.

8.5.4 אפקה תהיה רשאית להעניק ציון איכות במסגרת הפרמטר המתייחס ל"חוות דעת לקוחות", ככל שצברה ניסיון עם המציע, וזאת גם בנסיבות בהן המציע לא ציין עבודה/שירות שבוצע עבור אפקה. בנסיבות האמורות, תוכל אפקה להעניק חוות דעת וציון איכות כאחד מתוך 2 ה"ממליצים" האפשריים בלבד.

8.5.5 המציע נושא באחריות מלאה לזמינותם של בעלי התפקידים שציין כאנשי קשר במסגרת הצעתו. במידה ואיש קשר רלוונטי לא יהיה זמין לצורך מתן חוות דעת, תהיה רשאית אפקה (אך לא חייבת), לפנות לבעל תפקיד/גורם מקצועי באפקה לצורך הענקת ציון האיכות (אף אם המציע לא הציג עבודות/שירותים שבוצעו עבור אפקה, ובלבד שלבעל התפקיד/הגורם המקצועי באפקה ניסיון מול המציע במתן השירותים), ו/או לדרוש מהמציע להציג ממליץ חילופי (פעם אחת לכל היותר) או לחילופין, להעניק ציון "0" (אפס) בפרמטר, וזאת מבלי שלמציע תעמוד כל טענה, דרישה ו/או תביעה בקשר לכך.

8.5.6 ציון האיכות יוענק על בסיס שאלון אחיד, שייערך לשם כך על ידי אפקה ויכלול מספר קריטריונים. השאלון האחיד, לרבות משקולות ציוני האיכות שיוענקו עבור כל פרמטר, יופקד בתיבת המכרזים עד למועד האחרון להגשת הצעות ולא יהיה חשוף למציעים.

8.5.7 במידה ולא ניתן ציון איכות באמצעות ממליץ עבור פרמטר/ים מסוימ/ים, מכל סיבה שהיא (המציע לא ביצע שירותים מהסוג המתואר בשאלון האחיד ו/או הניסיון המתואר אינו רלוונטי לעבודה בגינה נצבר הניסיון ו/או חוסר ידיעה/היכרות של הממליץ אודות ניסיון ספציפי שתואר בפרמטרים הנקובים בשאלון האחיד) תפנה אפקה לממליץ אחר (לרבות עבור מתן ציון בחלק מהפרמטרים), וככל שלא ניתן היה להשיג טלפונית ממליץ אחר, תעניק אפקה ציון "0" (אפס) באותו/ם הקריטריון/ים.

8.5.8 ציון האיכות למציע בפרמטר "חוות דעת לקוחות" ישקף את הציון המצטבר שניתן לו על ידי 2 הממליצים.

8.5.9 יובהר כי המציעים מצהירים ומתחייבים, כי הם מודעים, מסכימים ומקבלים את זכויות אפקה על פי סעיף 8 לעיל, ובפרט את זכויות אפקה בנסיבות בהן המציע ציין מטעמו אנשי קשר שאינם זמינים לצורך מתן חוות הדעת, וכן את זכויות אפקה להעניק ציון "0" (אפס) במידה ולא ניתן ציון איכות באמצעות ממליץ רלוונטי עבור קריטריון/ים מסוימ/ים.

#### 8.6 מפגש ריאיון והתרשמות עם המציע והצוות מטעמו

8.6.1 כחלק משלב בחינת האיכות, עד ארבעה (4) מציעים אשר קיבלו את ציון האיכות הגבוה ביותר בפרמטרים 1-6 או שקיבלו לפחות 35 מתוך 50 הנקודות, יוזמנו לריאיון במשרדי אפקה, במועד שיקבע לכך על ידי אפקה. משך זמן הריאיון יהיה עד 60 דקות, כולל זמן לשאלות.

8.6.2 במועד ההודעה על זימונם לריאיון במסגרת תת השלב השני, המציעים יקבלו מאפקה את מקרה הבוחן כמפורט בסעיף 9 לטבלת תנאי האיכות.

8.6.3 לריאיון יגיעו מטעם המציע כל אנשי הצוות המפורטים בפרמטר 7 לטבלת האיכות.



8.6.4. מטרת המפגש והריאיון עם המציע ואנשי הצוות, הנה לבדוק בין היתר את ניסיון וכישורי המציע, על פי הפרמטרים ותתי הפרמטרים המפורטים בטבלת האיכות בסעיף "מפגש ריאיון והתרשמות". במסגרת הריאיון, המציע יידרש להציג מצגת המשקפת מענה לפרמטרים המפורטים בסעיף 7-9 לטבלת האיכות. **יודגש כי אין צורך לצרף את המצגת עבור הפרמטרים 7 ו-9 בשלב הגשת ההצעה למכרז וכי רק המציעים שיעברו לשלב הריאיון ידרשו להגיש את המצגת, 48 שעות לפני מועד קיום ריאיון. מצגת עבור פרמטר 8, תוגש בתת שלב א', תנאי איכות מס' 5.**

8.6.5. מובהר כי כל מסמך כתוב שהוצג ו/או שנערך במסגרת הריאיון ו/או בקשר עמו, לרבות המצגת, יהוו חלק בלתי נפרד מהצעת המציע.

### 9. ההצעה הכספית – 30%, המהווים 100 נקודות.

המציע ימלא ויגיש את הצעתו הכספית על גבי טבלת אקסל המצורפת כנספח א' לטופס ההצעה הכספית (טופס מס' 10 למכרז) (להלן: "**טבלת אקסל**"), הכל בהתאם להנחיות ולהוראות המפורטות לשם כך בטופס ההצעה הכספית ובטבלת האקסל.

### 10. מסמכי ההצעה/צרופות

המציע יצרף להצעתו את כל המסמכים שלהלן:

#### 10.1. המסמכים הנדרשים להוכחת עמידה בתנאי הסף והאיכות

לצורך הוכחת עמידתו בתנאי הסף המפורטים בסעיף 6.3 ו-6.4 לעיל, יצרף המציע את המסמכים הבאים:

- (1) להוכחת עמידת המציע בתנאי הסף המפורט בסעיף 6.3.1 לעיל, יצרף המציע העתק "נאמן למקור" של תעודת התאגדות של התאגיד. יובהר כי לא תתאפשר הגשת מסמכים של 'תאגיד בייסוד'.
- (2) להוכחת עמידת המציע בתנאי הסף המפורט בסעיף 6.3.2 לעיל, יצרף המציע תצהיר כנדרש לפי חוק עסקאות גופים ציבוריים, בנוסח **טופס מס' 3** [תצהיר לפי חוק עסקאות גופים ציבוריים, תשל"ו-1976] וכן העתק אישור עדכני משלטונות מס הכנסה ומע"מ המעיד, כי המציע מנהל עסקיו כדן עפ"י פקודת מס הכנסה וחוק מס ערך מוסף, תשל"ו-1975, כשכל אחד מהאישורים האמורים תקף על שמו של המציע נכון למועד האחרון להגשת ההצעות במכרז;
- (3) להוכחת עמידת המציע בתנאי הסף המפורטים בסעיפים 6.3.3 ו-6.3.6 לעיל, יצרף המציע את **טופס מס' 4** [תצהיר המציע בדבר עמידה בתנאי הסף ומענה לציון האיכות], חתום על ידי המציע ומאומת כנדרש. המציע רשאי לצרף להצעתו פרופיל מציע בעותק פיזי (ולא במדיה מגנטית) שאורכו המירבי יהיה עד 2 עמודים סה"כ.
- (4) להוכחת עמידת המציע בתנאי הסף המפורטים בסעיפים 6.3.4 - 6.3.5 לעיל, יצרף המציע אישור רואה חשבון בנוסח **טופס מס' 5** [אישור רואה חשבון].
- (5) להוכחת עמידת המציע בתנאי הסף המפורט בסעיף 6.3.6 לעיל, יצרף המציע ערבות לקיום הצעה, בנוסח **טופס מס' 6** [נוסח ערבות הצעה].

#### 10.2. מסמכים/צרופות נוספים

**בנוסף על האמור בסעיף 10.1 לעיל (מסמכים הנדרשים לצורך הוכחת עמידה בתנאי הסף ולצורך ניקוד האיכות), כל מציע יצרף להצעתו את מכלול המסמכים המפורטים להלן:**

- (1) ההסכם כשהוא חתום (ללא נספח התמורה, וללא חתימה על אישור הביטוח);

- (2) עותק של מסמכי ההליך, מכתבי ההבהרה, התוכניות וההודעות למציעים כשהם חתומים על ידו;
- (3) טופס מס' 1 [הצהרת המציע];
- (4) טופס מס' 2 [פרטי המציע] במסגרתו בין היתר ימנה המציע את נציג המציע. במהלך המכרז יהא נציג המציע מוסמך לפנות לאפקה בשם המציע ולקבל הודעות או הנחיות בשם המציע, וחתימתו תחייב את המציע לכל דבר ועניין הקשור למכרז;
- (5) טופס מס' 7 [כתב הצהרה והתחייבות להעדר ניגוד עניינים וזיקה אישית];
- (6) טופס מס' 8 [כתב הצהרה והתחייבות בדבר אי תשלום דמי תיווך];
- (7) טופס מס' 9 [התחייבות בלתי חוזרת לשמירה על סודיות ועל דרישות אבטחת מידע];
- (8) טופס מס' 10 [ההצעה הכספית על נספחיה] – ההצעה הכספית של המציע לרבות טבלת האקסל על גבי מדיה מגנטית (Disk on Key) ובהעתק מודפס. טופס זה ונספחיו יצורפו במעטפה סגורה ונפרדת;
- (9) מציע העונה על דרישות סעיף 2ב' לחוק חובת המכרזים, התשנ"ב-1992, לעניין עידוד נשים בעסקים, רשאי לצרף להצעתו אישור של רואה חשבון כי אישה מחזיקה בשליטה במציע וכן תצהיר של המחזיקה בשליטה, הכל בהתאם למפורט בחוק חובת המכרזים;
- (10) טופס מס' 11 [תכולת מעטפת ההצעה].
- (11) יש לצרף את מצגות הקמפיינים ודו"חות המדיה, כמפורט וכנדרש בתנאי האיכות הרלוונטים.

10.3. יודגש ויובהר, כי אין לערוך כל שינוי בטפסי המכרז למעט מילוי הפרטים הנדרשים במקומות המיועדים למילוי על ידי המציע, וכי בכל מקרה של סתירה בין מסמכי המכרז לטפסים שהוגשו על ידי המציע, יגבור נוסח מסמכי המכרז.

#### 11. בדיקת ההצעות

- 11.1. מכרז זה הינו מכרז דו שלבי כמשמעו בתקנות חובת המכרזים, תשנ"ג-1993. בשלב הראשון יבדקו מסמכי ההצעה והתנאים המקדימים על בסיס Go-No Go.
- 11.2. רק ההצעות שיעמדו בכל תנאי הסף, תנוקדנה בהתאם לפרמטרים של ניקוד האיכות (Q), בציון אשר ייקבע בין 0 ל-100, בהתאם למפורט בסעיף 7 לעיל. **משקל הרכיב האיכותי יהווה 70% מהציון הסופי במכרז.**
- 11.3. בשלב השני תנוקד ההצעה הכספית. אפקה תבחן את ההצעות הכספיות של כל אחד מארבעת (4) המציעים שהצעותיהם עמדו בכל תנאי הסף וקיבלו את ניקוד האיכות הגבוה ביותר או שקיבלו 35 מתוך 50 נקודות בפרמטרים 1-6 במסגרת בחינת האיכות.
- 11.4. **משקל ההצעה הכספית יהווה 30% מהציון המשוקלל הסופי במכרז.** לצורך שקלול ההצעה הכספית תערוך אפקה סיכום של רכיבי ההצעה הכספית, על פי משקולות של כל אחד מהרכיבים האמורים, כמפורט להלן:

מס'	רכיב	משקל (מתוך 100 נקודות)
1.	רטיינר חודשי קבוע שבמסגרתו יסופקו בעיקר, השירותים הבאים	5

	ע"י הזוכה : שירותי קריאייטיב, אסטרטגיה, ניהול לקוחות, כל תוצרי ועבודות הסטודיו לכלל השירותים, תכנות, לרבות מנויים לויז'ואלים, תוכנות ופלטפורמות AI, מצגות, השתתפות בפגישות, ניהול לקוחות והכל עבור כלל פלטפורמות המדיה אוף ליין ואון ליין וגם עבור שירותים ללא מדיה.	
10	שילוט	.2
5	רדיו	.3
25	טלוויזיה	.4
5	דיגיטל	.5
50	עמלות	.6
<b>הערה:</b> פירוט של חלוקת ניקוד פנימית ביחס לכל רכיב נכלל בטבלת האקסל		

11.5. כל פריט למילוי בטבלת האקסל ינוקד באופן יחסי להצעה הכספית הטובה ביותר, בהתאם למפורט בטבלת האקסל (מחיר/ אחוז הנחה/ שיעור עמלה).

11.6. אפקה תקבע את ציון המחיר של כל הצעה על ידי סיכום של ציוני המחיר לפריט למילוי ("P") של ההצעה.

**11.7. קביעת ציון סופי משוקלל**

לאחר השלמת שלב בחינת האיכות ושלב בחינת ההצעה הכספית, בהתאם לשלבים המפורטים לעיל, תקבע אפקה את הציון הסופי המשוקלל של כל אחת מההצעות הרלוונטיות.

הציון הסופי המשוקלל של כל הצעה יחושב לפי הנוסחה הבאה:

$$70\% * Q + 30\% * P = FS$$

כאשר:

FS	=	הציון הסופי המשוקלל
Q	=	ציון האיכות
P	=	ציון המחיר

11.8. בכפוף לעמידתה בכל תנאי הסף, האיכות ויתר דרישות המכרז, אפקה תכריז כזוכה במכרז על ההצעה שהוענקה לה הציון הסופי המשוקלל ("FS") הגבוה ביותר מבין כלל הצעות הכשרות.

11.9. במקרה של שוויון של מספר הצעות, תהא רשאית ועדת המכרזים לנהל משא ומתן בין ההצעות שקיבלו ציון זהה בלבד, ו/או לערוך ביניהן הגרלה, הכל לפי החלטתה ושיקול דעתה של ועדת המכרזים.

## **12. הליך משא ומתן עם המציעים**

- 12.1. מבלי לגרוע מזכויותיה של אפקה על פי ההזמנה למכרז ועל פי כל דין, תהיה אפקה רשאית (אך לא חייבת), לערוך, לאחר קבלת ההצעות במכרז (הן לאחר סיום בדיקת האיכות והן לאחר בחינת ההצעה הכספית של המציעים), משא ומתן עם המציעים במכרז ביחס למחירי ורכיבי טבלת האקסל (ההצעה הכספית).
- 12.2. הליך המשא ומתן יערך במתכונת שתיקבע על ידי אפקה, עם המציעים אשר עמדו בכל תנאי הסף ואשר צירפו את כל המסמכים כנדרש. משא ומתן יכול להיערך עם מספר מציעים במקביל.
- 12.3. בעקבות תוצאות המשא ומתן תהיה אפקה רשאית לעדכן את הרכיבים המפורטים בטבלת האקסל ו/או את המשקל שניתן לכל אחד מהם, בהתאם לתוצאות המשא ומתן.

## **13. הצהרה על סודות מסחריים או עסקיים**

- 13.1. ככל שלדעת המציע קיימים חלקים בהצעתו הכוללים סודות מסחריים או עסקיים (להלן: "חלקים סודיים") שלדעתו אין לאפשר למציעים אחרים לעיין בהם, יצרף המציע להצעתו נספח המפרט את החלקים האמורים ואת הנימוקים לאיסור העיון בהם.
- 13.2. מציע שלא יצרף נספח כאמור, יראוהו כמי שנתן הסכמתו לעיון של המציעים האחרים בהצעתו אם יזכה במכרז.
- 13.3. ציון של חלקים סודיים בנספח המצורף, מהווה הסכמה מפורשת כי אותם חלקים בהצעות האחרים, יחשבו סודיים גם הם, היינו, שהמציע מוותר מראש על זכות העיון בחלקים אלו בהצעות של אחרים.
- 13.4. יודגש, כי שיקול הדעת הבלעדי וההכרעה הסופית בכל ענייני עיון במסמכי המכרז נתונה לוועדת מכרזים. כל מציע המשתתף במכרז מביע בכך את הסכמתו לאמור בסעיף זה.

## **14. פסילת הצעות**

- 14.1. אפקה אינה מתחייבת לקבל את ההצעה הזולה ביותר או כל הצעה מההצעות שיוגשו למכרז או כל הצעה אחרת.
- 14.2. אפקה תהא רשאית לפסול כל הצעה שאינה עומדת בתנאי המכרז או שהתקיימו בה עילות לפסילת ההצעה בשל היותה בלתי סבירה בנוגע למחיר או לשירות, או כי עולה שהמציע לא יוכל לבצע לכאורה את השירותים נשוא המכרז.
- 14.3. מבלי לגרוע מכל סמכות הנתונה לאפקה לפי מסמכי המכרז או לפי הדין, אפקה תהא רשאית לפסול הצעה, לא לאשר את המשך השתתפות מציע, להתנות את המשך השתתפותו בתנאים או לבטל זכייה במכרז, לרבות הפסקת חוזה, אם המשתתף נהג בחוסר תוך לב, הפר את מסמכי המכרז, תאם הצעות עם מציעים אחרים, או כל עילת פסילה שועדת המכרזים תמצא לנכון לקבוע כי יש לפסול את ההצעה בגינה.
- 14.4. אפקה תהא רשאית לבחון את כל הצעה שהוגשה ביחס לאומדן, לבצע בדיקה בקשר לקיום פער משמעותי בין האומדן להצעה, לערוך שימוע, או לבחור את ההצעה הרלוונטית כזוכה חרף קיומו של פער מהאומדן, הכל לפי שיקול דעת ועדת מכרזים.

## **15. הודעה בדבר זכייה**

- 15.1. הודעות לפי המכרז ישלחו למציע לכתובת הדוא"ל שצוין בהצעתו.

15.2. מציע שקיבל הודעת זכייה ימלא אחר האמור במסמכי המכרז בהתאם למועדים המפורטים בהם ובהודעת הזכייה, ובכלל זה המצאת המסמכים הבאים בתוך 14 ימים ממועד הודעת הזכייה:

15.2.1. המצאת אישור בדבר קיום ביטוחים כאמור בהסכם ההתקשרות.

15.2.2. המצאת הסכם חתום על ידי מורשי החתימה במציע בצרוף חותמת.

15.2.3. המצאת ערבות ביצוע.

15.3. מובהר כי הודעת הזכייה אינה מהווה התקשרות בין אפקה לזוכה וכי ההתקשרות תכנס לתוקף רק לאחר שמורשי החתימה המוסמכים מטעם אפקה יחתמו על המסמכים וימציאו את האישורים הנדרשים לחתימת הסכם התקשרות.

