מדינת ישראל - לשכת הפרסום הממשלתית

מכרז 19/26

למתן שירותי ניהול רכש מדיה פרוגרמטית לקהל יעד בישראל

את מסמכי המכרז ניתן למצוא באתר האינטרנט של מינהל הרכש הממשלתי בכתובת: www.mr.gov.il תחת הכותרת – מכרז 19/26– למתן שירותי ניהול רכש מדיה פרוגרמטית לקהל יעד בישראל

1. הקדמה

1.1. לשכת הפרסום הממשלתית **("המזמין", "לפ"מ")**, מפרסמת בזאת מכרז 19/26 למתן שירותי ניהול רכש מדיה פרוגרמטית לקהל יעד בישראל **("המכרז")**.

1.2. לפ"מ הינה יחידה מנהלית במשרד ראש הממשלה, אשר מעניקה שירותי פרסום למשרדי הממשלה ולגופים ציבוריים נוספים.

1.3. השירותים הנדרשים במכרז כוללים ניהול כל הקמפיינים המופנים לקהל יעד בישראל ב-GOOGLE, DV360, TABOOLA, META, TEADS, TIKTOK, LINKEDIN, X, PINTEREST, וכל מערכת רכש מדיה נוספת עבור כלל לקוחות לפ"מ. ניהול הקמפיינים כאמור יתבצע בשפות העברית, הערבית והרוסית, בהתאם לקהל היעד.

1.4. יובהר כי השירותים נשוא מכרז זה אינם כוללים ניהול קמפיינים ארוכי טווח שכבר החל ביצועם, אלא אם יוחלט אחרת על ידי המזמין.

1.5. המזמין רשאי לבחור עד 2 זוכים במכרז. המזמין יהא רשאי לבחור ביותר משני זוכים במסגרת מכרז זה או בפחות מכך, לפי שיקול דעתו הבלעדי.

1.6. יובהר כי פנייה של המזמין לספקים הזוכים במכרז לביצוע עבודה תיעשה בהתאם לצרכי המזמין ועל פי שיקול דעתו הבלעדי, במטרה להעניק למזמין את מירב היתרונות, בשים לב לכלל נסיבות העניין, ובכלל זה לאופי הקמפיין ו/או הלקוח ו/או העבודה הנדרשת ומידת התאמתו של הספק הספציפי לביצוע העבודה.

בבחירת הספק אליו תתבצע פנייה לביצוע עבודה כאמור, יתחשב המזמין, בין היתר, גם במידת שביעות הרצון של המזמין מהספק בנוגע לאיכות מתן השירותים וקשרי עבודתו עם המזמין, והכל באופן שוויוני והוגן, ככל הניתן.

1.7. למען הסר ספק, יובהר כי המזמין איננו מתחייב כי השירותים שיינתנו על ידי הספקים הזוכים יהיו בהיקף שווה, אך בכוונתו של המזמין לחלק את ביצוע השירותים בין שני הספקים כך שחלקו של כל אחד מהם לא יפחת מ-40% מסך כל היקף ההתקשרות ולא יעלה על 60% מסך כל היקף ההתקשרות.

1.8. הזוכים יחתמו על הסכם התקשרות (מצ"ב כפרק ד') עם המזמין לתקופה של 12 חודשים **("תקופת ההתקשרות")**, כאשר למזמין הזכות להאריך את תקופת ההתקשרות בתקופות נוספות, ועד ל-48 חודשים נוספים.

1.9. מסמכי המכרז מחולקים לפרקים, כמפורט להלן:

1.9.1. **פרק א'** – ההליך המכרזי.

1.9.2. **פרק ב'** – חוברת ההצעה, אשר תוגש על ידי מציע המתמודד במכרז.

1.9.3. **פרק ג'** – תכולת ההתקשרות עם הספק הזוכה.

1.9.4. **פרק ד'** – הסכם ההתקשרות עם הזוכה במכרז.

2. תוכן עניינים

פרק א' – הליך המכרז 4
3. עקרונות המכרז 5
4. תנאים להשתתפות במכרז 5
5. ניקוד ההצעות 8
6. בחירת זוכה 11
7. מופעים ומועדים במכרז 14
8. כללי המכרז 18
פרק ב' – חוברת ההצעה 23
9. הגשת הצעה במכרז 24
10. פרטי המציע 24
11. הוכחת עמידה בתנאי הסף של המכרז 26
13. התחייבויות נוספות של המציע 36
14. בקשות 37
15. רשימת נספחים 40
פרק ג' – פירוט השירותים ותוכן ההתקשרות עם הספק הזוכה 44
פרק ד' – הסכם התקשרות 53

פרק אי – הליך המכרז

3. עקרונות המכרז

3.1. מכרז זה הוא מכרז פומבי הנערך בהתאם לחוק חובת המכרזים, התשנ"ב-1992 (**"חוק חובת המכרזים"**) ותקנותיו, ובכלל זה תקנות חובת המכרזים, התשנ"ג-1993 (**"תקנות חובת המכרזים"**).

3.2. במסגרת הליך המכרז, הצעות אשר יוגשו במכרז יידרשו לעמוד בתנאי הסף להשתתפות במכרז המפורטים להלן. ההצעות אשר עמדו בתנאי הסף של המכרז, ידורגו בהתאם לאמות המידה המפורטות במכרז.

3.3. בתום הליך המכרז, המזמין יכריז על המציעים שהגישו את ההצעות בעלות הניקוד הגבוה ביותר כזוכים במכרז ויחתום עימם על הסכם התקשרות, הכל כמפורט להלן.

3.4. המכרז יתנהל בהתאם לדין, ולפי כללי המכרז המפורטים במסמכי המכרז.

4. תנאים להשתתפות במכרז

4.1. תנאי סף להשתתפות במכרז

4.1.1. רשאי להשתתף במכרז מציע אשר עומד, במועד האחרון להגשת ההצעות, בתנאי הסף להשתתפות במכרז המנויים להלן.

4.1.2. הוכחת העמידה בתנאי הסף המנויים להלן, תתבצע בהתאם להוראות חוברת ההצעה (**פרק ב**).

4.2. תנאי סף מנהליים:

4.2.1. אם חלה על המציע חובת רישום, על פי דין, בישראל, עליו להיות רשום כדין.

4.2.2. המציע עומד בדרישות חוק עסקאות גופים ציבוריים, התשל"ו- 1976 ("**חוק עסקאות גופים ציבוריים**").

4.3. תנאי סף מקצועיים:

המציע עומד בתנאים המפורטים להלן:

4.3.1. **היעדר ניגוד עניינים**

המציע ונותני השירותים המוצעים מטעמו אינם מנהלים ואינם בעלים, במישרין או בעקיפין, של אמצעי מדיה דיגיטלית שלפ"מ מפרסמת בו.

כמו כן, המציע וכן נותני השירותים המוצעים מטעמו אינם מצויים, ולא יהיו מצויים במשך תקופת ההתקשרות, בניגוד עניינים או בחשש לניגוד עניינים בין מתן השירותים ללפ"מ לבין כל עניין, תפקיד, פעילות, עיסוק, התקשרות או זיקה אחרת שלהם או של מי מטעמם. המציע ונותני השירותים המוצעים

מטעמו מתחייבים להודיע ללפ"מ באופן מיידי על כל חשש לניגוד עניינים כאמור, ככל שיתעורר.

המציע יפרט במסגרת הצעתו את הקשרים המקצועיים, העסקיים והאישיים שלו ושל נותני השירותים המוצעים מטעמו עם גורמים אחרים, לרבות קשרי בעלות או קשר מבני, העלולים ליצור ניגוד עניינים או חשש לניגוד עניינים במתן השירותים ללפ"מ, ובפרט קשרים כאמור עם חברות פרסום ו/או חברות העוסקות ברכש מדיה. הקשרים שיפורטו ייבחנו על ידי לפ"מ לצורך בחינת עמידת המציע בדרישות היעדר ניגוד העניינים.

לעניין סעיף זה, "קשר מבני" – תאגידים הנמצאים תחת אותה בעלות, בין במישרין ובין בעקיפין, ו/או תאגידים שהם חלק מאותה פירמידת שליטה ו/או אשכול חברות, לרבות באמצעות חברת אם, חברת בת, חברה אחות, חברה קשורה, חברה נכדה, או במסגרת מיזוג, רכישה, רכישה חלקית או רכישת פעילות.

4.3.2. **היקף פעילות** –

המציע רכש מדיה בכלים פרוגרמטיים: Meta, Google Ads, X, DV360 TikTokו-Taboola, Teads- לקהל יעד בישראל, בתקציב מדיה כולל של 20 מיליון ₪ לשנה לפחות, בשנתיים לפחות מתוך 3 השנים האחרונות (2024, 2025, 2026). בנוסף, בכל אחת מהשנים 2025 ו-2026, המציע ניהל לפחות קמפיין אחד שכלל רכש מדיה בכלים פרוגרמטיים לקהל יעד בישראל, בהיקף כספי של לפחות 750,000 ₪ לקמפיין.

4.3.3. **ניהול קמפיינים ב-DV360** –

המציע ניהל 20 קמפיינים לפחות לקהל יעד בישראל במערכת ה-DV360 בכל אחת מן השנתיים האחרונות (2025, 2026), בתקציב כולל של 5 מיליון ₪ לפחות בכל שנה. הקמפיינים לצורך סעיף זה כללו רכש מדיה בשיטות הבאות, כולן או חלקן: OA, PD, PG ו-YouTube.

4.3.4. **ניסיון בפעילות מגזרית** –

למציע ניסיון של שנתיים לפחות במהלך השנים 2023-2026 בניהול פעילות מדיה פרוגרמטית וטרגוט עומק לקהלי מגזרים (לכל הפחות המגזר הערבי והחרדי) ולכל הפחות בפלטפורמות המדיה של Meta וגוגל לרבות Google DV360.

תנאי זה יכול להתקיים גם בקבלן משנה של המציע.

4.3.5. **ניהול קמפיינים ב-Google וב-Meta** –

למציע ניסיון בניהול של לפחות 20 קמפיינים ב-Google וב-Meta לקהל יעד בישראל, במקביל, בכל אחת מ-3 השנים האחרונות (2024, 2025, 2026).

4.3.6. **ניהול קמפיינים פוליטיים** –

המציע ניהל במהלך השנים 2024-2026 לפחות 3 קמפיינים שהוגדרו לפי Meta כקמפיינים פוליטיים או בנושא רגיש אחר (קידום בקטגוריית Issues, Elections or Politics) ובעל ניסיון בפועל בהתערבות וטיפול בנושאים: אימות זהות המפרסם, הגדרת כתב גילוי וקישורו לחשבון המודעות, והגשת ערעורים במקרה של פסילה.

5. ניקוד ההצעות

5.1. אמות מידה לניקוד הצעות במכרז

5.1.1. הניקוד של כל הצעה במכרז יהיה בהתאם לאמות המידה הבאות:

5.1.1.1. איכות – 30%;

5.1.1.2. מחיר – 70%.

5.1.2. **ציון איכות מזערי כתנאי לבדיקת הצעת המחיר** – יעברו לשלב בדיקת הצעת המחיר רק הצעות שציון האיכות שלהם הוא 75 ומעלה.

המזמין רשאי, על פי שיקול דעתו, להעביר את ההצעות עם ציון האיכות הגבוה ביותר לשלב בדיקת הצעת המחיר, גם אם ציון האיכות שלהן נמוך מציון האיכות המזערי הקבוע לעיל, או לבטל את המכרז ולצאת למכרז חדש במקומו.

5.2. מדדי איכות

5.2.1. הערכת איכות ההצעות תיעשה לפי המשקלות הבאים:

# מס'	משקל	תיאור תנאי	המפתח לחישוב
1	30%	בחינת שלושה פרויקטים קודמים בניהול קמפיינים הכוללים רכש מדיה פרוגרמטית לקהל יעד בישראל	מבין שלושת הפרויקטים כאמור, נדרש כי: • לפחות אחד מן הפרויקטים כלל ניהול קמפיינים ב-Google. • לפחות אחד מן הפרויקטים כלל ניהול קמפיינים ב-META. • לפחות אחד מן הפרויקטים כלל ניהול קמפיינים ב-DV360. בנוסף, נדרש כי: • לפחות אחד מן הפרויקטים כלל מטרות מודעות. • לפחות אחד מן הפרויקטים כלל מטרות פרפורמנס. • לפחות באחד מן הפרויקטים קניית המדיה הפרוגרמטית עמדה על 500,000 ₪ או יותר. • לפחות באחד מן הפרויקטים קניית המדיה הפרוגרמטית עמדה על 50,000 ₪ או פחות. פירוט הפרויקטים האמורים יוגש במסגרת מסמך נפרד אשר יצורף להצעה כנספח 4. לגבי כל אחד מן הפרויקטים יידרש המציע להציג את תכנון הקמפיין, מטרות הקמפיין ויעדיו קהלי היעד שהוגדרו לקמפיין סט-אפ: כיצד יעדי הקמפיין וקהלי היעד באו לידי ביטוי בסט-אפ של הקמפיין, בחלוקת התקציב בין

# מס׳	משקל	תיאור תנאי	המפתח לחישוב
			הכלים בהם נעשה שימוש בקמפיין ובניהולו כיצד בוצעה אופטימיזציה במהלך הקמפיין. במידה והקמפיין נוהל לפי מטרות ויעדים שהוגדרו ב-Analytics, יש לציין מהם וכיצד באו לידי ביטוי בניהול הקמפיין. לכל קמפיין יינתן ניקוד של עד 10 נקודות, ובסך הכל עד 30 נקודות.
2	5%	בחינת דו״ח סיכום קמפיין לדוגמה והסט-אפ של הקמפיין	הניקוד יינתן על סמך התרשמות המזמין מדו״ח סיכום קמפיין לדוגמה והסט-אפ של הקמפיין, כפי שצירף המציע להצעתו.
3	10%	ניסיון בניהול קמפיינים למגזרים	יינתן ניקוד עבור קמפיינים שניהל המציע במהלך השנים 2024-2026, אשר יועדו במפורש למגזרים הבאים: • החברה הערבית – שתי נקודות לכל קמפיין, עד 4 נקודות. • המגזר החרדי – שתי נקודות לכל קמפיין, עד 4 נקודות. • ציבור דובר רוסית – שתי נקודות עבור קמפיין אחד לפחות.
4	15%	שימוש בטכנולוגיות עדכניות	יינתנו 5 נקודות לכל אחת מהקטגוריות הבאות שבהן יוכיח המציע שימוש בפועל בקמפיין עבור לקוח במהלך השנים 2024-2026: • כלי בינה מלאכותית ליצירה או להתאמה של תוכן ומודעות. • כלי בינה מלאכותית לניתוח נתונים או לחיזוי ביצועי קמפיינים. • אוטומציה לביצוע פעולות בניהול קמפיינים ובאופטימיזציה שלהם. • אוטומציה לאיסוף ולשילוב נתונים ממספר מערכות לצורכי דיווח ובקרה. • מדידה באמצעות צד שרת, לרבות Server-side Tagging או ממשקי המרות דוגמת CAPI. לכל קטגוריה יציג המציע את שם הכלי או הטכנולוגיה, שם הלקוח, תקופת השימוש ותיאור היישום, בצירוף אסמכתה המעידה על השימוש בפועל. שימוש במספר כלים באותה קטגוריה לא יקנה ניקוד נוסף, ואותו יישום לא ינוקד ביותר מקטגוריה אחת. הניקוד המקסימלי בפרמטר זה הוא 15 נקודות.
5	5%	סיט Google DV360 ע״ש המציע	המציע מחזיק ומתפעל חשבון דרכו מנהלים את הקמפיינים ב-dv360.
6	5%	סיט Google CM ע״ש המציע	המציע מחזיק ומתפעל מערכת לניהול, מעקב ומדידה של פרסום דיגיטלי המהווה שרת אחסון שמרכז את פעילות המדיה כדי לשלוט, למדוד ולדווח בצורה מדויקת.
7	5%	קמפיינים בהיקף גדול	יינתנו 5 נקודות למציע אשר בכל אחת מהשנים 2025 ו-2026 ניהל לפחות קמפיין אחד שכלל רכש מדיה בכלים פרוגרמטיים לקהל יעד בישראל, בהיקף כספי

# מס׳	משקל	תיאור תנאי	המפתח לחישוב
			של לפחות 1,000,000 ₪ (לא כולל מע״מ) לקמפיין. ניתן להציג לצורך קבלת הניקוד גם את הקמפיינים שהוצגו להוכחת העמידה בתנאי הסף.
8	25%	פרזנטציה	במסגרת הפרזנטציה שתיערך בפני המזמין ישתתפו נציג ניהולי בכיר מטעם המציע וראש הצוות המיועד למתן השירותים. במהלך הפרזנטציה יידרש המציע להציג את עצמו ואת פעילותו, וכן לפרט ולהציג תהליך מחשבה, אסטרטגיית מדיה, בניית קמפיינים, ניהול שוטף ותוצאות הקמפיינים בדבר שלושה פרויקטים קודמים שביצע, כמפורט לעיל. בנוסף, תיבחן ההתאמה של המציע לדרישות המכרז ויכולתיו וידיעותיו המקצועיות.

5.3. מדדי מחיר

5.3.1. מציע במכרז נדרש לתת הצעת מחיר בהתאם למפורט ב״טופס הצעת המחיר״ (ראה נספח 1 בפרק ב׳ של המכרז).

5.3.2. עבור כל יחידת תמחור שתופיע בטופס הצעת המחיר יחושב ציון, בהתאם לנוסחאות המפורטות מטה.

5.4. אופן חישוב הניקוד

5.4.1. **אופן חישוב ציון האיכות**: עבור כל מציע יחושב ציון איכות בהתאם לסכימת כלל הציונים שקיבל המציע בכל תבחין איכות בהתאם למשקל של אותו תבחין.

5.4.2. **אופן חישוב ציון המחיר**: עבור כל מציע, חישוב ציון המחיר ייעשה בהתאם לשיעור העמלה המוצע, בהתבסס על הנוסחה המפורטת להלן:

$$\mathbf{PS_i = 100 \times (\frac{P_{min}}{P_i})}$$

הגדרות:

PS_i - ציון המחיר של מציע i

P_i - שיעור העמלה של מציע i.

P_{min} – שיעור העמלה הנמוך ביותר שהתקבל על ידי מי מהמציעים

5.4.3. **ציון ההצעה המשוקלל ייעשה בהתאם לנוסחה הבאה:**

5.4.3.1. $Gi = 30\% \times TQi + 70\% \times PSi$

הגדרות:

ציונה המשוקלל של ההצעה i - G_i

ציון האיכות של מציע i בהתאם למפורט מעלה – TQ_i

ציון המחיר של ההצעה i בהתאם למפורט מעלה – PS_i

6. בחירת זוכה

6.1. דירוג ההצעות

6.1.1. ההצעות ידורגו בהתאם לציון שהתקבל לאחר שקלול אמות המידה הקבועות במכרז, כאשר ההצעה בעלת הציון הגבוה ביותר תדורג ראשונה, לאחריה ההצעה עם הניקוד השני בטיבו, וכן הלאה.

6.1.2. אם לאחר שקלול ההצעות כמפורט לעיל, ההצעות בעלות הציון המשוקלל הגבוה ביותר קיבלו ציון זהה, יפעל המזמין לפי סדר הפעולות הבא עד לבחירת זוכה:

6.1.2.1. יפעל בהתאם להוראות סעיפים 2ב ו-2ד לחוק חובת המכרזים, התשנ"ב-1992, בדבר "עסק בשליטת אישה" ובדבר "עידוד משרתי מילואים בעסקים זעירים, קטנים או בינוניים" כהגדרתם שם, וזאת בתנאי שהמציע עומד בדרישות החוק.

6.1.2.2. אם עדיין אין הכרעה, ההצעה בעלת ציון האיכות הגבוה ביותר תדורג ראשונה.

6.1.2.3. אם עדיין אין הכרעה, יבצע המזמין הליך תיחור נוסף, בין אותן הצעות, במסגרתו כל אחד מהמציעים יוכל להגיש הצעת מחיר מטיבה ביחס להצעתו המקורית או לחלופין לבצע הגרלה בין אותן הצעות על מנת לקבוע את דירוגן, בהתאם לשיקול דעת המזמין.

6.2. בחירת זוכה

6.2.1. בתום ההליכים המתוארים לעיל, המזמין רשאי להכריז על כל אחד מ-2 המציעים שהצעתם דורגה במקום הגבוה ביותר כזוכה במכרז ("**זוכה**"), בהתאם לדירוגם, וזאת בכפוף לביצוע הפעולות המפורטת להלן, וכן יודיע למציעים האחרים על ההכרזה כאמור. אם בשלב זה נותרו פחות מ-2 מציעים במכרז, יוכל המזמין להכריז על כל אחד מהמציעים שנותרו כזוכה במכרז, או לחלופין לבטל את המכרז, ולצאת למכרז חדש במקומו.

6.3. כשירים לזכיה

6.3.1. המזמין יהיה רשאי לבחור כשירים במכרז ("**הכשיר**"), וזאת בהתאם לסדר דירוג ההצעות במכרז. אם תבוטל זכייתו של זוכה במכרז, מכל סיבה שהיא,

בתקופה שעד תום שנה מיום בחירתו כזוכה, רשאי המזמין להכריז על הכשיר הבא אחריו כזוכה בכפוף לעמידה בדרישות המנויות להלן בנוגע לזוכה במכרז.

6.4. תנאים לחתימה על הסכם ההתקשרות עם הזוכה

6.4.1. כתנאי לחתימת המזמין על הסכם ההתקשרות, על הזוכה לבצע את הפעולות הבאות, בפרק זמן שיוגדר על ידי המזמין:

6.4.1.1. אם הזוכה הוא חברה, למעט חברה ממשלתית, עליו להעביר אישור מעודכן כי החברה אינה רשומה כמפרת חוק ואינה מצויה בהתראה לפני רישום כחברה מפרת חוק. ניתן להיעזר באתר הגיידסטאר.

