

מכרז מס' 37/2018

# שירותי פרסום לאוניברסיטת חיפה

יוני 2018

## הזמנה להגשת הצעות למכרז מס' 37/2018

### בנושא: אספקת שירותי פרסום לאוניברסיטת חיפה

אוניברסיטת חיפה מזמינה בזאת להגיש הצעות להתקשרות בהסכם לאספקת שירותי פרסום לאוניברסיטת חיפה, הכל כמפורט במסמכי המכרז.

המכרז ייערך כמכרז דו שלבי עם הליך תחרותי נוסף הכל כמפורט במסמכי המכרז.

את חוברת המכרז ניתן לקבל החל מיום **01.07.18**, בבניין הראשי, חדר 202, אגף משק ומבנים באוניברסיטת חיפה, אצל שוקי רפפורט, טל': 04-8249113, בימים א'-ה' בין השעות: 09:00-15:00.

ניתן לעיין בחוברת המכרז באתר האינטרנט של האוניברסיטה ("מכרזים" בדף הבית), אך הגשת ההצעה תתבצע על גבי חוברת המכרז המקורית.

מועד אחרון להגשת הצעות למכרז: עד לא יאוחר **מיום א' 05.08.18 בשעה 12:00 לתיבת המכרזים בחדר 202 אגף משק ומבנים, בניין ראשי.**

האוניברסיטה אינה מתחייבת לקבל את ההצעה הנמוכה ביותר או כל הצעה שהיא.

#### טבלת תאריכים:

יום ושעה	תאריך	נושא
ר'	29.6.18	פרסום המודעה למכרז
א'-ה' 09:00-15:00	1.7.18	מסירת חוברת המכרז
ה' 16:00	12.7.18	מועד אחרון להגשת הבהרות בכתב
א' 12:00	05.8.18	מועד אחרון להגשת ההצעות

## כתב הוראות למגישי הצעות למכרז מס' 37/2018

1. **הגדרות**
- בכתב הוראות זה:
- האוניברסיטה** אוניברסיטת חיפה משדרות אבא חושי, הר-הכרמל, חיפה, לרבות כל יחידות החוץ, חברות הבת והיחידות העצמאיות של האוניברסיטה;
- ההסכם** הסכם לביצוע השירות בנוסח ובתנאים כמפורט במסמך ד' למכרז;
- הזוכה** מי שהגיש הצעתו למכרז, הצעתו נתקבלה כדין על ידי האוניברסיטה ונבחר לבצע "השירות", כולו או מקצתו;
- המכרז** מכרז מס' 37/2018 למתן שירותי פרסום לאוניברסיטת חיפה;
- השירותים/השירות** פרסום בארץ מטעם ועבור האוניברסיטה ויחידותיה באמצעי המדיה- הן באמצעות רשת האינטרנט והן באמצעות עיתונות, רדיו, טלוויזיה ושילוט חוצות, לרבות שירותי פרסום נלווים לרכש המדיה (שירותי הכנה לדפוס, פלנינג, קריאטיב, עיצוב והפקות אינטרנט ו-offline , שירותי קופי ועוד) (להלן: "שירותי פרסום הנלווים"), הכל וכפי שיידרש על ידי האוניברסיטה בהתאם לצרכיה וכמפורט בהסכם מסמך ד' ובמפרט השירותים המצורף אליו ובטופס ההצעה הכספית נספח 7 למסמך ב'.
- שירותי פרסום ו/או רכש מדיה בתחום עידוד הרשמה** שירות כהגדרתו לעיל המהווה להנחת דעתה של האוניברסיטה פעילות שיווקית לצורך עידוד רישום של סטודנטים ללימודים.
- אמצעי המדיה** כלי המדיה והתקשורת לסוגיהם, באמצעותם יבוצעו השירותים.
- בריף** מסמך עקרונות לביצוע המצגת בחלק ב' של שלב א' של המכרז, אשר יועבר למציעים שיעברו את חלק א' בשלב א' של המכרז ויצורף כנספח 5 להסכם מסמך ד'.
2. **מהות המכרז**
- מוזמנות בזה הצעות למתן השירות.
3. **מסמכי מהמכרז**
- המסמכים המפורטים להלן מהווים את מסמכי המכרז:
- א. מסמך א'- כתב ההוראות למגישי הצעות למכרז.
1. נספח 1 למסמך א'- טופס קריטריונים להערכת איכות על ידי ממליצים.

- ב. מסמך ב' – נוסח הצעה למכרז.
1. נספח 1 למסמך ב' – תצהיר עמידה בתנאי סף 4(א)-(ד).
  2. נספח 2 למסמך ב' – אישור ר"ח על היקף מחזור כספי.
  3. נספח 3 למסמך ב' – הצהרה על העדר ניגוד עניינים והימנעות מניגוד עניינים.
  4. נספח 4 למסמך ב' – תצהיר חוק עסקאות גופים ציבוריים.
  5. נספח 5 למסמך ב' – אישור ר"ח על תנאי סף 4(ט).
  6. נספח 6 למסמך ב' – התחייבות לסודיות.
  7. נספח 7 למסמך ב' – טופס ההצעה הכספית.
- ג. מסמך ג' – נוסח ערבות להבטחת קיום ההסכם וטיב ביצוע השירות.
- ד. מסמך ד' – נוסח ההסכם.
1. נספח 1 להסכם – מפרט השירותים.
  2. נספח 2 להסכם – טופס ההצעה הכספית (יצורף טופס ההצעה הכספית המלא של המציע הזוכה)
  3. נספח 3 להסכם – התחייבות לשמירת סודיות.
  4. נספח 4 להסכם – הצהרה על העדר ניגוד עניינים והימנעות מניגוד עניינים.
  5. נספח 5 להסכם – הבריף (יועבר רק למציעים שיעברו את חלק א' של שלב א' של המכרז כמפורט להלן).
  6. נספח 6 להסכם – אישור עריכת ביטוח.
  7. נספח 7 להסכם – ערבות ביצוע.
  8. נספח 8 להסכם – נספח לוחות זמנים ותהליכי עבודה.

#### 4. תנאים מקדמיים להשתתפות במכרז

- על המציע, כתנאי לבחינת הצעתו, למלא אחר כל התנאים הבאים:
- א. המציע העניק שירותי פרסום לשלושה לקוחות לפחות במהלך חמש השנים שקדמו למועד האחרון להגשת ההצעות, המקיימים את התנאים הבאים:
    - 1) שירותי הפרסום ניתנו במהלך שנתיים רצופות לכל אחד מהם.
    - 2) תקציב הפרסום השנתי של כל אחד מהם עלה על 1.75 מליון שקלים חדשים (כולל מע"מ) במהלך שנה אחת לפחות מתוך השנתיים (לצורך סעיף זה תקציב פרסומים שנתי כולל הן את התמורה לאמצעי המדיה והן לחברת הפרסום).
  - ב. המציע העניק שירותי פרסום דיגיטל לשלושה לקוחות לפחות במהלך חמש השנים שקדמו למועד האחרון להגשת ההצעות שלכל אחד מהם תקציב פרסום דיגיטל שנתי של 1.3 מליון שקלים חדשים (כולל מע"מ).
  - ג. המציע מפעיל מחלקת אינטרנט פעילה במשרדו, בעלת יכולת תכנון גרפי, ובעלת ניסיון בקמפיינים פרסומיים ולא מבצע שירותים אלו באמצעות קבלן משנה מטעמו.
  - ד. למציע מחלקת מדיה אשר הנה בעלת ניסיון של לפחות 3 שנים בתכנון ובניית תמהיל מדיה.
  - ה. המחזור הכספי השנתי של המציע עמד על סך של לפחות 7,000,000 שקלים חדשים (כולל מע"מ) בכל אחת מן השנים 2015-2017.
  - ו. נכון למועד האחרון להגשת הצעות למכרז המציע אינו קשור בהסכם\* למתן שירותי פרסום בתחום עידוד הרשמה ו/או למתן שירותי רכש מדיה בתחום עידוד הרשמה,

עם אחת או יותר מהאוניברסיטאות הבאות או עם יחידה מיחידותיהן\*\* : הטכניון, מכון ויצמן למדע, אוניברסיטת בר אילן, אוניברסיטת בן גוריון, האוניברסיטה העברית, אוניברסיטת תל אביב, אוניברסיטת אריאל.  
\* הודעה על זכייה במכרז של אחת מהאוניברסיטאות לעיל שנתקבלה אצל המציע לפני המועד האחרון להגשת הצעות למכרז תיחשב למציע כאילו הוא "קשור בהסכם" לעניין זה.

\*\*יחידה לעניין זה הנה כל יחידה באוניברסיטה שאינה ישות משפטית נפרדת.

- ז. נכון למועד האחרון להגשת הצעות למכרז המציע אינו קשור בהסכם\* למתן שירותי פרסום בתחום עידוד הרשמה ו/או למתן שירותי רכש מדיה בתחום עידוד הרשמה עם מוסדות/אחרים להשכלה גבוהה שאינם נמנים על המוסדות המנויים בס"ק ו' לעיל (או עם מוסדות/הקשורים אליהם כגון חברות בת וכיו"ב), או שהוא כן קשור בהסכם כאמור, ולדעת האוניברסיטה אין בכך משום ניגוד עניינים.
- \* הודעה על זכייה במכרז של אחד מן המוסדות כאמור לעיל שנתקבלה לפני המועד האחרון להגשת הצעות למכרז תיחשב למציע כאילו הוא "קשור בהסכם" לעניין זה.
- ח. למציע כל האישורים והתצהירים הנדרשים לפי חוק עסקאות גופים ציבוריים, התשל"ו-1976 על תקנותיו.
- ט. הדוחות הכספיים המבוקרים של המציע לשנים 2015 – 2016 אינם כוללים הערה בדבר ספקות ממשיות לגבי המשך קיומו של התאגיד המציע כ"עסק חיי" ואין היתכנות להערת "עסק חיי" ממועד החתימה על הדוחות האחרונים ועד המועד האחרון להגשת הצעות למכרז.
- י. המציע רשום בכל מרשם המתנהל על פי דין הצריך לעניין נושא ההתקשרות וכן יש בידו כל הרישיונות הנדרשים על פי דין.