## **16. זכות עיון בהצעה הזוכה**

לאחר סיום הליך המכרז והכרזה על תוצאות המכרז, משתתפי המכרז יהיו רשאים לעיין בחומרי המכרז בהתאם להוראות תקנה 21(ה) לתקנות חובת המכרזים, התשל"ג-1993. העיון יתבצע במשרדי אפקה, בכפוף למשלוח בקשה בכתב לעיון לאפקה ולתיאום מראש של מועד העיון עם נציגה באמצעות דוא"ל. העיון כרוך בעלות של 500 ש"ח, בצרוף מע"מ.

## **17. על אף האמור לעיל, לא יתאפשר העיון במסמכים הבאים :**

17.1. בחלקים של ההחלטה או ההצעה אשר העיון בהם עלול לדעת ועדת המכרזים לחשוף סוד מסחרי או סוד מקצועי, או לפגוע בביטחון המדינה, ביחסי החוץ שלה, בכלכלתה או בביטחון הציבור ;

17.2. בחוות דעת משפטית שנערכה במסגרת ייעוץ משפטי לוועדה לרבות בחינת חלופות אפשריות שונות לפעולה או החלטה של ועדת המכרזים, או הערכת סיכויים וסיכונים הנובעים מקבלת החלטות כאמור בהליכים משפטיים עתידיים הצעות של מציעים אחרים שהגישו הצעתם ולא זכו במכרז .

**18. המכללה אינה נושאת בכל אחריות להוצאה או נזק שייגרמו למציע בקשר להשתתפותו בהליך זה, ו/או בשל אי קביעת הצעתו כהצעה המתאימה ביותר.**

**19. המציע יישא בעצמו ועל חשבונו בהוצאות ההשתתפות במכרז והכנת ההצעה והגשתה, ובכל מקרה, לא יהיה זכאי לכל פיצוי או שיפוי מאת המכללה בגין הוצאות אלה, לרבות במקרה של ביטול המכרז, פסילת הצעת המציע מכל סיבה שהיא או שינוי תנאי המכרז. כל מציע מוותר בזאת על דרישה או טענה או תביעה לפיצוי מאת המכללה בשל האמור לעיל או כל חלק ממנו.**

## **20. העדר בלעדיות**

20.1. קבלת הצעת הזוכה במכרז וחתימת ההסכם עימו, לא תקנה לו בלעדיות כלשהי לביצוע השירותים ואפקה רשאית בכל עת, ועל פי שיקול דעתה המוחלט, להתקשר עם אחר ו/או אחרים לביצוע השירותים ו/או שירותים דומים.

20.2. אפקה שומרת לעצמה את הזכות לרכוש מדיה גם באופן ישיר מגופי המדיה השונים ושלא באמצעות הזוכה. במקרה ואפקה תממש זכותה זו, התשלום לגופי המדיה השונים יועבר ישירות על ידי המכללה אליהם ולא באמצעות משרד הפרסום הזוכה ומשרד

הפרסום הזוכה לא יהא רשאי לגבות מגופי המדיה ו/או מאפקה כל עמלה בגין המדיה המוזמנת על ידי המכללה באופן ישיר. כמו כן חל איסור מוחלט על משרד הפרסום או מי מטעמו לפנות באופן עצמאי לגופי מדיה ולבקש הצעת מחיר עבור המכללה, אלא אם נתבקש לעשות כן על ידי המכללה בכתב.

## **21. הוראות כלליות**

- 21.1. מובהר בזאת, כי התנאים לעיל אשר הוגדרו כתנאי סף הינם בגדר חובת הגשה בהתאם להוראות ולהנחיות לעיל. ועדת המכרזים תהיה רשאית לפסול על הסף הצעה אשר לא יהיו בה כל המסמכים המוגדרים כתנאי סף, בשלב פתיחת המעטפות, ולא להעבירה לשלב בדיקת ההצעות. לועדת המכרזים שמורה הזכות, בהתאם לשיקול דעתה הבלעדי, לאפשר למציעים לבצע השלמות ו/או הבהרות למסמכים הנדרשים להוכיח את עמידת המציעים בתנאי הסף במכרז זה.
- 21.2. החליטה ועדת המכרזים לקבל הצעה כלשהי, תחתום המכללה על החוזה שצורף להצעה וחתימתה על החוזה, והיא בלבד, תיחשב כקבלה של ההצעה. רק ממועד חתימתה של המכללה על החוזה כאמור ובכפוף למסירת הביטחונות עפ"י החוזה, יכנס החוזה לתוקף, ויהווה חוזה מחייב לגבי המכללה לכל דבר ועניין.
- 21.3. המכללה תודיע בכתב לכל מציע שהצעתו לא התקבלה, על אי-קבלת הצעתו. כל מציע כאמור, יקבל בחזרה מהמכללה את ערבות ההצעה שנמסרה על ידו במסגרת הצעתו, בלי שיהא זכאי לקבלת תוספת ו/או פיצוי ו/או שיפוי כלשהם ו/או ריבית ו/או הפרשי הצמדה כלשהם.
- 21.4. הזמנה זו אינה מהווה הצעה. הואיל ובחירת הזוכה תלויה גם בטיב הצעתו, ועדת המכרזים אינה מתחייבת כי ההצעה הזולה ביותר או כל הצעה שהיא תתקבל. ועדת המכרזים תהיה רשאית לדרוש הבהרות והסברים מהמציעים, כולם או אחדים מהם, לקבל הצעה אחת או מספר הצעות מתוך כל ההצעות שהוצעו ולפצל את העבודה בין מספר זוכים, והכול לפי שיקול דעתה הבלעדי והבלתי מסויג של ועדת המכרזים ובהתאם להוראות כל דין.



### **אישור המציע**

הריני מאשר בחתימתי כי קראתי את מסמך התנאים המיוחדים הנ"ל במלואו.

---

חתימת המציע

(חותמת וחתימה)

---

תאריך

## הסכם

שנערך ונחתם בתל אביב ביום \_\_\_\_ לחודש \_\_\_\_\_ 2024

**בין:** אפקה - המכללה האקדמית להנדסה בתל אביב (ע.ר.)

מספר עמותה 580260164

(להלן: "המכללה")

**מצד אחד;**

**לבין:**

\_\_\_\_\_

ח.פ. \_\_\_\_\_

מרחוב \_\_\_\_\_

(להלן: "החברה")

**מצד שני;**

**הואיל:**

המכללה מעוניינת בקבלת שירותי פרסום, לרבות דיגיטל, אסטרטגיה, קריאייטיב, ניהול לקוחות, תקשורת שיווקית, שירותי סטודיו גרפיקה ותכנות, תכנון ורכש מדיה לפלטפורמות האון ליין והאוף ליין ועבור תוצרים ללא מדיה;

**והואיל:**

החברה עוסקת במתן שירותי הפרסום והדיגיטל האמורים, והיא ומעוניינת לספק למכללה את השירותים האמורים וכן שירותים נלווים נוספים, הכל כמפורט בהסכם זה להלן;

**והואיל:**

והצדדים מבקשים להסדיר את היחסים ביניהם בכל הנוגע למתן השירותים האמורים לעיל, אופן נתינתם, התמורה עבורם וכל הכרוך והנובע מכך הכל כמפורט להלן בהסכם זה;

**אי לכך, הוסכם והותנה בין הצדדים כדלקמן:**

**1. מבוא וכותרות**

א. המבוא להסכם זה הינו חלק בלתי נפרד ממנו.

ב. כותרות הסעיפים נועדו לשם הנוחיות בלבד ולא תשמשנה כאמצעי לפירוש הוראות ההסכם.

## 2. הנספחים

הנספחים להסכם זה הנם כדלקמן:

נספח א'	נספח השירותים;
נספח ב'	התמורה – ההצעה הכספית של הספק כפי שהוגשה ואושרה במכרז (טבלת אקסל);
נספח ג'	נספח ביטוח;
נספח ד'	נוסח הערבות הבנקאית – ערבות ביצוע;
נספח ה'	התחייבות לשמירת סודיות;
נספח ו'	הצהרה בדבר התחייבות למניעת ניגוד עניינים.

## 3. הגדרות

למילים ולביטויים שלהלן תהיה בהסכם זה משמעות כמפורש לצידם:

"**השירותים**" – בתמצית, השירותים כוללים מתן שירותי פרסום, דיגיטל, אסטרטגיה, קריאייטיב, ניהול לקוחות, תקשורת שיווקית, שירותי סטודיו גרפיקה ותכנות, תכנון ורכש מדיה לכלל פלטפורמות האון ליין והאוף ליין הקיימים והעתידים, לרבות עבור הרשתות החברתיות ושירותים שאינם כרוכים ברכש מדיה. השירותים יוענקו בהתאם לכלל צרכי אפקה עבור קמפיינים, פרויקטים ותוצרים וכל שירות נוסף נלווה הכולל יעוץ בנושאים שוטפים לקידום מטרות שיווקיות ופרסומיות של אפקה, ייזום רעיונות יצירתיים וחדשניים, ושותפות בחשיבה אסטרטגית מותגית המשרתים את אתגריה ומטרותיה הפרסומיים, תדמיתיים, שיווקיים והמכירתיים של אפקה (להלן- "**השירותים**").

השירותים יסופקו למכללה ולכל מרכיביה, לרבות, בתי הספר, מסלול מכינה, מסלול לימודי חוץ וכל היחידות האקדמיות והמנהליות השונות, חברת אפקה יישומים (להלן בהתאמה: "**השירותים**" ו- "**נספח השירותים**"). מובהר כי שירותי הדיגיטל, לרבות ניהול ורכש מדיה דיגיטלית, יתקיימו במציע עצמו. שירותי רשתות חברתיות (סושיאל), יכללו בשירותים לפי בחירת אפקה, באמצעות הזוכה או באמצעות ספק משנה מטעם הזוכה או מטעם אפקה, הכל לפי החלטת ושיקול דעתה הבלעדי של אפקה.

האמור בסעיף זה לעיל מהווה תיאור תמציתי ביותר של השירותים. תיאור מפורט של השירותים, מצוי בנספח השירותים המצורף להסכם כנספח א' להסכם זה.

**אמצעי מדיה** – עיתונות, שילוט חוצות, טלוויזיה, רדיו, פלטפורמות דיגיטל וכל אמצעי מדיה אחרים קיימים ו/או שיהיו קיימים בעתיד.

"**המכרז**" - המכרז הפומבי למתן שירותי פרסום, דיגיטל, אסטרטגיה ורכש מדיה שפרסמה המכללה ושבו זכתה החברה.



"החברה" – משרד הפרסום אשר הצעתו זכתה במכרז וחתמה על הסכם זה.

#### 4. מהות ההתקשרות בין הצדדים

- א. החברה מתחייבת בזאת לספק למכללה את השירותים, כהגדרתם במבוא להסכם זה ובנספח א' להסכם, "תכולת השירותים", ולבצעם ביסודיות ובמקצועיות, החל ממועד תחילת הסכם זה ועד למועד סיומו, והכל בתיאום מלא עם נציגיה המוסמכים של המכללה.
- ב. המכללה שומרת על זכותה להזמין מהחברה שירותים נוספים אשר לא נכללו במפורש בתכולת השירותים המוגדרת בנספח תכולת השירותים. ככל שהמכללה תבחר לממש זכות זו, תודיע על כך לחברה מראש ובכתב והתמורה עבור מתן השירותים הנוספים תהיה בהתאם להצעות מחיר שיוגשו למכללה בהתאם לדרישתה, בהתאם למקובל בשוק ובכפוף לאישור המכללה. מובהר כי כל שירות הנובע מעצם טיבו וטבעו מהשירותים נשוא מכרז זה במישרין ובעקיפין, לא יחשבו כשירות נוסף, ולא תשולם בגינם תוספת כלשהי והם יסופקו במסגרת התכולה שברטיינר.
- ג. שירותי החברה על פי הסכם זה יסופקו למכללה במהלך שעות העבודה המקובלות במכללה, ובכל שעה לפי צרכיה.

#### 5. הוראות מיוחדות בקשר למתן השירותים על ידי החברה

- למרות האמור בסעיף 4 א' המכללה תהיה רשאית לבצע חלק מהשירותים בעצמה ו/או להזמין שירותים באופן ישיר מהספקים, ללא תשלום עמלה ו/או דמי תיווך לחברה, כמפורט להלן:
- א. **קניית לידיים ישירות מספקי לידיים** – במקרה של רכישת לידיים ישירות על ידי אפקה החברה לא תהיה זכאית לכל תמורה.
  - ב. **עמודי רשתות חברתיות** – במועד ההתקשרות בין הצדדים, אפקה מבצעת באופן עצמאי על ידי צוות פנימי את ניהול הרשתות החברתיות, ניהול עמודים וקידום פעילות בנכסים הדיגיטליים סושיאל פייסבוק, טיק טוק וכל עמוד אחר קיים. במידה ואפקה תבחר לקבל את שירותי ניהול העמודים וניהול הפעילות ברשתות החברתיות לעמודים קיימים ו/או עמודים שיהיו מהחברה, התמורה בגין שירותים אילו תהיה בהתאם להצעות מחיר שיוגשו למכללה ע"פ דרישתה ואישורה, ובהתאם למקובל בשוק. במידה והשירותים יסופקו על ידי ספק משנה באמצעות החברה, תשולם לחברה עמלת שירותים חיצוניים בלבד, כמשמעותה בנספח התמורה.
  - ג. **קידום ממומן עבור פעילויות בעמודי הרשתות החברתיות** – מוסכם על הצדדים כי קידום ממומן יכול שיתבצע על ידי המכללה או על ידי החברה, לפי החלטת המכללה. ככל והקידום הממומן יתבצע על ידי המכללה, החברה תעביר את התשלום עבורו לפלטפורמות והתמורה לחברה תהיה במסגרת עמלת "שירותים חיצוניים", ככל והקידום יתבצע הממומן יתבצע על ידי החברה, התמורה לחברה תהיה במסגרת "עמלת מדיה דיגיטלית פרוגרמטית".
  - ד. **רכש מדיה עבור קמפינים בגל"צ ו/או בגלגל"צ** – מוסכם על הצדדים כי המכללה רשאית לרכוש שירותים אלה באופן ישיר ולא דרך החברה ובגין הרכישה הישירה כאמור, לא תשולם לחברה כל תמורה. למרות האמור לעיל, בהתאם להחלטת המכללה תינתן לחברה הזכות להציע מחיר מטעמה

לשירותים אלה. למען הסר ספק, על החברה להעניק את כלל השירותים על פי ההסכם גם עבור פרסום בפלטפורמות אלה, בין אם הוזמנו דרך המכללה או דרך החברה, ואילו כלולים בריטיינר.

ה. **רכישת מדיה ישירות מהפלטפורמות** – המכללה שומרת על זכותה לרכוש כל מדיה באופן ישיר מגופי המדיה השונים ושלא באמצעות החברה, ובמקרה כזה התשלום לגופי המדיה יועבר מהמכללה ישירות (ולא באמצעות החברה) והחברה לא תהא זכאית לתשלום עמלה מגופי המדיה בגין רכישת המדיה באופן ישיר. בהתאם לזאת חל איסור מוחלט על החברה לפנות באופן עצמאי לגופי המדיה ולבקש מהן הצעות מחיר עבור המכללה, אלא אם נדרשה לעשות זאת במפורש. ככל שהחברה תעניק את השירותים או חלקם עבור פעילות שהמדיה בגינה נרכשה באופן ישיר, תהא החברה זכאית לעמלת מדיה בהתאם לפלטפורמה הרלוונטית, מלבד עבור רכישת מדיה עבור קמפיינים בגל"צ/גלגל"צ, כמפורט בסעיף ד' לעיל.

ו. **למכללה התקשרויות ישירות קיימות מול ספקים שונים כגון הסכם עם פרזנטור**  
בגין התקשרויות אלה החברה אינה זכאית לקבלת כל עמלה ו/או תשלום בין מהמכללה ובין מהספק עצמו, גם אם התשלום לספק עבר לפרזנטור באמצעות החברה. למען הסר ספק החברה תעניק את כלל השירותים על פי הסכם זה עבור התוצרים הנובעים והנדרשים מהתקשרויות אלו, בין אם הוזמנו ישירות על ידי המכללה או באמצעות החברה. התמורה עבור שירותים אלה כלולה במחיר הריטיינר ע"פ ההסכם.

ז. **הפקות** – המכללה רשאית לפנות בעצמה לספקי משנה לקבלת הצעות מחיר. ככל שהמכללה תאשר את ההצעות מהספקים מטעמה, החברה תנהל ותהא אחראית לשירותים שיוענקו על ידי הספק הנבחר.

## 6. הצהרות והתחייבויות החברה

### החברה מצהירה ומתחייבת בזאת כדלקמן:

- א. כי היא מקיימת את כל תנאי הסף אשר פורטו במסמכי המכרז.
- ב. כי היא מתמחה בניהול קמפיינים בכלל המדיות והערוצים בארץ הן Online והן Offline, בדגש על פעילות וניהול מדיה דיגיטלית.
- ג. כי ברשותה כוח האדם, הציוד, המכשירים, הידע, הניסיון, האמצעים והיכולת הטכנית והכלכלית הדרושים על מנת לספק את השירותים למכללה על פי דרישותיה ולקיים את התחייבויותיה על-פי הסכם זה, במלואן ובמועדן, בהתאם לדרישות כל דין וברמה מקצועית גבוהה.
- ד. כי אין מניעה חוקית, חוזית או אחרת ו/או כל זכויות צד ג' שהוא אשר עלולים למנוע או להפריע לקיום התחייבויותיה ע"פ הוראות הסכם זה.
- ה. כי בחנה את אופי הפעילות של המכללה, צרכיה וכל שאר הנתונים, לרבות, אך מבלי לגרוע מכלליות האמור, תנאי העבודה העלולים להשפיע על ביצוע התחייבויותיה בהתאם להסכם זה, ומצאה אותם מתאימים על מנת לאפשר לה לבצע את כל התחייבויותיה על פי ההסכם, על הצד הטוב ביותר.
- ו. כי תקיים את התחייבויותיה על פי הסכם זה, במומחיות, בנאמנות ובמהימנות, ומטרה לשמור על האינטרסים של המכללה.
- ז. כי תעניק למכללה את השירותים בשקיפה, בנאמנות, במיומנות ובמומחיות גבוהה, תוך השקעת מירב המאמצים והכישורים ותוך ניצול כל הידע לביצועם והכל תוך מילוי דייקני של הוראות הסכם זה

וההוראות שינתנו לה מזמן לזמן על ידי המכללה ו/או ע"י מי מטעמה, וכל זאת תוך שמירה על מסגרת התקציב, על לוח הזמנים ועל האינטרסים של המכללה.