6.4.1.2. אם הזוכה הוא עמותה, הקדש, אגודה עותומאנית או חברה לתועלת הציבור –

6.4.1.2.1. הגשת אישור ניהול תקין מאת רשם העמותות או רשם ההקדשות, לפי העניין, המעיד כי הגוף מקיים את דרישות חוק העמותות, התש"ם-1980, חוק החברות, התשנ"ט-1999 או חוק הנאמנות, התשל"ט-1979 או החוק העותומני על האגודות (1909), לפי העניין, והנחיות רשם העמותות/רשם ההקדשות, לפי העניין, לאופן ניהולו התקין לצורך קבלת האישור, למעט החריגים הבאים, בהם ניתן יהיה להסתפק ב"אישור הגשת מסמכים" מאת הרשם הרלוונטי:

6.4.1.2.1.1. התקשרות עם עמותה, חל"צ, או ההקדש, אשר טרם חלפו שנתיים מיום רישומן.

6.4.1.2.1.2. התקשרות עם אגודה עותומאנית.

6.4.1.2.2. זוכה אשר הצהיר במסגרת הצעתו כי הוא אינו חב בתשלום מע"מ במסגרת ביצוע ההתקשרות ושהוא פנה לרשות המיסים לקבלת אישור על כך, יגיש אישור מאת רשות המיסים על כך שהוא פנה אליהם לקבלת אישור כאמור.

6.4.1.3. להגיש את הסכם ההתקשרות שב**פרק ד'**, על נספחיו (לדוג' נספח ביטוח, נספח ערבות בנקאית לטובת ביצוע ההתקשרות ("**ערבות ביצוע**"), נספח סודיות והיעדר ניגוד עניינים וכדו') כשהוא חתום על ידי הזוכה.

6.4.2. אם הזוכה לא הצליח לבצע את הפעולות המנויות לעיל בסד הזמנים שהוגדר על ידי המזמין, יוכל המזמין, בהתאם לשיקול דעתו הבלעדי, לתת לו ארכה להשלים את ביצוע הפעולות, לפסול את הצעתו ולבטל את המכרז, או להכריז על המדורג הבא כזוכה במכרז.

6.5. תחילת מתן השירותים

6.5.1. לאחר שימלא הזוכה את כל התנאים הנקובים יוסיף המזמין את חתימת מורשי החתימה מטעמו על גבי הסכם ההתקשרות ("**מועד החתימה על הסכם ההתקשרות**").

6.5.2. על הזוכה להיות מוכן לתחילת העבודה, וזאת תוך פרק הזמן שיוגדר על ידי המזמין.

7. מופעים ומועדים במכרז

7.1. מועדי המכרז

7.1.1. הליך המכרז יתבצע בהתאם ללוחות הזמנים אשר יפורטו במערכת יהלו"ם תחת שם המכרז. מועדים אלו מחייבים את כל מי שמעוניין להתמודד במכרז ועשויים להתעדכן מעת לעת על ידי המזמין ובהתאם לשיקול דעתו הבלעדי. כל שינוי במועדי המכרז או עדכונים הנוגעים להם, יפורסמו גם באתר האינטרנט של מינהל הרכש הממשלתי בכתובת: www.mr.gov.il תחת שם המכרז – מכרז 19/26– למתן שירותי ניהול רכש מדיה פרוגרמטית לקהל יעד בישראל ("**דף המכרז**").

7.2. שאלות הבהרה בנוגע למכרז

7.2.1. בכל מקרה של אי בהירות או הערות בנוגע למכרז, מועדיו או לתנאיו ניתן לפנות למזמין בשאלות הבהרה, וזאת עד למועד האחרון להגשת שאלות הבהרה הנקוב לעיל.

7.2.2. שאלות הבהרה יוגשו באמצעות מערכת יהלום. מציע אשר מעוניין לשאול שאלות הבהרה, נדרש ללחוץ על הקישור המתאים בדף המכרז ולפעול בהתאם להנחיות במערכת. שאלות שיועברו לאחר המועד הנקוב לעיל, או שיועברו שלא באמצעות מערכת יהלום, לא יחייבו מענה מאת המזמין.

7.2.3. המזמין רשאי לאפשר סבבים נוספים של שאלות הבהרה, בהודעה שתפורסם בדף המכרז, וזאת בהתאם לשיקול דעתו הבלעדי.

7.2.4. מציע שלא יפנה למזמין בשאלות הבהרה על המכרז, בהתאם לכללי המכרז, יהיה מנוע מלהעלות בעתיד כל טענה, דרישה או תביעה כנגד המכרז.

7.3. מענה המזמין לשאלות ההבהרה

7.3.1. תשובות והבהרות תינתנה בכתב בלבד, נוסחן הוא הנוסח המחייב והן יהיו חלק בלתי נפרד ממסמכי המכרז.

7.3.2. תשובות והבהרות של המזמין, יפורסמו בדף המכרז. באחריות מציע במכרז להתעדכן בתשובות המזמין וכן בעדכונים שוטפים אשר יפורסמו בנוגע למכרז זה.

7.3.3. המזמין רשאי לבצע כל שינוי במסמכי המכרז, וכן ליתן פרשנות או הבהרה להוראות מסמכי המכרז.

7.3.4. המזמין אינו מחויב לנוסח שאלה שהוגשה, ובכלל זה רשאי המזמין, בעת ניסוח מענה לשאלות ההבהרה, לקצר נוסח שאלה או לנסחה מחדש.

7.3.5. תשובות המזמין יפורסמו ללא שמות הפונים.

7.4. הגשת הצעות במכרז

7.4.1. הגשת ההצעות למכרז תבוצע באופן מקוון, באמצעות מערכת יהלום, אלא אם כן קבע המזמין, בהודעה שתפורסם בדף המכרז, דרך הגשה אחרת במכרז. במקרה כאמור על המציעים לפעול בהתאם להוראות להגשת הצעות שפרסם המזמין בדף המכרז.

7.4.2. הצעת המחיר (נספח 1 לפרק זה) תוגש כקובץ נפרד מחוברת ההצעה בהתאם להוראות המפורטות במערכת להגשת הצעות בקשר עם מכרז זה. מודגש בזה שפרטי הצעת המחיר או העתק ממנה לא יופיעו בחוברת ההצעה בשום דרך שהיא.

7.4.3. קישור למערכת יהלום לצורך הגשת הצעות במכרז יפורסם בדף המכרז. מציע המעוניין להגיש את הצעתו במכרז נדרש ללחוץ על הקישור "להגשת הצעות", אשר יעביר אותו למערכת.

7.4.4. הליך הגשת ההצעות במערכת כולל 2 שלבים: 1) הזדהות מגיש ההצעה באמצעות מערכת ההזדהות הממשלתית; 2) הגשת ההצעה בתיבת המכרזים במערכת יהלום ("**התיבה**").

7.4.5. פעולות במערכת ההזדהות -

7.4.5.1. מגיש הצעה אשר טרם נרשם למערכת ההזדהות הממשלתית יידרש להירשם למערכת, ולאחר השלמת ההרשמה לערוך אימות של ההזדהות לצורך מעבר לשלב הגשת ההצעות.

7.4.5.2. מגיש הצעה אשר רשום למערכת ההזדהות הממשלתית, יידרש לאמת את זהותו לצורך מעבר לשלב הגשת ההצעה.

7.4.5.3. בכל תקלה בהליך ההרשמה להזדהות הממשלתית, או בתהליך ההזדהות יש לפנות למוקד התמיכה של המערכת (טלפון - 1299, כתובת דואר אלקטרוני moked@mail.gov.il, טלפון נוסף 08-6863100).

7.4.5.4. לפרטים נוספים אודות הליך ההרשמה ראו בקישור זה.

7.4.5.5. לאחר השלמת ההזדהות, המערכת תעביר את מגיש ההצעה באופן אוטומטי לתיבת המכרז הרלוונטית. על המציע לוודא כי במערכת להגשת ההצעות מופיע שם ומספר המכרז המבוקש על ידו.

7.4.6. פעולות במערכת יהלום -

7.4.6.1. במסגרת הגשת ההצעה על המציע לפעול בהתאם להנחיות שיופיעו במערכת יהלום, למלא את כלל השדות שנדרש באופן ברור ובהתאם להנחיות המערכת, ולהעלות למערכת את הקבצים הנדרשים בהתאם להוראות המכרז.

7.4.6.2. מציע יוכל לעדכן את הצעתו כל עוד לא חלף המועד האחרון להגשות הצעות.

7.4.6.3. לאחר השלמת הגשת ההצעה במערכת תתקבל הודעה "הצעתך נשלחה בהצלחה" ומציע יוכל להוריד את מסמך ההצעה. מסמך ההצעה הינו מסמך חתום דיגיטלית של ההצעה ומהווה אסמכתא להצעה שהוגשה. המסמך ישלח למציע גם בדואר האלקטרוני. מסמך ההצעה האחרון שנשלח יוצג גם במערכת בדף הבית של המכרזים באזור "הצעות שנשלחו".

7.4.6.4. לא ניתן יהיה להגיש הצעות במערכת לאחר המועד האחרון להגשת הצעות.

7.4.6.5. במסגרת הגשת ההצעות במערכת, ישנן מגבלות טכניות שונות, כגון:

7.4.6.5.1. ניתן להעלות עד 10 קבצים כאשר הגודל המקסימלי של כל קובץ הוא עד 15MB. ניתן לעלות קבצים מהסוגים הבאים: jiff, pjpeg, pjp, tiff, tif, doc, docx, xls, xlsx, ppt, pptx, pdf, png, jpg, jpeg. לא ניתן לעלות קבצים עם שמות זהים, מומלץ לתת לכל קובץ שם קצר בהתאם לתכולה שלו.

7.4.6.5.2. פרק הזמן שבו המערכת מתנתקת בהיעדר פעולה של משתמש הוא עשרים דקות.

7.4.6.6. על מנת להכיר את יתר מגבלות המערכת,באחריות מגיש ההצעה לקרוא מבעוד מועד את המדריך להגשת הצעות בתיבה הדיגיטלית.

7.4.6.7. לסיוע טכני במקרה של תקלה או שאלה ניתן לפנות למוקד התמיכה בימים א'-ה' בין השעות 8:00-17:00 באמצעות הצ'אט האנושי. יש לציין בפניה את שם המכרז, המועד האחרון להגשת ההצעות ובמידת הצורך לצרף צילומי מסך.

7.4.6.8. זמן ההמתנה מרגע משלוח הפניה ועד לחזרת נציג שירות לא יעלה על 4 שעות בטווח שעות פעילות המוקד. מוקד התמיכה אינו מתחייב לספק מענה לפניות אשר יתקבלו בזמן קצר מ-4 שעות מהמועד האחרון להגשת הצעות. **מציע אשר מגיש את הצעתו כאשר ישנן פחות מ-4 שעות להגשת הצעות במכרז לוקח על עצמו את הסיכון שבמקרה של תקלה נציג השירות לא יספיק לפתור את הבעיה הטכנית שלו או לענות על שאלה שיש לו.**

7.4.6.9. על מציע במכרז האחריות הבלעדית להגיש את ההצעה לפני המועד האחרון להגשת הצעות. על המציע להביא בחשבון כי בסמוך למועד האחרון להגשת הצעות ייתכן עומס על מערכת ההגשה או תקלות טכניות אחרות אשר ימנעו מהמציע להגיש את הצעתו. **על המציע להיערך לכך, ולהגיש את הצעתו מבעוד מועד**. למציע לא תהיה כל טענה למזמין באשר לתקלה שהתגלתה במערכת ההזדהות או במערכת הגשת ההצעות סמוך

למועד האחרון להגשת הצעות, גם אם כתוצאה מכך הוא לא הצליח להגיש את הצעתו במכרז.

7.5. ביטול אוטומטי של הצעה שהוגשה – תיקונים במסמכי המכרז

7.5.1. כמפורט לעיל, שינויים במסמכי המכרז יתכנו עד למועד האחרון להגשת הצעות ואף לאחר המועד ממנו ניתן להתחיל להגיש הצעות למכרז. אם לאחר שהוגשה הצעה לתיבה, ערך המזמין שינוי במסמכי המכרז, למעט שינוי במועדי המכרז, הצעה שהיתה בתיבה תבוטל באופן אוטומטי ותעבור למצב טיוטה. מציע אשר יהיה מעוניין להגיש את הצעתו בהתאם לתנאי המכרז המעודכנים יידרש לבצע הגשה מחדש.

7.5.2. באחריותו הבלעדית של המציע להתעדכן בסטאטוס הצעתו במערכת הגשת ההצעות.

7.6. ראיון (פרזנטציה)

7.6.1. הודעה בדבר מועד הראיון תשלח לכל מציע שעומד בדרישות המפורטות במכרז. המזמין רשאי על פי שיקול דעתו לשנות את מועד הראיון, ובלבד שיודיע למציע על המועד החלופי מראש.

7.6.2. המזמין יהיה רשאי לפסול את הצעתו של מציע אשר לא יגיע לראיון במועד שנקבע לו, או לחלופין לאפשר לו ראיון במועד חלופי, וזאת בהתאם לשיקול דעתו הבלעדי, ולנסיבות המכרז.

7.6.3. על המציע להגיע לראיון יחד עם נציג ניהולי בכיר ועם ראש הצוות המיועד למתן השירותים , אלא אם כן בהזמנה לראיון המזמין הודיע אחרת.

7.6.4. במסגרת הראיון המזמין יהיה רשאי לדרוש מהמציע או מנציגיו בראיון להציג בפניו כל מידע או מסמכים או אישורים או רישיונות וכיוצ״ב, אשר לדעת המזמין נחוצים לצורך הוכחת עמידה בדרישות המכרז.

7.6.5. במסגרת הראיון המזמין יהיה רשאי לבחון את הבנתו ובקיאותו של המציע או של נציגיו בתחום השירותים נשוא ההליך וכן לבחון את יכולתו של המציע לעמוד בכל התחייבויותיו על פי הסכם ההתקשרות.

7.6.6. המזמין יהיה רשאי לזמן יועצים מקצועיים או משקיפים נוספים מטעמו שישתתפו בראיונות.

8. כללי המכרז

8.1. בדיקת ההצעות

8.1.1. המזמין יבדוק כי המציע הגיש את ההצעה בהתאם להנחיות המכרז וצירף את כל המסמכים כנדרש בחוברת ההצעה (פרק ב), וינקד את ההצעות בהתאם לאמות המידה המפורטות במכרז.

8.1.2. במקרה בו המציע, כאישיות משפטית עצמאית, אינו עומד בתנאי הסף המפורטים לעיל, או בתנאים אחרים הקבועים במכרז, ובעברו של המציע התרחש שינוי ארגוני (לדוגמא רכישת פעילות, התאגדות כחברה, רה-ארגון או איחוד של חברות בדרך אחרת), באופן בו הפעילות הרלוונטית לצורך עמידה בתנאי המכרז השתלבה אצל המציע. במקרה כאמור יוכל המציע לבקש מהמזמין בכתב ובאופן מנומק לצרף לנתוניו את נתוני הגוף בו התקיימה הפעילות לפני השינוי הארגוני. החלטה בדבר הכרה כאמור תהיה בכפוף לשיקול דעת המזמין.

8.1.3. לצורך בדיקת ההצעות וניקודן רשאי המזמין לעשות שימוש בצוות מקצועי אשר יכול ויכלול גם יועצים חיצוניים.

8.1.4. המזמין רשאי לבקש ממציע לבאר פרט מסוים מתוך הצעתו, להשלים בה פרט חסר, או להמציא מסמך נוסף או חלופי המוכיח את עמידתו בתנאי המכרז, ובפרט בתנאי הסף של המכרז, וזאת בתוך פרק זמן קצוב. אי מענה לפניה כאמור, או מענה שלא בפרק הזמן שהוגדר עלול לגרום לפסילת ההצעה, בהתאם לשיקול הדעת של המזמין.

8.1.5. אם הוחלט על מתן אפשרות למציע לבצע השלמה של הצעתו, המזמין רשאי לפסול הצעה שעדיין אינה עונה על דרישות המכרז או, בהתאם לשיקול דעתו לבקש השלמה נוספת.

8.1.6. אם ימצא בעת בחינת ההצעות כי ההצעה כוללת התנאה או הסתייגות על תנאי המכרז, התנאה או הסתייגות זו לא תזכה להכרה מצד המזמין ועשויה אף להביא לפסילת ההצעה בהתאם לשיקול דעתו הבלעדי של המזמין.

8.1.7. לצורך בדיקה ומתן ניקוד להצעות יעשה המזמין שימוש במידע המפורט בהצעה שהגיש המציע וכן הוא רשאי לעשות שימוש במקורות מידע מהימנים אחרים וביניהם הידע המקצועי העומד לרשותו של המזמין, וכן לעשות שימוש בניסיון העבר של המזמין עם המציע או של גוף ממשלתי אחר עם המציע, אם קיים ניסיון כאמור, במידע ציבורי על המציע, בחוות דעת יועצים מקצועיים, וכיוצא באלה. יודגש, לצורך ניקוד ההצעות, המזמין יהיה רשאי להתחשב בניסיון שלו עם המציע או של גוף ממשלתי אחר, וזאת במקום או בנוסף

ללקוחות אחרים שפורטו בהצעה, אם פורטו או במסגרת כל אמת מידה רלוונטית אחרת.

8.1.8. בדיקת ההצעות במכרז תתבצע באופן הבא – ראשית ייבדקו ההצעות ללא הצעת המחיר, רק לאחר סיום שלב זה יפתח המזמין את מעטפות הצעת המחיר.

8.2. הצעה יחידה

8.2.1. אם הוגשה במכרז הצעה יחידה או שלאחר בדיקת ההצעות נותרה הצעה אחת בלבד, המזמין, בהתאם לשיקול דעתו הבלעדי יהיה רשאי:

8.2.1.1. להכריז על המציע שנותר כזוכה;

8.2.1.2. לבטל את המכרז, ולצאת למכרז חדש.

8.3. פסילת הצעות

8.3.1. המזמין, יהיה רשאי לפסול הצעה שהוגשה במכרז, לפי שיקול דעתו, ובמקרים המתאימים לאחר שנתן למציע זכות טיעון (בכתב או בע"פ, בהתאם לקביעתו הבלעדית של המזמין), בין היתר, אם מתקיים אחד מהתנאים הבאים:

8.3.1.1. **הצעה הפסדית**– אם ההצעה הינה בלתי כלכלית למציע במידה המטילה בספק את יכולתו לעמוד בהתחייבויותיו היה ויזכה במכרז.

8.3.1.2. **הצעה תכסיסנית או הצעה המוגשת בחוסר תום לב** – אם ההצעה כוללת מחירים או הנחות חריגות, סבסוד צולב, dumping וכל מקרה אחר שבו ההצעה נגועה בחוסר תום לב, ובכלל זה במקרה של פעולה או התנהגות של המציע, במסגרת המכרז, שלא בתום לב.

8.3.1.3. **התנהגות במכרזים ובהתקשרויות קודמות** – המציע, במסגרת מכרז או התקשרות קודמת של המזמין, או של משרד ממשלתי ויחידת סמך אחרים, נהג בחוסר תום לב, בערמה, בתכסיסנות או בחוסר ניקיון כפיים, מסר מידע מטעה או מידע מהותי בלתי מדויק או התנהל בחוסר מקצועיות קיצונית, באופן שלדעת המזמין מצדיק את פסילתו.

8.3.1.4. **מצב כלכלי של המציע** – אם עקב מצבו הכלכלי הנוכחי או הצפוי של המציע, לרבות הליכי פשיטת רגל או פירוק או תביעות מהותיות הקיימות נגדו, קיים חשש לתיפקודו באם יזכה במכרז.

8.3.1.5. **ניגוד עניינים** – אם קיים ניגוד עניינים, ישיר או עקיף, או חשש לניגוד עניינים בין ענייני המציע, ההצעה שהוא הגיש, או בעלי העניין בו, לבין השתתפות וזכיה במכרז או ביצוע השירותים על ידי המציע, באופן שלדעת המזמין, בהתאם לשיקול דעתו הבלעדי, אינו ניתן להסדרה.

8.3.1.6. **תיאום הצעות** - אם קיים חשד סביר לתיאום בין המציע להצעות אחרות במכרז, או בין המציע לבין מציע פוטנציאלי.

8.4. מינוי נציג מטעם המציע

8.4.1. לצורך המכרז ימנה המציע נציג מטעמו (כמפורט בפרק ב) אשר יהווה את הכתובת הבלעדית לכל פניה בנושא המכרז.

8.4.2. כל מענה והתייחסות שתישלח מנציג המציע למזמין, או מהמזמין לנציג המציע תחייב את המציע.

8.5. תוקף הצעות

8.5.1. תוקף ההצעה הוא 90 יום לאחר המועד האחרון להגשת הצעות. המזמין רשאי להודיע על הארכת תוקף ההצעה לתקופה נוספת של עד 90 ימים, זאת לצורך בחירת זוכה במכרז.

8.5.2. מציע אינו רשאי לחזור בו מהצעתו בתקופה בה הצעתו בתוקף.

8.6. ביטול או שינוי המכרז

8.6.1. המזמין רשאי מיוזמתו ועל פי שיקול דעתו הבלעדי, לבטל את המכרז, לשנותו ולעדכנו, לרבות עדכוני מועדים הנקובים בו ופרסום הבהרות על האמור בו.

8.6.2. הודעה על ביצוע שינויים כאמור תפורסם בדף המכרז. על מציע האחריות להתעדכן באופן עצמאי בהודעות ועדכונים אשר יפורסמו כאמור בנוגע למכרז זה.

8.6.3. ההתקשרות עם הזוכה במכרז מותנית בקיומו של תקציב זמין. אם מסיבות תקציביות לא ניתן יהיה להתקשר עם הזוכה במכרז, רשאי המזמין לבטל את המכרז.

8.6.4. המזמין לא יהיה חייב לפצות את המציעים במקרה של ביטול המכרז.

8.7. הוצאות

8.7.1. מציעים הבוחרים להגיש הצעה במכרז יישאו בכל עלות כספית הנדרשת לצורך השתתפותם במכרז, ולא יהיו זכאים להחזר כלשהו מהמזמין בגין עלויות אלו.

8.7.2. המציעים לא יהיו זכאים להחזר הוצאות או לפיצוי כלשהו בקשר עם המכרז, לרבות במקרה של הפסקתו, עיכובו, שינוי תנאיו או ביטולו.

8.8. סמכות השיפוט

8.8.1. סמכות השיפוט בכל הקשור לנושאים ועניינים הנוגעים למכרז, או בכל תביעה הנובעת מהמכרז ומניהולו, תהיה אך ורק בבתי המשפט במקום בו יושבת ועדת המכרזים של המזמין.