**הדרישות דלעיל הינן דרישות סף, ולא תובא לדיון הצעת מציע שאינה עומדת בכל הדרישות דלעיל במלואן.**

## 5. לידיעת מגישי הצעות –

האמור להלן מובא להערכה ולהתרשמות בלבד ואין בו כדי להוות מצג ו/או התחייבות כלשהם מצד האוניברסיטה ו/או עובדיה ו/או מי מטעמם, והמציע בהגשת הצעתו מצהיר כי הוא בחן את הכדאיות הכלכלית של הגשת הצעה למכרז וכי אין לו ולא תהיינה לו כל דרישה ו/או טענה ו/או תביעה כלפי האוניברסיטה ביחס למידע בסעיף זה ו/או לאמור בהקשר זה במכרז זה על נספחיו.

א. השירותים נשוא המכרז יכללו בין היתר פלנינג (אסטרטגיה), קריאטיב, תכנון והפקת קמפיינים בתחום עידוד הרשמה, סטודיו ורכש מדיה וכן פרויקטים ומשימות נוספים בתחום הפרסום/שיווק שיתבקשו על ידי האוניברסיטה, הכל כמפורט במסמכי המכרז על נספחיו.

ב. "תקציב הפרסום" השנתי של האוניברסיטה כהגדרתה להלן, , עומד נכון להיום על כ 3,500,000 ₪ כולל מע"מ נתונים אלו הינם בגדר הערכה וניתנים כאומדן בלבד. האוניברסיטה אינה מתחייבת לסכומים הנקובים ו/או להיקף ההתקשרות ו/או השירות בפועל שינתנו ע"י הזוכה, ושיקולי הכדאיות הכלכלית של המציע יעשו על ידו ועל אחריותו בלבד. לעניין סעיף זה "תקציב הפרסום" כולל הן את התמורה לאמצעי המדיה והן לחברת הפרסום הזוכה.

- ג. מובהר ומודגש, כי מרבית הקמפיינים עולים בחודשים ינואר-אוגוסט, אך לא רק. בתקופות אלו ייתכנו מספר קמפיינים אשר ינוהלו במקביל ויידרשו מן המציע הזוכה מתן מענה קריאטיבי וניהול מדיה בו זמנית תוך עמידה בלוחות הזמנים.
- ד. אגף מינהל תלמידים של אוניברסיטת חיפה יהיה הגורם המקשר בין הזוכה לבין יחידות האוניברסיטה.
- ה. הזוכה מתחייב לעבוד בשיתוף פעולה עם חברת ו/או חברות יחסי ציבור ו/או יועצים נוספים עמם האוניברסיטה עובדת.
- ו. במהלך כשלושת החודשים הראשונים והאחרונים להתקשרות עם הזוכה במכרז, האוניברסיטה תהא רשאית להורות על תקופת חפיפה של עד 3 חודשים במסגרתה יפעל הזוכה במקביל לחברת הפרסום המוחלפת/המחליפה של האוניברסיטה עד לתום הליכי החפיפה.
- ז. למען הסר ספק מובהר כי אין בלעדיות במתן השירותים לאוניברסיטה. כמו כן האוניברסיטה ויחידותיה שומרות על זכותן לפנות לכל אחד מאמצעי המדיה ולקיים עמם מו"מ בנוגע לשירותי פרסום ורכש מדיה, בהשתתפות או בידיעת משרד הפרסום, או באופן עצמאי מבלי ליידע אותו, בכל עת ולהתקשר עמם במישרין.

## 6. סודיות

על המציע, כמו גם על הזוכה תחול חובת סודיות בכל הנוגע למתן "השירות" ולמידע שיגיע לידיעתו עקב או במהלך הליך המכרז ו/או מתן השירות. המציע יידרש לחתום על מסמך התחייבות שמירה על סודיות בנוסח הרצ"ב, המסומן נספח 6 למסמך ב' והמהווה חלק בלתי נפרד ממסמכי המכרז, ולצרפו להצעתו. כמו כן יצורף נוסח זה כנספח 3 להסכם מסמך ד' שייחתם עם הזוכה ויהווה חלק בלתי ניפרד ממנו..

## 7. אופן הגשת ההצעה

א. על המציע לרכז את הצעתו בתוך מעטפה גדולה שתכיל שתי מעטפות נפרדות, כדלקמן:

1. במעטפה שתסומן **מעטפה מס' 1** - "הצעה כספית למכרז 37/2018" – תוגש ההצעה הכספית **בלבד** על גבי קובץ אקסל מוגן ונעול שיחולק למציעים בדיסק און-קי בעת הגעתם לקבל את חוברת המכרז. בנוסף המציעים יידרשו להדפיס הקובץ המלא, לחתום עליו ולצרפו גם ב"הארד קופי" **בשני עותקים (מקור והעתק)**.

בכל סתירה שתתגלה בין ההצעה בקובץ לבין ההצעה המודפסת, תגבר ההצעה המודפסת.

**טופס ההצעה הכספית נספח 7 למסמך ב' ימולא בהתאם להוראות המופיעות ע"ג הטופס.**

המציע חייב להגיש הצעות ולמלא את כל המחירים הנדרשים בהצעה (כולל מע"מ) לגבי כל אחד מהפריטים, כפי שיפורט בקובץ ההצעה הכספית, שיצורף לטופס ההצעה. הצעות לחלק מסעיפי ההצעה הכספית לא תתקבלנה.

2. במעטפה שתסומן **מעטפה מס' 2** – "הצעה למכרז 37/2018" – יוגשו כל יתר המסמכים הנדרשים **ללא** קובץ/טופס ההצעה הכספית (אשר כאמור יוגש בתוך מעטפה מס' 1) – כל זאת, **בשני עותקים (מקור והעתק)**.

ב. ההצעה למכרז תיערך, תמולא ותוגש בהתאם לנוסח ועל פי טופס ההצעה למכרז (מסמך ב') הכלול בין מסמכי המכרז ויצורפו אליו כל שאר מסמכי המכרז והמסמכים שנדרשו בו, כאשר הם מלאים וחתומים על ידי המציע.

ג. מובהר כי יש לחתום על כל עמוד ועמוד ממסמכי המכרז, נספחיו וצרפותיו, לרבות על קובץ התשובות לשאלות ההבהרה באמצעות חותמת ובראשי תיבות. כמו כן, יש לחתום באמצעות חותמת וחתומים מלאה בכל מקום שנדרש לעשות כן.

ד. על המציע למלא בקפדנות בהדפסה או בכתב יד ברור את כל הפרטים הדרושים בהצעה למכרז, ולחתום כדין (באמצעות מורשי החתימה) על ההצעה ועל כל אותם המסמכים הנלווים לה אשר על מגיש ההצעה לחתום עליהם, בהתאם לכתב הוראות זה.

ה. המציעים נדרשים להציג במסגרת הצעתם את הגורם הבכיר שירכז במשרד את ענייני ההתקשרות עם האוניברסיטה במידה ותזכה הצעתם, אשר יהא בעל מניות במציע ו/או מנהל בכיר.

בנוסף המציעים יציגו את חברי הצוות מטעמם שירכזו את תיק האוניברסיטה אצל משרד הפרסום באופן קבוע ושוטף במידה ויזכה במכרז :

(1) תקציבאי בעל ניסיון של לפחות שנתיים בעולם הפרסום.

(2) סופרווייזר – מנהל לקוח (להלן- סופרווייזר) בעל ניסיון של לפחות 5 שנים בעולם הפרסום.

(3) מנהל מח' אינטראקטיב.

(4) ארט דירקטור.

(5) מנהל מדיה.

המציעים יצרפו להצעתם את קורות חייהם של אנשי הצוות, ומסמכים רלוונטיים. מובהר כי במידה והצעת המציע תעלה לשלב ב' אחד או יותר מהגורמים המוזכרים דלעיל הם שיציגו את המצגת בפני האוניברסיטה.

עוד מובהר כי במידה והמציע יזכה, כל הגורמים המפורטים בסעיף זה יידרשו להיות זמינים לפניית נציגי האוניברסיטה, וכן לקחת חלק בפגישות באוניברסיטה, הכל כמפורט במסמכי המכרז על נספחיו.

ו. המציעים יצרפו להצעתם תיק עבודות וכן יפרטו במסגרת הצעתם את כל המידע הדרוש לצורך ניקוד הצעתם במסגרת הבחינה האיכותית, ובכלל זאת :

1. שנות ניסיון המציע בתחום הפרסום ;

2. מספר עובדים נכון למועד האחרון להגשת הצעות ;

3. ניסיון קודם עם מוסדות להשכלה גבוהה ;

ז. על ההצעה לכלול את כל האישורים והמסמכים הנדרשים לצורך הוכחת עמידת המציע בתנאי הסף ובנוסף :

1. מציע שהוא תאגיד – העתק נאמן למקור של מסמכי ההתאגדות והעתק תדפיס עדכני אודות פרטי החברה ;

2. אישור על ניהול פנקסי חשבונות ורשומות לפי חוק עסקאות גופים ציבוריים.