ח. כי תמנע מכל ניגוד עניינים בין התחייבויותיה למכללה על פי הסכם זה ובין התחייבויות כלשהן של החברה לצדדים שלישיים החברה מצהירה כי אינה מעורבת ולא יהיה מעורבת, במישרין או בעקיפין, במתן שירותי ניהול מדיה דיגיטלית ו/או קריאייטיב ו/או פרסום, למוסד השכלה גבוהה שבין עיסוקיו גם לימודי הנדסה, ו/או מדעי המחשב ו/או מדעי הנתונים ו/או לכל מוסד אחר אשר לפי החלטת מנכ"לית מכללת אפקה ולפי שיקול דעתה הבלעדי, מתחרה באפקה.

ט. כי תספק את השירותים תוך הקפדה מלאה אחר כללי והוראות כל דין רלוונטי החל על ביצוע השירותים, או כל חלק מהם, ובהתאם לשינויים שיחולו בהם במידה ויחולו.

י. החברה מתחייבת כי כל החומרים שיוכנו ו/או יועברו ו/או יפורסמו על ידה על פי הסכם זה עבור המכללה, יהיו **מונגשים על פי הדין ויעמדו בכל דרישות ההגשה בנושא. מוסכם על הצדדים כי הפרת דרישות ההגשה והגשת חומרים לא מונגשים על ידי החברה למכללה תהווה הפרה יסודית של ההסכם ותקנה למכללה את כל הסעדים הנובעים מכך.**

#### **7. תקופת ההסכם וסיומו**

א. הסכם זה נכרת לתקופה של 24 חודשים, שתחילתה ביום \_\_\_\_\_ (להלן: "**תקופת ההתקשרות**").

ב. למכללה נתונה האופציה להאריך – לפי שיקול דעתה המוחלט והבלעדי - את תקופת ההתקשרות לעד שלוש תקופות נוספות בנות שנה כל אחת, וזאת במתן הודעה בכתב על כך הודעה שתינתן לחברה לפחות 30 יום לפני תום תקופת ההתקשרות המקורית או תום כל תקופה נוספת.

ג. למכללה שמורה האופציה להרחיב את היקף השירותים שתעניק לה החברה בהתאם למוגדר בהסכם זה, והכל בהתאם למסגרות התקציב אשר יאושרו על-ידי הנהלת המכללה.

ד. מוסכם בזאת מפורשות כי חרף האמור בסעיף קטן א' דלעיל, תהיה המכללה רשאית להביא הסכם זה לכדי סיום בכל עת, הן במהלך תקופת ההתקשרות הן במהלך כל תקופה נוספת, וזאת בהתאם לשיקול דעתה המוחלט והבלעדי ומבלי שיהיה עליה לנמק את החלטתה, ובלבד שתיתן לחברה הודעה מוקדמת בת 30 יום לפחות בדבר רצונה להפסיק את ההתקשרות כאמור. החברה מצהירה בזאת, כי לא תהא לה כל טענה ו/או תביעה ו/או דרישה כלפי המכללה בגין ביטול ההתקשרות עמה מכוח סעיף קטן זה למעט קבלת התמורה בגין השירותים אשר סופקו על-ידיה למכללה עד למועד סיום ההתקשרות כאמור.

ה. כל הסכם שתערוך החברה עם צד שלישי בהתאם להרשאת המכללה, יהא בתוקף אך ורק לתקופה שתאשר המכללה, מראש ובכתב ויכלול הוראה בנוגע לאפשרות לסיום ההתקשרות.

ו. במועד סיום הסכם זה, תעביר החברה למכללה ותעמיד לרשותה כל רכוש, חומרים וזכויות שבפיקוחה או ברשותה של החברה ו/או הנמצאים בידי אמצעי פרסום והשייכים למכללה, וכל מידע אחר ומעודכן הנוגע למכללה, כולל חומר שלא נעשה בו שימוש ותבצע חפיפה מסודרת עם נותן השירותים החלופי שייבחר על-יד המכללה. מובהר בזאת, כי כל התוצרים שימצאו אצל אמצעי המדיה או צדדים שלישיים אחרים אשר יוצרו במסגרת הסכם זה, שייכים למכללה. כך תבהיר החברה לצדדים שלישיים טרם העברת החומרים לידיהם.

- ז. מוסכם בזאת מפורשות כי עם סיומו של הסכם זה, מכל סיבה שהיא, לא יהיו החברה ולא איש מעובדיה או ספקיה, זכאים לכל תשלום בגין הפסקת ההסכם וכל דרישה לתשלום תחול על החברה בלבד.
- ח. מוסכם ומוצהר בין הצדדים, כי החברה לא תהיה זכאית לקבל סכום כסף כלשהו או תמורה אחרת כלשהי מצד שלישי או מחברה אחרת שאיתה תתקשר המכללה במקום ההתקשרות שבינה לבין החברה לאחר סיום הסכם זה.
- ט. עם סיומו של הסכם זה, מכל סיבה שהיא, תגיש החברה למכללה חשבון כמקובל, בגין העבודות והשירותים שבוצעו על ידי החברה עד למועד סיום ההסכם. המכללה תבדוק את החשבון ותשלם לחברה את התמורה בגין העבודות שבוצעו על ידי עד למועד סיום ההסכם, בהתאם לתנאים (כולל תנאי התשלום) המפורטים בהסכם זה.
- י. מוסכם ומוצהר בזאת, כי סיום ההתקשרות בין הצדדים לא תקנה לחברה זכות כלשהי לתבוע הקדמת תשלום כלשהו מהמכללה.
- יא. עם סיומו של הסכם זה, מכל סיבה שהיא, ולא יאוחר מבתוך 14 ימים, תעביר החברה למכללה ללא כל עלות נוספת, כל תוצר שיוצר או הוכן או בוצע ו/או הופק על ידי ו/או הגיע לידיה במסגרת השירותים הניתנים למכללה על פי הסכם זה. התוצרים יועברו בפורמט פתוח או בכל פורמט אחר כפי שידרש על ידי המכללה.

#### **8. התמורה בגין קבלת השירותים**

- א. בגין אספקת השירותים וקיום כל התחייבויות החברה על-פי הסכם זה, במלואם ובמועדם, לשביעות רצונה של המכללה, תהא החברה זכאית לתשלום התמורה המפורטת בהצעה הכספית, אקסל התמורה, נספח ב' להסכם זה, בהתאם לסוגי השירותים שתעניק למכללה לפי דרישת המכללה מעת לעת. מובהר כי המחירים הנקובים בנספח התמורה הינם קבועים ומקסימליים. על אף האמור, החברה תהא רשאית לנהל מו"מ מול נותן השירות לצורך מתן הנחה על המחירים הקבועים או בונוסים או שיפור מיקומים וזאת בשים לב למחירים המקובלים בשוק/ מחירי בקרת החברה.
- ב. מבלי לגרוע מהאמור לעיל, המכללה תשלם לחברה תשלום חודשי קבוע (ריטיינר) בסך הצעת המציע בה נקב בהצעה המסחרית, בצרוף מע"מ בגין השירותים המפורט במסמכי המכרז ובאקסל התמורה.
- ג. מובהר בזאת כי תקציב המכללה בתחום הפרסום והשווק משתנה מעת לעת, והמכללה אינה מתחייבת להיקף תקציב קבוע. התקציב עלול להשתנות בהתאם להחלטות המכללה ו/או מגבלות תקציביות והחברה מצהירה כי לא תהיינה לה טענות ו/או תביעות בגין שינויים בתקציב ובהיקף העבודות והתמורה בהתאם.
- ד. התמורה בהצעה הכספית, אקסל התמורה נספח ב' מהווה את התמורה הסופית והכוללת אשר תשולם לחברה בגין כל השירותים וההוצאות האפשריות בהן תישא החברה לשם מתן שירותי הפרסום והשיווק, לרבות מסים, היטלים, תשלומי איגוד מקצועי, תשלומים לספקים, עלויות מחירים, ריבית וכיוצ"ב (בהפחתת המע"מ הכלול בעלויות). מובהר בזאת כי החברה לא תהא זכאית לכל תשלום נוסף מהמכללה בגין הענקת השירותים מכוח הסכם זה.

#### **9. הוראות מיוחדות בנושא חיובים בעד פרסום והוצאות הפקה**

- א. המכללה תשלם לחברה את עלויות המדיה עבור פריטי המדיה המופיעים באקסל התמורה, נספח ב', כמפורט בלשוניות שילוט, רדיו, טלוויזיה ודיגיטל, בהתאם להצעת החברה במסמכי המכרז. עבור פלטפורמות שאינן מופיעות, כגון עיתונות ופריטים בפלטפורמות אחרות שאינן מופיעים או בכל מדיה קיימת או עתידית, העלויות תהיינה על בסיס הצעות מחיר שהחברה תגיש, בכפוף לאישור המכללה ובקרת המדיה של המכללה. כל מחירי הפריטים וההנחות, הינם במחירי נטו, עליהם תתווסף העמלה

- הרלוונטית. מובהר כי החברה תהא מורשה בתקופת התקשרות לרכוש מדיה אוף ליין מספק משנה, אך רכש וניהול מדיה דיגיטלית חייבים להעשות באמצעות החברה עצמה.
- ב. ככל שהמכללה תחליט להיות בעצמה הבעלים של חשבונותיה בדיגיטל כגון- גוגל, פייסבוק, טיקטוק או כל רשת חברתית אחרת, המכללה תשלם ישירות לפלטפורמות אלה את עלות שווי הקמפיין בפועל. ככל שהחברה ניהלה את הקמפיין עבור המכללה, תשולם לחברה עמלת ניהול דיגיטל בהתאם לעמלה הרלוונטית בנספח התמורה. ככל שהקמפיין ינוהל על ידי אפקה והחברה והתשלום לפלטפורמות המדיה, יעשה באמצעות החברה, תשולם לחברה עמלת ניהול שירותים חיצוניים בלבד.
- ג. בגין שירותי המדיה, עבור מדיה דיגיטל מנוהלת (פרוגרמטית), תשלם המכללה למשרד הפרסום **עמלת דיגיטל מדיה מנוהלת** בגובה אשר יקבע באקסל התמורה, נספח ב', לשונית עמלות. עמלת הניהול תתווסף למחיר הקמפיין נטו שתוקשר במדיה בפועל.
- ד. בגין רכישת מדיה דיגיטל לא מנוהלת, תשלם המכללה **עמלת מדיה לא מנוהלת**, בגובה אשר יקבע באקסל התמורה, בנספח ב', לשונית עמלות. העמלה תשולם בהתאם להוצאה לפרסום עבור קמפינים בפלטפורמות המדיה הדיגיטלית הלא מנוהלות, שאושרה מראש ובכתב בהצעת מחיר נטו, ובכפוף לגובה שיעור ההנחה ממחירון, כמפורט באקסל התמורה, נספח ב', לשונית דיגיטל. התשלום יתבצע בגין ההוצאה שבוצעה בפועל.
- ה. בגין רכישת מדיה אוף ליין, המכללה תשלם **עמלת מדיה אוף ליין**, שתתווסף למחירי הפריטים נטו המפורטים באקסל התמורה או ע"פ הצעות המחיר לפריטים שאינם מופיעים. גובה העמלה יקבע באקסל התמורה, נספח ב', לשונית עמלות. העמלה תשולם רק בגין פריטים שפורסמו בפועל.
- ו. בגין הפקות ע"י ספקי משנה באמצעות החברה, המכללה תשלם לחברה עמלת הפקה, בגין הוצאות לצרכי הפקה (כגון: צילומים, הקלטות, עריכות, אולפנים, קריינים וכיוצ"ב) והוצאו לפועל על-ידי צדדים שלישיים למען המכללה, כשאלה יהיו בהתאם להזמנות מאושרות בכתב ע"י המכללה ובכפוף להצעות מחיר צד ג' אשר הוצגו למכללה מבעוד מועד. בגין ההוצאות המכללה תשלם **עמלת הפקה** בגובה אשר יקבע באקסל התמורה, נספח ב', לשונית עמלות.
- ז. במסגרת מתן השירותים ייתכן והחברה תידרש להציג מעת לעת הצעות מחיר לצורך קבלת שירותים מספקים שונים לצורך הזמנת שירותים הנוגעים לשירותים נשוא מכרז זה, **אך ללא ניהול השירותים בפועל ע"י החברה**. בגין השירותים שיאושרו על בסיס הצעות המחיר ותוזמן מהם עבודה, המכללה תשלם לחברה עמלת **ספקים חיצוניים**. גובה העמלה קבוע באקסל התמורה, נספח ב', לשונית עמלות. מובהר כי החברה לא תזכה לתמורה ישירה או עקיפה בגין שירותים אילו.
- ח. החברה תעשה את כל הדרוש בכדי שמחירי המדיה יהיו, בכל מקרה, בשיעור הנמוך ביותר שניתן להשיגו. החברה לא תוותר על כל הנחה, ואף לא תסכים לכך שבמקומן יינתנו לה או לבעלי מניותיה או למנהליה או לעובדיה, במישרין או בעקיפין, כל טובות הנאה שהן.
- ט. המכללה שומרת לעצמה את הזכות לרכוש גם את המדיה באופן ישיר מגופי המדיה השונים ושלא באמצעות משרד הפרסום. במקרה שהמכללה תממש זכות זו, התשלום לגופי המדיה השונים יועבר ישירות ע"י המכללה אליהם (ולא באמצעות החברה). החברה לא תהיה רשאית לגבות עמלה מגופי מדיה בגין פעילות פרסומית המוזמנת ע"י המכללה באופן ישיר, ובהתאם, חל איסור מוחלט על משרד הפרסום לפנות באופן עצמאי לגופי מדיה ולבקש הצעות מחיר עבור המכללה, אלא אם נתבקש לעשות כן ע"י המכללה ובכתב. למשרד הפרסום לא תהיה שום עילה לדרוש תשלום נוסף ו/או עמלות מדיה.
- י. המכללה לא תשלם עמלות מדיה בגין מדיה חנימית/ בונוסים או כל תוצר שניתן למכללה ללא תמורה.

### **10. תנאי התשלום**

- א. עד ליום ה-10 בכל חודש, תגיש החברה למכללה חשבונית בגין תשלום הריטיינר החודשי הקבוע בנספח ב' בגין השירותים נשוא הסכם זה עבור החודש הקודם.
- ב. החברה תגיש למכללה ריכוז של חיובי עלויות בגין פרסום באמצעי מדיה ותוצרים בהתבסס על הצעות מחיר שאושרו מראש על ידי המכללה ופורסמו או בוצעו בפועל, עד ה-10 בכל חודש בגין החודש הקודם, בצרוף חשבונית מס שתתייחס לפרסום שבוצע בחודש הקודם וזאת לאחר שכל החיובים יבדקו ויאושרו לתשלום ע"י החברה. לריכוז יצורפו האישורים החתומים מראש אשר ניתנו על ידי המכללה לביצוע ההוצאות, וכן צירוף הוכחת פרסום כגון- צילומי מסך של קמפיינים דיגיטליים וכד'.
- ג. ריכוז חיובי העלויות יבדק על ידי איש הקשר שיקבע לכך על ידי המכללה והוא יאשר לתשלום בהתאם לעבודות שבוצעו בפועל. למען הסר ספק מובהר בזאת, כי עצם ביצוע תשלום כלשהו בפועל ע"י המכללה לא יהווה ראיה כי התשלום או ההוצאה נבדקו או אושרו ע"י המכללה וכי אין עליהם עוררין עוד.
- ד. התשלום לחברה יבוצע בתנאי תשלום של שוטף + 45 ממועד אישור החשבון על ידי נציג המכללה.
- ה. התשלום יבוצע בכפוף להצגת חשבונית מס. מהתשלום ינוכה מס במקור אלא אם כן ימציא הספק למכללה אישור פטור ניכוי מס במקור.

### **11. סודיות, אבטחת מידע ואיסור ניגוד-עניינים**

- א. במשך תוקפו של הסכם זה, כמו גם בכל עת לאחר שיבוא אל קיצו מכל סיבה שהיא, מקבלת החברה על עצמה לשמור בסודיות מוחלטת ולנקוט בכל הצעדים הדרושים על מנת להבטיח כי עובדיה, קבלני המשנה שלה וכל יתר הפועלים מטעמה, ישמרו על סודיות מלאה ביחס לכל העניינים, הפרטים והנתונים הנוגעים למכללה שיגיעו לידיעתם תוך כדי ועקב מתן השירותים וביצוע התחייבויות החברה בהתאם להוראות הסכם זה, וביחס לכל העניינים החסויים או הסודיים הנוגעים למכללה, שהגיעו לידיעתה בכל דרך שהיא במשך תקופת קיומו שלהסכם זה. מבלי לפגוע בכלליות האמור יחולו הוראות סעיף זה, בין היתר, על: תכניות אסטרטגיות, תכניות שיווק, תכניות פרסום, תוכניות מדיה, קריאטיב, דאטא כל מידע שעבר בין הצדדים במסגרת עבודתם המשותפת על פי הסכם זה, סודות מקצועיים כרשימת סטודנטים, מחקרי שיווק, מוצרים (תכניות לימודים) בפיתוח וכיוצ"ב.
- ב. החברה תחתים את עובדי החברה באופן אישי וצדדים שלישיים או קבלני משנה שהיא מעסיקה במסגרת הסכם זה, על כתב סודיות והתחייבות להמנע מניגוד עניינים, הכולל סעיף סודיות כאמור לעיל.
- ג. על החברה לקבל הסכמת נציג המכללה, מראש, לפני כל פנייה או התקשרות שלה עם עובדי המכללה, סטודנטים, נותני שירותים וכד'.
- ד. החברה, לרבות עובדיה וכל גורם אחר מטעמה, מתחייבת בזאת להימנע, במשך כל תקופת תוקפו של הסכם זה, מלהעניק, בין במישרין ובין בעקיפין שירותי פרסום כלשהם לכל אדם או גוף העוסק בהשכלה גבוהה בתחום ההנדסה, בכל מקצועות ההנדסה, מדעי המחשב ומדעי הנתונים, ו/או בכל פעילות המתחרה בפעילות המכללה, או שהשירותים שהוא מעניק מתחרים באופן ישיר ו/או עקיף בשירותים שמעניקה המכללה, ללא הסכמתה המוקדמת, מראש ובכתב, של המכללה. כמו כן תהא ועדת המכרזים רשאית לקבוע, בהתאם לשיקול דעתה הבלעדי, כי פעילות של החברה מהווה הפרת התחייבותה להמנע מניגוד עניינים על פי הסכם זה. מוסכם על הצדדים כי התחייבות זו הינה התחייבות יסודית של החברה והפרתה תהווה הפרה יסודית של הסכם זה.