8.9. סודיות ההצעה וזכות העיון

8.9.1. בכפוף לחובות המזמין על פי דין, המזמין מתחייב שלא לגלות תוכן ההצעה לצד שלישי שאינו מעובדי המזמין או יועצים המועסקים על ידו ונותנים לו שירות לצורך המכרז, אשר גם עליהם תחול חובת הסודיות ואי השימוש בהצעות שהוגשו במכרז אלא לצורכי המכרז בלבד.

8.9.2. יחד עם זאת, בהתאם לתקנה 21(ה) לתקנות חוק חובת המכרזים, מציעים במכרז רשאים לבקש לעיין בהצעה זוכה, וכן בפרוטוקולים של ועדת המכרזים ובמסמכים נוספים הקשורים במכרז (או חלקם), מלבד החריגים המנוים בתקנה, ובכלל זה במסמכים שהם בגדר סוד מסחרי או מקצועי, או שעלולים לפגוע בביטחון המדינה, יחסי החוץ שלה, כלכלתה וביטחון הציבור.

8.9.3. בהתאם לאמור בתקנות המידע הפלילי ותקנת השבים (מסירת מידע מהמרשם הפלילי לשם התקשרות בחוזה לביצוע עסקה במסגרת מכרז), התשפ"ה-2025 ("**תקנות מידע פלילי במכרזים**"), אשר הותקנו מכוח חוק המידע הפלילי ותקנת השבים, תשע"ט-2019, מובהר כי ועדת המכרזים לא תחשוף מידע פלילי של מציע במסגרת בקשה לעיון בהצעות במכרז, לרבות את עצם קיומו.

8.9.4. אם ברצון מציע למנוע עיון בסעיפים של הצעתו בשל טענה לסוד מסחרי, סוד מקצועי, או כל טעם אחר המוזכר בתקנות חובת המכרזים עליו לציין זאת באופן מפורש בחוברת ההצעה (פרק ב), במקום המיועד לכך. מובהר כי לא יהא בעצם הבקשה כדי למנוע עיון בסעיפים הרלוונטיים, והחלטה בנושא תתקבל על ידי ועדת המכרזים של המזמין. מובהר כי מחיר ההצעה אינו בגדר סוד מסחרי או מקצועי.

8.9.5. מציע שטען שחלק מסוים מהצעתו הוא סוד מסחרי או מקצועי, יהיה מנוע מלדרוש לעיין בחלק זה של ההצעה הזוכה במכרז.

8.9.6. בכפוף לאמור לעיל, בהשתתפותו במכרז מסכים המציע, כי במקרה של זכיה במכרז הצעתו תועמד לעיונם של יתר המציעים במכרז בהתאם להוראות הדין ולא יהיו לו כל טענות בקשר לגילוי פרטי הצעתו בהתאם להוראות סעיף זה.

8.9.7. במקרה בו ועדת המכרזים של המזמין תדחה את טענת המציע הזוכה בדבר היות חלקים מהצעתו סוד מסחרי או מקצועי, המזמין יודיע לו על כך טרם מימוש זכות העיון בפועל.

8.10. מיצוי הליכים מול הוועדה

8.10.1. אם לאחר מימוש זכות העיון, מציע במכרז סבור שנפלה טעות בהחלטה של ועדת המכרזים, עליו לפנות לוועדה בכתב ולפרט את טענותיו באופן מנומק וזאת לא יאוחר מ-10 ימי עסקים ממועד מימוש זכות העיון.

8.10.2. במהלך בירור טענות מציע במכרז, אם ישנן, המזמין לא יעכב את מימוש ההתקשרות עם הזוכה, למעט מקרים חריגים, בהתאם לשיקול דעתו הבלעדי.

8.10.3. אם לאחר בירור טענות המציע, ועדת המכרזים, תסבור כי נפלה טעות בהחלטה שקיבלה, לא יהיה במימוש ההתקשרות עם הזוכה כדי למנוע ממנה לקבל כל החלטה נדרשת לצורך תיקון הטעות, ובכלל זה, במקרים חריגים, ביטול הזכייה.

פרק ב׳ – חוברת ההצעה

9. הגשת הצעה במכרז

9.1. כללים למילוי חוברת ההצעה

9.1.1. פרק זה מהווה את מענה המציע למכרז, אין צורך במתן מענה לכל חלק אחר במכרז, או לצרף מסמך שאינו נדרש בפרק זה.

9.1.2. יש לעקוב באופן מדוקדק אחר ההנחיות המופיעות בפרק זה על מנת שההצעה תוכל להיבחן ולהיות מוערכת כראוי. אין להוסיף להתנות או לשנות אף תנאי מתנאי המכרז, או את ההנחיות המופיעות להלן.

9.1.3. בכל מקרה של שאלות או אי-בהירות במסמכי המכרז על המציע לפנות למזמין בשאלה לצורך הבהרה, כמפורט **בפרק א'** למסמכי המכרז.

9.1.4. ניתן לצרף כל מסמך או קובץ הרלוונטי לצורך פירוט והמחשה למפורט בהצעה. יודגש כי בדיקת ההצעה, תתבסס על הפירוט שיינתן בחוברת ההצעה.

9.1.5. חוסר פירוט בהצעה, או פירוט מיותר שאינו עונה לדרישת המכרז, עלולים להביא לניקוד נמוך של ההצעה או פסילתה בהתאם לשיקול דעתו הבלעדי של המזמין.

10. פרטי המציע

שם המציע	
סוג מציע (תאגיד/שותפות/עמותה/עוסק מורשה וכדו')	
תאריך הרישום במרשם (אם רלוונטי)	
מספר מזהה (לדוג' ח"פ)	

10.1. פרטי איש הקשר מטעם המציע

שם:
כתובת:
טלפון:
דוא"ל:

11. הוכחת עמידה בתנאי הסף של המכרז

11.1. בהתאם לאמור בפרק זה המציע יפרט את עמידתו בתנאי הסף שפורטו במכרז.

11.2. הוכחת עמידה בתנאי הסף המנהליים:

11.2.1. המציע מצהיר ומתחייב כי הוא עומד בתנאי הסף המנהליים המפורטים בפרק א' למכרז ובהתאם לפירוט המובא להלן:

11.2.1.1. **מציע רשום כדין (יש לסמן ב- X את האפשרות הנכונה ולצרף תעודת התאגדות / תעודת עוסק מורשה, לפי העניין) –**

☐ המציע רשום בישראל כדין.

☐ לא חלה על המציע חובת רישום בישראל, על פי דין. נימוק: _____

11.2.1.2. **עמידה בחוק עסקאות גופים ציבוריים –**

11.2.1.2.1. **ניהול פנקסים** – המציע –

11.2.1.2.1.1. מנהל את פנקסי החשבונות והרשומות שעליו לנהל על פי פקודת מס הכנסה [נוסח חדש], וחוק מס ערך מוסף, התשל"ו-1975 ("**חוק מס ערך מוסף**"), או שהוא פטור מלנהלם.

11.2.1.2.1.2. מדווח לפקיד השומה על הכנסותיו ומדווח למנהל על עסקאות שמוטל עליהן מס לפי חוק מס ערך מוסף.

11.2.1.2.2. לצורך הוכחת עמידה בתנאי סף זה על המציע לצרף אישור פקיד מורשה ולסמנו **כנספח 2.**

11.2.1.2.3. **היעדר הרשעות –**

11.2.1.2.3.1. המציע ו"בעל זיקה" אליו לא הורשעו ביותר משתי עבירות לפי חוק עובדים זרים התשנ"א - 1991 (להלן: "**חוק עובדים זרים**") וחוק שכר מינימום, התשמ"ז – 1987 (להלן: "**חוק שכר מינימום**") עד למועד הגשת ההצעה מטעם המציע במכרז, או שהורשעו כאמור אך כבר חלפה שנה אחת לפחות ממועד ההרשעה האחרונה ועד למועד הגשת ההצעה.

11.2.1.2.4. לצורך הוכחת עמידה בתנאי סף זה על המציע לצרף את התצהיר המפורט **בנספח 3.**

11.2.1.2.5. **ייצוג הולם לאנשים עם מוגבלות** (יש לסמן ב- X את אחת מהאפשרויות) –

☐ הוראות סעיף 9 לחוק שוויון זכויות לאנשים עם מוגבלות, התשנ"ח-1998 **("חוק שוויון זכויות לאנשים עם מוגבלויות")** אינן חלות על המציע.

☐ הוראות סעיף 9 לחוק שוויון זכויות לאנשים עם מוגבלות חלות על המציע והוא מקיים אותן.

11.2.1.2.5.1. במקרה שהוראות סעיף 9 לחוק שוויון זכויות לאנשים עם מוגבלות חלות על המציע, יש לפרט את אופן עמידתו בדרישות החוק (<u>יש לסמן ב- X את אחת מהאפשרויות</u>):

☐ המציע מעסיק פחות מ-100 עובדים.

☐ המציע מעסיק 100 עובדים או יותר.

11.2.1.2.5.2. במקרה שהמציע מעסיק 100 עובדים או יותר (<u>יש לסמן ב- X את אחת מהאפשרויות</u>):

☐ המציע מתחייב כי אם יזכה במכרז יפנה למנהל הכללי של משרד העבודה והרווחה והשירותים החברתיים לשם בחינת יישום חובותיו לפי סעיף 9לחוק שוויון זכויות לאנשים עם מוגבלות, ובמקרה הצורך– לשם קבלת הנחיות בקשר ליישומן.

☐ המציע פנה בעבר למנהל הכללי של משרד העבודה והרווחה והשירותים החברתיים לשם בחינת יישום חובותיו לפי סעיף 9 לחוק שוויון זכויות לאנשים עם מוגבלות, ואם קיבל הנחיות ליישום חובותיו פעל ליישומן.

11.3. הוכחת העמידה בתנאי הסף המקצועיים:

עם הגשת הצעה זו, המציע מצהיר ומתחייב כי הוא עומד בתנאי הסף המקצועיים המפורטים בפרק א' למכרז.

המציע יפרט את אופן עמידתו בתנאי סף המקצועיים, בהתאם למפורט להלן:

11.3.1. היעדר ניגוד עניינים

המציע ונותני השירותים המוצעים מטעמו אינם מנהלים ואינם בעלים, במישרין או בעקיפין, של אמצעי מדיה דיגיטלית שלפ"מ מפרסמת בו.

כמו כן, המציע וכן נותני השירותים המוצעים מטעמו אינם מצויים, ולא יהיו מצויים במשך תקופת ההתקשרות, בניגוד עניינים או בחשש לניגוד עניינים בין מתן השירותים ללפ"מ לבין כל עניין, תפקיד, פעילות, עיסוק, התקשרות או זיקה אחרת שלהם או של מי מטעמם. המציע ונותני השירותים המוצעים מטעמו מתחייבים להודיע ללפ"מ באופן מיידי על כל חשש לניגוד עניינים כאמור, ככל שיתעורר.

המציע יפרט במסגרת הצעתו את הקשרים המקצועיים, העסקיים והאישיים שלו ושל נותני השירותים המוצעים מטעמו עם גורמים אחרים, לרבות קשרי בעלות או קשר מבני, העלולים ליצור ניגוד עניינים או חשש לניגוד עניינים במתן השירותים ללפ"מ, ובפרט קשרים כאמור עם חברות פרסום ו/או חברות העוסקות ברכש מדיה. הקשרים שיפורטו ייבחנו על ידי לפ"מ לצורך בחינת עמידת המציע בדרישות היעדר ניגוד העניינים.

לעניין סעיף זה, "קשר מבני" – תאגידים הנמצאים תחת אותה בעלות, בין במישרין ובין בעקיפין, ו/או תאגידים שהם חלק מאותה פירמידת שליטה ו/או אשכול חברות, לרבות באמצעות חברת אם, חברת בת, חברה אחות, חברה קשורה, חברה נכדה, או במסגרת מיזוג, רכישה, רכישה חלקית או רכישת פעילות.

<u>ככל שרלוונטי, יש לציין להלן את ענייני המציע ו/או נותן השירותים שבהם קיים ניגוד עניינים או חשש לניגוד עניינים כאמור, או עלול להיווצר כזה:</u>

_____

_____

_____

_____

11.3.2. היקף פעילות –

המציע רכש מדיה בכלים פרוגרמטיים: Meta, Google Ads, X, DV360 ,Taboola, Teads ,TikTok- לקהל יעד בישראל, בתקציב מדיה כולל של 20

מיליון ₪ לשנה לפחות, בשנתיים לפחות מתוך 3 השנים האחרונות (2024, 2025, 2026). בנוסף, בכל אחת מהשנים 2025 ו־2026, המציע ניהל לפחות קמפיין אחד שכלל רכש מדיה בכלים פרוגרמטיים לקהל יעד בישראל, בהיקף כספי של לפחות 750,000 ₪ (לא כולל מע"מ) לקמפיין.

<u>לשם הוכחת העמידה בתנאי הסף, יש למלא את הטבלאות הבאות:</u>

שנה	שם הלקוח/ות	היקף רכש המדיה בכלים פרוגרמטיים לקהל יעד בישראל	פרטי הקשר
2024			
2025			
2026			

שנה	שם הלקוח/ות	שם ותיאור הקמפיין	היקף רכש המדיה בכלים פרוגרמטיים לקהל יעד בישראל	פרטי הקשר
2025				
2026				

11.3.3. ניהול קמפיינים ב-DV360 –

המציע ניהל 20 קמפיינים לפחות לקהל יעד בישראל במערכת ה-DV360 בכל אחת מן השנתיים האחרונות (2025, 2026), בתקציב כולל של 5 מיליון ₪ לפחות בכל שנה. הקמפיינים לצורך סעיף זה כללו רכש מדיה בשיטות הבאות, כולן או חלקן: OA, PD, PG ו-YouTube.

<u>לשם הוכחת העמידה בתנאי הסף, יש למלא את הטבלה הבאה:</u>

שנה	שם הלקוח/ות	מספר הקמפיינים במערכת DV360 לקהל יעד בישראל	היקף התקציב	שיטות רכש המדיה	פרטי הקשר
2025				☐ PG ☐ PD ☐ OA ☐ YouTube	
2026				☐ PG ☐ PD ☐ OA ☐ YouTube	

11.3.4. ניסיון בפעילות מגזרית –

למציע ניסיון של שנתיים לפחות במהלך השנים 2023-2026 בניהול פעילות מדיה פרוגרמטית וטרגוט עומק לקהלי מגזרים (לכל הפחות המגזר הערבי והחרדי) ולכל הפחות בפלטפורמות המדיה של Meta וגוגל לרבות Google DV360.

תנאי זה יכול להתקיים גם בקבלן משנה של המציע.

<u>לשם הוכחת העמידה בתנאי הסף, יש למלא את הטבלה הבאה:</u>

מס"ד	שם הלקוח	תיאור הפעילות שבוצעה	מגזרים	פלטפורמות המדיה	מועד תחילת הפעילות (חודש ושנה)	מועד סיום הפעילות (חודש ושנה)	פרטי הקשר
1			☐ ערבי ☐ חרדי	☐ Meta ☐ Google			
2			☐ ערבי ☐ חרדי	☐ Meta ☐ Google			
3			☐ ערבי ☐ חרדי	☐ Meta ☐ Google			
4			☐ ערבי ☐ חרדי	☐ Meta ☐ Google			

11.3.5. ניהול קמפיינים ב-Google וב-Meta –

למציע ניסיון בניהול של לפחות 20 קמפיינים ב-Google וב-Meta לקהל יעד בישראל, במקביל, בכל אחת מ-3 השנים האחרונות (2024, 2025, 2026).

לשם הוכחת העמידה בתנאי הסף, יש למלא את הטבלה הבאה:

שנה	שם הלקוח/ות	מספר הקמפיינים שנוהלו במקביל לקהל יעד בישראל	פלטפורמה	פרטי הקשר
2024			☐ Meta ☐ Google	
2025			☐ Meta ☐ Google	
2026			☐ Meta ☐ Google	

11.3.6. **ניהול קמפיינים פוליטיים –**

המציע ניהל במהלך השנים 2024-2026 לפחות 3 קמפיינים שהוגדרו לפי Meta כקמפיינים פוליטיים או בנושא רגיש אחר (קידום בקטגוריית Issues, Elections or Politics) ובעל ניסיון בפועל בהתערבות וטיפול בנושאים: אימות זהות המפרסם, הגדרת כתב גילוי וקישורו לחשבון המודעות, והגשת ערעורים במקרה של פסילה.

לשם הוכחת העמידה בתנאי הסף, יש למלא את הטבלה הבאה:

מס״ד	שם הלקוח	תיאור הפעילות שנוהלה בקמפיין	נושאים שטופלו	מועד תחילת הפעילות (חודש ושנה)	מועד סיום הפעילות (חודש ושנה)	פרטי הקשר
1			☐ אימות זהות המפרסם ☐ הגדרת כתב גילוי וקישורו לחשבון המודעות ☐ הגשת ערעורים במקרה של פסילה			
2			☐ אימות זהות המפרסם ☐ הגדרת כתב גילוי וקישורו לחשבון המודעות ☐ הגשת ערעורים במקרה של פסילה			
3			☐ אימות זהות המפרסם ☐ הגדרת כתב גילוי וקישורו לחשבון המודעות ☐ הגשת ערעורים במקרה של פסילה			

12. איכות ההצעה

בחלק זה של ההצעה יפרט המציע את הפרטים הנדרשים לצורך הערכת איכות ההצעה, בהתאם למדדי האיכות שפורטו לעיל **בפרק א'** למסמכי המכרז.

אמת מידה 1 (30%): לשם קבלת ניקוד באמת המידה, על המציע לצרף מסמך ובו פירוט שלושה פרויקטים כמפורט באמת המידה, כאשר לפחות אחד מהפרויקטים כלל ניהול קמפיינים ב-GOOGLE, אחד מהפרויקטים כלל ניהול קמפיינים ב-META ואחד מהפרויקטים כלל ניהול קמפיינים ב-DV360. המסמך יצורף להצעה כנספח 4.

אמת מידה 2 (5%): לשם קבלת ניקוד באמת המידה, על המציע לצרף מסמך ובו דו"ח סיכום קמפיין לדוגמה וסט-אפ של הקמפיין, כנדרש באמת המידה. המסמך יצורף להצעה כנספח 5.

אמת מידה 3 (10%): לשם קבלת ניקוד באמת המידה, על המציע למלא את הטבלה הבאה:

מס"ד	שם הלקוח	תיאור הקמפיין	מגזרים אליהם יועד הקמפיין במפורש	מועד תחילת הפעילות (חודש ושנה)	מועד סיום הפעילות (חודש ושנה)	פרטי הקשר
1			☐ ערבי ☐ חרדי ☐ רוסי			
2			☐ ערבי ☐ חרדי ☐ רוסי			
3			☐ ערבי ☐ חרדי ☐ רוסי			
4			☐ ערבי ☐ חרדי ☐ רוסי			
5			☐ ערבי ☐ חרדי ☐ רוסי			

אמת מידה 4 (15%): לשם קבלת ניקוד באמת המידה, על המציע למלא את הטבלה הבאה וכן לצרף אסמכתאות על השימוש בפועל:

מס״ד	שם הלקוח	תיאור הקמפיין והשימוש בטכנולוגיות עדכניות ובכלים מתקדמים	קטגוריה	מועד תחילת הפעילות (חודש ושנה)	מועד סיום הפעילות (חודש ושנה)	פרטי הקשר
1			☐ כלי בינה מלאכותית ליצירה או להתאמה של תוכן ומודעות ☐ כלי בינה מלאכותית לניתוח נתונים או לחיזוי ביצועי קמפיינים ☐ אוטומציה לביצוע פעולות בניהול קמפיינים ובאופטימיזציה שלהם ☐ אוטומציה לאיסוף ולשילוב נתונים ממספר מערכות לצורכי דיווח ובקרה ☐ מדידה באמצעות צד שרת, לרבות **Server-side Tagging** או ממשקי המרות דוגמת **CAPI**			
2			☐ כלי בינה מלאכותית ליצירה או להתאמה של תוכן ומודעות ☐ כלי בינה מלאכותית לניתוח נתונים או לחיזוי ביצועי קמפיינים ☐ אוטומציה לביצוע פעולות בניהול קמפיינים ובאופטימיזציה שלהם ☐ אוטומציה לאיסוף ולשילוב נתונים ממספר מערכות לצורכי דיווח ובקרה ☐ מדידה באמצעות צד שרת, לרבות **Server-side Tagging** או ממשקי המרות דוגמת **CAPI**			
3			☐ כלי בינה מלאכותית ליצירה או להתאמה של תוכן ומודעות ☐ כלי בינה מלאכותית לניתוח נתונים או לחיזוי ביצועי קמפיינים ☐ אוטומציה לביצוע פעולות בניהול קמפיינים ובאופטימיזציה שלהם ☐ אוטומציה לאיסוף ולשילוב נתונים ממספר מערכות לצורכי דיווח ובקרה ☐ מדידה באמצעות צד שרת, לרבות **Server-side Tagging** או ממשקי המרות דוגמת **CAPI**			
4			☐ כלי בינה מלאכותית ליצירה או להתאמה של תוכן ומודעות ☐ כלי בינה מלאכותית לניתוח נתונים או לחיזוי ביצועי קמפיינים ☐ אוטומציה לביצוע פעולות בניהול קמפיינים ובאופטימיזציה שלהם ☐ אוטומציה לאיסוף ולשילוב נתונים ממספר מערכות לצורכי דיווח ובקרה ☐ מדידה באמצעות צד שרת, לרבות **Server-side Tagging** או ממשקי המרות דוגמת **CAPI**			

5			□ כלי בינה מלאכותית ליצירה או להתאמה של תוכן ומודעות □ כלי בינה מלאכותית לניתוח נתונים או לחיזוי ביצועי קמפיינים □ אוטומציה לביצוע פעולות בניהול קמפיינים ובאופטימיזציה שלהם □ אוטומציה לאיסוף ולשילוב נתונים ממספר מערכות לצורכי דיווח ובקרה □ מדידה באמצעות צד שרת, לרבות **Server-side Tagging** או ממשקי המרות דוגמת **CAPI**			

אמת מידה 5 (5%): לשם קבלת ניקוד באמת המידה, על המציע לצרף אסמכתאות ו/או צילומי מסך על קיומו של החשבון המנוהל על שמו ב-DV360.