3. אישור עדכני משלטונות מס ערך מוסף או מרו"ח המעיד כי המציע הינו עוסק מורשה וכי הוא מנהל כחוק פנקסי חשבונות ורשומות, על פי חוק מס ערך מוסף והתקנות שהותקנו לפיו, וכי הוא נוהג לדווח על העסקאות שמוטל עליהן מס לפי אותו חוק, או כי הוא פטור מלעשות כן.

4. לצורך הוכחת עמידתו בתנאי סף סעיף 4(א)-(ד) יצרף המציע להצעתו תצהיר מלא חתום ומאומת בנוסח **נספח 1 למסמך ב'**. כמו כן, לצורך הוכחת עמידתו בתנאי סף סעיף 4(א)-(ב) יצרף המציע להצעתו העתק מדוחות יפעת בקרת פרסום.
5. לצורך הוכחת תנאי סף סעיף 4(ה) יצרף המציע להצעתו אישור רו"ח בנוסח **נספח 2 למסמך ב'**.
6. לצורך הוכחת עמידתו בתנאי סף סעיף 4(ו)-(ז) יצרף המציע להצעתו הצהרה על העדר ניגוד עניינים והימנעות מניגוד עניינים בנוסח **נספח 3 למסמך ב'**.
- מציעים הקשורים בהסכם למתן שירותי פרסום בתחום עידוד הרשמה ו/או למתן שירותי רכש מדיה בתחום עידוד הרשמה עם מוסד/ות אחר/ים להשכלה גבוהה שאינם נמנים על המוסדות המנויים בסעיף 4(ו) לעיל, או מוסד/ות הקשור/ים אליהם כגון חברות בת וכו"ב והמעוניינים לבדוק מראש האם ההסכם כאמור בסעיף זה, מהווה לדעת האוניברסיטה ניגוד עניינים, רשאים להעביר לאוניברסיטה במסגרת מועד שאלות ההבהרה, את טופס ההצהרה על העדר ניגוד עניינים והימנעות מניגוד עניינים בנוסח **נספח 3 למסמך ב'** כשהוא מלא וחתום, ובמידה ויימצא כי לדעת האוניברסיטה קיים ניגוד עניינים כאמור, לא יעמוד המציע בתנאי מקדמי זה ולא יוכל להשתתף במכרז. האוניברסיטה תהא רשאית לשקול במסגרת שיקוליה לעניין זה בין היתר גם את תחומי הלימודים במוסד, מיקומו הגאוגרפי, מהות הקשר/המעורבות בו, יתרת תקופת ההתקשרות עמו וכו"ב.
7. לצורך הוכחת עמידתו בתנאי סף סעיף 4(ח) יצרף המציע להצעתו את התצהיר החתום בנוסח **נספח 4 למסמך ב'**.
8. לצורך הוכחת עמידתו בתנאי סף סעיף 4(ט) יצרף המציע להצעתו את אישור רו"ח חתום בנוסח **נספח 5 למסמך ב'**.
9. התחייבות לסודיות חתומה בנוסח **נספח 6 למסמך ב'**.
10. עידוד נשים בעסקים - מציע המעוניין בהעדפה כאמור בסעיף 22 לחוק חובת המכרזים, התשנ"ב - 1993 (להלן: "**החוק**") יצרף להצעתו "אישור" ו"תצהיר" בהתאם לדרישות הסעיף האמור בחוק. צירוף "אישור" ו"תצהיר", בעת הגשת ההצעה, הינה תנאי הכרחי למתן ההעדפה.

## 8. קריטריונים לבדיקת ההצעות

- א. תחילה תיבדקנה עמידת ההצעות בתנאי הסף למכרז.
- ב. ההצעות שתעמודנה בתנאי הסף שהוגדרו במכרז תיבחנה בשלבים בהתאם למפורט להלן:

### (1) שלב א' - בחינה איכותית (60%)

שלב א' יתחלק לשני חלקים שמשקלם זהה:

#### חלק א' - איכות ההצעה (30%)

בחלק א' תיבדק איכות ההצעות בהתאם לקריטריונים והמשקלות להלן:

- א'1. בחינה איכותית של ההצעה (66%) - במסגרת הבחינה האיכותית יילקחו בחשבון, המרכיבים הבאים: (1) שנות ניסיון המציע בתחום הפרסום (מציע לו כמות שנות הניסיון הרב ביותר יקבל את מירב הניקוד לקריטריון זה והיתר ינוקדו ביחס



אליו); (2) מספר עובדים נכון למועד האחרון להגשת הצעות (מציע לו כמות העובדים הגדולה ביותר יקבל את מירב הניקוד לקריטריון זה והיתר ינוקדו ביחס אליו); (3) ניסיון קודם של מעל שנתיים בתחום עידוד הרשמה עם מוסדות להשכלה גבוהה (מציע לו ניסיון כאמור יזכה למירב הניקוד ומציע לו אין ניסיון כאמור לא יזכה לניקוד כלל); (4) התרשמות האוניברסיטה מתיק עבודות; (5) התרשמות האוניברסיטה מניסיונם של חברי צוות המציע ומקורות חייהם; (6) התרשמות כללית של האוניברסיטה. לכ"א מהקריטריונים האמורים יינתן משקל יחסי שווה של 11%.

א'2. שיחות עם ממליצים (34%) - במסגרת בדיקה זו תפנה האוניברסיטה למספר זהה של ממליצים לגבי כל אחד מן המציעים מאנשי הקשר של הלקוחות המפורטים בהצעה, או לאנשי קשר אחרים לפי שיקול דעתה ותבקש מהם לתת ציון למציע מ1 עד 10 תוך התייחסות לקריטריונים המפורטים בטופס קריטריונים להערכת ממליצים המצורף כנספח 1 למסמך א', כאשר לכל אחד מהם יינתן משקל זהה. האוניברסיטה שומרת לעצמה את הזכות במסגרת בדיקה זו להתחשב גם בניסיון קודם שלה עם המציע, ככל שיש לה ניסיון קודם עמו, ובהתאם לשיקול דעתה הבלעדי וזאת, בהתאם לאמות המידה ולמשקלות המצוינים בטופס כאמור. שאלה שלגביה ממליץ לא יידע לתת מענה תזכה לניקוד 5 מ10. המציעים מוותרים על כל טענה בעניין זה. דף קריטריונים להערכת איכות ממליצים מצורף כנספח 1 למסמך א'.

ציון המציע בבחינה האיכותית, והציון בשיחות עם ממליצים ישוקללו באופן שלציון הבחינה האיכותית יינתן משקל של 66% ולציון בשיחות עם ממליצים יינתן משקל של 34% (להלן: "ציון חלק א'").

חמש ההצעות שתקבלנה את ציון חלק א' הגבוה ביותר תוזמנה ע"י האוניברסיטה להשתתף בחלק ב'.

#### חלק ב'- בחינה איכותית של המצגת (30%)

ב'1. עם סיום חלק א', האוניברסיטה תפנה בכתב אל כל המציעים אשר הוחלט לגביהם כי הצעותיהם עברו לחלק ב', ותודיע על לוח הזמנים הצפוי לביצועו.  
ב'2. במסגרת חלק ב' ידרש כ"א מהמציעים שהוזמנו, להציג מצגת בפני צוות בדיקה מטעם האוניברסיטה.

המצגת תכלול הצעת קווי יסוד לקו הפירסומי וכן- אסטרטגיה פרסומית, קונספט קריאייטיבי וכיוונים מרכזיים ליישום השירות עבור קמפיין כלל אוניברסיטאי וקמפיין פקולטטי, הכל בהתאם לבריף שיימסר למציעים שיעברו את חלק א' ושיצורף כנספח 5 להסכם מסמך ד' לאחר סיום שלב א' ובמסגרות התקציב שיוגדרו בו (להלן: "המצגת" ו"הבריף" בהתאמה).

ב'3. המצגת תיבחן על ידי צוות בדיקה מטעם האוניברסיטה שינקד כל אחת המצגות מ1 עד 10 בהתאם לקריטריונים הבאים: (1) מידת החדשנות והיצירתיות; (2) מידת התאמת הקו הפירסומי המוצע לבריף; (3) מידת התאמת הקו הפרסומי למגבלות ביצוע (תקציב וכיו"ב); (4) התרשמות כללית. לכ"א מהקריטריונים האמורים יינתן משקל יחסי שווה של 25%. מצגת שתשיג את סכום ציוני האיכות הגבוה ביותר תקבל את הניקוד המירבי בחלק ב' והמצגות האחרות ינוקדו באפן יחסי אליה (להלן: "ציון חלק ב'").