- ה. החברה מתחייבת להודיע למכללה, במשך כל תקופת תוקפו של הסכם זה, על כל רכישת זיכיון, בעלות או שותפות בלשהם, ישירות ו/או בעקיפין באמצעי מדיה אשר המכללה עשויה להיזקק להם במסגרת שירותי הפרסום. החברה תצרף לנסח הסכם הצהרה בדבר בעלותה הנוכחית באמצעי מדיה, שותפותה בהם או קבלת זיכיון לפרסום בהם.
- ו. החברה מתחייבת להודיע למכללה, במשך כל תוקפו של הסכם זה, על כל עסקה שכתוצאה ממנה התמזגה החברה ו/או פעילותה ו/או קיימה פעילות משותפת ו/או תקציב משותף עם סוכנות אחרת, במידה וקיים חשש שעקב כך לחברה תהיה נגיעה לפעילות של מתחרה של המכללה.
- ז. החברה תגדיר מדיניות **אבטחת מידע** התואמת חוקים ורגולציות רלוונטים ההולמת את הסטנדרטים בתחום ותמנה גורם מטעמה שיהיה אחראי לאבטחת המידע של המכללה. מובהר כי ההתממשקות למערכות אפקה תעשה באופן מאובטח ולפי הוראת מחלקת מערכות מידע באפקה. מחלקת מערכות מידע באפקה תספק הערות לאיפיון מפורט שיוצג בנושא ההתממשקות לפי Best Practice מקובל. בנוסף לאמור תבוצע ע"י מכללת אפקה בדיקת חוסן, לפני אישור העליה לאויר והספק יחתום על מסמך סודיות ואבטחת מידע לפי הנחיית המכללה.
- ח. החברה ועובדיה המורשים לגישה וסביבת המידע של המכללה יחתמו על NDA טרם תחילת הפעילות.
- ט. קבלני המשנה אותם מעוניינת החברה להעסיק נדרשים לאישור על ידי המכללה לפני תחילת עבודתם.
- י. החברה תדאג לגיבוי המידע של המכללה והגיבויים ישמרו באופן מאובטח והגישה אליהם תתאפשר רק לפי צורך עסקי.
- 12. אישור מוקדם בכתב להוצאות הפרסום וביטול**
- א. החברה תדאג לקבלת אישור מוקדם בכתב של המכללה על כל ההוצאות, תשלומים מכל סוג שהוא ועל כל התחייבות שהחברה עשויה ליטול על עצמה עבור המכללה במסגרת ההתקשרות ואספקת השירותים למכללה.
- ב. המכללה לא תהיה חייבת לשלם או להחזיר כל הוצאה או תשלום, או להכיר או לכבד כל התחייבות שנעשתה ע"י החברה או שהחברה קיבלה על עצמה עבור המכללה, אם נעשו ללא אישור מוקדם בכתב של המכללה. מובהר בזאת, כי כל התקשרות בין החברה לבין צד ג', לרבות התקשרות הכרוכה בהוצאה כלשהי הנובעת מאספקת השירותים עפ"י הסכם זה, תעשה אך ורק בכתב, כולל העסקת בעלי מקצוע ספציפיים כשחקנים, במאים, מפיקים, קריינים וכיוצ"ב.
- ג. אם המכללה תגביל פרסומיה או תתנה אותם בתנאים מסוימים, כגון מחיר, מיקום הפרסום, מועד הופעתה, הגבלת מספר הפרסומים המקבילים של מפרסמים אחרים באותו מקום ובאותו זמן וכו' יותנה תשלום המכללה בעד אותו פרסום או אותם הפרסומים, גם במילוי תנאים מיוחדים אלה.
- ד. המכללה תהיה זכאית לשנות, לבטל, להפסיק או לדחות כל תוכנית פרסום ו/או מדיה ו/או תוכניות עבודה ו/או הפקה תוך כדי מהלכן, אף אם אושרו במסגרת התקציב המאושר, והחברה תנקוט מייד פעולה נאותה כדי להוציא אל הפועל את הוראות המכללה בנוגע לכך, לרבות כלפי אמצעי המדיה וספקי המשנה. במקרה של ביטול, החברה תדאג ליידיע את המכללה ולקבל אישורה בכתב על ההוצאות שבהן תחוייב המכללה בהם כתוצאה מהביטול.
- ה. בכל מקרה של הפקת סרט או קמפיין פרסומי כלשהו תדאג החברה כי בחוזה ההפקה יפורטו הוצאות שהמכללה תחוייב בהן במקרה של ביטול בכל אחד משלבי ההפקה. למען הסר ספק, המכללה תשלם רק בגין החלק שבוצע עד שלב הביטול, כנגד הוכחת ביצוע וחשבונות לחיוב מטעם הספקים.
- ו. כל חוזה ו/או התחייבות כספית יהיו חייבים באישור מראש ובכתב של מורשי החתימה של המכללה.

ז. למען הסר ספק מובהר, כי המכללה לא תהיה מחויבת לשאת בכל הוצאה שהיא שלא אושרה בכתב ומראש על ידי מורשי החתימה מטעם המכללה.

### **13. מנהלים ותקציבים ממונים ע"י החברה**

א. על הטיפול בתקציב המכללה בחברה יהא אחראי אחד משותפי החברה ו/או מנכ"ל חברה, שתחתיו ישרתו חברי הצוות והמפורטים בתכולת השירותים נספח א' להסכם, שימונו לכך במיוחד, יהיו אחראים לכל החומרים שיוכנו עבור המכללה ויפקחו על ביצוע ואופן מתן השירותים למכללה על-ידי החברה לפי הסכם זה (להלן: "המנהל האחראי").

ב. המכללה תהיה זכאית להורות לחברה להחליף כל עובד בצוות העומד ישירות מול המכללה בקשר עם התקשרות זו, עפ"י שיקול דעתה המוחלט, והחברה תענה לדרישות המכללה כאמור באופן מיידי.

### **14. זכויות יוצרים – אחריות**

א. המכללה תהיה רשאית בכל עת להחליט כי היא מחזיקה בבעלותה ו/או מנהלת את חשבונות גוגל ו/או פייסבוק ו/או כל מערכת דגיטלית ו/או רשת חברתית אחרת, תחת ה-MCC של המכללה, והזכויות בהם לרבות רשימת האודיינס (הדאטה, רשימות הקהלים), הדאטה הצבורה, הרימרקטינג והמודעות יהיו שייכים למכללה בלבד והחברה ו/או מי מטעמה לא יוכלו לעשות שימוש כלשהו בכל הנ"ל מעבר למה שאושר על ידי המכללה. למכללה נשמרת הזכות להעביר את המידע והנתונים הנצברים בחשבונה מספק אחד למשנהו. עם זאת, לחברה לא תהיה הזכות להעביר הנתונים לכל גורם שהוא ללא אישור המכללה, מראש ובכתב. מובהר בזאת, כי בין אם המכללה תחליט להיות בעלים ו/או לנהל בעצמה או באמצעות החברה את חשבונות המערכת הדיגיטלית ו/או הרשתות החברתיות, יהיו הזכויות בחומרים כמפורט להלן – בבעלות המכללה בלבד.

ב. המכללה תהא בעלת זכויות היוצרים היחידה ובעלת מלוא הזכויות האחרות מכל סוג שהוא, בין זכויות קניין רוחניות ובין רישיונות שימוש, מדגמים, סימן רשום, פטנט וכיוצ"ב – המוקנים עפ"י דין (להלן: "מלוא הזכויות"), בכל הקמפיינים, המהלכים, התוצרים הפרסומיים, האסטרטגיים הקריאטיבים ותוצרי המדיה וכיוצ"ב, אשר יוצרו או נירכשו לצורך אספקת השירותים עפ"י הסכם זה, בין מהחברה ובין מצדדים שלישיים.

ג. החברה, בהזמנה שירותי פרסום מספקי משנה בהתאם להסכם זה, תתנה תנאי ותשיג אישור בכתב ומראש מכל הנוגעים בדבר, שלפיו הם מעבירים לרשות המכללה את מלוא הזכויות ביצירות באופן בלעדי, ללא כל הגבלה, לרבות שחרור מתשלום תמלוגים כלשהם ולרבות הזכות להעביר את נשוא הזכות לצד ג' או לעשות שימוש כלשהו בזכות – מסחרי או אחר – ולרבות שחרור מכל טענה ו/או תביעה בגין הפרת זכויות ו/או הפרת חוק. לחילופין, תציג החברה הסכם המגדיר זכויות אלה ומגבלות צד ג' לאישורה המוקדם של המכללה.

ד. מוסכם במפורש, שלמכללה זכות מוחלטת לייצר, לשדר, להקרין, להפיץ, לתרגם, להכניס כל שינוי או תיקון, צמצום או הרחבה כפי שנראה לה, בכל יצירה, רעיון, תהליך וחומר פרסומי שנרכשו על ידה. על החברה להבטיח הלכה למעשה אפשרות של מימוש זכות זו ע"י המכללה – ע"י הכללת תנאים מתאימים בהסכמים או הסדרים עם הנוגעים בדבר, לרבות ויתור מפורש של היוצר על זכותו המוסרית למנוע שינויים עפ"י חוק זכויות יוצרים. במידה והמכללה תבחר לבצע שינויים כלשהם בתוצרים ללא אישור מראש ובכתב של החברה, אזי במידה ושתוגש תביעה המתייחסת לשינויים האמורים, תהא החברה פטורה מאחריות בנוגע לשינויים אלה.

ה. מוסכם בזאת במפורש, שהמכללה תהא משוחררת מכל אחריות לגבי כל תביעה לזכות כלשהי, לרבות זכות יוצרים או זכות מבצעים, בתוצרים והחברה תהיה האחראית היחידה לגבי כל תביעה שתבוא כתוצאה מאי הבטחת זכויות המכללה בחומרים, כאמור בהסכם זה. החברה תפצה ותשפה את



המכללה בגין כל סכום שתחויב בו, כולל הוצאותיה המשפטיות של המכללה, אם תחויב, כתוצאה מאי קיום הוראות סעיפים אלה ע"י החברה.

1. החברה תוודא ותבטיח מראש, כי במסגרת השירותים שתספק למכללה לא ייכלל פרסום אשר יש בו חשש להוצאת לשון הרע על צד שלישי או חשש לפגיעה בזכות לפרטיות או חשש להפרה של זכויות יוצרים של צד ג' כלשהו, ותדאג להביא לידיעת המכללה, מראש, כל חשש כזה ולקבל אישורה המוקדם בכתב של המכללה לעשיית שימוש באותם חומרים. החברה תוודא ותבטיח כי כל פרסום שייעשה במסגרת השירותים שתספק למכללה, ייעשה בטוב טעם ובאופן שלא יהיה בו כדי לפגוע בקבוצה כלשהי באוכלוסייה ותדאג לקבל אישור המכללה מראש ובכתב, לכל פרסום אשר עולה ממנו חשש כזה.

2. החברה תהיה האחראית הבלעדית במקרה ויסתבר כי בפרסום כלשהו יש משום עבירה על החוק, לרבות החוקים העוסקים בפרסום פוגע, הגבלות על פרסומת לקטינים, הטעיה בפרסום, וכיוצ"ב, או אם פעילותה פגעה בזכות הפרטיות או בזכות חיסיון מאגרי מידע או עברה על החוק או פעלה בניגוד לרישיון שקיבלה מהרשויות או בוצעה ללא היתר פעילות כלשהי הטעונה היתר, אלא אם הפנתה את תשומת לב המכללה לחשש זה מראש ובכתב, תוך שפירטה את סיבת החשש והמכללה הורתה לה לבצע את הפרסום או אישרה לה בכתב לנקוט פעולה ספציפית.

#### **15. יחסי הצדדים - העדר יחסי עבודה**

א. מוסכם במפורש, כי בביצוע התחייבות החברה וכל מי שיפעל מטעמה עפ"י הסכם זה, פועלת החברה כקבלן עצמאי, ואין ולא יוצרו בין החברה ו/או מי מעובדיה ו/או מי הפועל מטעמה לבין המכללה יחסי עובד – מעביד וזאת גם אם מי מעובדי החברה ו/או הפועל מטעמה יוצב לתקופה ממושכת במכללה.

ב. מבלי לפגוע בכלליות האמור לעיל, מוצהר בין הצדדים כי החברה, עובדיה או ספקיה לא יהיו זכאים לכל תשלום הנושא אופי של פיצויי פיטורין, בכל מקרה של הפסקת הסכם זה מכל סיבה שהיא.

ג. החברה מתחייבת לשפות את המכללה בגין כל תשלום שתחויב המכללה על ידי ערכאה שיפוטית מוסמכת לשלם לעובד החברה או למי שפועל מטעמה בגין הקשרים שבין החברה לבין עובד או פועל כאמור.

ד. עוד מוסכם בזאת מפורשות, כי אם יפסק בעתיד, על ידי בית משפט מוסמך, כי מתקיימים יחסי עובד-מעביד בין המכללה לבין מי מעובדי החברה, יחושבו זכויותיו של עובד כאמור על בסיס "שכר מינימום", כפי שהוא נקבע מזמן לזמן, והחברה תהא חייבת להשיב למכללה כל סכום ששולם לה ביתר.

#### **16. בדיקת רישומים / מסמכים**

המכללה או כל אדם או גוף שימונה על ידה, יהיו רשאים לבדוק בכל עת במשך תקופה של ההסכם ובמשך 12 חודשים אחרי שיבוא אל קיצו את הפריטים הבאים:

א. תיקים, רישומים וחשבונות (חשבוניות, הודעות זיכוי/חיוב וכד') של החברה הנוגעים לאספקת השירותים למכללה, לרבות בכל הנוגע לקניית חומרים ושירותים בשם המכללה וכן את החשבונות המעידים על ההוצאות בהם נשאה החברה.

ב. תיקים, ההסכמים, הרישומים, והחשבונות של החברה עם אמצעי המדיה השונים וספקי החומרים או השירותים שמהם נרכשו חומרים ו/או שירותים עבור המכללה.

ג. החברה וכל אדם מטעמה ישתפו פעולה באופן מלא וינקטו בכל הצעדים הדרושים על מנת לאפשר למכללה או למי שמונה מטעמה לבצע בדיקה וביקורת כאלה.

### **17. הפרות וסעדים**

- א. הצדדים מסכימים ומאשרים כי הסכם זה אינו ניתן להפרדה לחלקים במובן סעיף 7(ג) לחוק החוזים (תרופות בשל הפרת חוזה), תשל"א-1970.
- ב. כל הפרה אחרת של הסכם זה, שעל פי היקפה, אופייה ו/או נסיבותיה בעת ההפרה ניתן לראותה כהפרה יסודית, תיחשב ככזו ובלבד שניתנה לצד המפר התראה מוקדמת בכתב של 14 (ארבעה עשר) יום והוא לא מילא אחריה ו/או לא תיקן את ההפרה.
- ג. הפר צד לחוזה זה תנאי מתנאי החוזה, או התחייבות מהתחייבויותיו ועפ"י חוזה זה (להלן: "המפר"), יפצה המפר את הצד השני (להלן: "הנפגע") בגין כל נזק שייגרם עקב ההפרה, בין במישרין ובין בעקיפין, וזאת מבלי לפגוע בזכויות הנפגע לכל סעד משפטי אחר, לרבות על-פי הוראות הסכם זה.
- ד. אין האמור בהסכם זה גורע מזכויותיו של צד להסכם על-פי חוק החוזים (תרופות בשל הפרת חוזה), תשל"א-1970, ועל פי כל דין.
- ה. כל סעד או זכות היתנים לצד להסכם זה בקשר עם הפרת ההסכם בידי הצד האחר, באים הם להוסיף על כל סעד אחר המוענק לאותו הצד על פי הסכם זה או על פי הדין ולא לגרוע מהם. הצדדים מצהירים כי כוונתם בהסכם זה היא לאפשר לכל צד להפעיל, בכל מקרה של הפרה, את מירב הסעדים הנתונים על פי הדין או ההסכם, במקביל, במצטבר או לחילופין והכל לפי שיקול דעתו, וכל עוד לא נאמר בהסכם במפורש אחרת.
- ו. אין בכל תרופה וסעד הנקובים במפורש בהסכם זה כדי ליתר או לגרוע מזכות כל צד לכל תרופה וסעד אחרים הנתונים לו על-פי הסכם זה או על-פי כל דין. אי שימוש או איחור בשימוש מצד להסכם זה בזכות מזכויותיו על פי הסכם זה או על פי כל דין לא ייחשב כויתור של אותו הצד על הזכות האמורה.
- ז. מבלי לפגוע בכלליות האמור לעיל, מוסכם בזאת כי המכללה תהיה משוחררת מהתחייבויותיה על-פי הסכם זה, בקרות אחד או יותר מהמקרים הבאים:
  1. אם ימונה לחברה ו/או לעסקיה מפרק זמני או קבוע, או ינתן נגד החברה צו פירוק או צו קבלת נכסים בפשיטת רגל, או אם ימונה לחברה כונס נכסים, או אם תוגש נגד החברה בקשת פירוק, בקשת פשיטת-רגל, או בקשה לאכיפת אג"ח והיא לא תוסר תוך 30 יום ממועד הגשתה לבית-המשפט
  2. אם החברה העבירה או התיימרה להעביר הסכם זה, כולו או חלקו, ו/או זכויות ו/או חובות על-פיו לאחר, או אם העסיקה קבלני משנה או עובדים בניגוד לתנאי הסכם זה;
  3. אם הסתלקה החברה מביצוע ההסכם, או התנערה מביצועו, או הפרה אותו הפרה יסודית ולא תיקנה את ההפרה תוך 14 ימים מקבלת התראה בכתב מהמכללה;
  4. אם הפסיקה החברה את ביצוע התחייבויותיה על-פי הסכם זה, כולן או חלקן, ו/או לא פעלה בהתאם להנחיות המכללה;
  5. אם מעשה או מחדל של החברה, או מי מעובדיה, הסבו נזק למכללה והחברה לא תיקנה את הנזק או שיפתה את המכללה, לפי העניין, בהתאם להוראות הסכם זה;
  6. אם הפסיקה החברה לספק את השירותים לתקופה העולה על 3 ימי עבודה או יותר;

7. אם חל שינוי בהרכב השותפות או בבעלי המניות של החברה שלדעת המכללה, לפי שיקול דעתה המוחלט והבלעדי יפגע באיכות השרות שתקבל.

#### **18. איסור הסבה**

החברה לא תהא זכאית להמחות ו/או להסב ו/או להעביר את זכויותיה, חובותיה ו/או התחייבותה שעפ"י הסכם זה, לכל גורם שהוא, ללא יוצא מהכלל, בין שהעברה כאמור תעשה בתמורה ובין שלא בתמורה, ללא הסכמה מראש ובכתב של המכללה.

#### **19. ניכוי וקיזוז**

המכללה תהא רשאית לנכות ו/או לחלט ו/או לקזז מסכום כלשהו שיגיע ממנה לחברה, בין ע"פ הסכם זה ובין בדרך אחרת כלשהי, כל סכום קצוב, ששולם על ידה עבור ו/או במקום החברה, וכן כל סכום אחר המגיע ו/או שיגיע לה מאת החברה בהתאם להוראות הסכם זה, ובכפוף למתן התראה בכתב לחברה לפחות 7 ימים לפני ביצוע הקיזוז או הניכוי בפועל.