אמת מידה 6 (5%): לשם קבלת ניקוד באמת המידה, על המציע לצרף אסמכתאות ו/או צילומי מסך על קיומה של המערכת לניהול, מעקב ומדידה של פרסום דיגיטלי.

אמת מידה 7 (5%): לשם קבלת ניקוד באמת המידה, על המציע למלא את הטבלה שבסעיף 11.3.2 לעיל.

13. התחייבויות נוספות של המציע

13.1. כשירות להתמודדות במכרז

13.1.1. המציע קרא בעיון רב את מסמכי המכרז על כל פרקיו, נספחיו, תנאיו וחלקיו, לרבות כל ההבהרות שפורסמו על ידי המזמין ולרבות תנאי ההתקשרות עם הספק הזוכה, הוא הבין את כל האמור בהם, ומסכים להם.

13.1.2. המציע אינו מצוי בהליכי פשיטת רגל או פירוק ולא מתנהלות נגד המציע תביעות מהותיות, שעלולות לפגוע בתפקודו אם יזכה במכרז.

13.1.3. אין מניעה לפי כל דין להשתתפות המציע במכרז.

13.1.4. אין בהגשת הצעה במכרז או בביצוע ההתקשרות נושא המכרז, על ידי המציע, כדי ליצור ניגוד עניינים, בין במישרין ובין בעקיפין, בין המציע למזמין.

13.1.5. המציע מתחייב לעדכן בכתב את המזמין, ללא דיחוי, בכל שינוי מהותי אשר חל במידע שמסר במסגרת הצעתו המכרז.

13.1.6. אם המציע אינו חב במע"מ במסגרת ההתקשרות מכוח המכרז, הוא מצהיר על כך שפנה אל רשות המסים לצורך קבלת אישור לכך, טרם הגשת הצעה במכרז.

13.2. אי תיאום הצעות מכרז

13.2.1. הפרטים המופיעים בהצעה זו הוחלטו על ידי המציע באופן עצמאי, ללא התייעצות, הסדר או קשר עם מציע אחר.

13.2.2. פרטי ההצעה לא הוצגו או יוצגו בפני כל אדם או תאגיד אשר מציע הצעות במכרז זה.

13.2.3. המציע לא היה מעורב בניסיון להניא מתחרה אחר מלהגיש הצעות במכרז זה, ולא היה מעורב בדרך כלשהי בהצעה שהוגשה על ידי מציע אחר.

13.2.4. המציע לא היה, ולא מתכוון להיות מעורב בניסיון לגרום למתחרה אחר להגיש הצעה גבוהה או נמוכה יותר מהצעתו זו.

13.2.5. המציע לא היה מעורב בניסיון לגרום למתחרה להגיש הצעה בלתי תחרותית מכל סוג שהוא.

13.2.6. הצעה זו מוגשת בתום לב.

13.3. עצמאות המציע

13.3.1. המציע אינו מחזיק או מוחזק על ידי מציע אחר במכרז (החזקה לעניין זה – החזקה במישרין או בעקיפין ב-25% או יותר מאמצעי שליטה, כהגדרתו בחוק ניירות ערך, התשכ"ח-1968).

13.3.2. גורם אחד אינו מחזיק ב-25% או יותר מאמצעי שליטה בו ובמציע נוסף במכרז.

13.3.3. המציע אינו קבלן משנה של מציע אחר במכרז, בקשר עם ביצוע השירותים במכרז זה.

14. בקשות

14.1. עסק בשליטת אישה

14.1.1. מציע שהוא "עסק בשליטת אישה" בהתאם להוראות סעיף 2ב לחוק חובת המכרזים ומעונין שתינתן לו העדפה יצהיר על כך כלהלן (יש לסמן X במקום המתאים): .

☐ **המציע מצהיר כי** הוא עסק אשר אישה מחזיקה בשליטה בו, ואשר יש לה, לבד או יחד עם נשים אחרות, היכולת לכוון את פעילותו וכי לא התקיים אף אחד מאלה: (1) אם מכהן ב**מציע** נושא משרה שאינו אישה – הוא אינו קרוב של המחזיקה בשליטה; (2) אם שליש מהדירקטורים אינם נשים – אין הם קרובים של המחזיקה בשליטה;

14.1.1.1. לתמיכה בהצהרה זו, **וכתנאי לקבלת העדפה** על המציע לצרף אישור רו"ח ותצהיר כהגדרתם בחוק חובת המכרזים, המעידים על כך שהעסק הוא בשליטת אישה.

14.2. עידוד משרתי מילואים

14.2.1. מציע שמחזיק בשליטה בו הוא חייל מילואים כהגדרתו בחוק שירות המילואים, התשס"ח-2008, ששירת שירות מילואים 20 ימים לפחות במהלך 12 החודשים לפני המועד האחרון להגשת הצעות במכרז, ומעונין שתינתן לו העדפה בשל כך יצהיר כלהלן (יש לסמן X במקום המתאים):

☐ **המציע מצהיר כי** הוא חייל מילואים כהגדרתו בחוק שירות המילואים, התשס"ח-2008, ששירת שירות מילואים 20 ימים לפחות במהלך 12 החודשים לפני המועד האחרון להגשת הצעות במכרז.

הוא מחזיק בשליטה בעסק מגיש ההצעה. לעניין זה "מחזיק בשליטה" – משרת מילואים פעיל שהוא נושא משרה בעסק אשר מחזיק, לבד או יחד עם משרתי מילואים פעילים אחרים, במישרין או בעקיפין, ב-50% או יותר מכל סוג של אמצעי השליטה בעסק זעיר, קטן או בינוני". "אמצעי שליטה" לעניין זה – כהגדרתו בחוק הבנקאות (רישוי), התשמ"א-1981.

ההצעה אינה של חברת בת של עסק גדול. "עסק גדול" לעניין זה: "עוסק מורשה או מוסד כספי, כהגדרתם בחוק מס ערך מוסף, התשל"ו-1975, המעסיק יותר מ-100 עובדים או שמחזור העסקאות השנתי שלו עולה על 100 מיליון שקלים חדשים".

14.3. הכרה בנתונים של אישיות משפטית אחרת

14.3.1. במקרה בו בעברו של המציע התרחש שינוי ארגוני (לדוג' רכישת פעילות, התאגדות כחברה, רה-ארגון או איחוד של חברות בדרך אחרת), באופן בו הפעילות הרלוונטית בנושא המכרז השתלבה אצל המציע, יוכל המציע לבקש מהמזמין בכתב ובאופן מנומק לצרף לנתוניו את נתוני הגוף בו התקיימה הפעילות לפני השינוי הארגוני לשם הכרה בעמידה בתנאי סף מקצועי, אחד או יותר, או בתנאים אחרים הקבועים במכרז, או לשם קבלת ניקוד איכות והכל בכפוף לכללים הקבועים במכרז.

14.3.2. אם המציע מבקש שיכירו לו בנתונים של אישיות משפטית שונה לצורך עמידה בתנאי הסף מסוים או מספר תנאי סף או לשם קבלת ניקוד איכות, בהתאם לתנאים המפורטים במכרז, עליו לפרט את כלל הפרטים הרלוונטיים לצורך הכרה כאמור, ולצרף כל מסמך שיכול להוכיח על השינוי המבני, ועל השתלבות הפעילות הרלוונטית אצלו.

14.3.3. החלטה בדבר הכרה כאמור תהיה בכפוף לשיקול דעת המזמין.

14.4. בקשה לחיסיון

14.4.1. בהתאם למפורט בפרק א' למסמכי המכרז, להלן העמודים, הסעיפים או המסמכים הכלולים בהצעה אשר המציע מבקש למנוע ממציעים אחרים במכרז לעיין בהם (בטענה לחשיפת סוד מסחרי או סוד מקצועי או כל נימוק אחר המופיע בתקנה 21(ה) לתקנות חובת המכרזים):

מספר עמוד/סעיף	נושא הסעיף	נימוק למניעת החשיפה

אישור והתחייבות

בחתימתנו אנו מאשרים כי:

1. קראנו את כל הוראות המכרז, והצעתנו מוגשת בהתאם לכללי המכרז ועומדת בתנאים ובדרישות המפורטות במסמכי המכרז.
2. כל סעיף במכרז מובן ומקובל עלינו, והמציע יהיה מנוע ומושתק מלהעלות טענות כנגד תנאי המכרז מרגע הגשת הצעה זו.
3. הפרטים המופיעים בהצעה זו על נספחיה, הם אמת, וכי המציע מסוגל ומתכוון לעמוד בכל פרט מהצעתו ובהוראות המכרז.

_____	_____	_____
תאריך	שם	חתימת מורשה החתימה
_____	_____	_____
תאריך	שם	חתימת מורשה החתימה
_____	_____	_____
תאריך	שם	חתימת מורשה החתימה

15. רשימת נספחים

מס' נספח	שם נספח	תיאור נספח
נספח 1	הצעת מחיר	טופס הצעת מחיר מלא בהתאם להוראות המופיעות בנספח.
נספח 2	אישור "פקיד מורשה"	על המציע לצרף אישור תקף מרואה חשבון או מיועץ מס על ניהול פנקסי חשבונות, ודיווח לרשויות המס כנדרש בחוק עסקאות גופים ציבוריים, או אישור על פטור מחובה זו. לצורך כך ניתן להשתמש בקישור הבא: https://www.misim.gov.il/gmishurim/frmInputMekabel.aspx?cur=0
נספח 3	תצהיר עו"ד בדבר היעדר הרשעות בהתאם לחוק עסקאות גופים ציבוריים	על המציע לצרף תצהיר עו"ד בהתאם למפורט בנספח.
נספח 4	פירוט 3 פרויקטים	על המציע לצרף מסמך ובו פירוט הפרויקטים כנדרש באמת מידה 1.
נספח 5	דו"ח קמפיין לדוגמה	על המציע לצרף דו"ח קמפיין לדוגמה וסט-אפ של הקמפיין, כנדרש באמת מידה 2.

נספח 1 – טופס הצעת המחיר למכרז 19/26 – מתן שירותי ניהול רכש מדיה פרוגרמטית לקהל יעד בישראל

טופס זה יוגש בנפרד מחוברת ההצעה

כללי

1. על המציע לעיין בכלל מסמכי המכרז טרם מילוי טופס הצעת המחיר.
2. מובהר כי למזמין מסור שיקול הדעת המלא והבלעדי לקבוע את היקף השירותים שיוזמנו לפי צרכיו בפועל.

הצעת המחיר

1. ניתן לנקוב במחיר הכולל עד שתי ספרות לאחר הנקודה העשרונית. מובהר, כי ככל שהמציע יציין יותר משתי ספרות לאחר הנקודה, הסכום יעוגל כלפי מטה כך שיילקחו בחשבון רק שתי הספרות הראשונות לאחר הנקודה העשרונית.
2. יש למלא רק את העמודה המסומנת "למילוי על ידי המציע".

טבלת מחירים 1 – עמלה

מס.	יחידת תמחור	פירוט	עמלה מינימלית	עמלה מקסימלית	עמלה מוצעת - למילוי ע"י המציע
1	**אחוז עמלה**	אחוז עמלה מההיקף הכספי של הקמפיינים שינהל הספק	**2%**	**6%**	%

עבור שירותי אנליטיקה ומדידה – נקבע שיעור הנחה כללי של 15% על תעריפי התקשרות עם נותני שירות חיצוניים, בהתאם להוראת תכ"מ מספר 8.1.1 "התקשרות עם נותני שירותים חיצוניים". התעריף המקסימלי שישולם עבור ביצוע השירותים יהיה התעריף עבור "יועצים לניהול" – יועץ 2, כהגדרתם בהוראת התכ"ם, לאחר הפחתת שיעור ההנחה כאמור.

חבות במע"מ – למילוי רק על ידי מציע שאינו חב במע"מ על פי דין במסגרת ההתקשרות

1. מציע שאינו חב בתשלום מע"מ במסגרת ביצוע התקשרות זו על פי דין, יצהיר על כך כלהלן (יש לסמן X במקום המתאים):

☐ המציע מצהיר כי במסגרת התקשרות לפי מכרז זה, אם יזכה, לא יהיה חייב בתשלום מע"מ וכי הוא פנה לרשות המיסים לקבלת אישור על כך.

<u>המציע מתחייב כי:</u>

1. לאחר שעיין במסמכי המכרז על כל נספחיו לרבות נוסח ההסכם ונספחיו, המציע מגיש בזאת הצעת מחיר למכרז.
2. מעבר למפורט בנספח זה לא יידרש על ידי המציע כל סכום נוסף אלא אם נכתב אחרת באופן מפורש במקום אחר במסמכי המכרז.
3. המציע אינו מתנה הצעה זו בשום תנאי.

---------- ----------

חותמת המציע
וחתימת מורשה חתימה של המציע

תאריך

נספח 3 – תצהיר בדבר היעדר הרשעות לפי חוק עסקאות גופים ציבוריים

1. אני הח"מ _____ ת"ז _____ לאחר שהוזהרתי כי עלי לומר את האמת וכי אהיה צפוי לעונשים הקבועים בחוק אם לא אעשה כן, מצהיר/ה בזה כדלקמן:

1.1. הנני נותן תצהיר זה בשם _____ שהוא המציע (להלן: "**המציע**") המבקש להתקשר עם עורך מכרז מתן שירותי ניהול רכש מדיה פרוגרמטית לקהל יעד בישראל, מספר 1/2026 עבור לשכת הפרסום הממשלתית. אני מצהיר/ה כי הנני מוסמך/ת לתת תצהיר זה בשם המציע.

1.2. בתצהירי זה, משמעותו של המונח "**בעל זיקה**" כהגדרתו בחוק עסקאות גופים ציבוריים התשל"ו-1976 (להלן: "**חוק עסקאות גופים ציבוריים**"). אני מאשר/ת כי הוסברה לי משמעותו של מונח זה וכי אני מבין/ה אותו.

1.3. משמעותו של המונח "**עבירה**" – עבירה לפי חוק עובדים זרים (איסור העסקה שלא כדין והבטחת תנאים הוגנים), התשנ"א-1991 או לפי חוק שכר מינימום התשמ"ז-1987, ולעניין עסקאות לקבלת שירות כהגדרתו בסעיף 2 לחוק להגברת האכיפה של דיני העבודה, התשע"ב-2011, גם עבירה על הוראות החיקוקים המנויות בתוספת השלישית לאותו חוק.

1.4. המציע הינו תאגיד הרשום בישראל. (סמן X במשבצת המתאימה):

☐ המציע ובעל זיקה אליו לא הורשעו ביותר משתי עבירות עד למועד האחרון להגשת ההצעות (להלן: "מועד להגשה") למכרז מתן שירותי ניהול רכש מדיה פרוגרמטית לקהל יעד בישראל, מספר 1/2026.

☐ המציע או בעל זיקה אליו הורשעו בפסק דין ביותר משתי עבירות וחלפה שנה אחת לפחות ממועד ההרשעה האחרונה ועד למועד ההגשה.

☐ המציע או בעל זיקה אליו הורשעו בפסק דין ביותר משתי עבירות ולא חלפה שנה אחת לפחות ממועד ההרשעה האחרונה ועד למועד ההגשה.

זה שמי, להלן חתימתי ותוכן תצהירי דלעיל אמת.

_____	_____	_____
תאריך	שם	חתימה וחותמת

<u>אישור עורך הדין</u>

אני הח"מ _____, עו"ד מאשר/ת כי ביום _____ הופיע/ה בפני במשרדי אשר ברחוב _____ בישוב/עיר _____ מר/גב' _____ שזיהה/תה עצמו/ה על ידי ת"ז _____ /המוכר/ת לי באופן אישי, ואחרי שהזהרתיו/ה כי עליו/ה להצהיר אמת וכי יהיה/תהיה צפוי/ה לעונשים הקבועים בחוק אם לא יעשה/תעשה כן, חתם/ה בפני על התצהיר דלעיל.

_____	_____	_____
תאריך	מספר רישיון	חתימה וחותמת

פרק ג' – פירוט השירותים ותוכן ההתקשרות עם הספק הזוכה

א. <u>מפרט הפעילות הנדרשת</u>

1. ניהול הקמפיינים רכש המדיה במערכות פרוגרמטיות יתבצע תחת חשבונות ניהול הפרסום של לפ״מ, עבור כלל לקוחות לפ״מ. יובהר כי התשלום בעבור המדיה יתבצע על ידי לפ״מ ישירות למערכות הפרסום.

2. חשבונות הפרסום והנכסים הדיגיטליים המשמשים למתן השירותים, לרבות הנתונים, הקהלים, היסטוריית הקמפיינים, ההגדרות, הפיקסלים והדוחות שנוצרו או נצברו במסגרת ההתקשרות, יהיו בבעלות לפ״מ. אין באמור כדי לשנות את הבעלות בנכסים קיימים של לקוחות לפ״מ. לספק לא תוקנה כל זכות בהם, למעט הרשאת שימוש לצורך ביצוע השירותים.

3. הספק ומי מטעמו לא יעשו שימוש בחשבונות, בנכסים או במידע האמורים לצרכיהם או לצורך מתן שירותים ללקוחות אחרים, ולא יעבירו אותם לצד שלישי, אלא לצורך ביצוע השירותים ובאישור המזמין מראש ובכתב.

4. הספק יבטיח למזמין גישה מלאה ושוטפת לחשבונות, לנכסים ולמידע האמורים. עם סיום ההתקשרות, או לפי דרישת המזמין, ימסור הספק למזמין או למי שיורה את מלוא הנתונים, התיעוד וההרשאות הנדרשים להמשך הפעילות, באופן מסודר שיבטיח את רציפותה.

5. במסגרת ניהול הקמפיינים כאמור, יידרש הספק הזוכה לבצע את כל השירותים בקשר עם ניהול הקמפיין, ובכלל זה: הכנת תשתית הקמפיין; העלאת הקמפיין לאוויר במערכות הפרסום; ניהול מסעות לקוח; הכנת דוחות שוטפים; ביצוע מעקב ואופטימיזציה לקמפיינים, במידת הצורך ובמקרים מסוימים, הצעות לתכנון מדיה וכו׳.

6. יובהר כי במסגרת מתן השירותים יידרש הספק הזוכה לנהל קמפיינים המיועדים למגזרים השונים בחברה הישראלית (ובכלל זה: החברה הערבית, המגזר החרדי, ישראלים יוצאי מדינות בריה״מ לשעבר, ישראלים יוצאי אתיופיה, ועוד). נדרש מהספק להיות בעל מומחיות בפרסום וניהול קמפיינים למגזרים השונים ובפרט במגזר הערבי והחרדי. המומחיות כוללת הכרה של המגזרים לעומק, ידע וניסיון בטירגוט במערכות הפרוגרמטיות השונות, יכולות תרגום וכתיבת טקסט בשפה הערבית. לצורך עמידה בסעיף זה תותר לספק לבצע התקשרות עם ספק משנה רלוונטי לאחר זכייה במכרז, אך עליו להעמיד שירותים אלו באופן מיידי עם תחילת העבודה בפועל.

7. לפני כל קמפיין, ועל מנת להיערך לקמפיין, יועבר לספק בריף מפורט הכולל את מטרות הקמפיין, קהלי היעד, תקופת הקמפיין, תקציבו ועוד.

8. השירותים האמורים יבוצעו בכל פלטפורמות הפרסום, המדיה, הניתוח והדיווח הקיימות, לרבות Google (Google Ads, DV360, Google Analytics, Google Data Studio, וכדו׳), כל פלטפורמות META, Teads, Taboola, Pinterest, TikTok, X, LinkedIn, וכן בכל מיקום או כלי חדש שיתווסף בעתיד במערכות פרסום אלו.

9. ניהול מערכות הגשה (GOOGLE CM, ERATE וכד׳).

10. אפיון, תכנון ובנייה של דשבורדים לשליטה בזמן אמת בפעילות המדיה בפלטפורמות – Google Data Studio, Salesforce Marketing Cloud Intelligence (Datorama) בחשבונות הלקוח.

11. מתן מענה לכלים, פלטפורמות וטכנולוגיות עתידיות שיתווספו בעתיד לרכש מדיה פרוגרמטית, לרבות בתחום הרשתות החברתיות, הפאבלישרים, הווידאו, טלוויזיה פרוגרמטית, מערכות אנליזה, ניתוח ודיווח ביצועים, כלי ויזואליזציה ודיווח נתונים וכו'.

12. ביצוע אופטימיזציה יום-יומית לקמפיינים, הכוללת שיפור מתמיד של אפקטיביות המודעות והכלים הכלולים בקמפיינים בהתאם ל-KPI שיוגדרו (הראשי והמשני). כחלק מניהול הקמפיין השוטף, על הספק לעדכן את המזמין באופן שוטף בנעשה בקמפיין תוך כדי תהליך האופטימיזציה, וזאת באמצעות דשבורד מעקב קמפיינים, שיחות ודיווחים כתובים שישלחו למזמין.

13. באחריות הספק ליזום שינויים אקטיביים בקמפיין כדוגמת עדכון קהלים, טרגוטים, מודעות, מילות מפתח, אתרים, שינוע תקציבים בין מיקומים ופלטפורמות וכל שינוי אפשרי נוסף על מנת לשפר את ביצועי הקמפיין.

14. באחריות הספק לעדכן באופן שוטף וביוזמתו, על שינויים, חידושים ועדכונים בכלל פלטפורמות המדיה שבאחריותו.

15. לאחר עליית כל קמפיין לאוויר, ישלח הספק צילומי מסך ודיווח ביצועים מכל הכלים בהם נעשה שימוש בקמפיין. גם במהלך הקמפיין ישלח הספק, פעם נוספת, צילומי מסך ודיווח ביצועים כאמור, לפי דרישת המזמין. בקמפיינים ארוכי טווח ישלח הספק צילומי מסך ודיווח ביצועים של הכלים שעלו בקמפיין, אחת לשבוע, או בפרקי זמן שייקבעו על ידי המזמין בכל קמפיין בנפרד.