**(2) שלב ב' - בחינה מסחרית (40%)**

בשלב ב' תיפתחנה מעטפות ההצעה הכספית של המציעים שעלו לחלק ב' של שלב א'. הצעות המחיר של יתר המציעים לא תיפתחנה ותושבנה למציעים. במסגרת הבחינה המסחרית ישוקללו הצעות המחיר שיוצעו על ידי המציעים במסגרת טופס ההצעה הכספית, בהתאם למשקלות להלן:

משקל	פירוט	הקריטריון
10%	סכום כל מכפלות המחיר המוצע ליחידה (כולל מע"מ) לכל אחד מפריטי טבלת רכש המדיה offline, במשקל הנקוב בטבלה, בניכוי אחוז ההנחה האחיד המוצע למדיה offline (המציע שהמחיר המשוקלל המוצע שלו בניכוי אחוז ההנחה כאמור יהיה הנמוך ביותר - יזכה למירב הניקוד לקריטריון זה ויתר המציעים ינוקדו ביחס אליו)	המחיר המשוקלל המוצע למחירי רכש מדיה offline בניכוי אחוז ההנחה המוצע למדיה offline
18%	מצופה מן המציעים שאחוז ההנחה האחיד המוצע ישקף חלק מהחזר העמלה שהוא ההפרש בין המחיר שגובה אמצעי המדיה בפועל לבין המחיר שהוצע לאוניברסיטה בטבלת רכש המדיה (המציע שאחוז ההנחה המוצע על ידו יהיה הגבוה ביותר יזכה למירב הניקוד לקריטריון זה ויתר המציעים ינוקדו ביחס אליו)	אחוז הנחה אחיד מוצע למדיה offline (להלן גם: החזר עמלה offline)
12%	מצופה מן המציעים שאחוז ההנחה האחיד המוצע ישקף חלק מהחזר העמלה שהוא ההפרש בין המחיר שגובה אמצעי המדיה בפועל לבין המחיר שיוצע לאוניברסיטה (המציע שאחוז ההנחה המוצע על ידו יהיה הגבוה ביותר יזכה למירב הניקוד לקריטריון זה ויתר המציעים ינוקדו ביחס אליו)	אחוז הנחה אחיד מוצע למדיה online למעט פרפורמנס (להלן גם: החזר עמלה online)
30%	המציע שהריטיינר החדשי המוצע שלו יהיה הנמוך ביותר יזכה למירב הניקוד לקריטריון זה ויתר המציעים ינוקדו ביחס אליו	ריטיינר חודשי מוצע (כולל מע"מ) עבור ביצוע השירותים, כמפורט בנספח השירותים
25%	<b>אחוז העמלה שיוצע לא יעלה על 15%</b> אחוז העמלה המוצע יחושב ממחירון שירותי הדיגיטל הידוע אצל אמצעי המדיה במועד ביצוע ההזמנה (המציע שאחוז העמלה המוצע על ידו יהיה הנמוך ביותר יזכה למירב הניקוד לקריטריון זה ויתר המציעים ינוקדו ביחס אליו)	אחוז עמלה מוצע לשירותי דיגיטל (performance)
5%	<b>אחוז העמלה שיוצע לא יעלה על 8%</b>	אחוז עמלה מוצע למקרים של רכש מדיה ישיר

<p>לגביהם יתבקש הספק לתת שירותי פרסום נלווים</p>	<p>אם האוניברסיטה תחליט לרכוש מדיה ישירות מאמצעי מדיה שונים (כדוגמת גלי צה"ל/גלגל"צ, וכד') ולקבל ממשרד הפרסום שירותי פרסום נלווים כהגדרתם, משרד הפרסום יהיה זכאי לעמלה בגין רכישות אלה כפי שיוצע על ידו. אחוז העמלה המוצע יחושב מהמחיר שתשלם האוניברסיטה בפועל לאמצעי המדיה (המציע שאחוז העמלה המוצע על ידו יהיה הנמוך ביותר יזכה למירב הניקוד לקריטריון זה ויתר המציעים ינוקדו ביחס אליו)</p>
--	--

### (3) שקלול שלב א' ושלב ב' -

ציון שני חלקי שלב א' וציון שלב ב' ישוקללו בהתאם למשקלות המפורטים להלן :	
ציון חלק א' של שלב א'	30%
ציון חלק ב' של שלב א'	30%
ציון שלב ב'	40%

(4) הליך תחרותי נוסף - שני המציעים שיזכו בציון המשוקלל הגבוה ביותר יעלו לשלב ההליך התחרותי הנוסף. ככל שיהיה שוויון בציון המשוקלל בין המציעים שידורגו במקום השני והשלישי- יעלו שלושה מציעים לשלב ההליך התחרותי הנוסף. במסגרת שלב ההליך התחרותי הנוסף יידרשו המציעים שעלו לשלב זה להגיש הצעת מחיר משופרת על גבי טופס ההצעה הכספית שצורף למכרז. המציעים יהיו רשאים לשפר את כל רכיבי הצעתם או חלקם אך בכל מקרה לא יהיו רשאים לתת הצעת מחיר פחות טובה מזו שהציעו בהצעתם המקורית למכרז.

המציעים יידרשו להגיש הצעתם המשופרת בתוך מעטפה סגורה לתיבת המכרזים במועד שיתבקשו על ידי האוניברסיטה. מציע שיבחר שלא לשפר הצעתו – יראו בהצעתו המקורית כהצעה סופית. ההצעה הכספית המשופרת תשוקלל ביחד עם ציון האיכות של המציע לשלב א' בהתאם למשקלות לעיל והמציע שיזכה בציון המשוקלל הגבוה ביותר יזכה במכרז.

## 9. תקופת ההתקשרות

- א. ההתקשרות עם הזוכה במכרז זה תהא למשך 24 חודשים, שתחילתם בתאריך 01.10.2018 וסיומם ב-30.09.2020 או במועד נדחה כפי שייקבע על ידי האוניברסיטה ובהתאם לשיקול דעתה (להלן: "תקופת ההתקשרות").
- ב. על אף האמור בס"ק א' לעיל, תהא לאוניברסיטה הזכות, להביא לסיום ההסכם ו/או כל אחד ממרכיביו בתום 6 חודשים מתחילת תקופת ההתקשרות ובכל עת שתראה לאחר מכן בשל אי שביעות רצון מאופן מתן השירות או מכל סיבה אחרת, בהתאם לשיקול דעתה הבלעדי ובהודעה של 7 ימים מראש ובכתב, מבלי שהסיום האמור יהווה הפרה ומבלי שהדבר יזכה את הזוכה בפיצוי ו/או תשלום באשר הם.
- ג. לאוניברסיטה נתונה האופציה להאריך את תקופת ההתקשרות, באותם תנאים, בכפוף למילוי מלוא התחייבויות הזוכה על פי ההסכם במשך תקופת ההתקשרות והארכת תוקף הערבות מסמך ג', לשלוש תקופות נוספות של עד 12 חודשים כל אחת, בהודעה בכתב שתומצא לזוכה לא יאוחר מ- 60 יום לפני סיום תקופת ההתקשרות.

ד. אין באמור לעיל כדי לגרוע מזכות האוניברסיטה לבטל את ההסכם עקב הפרתו על ידי משרד הפרסום הכל כמפורט בהסכם (מסמך ד').

## 10. התמורה

א. בכפוף למילוי כל התחייבויותיו של הזוכה לפי תנאי מכרז זה ולפי תנאי ההסכם על נספחיהם לשביעות רצונה המלא של האוניברסיטה, תשלם האוניברסיטה לזוכה את התמורה כמפורט להלן :

1) עבור ביצוע השירותים המפורטים במפרט השירותים, למעט רכש מדיה, ישולם למשרד הפרסום ריטיינר חודשי קבוע בהתאם להצעתו למכרז (להלן: "הריטיינר החודשי"). סכום זה יהיה סופי ויכלול את כל התחייבויות המשרד בביצוע השירותים. מובהר כי סכום הריטיינר יישאר קבוע במהלך כל תקופת ההתקשרות ולא ישתנה גם במקרים של הגדלת ו/או הפחתת כמות הקמפיילים /הימים הפתוחים ושאר השירותים המפורטים.

2) עבור שירותי רכש מדיה offline באמצעות משרד הפרסום, התמורה שתשולם למשרד הפרסום תיקבע בהתאם למחיר שיוצע על ידו בטבלה מס' 1 להצעה הכספית (הצעת מחירי רכש מדיה offline), ובניכוי אחוז ההנחה האחיד כפי שיוצע על ידו למדיה offline. סכום זה יהיה סופי ויכלול את כל התחייבויות המשרד בביצוע רכש מדיה (לרבות הסכומים אותם הוא נדרש להעביר לאמצעי המדיה) (להלן: "התמורה עבור שירותי רכש מדיה offline"). מובהר כי מחירי רכש המדיה offline שיצוינו בטבלה כאמור לא יעודכנו ויישארו קבועים במהלך כל תקופת ההתקשרות.

במידה ויידרשו שירותי רכש מדיה offline נוספים שאינם נכללים בטבלה מס' 1 בהצעה הכספית (הצעת מחירי רכש מדיה offline) ידרש המשרד הזוכה לנהל מו"מ עם אמצעי המדיה לצורך קבלת המחיר הנמוך ביותר ולהציעו לאוניברסיטה. ככל שהאוניברסיטה תאשרו החברה תהיה מחויבת לספקו במחיר שאושר ובניכוי אחוז ההנחה האחיד כפי שהוצע על ידה במכרז.

3) עבור שירותי רכש מדיה online (למעט פרפורמנס) באמצעות משרד הפרסום, ידרש המשרד הזוכה לנהל מו"מ עם אמצעי המדיה לצורך קבלת המחיר הנמוך ביותר ולהציעו לאוניברסיטה. ככל שהאוניברסיטה תאשרו החברה תהיה מחויבת לספקו במחיר שאושר ובניכוי אחוז ההנחה האחיד כפי שהוצע על ידה במכרז (להלן: "התמורה עבור שירותי רכש מדיה online").