#### **20. אחריות לנזקים ושיפוי**

א. החברה תהיה אחראית על פי דין כלפי המכללה לכל נזק כספי או אחר ו/או לכל חבלה לגוף ו/או לרכוש שיגרם במישרין ו/או בעקיפין למכללה ו/או לעובדיה ו/או לכל מי מטעמה ו/או לצד ג' כלשהו תוך כדי ו/או עקב ו/או בקשר עם מתן השירותים, החברה תהיה אחראית על פי דין, לכל נזק ו/או חבלה שיגרמו לציוד שבבעלותה ו/או לתכולתו (לרבות מידע האגור בפרטי הציוד) ו/או למכללה תוך כדי ו/או בקשר עם מתן השירותים, והיא מתחייבת להשלים כל אובדן ו/או לתקן כל נזק כאמור, ללא דיחוי.

ב. החברה פוטרת את המכללה ו/או עובדיה ו/או כל מי מטעמה מאחריות לכל נזק ו/או תאונה ו/או חבלה לגוף ו/או לרכוש שהם באחריותה של החברה על פי חוזה זה ו/או על פי דין, למעט כלפי מי שגרם לנזק בכוונת זדון.

ג. החברה תשפה ותפצה את המכללה, בתוך 7 ימים מיום דרישתה הראשונה, על כל נזק (גוף או רכוש), אובדן, הפסד או הוצאה, תביעה וקנס שיגרמו למכללה או למי מטעמה, כתוצאה מאי-קיום התחייבויות החברה לפי הסכם זה, או כתוצאה מקיום רשלני או בלתי מושלם שלהם, ותשלם למכללה, בתוך 7 ימים מיום דרישתה הראשונה, כל סכום שהמכללה תידרש לשלם לצד שלישי כל שהוא על-פי פסק דין של ערכאה שיפוטית, בקשר עם נזקים ו/או הוצאות כנ"ל ובכלל זה הוצאות שהמכללה תוציא או תידרש להוציא בקשר עם כל תביעה משפטית וכן שכ"ט עו"ד בסכום סביר שיוסכם עליו בין המכללה לבין עורך דינה.

ד. מבלי לגרוע מכלליות האמור בסעיף זה לעיל, המכללה תהא רשאית לקזז ו/או לנכות כל סכום ששילמה או חויבה בגין תביעה כאמור או הפסידה בגין נזק ו/או אובדן, מכל סכום שיגיע לחברה ממנו, וגם תהא זכאית לעכב כל סכום כזה להבטחת תשלום כנ"ל, בכל מקרה בו תהא צפויה לשלם דמי נזק לצד שלישי כלשהו.

ה. החברה מתחייבת לשפות ו/או להשיב למכללה, מיד עם דרישה, כל תשלום או הוצאה הקשורים במישרין ובעקיפין בהתחייבויות החברה ואשר המכללה נשאה בהם.

#### **21. ביטוח**

א. מבלי לגרוע מהתחייבויות ו/או אחריותה של החברה על פי כל דין ו/או הסכם זה, מתחייבת החברה לערוך ולקיים, בידיה ועל חשבונה במשך כל תקופת ההסכם ו/או תקופת מתן שירותי הפרסום והשיווק, לפי המאוחר מביניהם, ולעניין ביטוח אחריות מקצועית גם כל עוד יכולה להיות קיימת

כלפיו אחריות שבדין ו/או בקשר להסכם זה ולא פחות מ-7 שנים לאחר תום תקופת ההסכם, אצל חברת ביטוח מורשית כדין לעריכת ביטוחים ובעלת מוניטין בישראל, ביטוחים לטובתה ולטובת המכללה, בסכומים ובגבולות אחריות שיקבעו על ידו על פי שיקול דעתה, ובלבד שלא יפחתו מהביטוחים ומהתנאים הקבועים בטופס אישור על קיום ביטוחים נספח ג' להסכם זה, המהווה חלק בלתי נפרד מהסכם זה (להלן: "אישור קיום ביטוחים"), וכמפורט להלן (להלן: "ביטוחי החברה").

ב. החברה מצהירה, כי לא תהיה לה ו/או למי מטעמה כל טענה ו/או דרישה ו/או תביעה כנגד המכללה ו/או עובדיה ו/או מנהליה ו/או מי מטעמה ו/או תלמידיה, בגין כל נזק ו/או אובדן שייגרם לכל רכוש אשר יובא על ידי החברה ו/או מי מטעמה ו/או עבודה לשטח המכללה ו/או אשר ישמש בקשר עם מתן שירותי הפרסום והשיווק ולרבות נזק אובדן תוצאתי וכי היא פוטרת את הנ"ל מאחריות לנזק כאמור, וזאת בין אם ערכה החברה ו/או מי מטעמה ביטוח לרכוש כאמור ובין אם לאו (הפטור לא יחול כלפי אדם שגרם לנזק בזדון). אם ערכה/תערוך החברה ו/או מי מטעמה ביטוח לרכוש כאמור, ו/או חלקו, מתחייבת החברה, כי הביטוח יכלול ויתור על זכות התחלוף כלפי המכללה ו/או עובדיה ו/או מנהליה ו/או מי מטעמה ו/או תלמידיה, למעט כלפי אדם שגרם לנזק בזדון.

בנוסף, מצהירה החברה, כי לא תהיה לה ו/או למי מטעמה כל טענה ו/או דרישה ו/או תביעה כנגד המכללה ו/או עובדיה ו/או מנהליה ו/או מי מטעמה ו/או תלמידיה, בגין נזק שהיא זכאית לשיפוי בגינו (או היתה זכאית לשיפוי בגינו אלמלא ההשתתפות העצמית הנקובה בפוליסות) על פי הביטוחים שהתחייבה לערוך על פי אישור קיום ביטוחים וכי היא פוטרת את הנ"ל מאחריות לנזק כאמור. הפטור לא יחול כלפי אדם שגרם לנזק בזדון.

למען הסר ספק, הפטורים לעיל באים להוסיף על כל פטור אחר הקיים בהסכם לטובת המכללה ו/או מי מטעמה ולא לגרוע ממנו.

ג. החברה מתחייבת להמציא למכללה את טופס האישור על קיום ביטוחים, נספח ג', חתום על ידי מבטוחיה, עם חתימת הסכם זה ובכל מקרה לא יאוחר מ-7 ימים לפני מועד תחילת ביצוע שירותי הפרסום והשיווק ולהמציאו מידי תום תקופת הביטוח וכל עוד ההסכם בתוקף, לרבות התקופות הכלולות בסעיף האופציה להאריכו, ולא יאוחר ממועד תום תקופת הביטוח כמצוין על האישור. בכל מקרה של אי התאמה בגין האמור באישור קיום הביטוחים שהמציאה החברה לבין האמור בהסכם זה, מתחייבת החברה לגרום לשינויי הביטוחים באופן מיידי ולא יאוחר מ-3 ימים מדרישת המכללה, על מנת להתאימם להוראות הסכם זה. החברה לא תתחיל לבצע את שירותי הפרסום והשיווק לפני שיומציא האישור הנ"ל למכללה כשהוא חתום כראוי על ידי חברת ביטוח מטעמה.

ד. החברה תהיה חייבת לעדכן בכל עת את סכומי הביטוח ואת גבולות האחריות בביטוחי החברה בהתאם לצרכי הביטוח הנובעים מפעילותה. היה ולדעת החברה יש צורך בעריכת ביטוחים נוספים ו/או משלימים לביטוחים הנ"ל, רשאית החברה לערוך ביטוחים אלו כנדרש, כאשר, בכל ביטוח רכוש נוסף ו/או משלים כאמור ייכלל סעיף בדבר ויתור על זכות התחלוף כלפי המכללה ו/או עובדיה ו/או מנהליה ו/או מי מטעמה ו/או תלמידיה, למעט כלפי אדם שגרם לנזק בזדון ולעניין ביטוחי חבויות, יורחב שם המבוטח לכלול את המכללה ו/או עובדיה ו/או מנהליה ו/או מי מטעמה ו/או תלמידיה, בגין אחריותם למעשי ו/או מחדלי החברה, וזאת בכפוף לקיומו של סעיף אחריות צולבת.

ה. החברה מתחייבת לשמור ולקיים בדיוקנות את כל הוראות פוליסות ביטוחי החברה.

ו. מוסכם על החברה כי ביטוחי החברה יהיו קודמים לכל ביטוח הנערך על ידי המכללה ו/או מי מטעמה.

ז. החברה מתחייבת להודיע מיד בכתב למכללה על קרות אירוע ו/או נזק ו/או אובדן בקשר להסכם זה.

ח. החברה מתחייבת לעשות כל פעולה אשר תידרש לעשותה כדי לממש את פוליסות ביטוחי החברה בעת הצורך, לרבות הצטרפותה לתביעה של המכללה, על פי פוליסות הביטוח, אם נדרשה לכך על ידה.

- ט. הפרה החברה את הוראות הפוליסות באופן המפקיע את זכויות המכללה על פי הפוליסות, תהיה החברה אחראית לנזקים באופן מלא ובלעדי, ולא תהיינה לה כל תביעות ו/או טענות כספיות ו/או אחרות כלפי המכללה על כל נזק כספי ו/או אחר שיגרם לה עקב כך.
- י. החברה אחראית לתשלום דמי הביטוח, וכן לתשלום השתתפויות עצמיות בקשר לביטוחי החברה. סכומים אלו יהיו ניתנים לקיזוז על ידי המכללה מכל סכום שיגיע לחברה על פי ההסכם.
- יא. למען הסר ספק, מוסכם, כי גבולות האחריות המפורטים באישור קיום הביטוחים, הינם בבחינת דרישה מזערית המוטלת על החברה שאינה פוטרת אותה ממלוא חבותה לפי הסכם זה ו/או על פי כל דין והחברה מצהירה ומתחייבת, כי היא מנועה מלהעלות כל טענה ו/או תביעה ו/או דרישה כנגד המכללה ו/או מי מטעמה בקשר לגבולות האחריות האמורים ו/או לגבי מהות הביטוחים הנדרשים והיקפם.
- יב. אין בעריכת הביטוחים כאמור ו/או בהמצאת האישור ו/או בדרישתו ו/או בדרישה לשינוי על ידי המכללה ו/או הבאים מטעמה כדי לגרוע מאחריותה של החברה על פי הסכם זה ו/או על פי כל דין ו/או להטיל אחריות כלשהי על המכללה ו/או על הבאים מטעמה.
- יג. מבלי לגרוע מאחריות החברה ו/או התחייבויותיה על פי הסכם זה ו/או על פי דין, החברה מתחייבת להביא לידיעת כל קבלני המשנה מטעמו בקשר לשירותי הפרסום והשיווק, את האמור בכל סעיפי הביטוח להסכם זה, ולקבל בכתב את הסכמתם לאמור בסעיפים אלו ואת התחייבותם לפעול על פי הוראות סעיפים אלו (לרבות במפורש ומבלי לגרוע מכלליות האמור, הפטור בסעיף 21ד לעיל והמצאת אישור עריכת ביטוחים). למען הסר ספק, החברה תהא אחראית כלפי המכללה ו/או צד ג' בקשר לשירותי הפרסום והשיווק במלואם, בין אם השירותים ניתנו על ידה ו/או קבלן משנה מטעמה.
- יד. לא מילאה החברה אחת ו/או יותר מהתחייבויותיה בקשר לנספח זה, לרבות לא הציגה את אישור קיום הביטוחים המצ"ב המקורי בחתימת המבטח, יהווה הדבר הפרה יסודית של הסכם זה, אולם לא יהיה בכך לפטור את החברה מהתחייבות כלשהי בקשר עם פוליסות הביטוח הנ"ל.

## **22. ערבויות**

- א. להבטחת מילוי כל התחייבויות החברה על פי הסכם זה, תמציא החברה למכללה, במועד חתימת הסכם זה, ערבות בנקאית אוטונומית בלתי מותנית (להלן: "הערבות"), בנוסח המצורף כנספח ד להסכם זה, בסך 50,000 ₪ (חמישים אלף ₪) ואשר תעמוד בתוקפה לכל תקופת תוקפו של הסכם זה, לרבות תקופת האופציה להארכתו, ככל שתופעל, ולמשך פרק זמן נוסף של 3 חודשים לאחר תום תוקפו. אי-הארכת הערבות הבנקאית לפחות שלוש יום ממועד פקיעתה תהווה הפרה יסודית ותאפשר למזמין לפעול מיידית למימוש הערבות הבנקאית.
- ב. מוסכם בזאת כי באם תפר החברה ו/או לא תקיים איזו מהתחייבויותיה שעל-פי הסכם זה, תהא המכללה רשאית, מבלי לתת על כך הודעה מראש לחברה, לממש את הערבות ולגבות באמצעותה כל הוצאה, הפסד ו/או נזק, שיגרמו לה, במישרין או בעקיפין, עקב ההפרה ו/או אי קיום התחייבויות החברה.
- ג. מובהר בזאת כי לא יהיה במימוש הערבות על-ידי המכללה כדי לגרוע מכל זכות העומדת למכללה מכוח כל דין או הסכם.

## **23. סמכות שיפוט**

- מוסכם בזאת על הצדדים, כי סמכות השיפוט הייחודית בכל הקשור להסכם זה ו/או כל מחלוקת הנובעת הימנו, תהא לבתי המשפט המוסמכים בתל אביב יפו.

**24. שונות**

- א. תיקון, שינוי או תוספת להסכם זה יהיו תקפים רק אם ייעשו בכתב וייחתמו על ידי כל הצדדים להסכם זה.
- ב. לא אכף צד להסכם זה זכות מזכויותיו על פיו, לא יראה הדבר כויתור על אותה זכות או כויתור על זכויות אחרות כלשהן, אלא אם הדבר נעשה במפורש ובכתב. ויתור בעניין מסוים לא יפורש כחל על עניין אחר, אלא אם נאמר בו הדבר במפורש.
- ג. הסכם זה על נספחיו מבטא את ההסכם המלא והממצה בין הצדדים לגבי הנושאים והעניינים הנדונים בו והוא מבטל כל הסכם, הסכמה או הבנה קודמת שהושגה בין הצדדים.
- ד. הח"מ בחתימתם, בשם כל אחד מהצדדים, לפי העניין, מוסמכים לחייב את הצדדים להסכם, בכל התחייבויותיהם מכוח הסכם זה.

**25. הודעות**

מבלי לגרוע מן האמור בהסכם זה לעיל, הרי שכל הודעה על פי הסכם זה מצד למשנהו תחשב כנמסרה בתוך 72 שעות מעת שנשלחה לצד השני על פי כתובתו הרשומה בכותרת הסכם זה בדואר רשום, או בתוך 24 שעות אם נמסרה ביד או אם נשלחה בפקסימיליה בשעות העסקים וימי העסקים המקובלים.

**ולראיה באו הצדדים על החתום:**

---

המכללה

---

החברה

## נספח א' - תכולת השירותים

על פי הסכם בין אפקה המכללה האקדמית להנדסה בתל אביב לבין הזוכה במכרז 11/2024

### נספח א' להסכם

להלן תכולת השירותים שתספק החברה הזוכה במכרז למכללה:

ההתקשרות לקבלת כלל שירותי הפרסום והדיגיטל, לרבות קריאיטיב, אסטרטגיה, תוכן, ניהול לקוחות, רשתות חברתיות, סטודיו, הפקה, תכנון קידום ורכש מדיה וכל זאת עבור כלל פעילויות התקשורת השיווקית, למעט שירותי יח"צ ודוברות עבור אפקה, המכללה האקדמית להנדסה בתל אביב (להלן: "המכללה") על כל אגפיה והכל בהתאם למפורט במסמכי המכרז, בהסכם ובנספחיו. השירותים יסופקו על ידי הזוכה במכרז 11/2024 למתן שירותי פרסום למכללה (להלן: "החברה" או "הזוכה" או "חברת הפרסום").

#### 1. מאפייני הפעילות הפרסומית של אפקה

אפקה (עמותה רשומה), היא מכללה אקדמית ציבורית להכשרת מהנדסים בתל אביב. במכללה לומדים כ-3,500 סטודנטים במספר בתי ספר להנדסה ומדעים בתחומים שונים, לתואר ראשון ושני. פעילות המכללה כוללת 6 בתי ספר להנדסה ומדעים ב-7 תכניות לימוד לתואר ראשון, 5 תכניות לימוד לתואר שני, מסלול מכינות, יחידה ללימודי חוץ, יחידות אקדמיות שונות, יחידות מנהליות שונות הקשורות בפעילות המכללה, לרבות רשות מחקר, מרכזי מו"פ, מרכז קריירה, יחידת אופק – מרכזים לפיתוח מיומנויות, יחידה לקשרי תעשייה, יחידה לקשרי קהילה וחברת אפקה יישומים, חברת בת העוסקת בעיקר במסחור נכסי קניין רוחני. לעניין מכרז זה תחשב אפקה ו/או המכללה ככוללת את כלל היחידות והנושאים הקשורים בפעילותה בין באופן ישיר ובין באופן עקיף.

#### 2. מהות השירותים

השירותים כוללים מתן שירותי פרסום, דיגיטל, אסטרטגיה, קריאייטיב, ניהול לקוחות, תקשורת שיווקית, שירותי סטודיו גרפיקה, התממשקות למערכות החברה ותכנות, תכנון ורכש מדיה לפלטפורמות האון ליין והאוף ליין הקיימים והעתידיים, לרבות עבור הרשתות החברתיות ועבור תוצרים ללא רכש מדיה. השירותים יוענקו בהתאם לכלל צרכי המכללה עבור קמפיינים, פרויקטים, תוצרים וכל שירות נוסף נלווה הכולל יעוץ בנושאים שוטפים לקידום מטרות שיווקיות ופרסומיות של אפקה, ייזום רעיונות יצירתיים וחדשניים, ושיתפות בחשיבה אסטרטגית מותגית המשרתים את אתגריה ומטרותיה הפרסומיים, תדמיתיים, שיווקיים ובתחום המכירות של המכללה (להלן- **השירותים**).

### **3. המצב קיים**

3.1. למחלקת השיווק של המכללה סטודיו In house המספק חלק מהשירותים הקריאייטיביים והעיצוב הגרפי, עבור:

3.1.1. פעילויות ברשתות החברתיות;

3.1.2. פעילויות במתקניה הפיזיים של המכללה;

3.1.3. אלמנטים וחומרי BTL;

3.1.4. אתר החברה ונכסיה הדיגיטליים.

3.1.5. למען הסר ספק, מובהר כי המכללה רשאית לדרוש מהמציע שירותים אילו ע"פ צורך ובהתאם לשיקול דעתה.

3.2. **המכללה בעלת הנכסים הדיגיטליים שלהלן:**

3.2.1. אתר אינטרנט;

3.2.2. עמודי רשתות חברתיות: פייסבוק, טיקטוק, אינסטגרם, יוטיוב, לינקדאין.