16. העברת דוחות באופן שוטף ויום יומי באמצעות מערכת Google Data Studioו/או Salesforce Marketing Cloud Intelligence (Datorama), ו/או דוחות באמצעות מערכות כגון אקסל/וורד/פאוור פוינט ו/או דוחות אוטומטיים בכלים דוגמת סופרמטריקס, לפי דרישת המזמין ולאחר אישור המזמין לפורמט. הדוחות יכללו המחשות גרפיות, צילומי מסך מכל הכלים בקמפיין וכן הסבר מילולי עבור הנתונים, אופטימיזציות שבוצעו וכן המלצות אקטיביות להמשך פעילות.

17. הדוחות האמורים יכללו 2 חלקים: החלק הראשון יוגדר כדוח מנהלים. חלק זה יכלול מסקנות, תובנות והמלצות להמשך הפעילות. החלק השני יכלול את כל הפרטים האחרים על ביצועי הקמפיין בהתאם לאופי הקמפיין כגון כמות חשיפות, הקלקות/צפיות, אחוז הקלקה/צפייה, עלות ממוצעת להקלקה/צפייה, המרות לפי Ad Set/Ad Group, אחוז ההמרה, עלות להמרה, סה"כ עלות לכל הכלים בקמפיין וכדומה.

18. יודגש כי השירותים הנדרשים במסגרת מכרז זה כוללים ביצוע כל מטלה נוספת בקשר עם מתן השירותים, לפי בקשת המזמין ולפי צרכיו המשתנים מעת לעת, אף אם לא צוינה במפורש במסגרת מכרז זה.

ב. <u>היקפים ואמנת שירות</u>

1. על הספק הזוכה להיערך לניהול מספר רב של קמפיינים במקביל (כ-30-50 קמפיינים בו-זמנית, כולם לקהל יעד בישראל, ובמגוון נושאים) – הן קמפיינים לטווחי זמן קצרים (כשבועיים) והן לטווחי זמן ארוכים (החל ממספר חודשים ועד שנה ומעלה), בכל היקף תקציבי שהוא.

2. הפעילות מאופיינת בדינאמיות רבה, וייתכן כי בכל רגע נתון יינתנו השירותים עבור מספר מפרסמים שונים, כאשר לכל לקוח מספר קמפיינים. יובהר בזאת, כי ייתכנו מקרים בהם יידרשו העובדים מטעם הספק להיות זמינים למזמין ו/או למפרסם לאחר שעות העבודה המקובלות (08:00-18:00), לרבות בשעות הלילה ובסופי שבוע.

3. יצוין כי פקטור הזמינות והמענה המיידי לצרכים השונים העולים על ידי המזמין הינם ברמת חשיבות גבוהה ויהוו גורם בעל משקל רב בהערכת יחסי העבודה המשותפים.

4. הספקים הזוכים יתחייבו כי יעמדו בכל יעדי הקמפיינים כפי שיוגדרו על ידי המזמין, ובכלל זה עלויות צפייה, הקלקה, CTR, חשיפה, המרה וכדומה, וכי ידוע לו כי אי-עמידה ביעדי הקמפיינים מהווה הפרה יסודית של הסכם ההתקשרות.

5. הזוכה במכרז מתחייב לעמוד במסגרת התקציב והתפלגותו כפי שהוגדרו על ידי המזמין באישור תוכנית הקמפיין, לנצלו עד למקסימום האפשרי, באופן מיטבי, ולהימנע מחריגה. במקרה של חריגה, יחויב הספק בפער בין התקציב המוגדר לבין התקציב החורג. חריגה חוזרת (3 פעמים ומעלה) תיחשב להפרה יסודית של הסכם ההתקשרות.

6. להלן לוחות הזמנים אליהם יתחייב הספק במסגרת ביצוע השירותים:

#	מרכיב השירות	לוח זמנים לביצוע
1	עליית קמפיין למערכות מרגע קבלת החומרים	עד שעתיים
2	עליית פוסטים בודדים מרגע קבלת הפוסט לאוויר	עד שעה
3	שינויים בקמפיינים תוך כדי תנועה	עד שעה
4	שליחת דוחות	פעמיים בשבוע לפחות
5	שליחת דוח סיכום / מצגת סיכום	3 ימי עבודה ממועד סיום הקמפיין
6	קבלת מענה על שאלות מקצועיות	עד שעה

ג. <u>צוות מקצועי קבוע</u>

1. הספקים הזוכים יעמידו לרשות המזמין <u>צוות מקצועי קבוע, בהיקף הנדרש להענקת השירותים נשוא מכרז זה במלואם, בסטנדרטים המקצועיים הגבוהים ביותר, תוך עמידה ביעדים שיוצבו ובלוחות הזמנים הנדרשים</u>.

2. מבלי לגרוע מן האמור לעיל, הספקים הזוכים יתחייבו כי הצוות המקצועי הקבוע שיועמד לרשות המזמין יכלול **<u>לכל הפחות 5 אנשי צוות</u>**, לפי הפירוט הבא:

א. <u>ראש צוות</u>;

ב. <u>3 מנהלי קמפיינים ב-Google וב- Meta</u>, כאשר:

- לפחות שניים מבין שלושת מנהלי הקמפיינים נדרשים להיות בעלי מומחיות ב-Google;
- לפחות שניים מבין שלושת מנהלי הקמפיינים נדרשים להיות בעלי מומחיות ב-Meta;
- לפחות שניים מבין שלושת מנהלי הקמפיינים נדרשים להיות בעלי מומחיות ב-DV360;
- לפחות שניים מבין שלושת מנהלי הקמפיינים נדרשים להיות בעלי מומחיות ב-LinkedIn;
- לפחות שניים מבין שלושת מנהלי הקמפיינים נדרשים להיות בעלי מומחיות ב-X;
- לפחות לשניים מתוך שלושת מנהלי הקמפיינים התמחות במערכות קידום התוכן Taboola ו-Teads.
- לפחות לשניים מתוך שלושת מנהלי הקמפיינים התמחות במערכת קידום של TikTok.
- בקמפיינים בהם יש צורך בפרסום מגזרי (ערבי, חרדי, רוסי) יצורף לצוות אדם בעל מומחיות למגזר הרלוונטי לקמפיין.

ג. <u>אנליסט</u>;

3. אנשי הצוות כאמור יידרשו לעמוד בכל התנאים המפורטים להלן. על אף האמור, המזמין יהא רשאי, לפי שיקול דעתו הבלעדי, לשנות את התנאים האמורים, ובכלל זה להוסיף עליהם או לגרוע מהם, ולספקים הזוכים לא תהיה כל טענה בשל כך.

א. <u>ראש צוות</u> – אשר ירכז את הפעילות הכוללת של כל לקוחות המזמין בקשר עם השירותים נשוא המכרז ויעמוד בקשר שוטף עם המזמין:

1. בעל מומחיות וניסיון רלוונטי מוכח של 5 שנים לפחות בניהול קמפיינים (Hands On) ב-Google וב-Meta, וכן ניהול קמפיינים עבור לפחות 5 לקוחות שונים במערכות הפרסום של Taboola, Teads, TikTok. כלל הקמפיינים הנ"ל היו בפריסה ארצית ומקומית לקהל בישראל, לרבות ניסיון בפעילות קידום למטרות פרפורמנס.

ב. <u>מנהלי קמפיינים בעלי מומחיות ב-Google</u>

1. <u>כל מנהלי הקמפיינים</u> בעלי התמחות ב-Google נדרשים להיות בעלי מומחיות וניסיון רלוונטי מוכח של שנתיים לפחות בניהול קמפיינים ב-Google למטרות מודעות ופרפורמנס וכן בעלי ניסיון בקידום מגוון סוגי

קמפיינים: חיפוש, GDN, וידאו, P.MAX וכלים נוספים. כלל הקמפיינים בפריסה ארצית ולקהל בישראל.

2. <u>לפחות שניים ממנהלי הקמפיינים</u> אף נדרש להיות:

- בעל ניסיון מוכח של שנתיים לפחות בניהול קמפיינים ב-DV360 הכוללים פעילות פרפורמנס ומודעות לקהל בישראל, רכישת מדיה במודלים של PD, PG ו-OA וכן ניהול קמפיינים ב-YouTube.

ג. <u>מנהלי קמפיינים בעלי מומחיות ב-Meta</u>

1. כל מנהלי הקמפיינים בעלי מומחיות ב-Meta נדרשים להיות בעלי ניסיון מוכח של שנתיים לפחות בניהול קמפיינים ב-Meta הכוללים פעילות פרפורמנס ומודעות לקהל בישראל.

ד. <u>אנליסט</u> - בעל ניסיון והתמחות ב-Google Analytics וב- Google Data Studio,Salesforce Marketing Cloud Intelligence (Datorama) , אשר יהיה אחראי ליצירת הדיווחים השוטפים, בניית דשבורדים והצגת ניתוחי ביצועי הקמפיינים ושיפור ביצועים:

1. בעל ניסיון מוכח של שנתיים לפחות בניהול וניתוח ביצועי קמפיינים ו-Web Analytics הכוללים פעילות פרפורמנס ומודעות לקהל יעד בישראל.

ד. **<u>ניהול רכש מדיה בסביבת Google Ads ו-Google Marketing Platform (GMP)</u>**

1. ניהול רכש המדיה יבוצע תחת חשבונות הניהול בבעלות המזמין.

2. בניית אסטרטגיית מדיה אופטימלית בהתאם לתקציב, לבריף הלקוח ולשאר המדיות בפריסה. אסטרטגיית המדיה צריכה להכיל את הפלטפורמה, כלי המדיה, טרגוט/קהל, פורמט המדיה ויעדי המדיה.

3. ביצוע מחקר מילות חיפוש בהתאם לנושא הקמפיין והרכבת רשימת מילות חיפוש. לפני כל קמפיין באחריות הספק לערוך בדיקה מהן מילות החיפוש המתאימות לקמפיין, על פי הבריף והחומרים שיועברו לספק על ידי המזמין. הצגת תוצאות מחקר החיפוש וההמלצות למזמין.

4. כתיבת מודעות טקסט בהתאם למילות המפתח בחיפוש ובהתאם לקהלים שונים ו/או מטרות שונות על פי הבריף שיועבר, בעברית, בערבית או ברוסית.

5. הכנת מחקר מיקומים באתרים רלוונטיים לרשת ה-GDN וה-OA, לרבות מערכת DV360, ואפשרויות טרגוט נוספות בהתאם לבריף שיועבר וכן רשימות Exclude לרבות רשימות BLACK LIST ו-WHITE LIST אשר צריכות להיות מעודכנות בכל עת, לרבות בזמן עליית הקמפיין לאוויר.

6. ניהול קמפיינים ב-YouTube, לרבות הכנת רשימות של תחומי עניין ו/או נושאים ו/או רשימת סרטונים ו/או ערוצים, הכנת פילוחים דמוגרפיים לקידום הסרטונים וכן רשימות Exclude אשר צריכות להיות מעודכנות בכל עת, לרבות בזמן עליית הקמפיין לאוויר.

7. ניהול קמפיינים באמצעות מערכת DV360 (PD/ PG/OA), בניית תמהיל מדיה והמלצת כלים במערכת ה-DV360 לכל שותפי המערכת כולל כל אתרי הרשת, אפליקציות, CTV וכד׳.

8. הפקת קודי רימרקטינג והטמעתם בנכסים הדיגיטליים, וידוא תקינות ההטמעה, וכן ניהול שוטף של קהלים לפרסום מבוסס רימרקטינג ו/או סגמנטים מותאמים אישית.

9. הפקת קודי המרה והטמעתם בנכסים הדיגיטליים עבור קמפיינים בעלי מטרות המרה (פרפורמנס), וידוא תקינות ההטמעה.

10. הפקת קודי Floodlight ממערכת DV360 עבור יצירת קהלים וניהול קמפיינים מבוססי ביצועים ומעקב שוטף אחר ביצוע פעולות בנכסים דיגיטליים, וידוא תקינות ההטמעה.

11. שימוש בטכנולוגיות מתקדמות בניהול הקמפיין (כולל טכנולוגיות מוכוונות ROI), קמפיינים דינאמיים.

12. ניהול הגשת הקמפיינים באמצעות מערכת Campaign Manager הכוללת תכנון, תיוג, ניתוח ויצירת תובנות על מהלכים פרסומיים מורכבים הכוללים פלטפורמות מרובות.

13. Google Analytics:
    1. הטמעה, הגדרה, ניהול ותפעול מערכת Google Analytics 4 (GA4);
    2. הפקת קודי Analytics למעקב וניתוח אחר ביצועי הקמפיינים בנכסים הדיגיטליים;
    3. קישור נכס Google Analytics לחשבון הקמפיין ב-Google Ads ו-DV360;
    4. הגדרת איוונטים, Goals ו/או ייבוא ה-Goals שהוגדרו למערכות הפרסום;
    5. ניתוח שוטף אינטגרטיבי של מקורות תנועת הגולשים וביצועים בנכסים הדיגיטליים וביצוע אופטימיזציה לקמפיינים על בסיסה.

ה. **<u>ניהול קמפיינים במערכות Social</u>**

1. ניהול Social יכלול את מערכות הפרסום: META, X, LinkedIn, TikTok, Pinterest.

2. ניהול רכש המדיה ינוהל תחת חשבונות הפרסום ו-Business Manager של המזמין.

3. בניית אסטרטגיית מדיה אופטימלית בהתאם לתקציב, לבריף לקוח ולשאר המדיות בפריסה. המלצה על המדיה, כלים, קהלים, טרגוטים ופורמט המדיה.

4. בניית קמפיינים במערכת ה-Ads Manager וניהול הקמפיין על כל שלביו, לרבות יצירת מודעות, פילוח קהל יעד והגדרת Ad Set, בניית A/B Testing בתוך הקמפיין לפי סוגי המודעות, בניית רשימות Exclude וכיו״ב.

5. כתיבת תוכן למודעות בהתאם לקהלים השונים ו/או המטרות השונות על פי הבריף שיועבר, בעברית, בערבית או ברוסית, הטמעת טקסטים בשפות נוספות ובניית מודעות על בסיס אותם טקסטים.

6. ניהול קמפיינים פשוטים ברמת קידום פוסט לצד קמפיינים מורכבים הכוללים צביעת קהלים, הפקת פיקסלים ובדיקת תקינות לאחר הטמעה, בניית קהלים מפיקסלים וקמפיינים מסוג Lookalike.

7. ניהול הקמפיין הדיגיטלי הלכה למעשה, הגדרת הקהל הרלוונטי לפי כל אפשרויות הפילוח הקיימות בזמן הקמפיין, לרבות: פילוח גיאוגרפי, גיל, מגדר, תחומי עניין, אירועי חיים, התנהגויות או עמודים ספציפיים וכו', כולל אי-הכללה של קהלים מסוימים והוספת רשימות Exclude מעודכנות באופן שוטף. יובהר, כי באחריות הספק לוודא כי הרשימות האמורות תהיינה מעודכנות בכל עת, לרבות בזמן עליית הקמפיין לאוויר.

8. מתן המלצות למזמין בנושא סוגי מודעות הקריאייטיב האופטימליות, בהתאם למטרות ויעדי הקמפיין. יובהר כי על הספק הזוכה להיות בעל היכרות עם כל סוגי הקריאייטיב ובעל שליטה בכל הפורמטים השונים של המודעות, לרבות קרוסלה, מצגת שקופיות, סרטונים, דפי אפליקציה (קנבס), טפסי לידים, מודעות וידאו, Stories, טקסט ותמונה, וכדומה.

9. על הספק להתעדכן באופן שוטף בחידושים טכנולוגיים ובכלים מתקדמים לפרסום דיגיטלי, ולהציע למזמין פתרונות ושינויים אפשריים בעקבות אותם חידושים כאמור.

10. יובהר כי על הספק הזוכה להיות בעל שליטה באפשרויות המיקומים בהם יופיעו המודעות ב-Meta Audience Network, בכל פלטפורמת פרסום חדשה אחרת של Meta, וכן בכל האפשרויות לניהול תקציבי קמפיין.

11. הפקת קודי רימרקטינג ואיוונטים של המרה לטובת מיטוב ביצועי קמפיינים ויצירת קהלים רלוונטיים, וידוא תקינות ההטמעה.

12. ליווי מקצועי בהטמעות מורכבות וטכנולוגיות חדשות: CAPI, Offline Conversion, קטלוג מוצרים ועוד.

ו. <u>**ניהול קמפיינים במערכות קידום תוכן – Taboola ו-Teads**</u>

1. ניהול רכש המדיה ינוהל תחת חשבונות הפרסום של המזמין.

2. בניית אסטרטגיית מדיה אופטימלית בהתאם לתקציב, לבריף הלקוח ולשאר המדיות בפריסה. המלצה על המדיה, כלים, קהלים, טרגוטים ופורמט המדיה.

3. בניית קמפיינים במערכת הפרסום וניהול הקמפיין על כל שלביו, לרבות יצירת מודעות, פילוח, טרגוט, בניית A/B Testing בתוך הקמפיין לפי סוגי המודעות וכו'.

4. כתיבת תוכן למודעות בהתאם למטרות השונות על פי הבריף שיועבר, בעברית, בערבית או ברוסית, הטמעת טקסטים בשפות נוספות ובניית מודעות על בסיס אותם טקסטים.

5. מתן המלצות למזמין בנושא סוגי מודעות הקריאייטיב האופטימליות, בהתאם למטרות ויעדי הקמפיין. יובהר, כי על הספק הזוכה להיות בעל היכרות עם כל סוגי הקריאייטיב ובעל שליטה בכל הפורמטים השונים של המודעות, לרבות קרוסלה, מודעות חכמות, סרטונים, נייטיב, קליפ, ספוטלייט, Stories וכד׳.

6. על הספק להתעדכן באופן שוטף בחידושים טכנולוגיים ובכלים מתקדמים לפרסום דיגיטלי, ולהציע למזמין פתרונות ושינויים אפשריים בעקבות אותם חידושים כאמור.

7. הפקת קודי רימרקטינג ואיוונטים של המרה לטובת מיטוב ביצועי קמפיינים ויצירת קהלים רלוונטיים, וידוא תקינות ההטמעה.

ז. <u>שירותי אנליטיקה ומדידה</u>

<u>מעת לעת יידרש לספק שירותי אנליטיקה ומדידה לשם בחינת הקמפיינים, בהתאם למפורט להלן:</u>

1. **הטמעה ובדיקות:** הטמעת Google Tag Manager , הטמעת פיקסלים ותגי מעקב של פלטפורמות השונות, ווידוא תקינות מלאה של כלל ההטמעות (Tags, Triggers, Variables).
2. **ליווי שוטף וניטור:** ליווי טכנולוגי ואנליטי במהלך הקמפיינים, ניטור שוטף של תקינות המדידה ומתן מענה לבעיות אמת-מידה (Data Tracking).

3. **סיכומים ודוחות:** עזרה וייעוץ בבניית תשתית נתונים לסיכומי קמפיין ודוחות ביצועים.

4. **בניית דוחות מותאמים** (Custom Reports): יצירה והגדרה של דוחות מותאמים אישית מתוך לשונית EXPLORE של גוגל אנליטיקס בהתאם לצרכי פילוח של כל קמפיין.

5. **ייצוא נתונים ודוחות חיצוניים:** מתן עזרה, ליווי ותמיכה בייצוא נתוני אנליזה ועבודה מתוך מערכת המדידה החוצה (למשל ל-Google Sheets, כלי BI, אקסל, או דוחות חיצוניים אחרים).

חיוב הלקוח (במידה ויופעל השירות) ייעשה אך ורק לפי שעות בפועל אל מול התעריף שנקבע במכרז.

ח. <u>אומדן תקציבי ניהול רכש מדיה פרוגרמטית לקהל יעד בישראל</u>

1. <u>על פי הערכת המזמין, היקף תקציבי המדיה של ניהול רכש מדיה פרוגרמטית במערכות הפרסום של Google, DV360, Meta, TikTok, Teads, Taboola וכו׳ גם יחד, לקהל יעד בישראל, עבור כלל לקוחות המזמין, יעמוד על **כ-50 מיליון ₪ בשנה** (ללא מע״מ).</u>

2. יובהר כי נתון זה מהווה הערכה בלבד, על סמך נתוני עבר, והמזמין איננו מתחייב על היקף תקציבי כל שהוא לניהול קמפיינים במערכות רכש מדיה פרוגרמטיות כאמור.

3. כל אחד מהמציעים אשר יוכרזו כזוכים במכרז יהיה זכאי לתמורה בגובה אחוז מסוים מההיקף הכספי של הקמפיינים שינהל בפועל (להלן גם: **״עמלה״**), בהתאם להצעת המחיר שיגיש במסגרת מכרז זה.

4. למען הסר ספק, יובהר כי כל זוכה יהיה זכאי לתשלום אך ורק בגין השירות שביצע בפועל ובהתאם לתקציב הקמפיינים שניהל בפועל, ולא תישמע כל טענה בקשר להיקף התקציבי הכולל של ניהול רכש מדיה פרוגרמטית כאמור.

פרק די – הסכם התקשרות

נחתם ביום _____ בחודש _____ שנה _____

הסכם התקשרות

בין

לשכת הפרסום הממשלתית

(להלן: "המזמין")

מצד אחד

לבין

_____

מכתובת _____

(להלן: "**הספק**")

מצד שני

הואיל והמזמין פרסם את מכרז 19/26 למתן שירותי ניהול רכש מדיה פרוגרמטית לקהל יעד בישראל (להלן: "**המכרז**"), לקבלת השירותים המפורטים ב**פרק ג** למכרז ("**השירותים**");

והואיל והספק הגיש הצעה למכרז, כדי לספק את השירותים המבוקשים בהתאם לאמור במכרז, בהצעתו ובהסכם זה (להלן: "**ההסכם**");

והואיל ובכפוף לחתימתו על ההסכם וקיום הדרישות המפורטות במכרז, ועדת המכרזים של המזמין בחרה בספק כזוכה במכרז;

לפיכך הוצהר, הותנה והוסכם בין הצדדים כדלקמן:

1. כללי

1.1. להסכם זה מצורפים הנספחים המפורטים להלן:

1.1.1. **נספח א'** – פירוט השירותים (פרק ג' למסמכי המכרז);

1.1.2. **נספח ב'** – חוברת ההצעה של הספק במכרז;

1.1.3. **נספח ג'** – ערבות ביצוע;

1.1.4. **נספח ד'** – ביטוח;

1.1.5. **נספח ה'** – נספח סודיות והיעדר ניגוד עניינים;

1.1.6. **נספח ו'** – נוהל הגשת חשבוניות למחלקת הדיגיטל;

1.2. בנוסף מסמכי המכרז והבהרות למכרז שפורסמו באתר מינהל הרכש הממשלתי (בהתאם לנוסח המעודכן ביותר המופיע שם), ייחשבו גם הם כמצורפים להסכם זה.