4) עבור שירותי דיגיטל (performance) התמורה שתשולם למשרד הפרסום תיקבע בהתאם למחיר אמצעי המדיה כפי שיהיה בתוקף בעת מועד משלוח ההזמנה, בתוספת אחוז עמלה אחיד כפי שהוצע על ידו במכרז. סכום זה יהיה סופי ויכלול את כל התחייבויות המשרד בביצוע שירותי הדיגיטל (לרבות הסכומים אותם הוא נדרש להעביר לאמצעי המדיה) (להלן: "התמורה עבור שירותי דיגיטל").

5) עבור רכש מדיה ישיר שיבוצע על ידי האוניברסיטה מול אמצעי מדיה שונים (כדוגמת גלי צה"ל/גלגל"צ וכד') שלא באמצעות משרד הפרסום, המשרד יהיה זכאי לאחוז עמלה אחיד כפי שהוצע על ידו במכרז ובלבד שהמשרד סיפק לאוניברסיטה שירותי פרסום נלווים לרכש המדיה כאמור לעיל. אחוז העמלה כאמור יחושב מהמחיר שתשלם האוניברסיטה בפועל לאמצעי המדיה (להלן: "עמלת רכש מדיה ישיר").

התמורה עבור שירותי רכש המדיה, התמורה עבור שירותי דיגיטל, התמורה עבור רכש מדיה ישיר והריטיינר החודשי, כהגדרתם לעיל, ייקראו להלן: "התמורה"

ב. התמורה כהגדרתה לעיל, תהווה תמורה מלאה וסופית בגין מלוא השירות וכל התחייבויות המשרד לפי ההסכם, ובכלל זה: העלויות שיועברו לאמצעי המדיה, עלות העסקת עובדים, עלויות הגעה לפגישות באוניברסיטה, בטוחות, ביטוחים וכיו"ב.

ג. משרד הפרסום הזוכה יגיש לאוניברסיטה בסיומו של כל חודש מחודשי תקופת ההתקשרות ולא יאוחר מהיום ה-10 שבחודש שלאחריו, חשבון בו יפורט סיכום השירותים שבוצעו באותו חודש ובנוסף חשבונית מס כדין.

ד. בכל הנוגע לשירותי דיגיטל ושירותי רכש מדיה נדרש המשרד לפרט בחשבון את רכיבי התמורה השונים (הסכום ששולם לאמצעי המדיה בפועל ואחוז ההנחה/עמלה).

ה. האוניברסיטה תהא רשאית בכל עת לדרוש מן המשרד להציג מסמכים שיהיה בהם כדי להעיד על הסכומים ששולמו לאמצעי המדיה בפועל ו/או כל מסמך אחר הנוגע לשירותים הניתנים לאוניברסיטה על ידי המשרד והמשרד יחויב לספק לה מסמכים אלו מיד עם בקשתה. למען הסר ספק, האוניברסיטה תהא רשאית לעכב את תשלום התמורה או כל חלק ממנה עד לאחר שיומצאו לה המסמכים כאמור, ועד לאחר שהחשבון יאושר על ידה. ככל שיימצא כי הנתונים שהופיעו בחשבון שהומצא לאוניברסיטה אינם תואמים את הסכומים ששולמו לאמצעי המדיה בפועל או את הנתונים הנכללים במסמכים כאמור, המשרד יחויב לתקן את החשבון לפי הסכומים ששולמו לאמצעי המדיה בפועל ו/או לפי הנתונים שהופיעו במסמכים כאמור והתמורה שתגיע לו תיקבע בהתאם לכך.

ו. האוניברסיטה תבדוק את החשבונות שיוגשו על ידי הספק, ולאחר שיאושרו על ידה, תשלם לא יאוחר מ-30 יום מתום החודש שבו הומצא החשבון לאוניברסיטה, ובלבד שלא נפלו בו טעויות או קיימים חילוקי דעות לגבי תוכנו.

ז. למען הסר ספק, מובהר כי התשלום בגין השירותים שיספק משרד הפרסום יכלול גם את רכיב התמורה לאמצעי המדיה, אשר אותו יחויב המשרד להעביר לאמצעי המדיה. בעניין זה מובהר כי המשרד הזוכה יהא רשאי לסכם עם אמצעי המדיה מועדי תשלום אחרים להעברת רכיב התמורה לאמצעי המדיה (והשונים מאלו שצוינו לעיל), ובמידה שיעשה כן, יהא אחראי באופן בלעדי על עמידתו במועדי התשלום שסוכמו, זאת אף אם המועדים שסיכם עם אמצעי המדיה יקדימו את מועד העברת התמורה אליו על ידי האוניברסיטה.

ח. מובהר כי הזוכה יהא אחראי כלפי האוניברסיטה, באחריות מוחלטת, להעברת רכיב זה לאמצעי המדיה כאמור בגין הפרסום בו (בין באמצעותו ובין באמצעות סוכניו של אמצעי המדיה) וכן יהא אחראי לכל נזק ו/או הפסד שייגרמו לאוניברסיטה בקשר עם העברת התשלום ו/או אי עמידה במועדי התשלום כאמור.

## 11. ערבות בנקאית

א. בד בבד עם חתימת הזוכה על ההסכם, ימציא הזוכה לאוניברסיטה ערבות בנקאית צמודה בנוסח המופיע במסמכי המכרז **כמסמך ג'** בסך של 50,000 ש"ח (חמישים אלף שקלים חדשים), אשר תשמש כבטוחה למילוי כל אחת מהתחייבויותיו של הזוכה על פי ההסכם (מסמך ד'). ולהבטחת אחריות טיב ביצוע השירות על ידי הזוכה (להלן: **"ערבות הביצוע"**). ערבות הביצוע, כמפורט בס"ק זה, תעמוד בתוקף עד חלוף 90 יום מתום תקופת ההתקשרות הנקובה בהסכם (מסמך ד') ותהיה צמודה למדד המחירים לצרכן.

## 12. התחייבות הזוכה במכרז

א. בתוך 10 ימים ממועד הודעת הזכייה במכרז לזוכה, או במועד אחר שיקבע ע"י האוניברסיטה, הזוכה מתחייב לחתום על כל הנספחים ועל כל מסמך שיידרש לשם ביצוע והוצאה לפועל של הזכייה במכרז וכן להמציא לאוניברסיטה את ערבות הביצוע, כאמור בסעיף 12.ד' לעיל.

- ב. הזוכה מתחייב בזאת לחתום על ההסכם בנוסח המצורף כמסמך ד', ובכפוף לזכות האוניברסיטה לעשות שינויים ו/או תוספות בנוסחו בהתאם לנדרש על פי הליכי המכרז.
- ג. האוניברסיטה רשאית לבחור מציע נוסף ככשיר לזכייה (להלן: "הכשיר השני"). האוניברסיטה תהיה רשאית לפי שיקול דעתה להתקשר בהסכם עם הכשיר השני באם יתברר שהזוכה אינו מסוגל ו/או איננו מתכוון לעמוד בתנאי המכרז ו/או ההסכם. אין באמור כדי לגרוע מזכותה של האוניברסיטה לבטל את המכרז ו/או לפרסם מכרז חדש ואין בו כדי לפגוע בכל זכות או טענה שיעמדו לאוניברסיטה נגד הזוכה.

#### 13. זמן תוקפה של הצעה למכרז וביטולה

- א. תוקפה של הצעה למכרז יהא 120 יום מהמועד האחרון להגשת ההצעות למכרז.
- ב. לא נסתיימו הליכי אישור המכרז תוך 120 יום מהמועד האחרון להגשת ההצעות, תהא רשאית האוניברסיטה לדרוש מן המציעים להאריך את תוקף הצעתם ב-120 יום נוספים והמציעים יחויבו לעשות כן.

#### 14. מועד וכתובת להגשת הצעות למכרז

- א. את ההצעה למכרז יש להגיש לתיבת המכרזים באגף משק ומבנים באוניברסיטת חיפה, חדר 202 בבניין הראשי, **עד ליום א' 05.08.18 בשעה 12:00**.
- ב. הצעה למכרז שתגיע לאחר מועד זה לא תובא לדין. ההצעה למכרז על כל נספחיה וצורפותיה, תושם במעטפה גדולה סגורה עליה ירשם מספר המכרז ונושא המכרז.

#### 15. הבהרות

- א. לשאלות ובירורים בנוגע למסמכי המכרז ניתן לפנות **עד ליום ה' 12.07.18 בשעה 16:00** לגב' גיולי ראוטיאו בן ארוש. פניות תעשנה בכתב בלבד לפקס' 048240411 ו/או בדוא"ל: [jrautio@univ.haifa.ac.il](mailto:jrautio@univ.haifa.ac.il).
- ב. כל התשובות לשאלות ירוכזו במסמכי הבהרות ויופצו לכל המשתתפים בדוא"ל וכן באתר המכרזים של האוניברסיטה באינטרנט. רק תשובות בכתב תחייבנה לעניין הזמנה זו.
- ג. באחריות המציע לוודא ששאלותיו הגיעו בשלמותן לידי איש הקשר בפנייתו בכתב בדוא"ל, המציע יציין את שם המכרז ומספרו וכן את פרטיו המלאים שלו, לרבות שם מלא, שם התאגיד, טלפון וכתובת דוא"ל. לגבי כל שאלה יצוין מספר הסעיף במכרז אליו היא מתייחסת.
- ה. תשובות האוניברסיטה לשאלות שהוגשו ושמצאה לנכון להשיב עליהן וכן הבהרות, עדכונים, תיקונים ושינויים במכרז יופצו, בסבב אחד או במספר סבבים, באתר המכרזים של האוניברסיטה באינטרנט ויהוו חלק ממסמכי המכרז אותם יש לצרף להצעה, כשהם חתומים.
- ו. באחריות המציעים הפוטנציאליים להתעדכן באופן שוטף באתר האינטרנט של האוניברסיטה בדבר התשובות והעדכונים.
- ז. **אין בכוחו של כל פרט, נתון או הבהרה שיימסרו בעל-פה או בטלפון, כדי לחייב את האוניברסיטה או לשנות את תנאי המכרז.** רק תשובות ועדכונים בכתב, ואשר פורסמו על-ידי האוניברסיטה באתר האינטרנט או שנמסרו בכתב למציעים, מחייבות את האוניברסיטה.