3.2.3. ניהול הנכסים הדיגיטליים לעיל ושירותי עיצוב וקריאייטיב, מתבצעים ע"י המכללה. המכללה רשאית לדרוש מהמציע או באמצעותו את מתן השירותים עבור הנכסים הדיגיטליים לעיל, כולם או מקצתם. עבור שירותים אילו תוגש הצעת מחיר לאישור מראש ובכתב למכללה.

3.3. **קידום ממומן עבור פעילויות בעמודי הרשתות החברתיות של המכללה**

3.3.1. קידום ממומן יכול שיתבצע ע"י צוות המכללה או ע"י החברה.

3.3.2. ככל והקידום הממומן יתבצע ע"י המכללה, והחברה תעביר את התשלום עבורו לפלטפורמות, התמורה לחברה תהא עמלת "שירותים חיצוניים".

3.3.3. ככל והקידום הממומן יתבצע ע"י החברה, התמורה בגין השירותים תהיה עמלת "מדיה דיגיטלית פרוגרמטית".

3.4. **רכש מדיה עבור קמפיינים בגל"צ ו/או גלגל"צ**



- 3.4.1. המכללה שומרת על זכותה לרכוש מדיה לקמפיינים ישירות מגל"צ וגלגל"צ.
- 3.4.2. בגין הרכישה הישירה על ידי המכללה – לא תשולם לחברה כל תמורה.
- 3.4.3. בהתאם להחלטת המכללה, תינתן לחברה הזכות להציע מחיר מטעמה.
- 3.4.4. למען הסר ספק, על החברה להעניק את כלל השירותים הנדרשים והנובעים מהתקשרות ע"פ מכרז זה, בחלק מתכולת הריטיינג, עבור הפרסום בפלטפורמות אילו, בין אם הוזמנו דרך החברה ובין אם הוזמנו ישירות על ידי המכללה.

### **3.5. רכישת מדיה ישירות מהפלטפורמות**

- 3.5.1. המכללה שומרת לעצמה את הזכות לרכוש גם את המדיה באופן ישיר מגופי המדיה השונים, ושלא באמצעות החברה.
- 3.5.2. היה והמכללה תממש את זכותה זו, מוסכם כי המכללה תהא רשאית להעביר את התשלום לגופי המדיה השונים ישירות.
- 3.5.3. החברה לא תהא רשאית לגבות עמלה מגופי מדיה בגין רכישת המדיה המוזמנת באופן ישיר, ובהתאם, חל איסור מוחלט על החברה לפנות באופן עצמאי לגופי מדיה ולבקש הצעות מחיר עבור המכללה, אלא אם נתבקשה לעשות כן ע"י המכללה ובכתב.
- 3.5.4. לחברה לא תהיה שום עילה לדרוש תשלום נוסף ו/או עמלות מדיה.
- 3.5.5. ככל שהחברה **לא תעניק** את שירותי הקריאיטיב ו/או הסטודיו עבור פעילות שהמדיה בגינה נרכשה באופן ישיר, אלא רק תעביר את התשלום לפלטפורמות המדיה, המכללה תשלם לחברה עמלת "ספקים חיצוניים".
- 3.5.6. ככל שהחברה **תעניק** את שירותי הקריאיטיב ו/או הסטודיו עבור פעילות שהמדיה בגינה נרכשה באופן ישיר, המכללה תשלם לחברה עמלת מדיה, בהתאם לפלטפורמות הרלוונטיות.
- 3.5.7. למען הסר ספק, על החברה להעניק את כלל השירותים הנדרשים והנובעים מהתקשרות ע"פ מכרז זה, בחלק מתכולת הריטיינג, עבור הפרסום בפלטפורמות אילו, בין אם הוזמנו דרך החברה ובין אם הוזמנו ישירות על ידי המכללה.

### **3.6. למכללה התקשרויות ישירות מול ספקים שונים, כגון להלן:**

- 3.6.1. הסכם עם פרזנטור.
- 3.6.2. ספקי לידים.
- 3.6.3. בגין התקשרויות אילו, החברה לא תקבל כל עמלה מהמכללה או מהספקים עצמם. למען הסר ספק, החברה תעניק את כלל השירותים ע"פ הסכם זה, עבור התוצרים הנובעים והנדרשים מהתקשרויות אילו, בין אם הוזמנו ישירות על ידי המכללה או באמצעות החברה. התמורה עבור כלל השירותים הללו כלולה במחיר הריטיינג

הקבוע בהסכם. מובהר כי התשלום לפרזנטור יעבור דרך החברה, ולחברה לא תשולם בגין העברת התשלום כל תמורה.

**4. מבלי לגרוע מהאמור ביתר מסמכי ההסכם והמכרז, מובהר בזאת כי השירותים הנדרשים כוללים, בין היתר את השירותים הבאים:**

- 4.1. כל התוצרים והחומרים הפרסומיים יעוצבו, יכתבו ויצאו לפועל בהתאמה לשפה התקשורתית ולאסטרטגיה המותגית של המכללה.
- 4.2. השירותים יוענקו עבור קהלי היעד שהמכללה תגדיר עבור כל בריף, לרבות עבור קהלים במגזרים שונים ובשפות נוספות.
- 4.3. החברה נדרשת להכרות, למידה וחקירה מתמדת של זירות פעולתה של המכללה, צרכי התקשורת השיווקית, הכרת הזירה התחרותית ופעילות המתחרים.
- 4.4. מעקב ועדכונים על חדשנות בנושאים הקשורים לתחומי פעילותה של המכללה, כלים ופורמטים חדשים, טרנדים ומגמות בעולם הפרסום, דיגיטל ואקדמיה.
- 4.5. ייזום רעיונות יצירתיים וחדשניים, מהלכים ופתרונות קריאטיביים בולטים וייחודיים העשויים להעצים את מעמד מותג המכללה ופעילויותיה התקשורתיות, גם ללא מטרות פרסום.
- 4.6. צוות החברה ישתתף בפגישות בהתאם לדרישת המכללה, בסיעורי מוחות, בליווי הפקות ובכל ישיבה נדרשת למתן השירותים.
- 4.7. החברה נדרשת לפעול בשיתוף פעולה מלא עם צוות התקשורת השיווקית של המכללה, יועציה ושאר ספקיה.
- 4.8. החברה נדרשת לזמינות מלאה של כל צוותיה באופן המקצועי והיעיל ביותר, עבור כל פעילות שוטפת או עבור פעילות ייעודית.
- 4.9. מתן שירותים יתבצע, בין היתר, באמצעות כלים ומערכות טכנולוגיות מתקדמות למיקסום התוצרים והתוצאות, לרבות באמצעות טכנולוגיות עתידיות שיהיו.
- 4.10. ביצוע ואחריות של כלל הפעולות הנדרשות להכנה והפקת התוצרים הסופיים והעברתם לפלטפורמות המדיה השונות.
- 4.11. **כל התוצרים שימסרו למכללה יהיו מונגשים על פי חוקי ההנגשה. תוצרים שיועברו למכללה על ידי החברה יהיו מוכנים לפרסום מידי בנכסים הדיגיטליים של המכללה או בכל אופן אחר ויעמדו בדרישות הדין בנושא ההנגשה, והכל מבלי שעל המכללה יהיה לבצע התאמות הנגשה נוספות.**
- 4.12. בשים לב למהות השירותים, אופיים וחשיבותם ותחומי הדיגיטל והניו-מדיה הדינמיים והמשתנים, אין בתיחום השירותים כרשימה סגורה ביחס לכלל שירותים

**הנדרשים, וככל שיהיו, מעת לעת, נושאים נוספים הנובעים מפעילות השיווק והפרסום, החברה תספקם כחלק בלתי נפרד מהשירותים.**

**5. פעילות פרסומית**

- 5.1. גיבוש אסטרטגיה מותגית, פרסומית, דיגיטלית, שיווקית ותקשורתית.
- 5.2. מתן שירותי אסטרטגיה, קריאטיב, עיצוב, קופירייטינג, כתיבה, עריכה, מיתוג, ניהול לקוחות, הפקה, כלל שירותי הסטודיו והתכנות.
- 5.3. פתרונות קונספטואלים וקריאטיביים עבור קמפיינים וכלל התוצרים והכלים הפרסומיים.
- 5.4. הענקת השירותים עבור קמפיינים, תוצרים וכלים לפלטפורמות האופף ליין כגון: מודעות, תשדירים, סרטים ותסריטים, שילוט, ותוכן, ולפלטפורמות האון ליין, כגון: פוסטים, גיפ, וידאו, רילס, וסטוריס, אימג'ים, באנרים, קרוסלות, עמודי הנחיתה ומיניסטיים, טפסים, טפסי לידים, פופ אפים באתר אפקה, מודעות דינאמיות, דיוורים וחברות דיגיטליים, תוכן, כתבות, מתחמים, בלוגים, וכל כלי פורמט קיים או שיהיה.
- 5.5. שינויים ותיקונים, התאמות גודל, נגזרות, התאמות למסכים רספונסיבים ותחזוקה שוטפת של כל הכלים הפרסומיים.
- 5.6. בהינתן וידרשו שינויים בקריאטיב לצורך אופטימיזציה או כל שינוי אחר אחרי עליית הקמפיין לאוויר, אם מדרישת המכללה או דרישת החברה, באחריות החברה לעדכן על הצורך בשינויי הקריאטיב ולפעול במהירות האפשרית להכנת ותיקון התוצרים הקריאטיביים החדשים והחלפתם.
- 5.7. כלל הפעולות להוצאה והפקת התוצרים בפועל, כגון- הכנה, בניה, הנגשת החומרים לפי דרישות הדין בנושא, סגירות, תכנות, פיתוח, קידוד, התממשקות, פיקסלים, הטמעות, העברות קבצים, העלאות והגשות.
- 5.8. למען הסר ספק, כלל השירותים המצוינים בסעיף זה, יכללו בתכולת הריטיינר.

**6. אסטרטגיה**

- 6.1. אסטרטגיה מותגית ופלינג.
- 6.2. גיבוש אסטרטגיה לפעילויות ולבריפים השוטפים.
- 6.3. ליווי מחקרים וסקרי שוק. 6.4.
- הכנת מצגות וסקירות.
- 6.5. מידענות ואנליזה על מגמות בקטגוריה והתחרות.

- 6.6. עדכון ומעקב שוטף אחר מגמות רלוונטיות לתחומי עיסוקה של אפקה וכן לאילו הקשורים לעולמות הפרסומיים והדיגיטלים.
- 6.7. פעם בשנה חידושים בעולמות הדיגיטל, הפרסום והדאטא.
- 6.8. מצגת מתחרים- החברה תכין ותציג לפחות אחת לרבעון, וככל שיידרש, מצגת הכוללת ניתוח אסטרטגיה ומסרים, ובשותפות צוותי המדיה, ניתוח מדיה והיקפי פרסום (לפי נתוני יפעת).
- 6.9. למען הסר ספק, כלל השירותים המצוינים בסעיף זה, יכללו בתכולת הריטיינר.

## 7. הפקות

- 7.1. ליווי שוטף של מתן השירותים ע"י ספקי משנה כגון- הפקות, צילומים, קריינות, תוכן, עריכות, הקלטות, פיקוח דפוס וכיוצ"ב.
- 7.2. הצעות מחיר ועלויות ההפקה וספקי המשנה יאושרו מראש ובכתב ע"י המכללה. המכללה רשאית לדרוש מהחברה הצעות מחיר נוספות ממספר ספקים.
- 7.3. המכללה רשאית לפנות בעצמה לספקי משנה לקבלת הצעות מחיר. ככל שהמכללה תאשר את ההצעות מהספקים מטעמה, החברה תנהל ותהא אחראית על השירותים שיוענקו באמצעות הספק הנבחר.
- 7.4. הצעות המחיר יוגשו בפירוט עלויות עבור על פעולה ומול כל ספק.
- 7.5. מובהר כי על החברה לנהל מו"מ על הצעות המחיר בנושאים המוזמנים מספקים חיצוניים ולהציג למכללה את טווח המחירים וההצעות שהתקבלו לפני קבלתן.
- 7.6. במקרה של הזמנת שירותים מספק משנה החברה תהיה האחראית לאיכות המקצועית של התוצרים, הלו"ז והתנהלות הספקים.
- 7.7. למען הסר ספק, כלל שירותי הליווי השוטף המצוינים בסעיף זה, יכללו בתכולת הריטיינר. עמלת הפקה תשולם לחברה רק בגין ביצוע השירותים של ספק משנה בפועל, כנגד הצעת מחיר שאושרה בכתב ומראש ע"י המכללה.

## 8. שירותי מדיה-כללי

- 8.1. שירותי תכנון, קידום, ניהול ורכש מדיה אופ ליין ואון ליין, עבור כלל התוצרים למסכים ופלטפורמות המדיה הקיימות והעתידיות, לרבות מדיה מגזרית, בין אם יוכנו ע"י המציע או ע"י החברה ו/או ספקים מטעמה.
- 8.2. שירותי תכנון ורכש מדיה אופ ליין, ניתן לספק באמצעות ספק משנה מטעם המציע, שיאושר מראש ע"י המכללה.
- 8.3. שירותי מדיה און ליין יסופקו ע"י המציע בעצמו.

- 8.4. אסטרטגיית מדיה בהתאם למטרות, יעדי הברף, סגמנטציה, מסע הלקוח והתקציב. האסטרטגיה תאושר על ידי המכללה לפני תחילת מתן השירותים עבור כל קמפיין.
- 8.5. שירותי המדיה יסופקו וינהלו מול המכללה ע"י החברה כגוף אחד, תוך הקפדה על אינטגרציית פלטפורמות, יעדים אינטגרטיביים ותקציבים לכל פעילות וקמפיין.
- 8.6. תוכניות המדיה יכללו את פירוט הפלטפורמות, הכלים, המועדים, היעדים, אומדן עלויות והוצאות, כולל פריסות וגאנטים.
- 8.7. לקראת כל קמפיין, החברה תנהל מו"מ על מחירים, שיריון מיקומים והעברת תוצרים לפלטפורמות. החברה תציג למכללה את תוצאות המשא ומתן ואת ההצעות בטרם בחירתן.
- 8.8. ככל שעלויות עבור פריטי מדיה אינם מופיעים בהצעה הכספית, על החברה לספק את ההצעה המסחרית הטובה ביותר ע"פ המחירים הנהוגים בשוק וע"פ מחירי בקרת המדיה של המכללה. המכללה איננה מתחייבת לקבל את ההצעות כאמור ורשאית לפנות לקבלת השירותים לספק אחר או לפנות ישירות מול פלטפורמות המדיה, הכל על פי שיקול דעתה הבלעדי.
- 8.9. הקמפיינים יוגשו באמצעות מערכות הגשה ו/או מערכות ניהול בכל טכנולוגיה נדרשת. עלות השימוש במערכות כנגד הצעת מחיר שתאושר ע"י המכללה מראש ואינן כלולות בעלויות המדיה.
- 8.10. בכל הצעת מחיר יש לקחת בחשבון מיקומים מועדפים, בונסים, שדרוגים, הזדמנויות, פילרים וכל פעולה העשויה לשפר את נראות ותוצאות הקמפיין.
- 8.11. החברה תכין ותציג אחת לרבעון מצגת מדיה הכוללת נתונים אודות הוצאות המדיה של המכללה באון ליין ובאוף ליין בחלוקה לקמפיינים, פלטפורמות, דסק טופ / מובייל, בשיוך לנראות התוצרים הקריאטיבים שעלו בכל קמפיין, סיכום תהליכי האופטימיזציה שבוצעו, תובנות, הפקת לקחים והמלצות לרבעון העתידי.
- 8.12. החברה תכין ותציג לפחות אחת לרבעון, וככל שיידרש, מצגת מתחרים הכוללת ניתוח מדיה, היקפי פרסום (לפי נתוני יפעת) וניתוח אסטרטגיה ומסרים, בשותפות מחלקת האסטרטגיה, כחלק ממתן השירותים הכלולים בעבודת המדיה והריטיינר.

## 9. קמפיינים דיגיטליים

- 9.1. ניהול הקמפיינים יתבצעו מתוך נכסיה הדיגיטליים, חשבונות הפרסום Business Manager של המכללה.
- 9.2. למכללה תוענק גישת מנהל לחשבונות עם שקיפות מלאה, לרבות חיבור לדשבורדים Live ללא עלות נוספת.

- 9.3. ניהול כלל שירותי הדיגיטל, החל מניהול לקוח, ניהול ורכש הקמפיינים וכלל הפעולות הנדרשות להוצאת והעלאת הקמפיינים, יוענקו ע"י המציע בעצמו בלבד.
- 9.4. ניהול הקמפיינים יערך באמצעות דשבורד מעקב קמפיינים live עם גישה למכללה בכל נקודת זמן בקמפיין.
- 9.5. ביצוע Set up לקמפיינים, מעקבים ואיוונטים, פילוח, סגמנטציה, מסע הלקוח, טרגוט, תיוג, קודי רימרקטינג/המרה, צביעת קהלים וכיוצ"ב.
- 9.6. החברה תבצע אנליזה יום יומית לאורך כל תקופת הקמפיין לכל שלבי הפאנל, ביצוע A/B Testing וכל נתון שיידרש בהתאם למטרות הקמפיין ומיקסום התוצאות.
- 9.7. כל ניהול קמפיין יכלול ניתוח, אופטימיזציה, מדידה, בקרה, דיווח, הסקת מסקנות, הפקת לקחים והמלצות לשיפור.
- 9.8. באחריות החברה כי כל התוצרים הדיגיטליים, לרבות עמודי הנחיתה יהיו מונגשים על פי כל דין ויהיו מותאמים לכל פלטפורמות האון ליין, כחלק ממתן השירותים.
- 9.9. למען הסר ספק, כלל השירותים המצוינים בסעיף זה, יכללו בתכולת הריטיינר.

#### **9.10 דו"חות וסיכומי קמפיינים**

- 9.10.1. במשך תקופת ניהול הקמפיינים, החברה תעביר באופן שוטף דו"חות במועדים שהמכללה תדרוש בהתאם לכל בריף ולהתפתחות הקמפיינים, עמידה בקצב השגת היעדים, המלצות לשיפור, אופטימיזציה ובכל עת שהמכללה תדרוש.
- 9.10.2. הגשת דו"חות עלייה, דו"חות ביניים וסיום קמפיין.
- 9.10.3. הדו"חות יכללו בין היתר ניתוחים אינטגרטיביים, תנועות גולשים, את כלל הביצועים ביחס להתחייבויות והיעדים, מסע הלקוח, כיסויים אחודים, כמות חשיפות, יוניקים, ריטנשיין, אחוזי הקלקה, שעורי צפיה /נטישות, עלויות, CTR, המרות, לידיים וכל נתון שהמכללה תדרוש.
- 9.10.4. הדו"חות יכללו צילומי מסך של כל הכלים והתוצרים.
- 9.10.5. הגשת דו"חות פעמיים בשבוע באופן שוטף
- 9.10.6. עם סיום קמפיין הצגת מצגת מסכמת ביחס ל KPI, תקציב, הסקת מסקנות והמלצות להמשך.
- 9.10.7. החברה תגיש במסגרת הסיכומים וההמלצות, השוואה לקמפיינים קודמים ומיקסום התוצאות.