1.3. המבוא והנספחים להסכם מהווים חלק בלתי נפרד ממנו.

1.4. בהסכם תהיה למונחים המשמעות המופיעה במכרז. פרשנות ההסכם על נספחיו תיעשה באופן המקיים את דרישות המכרז המפורשות והמשתמעות ואת תכלית המכרז של אספקת השירותים למזמין באופן מיטבי.

2. תקופת ההתקשרות

2.1. תקופת ההתקשרות תארך 12 חודשים ממועד החתימה על הסכם זה **("תקופת ההתקשרות")**, כאשר למזמין הזכות להאריך את תקופת ההתקשרות בתקופות נוספות, ועד ל-48 חודשים נוספים, על פי שיקול דעתו הבלעדי.

2.2. כל שינוי בתקופת ההתקשרות וכן מימוש הזכות להאריך את ההתקשרות, יכנס לתוקפו רק עם חתימה של מורשיי החתימה מטעם המזמין.

3. התחייבויות והצהרות הספק

3.1. הספק מצהיר ומתחייב כי -

3.1.1. אין מניעה לפי כל דין להתקשרותו בהסכם.

3.1.2. הוא עומד בכל דרישות הדין הרלוונטיות לאספקת השירותים בהתאם להסכם.

3.1.3. ברשותו הניסיון, המיומנות, הידע, הכלים, המלאי וכוח האדם הדרושים למילוי חובותיו בהתאם לתנאי ההתקשרות.

3.1.4. הוא יספק את הנדרש ממנו על פי דרישות ההתקשרות, לשביעות רצון המזמין.

3.1.5. הוא ישתף פעולה עם המזמין וכל נציג מטעמו בכל הקשור למילוי התחייבויותיו על פי הסכם זה, בכלל זה הוא ישתף פעולה באופן מלא עם הוראות קב"ט המזמין.

4. סודיות

4.1. הספק מתחייב כי הוא ומי מטעמו ישמרו את המידע שהתקבל אצלם במהלך ביצוע חובותיהם על פי ההסכם והמכרז בסודיות מוחלטת, במהלך תקופת ההתקשרות ולאחריה, ולא יעשו בו כל שימוש למעט לצורך ביצוע חובותיהם בהתאם למכרז ולהסכם.

4.2. לעניין התחייבות זו לסודיות מובהר כי הגדרת "מידע" או "מידע סודי" לא תכלול:

4.2.1. מידע שהוא נחלת הכלל או שיהפוך לנחלת הכלל שלא עקב הפרת התחייבות זו.

4.2.2. מידע שהיה בידי הספק טרם החתימה על ההסכם.

4.2.3. אם הספק או מי מטעמו יפנו בבקשה מתאימה להחרגתו של סוג מידע מסוים מתחולת המידע הסודי, או לחשיפתו בפני גורם כלשהו, המזמין ידון בבקשה ויהיה רשאי לקבלה, בהתאם לשיקול דעתו הבלעדי בתנאי שאין בחשיפת המידע חשש לפגיעה כלשהי באינטרסים של המזמין.

4.3. הספק אחראי לכך כי בעלי תפקידים אצלו וקבלני משנה שלו, אשר במסגרת עבודתם נחשפים למידע של המזמין, ישמרו על המידע אליו הם נחשפו בסודיות, בהתאם לחובותיו על פי הסכם זה.

5. אבטחת מידע והגנות סייבר

5.1. הספק יהיה האחראי הבלעדי על אבטחת המידע שהועבר או נצבר אצלו במסגרת ההתקשרות. בנוסף, הספק יהיה אחראי על אבטחת המערכות, התוכנות והחומרה המשמשת אותו לצורך אספקת השירותים או המוצרים למזמין, על תקינותם, אמינותם (INTEGRITY) ועל תפקודם השוטף והתקין. לצורך עמידת הספק בחובות אלו, יתפעל הספק ויעדכן את אמצעי האבטחה באופן שוטף, ויוודא כי האמצעים הטכנולוגיים והתהליכיים והגנות הסייבר המשמשים לאבטחת המידע והמערכות עדכניים ועומדים בסטנדרטים המקובלים בתחום.

6. ניגוד עניינים בביצוע ההסכם

6.1. הספק מתחייב כי אין בביצוע ההסכם כדי ליצור ניגוד עניינים כלשהו, בין במישרין ובין בעקיפין, בינו לבין המזמין.

6.2. בכל מקרה שיווצר חשש כלשהו לניגוד עניינים בין הספק לבין המזמין יודיע הספק על כך למזמין, ללא כל שיהוי ויפעל באופן מידי להסרת ניגוד העניינים. בנוסף, במקרה כאמור, יודיע המזמין לספק אודות אמצעים נוספים או מיוחדים הנדרשים ממנו לצורך הסרת ניגוד העניינים, והספק יבצע את הנדרש ממנו בהקדם.

6.3. הספק מתחייב להחתים כל אחד מעובדיו ומי מטעמו שיועסקו על ידו לצורך ביצוע ההסכם על הצהרת הסודיות והיעדר ניגוד עניינים בנוסח המופיע כ**נספח ה'** להסכם זה.

7. קניין רוחני וזכויות יוצרים

7.1. מוצהר ומוסכם כי מדינת ישראל ו/או לשכת הפרסום הממשלתית היא הבעלים הראשון של כל זכויות היוצרים בכל תוצרי השירותים על פי הסכם זה, לפי הוראות סעיף 36 לחוק זכות יוצרים, התשס"ח-2007 (להלן: "**חוק זכות יוצרים**"), לרבות

בסקיצות, ניירות עבודה, תוצרים מוגמרים ו/או חלקיים וכן כל חומר גלם שייוצר במהלך מתן השירותים (להלן: "**תוצרי השירותים**").

7.2. מוסכם ומוצהר בזאת במפורש שכל הזכויות בתוצרי השירותים, לרבות כל הקמפיינים ב-GOOGLE וב-META על כל מרכיביהם ותכניהם, וכן כל מוצר, יצירה, תוכנית, מפרט או כל מסמך אחר, שיטות בדיקה, מתודולוגיה, מודל, ידע, פטנט, המצאה, סימני מסחר, סודות מקצועיים או אחרים וכל קניין רוחני הקשור עם השירותים, יהיו ויישארו בכל עת קניינה הבלעדי והמלא של מדינת ישראל ואין בהסכם זה כדי להעניק לנותן השירותים כל זכות בעלות שהיא, ולא תהא לו כל טענה או תביעה במישרין ו/או בעקיפין בכל הקשור לשירותים ולתוצריהם.

7.3. מבלי לגרוע מן האמור לעיל ולמען הסר ספק מוסכם ומובהר בזאת כי כל זכויות הקניין הרוחני בתוצרי השירותים של עבודת הספק ו/או המועסקים על ידו ו/או מטעמו יהיו בבעלות מלאה ובלעדית של מדינת ישראל ושלה בלבד, ללא הגבלת זמן, והיא תהא רשאית לנהוג בהם כמנהג בעלים ולבצע בהם כל שימוש שתראה לנכון, בתוך תקופת ההתקשרות ולאחריה, לרבות ביצוע שינויים והכנסת תוספות, השלמות, עריכה מחדש, פרסום והעברתם לאחר, בתמורה או שלא בתמורה, ולא ייראו בפעולות אלו כסילוף, פגימה או פעולה פוגענית ביצירה.

7.4. מבלי לגרוע מן האמור לעיל, ולמען הזהירות בלבד, מובהר בזאת ומוסכם כי חתימת הספק על הסכם זה כמוה כוויתור על כל זכויות היוצרים וזכויות מתחום הקניין הרוחני לרבות זכותו המוסרית לפי סעיף 46 לחוק זכות יוצרים, וכן כמוה כמתן אישור לכל שימוש שתעשה לשכת הפרסום הממשלתית בתוצרי השירותים כאמור, ללא הגבלת זמן.

7.5. למען הסר ספק, ומבלי לגרוע מהתחייבויותיו בהתאם להסכם זה, הספק מתחייב בזה לעגן את זכויות לשכת הפרסום הממשלתית בהתאם לסעיף זה בכל התקשרות שלו עם עובדיו, קבלני המשנה ו/או עם מי שפועל מטעמו במסגרת ביצוע התחייבויותיו על פי הסכם זה, לפיו הם מוותרים על כל זכויות היוצרים וזכויות מתחום הקניין הרוחני, לרבות זכות מוסרית לפי סעיף 46 לחוק זכות יוצרים בכל תוצרי השירותים, לרבות הזכות לבצע שינויים בתוצרי השירותים ולהפיץ את תוצרי השירותים הכוללים שינויים כאמור או עותקים מהם.

7.6. מוצהר ומוסכם כי לפ"מ איננה מחויבת ו/או נוהגת לתת קרדיט לספק ו/או למי מטעמו בכל דרך שהיא.

7.7. הספק ו/או מי מטעמו לא יהיו רשאים לעשות בתוצרי השירותים כל שימוש, אלא במסגרת ולצורך קיום התחייבויותיהם על פי הסכם זה ו/או באישור מראש ובכתב מאת לפ"מ. מבלי לגרוע מן האמור לעיל, מתחייב הספק כי במקרה בו יעשה שימוש כדין, בכל חלק מתוצרי השירותים, יציין הספק את העובדה כי אותו תוצר הוכן עבור לשכת הפרסום הממשלתית.

7.8. מוצהר ומוסכם כי אין במתן השירותים כדי ליצור שיתוף כלשהו בין לפ"מ לבין הספק, ובכלל זה שיתוף בתוצרי השירותים. תוצרי השירותים יהפכו מיד עם ייצורם לקניין הבלעדי של המדינה.

7.9. הספק יהא אחראי להבטיח את בעלות המדינה ו/או לפ"מ כאמור בסעיף 7.1 לעיל, לרבות רכישת זכויות קניין רוחני אשר שייכות לצד שלישי כלשהו, ככל הנדרש, נקיות מכל שיעבוד או משכון או זכויות צד שלישי וכיוצא בזה, וביצוע כל פעולה נוספת הדרושה לשם כך.

7.10. הספק מצהיר ומתחייב כי בביצוע התחייבויותיו לפי הסכם זה הוא לא יפר זכויות קניין רוחני של צד ג' כלשהו. מבלי לגרוע מכלליות האמור, מובהר כי במידה ותוגש תביעה כנגד מדינת ישראל ו/או לשכת הפרסום הממשלתית ו/או באם יתקבל מכתב התראה לפני נקיטת הליכים משפטיים בטענה כי תוצרי השירותים על פי הסכם זה, בהם תעשה המדינה שימוש, כולם או חלקם, מפרים זכויות קניין רוחני, יפצה וישפה הספק את המדינה עם דרישתה הראשונה, בגין כל סכום שתחויב בו בגין תביעה ו/או פשרה כאמור.

7.11. הספק בלבד יישא באחריות בכל מקרה שבו תתעורר טענה של צד ג' בדבר הפרת זכויות יוצרים הקשורים בתוצרי השירותים.

7.12. הספק ימסור לידי המזמין את כל ההעתקים מכל חומר שיוכן על ידו ו/או על ידי עובדיו ו/או על ידי מי מטעמו, או שקיבל לידיו במסגרת ביצוע הסכם זה, וזאת בטרם התשלום הסופי של התמורה. "חומר" – לרבות כל תוצרי העבודה.

7.13. זכויות בסיום ההתקשרות – הספק מתחייב כי בסיומה של ההתקשרות לא יתקיים בפני המזמין כל מחסום או מכשול אשר יש בו למנוע או להקשות על העברת כל חומר בקשר עם מתן השירותים, באופן ישים, לידי המזמין ו/או הגוף אשר עמו יתקשר המזמין.

7.14. האמור בסעיף זה בכללותו גובר על האמור בכל מסמך אחר, קיים או עתידי, לרבות כל הזמנת עבודה, הצעת מחיר, קבלה, חשבונית, מכתב, דוא"ל וכיוב', אלא אם כן המסמך האחר יציין במפורש שההוראה הנוגדת במסמך האחר נקבעה כדי להוות שינוי של הסכם זה, ובתנאי שהצהרה זו תיחתם על ידי מורשי החתימה מטעם לפ"מ.

7.15. **הפרת קניין רוחני**

7.15.1. נקבע במסגרת פסק דין חלוט של ערכאה מוסמכת כי שירות שהעמיד ספק לרשות המזמין מפר זכות קניין רוחני של צד שלישי כלשהו, הספק יפעל בהתאם למפורט להלן:

7.15.1.1. הספק יודיע על כך למזמין בהקדם האפשרי.

7.15.1.2. הספק יחדל מאספקת השירות המפר.

7.15.1.3. הספק ייעשה כל מאמץ סביר על מנת להמשיך לספק את השירות באופן שאינו פוגע בקניין רוחני של צד שלישי כלשהו, וזאת תוך עמידה בחובותיו לפי ההסכם, ומבלי לפגוע ברמת השירות.

8. קבלני משנה

8.1. בכפוף לאמור במסמכי ההתקשרות, הספק יהיה רשאי להפעיל קבלני משנה עבור:

8.1.1. ניהול פעילות מדיה פרוגרמטית וטירגוט עומק לקהלי מגזרים.

לא יותר שימוש בקבלני משנה במסגרת ביצוע ההתקשרות, למעט האמור בסעיף זה.

8.2. מבלי לגרוע מהאמור, האחריות הכוללת לביצוע ההתקשרות ולעמידה בכל תנאיה תהיה של הספק ושלו בלבד.

8.3. בכל מקרה שהספק יעסיק קבלן משנה ייעודי לצורך ביצוע הוראות ההסכם ולצורך זה בלבד, המזמין יהיה רשאי לדרוש מהספק להחליף קבלן משנה זה אם הוא סבור כי הוא אינו מבצע את חובותיו כנדרש.

9. יחסים בין הצדדים

9.1. מוצהר ומוסכם בזה בין הצדדים כי:

9.1.1. היחסים ביניהם לפי ההסכם אינם יחסי עובד ומעביד והמזמין אינו המעסיק של עובדי וקבלני המשנה של הספק.

9.1.2. הספק בלבד יהיה אחראי לכל תשלום, לשיפוי בגין נזק, פיצויים או כל תשלום אחר המגיע ממנו על פי כל דין לאנשים המועסקים על ידו בין באופן ישיר בין כקבלני שירות, או לכל אדם אחר.

9.1.3. המזמין לא ישלם כל תשלום לביטוח לאומי ויתר הזכויות הסוציאליות בקשר לאנשים המועסקים על ידי הספק.

9.1.4. אם למרות האמור לעיל, ערכאה שיפוטית או מינהלית מצאה כי המזמין נושא באחריות ישירה כלפי הספק, עובדיו או קבלני משנה שלו, כאילו הוא מעסיקם, ישפה הספק את המזמין עבור כל תשלום בו הוא חויב וחורג מהתמורה המגיע לו לפי הסכם זה. בכלל זה יישא הספק בתשלומי הוצאות משפט ושכר טרחת עורך דין בהם נשא המזמין.

9.1.5. במקרה של הגשת תביעה כאמור בסעיף זה, יודיע המזמין לספק על קיומה של התביעה, ויאפשר לספק להתגונן.

10. תמורה

10.1. התמורה לספק תשולם בהתאם למפורט בהצעת המחיר, המצורפת כ**נספח ב'** להסכם, ובהתאם לכללים המפורטים להלן:

10.1.1. תשלום התמורה ייעשה בהתאם לשיעור העמלה המוצע ביחס להיקף המדיה שינהל הספק בפועל.

10.1.2. תשלום התמורה בגין שירותי האנליטיקה והמדידה ייעשה לפי אחוז הנחה קבוע של 15%, אשר יחושב ביחס לתעריפי הוראת תכ"ם: 8.1.1 נותני שירותים חיצוניים, כפי שהם במועד ביצוע ההזמנה. התשלום ייעשה בהתאם לסיווג הרלוונטי ועל-פי ביצוע בפועל.

התעריף המקסימלי שישולם עבור ביצוע השירותים יהיה התעריף עבור "יועצים לניהול" – **יועץ 2**, כהגדרתם בהוראת התכ"ם הנ"ל. סיווג היועץ בפועל ייקבע בהתאם להשכלתו ולניסיונו, לפי שיקול דעתה הבלעדי של ועדת המכרזים.

10.2. תשלום התמורה ייעשה לפי ביצוע בפועל ובכפוף לתנאי ההתקשרות.

10.3. **סופיות התמורה:**

10.3.1. התמורה לספק תהיה סופית, ולא ישולם לספק סכום נוסף כלשהו בגין ביצוע הנדרש ממנו לפי הסכם זה, בכלל זה לא ישולם לספק בגין החזר הוצאות, נסיעות, תשלום עבור קבלני משנה תשלומים לצדדי ג' וכדו', אלא אם צוין אחרת במפורש במסמכי ההתקשרות.

10.3.2. בכל מקרה שבו יחולו שינויים בהוראות הדין באופן המשפיע על ביצוע ההסכם, הספק יישא בעלויות של שינויים אלו, למעט אם נכתב במפורש אחרת במסמכי ההתקשרות.

11. כללי תשלום

11.1. כללי התשלום המפורטים להלן כפופים להוראות החשב הכללי במשרד האוצר כפי שמתפרסמים מעת לעת.

11.2. לצורך וכתנאי לקבלת תשלומים, הספק ידאג להמציא למזמין צילום תעודת עוסק מורשה על פי חוק מס ערך מוסף, התשל"ו-1975, בתוקף לשנת הכספים בה מתבקש התשלום, אישור מפקיד מורשה כמשמעותו בחוק עסקאות גופים ציבוריים, בתוקף לאותה שנת כספים, כי הוא מנהל או פטור מלנהל את פנקסי החשבונות והרשומות שעליו לנהלם על פי פקודת מס הכנסה [נוסח חדש] ועל פי החוק וחשבון המפרט את התשלומים המגיעים לו בהתאם להסכם (**"חשבון"**). את החשבון על הספק להגיש בהתאם להנחיות המזמין המפורטות בנספח ו' להלן, וזאת כתנאי לאישור החשבון ולהעברת התשלום לספק.

11.3. החשבון יכלול את הפרטים והמסמכים הבאים:

11.3.1. שם הספק וכתובתו, מספר מזהה של הספק, תאריך החשבון, מספר התחייבות או הזמנה, תיאור שירות או עבודה (וכן יחידת מידה, כמות, מחיר יחידה, אם קיים), ערך כולל לפני מס ערך מוסף, סכום מס ערך מוסף בגין החשבונית (מתייחס לעוסק מורשה בלבד), סך הסכום לתשלום – בספרות ובמילים, חתימת הספק או חתימה דיגיטלית וכן קיום הכיתוב "מסמך ממוחשב".

11.4. במקרה שבו יחול שינוי בגובה המע"מ תעודכן בהתאם התמורה לה זכאי הספק.

11.5. במקרה בו יהיו שינויים שאינם בגובה המע"מ במסים או בהיטלים, על מחיר השירותים או הטובין, לא יהיה בשינויים אלה כדי להשפיע על גובה התמורה, אלא בהתאם ובכפוף לקבלת אישור המזמין מראש ובכתב, ולפי שיקול דעתו הבלעדי.

11.6. הספק יידרש להגיש דיווחים וחשבוניות באמצעות פורטל הספקים הממשלתי, מערכת ממוחשבת של הממשלה המאפשרת בין היתר הגשת חשבוניות באופן מקוון.

11.7. המזמין יבדוק ויאשר כל חשבון שיוגש לתשלום על ידי הספק, בהתאם למפורט לעיל ולהנחיות החשב הכללי.

11.8. מועד התשלום עבור חשבון שאושר על ידי המזמין, יהיה לא יאוחר מ- 45 ימים מהמועד שבו הומצא החשבון למזמין, ובמקרים חריגים לא יאוחר מ- 30 ימים מתום אותו החודש שבמהלכו הומצא החשבון למזמין.

12. ערבות ביצוע

12.1. כבטחון למילוי ההתחייבויות של הספק על-פי ההסכם ימסור הספק למזמין ערבות אוטונומית בלתי מותנית, בשיעור של 5% אשר ייגזר מהיקף ההתקשרות.

12.2. ערבות הביצוע תהיה ערבות דיגיטלית בהתאם לתקן הערבויות הדיגיטליות אשר פורסם על יד החשב הכללי, ואשר הונפקה על ידי גוף אשר הוסמך על ידי החשב הכללי להנפקת ערבות דיגיטלית בהתאם לתקן. במקרה כאמור תהיה הערבות בהתאם לנוסח המפורט כנספח ג להסכם, ותנוהל בהתאם לתקן הערבויות הדיגיטליות ולהוראת תכ"ם 7.3.7 ערבויות דיגיטליות.

12.3. הערבות תונפק על ידי גוף המוסמך להנפיק ערבויות בהתאם להוראות המפורטות בהוראת תכ"ם 7.3.3 "ערבויות".

12.4. גוף סטטוטורי, חברה ממשלתית, חברת בת ממשלתית ומוסד להשכלה גבוהה שהמדינה משתתפת בתקציבו רשאים להגיש הוראת קיזוז במקום ערבות הגשה בהתאם לנוסח המפורט בהוראת תכ"ם 7.3.3 "ערבויות".

12.5. תוקף הערבות יהיה 90 יום לאחר תום תקופת ההתקשרות. אם המזמין יממש את האופציה להארכת תקופת ההתקשרות, יאריך הספק את תוקף הערבות בהתאמה עד ל- 90 יום לאחר תום תקופת ההתקשרות.

12.6. המזמין רשאי לדרוש להאריך את תוקף הערבות בעוד שלושה חודשים לאחר תום תקופת הערבות, במקרה בו יהיה הדבר נדרש על מנת להבטיח סיום אספקת השירותים או אחריות או לשם הבטחת עמידת הספק בהתחייבויותיו לפי ההסכם. אם הספק לא יאריך את תוקף הערבות בהתאם להוראות ההסכם, רשאי המזמין לחלט את הערבות, בהתאם לשיקול דעתו הבלעדי.