#### 16. ביטול המכרז

- א. האוניברסיטה רשאית לצמצם את היקף המכרז או לבטלו או לבטל חלקים ממנו, או לצאת למכרז חדש מכל סיבה שהיא, לרבות במקרה שהמציעים לא יעמדו בדרישות הסף, או כתוצאה משיבוש בלתי צפוי בלוחות הזמנים, בעיות תקציב, אי קבלת היתרים וכיוצא בזה.

- ב. בנוסף לאמור לעיל וכאמור על פי כל דין, מובהר ומודגש כי האוניברסיטה תהא רשאית לבטל את המכרז גם אם ההצעות שהוגשו הן במחיר נמוך או גבוה באופן משמעותי או בלתי סביר מהערכת השווי של האוניברסיטה ו/או יש בסיס סביר להניח שהמציעים, כולם או חלקם, תיאמו הצעות מחיר ו/או פעלו בניסיון ליצור הסדר כובל.
- ג. האוניברסיטה לא תשלם בשום מקרה פיצוי כל שהוא בעקבות ביטול המכרז. הודעה על ביטול המכרז תועבר למציעים למספר הפקס שנמסר על ידם עם קבלת מסמכי המכרז.

## 17. שונות

- א. האוניברסיטה שומרת לעצמה את הזכות המלאה לפסול כל הצעה אשר תיערך ותוגש שלא באופן, בתנאים ועפ"י הוראות כתב הוראות זה. האוניברסיטה תהיה רשאית שלא להתייחס להצעה בלתי סבירה ו/או להצעה שאין בה התייחסות לאחד מסעיפי ההזמנה ו/או להצעה שלא צורפו אליה כל המסמכים שנדרשו לפי הזמנה זו ו/או לא להתחשב בהצעה שהיא בלתי סבירה מבחינת המחיר לעומת מהות ההצעה, תנאיה, חוסר התייחסות מפורטת לסעיף מסעיפי המכרז, שלדעת האוניברסיטה מונע הערכת ההצעה כדבעי.
- ב. כל שינוי ו/או תוספת אשר ייעשו במסמכי המכרז או כל הסתייגות לגביהם, בין אם בגוף מסמכי המכרז ובין אם מכתבי לוואי ו/או בכל דרך אחרת - יקנו זכות לאוניברסיטה להתעלם מכל שינוי, תוספת והסתייגות כאילו לא היו, או לפסול הצעה, הכול לפי שיקול דעתה הבלעדי.
- ג. האוניברסיטה תהיה רשאית לפנות במהלך בדיקת ההצעות אל כל מציע, כדי לקבל הבהרות, להשלים מסמכים או כדי להסיר אי בהירויות המתעוררות בעת בדיקת ההצעות.
- ד. אין בעצם פרסום המכרז משום התחייבות מצד האוניברסיטה להתקשר על פיו.
- ה. **תשומת לב המציעים מופנית לדרישות האוניברסיטה לקיום ביטוחים על ידי המציע שיזכה במכרז, המפורטות בהסכם מסמך ד' ובנספח אישור עריכת הביטוח המצורף אליו. על המציעים לוודא מראש עם מבטחיהם את יכולתם לרכוש את הביטוחים הנדרשים במידה ויזכו במכרז. כל הסתייגות לגבי דרישות הביטוח יש להעלות במסגרת הפניה להבהרות ובתוך המועד שנקבע לכך כאמור לעיל.**
- ו. האוניברסיטה תאפשר עיון במסמכי ההצעה הזוכה במכרז למציעים בעלות של 300 ש"ח. מציע המבקש לשמור בסוד את הצעתו או חלקים ממנה יציין מראש, עם הגשת הצעתו למכרז, מהם החלקים בהצעתו שהם בבחינת סוד מסחרי. המציע מסכים ומאשר, כי שיקול הדעת הבלעדי בעניין מימוש זכות העיון בהצעה הזוכה מוקנה לאוניברסיטה והמציע מוותר על כל טענה ו/או תביעה כלפי האוניברסיטה בעניין זה. מובהר ומוסכם בזאת כי המחיר המוצע לא יהווה סוד מסחרי.
- ז. יובהר בזאת כי סמכות השיפוט הייחודית בכל הקשור לנושאים ולעניינים הנובעים ו/או הקשורים למכרז ו/או להסכם תהא לבית המשפט המוסמך בעיר חיפה בלבד.
- ח. בין אם בחרתם להשתתף במכרז ובין אם לאו, הנכם מתבקשים להחזיר לאוניברסיטה את כל מסמכי המכרז שהומצאו לכם בהיותם רכוש האוניברסיטה.

**אנו מאשרים ומסכימים לאמור לעיל.**

שם מגיש ההצעה	כתובת	חתימה
תאריך	חותמת	

**טופס קריטריונים להערכת איכות ע"י ממליצים**

שם משרד הפרסום: \_\_\_\_\_  
 שם המעריך: \_\_\_\_\_ הארגון: \_\_\_\_\_  
 תפקיד בארגון: \_\_\_\_\_ טלפון: \_\_\_\_\_

התקופה בה סיפק/מספק משרד הפרסום שירותים לארגון: \_\_\_\_\_ חודשים /שנים

החל מיום \_\_\_\_\_ ועד ליום \_\_\_\_\_

הערות	ציון בסולם של 1 – 10	קריטריונים	סודר
		איכות השירות ( היענות, אמינות, גמישות וכו') (איכות גבוהה-10, איכות נמוכה-1)	1
		איכות וטיב הביצוע (טובה מאוד-10, לא טובה-1)	2
		זמינות המשרד (זמינות גבוהה -10, זמינות נמוכה-1)	3
		עמידה בלוחות זמנים (טובה מאוד-10, לא טובה-1)	4
		תחלופת עובדים (תחלופה נמוכה-10, תחלופה גבוהה-1)	5
		הערכה כללית (מומלץ-10, לא מומלץ-1)	6

הערות:

\_\_\_\_\_  
 \_\_\_\_\_  
 \_\_\_\_\_

תאריך \_\_\_\_\_



## אוניברסיטת חיפה

מכרז מס' 37/2018

### בנושא: אספקת שירותי פרסום לאוניברסיטת חיפה

הצעה למכרז מס' 37/2018

לכבוד  
אוניברסיטת חיפה  
שדרות אבא חושי  
ח י פ ה

א.נ.,

הנדון: הצעה למכרז מס' 37/2018 לאספקת שירותי פרסום עבור אוניברסיטת חיפה

1. אנו הח"מ \_\_\_\_\_
- | שם   | כתובת          |
|--|----------------|
| מס' זיהוי/מס' רישום של חברה, שותפות או אגודה שיתופית | מס' עוסק מורשה |
- לאחר שקראנו, בחרנו ובדקנו בתשומת לב ובקפדנות את כתב ההוראות למגישי הצעות למכרז (להלן: "כתב ההוראות"), את ההסכם נשוא המכרז (להלן: "ההסכם") ונוסח הערבויות הבנקאיות המבוקשות ולאחר שקיבלנו את כל ההסברים הדרושים אותם ביקשנו מכם, מציעים בזאת הצעתנו, לאספקת שירותי פרסום עבור אוניברסיטת חיפה, בתנאים וכמפורט במסמכי המכרז.
2. אנו מצהירים כי:
- א. כי היננו בעלי ידע, כח האדם, ניסיון, מיומנות, מומחיות, כישורים, חומרים, ציוד, והרשאה כדין לבצע את השירות ברמה מקצועית גבוהה במיומנות, בנאמנות, מהימנות ובמומחיות תוך שמירה על האינטרסים של האוניברסיטה.
  - ב. אנו מצהירים כי אנו עונים, בין השאר, על הדרישות המפורטות בכתב ההוראות וברשותנו כוח האדם המיומן, הציוד, האביזרים והחומרים היעילים השונים, המתאימים לדרישות ההסכם, מסמך ד', למסמכי המכרז, על נספחיו, מסוג, בכמות ובמספר הדרושים, על מנת לספק את השירות בצורה יעילה.
  - ג. אנו מצהירים כי הננו עומדים בכל דרישות הסף המנויות במסמך א'. מבלי לגרוע מהאמור לעיל, אנו מצהירים כי-
- 1) משרדנו העניק שירותי פרסום לשלושה לקוחות לפחות במהלך חמש השנים שקדמו למועד האחרון להגשת הצעות, המקיימים את התנאים הבאים:
- א. שירותי הפרסום ניתנו במהלך שנתיים רצופות לכל אחד מהם.
  - ב. תקציב הפרסום השנתי של כל אחד מהם עלה על 1.75 מליון שקלים חדשים (כולל מע"מ) במהלך שנה אחת לפחות מתוך השנתיים (לצורך סעיף זה תקציב פרסומים שנתי כולל הן את התמורה לאמצעי המדיה והן לחברת הפרסום).