- 9.11. על החברה להיות ערוכה בכל נק' זמן לניהול קמפיינים דיגיטליים הכרוכים לעיתים בעלייה מהירה וירידה מהירה. זמני עליית הקמפיינים יתכנו בטווחי זמן קצרים, אחרי שעות הפעילות ובסופ"ש.
- 9.12. הקמה, ניהול ותחזוקה של כלל עמודי הנחיתה לכלל הקמפיינים והפעילויות באפקה והפופאפים באתר אפקה. כולל: תכנון, עיצוב, התממשקות למערכות אפקה, הנגשה, עדכונים שוטפים, פיקסלים, איסוף נתונים, צביעת קהלים.
- 9.13. למען הסר ספק, כלל השירותים המצוינים בסעיף זה, יכללו בתכולת הריטיינר.

#### 10. קידום תוכן

- 10.1. ליווי, יעוץ, כתיבת כתבות תוכן, ראיונות ומתחמים עבור פרסומים בפלטפורמות תוכן פרוגרמטיות כגון טאבולה ו/או אטבריינ, עבור דיוורים, מגזינים דיגיטליים או עבור כל פלטפורמת תוכן אחרת.
- 10.2. שירותי ניהול תוכן בנכסים הדיגיטליים, ככל שידרש. התמורה תשולם בהתאם להצעת מחיר שתאושר מראש ובכתב ע"י המכללה.

#### 11. סושיאל

- 11.1. למכללה צוות פנימי לניהול עמודי רשתות חברתיות ולקידום ממומן של הפעילות.
- 11.2. למרות האמור בסעיף 11.1, המכללה עשויה להזדקק לשירותי ניהול העמודים. ככל שהחברה תידרש לספק שירותי ניהול עמודים, יהיה עליה להעניק, בין היתר, את השירותים המפורטים להלן, והתמורה תשולם בהתאם להצעת מחיר שתאושר מראש ובכתב ע"י המכללה.
- 11.2.1. בניית אסטרטגיית פעילות ברשתות החברתיות, בהתאמה לכל פלטפורמה.
- 11.2.2. הכנת גאנט פעילות הכולל את פעילויותיה השוטפות של המכללה, ימים מיוחדים ו/או אירועים רלוונטיים חיצוניים.
- 11.2.3. יצירה, כתיבה, לעיצוב תכנים מקוריים
- 11.2.4. עבודה מול ועם משפיענים, מיקרו משפיענים, מובילי דעה, בלוגרים וכיוצ"ב.
- 11.2.5. עדכונים, העלאת פוסטים, וידאו, תמונות, מידע, כתבות, מחקרים וכל תוכן אחר בכל כלי פרסומי שידרש.
- 11.2.6. מעקב אחר פעילויות גולשים.
- 11.2.7. מעקב אחר דפי רשתות חברתיות של אגודת הסטודנטים, העלאה ושיתוף.

- 11.2.8. מעקב באמצעות התראות גוגל על אייטמים הקשורים לעולמות התוכן של המכללה ושיתוף תכנים מתאימים בעמודיה.
- 11.2.9. הנעה לפעולה ליצירת קשר עם המכללה, עם וללא קשר לקמפיינים.
- 11.2.10. ניטור ובקרה שיחות, לרבות מענה.
- 11.2.11. מחיקת תגובות שאינן רלוונטיות.
- 11.2.12. כל החומרים שיבוצעו על ידי החברה יעמדו בדרישות הנגישות על פי הדין וניתן יהיה לפרסמם מיידית ללא צורך בהתאמות נגישות נוספות.

## 12. צוותי החברה

- 12.1. המציע יעמיד לטובת מתן השירותים ולאורך כל תקופת ההתקשרות, צוותים מקצועיים בעלי ידע, תודעת שירות גבוהה ובעלי ניסיון עבור מתן השירותים.
- 12.2. הצוותים יהיו בעלי ניסיון מוכח בענף הפרסום והדיגיטל, התקשורת השיווקית והמדיה, בהובלה ויצירת מהלכים וקמפיינים ובהתמודדות עם אתגרים שיווקיים פרסומיים.

### 12.3. בעלי התפקידים למתן השירותים

- 12.3.1. בעלים של המשרד ו/או שותף ו/או מנכ"ל המשרד, נדרשים למעורבות מקצועית וניהולית מלאה בכל מתן השירותים האסטרטגיים והשוטפים, לרבות השתתפות בפגישות שוטפות ע"פ דרישת המכללה.
- 12.3.2. איש ניהול לקוח, בדרג הבכיר ביותר במשרד, לעבודה מול נציג המכללה או מי מטעמה.
- 12.3.2.1. איש ניהול הלקוח יהיה אחראי על כל ההתנהלות המקצועית והשירותית, לרבות זמינות הצוותים, עמידה בלו"ז וכ"א.
- 12.3.2.2. איש ניהול הלקוח יהיה עובד שכיר של המציע הזוכה. החלפתו תהיה מותנית באישור מראש של המכללה ובהסכמתה.
- 12.3.3. צוותי ניהול הלקוח והדיגיטל להלן, יאושרו ע"י המכללה וזו רשאית לדרוש את החלפת מי מבעלי מהאנשים המאיישים את תפקידים אילו. החברה רשאית להחליף את מי מאנשי הצוות, אך ורק באישור המכללה מראש ותוך התחייבות כי בעלי התפקידים החדשים, יהיו בעלי ניסיון מקצועי זהה לנדרש במכרז זה.
- 12.3.4. צוות קבוע לניהול לקוח ודיגיטל אשר הם עובדים שכירים בחברה.
- 12.3.4.1. צוות ניהול לקוח:
- 12.3.4.1.1. תקציבאי, לפחות שנתיים ניסיון, כאיש קשר לפעילות השוטפת און ליין ואוף ליין.



- 12.3.4.1.2. סופרוויזר – לפחות 3 שנות ניסיון.
- 12.3.4.1.3. מנהל לקוחות / סמנכ"ל לקוחות- לפחות 5 שנות ניסיון.
- 12.3.4.2. מנהל מחלקת דיגיטל ומנהל קמפיינים Hands On - בעלי הניסיון וההכשרות:
- 12.3.4.2.1.1. מנהל מחלקת הדיגיטל- לפחות 7 לפחות שנות ניסיון ניהולי.
- 12.3.4.2.1.2. מנהל קמפיינים Hands On - לפחות 5 שנות ניסיון.
- 12.3.4.2.1.3. מעבר לניסיון לשנות הניסיון לעיל, מנהל המחלקה ומנהל הקמפיינים, יהיו בעלי מומחיות בתכנון, ניהול, קידום ורכש מדיה במערכות פרוגרמטיות, לרבות בפלטפורמות תוכן.
- 12.3.4.2.1.4. ניסיון בניהול וקידום קמפיינים להשגת לידים.
- 12.3.4.2.1.5. בעלי תעודת הסמכה רלוונטית מטעם Meta ו Google לפחות מהשנתיים האחרונות.
- 12.3.4.2.1.6. צוות הדיגיטל מקבל שירות ותמיכה מקצועית לאורך כל שעות העבודה מצוותי פלטפורמות המדיה Google, Meta, LinkedIn, Outbrain, Taboola שנמצאים בישראל.
- 12.3.4.2.2. אנליסט
- 12.3.4.3. מנהל האסטרטגיה הבכיר, ופלנר בעל 5 שנות ניסיון לפחות.
- 12.3.4.4. מנהל הקריאיטיב הבכיר וצוות קריאיטיב- עיצוב, קופירייטינג, תוכן וכתיבה.
- 12.3.4.5. סטודיו גרפיקה ותכנות וכל הפעולות הטכנולוגיות הנדרשות לצורך הוצאת השירותים.
- 12.3.4.6. הפקה.
- 12.3.5. כל בעלי התפקידים יהיו כפופים למנהל בדרג הבכיר במשרד בתחום הרלוונטי.
- 12.3.6. החברה נדרשת להיות ערוכה בכל נקודת זמן בתקופת ההתקשרות ולהעמיד צוות מלא לצורך אספקת השירותים באופן המקצועי ביותר, ובהתאם להיקפי הפעילות המשתנים מעת לעת של המכללה.

### 13. צוות ספק המשנה מדיה אופ ליין

- 13.1. מנהל בכיר וצוות אופ ליין אצל ספק המשנה- פלנר, Buyer/ תקציבאי מדיה.
- 13.2. המכללה רשאית לפנות ולהתנהל באופן ישיר בכל דבר ועניין מול צוות המדיה.

#### 14. הזמנות מספקי משנה

- 14.1. בהענקת חלק מן השירותים באמצעות ספקי משנה, כגון: הפקת סרטים, בימוי, צילום, מוסיקה, אולפנים, עריכות, קריינות וכיו"ב, על החברה להעביר למכללה מראש ובכתב, מספר הצעות מחיר כפי שיקבע על ידה עבור שירותי ספק המשנה.
- 14.2. ניהול ואחריות מקצועית יהיו של החברה, עבור כלל עבודת ספקי המשנה ותוצריהם, בין אם ספק המשנה מטעם החברה או מטעם המכללה, לרבות איכות התוצרים המקצועיים, איכות נותני השירותים עצמם, ניהול מו"מ כספי, תשלום, ועמידה בלו"ז.
- 14.3. בגין ניהול מקצועי ואחריות על השירותים באמצעות ספקי המשנה, תינתן למציע הזוכה עמלת ספקי משנה.
- 14.4. המכללה איננה מתחייבת לקבל את הצעות ספקי המשנה מטעם החברה, ויכולה להציע ספקי משנה מטעמה.
- 14.5. החברה מתחייבת שלא לקבל תמורה כלשהי מספקי המשנה במישרין או בעקיפין.
- 14.6. התמורה בגין תשלום המציע לספק המשנה, תעשה בהתאם לתנאי התשלום הקבועים במכרז זה ובכפוף לחשבוניות חיוב ופירוט העבודה מספק המשנה.

#### 15. הוראות נוספות

- 15.1. הגורם המרכזי המקצועי הבכיר מטעם אפקה לעבודה מול המציע יהיה מנהל.ת. השיווק או מי מאנשיו.
- 15.2. המכללה אינה מתחייבת להיקף פעילות של השירותים בהתבסס על שנים קודמות, או ניסיון העבר או ציפייה לקבל היקף עבודות כלשהו.
- 15.3. כל התוכניות, הרעיונות וההצעות שיוגשו למכללה על ידי החברה, יתבססו על בדיקה מקדמית של יכולות הפקה, עמידה בלוחות זמנים, אומדנים תקציביים וזמינות במדיה, והכל בכפוף לתקציבים שהוגדו מראש על ידי המכללה ובהתאמה לקהלי היעד.
- 15.4. אין בנספח זה או ביתר הוראות ההסכם כדי להעניק בלעדיות כלשהי לחברה. המכללה רשאית להתקשר עם נותני שירותים אחרים לצורך קבלת שירותים. על החברה לשתף פעולה בכל הקשור לאספקת השירותים, העברת חומרים לספקים או לאמצעי מדיה שלא נרכשו באמצעות החברה, ולדרוש מהחברה להתקשר מול אותם גורמים עפ"י שיקול דעתה הבלעדי.
- 15.5. כל הוצאה לפועל של תוכנית פרסום ו/או מדיה ו/או הפקה ו/או כל הוצאה תקציבית הכרוכה במתן השירותים, תלויה באישור מראש ובכתב של המכללה.
- 15.6. החברה תהיה אחראית על ניהול משא ומתן והתקשרות עם כל אנשי המקצוע, ספקים, קבלני משנה ונותני שירותים אחרים הנדרשים, לרבות קבלת הצעות מחיר, זכויות

- שימוש, לוחות זמנים, אחריות מקצועית, הנגשה ואיכות התוצרים והעברת תוצרים בפורמטים שידרשו והכל ללא תמורה.
- 15.7. על המציע הזוכה לשתף פעולה בכל הקשור להעברת חומרים לספקים אחרים או לאמצעי מדיה שלא נרכשו באמצעות המציע הזוכה.
- 15.8. התמורה בגין הצעות מחיר שאושרו, תתבצע רק לאחר הגשת אסמכתאות ביצוע ואישורים חתומים מראש ע"י המכללה. בכל מקרה התמורה תתבצע בגין ביצוע השירותים.
- 15.9. החברה מחויבת לספק באופן שוטף וקבוע עבור כל פעילות שוטפת ופעילות הקשורה לשירותי מדיה, דו"חות ביצוע, הוכחות מקור, חשבוניות, צילומי מסך וכל מסמך אחר להוכחת ביצוע והשגת היעדים, לרבות הוצאות כספיות בפועל.
- 15.10. החברה תרכוש על חשבונה את הפונט הנדרש על פי הנחיות ספר המותג של המכללה ואת זכויות השימוש בו.
- 15.11. החברה תספק הצעות חלופיות ותיקונים לתוצרים השונים עד לשביעות רצונה ואישור הסופי של המכללה, ללא הגבלה וללא חיובים נוספים. היה ויידרשו תיקונים או שינויים בתוצרים, אזי על החברה לשתף פעולה בביצוע השינויים והתיקונים, תוך זמינות הצוות ונכונות לשינויים מהירים ולהתנהלות מול הספקים הנוספים.
- 15.12. בסיום ההתקשרות המציע יבטל את ההרשאות שניתנו לו לחשבונות במידי, ויחזיר למכללה את כל החומרים והתוצרים השייכים לה עד 14 יום, בקבצים פתוחים או בכל פורמט אחר שהיא תדרוש, ללא כל עלות.
- 15.13. כלל החומרים והתוצרים יהיו שייכים לחברה והזכויות בהן יהיו שייכים לה.
- 15.14. עלויות הפקה יכללו לחיוב רק את ההוצאות שהוצאו בפועל ובמישרין כתשלום בגין פעילויות ההפקה שהוגדרו ואושרו במפורש ומראש על ידי המכללה וכנגד הצגת קבלות ו/או הוכחת ביצוע שתספק את המכללה. בהקשר זה מובהר, כי עלויות נלוות שאינן עלויות הפקת הקמפיין עצמו, לרבות עלויות בגין עובדים, דיווחים, הנפקת דוחות לחברה, חניות, משלוחי דוא"ל ודואר, צילומים, כוח האדם, אחריות, ביטוח וכיו"ב וכן ארוחות, נסיעות, ציוד ואמצעים טכנולוגיים שאינם חלק מהפקה של קמפיין קונקרטי ואושרו מראש במסגרת הצעת מחיר/תקציב לעלויות ההפקה, יהיו באחריות החברה וישולמו על ידה מבלי שתהיה זכאית בגינם לכל תשלום ו/או שיפוי מטעם המכללה.

## 16. שימוש במערכות טכנולוגיות ופעולות לצורך הכנת תוצרים

- 16.1. פעולות ושימושים הכלולים בריטיינר:
- 16.1.1. החברה תשתמש בכל מערכת טכנולוגית או כלים פרסומיים עדכניים לצורך מתן שירותים מקצועיים ומתקדמים.

- 16.1.2. שירותי התממשקות לכל מערכות המכללה, כגון- ל crm, ו/או אתר המכללה ו/או מערכות טכנולוגית אחרת.
- 16.1.3. תכנות, קידוד, לינקים, פיקסלים וכל פעולה דומה הנדרשת להוצאת תוצרים כלים לקמפיינים הדיגיטליים.
- 16.1.4. מנויים ושימוש בתוכנות AI ומאגרי תמונות /מאגרי סרטים.
- 16.1.5. מערכת ניהול דפי נחיתה ופופ אפים באתר אפקה הממומשקים למערכות החברה לקבלת לידיים ומונגשים.
- 16.2. בכל עיצוב ויצירה קריאטיבית שנעשה בה שימוש בבינה מלאכותית, החברה תעדכן מראש את המכללה.
- 16.3. כל הכרוך בשימוש במערכות הטכנולוגיות, והזכויות המשפטיות שיוצרו, יהיו באחריות הספק בלבד.
- 16.4. כל תוצרי החברה יועברו למכללה מונגשים בהתאם לדין ולא תידרש עבודת הנגשה נוספת לצורך פרסומם.

#### 17. שירותים נוספים

- 17.1. המכללה רשאית לגרוע או להוסיף לתכולת השירותים ע"פ התקשרות זו, שירותים נוספים אשר לא נכללו במפורש במסמכי המכרז או בנספח זה.
- 17.2. המכללה רשאית להורות לחברה לבצע כל פעולה נוספת המהווה על פי טיבה וטבעה או על פי נוהג, כחלק בלתי נפרד מהשירותים.
- 17.3. בגין השירותים הנוספים לא תינתן תמורה נוספת, והתשלום עבורם יעשה בהתאם למחירון פריטי המדיה והעמלות המופיעים בנספח ההצעה הכספית או הצעת מחיר עבור פריטים שאינם מופיעים ובכל מקרה, שירותים אילו יהיו כחלק מהריטיינר.

#### 18. שירותים חיצוניים

- 18.1. עבור קבלת שירותים שאינם מנוהלים ע"י המציע הזוכה אך משולמים דרכו, ויסופקו באמצעות ספקים חיצוניים מטעם המכללה או מטעם החברה, למעט התשלום לפרזנטור ולגל"צ/גלגל"צ.
- 18.2. בגין השירות החברה תקבל עמלת "ספקים חיצוניים", בהתאם לעמלה הקבועה בנספח ההצעה הכספית.

#### 19. רמת שירות נדרשת מצוות החברה

- 19.1. על צוות החברה להיות זמין לרשות המכללה בהתאם לצרכיה ודרישותיה בכל נקודת זמן, גם בשעות עבודה לא שגרתיות ובהתראה מיידית, לרבות הגעה לשיבות פיזיות במשרדי המכללה ובמתקניה.
- 19.2. הצוות יעניק את השירותים במחויבות, תוך למידה מתמדת של צרכי המכללה והצעת יוזמות והצעות חדשניות.
- 19.3. הצוות יפעל בשקיפות מלאה בכל ההתנהלות.
- 19.4. בתקופות המאופיינות בפעילות תקשורתית רבה, כגון ימים פתוחים ו/או כל תקופה אחרת, באחריות החברה לתגבר את הצוותים הרלוונטיים מראש.
- 19.5. הצוותים יספקו את השירותים בזמינות מלאה לבקשות, התייעצויות וכל הנדרש למתן השירותים, עמידה בלו"זים, ביעדים ובהיקפי תקציבים שיוגדרו.
- 19.6. צוות החברה יעבוד בשיתוף פעולה עם שאר ספקי המכללה.