12.7. במהלך תקופת ההתקשרות רשאי המזמין, לפי שיקול דעתו הבלעדי, להפחית את סכום ערבות הביצוע, לסכום נמוך יותר, כפי שיקבע על ידו.

12.8. לאחר תום התוקף של הערבות, במקרה שהיא לא חולטה, יחזיר המזמין את הערבות לספק.

13. אחריות בנזיקין וחובת שיפוי

13.1. הספק יישא באחריות, לפי כל דין, בגין אובדן או נזק מכל סוג שהוא, שייגרם למזמין, לעובדיו וכל מי מטעמו וכן לכל גוף, אדם או צדדים שלישיים כלשהם, עקב מעשה או מחדל של הספק, עובדיו, שלוחיו, קבלני משנה שלו או כל מי שבא מכוחו או מטעמו, במסגרת ביצוע הסכם זה. הספק מתחייב לדווח למזמין על כל נזק או אובדן כאמור, באופן מידי.

13.2. המזמין, הבאים מכוחו או המועסקים על ידו לא יישאו באחריות ולא יישאו בשום תשלום, הוצאה, אובדן או נזק, בגין נזק מכל סוג שהוא שייגרם לספק, לבאים מכוחו או למועסקים על ידו . האמור לא יחול ביחס לנזק שנגרם בזדון ושהאחריות בגינו מוטלת על המזמין לפי דין.

13.3. הספק יהיה אחראי לתקן כל נזק או אובדן, אם יגרמו עקב ביצוע ההתקשרות ע"י הספק או מי מטעמו, ולהשיב את המצב לקדמותו- במועד הקרוב ביותר לאחר התרחשות הנזק או האובדן. אין באמור, כדי לגרוע מזכות המזמין לתקן את הנזק או האובדן בעצמו ולחייב את הספק בתשלום הוצאותיו. ההחלטה על אופן ביצוע התיקון, תהיה נתונה לשיקול דעתו הבלעדי של המזמין.

13.4. לא יהיה בסיומו של הסכם זה כדי לגרוע מאחריות הספק לגבי נזקים שעילת התביעה בגינם נובעת מהסכם זה או מאספקת השירותים על פיו או קשורה אליהם.

13.5. הספק מתחייב לשפות את המזמין באופן מלא, במקרה שיחויב המזמין בפסק דין חלוט של ערכאה שיפוטית מוסמכת, ולשלם כל סכום בגין חיוב שעל פי הסכם זה חב בו הספק, ובתוספת כל הוצאותיו של המזמין, לרבות הוצאות משפטיות ושכר טרחת עורך דין שיהיו לו בקשר לתביעה בגין האמור, וכן בתוספת הפרשי הצמדה וריבית על פי דין. חובת השיפוי כאמור תחול בין אם השיפוי נובע מתביעתו של עובד של הספק או מי מטעמו של הספק (לרבות קבלני משנה) או עובד של המזמין או צד שלישי או של מבטח או מכל מקור אחר. הסכומים כאמור ישולמו למזמין מיד עם הגשת דרישתו בכתב ובה פירוט ההוצאות שנגרמו לו כאמור.

13.6. טענות צד שלישי

13.6.1. הועלתה ע"י צד שלישי, טענה שעילתה נובעת או קשורה להתקשרות זו לרבות, הפרת זכויות קניין הרוחני או נזקים שנגרמו לצד שלישי כלשהו (להלן: "**טענת הפרה**"), יפעלו הצדדים בהתאם למפורט להלן:

13.6.2. הצדדים יעדכנו אחד את השני בדבר הטענה ועילתה,בהקדם האפשרי על מנת לאפשר לכל צד להתגונן כלפי הטענה.

13.6.3. במקרה בו הוגשה תביעה בטענה כאמור, רשאי המזמין לדרוש מהספק להיכנס בנעלי המזמין לצורך ניהול ההליך.

14. ביטוח

14.1. הספק מתחייב, ולקיים את כל הביטוחים המפורטים ב**נספח ד**' על כל תנאיו, במהלך כל תקופת ההתקשרות.

14.2. בנוסף לביטוחים הנדרשים והמפורטים במכרז, על הספק לבחון את חשיפתו לאור הוראות המכרז וההסכם ולקבוע את הביטוחים הנחוצים לו, בהתאם לניהול סיכונים של הספק.

14.3. אין בכל האמור בסעיפי הביטוח כדי לפטור את הספק, מכל חובה החלה עליו על פי ההתקשרות ועל פי כל דין.

15. המחאת זכויות או חובות על פי ההסכם

15.1. חל איסור מוחלט על הספק להמחות או להסב כל זכות או חובה על פי הסכם זה או את ביצוע ההסכם, ללא אישור מראש ובכתב של המזמין, בהתאם לשיקול דעתו הבלעדי. מבלי לגרוע מהאמור, המחאת זכויות או חובות לפי הסכם זה תיעשה בכפוף לחתימה על הסכם "גב אל גב" בין הממחה לנמחה. ההסכם האמור יועבר לידי המזמין כתנאי לכניסתה לתוקף של המחאת הזכויות או החובות.

15.2. מוצהר ומוסכם בזה כי למזמין הזכות להמחות או להסב כל זכות או חובה על פי הסכם זה ללא צורך בקבלת אישור כלשהו מהספק או מצד ג' כלשהו.

16. הפסקת ההתקשרות

16.1. המזמין יהיה רשאי להודיע לספק בהודעה מוקדמת של 90 יום על הפסקת ההתקשרות מכל סיבה, בהתאם לשיקול דעתו הבלעדי של המזמין.

16.2. תוקפה של ההתקשרות מותנה בקיומו של תקציב מאושר של המזמין. במקרה שבמהלך תקופת ההתקשרות לא יהיה תקציב מאושר כאמור תופסק ההתקשרות לאלתר.

16.3. מבלי לפגוע בכלליות האמור בכל מקום בהסכם, המזמין רשאי להפסיק את ההתקשרות עם הספק, בהתראה של 30 יום, ולאחר קיום שימוע לספק, בכתב או בע"פ, בהתאם להחלטת המזמין, בהתרחש כל אחד מהמקרים הבאים:

16.3.1. אם ימונה קדם מפרק, מפרק זמני או קבוע לספק;

16.3.2. אם ימונה כונס נכסים זמני או קבוע לעסקי ו/או לרכוש הספק;

16.3.3. אם יינתן צו הקפאת הליכים לספק;

16.3.4. אם ניתן לספק צו לפתיחת הליכים לפי חוק חדלות פירעון ושיקום כלכלי, התשע"ח 2018, או צו שווה ערך במדינה אחרת;

16.3.5. אם הספק פשט את הרגל, חלה במחלה אשר מונעת ממנו את היכולת לבצע את האמור בהסכם זה, או הסתלק מביצוע ההסכם מכל סיבה אחרת;

16.4. על הספק להודיע מידית למזמין על התרחשות אחד המקרים המפורטים בסעיף זה.

17. הפרת ההסכם

17.1 הפרה יסודית של ההסכם –

17.1.1. אלה יחשבו כהפרה יסודית של הסכם זה (להלן – "**הפרה יסודית**"):

17.1.1.1. הפרת סעיפי ההסכם הבאים (לפי כותרת הסעיפים): התחייבויות והצהרות הספק; סודיות; אבטחת מידע; ניגוד עניינים בביצוע ההסכם; קניין רוחני וזכויות יוצרים; קבלני משנה; ערבות ביצוע; הגבלת אחריות; ביטוח; המחאת זכויות או חובות על פי ההסכם;

17.1.1.2. אם הספק לקח חלק בתיאום הצעות, לצורך זכיה במכרז;

17.1.1.3. אם הספק הסתלק מביצוע ההסכם;

17.1.2. הפר הספק את ההסכם הפרה יסודית רשאי המזמין, לפי שיקול דעתו, לפעול בהתאם למפורט להלן:

17.1.2.1. לאפשר לספק לתקן את הפגם, וזאת תוך 7 ימי עבודה מעת קבלת ההודעה מאת המזמין, או תוך פרק זמן ארוך יותר שיקבע המזמין בהתאם לנסיבות העניין. בכל מקרה בו ההפרה לא תוקנה בפרק הזמן שהגודר לצורך כך, המזמין יהיה רשאי להודיע לספק בהודעה מוקדמת של 7 ימים על הפסקת ההתקשרות.

17.1.2.2. אם כתוצאה מההפרה היסודית המזמין או מי מטעמו צפויים להיפגע באופן מידי, רשאי המזמין להפסיק מיידית את ההתקשרות עם הספק או כל חלק ממנה ללא התראה מוקדמת ולבטל את ההסכם וזאת מבלי לגרוע מזכות המזמין לסעד או פיצוי כאמור, בהסכם או על פי כל דין.

17.2 הפרת הסכם שאינה יסודית -

17.2.1. מבלי לגרוע מהאמור לעיל, בכל מקרה של אי עמידה של הספק בהתחייבויותיו על פי ההתקשרות, מכל סיבה שהיא, המזמין רשאי לאפשר לספק לתקן את הפגם וזאת תוך 15 ימים ממועד משלוח הודעה בכתב מאת המזמין בהתאם להוראות ההסכם, או תוך פרק זמן אחר שיקבע המזמין בהתאם לנסיבות העניין.

17.2.2. בכל מקרה בו ההפרה לא תוקנה בפרק הזמן שהגודר לצורך כך, יהיה רשאי המזמין לפעול בהתאם לתרופות המפורטות להלן:

17.2.3. **ביטול ההסכם עקב הפרה או הפרה צפויה**:

17.2.3.1. המזמין יהיה רשאי להודיע לספק בהודעה מוקדמת של 30 יום על סיום או השהיית ההתקשרות בגין הפרת ההסכם.

17.2.3.2. נוכח הספק לדעת כי קיימת אפשרות מסתברת כי לא יוכל לעמוד בהתחייבויותיו כולן או מקצתן מכל סיבה שהיא, או כי לא יוכל לעמוד

במועדי ובתנאי השירות (בסעיף זה: "**הפרה צפויה**"), יודיע על כך מיד בעל פה ובדואר אלקטרוני למזמין.

17.2.3.3. בכל מקרה של הפרה צפויה של ההסכם, רשאי המזמין לפי שיקול דעתו לאפשר לספק להכין תכנית לתיקון הליקויים ולדון בה, לסיים את ההתקשרות או להשהותה או כל חלק ממנה.

17.2.4. **קיזוז ועכבון** –

17.2.4.1. מבלי לגרוע מזכויות המזמין לפי הסכם זה או על פי כל דין, למזמין תהיה זכות לקזז מסכומים שהוא חב לספק על פי ההסכם, כל חוב שהספק חייב לו, בין קצוב ובין שאינו קצוב, לרבות בין הזמנות. כן יהיו המזמין רשאי לעכב תחת ידו כל סכום שהוא חייב לספק, עד לתשלום כל חוב שיש לספק כלפי המזמין. אם אפשר, יפעל המזמין על מנת לתת אפשרות לספק להשמיע טענותיו לעניין זה.

17.2.4.2. לספק לא תהא כל זכות קיזוז או עכבון כלפי המזמין או מזמין כלשהו בגין כל סכום שלטענתו מי מהם חייב לו.

17.2.5. **חילוט ערבות** –

17.2.5.1. מבלי לפגוע באמור בכל מקום אחר בהסכם, ערבות הביצוע ניתנת לחילוט על ידי המזמין עקב הפרת תנאי ההסכם על ידי הספק או בגין התנהגות שאינה מקובלת ושאינה בתום לב, או לצורך כל תשלום אחר המגיע למזמין מהספק, ובכלל זה פיצויים.

17.2.5.2. לספק תינתן הזדמנות להציג את טענותיו בכתב או בעל פה, בטרם יממש המזמין את סמכותו לפי סעיף זה.

17.2.5.3. במקרה שחילוט הערבות נעשה לצורך פיצוי המזמין, מובהר בזאת כי חילוט הערבות לא ייחשב כתשלום מלוא הפיצויים בהתאם להסכם זה, וכי המזמין יהיה זכאי לקבל מן הספק את ההפרש בין הסכום ששולם עקב חילוט הערבות, ובין סכום הפיצויים המגיעים למזמין.

17.2.5.4. לאחר חילוט הערבות, ובהתאם להנחיות המזמין ולשיקול דעתו הבלעדי, יידרש הספק להעמיד ערבות ביצוע חדשה בסכום הקבוע בהסכם זה, כתנאי להמשך ההתקשרות.

17.2.6. **אמנת שירות ופיצויים מוסכמים** –

17.2.6.1. אמנת השירות (SLA) נועדה להגדיר את רמת השרות הנדרשת ע"י המזמין מהספק. אם הספק לא יעמוד ברמת השירות המוגדרת, רשאי המזמין לגבות מן הספק פיצויים מוסכמים כמופיע בטבלה להלן:

# מס'	אמנת שירות SLA	הפרה	סנקציות בגין הפרה
1	עמידה בלוחות הזמנים המפורטים בפרק ג'	אי עמידה בלוחות הזמנים	2,500 ₪ לכל שעת איחור

2	עמידה בסכומי הזמנת המדיה עבור קמפיין	חריגה מהסכום בהזמנה	סכום השווה לסכום החריגה

17.2.6.2. מימוש הפיצויים המוסכמים על ידי המזמין יכול ויעשה בכל דרך לרבות בדרך של קיזוז של חשבונית או חילוט ערבות.

17.2.6.3. על אף האמור לעיל, מימוש פיצויים מוסכמים אינו מותנה במתן הודעה מוקדמת או אפשרות לתיקון הליקוי לספק.

17.2.6.4. הסכומים המצויינים בטבלה בגין פיצויים מוסכמים הינם הסכומים המקסימליים ולמזמין שיקול דעת בלעדי אם לדרוש פיצויים בגובה נמוך מהקבוע בטבלה.

17.2.6.5. גובה הפיצויים המוסכמים <u>מהטבלה שלעיל</u>, במצטבר לכל תקופה של 12 חודשים רצופים, לא יעלה על 50% מהיקף הרכש שבוצע בפועל בתקופה זו.

17.2.7. **חריגות תקציב וטעויות בביצוע קמפיינים**

17.2.7.1. הספק יישא במלוא ההוצאה בגין חריגה מתקציב קמפיין שאושר על ידי המזמין, ככל שהחריגה נגרמה עקב מעשה או מחדל של הספק או מי מטעמו ולא אושרה מראש ובכתב על ידי המזמין.

17.2.7.2. במקרה של טעות מהותית של הספק בביצוע קמפיין, לרבות פרסום בפלטפורמה שלא אושרה או הגדרת קהל יעד בניגוד להנחיות המזמין, יהיה המזמין רשאי לחייב את הספק בהחזר הוצאות המדיה שנגרמו עקב הטעות, כולן או חלקן. היקף החיוב ייקבע בהתאם לאחריות הספק לטעות, להיקף הפעילות שנפגעה ולמידת הפגיעה בתועלת שהופקה ממנה.

17.2.7.3. החיוב ייקבע בהחלטה מנומקת, לאחר שניתנה לספק הזדמנות להציג את התייחסותו. המזמין יהיה רשאי לגבות את הסכום באמצעות קיזוז מהתשלומים המגיעים לספק או באמצעות דרישה להחזר כספי, לפי בחירתו, בניכוי סכומים שהוחזרו למזמין או נזקפו לזכותו על ידי פלטפורמות הפרסום בגין אותה הוצאה.

17.2.8. **רכש מספק חלופי –**

17.2.8.1. מבלי לגרוע מהאמור בכל מקום אחר בהסכם ובמכרז, אם כתוצאה מהפרת הסכם או הפרה צפויה, שירות הנדרש למזמין אינו זמין מהספק לשביעות רצון המזמין, ירכוש אותו המזמין מספק חלופי, בהתאם לשיקול דעתו הבלעדי. אם אפשר, יפעל המזמין על מנת לתת אפשרות לספק להשמיע טענותיו לעניין זה.

18. תרופות מצטברות

18.1. התרופות, לרבות זכות הקיזוז, עיכבון, חילוט, פיצויים מוסכמים, וכל הפעולות שרשאי המזמין בהסכם זה לעשות בתגובה להפרת ההסכם בידי הספק, הן מצטברות,

ואין בכל הוראה בהסכם זה כדי לשלול את זכותו של המזמין לכל סעד או תרופה בהתאם להסכם זה או לפי כל דין.

18.2. ויתר המזמין על זכויותיו עקב הפרת הוראה מהוראות הסכם זה על ידי הספק, לא ייחשב כויתור על כל הפרה אחרת של אותה הוראה או הוראה אחרת.

19. סיום התקשרות

19.1. הסתיימה או הופסקה ההתקשרות עם הספק, כולה או מקצתה, מכל סיבה שהיא, יחולו הכללים הבאים:

19.1.1. המזמין ישלם לספק בגין פעולות שביצע הספק טרם הפסקת ההתקשרות, ובגינן זכאי הספק לתשלום בהתאם לכללים המפורטים בהסכם זה.

19.1.2. הספק יידרש לפעול בהקדם וללא דיחוי:

19.1.2.1. להעביר למזמין באופן מסודר את כל תוצרי העבודה שהצטברו אצלו במהלך ההתקשרות.

19.1.2.2. העברת הנתונים והמידע תבוצע על ידי הספק באופן אשר יבטיח רציפות בשירות, לפי הצורך.

19.1.3. המזמין רשאי להתקשר בהסכם עם ספק אחר בנושא ההתקשרות.

19.1.4. הספק ישתף פעולה עם המזמין בהעברת האחריות בביצוע חובותיו על פי הסכם זה, למזמין או לספק אחר שנבחר על ידי המזמין. בכלל זה יעביר הספק למזמין או לספק החדש כל מידע רלוונטי, יסייע לו במענה לשאלות, ויהיה זמין לפניותיו. במקרה שהספק לא ישתף פעולה בהעברת האחריות, כמפורט לעיל, הוא יישא באחריות על כל נזק שיגרם למזמין או לספק החדש שהחל בביצוע ההסכם. לא ישולם לספק תשלום נוסף עבור שיתוף הפעולה כאמור מעבר לקבוע בהסכם זה.

19.1.5. לא תהיה לספק כל תביעה, דרישה כספית או טענה אחרת כלפי המזמין בקשר עם הפסקת ההתקשרות על פי הסכם זה.

20. כתובות הצדדים והודעות

20.1. כל הודעה על פי הסכם זה תימסר בדואר אלקטרוני, אלא אם הסכימו הצדדים אחרת; הודעה בדואר אלקטרוני כאמור תחשב שנתקבלה עם קבלת אישור קריאה, או לאחר 3 ימים מיום אישור משלוח ההודעה בדואר האלקטרוני, המוקדם מבניהם.

20.2. משלוח דואר אלקטרוני על פי הסכם זה יהיה לכתובת הבאות:

20.2.1. כתובת דוא"ל המזמין: או כל כתובת דוא"ל אחרת שתעודכן ע"י המזמין.

20.2.2. כתובת דוא"ל הספק: _____ או כל כתובת דוא"ל אחרת שתעודכן ע"י הספק.

20.3. כל הודעה **מהותית** על פי הסכם זה (כגון הודעות בנוגע לעיכובים, חריגות בתמורה, טענות הפרה, נושאים בעלי דחיפות וכיוצ"ב) תימסר בדואר אלקטרוני אשר ילווה בפנייה טלפונית לצורך וידוא קבלת הדואר האלקטרוני.

20.4. אישור שליחה מתיבת הדואר האלקטרוני, ישמש ראיה למועד השליחה. אישור קריאה, ישמש ראיה לתאריך המסירה.

21. שונות

21.1. הצדדים מסכימים כי סמכות השיפוט בכל הקשור לנושאים והעניינים הנובעים או הקשורים בהסכם זה תהא אך ורק לבתי המשפט המוסמכים במחוז בו יושבת ועדת המכרזים של המזמין, ויחול עליהם החוק הישראלי.

21.2. פרטים מההסכם ומאופן מימושו יפורסמו באתר חופש המידע הממשלתי, זאת בהתאם לנוהל פרסום התקשרויות ובמקרים הרלוונטים גם לפי החלטת ממשלה 1116 מיום 29.12.2013, זאת בהתאם להנחיות המפורטות בהחלטת הממשלה האמורה.

21.3. כל שינוי בהוראת הסכם זה ייעשה בהסכמת שני הצדדים, מראש ובכתב.

21.4. הסכם זה ממצה את כל אשר הוסכם בין הצדדים, ולא יהיה תוקף לכל הסכם או הסדר שנערכו עובר לחתימתו של הסכם זה בנושא ההתקשרות.

21.5. מועד החתימה על ההסכם יהיה מועד החתימה של אחרון הצדדים על ההסכם.

ולראיה באו הצדדים על החתום:

_____ שם וחתימה מורשה חתימה מטעם המזמין _____ תאריך	_____ שם וחתימה מורשה חתימה מטעם הספק _____ תאריך
_____ שם וחתימה מורשה חתימה מטעם המזמין _____ תאריך	_____ שם וחתימה מורשה חתימה מטעם הספק _____ תאריך

נספח ג' – ערבות ביצוע

תדפיס ערבות דיגיטאלית (אין למלא ידנית, למילוי על ידי מערכת)

מסמך זה הוא תדפיס של ערבות דיגיטאלית ונועד לצרכי המחשה בלבד
תדפיס זה הופק ע"י המערכת של שם מנפיק הערבות/מקבל הערבות לפי העניין ביום DD/MM/YYYY ב- HH:MM:SS על סמך קובץ ערבות דיגיטאלית.