2) משרדנו העניק שירותי פרסום דיגיטל לשלושה לקוחות לפחות במהלך חמש השנים שקדמו למועד האחרון להגשת הצעות שלכל אחד מהם תקציב פרסום דיגיטל שנתי של 1.3 מליון שקלים חדשים (כולל מע"מ).

3) משרדנו מפעיל מחלקת אינטרנט פעילה בעלת יכולת תכנון גרפי, ובעלת ניסיון בקמפיינים פרסומיים ולא מבצע שירותים אלו באמצעות קבלן משנה מטעמו.

4) למשרדנו יש מחלקת מדיה אשר הנה בעלת ניסיון של לפחות 3 שנים בתכנון ובניית תמהיל מדיה.

**רצ"ב להצעתנו זו תצהיר מלא חתום ומאומת בנוסח נספח 1 למסמך ב' המאשר את עמידתנו בסעיפים 1-4 לעיל. כמו כן רצ"ב העתק מדוחות יפעת בקרת פרסום המאשר את עמידתנו בסעיפים 1-2 לעיל.**

5) המחזור הכספי השנתי של משרדנו עמד על סך של 7,000,000 שקלים חדשים (כולל מע"מ) לפחות, בכל אחת מן השנים 2015-2017. **רצ"ב להצעתנו זו אישור רו"ח חתום על היקף מחזור כספי שנתי בנוסח נספח 2 למסמך ב'.**

6) נכון למועד האחרון להגשת הצעות למכרז משרדנו אינו קשור בהסכם\* למתן שירותי פרסום בתחום עידוד הרשמה ו/או למתן שירותי רכש מדיה בתחום עידוד הרשמה עם אחת או יותר מהאוניברסיטאות הבאות או עם יחידה מיחידותיהן\*\* : הטכניון, מכון ויצמן למדע, אוניברסיטת בר אילן, אוניברסיטת בן גוריון, האוניברסיטה העברית, אוניברסיטת תל אביב, אוניברסיטת אריאל.

\*הודעה על זכייה במכרז של אחת מן האוניברסיטאות לעיל שנתקבלה אצל המציע לפני המועד האחרון להגשת הצעות למכרז תיחשב למציע כאילו הוא "קשור בהסכם" לעניין זה.  
\*\*יחידה לעניין זה הנה כל יחידה באוניברסיטה שאינה ישות משפטית נפרדת.

7) נכון למועד האחרון להגשת הצעות למכרז משרדנו אינו קשור במתן שירותי פרסום בתחום עידוד הרשמה ו/או למתן שירותי רכש מידה בתחום עידוד הרשמה עם מוסדות אחרים להשכלה גבוהה שאינם נמנים על המוסדות המנויים בס"ק 6 לעיל, או עם מוסדות הקשורים אליהם כגון חברות בת וכיו"ב, או שהוא כן קשור בהסכם כאמור, ולדעת האוניברסיטה אין בכך משום ניגוד עניינים.

\*הודעה על זכייה במכרז של אחד מן המוסדות לעיל שנתקבלה אצל המציע לפני המועד האחרון להגשת הצעות למכרז תיחשב למציע כאילו הוא "קשור בהסכם" לעניין זה.

**רצ"ב להצעתנו זו התחייבות חתומה להיעדר ניגוד עניינים בנוסח נספח 3 למסמך ב'.**

8) למשרדנו כל האישורים והתצהירים הנדרשים לפי חוק עסקאות גופים ציבוריים, התשל"ו-1976. **רצ"ב להצעתנו זו תצהיר חתום ומאומת בנוסח נספח 4 למסמך ב'.**

9) הדוחות הכספיים המבוקרים של משרדנו לשנים 2015 – 2016 אינם כוללים הערה בדבר ספקות ממשיים לגבי המשך קיומו של משרדנו כ"עסק חי" ואין היתכנות להערת "עסק חי" ממועד החתימה על הדוחות האחרונים ועד המועד האחרון להגשת הצעות למכרז. **רצ"ב להצעתנו זו אישור רו"ח חתום בנוסח נספח 5 למסמך ב'.**

10) משרדנו רשום בכל מירשם המתנהל על פי דין הצריך לעניין נושא ההתקשרות וכן יש בידו כל הרישיונות הנדרשים על פי דין.

3. אנו מאשרים כי קראנו בעיון את כל מסמכי המכרז לרבות נוסח ההסכם מסמך ד' על כל נספחיהם, ואנו מאשרים כי ביכולתנו לעמוד בדרישות ובתנאים, כמפורט בהסכם כאמור.

4. רצ"ב להצעתנו זו תיק עבודות של המשרד. כמו כן, להלן פרטים כלליים אודות משרדנו :

- שנות ניסיון המשרד בתחום הפרסום \_\_\_\_\_
- מספר עובדים במשרד נכון למועד האחרון להגשת ההצעות \_\_\_\_\_
- מיקום המשרד \_\_\_\_\_
- ניסיון קודם עם מוסדות להשכלה גבוהה של שנתיים לפחות בתחום עידוד הרשמה (יש / אין ניסיון כאמור ואם יש עם איזה מוסד/ות) \_\_\_\_\_

5. רצ"ב להצעתנו זו טופס התחייבות לסודיות חתום בנוסח **נספח 6 למסמך ב'**.

6. אנו מתחייבים כי כל הגורמים המקצועיים הנדרשים למתן "השירות" זמינים ועומדים לרשותנו ואנו אחראים על איכות שרותיהם לשביעות רצון המלאה של אוניברסיטת חיפה.

הגורם הבכיר שירכז במשרדנו את ענייני ההתקשרות עם האוניברסיטה במידה ותזכה הצעתנו, הינו \_\_\_\_\_, שתפקידו ..... והנו בעל מניות / מנהל בכיר במציע (בחר את האופציה הנכונה).

אנו מתחייבים כי במידה ונזכה במכרז נעמיד במשרדנו צוות של עובדים כדלקמן (להלן: "הצוות"):

שם מלא	תפקיד בצוות	שנות וותק בעולם הפרסום
1	סופרוויזור-מנהל לקוח (בעל ניסיון של לפחות 5 שנים בעולם הפרסום)	
2	תקציבאי (בעל ניסיון של לפחות שנתיים בעולם הפרסום)	
3	מנהל מח' אינטראקטיב	
4	ארט דירקטור	
5	מנהל מדיה	

רצ"ב להצעתנו זו קורות חייהם של אנשי הצוות ומסמכים רלוונטיים. אנו מתחייבים כי במידה והצעתנו תעלה לשלב ב' אחד או יותר מהגורמים המוזכרים דלעיל הם שיציגו את המצגת בפני האוניברסיטה.

במידה והצעתנו תזכה במכרז אנשי הצוות כאמור יהיו זמינים לפניית נציגי האוניברסיטה, וכן יקחו חלק בפגישות באוניברסיטה, הכל כמפורט במסמכי המכרז וההסכם.

7. התמורה המוצעת על ידינו עבור כל אחד מרכיבי ההצעה הכספית מפורטת בטופס ההצעה הכספית המצורף להצעתנו **כנספח 7 למסמך ב'**. אנו מודעים לכך כי במידה ונזכה והאוניברסיטה תחליט, לפי שיקול דעתה הבלעדי, להשתמש בשירותים אלו- נהיה מחויבים לספק אותם בתמורה המוצעת.

8. אנו מאשרים כי נהיר לנו שסכום תקציב הפרסום המיועד הנקוב במסמכי המכרז הינו הערכה בלבד, וצפוי לגדול/לקטון במהלך תקופת ההתקשרות ובכל מקרה הוא לא מהווה התחייבות של האוניברסיטה לסכום ו/או היקף כלשהם, וכי שיקולי הכדאיות בהגשת הצעתנו למכרז זה נעשו על ידינו, על סמך נסיונו המקצועי, ועל אחריותנו בלבד וגם במידה ונפחי הפרסום ישתנו אנו מתחייבים למחירים אשר ננקבו על ידינו במסגרת הצעתנו.

9. כל תנאי המכרז על היבטיו והשלכותיו נהירים לנו ומקובלים עלינו, לרבות התמורה בגין "השירות" ואופן ותנאי תשלומה. להוציא את התמורה האמורה, לא תשולם לנו כל תמורה נוספת.

10. ככל שנתבקש לעשות כן אנו מתחייבים להציג בפני האוניברסיטה מצגת על פי הברף שתענה לצרכים ולאתגרים כפי שיוצגו לנו על ידי נציגים.

11. אנו מסכימים לכך ומתחייבים בזאת, כי במקרה ונזכה במכרז נמציא לאוניברסיטה ערבות ביצוע אוטונומית בנוסח מסמך ג' למסמכי המכרז ובגובה של 50,000 ₪ (חמישים אלף שקל). ערבותנו זו תשמש כבטוחה למילוי כל התחייבויותינו על פי ההסכם, מסמך ד'. ערבות זו תהיה צמודה למדד המחירים לצרכן, ותהיה בתוקף עד 3 חודשים לאחר תום תקופת ההתקשרות.