20. sla

לוחות זמנים להעלאת קמפיינים:

גובה וסכום הפיצוי	רמת שירות נדרשת	לוחות זמנים
קנס בסך 1000 ש"ח	עד שעתיים	עליית קמפיין מרגע אישור החומרים הסופיים
קנס בסך 1000 ש"ח	עד 24 שעות, בהתאם לסוג התיקון	עדכון קמפיין קיים מסר, עיצוב ועלייה לאוויר
קנס בסך 1000 ש"ח	עד 48 שעות, לפי העניין	קמפיין תגובה למצב השוק בהעלאת קמפיין חדש

**נספח ג' – ביטוח**

תאריך הנפקת האישור (DD/MM/YYYY)		אישור קיום ביטוחים/אישור על הסכמה לעריכת ביטוח בלבד**		
<p><b>באישור קיום ביטוחים תבוא הפיקסה הבאת:</b> אישור ביטוח זה מחוזה אסמכתא לכך שלמבוטח ישנה פוליסת ביטוח בתוקף, בהתאם למידע המפורט בה. המידע המפורט באישור זה אינו כולל את כל תנאי הפוליסת וחריגות. יחד עם זאת, במקרה של סתירה בין התנאים שמפורטים באישור זה לבין התנאים הקבועים בפוליסת הביטוח יגבר האמור בפוליסת הביטוח למעט במקרה שבו תנאי האישור זה מטיב עם מבקש האישור.</p> <p><b>באישור על הסכמה לעריכת ביטוח תבוא הפיקסה הבאת:</b> אישור זה מחוזה אסמכתא לכך שהמועמד לביטוח קיבל הצעת ביטוח, בהתאם למידע המפורט בה. המידע המפורט באישור זה אינו כולל את כל תנאי ההצעה וחריגות. יחד עם זאת, במקרה של סתירה בין התנאים שמפורטים באישור זה לבין התנאים הקבועים בהצעת יגבר האמור בהצעת למעט במקרה שבו תנאי האישור זה מטיב עם מבקש האישור. אישור זה אינו מחוזה אישור על קיומה של פוליסת תקפה.</p>				
מבקש האישור הראשי	גורמים נוספים הקשורים למבקש האישור וייחשבו כמבקש האישור*	המבוטח/המועמד לביטוח**	אופי העסקה והעיסוק המבוטח*	מעמד מבקש האישור**
שם:	שם:	שם: <b>אמקה המכללה האקדמית להנדסה בת"א</b>	אופי העסקה: <input type="checkbox"/> נדלי"ן <input checked="" type="checkbox"/> שירותים <input type="checkbox"/> אספקת מוצרים <input type="checkbox"/> אחר: _____	<input type="checkbox"/> משכיר <input type="checkbox"/> שוכר <input type="checkbox"/> זכיון <input type="checkbox"/> קבלני משנה <input checked="" type="checkbox"/> מזמין שירותים <input type="checkbox"/> מזמין מוצרים <input type="checkbox"/> אחר: _____
ח.פ.:	ת.ח.ז.פ.:	ח.פ. 580260164	העיסוק המבוטח: _____	
	מען:	מען: מבצע קדש 38 תל אביב		
	תיאור הקשר למבקש האישור הראשי: חברה אם ו/או בת ו/או אחות ו/או קשורה ו/או שלובה ו/או חלק מקבוצה.			

כסויים	סוג הביטוח חלוקה לפי גבולות אחריות או סכומי ביטוח	מספר הפוליסה***	נוסח ומחזור רת הפולי סה***	תאריך תחילה נתינת תהוין תאריך רטרואקטיב	תאריך סיום נתינת תהוין תאריך רטרואקטיב	גבול אחריות לכלל פעולות המבוטח, סכום ביטוח לקבוצה	השתתפות עצמית (אין חובה להציג נתון זה)	מסבג	כסויים נוספים בתוקף וביטול חריגים ****
	צד שלישי					8,000,000		נח	309, 307, 304, 302, 337, 336, 328, 322, 349, 348, 345, 343
	חבות מעבידים					20,000,000			342, 328, 319, 309, 350, 344
	אחריות מקצועית					5,000,000			310, 304, 302, 12 -332, 328 חודשים
	אחריות מוצר					5,000,000			310, 304, 302, 12 -332, 328 חודשים

**פירוט השירותים** (בכפוף, לשירותים המפורטים בהסכם בין המבוטח למבקש האישור, יש לציין את קוד השירות מתוך הרשימה הסגורה המפורטת בנספח' כמי שממורסם על ידי רשות שוק ההון, ביטוח וחיסכון. ניתן להציג בנוסף גם המלל המוצג לצד הקוד ברשימה הסגורה\*:

104 – שרונת פרסום שיווק ומדיה

**ביטול/שינוי הפוליסה \***  
שינוי לרעת מבקש האישור או ביטול של פוליסת ביטוח, לא ייכנס לתוקף אלא **60 יום** לאחר משלוח הודעה למבקש האישור בדבר השינוי או הביטול.

**תוקף אישור על הסכמה לעריכת ביטוח בלבד\*\***  
תאריך תום תקופת האישור על הסכמה לעריכת ביטוח (DD/MM/YYYY)\*\*

**חתימת האישור המבוטח:**

\* באישור ביטוח כללי ואישור על הסכמה לעריכת ביטוח ניתן לסמן שדות אלה כשדות שאינם בתוקף.  
 \*\* שדות אלה יומיעו באישור על הסכמה לעריכת ביטוח בלבד.  
 \*\*\* שדות אלה לא יומיעו באישור על הסכמה לעריכת ביטוח.  
 \*\*\*\* יש לציין קוד כיסוי בהתאם לרשימה הסגורה המנויה בנספח ד' כמי שממורסם על ידי רשות שוק ההון, ביטוח וחיסכון. במקרה של קודי כיסוי הכוללים נתון הנדרש למלא, יש להציג בנוסף את המלל המוצג לצד הקוד ברשימה הסגורה.

## נספח ד' ערבות ביצוע

תאריך: \_\_\_\_\_

לכבוד:

### אפקה המכללה האקדמית להנדסה בת"א

#### הנדון: ערבות בנקאית להסכם

על פי בקשת \_\_\_\_\_ (להלן: "המבקשים"), אנו ערבים בזאת כלפיכם לסילוק כל סכום עד לסך של 50,000 ₪ (במילים: חמישים אלף שקלים חדשים), בתוספת הפרשי הצמדה למדד הנובעים מהצמדת הסך הנ"ל למדד, כמפורט להלן (להלן: "הפרשי הצמדה"), שתדרשו מאת המבקשים בקשר להסכם למתן שירותי פרסום, דיגיטל, קריאייטיב ורכש מדיה במסגרת מכרז 11/2024.

אנו מתחייבים לשלם לכם כל סכום או סכומים עד לסך הנ"ל, תוך 7 ימים מיום דרישתכם בכתב שתגיע אלינו, מבלי להטיל עליכם לבסס את דרישתכם או לדרוש את הסכום תחילה מאת המבקשים.

ערבות זו הינה בלתי חוזרת ובלתי תלויה ולא ניתנת לביטול, ולא יהיה צורך להוכיח את דרישתכם על פיה בהליך משפטי, או באופן אחר, ולא תהיו חייבים להגיש תחילה, לשם קבלת תשלום על פיה, תביעה משפטית נגד המבקשים, ולדרוש תחילה תשלום מאת המבקשים.

במכתבנו זה: "מדד" - מדד המחירים לצרכן, המתפרסם על ידי הלשכה המרכזית לסטטיסטיקה ולמחקר כללי.

הפרשי ההצמדה יחושבו כדלקמן:

אם יתברר מתוך המדד שפורסם לאחרונה לפני התשלום בפועל, על פי ערבות זו (להלן: "המדד החדש"), כי המדד החדש עלה לעומת המדד בגין חודש \_\_\_\_\_ (להלן: "המדד היסודי") יהיו הפרשי ההצמדה סכום השווה להכפלת המדד החדש בסכום הקרן המצויין כדרישתכם הנ"ל, מחולק במדד היסודי.

ערבות זו תישאר בתוקפה עד \_\_\_\_\_ ועד בכלל. דרישה שתימסר לנו אחרי המועד הנ"ל לא תיענה.

ערבות זו אינה ניתנת להעברה או להסבה.

בכבוד רב,



## נספח ה' – התחייבות לשמירת סודיות ודרישות אבטחת מידע

[יש להגיש חתום על ידי המציע ועל ידי כל אחד מאנשי הצוות הנוספים (ככל ורלוונטי), כל אחד בנפרד]

לכבוד  
אפקה – המכללה האקדמית להנדסה בתל אביב ("אפקה")  
רח' מבצע קדש 38  
תל אביב

ג.א.ב.,

### הנדון: התחייבות בלתי חוזרת לשמירה על סודיות ועל דרישות אבטחת מידע

#### בטופס המוגש על ידי המציע:

אני הח"מ, \_\_\_\_\_, ת.ז. \_\_\_\_\_, מטעם \_\_\_\_\_, מס' \_\_\_\_\_  
רישום \_\_\_\_\_ ("המציע"), המגיש הצעה בקשר עם מכרז שמספרו 11/24 למתן  
שירותי פרסום, דיגיטל, קריאייטיב ורכש מדיה עבור אפקה ("המכרז"), לאחר שהוזהרתי כי  
עלי לומר את האמת וכי אהיה צפוי לעונשים הקבועים בחוק אם לא אעשה כן, מצהיר ומתחייב  
כדלקמן:

#### בטופס המוגש על ידי איש צוות נוסף מטעם המציע:

אני הח"מ, \_\_\_\_\_, ת.ז. \_\_\_\_\_, המוצע כאיש צוות מטעם המציע,  
המגיש הצעה בקשר עם המכרז, לאחר שהוזהרתי כי עלי לומר את האמת וכי אהיה צפוי  
לעונשים הקבועים בחוק אם לא אעשה כן, מצהיר ומתחייב כדלקמן:

1. לשמור על סודיות מוחלטת ביחס לכל מידע שנכלל במסמכי המכרז, וכן ביחס לכל מידע בקשר לאפקה, עובדיה, ספקיה, מידע ניהולי, עסקי, מחקרי, פיננסי וכל מידע אחר שהגיע לידיעתנו במסגרת המכרז ו/או מימושו ("המידע"), ולמנוע כל פרסום ו/או גילוי של המידע ו/או שימוש בו, בכל דרך שהיא ובכל זמן שהוא.
2. לא לעשות כל שימוש במידע על ידיו ו/או עובדיו ו/או מי מטעמנו ו/או באמצעות אחרים, ולא להעביר ו/או למסור כל מידע לצד שלישי, לכל מטרה ומכל סיבה שהיא, לרבות במסגרת הליכים משפטיים כלשהם, אלא אם התקבל אישור מכם מראש ובכתב לגבי מסירת המידע והיקף המידע הנמסר.
3. למלא את כל התנאים הקבועים בכל דין בקשר למידע, לרבות אלה הקבועים בחוק הגנת הפרטיות, תשמ"א-1981 והתקנות שהותקנו על פיו.
4. לעשות את כל הסידורים הדרושים לשמירת המידע, להגביל את הגישה למידע אך ורק לעובדיו המורשים לכך.
5. לעמוד בדרישות אבטחת המידע מטעם מאפקה, כפי שיומצאו לידינו מפעם לפעם.
6. אנו נהיה אחראים למילוי האמור בכתב התחייבות זה על ידי עובדיו ו/או כל גורם אחר אשר פועל עבורנו ו/או מטעמנו באספקת השירותים נשוא המכרז. מבלי לגרוע מהתחייבויותינו ואחריותנו - אנו מתחייבים לגרום לכך שעובדים שיש להם גישה לפרטים אישיים ו/או כספיים של אפקה יחתמו על כתב התחייבות אישי לשמירת סודיות, הכולל לכל הפחות את התחייבויותינו כלפי אפקה. כתב התחייבות האישי יבהיר כי התחייבות זו של הינה גם התחייבות כלפי אפקה, והעתקו יומצא לידי אפקה קודם לתחילת עבודתו של העובד ו/או הגורם האחר.

7. אנו מסכימים כי אפקה ו/או מי מטעמה יבצע כל פעולה על פי שיקול דעתה על מנת לוודא את ביצוע התחייבויותינו המפורטות לעיל.
8. אנו מתחייבים כי במשך כל תקופת ההסכם אנו נבצע לעובדינו העוסקים בפעילות עבור אפקה פעם אחת בשנה לפחות, הדרכת ריענון ועדכון בנושא מדיניות, הנחיות ונוהלי אבטחת מידע.
9. בכל מקרה של הפרת התחייבות זו או כל חלק ממנה (על ידינו ו/או על ידי מי מעובדינו ו/או מי מאלה הפועלים מטעמנו ו/או עבורנו), נודיע על כך לאפקה **באופן מיידי**, נבצע את כל הפעולות הדרושות לצורך צמצום הנזקים הכרוכים בהפרת ההתחייבות, ונפצה את אפקה בגין כל הנזקים ו/או ההוצאות הישירים והעקיפים שייגרמו כתוצאה מההפרה, וזאת מבלי לגרוע מזכויותיה של אפקה כלפינו ו/או כלפי עובדינו ו/או כלפי מי שפעל מטעמנו ו/או עבורנו.
10. התחייבויותינו תפורשנה על דרך ההרחבה, והן באות בנוסף לחובתנו לשמירה על סודיות על פי כל דין.
11. התחייבויותינו כאמור במסמך זה הינן התחייבויות בלתי חוזרות ואין הן ניתנות לביטול אלא אם תתקבל הסכמה מראש ובכתב מאת אפקה, ורק לאחר שהשמדנו כל עותק של המידע.

**ולראיה באתי על החתום:**

תאריך	מס' רישיון	חתימת וחותמת עו"ד	תאריך	חתימה וחותמת המציע/איש הצוות הנוסף:
		הנני מאשר בחתימתי כי המצהיר הוזהר על ידי להצהיר את האמת וכי יהיה צפוי לעונשים הקבועים בחוק אם לא יעשה כן ולאחר שהזהרתיו כאמור, אישר את נכונות הצהרתו דלעיל וחתם בפני על תצהיר זה. <u>ביחס למציע שהינו תאגיד יש לאשר בנוסף:</u> הנני מאשר בחתימתי, כי _____, ת.ז. _____, החותם בשם המציע, מוסמך לחתום בשם המציע ולחייבו לצורך המכרז.		

## נספח ו' – כתב הצהרה בדבר היעדר ניגוד עניינים וזיקה אישית

[יש להגיש חתום על ידי המציע ועל ידי כל אחד מאנשי הצוות הנוספים (ככל ורלוונטי), כל אחד בנפרד]

לכבוד

אפקה – המכללה האקדמית להנדסה בתל אביב (להלן: "אפקה")

רחוב מבצע קדש 38

תל אביב

ג.א.נ.,

### הנדון: כתב הצהרה והתחייבות להיעדר ניגוד עניינים וזיקה אישית

□ בטופס המוגש על ידי המציע:

אני הח"מ, \_\_\_\_\_ ת.ז. \_\_\_\_\_, מטעם \_\_\_\_\_, מס' \_\_\_\_\_  
רישום \_\_\_\_\_ ("המציע"), המגיש הצעה בקשר עם מכרז שמספרו 11/2024 למתן  
שירותי פרסום, דיגיטל, קריאייטיב ורכש מדיה עבור אפקה ("המכרז") לאחר שהוזהרתי כי  
עלי לומר את האמת וכי אהיה צפוי לעונשים הקבועים בחוק אם לא אעשה כן, מצהיר ומתחייב  
כדלקמן:

□ בטופס המוגש על ידי איש צוות נוסף מטעם המציע:

אני הח"מ, \_\_\_\_\_ ת.ז. \_\_\_\_\_, המוצע כאיש צוות מטעם המציע,  
המגיש הצעה בקשר עם המכרז, לאחר שהוזהרתי כי עלי לומר את האמת וכי אהיה צפוי  
לעונשים הקבועים בחוק אם לא אעשה כן, מצהיר ומתחייב כדלקמן:

1. אין ולא יהיה לי, במהלך כל תקופת מתן השירותים ו/או ביצוע העבודות עבור אפקה, ניגוד עניינים מכל מין וסוג שהוא, קשרים עסקיים או אישיים או קשרים אחרים או כל עניין אחר שעלול להעמיד אותי במצב של ניגוד עניינים או חשש לקיומו של ניגוד עניינים בקשר עם המכרז והשירותים שאעניק ו/או העבודות שאבצע עבור אפקה בקשר עם המכרז (להלן: "ניגוד עניינים"), למעט כמפורט בסעיף 5 להלן.
2. הנני מתחייב, במהלך כל תקופת מתן השירותים, להימנע מכל פעולה שיש בה או עשוי להיות בה חשש לניגוד עניינים, במישרין או בעקיפין, ובכלל זה להימנע ממתן שירותים או ביצוע עבודות עבור כל גוף או גורם אחר שעיסוקו בתחום לימודים אקדמיים להנדסה, מדעי המחשב ומדעי הנתונים, באופן מלא או חלקי, אשר יעמיד אותי במצב של ניגוד עניינים או חשש לניגוד עניינים כלפי אפקה. בנוסף, אני מתחייב להודיע לאפקה באופן מיידי על כל נתון או מצב אשר בגינם אני עלול להימצא בניגוד עניינים כאמור, מיד עם היוודע לי עליהם וזאת בכל שלב במהלך תקופת ההתקשרות עם אפקה.
3. הנני מתחייב להודיע לאפקה בכתב ובאופן מיידי על כל עניין אישי או עסקי בין בקשר לפעילותי, פעילות משרדי או פעילות כל צד שבו או עמו, אני קשור, במישרין או בעקיפין, לרבות כל אדם או גורם אשר נותן לאפקה שרות מטעמי בקשר לעבודות נשוא מכרז זה, וזאת מיד עם היוודע עליהם, בכל שלב במהלך תקופת ההתקשרות עם אפקה.
4. החלטה על קיומו או היעדרו של ניגוד עניינים או חשש לניגוד עניינים במקרה של זיקה או קשר לגורמים המפורטים בסעיף זה תיבחן על ידי הנהלת מכללת אפקה באופן בלעדי ואני מתחייב לקבל את החלטתה לעניין זה, לרבות כל החלטה על הפסקת ההתקשרות ביני לבין אפקה או ביני לבין צד ג' אחר כלשהו. אין באמור בסעיף זה, כדי לגרוע מהחובה החלה עלי להימנע מניגוד עניינים או חשש לניגוד עניינים ומחובה ולהימנע מקיומם של זיקה או קשר לאותם גורמים אשר עלולים להעמיד אותי במצב של ניגוד עניינים.

5. הגורמים הקשורים במישרין או בעקיפין למציע אשר עלול להיות בינם לבין אפקה ניגוד עניינים או זיקה אישית, מפורטים להלן:

מהות הקשר של הגורם עם אפקה	מהות הקשר של הגורם עם המציע או מי מטעמו	הגורם

ולראיה באתי על החתום:

תאריך	מס' רישיון	חתימת וחותמת עו"ד	תאריך	חתימה המציע/איש הנוסף וחותמת הצוות