נתוני הערבות

קוד הערבות הדיגיטאלית: XXXX-YYYN-NNNN-NNNN-NNCC

מנפיק הערבות:
_____ מס' סניף: ____
טלפון מנפיק הערבות: _____ פקס' מנפיק הערבות: _____
כתובת מנפיק הערבות: _____
רחוב ומספר: _____ ישוב: _____ מיקוד _____
שם מורשה החתימה 1: _____
שם מורשה החתימה 2: _____

מקבל הערבות:
_____
_____

הנערבים (להלן ביחד ו/או לחוד: "הנערב"):

מזהה נערב	שם הנערב
_____	_____

נושא הערבות:
(שם המכרז / נושא ההתקשרות)

סכומים ותאריכים
סכום הערבות _____ שקלים חדשים.
הצמדה: _____ תאריך בסיס להצמדה: _____
תאריך הנפקת הערבות: _(מילוי על ידי המנפיק)_ תאריך סיום תוקף הערבות: _____

ניסוח ההתחייבות

מנפיק הערבות, ערב בזה כלפי מקבל הערבות, בעבור הנערב, לסילוק כל סכום אשר מקבל הערבות ידרוש מאת מנפיק הערבות, בקשר עם נושא הערבות, ואשר לא יעלה על סכום גובה הערבות. מנפיק הערבות מתחייב בזאת לשלם למקבל הערבות את הסכום האמור בתוך מספר הימים לחילוט הקבועים בערבות וזאת מתאריך דרישת מקבל הערבות ומבלי שמקבל הערבות יהיה חייב לנמק את דרישתו או לדרוש תחילה את סילוק הסכום מאת הנערב.
במקרה של דרישה כאמור מנפיק הערבות לא יטען כלפי מקבל הערבות טענת הגנה כל שהיא שיכולה לעמוד לו או לנערב, ולא יתנה את התשלום בתנאי כלשהו או יעכבו מסיבה כלשהי ובכלל זה בסילוק הסכום האמור מאת הנערב.
ערבות זו אינה ניתנה להעברה או להסבה.
ערבות זו ניתנת למימוש לשיעורין, באופן שחילוטה החלקי לא יגרע מתוקפה לגבי יתרת סכום הערבות שלא חולט, ובלבד שסך כל התשלומים על פי ערבות זו לא יעלה על סכום הערבות.
על ערבות זו יחולו הוראות הדין הישראלי בלבד.
הכללים לניהול כתב ערבות זה יהיו בהתאם לתקן הערבויות הדיגיטאליות כפי שפורסם באתר הוראות התכ"ם של החשב הכללי, כנוסחו במועד הנפקת הערבות, ובכלל זה בהתאם לכללים המפורטים להלן:

- ניהול ערבות זו יעשה באופן דיגיטלי, על ידי שליחת דרישות ובקשות בין מערכות מקבל הערבות ומערכות מנפיק הערבות, בהתאם לכללים המפורטים בתקן הערבויות הדיגיטליות.

- התאריכים בערבות מתייחסים לימים קלנדריים, המסתיימים בשעה 23:59, וזאת למעט מניין הימים לתשלום בגין חילוט ערבות על ידי מנפיק הערבות. מניין הימים לתשלום בגין חילוט הערבות, יחל ביום העסקים הבנקאי בו התקבלה הדרישה לחילוט ממקבל הערבות. במקרה שבו הדרישה התקבלה שלא במהלך יום עסקים בנקאי, מנין הימים לביצוע החילוט יחל ביום העסקים הבנקאי העוקב.
- לאחר שתאריך סיום תוקף הערבות חלף, תוקפה של הערבות פוקע ללא צורך בביצוע פעולה נוספת מטעם הנערב, מקבל הערבות או מנפיק הערבות.

<u>מספר ימים לחילוט 15</u>

<u>אסמכתאות</u> (למילוי על ידי המערכת הטכנולוגית, לא על ידי המשרד)
אסמכתא פנימית של מנפיק הערבות:
אסמכתאות פנימיות 1 של מקבל הערבות:
אסמכתאות פנימיות 2 של מקבל הערבות:
אסמכתאות פנימיות 3 של מקבל הערבות:
אסמכתאות פנימיות 4 של מקבל הערבות:

נספח ד' – ביטוח

א. הספק מתחייב לבצע ולקיים את הביטוחים המפורטים בזה לטובתו ולטובת מדינת ישראל – לשכת הפרסום הממשלתית, כשהם כוללים את כל הכיסויים והתנאים הנדרשים להלן וכאשר גבולות האחריות לא יפחתו מהמצוין להלן:

1. <u>ביטוח חבות מעבידים</u>

(1) הספק יבטח את אחריותו החוקית על פי פקודת הנזיקין (נוסח חדש) ו/או חוק האחריות למוצרים פגומים תש"ם -1980 כלפי עובדיו בביטוח חבות המעבידים בכל תחומי מדינת ישראל והשטחים המוחזקים.

(2) גבול האחריות לא יפחת מסך 20,000,000 ₪ לעובד, למקרה ולתקופת הביטוח.

(3) הביטוח יורחב לכסות את חבותו של המבוטח כלפי קבלנים, קבלני משנה ועובדיהם היה ויחשב כמעבידם.

(4) הביטוח יורחב לשפות את מדינת ישראל- לשכת הפרסום הממשלתית, היה ונטען לעניין קרות תאונת עבודה/ מחלת מקצוע כלשהי כי הם נושאים בחבות מעביד כלשהם כלפי מי מעובדי הספק, קבלנים, קבלני משנה ועובדיהם שבשירותו.

2. <u>ביטוח אחריות כלפי צד שלישי</u>

(1) הספק יבטח את אחריותו החוקית על פי דיני מדינת ישראל בביטוח אחריות כלפי צד שלישי בגין נזקי גוף ורכוש (כולל נזקי גרר שהינם תוצאה ישירה של נזקי הרכוש) שייגרמו בקשר עם פעילותו, בכל תחומי מדינת ישראל והשטחים המוחזקים.

(2) גבול האחריות לא יפחת מסך 2,000,000 ₪ למקרה ולתקופת הביטוח.

(3) בפוליסה ייכלל סעיף אחריות צולבת - CROSS LIABILITY.

(4) הביטוח יורחב לכסות את חבותו של המבוטח כלפי צד שלישי בגין פעילות של קבלנים, קבלני משנה ועובדיהם.

(5) מנהלי קמפיינים, אנליסטים ובעלי תפקיד נוספים שאינם מכוסים במסגרת ביטוח חבות מעבידים של הספק ייחשבו צד שלישי.

(6) הביטוח יורחב לשפות את מדינת ישראל - לשכת הפרסום הממשלתית, ככל שייחשבו אחראים למעשי ו/או מחדלי הספק וכל הפועלים מטעמו.

3. <u>ביטוח אחריות מקצועית</u>

(1) הספק יבטח את אחריותו המקצועית בביטוח אחריות מקצועית.

(2) הפוליסה תכסה חבות על פי דין בשל נזק מהפרת חובה מקצועית של הספק עובדיו ובגין כל הפועלים מטעמו ואשר אירע כתוצאה ממעשה, רשלנות, לרבות מחדל, טעות או השמטה, מצג בלתי נכון, הצהרה רשלנית שנעשו בתום לב, שייגרמו בקשר למתן שירותי ניהול רכש מדיה פרוגרמטית לקהל יעד בישראל, כולל גם ניהול כל הקמפיינים ברשתות וכל מערכת רכש מדיה נוספת עבור כלל לקוחות לפ"מ, הכנת תשתית הקמפיין, העלאת הקמפיין לאוויר במערכות

הפרסום, ניהול מסעות לקוח, הכנת דוחות שוטפים, ביצוע מעקב ואופטימיזציה לקמפיינים, הצעות לתכנון מדיה, בהתאם למכרז והסכם עם מדינת ישראל - לשכת הפרסום הממשלתית.

(3) גבול האחריות לא יפחת מסך של 4,000,000 ₪ למקרה ולתקופת הביטוח.

(4) הפוליסה תכלול את ההרחבות הבאות:

- אובדן מסמכים לרבות אובדן השימוש ו/או העיכוב עקב מקרה ביטוח.
- מרמה ואי יושר עובדים.
- דיבה, השמצה והוצאת לשון הרע.
- אחריות צולבת - Cross Liability.
- תקופת גילוי של לפחות 6 חודשים.

(5) הביטוח יורחב לשפות את מדינת ישראל- לשכת הפרסום הממשלתית ככל שיחשבו אחראים למעשי ו/או מחדלי הספק והפועלים מטעמו.

4. <u>ביטוחים נוספים</u>

בעלי מקצוע, נותני שירותים, ספקים, קבלנים וקבלני משנה יערכו ביטוחים מתאימים לגבי פעילותם בגבולות אחריות סבירים, כולל ביטוח אחריות כלפי צד שלישי, וביטוח חבות מעבידים כלפי עובדיהם, ביטוח אחריות מקצועית וביטוח חבות המוצר (ככל ורלוונטיים), וכאשר הפעילות משולבת עם כלי רכב גם ביטוחי כלי רכב הכוללים ביטוח חובה, רכוש ואחריות כלפי צד שלישי. ביטוחי החבויות יורחבו לכלול את מדינת ישראל – לשכת הפרסום הממשלתית כמבוטחים נוספים בכפוף להרחבת שיפוי המקובלת באותו סוג ביטוח. כל הביטוחים (רכוש וחבויות) יכללו ויתור המבטח על זכות השיבוב כלפי לשכת הפרסום הממשלתית ועובדיהם, אולם וויתור כאמור לא יחול לטובת אדם שגרם לנזק מתוך כוונת זדון.

5. <u>כללי</u>

בכל פוליסות הביטוח הנדרשות מהספק יכללו התנאים הבאים:

(1) לשם המבוטח יתווספו כמבוטחים נוספים: מדינת ישראל - לשכת הפרסום הממשלתית בכפוף להרחבי השיפוי לעיל.

(2) בכל מקרה של שינוי לרעה או ביטול הביטוח ע"י אחד הצדדים לא יהיה להם כל תוקף אלא, אם ניתנה על כך הודעה מוקדמת של 60 יום לפחות במכתב לחשב לשכת הפרסום הממשלתית.

(3) המבטח מוותר על כל זכות תחלוף/ שיבוב, תביעה, השתתפות או חזרה כלפי מדינת ישראל – לשכת הפרסום הממשלתית ועובדיהם, ובלבד שהוויתור לא יחול לטובת אדם שגרם לנזק מתוך כוונת זדון.

(4) הספק אחראי בלעדית כלפי המבטח לתשלום דמי הביטוח עבור כל הפוליסות ולמילוי כל החובות המוטלות על המבוטח על פי תנאי הפוליסות.

(5) ההשתתפויות העצמיות הנקובות בכל פוליסה ופוליסה תחולנה בלעדית על הספק.

(6) כל סעיף בפוליסות הביטוח המפקיע או מקטין בדרך כלשהיא את אחריות המבטח, כאשר קיים ביטוח אחר לא יופעל כלפי מדינת ישראל, והביטוח הינו בחזקת ביטוח ראשוני המזכה במלוא הזכויות על פי הביטוח.

(7) תנאי הכיסוי של הפוליסות, למעט ביטוח אחריות מקצועית, לא יפחתו מהמקובל על פי תנאי "פוליסות נוסח ביט" ו/או כל נוסח אחר מקביל לביט, בכפוף להרחבת הכיסויים כמפורט לעיל.

(8) חריג כוונה ו/או רשלנות רבתי יבוטל ככל שקיים. מובהר כי אין בביטול החריג כאמור כדי לגרוע מזכויות המבטחת וחובות המבוטח על פי דין.

ב. הספק מתחייב בכל תקופת ההתקשרות החוזית עם מדינת ישראל – לשכת הפרסום הממשלתית וכל עוד אחריותו קיימת, להחזיק בתוקף את פוליסות הביטוח. הספק מתחייב כי פוליסות הביטוח תחודשנה מדי תקופת ביטוח, כל עוד ההסכם עם מדינת ישראל – לשכת הפרסום הממשלתית בתוקף.

ג. אישור בחתימתו של המבטח על קיום הביטוחים יומצא על ידי הספק ללשכת הפרסום הממשלתית עד למועד חתימת ההסכם. הספק מתחייב להציג את האישור חתום בחתימת המבטח אודות חידוש הפוליסות ללשכת הפרסום הממשלתית, לכל המאוחר שבעה ימים לפני תום תקופת הביטוח.
מובהר בזאת כי אישורי הביטוח שיוצגו אינם באים לצמצם ו/או לגרוע מהתחייבויות הספק לערוך את הביטוחים לפי סעיפי הביטוח המפורטים לעיל, ולמען הסר ספק דרישות הביטוח המחייבות הן בהתאם לאמור לעיל. הספק נדרש ללמוד ולעמוד בדרישות אלה ובמידת הצורך להיעזר באנשי ביטוח מטעמו, על מנת לעמוד בדרישות וליישמן בביטוחיו כנדרש.

ד. מדינת ישראל – לשכת הפרסום הממשלתית, שומרים לעצמם את הזכות לקבל מהספק בכל עת את העתקי הפוליסות במלואן או בחלקן, במקרה של גילוי נסיבות העלולות להביא לתביעה בפוליסות ו/או על מנת שיוכלו לבחון את עמידת הספק בסעיפים אלו ו/או מכל סיבה אחרת, והספק יעביר את העתקי הפוליסות במלואן או בחלקן כאמור מיד עם קבלת הדרישה. הספק מתחייב לבצע כל שינוי או תיקון שיידרש על מנת להתאים את הפוליסות להתחייבויותיו על פי הוראות הביטוח שלעיל. מוסכם כי הספק יהיה רשאי למחוק מפוליסות הביטוח כאמור מידע עסקי ו/או מסחרי סודי שאינו רלוונטי להתקשרות זו.
הספק מצהיר ומתחייב כי זכות מדינת ישראל – לשכת הפרסום הממשלתית לעריכת הבדיקה ולדרישת השינויים כמפורט לעיל אינן מטילות על מדינת ישראל – לשכת הפרסום הממשלתית, או על מי מטעמם כל חובה וכל אחריות שהיא לגבי פוליסות הביטוח ו/או אישורי הביטוח כאמור, טיבם, היקפם ותוקפם, או לגבי העדרם, ואין בהן כדי לגרוע מכל חובה שהיא המוטלת על הספק לפי ההסכם, וזאת בין אם נדרשו התאמות ובין אם לאו, בין אם נבדקו ובין אם לאו.

ה. למען הסר כל ספק מוסכם בזה כי הביטוחים הנדרשים בסעיף ביטוח זה, גבולות האחריות ותנאי הכיסוי הם בבחינת דרישה מינימלית המוטלת על הספק, ואין בהם משום אישור המדינה או מי

מטעמה להיקף וגודל הסיכון לביטוח ועליו לבחון את חשיפתו לסיכונים ולקבוע את הביטוחים הנחוצים לרבות היקף הכיסויים, תקופות הביטוח, וגבולות האחריות בהתאם לכך.

1. אין בכל האמור בסעיפי הביטוח כדי לפטור את הספק מכל חובה החלה עליו על פי דין ועל פי ההסכם ואין לפרש את האמור כוויתור של מדינת ישראל - לשכת הפרסום הממשלתית על כל זכות או סעד המוקנים להם על פי כל דין ועל פי הסכם זה.

2. אי עמידה בתנאי סעיפי ביטוח אלו מהווה הפרה יסודית של הסכם זה. אולם אי המצאת אישור ביטוח תוך 7 ימי עסקים מעת החידוש לא תהווה הפרה יסודית ובלבד שהביטוחים חודשו תוך שמירה על הרצף הביטוחי וכשהם כוללים את התנאים הנדרשים כאמור לעיל.

נספח ה' – התחייבות לסודיות והיעדר ניגוד עניינים

לכבוד

לשכת הפרסום הממשלתית

1. אני _____, ת"ז _____, אשר תפקידי אצל _____ [למלא שם הספק] (להלן - "**הספק**") הינו _____, נותן התחייבות זו בקשר למכרז מתן שירותי ניהול רכש מדיה פרוגרמטית לקהל יעד בישראל מספר 1/2026 (להלן - "**המכרז**").

2. בהתחייבות זו תהיה למונחים הבאים המשמעות המופיעה לצידם:

2.1. "**מידע**" - כל מידע (Information), ידע (Know-How), ידיעה, מסמך, תכתובת, תוכנית, נתון, מודל, חוות דעת, מסקנה וכל דבר אחר כיוצ"ב הקשור באספקת השירותים בין בכתב ובין בע"פ ו/או בכל צורה או דרך של שימור ידיעות בצורה חשמלית ו/או אלקטרונית ו/או אופטית ו/או מגנטית ו/או אחרת.

2.2. "**סודות מקצועיים**" - כל מידע אשר יגיע לידי בקשר לאספקת השירותים, בין אם נתקבל במהלך מתן השירותים או לאחר מכן, לרבות ומבלי לפגוע בכלליות האמור לעיל: מידע אשר ימסר על ידי מדינת ישראל ו/או כל גורם אחר ו/או מי מטעמה.

3. הנני מתחייב לשמור את המידע והסודות המקצועיים שיגיעו אלי עקב ההסכם, בסודיות מוחלטת ולעשות בהם שימוש אך ורק לצורך מילוי חובותיי על פי ההסכם.

4. מבלי לפגוע בכלליות האמור, הנני מתחייב לא לפרסם, להעביר, להודיע, למסור או להביא לידיעת כל אדם את המידע והסודות המקצועיים שהגיעו אלי עקב ההסכם, למעט מידע שהוא בנחלת הכלל או מידע שיש למסור על פי כל דין.

5. לא מתקיים כל ניגוד עניינים בין כל פעילות אחרת או התחייבות אחרת שלי לבין התחייבויות הספק על פי הסכם זה.

6. אמנע מכל פעולה שיש בה כדי ליצור ניגוד עניינים בין מילוי תפקידי על פי ההסכם לבין מילוי תפקיד או התחייבות אחרת, במישרין או בעקיפין.

7. אני מתחייב להודיע למזמין על כל חשש לקיום ניגוד עניינים בין התחייבויותיי על פי ההסכם לבין פעילות אחרת שלי.

שם מלא: _____ תאריך: _____ חתימה: _____

נספח ו' – נוהל הגשת חשבוניות למחלקת הדיגיטל

א. מטרה והיקף:

- להסדיר את מתכונת הדיווח והגשת חשבוניות מצד החברות המנהלות קמפיינים דיגיטליים עבור המשרד הממשלתי לשכת הפרסום הממשלתית (להלן "המזמין"/"לפ"מ").
- הנוהל חל על כל סוגי הקמפיינים הממומנים בפלטפורמות מדיה מקוונות.

ב. הגדרות:

1. "חברה מנהלת" - ספק חיצוני המתכנן, מיישם ומנהל קמפיינים דיגיטליים בשמו של המזמין.
2. "קמפיין קצר טווח" - קמפיין שמשך פעילותו עד 3 חודשים קלנדריים.
3. "קמפיין ארוך טווח" - קמפיין שמשך פעילותו מעל 3 חודשים קלנדריים.
4. "מערכת פרוגרמטית" - מערכת לקנייה וניהול של מדיה דיגיטלית, לרבות Google Ads, Meta Ads Manager, TikTok Adsומערכות DSP אחרות.

ג. הליך הגשת חשבוניות:

קמפיינים קצרי טווח:

א. החברה המנהלת תגיש חשבונית מס אחת בלבד לאחר סיום הקמפיין בפועל.

ב. לחשבונית יצורף אישור בדוא"ל מהמזמין המאשר כי הקמפיין הסתיים, לרבות תאריך הסיום ומספר ההזמנה.

קמפיינים ארוכי טווח:

א. החברה המנהלת תגיש חשבונית אחת לחודש, או בהתאם להיקף הפעילות כפי שפורט במסמכי המכרז.

ב. לחשבונית יצורף צילום מסך מתוך המערכת הפרוגרמטית, הכולל:

- שם או לוגו של ספק המדיה,
- מספר הרכש,(Insertion Order / Purchase ID)
- סכום המדיה (בש"ח או במטבע זר),
- שם הלקוח ושם הקמפיין.

ג. כאשר הסכום מוצג במטבע זר, יש לציין על החשבונית את שער החליפין היציג של בנק ישראל ליום החשבונית.

חישוב עמלות – פלטפורמת DV360:

א. עמלת החברה המנהלת תחושב על בסיס עלות המדיה נטו בלבד, ללא עמלות שגובות הפלטפורמות (לרבות Google).

ב. לא תתאפשר גבייה של עמלה נוספת על עמלה קיימת של ספק המדיה.

מועדי הגשה:

א. כל החשבוניות תוגשנה במועד קבוע אחד בחודש, שייקבע במעמד החתימה על ההסכם (למשל, עד ליום ה-10 בכל חודש).

ב. הגשה במספר פעימות במהלך החודש לא תאושר, למעט חריגים באישור מראש של המזמין.

אישור קבלת השירות עבור חשבוניות של ספקי המדיה:

על החברה המנהלת לאשר לבקרה על כך שהשירות התקבל עבור החשבוניות של ספקי המדיה שנוהלו על ידם. אישור זה יש לשלוח במייל הכולל בתוכו את מספרי החשבוניות של ספק המדיה ואישור על קבלת השירות.

שינויים עתידיים:

יובהר כי נוהל זה עשוי להשתנות מעת לעת, בהתאם להנחיות המזמין, לשינויים רגולטוריים או לשדרוגים מערכתיים.

ככל שתוטמע מערכת ממוחשבת חדשה לניהול קמפיינים ודיווחים, תחויבנה החברות המנהלות להתאים את עצמן לדרישות ולפורמט שיוגדר במסגרת המערכת.

הודעה על עדכון הנוהל תימסר לחברות המנהלות מראש, ויחול עליהן לפעול בהתאם לגרסה העדכנית.

ד. דרישות פורמליות לחשבונית:

- חשבונית תופק כ"חשבונית מס/קבלה" לפי דרישות סעיף 2(א) לתקנות מס ערך מוסף (ניהול פנקסי חשבונות), תשל"ו-1976.

- החשבונית תכלול את מספר ההזמנה (PO) של המזמין, קוד הפרויקט, מועד התשלום, אחוז דמי הניהול, עלות המדיה, מטבע עלות המדיה, מספר הזמנת רכש מדיה ועל איזה ספק מדיה מדובר.

- **על הספק לשלוח את החשבוניות החודשיות יחד עם דוח אקסל מלא עם הפרטים שידרשו ע"י לפ"מ ומחלקת הבקרה לבדיקת דמי הניהול.**

ה. **בקרת איכות ואכיפה**:

- מחלקת הדיגיטל תבצע בדיקה במידה וימצאו הפרשים בדמי הניהול לווידוא התאמה בין דיווחי המערכת הפרוגרמטית ובין חשבוניות הספק.

- החברה תשתף פעולה עם הליך הבקרה ותספק מענה ומסמכים נדרשים.

- חשבונית שלא תעמוד בדרישות תוחזר לספק לתיקון

- הפרה חוזרת של הנוהל תיחשב הפרת תנאי ההתקשרות ותאפשר למזמין להפעיל סנקציות בהתאם להסכם.