12. אנו מסכימים לניהול המכרז, בתנאים המפורטים בכתב ההוראות למגישי הצעות, ומתחייבים למלא אחר כל הוראות כתב זה החלות על המשתתפים במכרז ו/או על משתתף במכרז שנבחר לזוכה במכרז.
13. אנו מתחייבים לחתום על ההסכם בנוסח ובתנאים של נוסח ההסכם הכלול בין "מסמכי המכרז" ומצוין כמסמך ד', לא יאוחר מ-10 ימים מהיום בו יודע לנו על ידכם כי זכינו במכרז, כפי שתמצאו לנכון ולהתחיל במתן השירות ביום בו תורה לנו האוניברסיטה.
14. אנו מאשרים ומסכימים שהצעתנו זו תישאר בתוקפה ופתוחה לקבלה על ידכם למשך 120 יום מהמועד האחרון להגשת הצעות למכרז כנקוב בכתב ההוראות. אנו מתחייבים להאריך את תוקף הצעתנו ב120 יום נוספים ככל שנתבקש לעשות כן.
15. אנו מצרפים להצעתנו כחלק בלתי נפרד הימנה את כל המסמכים המנויים בסעיף 7(ז) לכתב ההוראות מסמך א'.

\_\_\_\_\_ חתימת מגיש הצעה

\_\_\_\_\_ חותמת

\_\_\_\_\_ תאריך

#### אישור עו"ד

אני הח"מ, \_\_\_\_\_, עו"ד, מאשר בזה כי ביום \_\_\_\_\_ הופיעה בפני מר/גב' \_\_\_\_\_, המוכרת לי אישית / שזיהיתיו/ה לפי ת.ז. מס' \_\_\_\_\_, והמוסמכת/ת לחתום השם המציע על מסמך זה ולאחר שהזהרתיו/ה כי עליו/ה להצהיר את האמת, וכי יהיה/תהיה צפויה לעונשים הקבועים בחוק אם לא יעשה/תעשה כן, אישר/ה את נכונות הצהרתו/ה דלעיל, וחתם/ה עליה בפני.

\_\_\_\_\_ שם

\_\_\_\_\_ חתימה וחותמת

\_\_\_\_\_ תאריך

**תצהיר עמידה בתנאי סף 4(א)-4(ד)**

א. הננו מצהירים כי משרדנו העניק **שירותי פרסום** לשלושה לקוחות לפחות במהלך חמש השנים שקדמו למועד האחרון להגשת ההצעות, המקיימים את התנאים הבאים:

- (1) שירותי הפרסום ניתנו במהלך שנתיים רצופות לכל אחד מהם.
- (2) תקציב הפרסום השנתי של כל אחד מהם עלה על 1.75 מליון שקלים חדשים (כולל מע"מ) במהלך שנה אחת לפחות מתוך השנתיים (לצורך סעיף זה תקציב פרסומים שנתי כולל הן את התמורה לאמצעי המדיה והן לחברת הפרסום).

להלן פירוט הלקוחות כאמור:

איש קשר		תקציב פרסום שנתי (במהלך שנה אחת לפחות מתוך השנתיים)	תקופת מתן שירותי פרסום		שם הלקוח
שם	טלפון		מועד סיום השירותים	מועד תחילת השירותים	

ב. הננו מצהירים כי משרדנו העניק **שירותי פרסום דיגיטל** לשלושה לקוחות לפחות במהלך חמש השנים שקדמו למועד האחרון להגשת ההצעות שלכל אחד מהם תקציב פרסום דיגיטל שנתי של 1.3 מליון שקלים חדשים (כולל מע"מ).

איש קשר		תקציב פרסום שנתי (במהלך שנה אחת לפחות מתוך השנתיים)	תקופת מתן שירותי פרסום		שם הלקוח
שם	טלפון		מועד סיום השירותים	מועד תחילת השירותים	

ג. הננו מצהירים כי משרדנו מפעיל **מחלקת אינטרנט פעילה** שהנה בעלת יכולת תכנון גרפי, ובעלת ניסיון בקמפיינים פרסומיים ולא מבצע שירותים אלו באמצעות קבלן משנה מטעמו.

ניסיונה של מחלקת האינטרנט כאמור מפורט להלן:

---



---



---



---



---

\*ניתן לצרף את פירוט הניסיון במסמך נלווה.

ד. הננו מצהירים כי למשרדנו **מחלקת מדיה** אשר הנה בעלת ניסיון של לפחות 3 שנים בתכנון ובניית תמהיל מדיה.

ה. למחלקת המדיה כאמור \_\_\_\_\_ שנות ניסיון בתכנון ובניית תמהיל מדיה (נא להשלים)

ו. ניסיונה של מחלקת האינטרנט כאמור מפורט להלן:

---

---

---

---

---

\*ניתן לצרף את פירוט הניסיון במסמך נלווה.

פרטי המצהיר מטעם המציע: שם מלא: \_\_\_\_\_ תעודת זהות: \_\_\_\_\_

תפקיד במציע: \_\_\_\_\_ טלפון נייד: \_\_\_\_\_ -

חתימה +חותמת: \_\_\_\_\_ תאריך: \_\_\_\_\_

### אישור עו"ד

אני הח"מ, \_\_\_\_\_, עו"ד, מאשר בזה כי ביום \_\_\_\_\_ הופיעה בפני מר/גב' \_\_\_\_\_ המוכרת לי אישית / שזיהיתיו/ה לפי ת.ז. מס' \_\_\_\_\_, והמוסמכת/ת לחתום השם המציע על מסמך זה ולאחר שהזהרתיו/ה כי עליו/ה להצהיר את האמת, וכי יהיה/תהיה צפויה לעונשים הקבועים בחוק אם לא יעשה/תעשה כן, אישר/ה את נכונות הצהרתו/ה דלעיל, וחתם/ה עליה בפני.

\_\_\_\_\_ שם  
\_\_\_\_\_ חתימה וחותמת  
\_\_\_\_\_ תאריך

אישור רו"ח על היקף מחזור כספי

אני הח"מ, \_\_\_\_\_, רו"ח, מס' רישיון \_\_\_\_\_, שכתובתי הינה: \_\_\_\_\_, מתכבד לאשר בזאת כי:

- שם התאגיד המציע: \_\_\_\_\_, מספר מזהה: \_\_\_\_\_
- המחזור הכספי השנתי של המציע \_\_\_\_\_ בכל אחת מהשנים 2015, 2016 ו-2017 עמד על סך של לפחות 7,000,000 ₪ (שבעה מיליון ₪).

_____	_____	_____
שם	חתימה וחותמת	תאריך

**הצהרה על העדר ניגוד עניינים והימנעות מניגוד עניינים**

אני הח"מ, \_\_\_\_\_, נושא/ת ת.ז. שמספרה \_\_\_\_\_, מורשה/ית חתימה מטעם \_\_\_\_\_, שמספרו \_\_\_\_\_ (להלן – "המציע"), לאחר שהוזהרתי כי עלי להצהיר את האמת, וכי אהיה צפוי/ה לעונשים הקבועים בחוק אם לא אעשה כן, מצהיר/ה בזאת כדלקמן:

א. נכון למועד האחרון להגשת הצעות למכרז המציע אינו קשור בהסכם\* למתן שירותי פרסום בתחום עידוד הרשמה ו/או למתן שירותי רכש מדיה בתחום עידוד הרשמה עם אחת או יותר מהאוניברסיטאות הבאות או עם יחידה מיחידותיה\*\* : הטכניון, מכון ויצמן למדע, אוניברסיטת בר אילן, אוניברסיטת בן גוריון, האוניברסיטה העברית, אוניברסיטת תל אביב, אוניברסיטת אריאל.  
\*הודעה על זכייה במכרז של אחת מהאוניברסיטאות לעיל שנתקבלה אצל המציע לפני המועד האחרון להגשת הצעות למכרז תיחשב למציע כאילו הוא "קשור בהסכם" לעניין זה.  
\*\*יחידה לעניין זה הנה כל יחידה באוניברסיטה שאינה ישות משפטית נפרדת.

ב. נכון למועד האחרון להגשת הצעות למכרז המציע  אינו קשור  כן קשור  (נא לסמן ב- את האופציה הנכונה) בהסכם\* למתן שירותי פרסום בתחום עידוד הרשמה ו/או למתן שירותי רכש מדיה בתחום עידוד הרשמה עם מוסדות/אחרים להשכלה גבוהה שאינם נמנים על המוסדות המנויים בס"ק א' לעיל או עם מוסדות/הקשורים אליהם כגון חברות בת וכיו"ב)

\*הודעה על זכייה במכרז של אחד מן המוסדות לעיל שנתקבלה אצל המציע לפני המועד האחרון להגשת הצעות למכרז תיחשב למציע כאילו הוא "קשור בהסכם" לעניין זה.  
במידה וקיים הסכם כאמור, להלן פירוט המוסדות:

שם המוסד	טיב השירות	מועד סיום השירות לפי ההסכם (ככל שקיימות אופציות נא לציין)

ג. אנו מתחייבים בזאת כי במידה ונזכה במכרז במשך כל תקופת ההתקשרות כהגדרתה במכרז, ועד שישה חודשים לאחר סיומה נימנע מהתקשרות בהסכם למתן שירותי פרסום בתחום עידוד הרשמה ו/או למתן שירותי רכש מדיה בתחום עידוד הרשמה לאחרים להשכלה גבוהה. למרות האמור לעיל ככל שנבקש להתקשר בהסכם כאמור נהיה רשאים לפנות לאוניברסיטה מראש ובכתב ולבקש את אישורה. האוניברסיטה אינה מתחייבת בכל מקרה על אישור בקשתנו זו, ותהא רשאית להסכים, שלא להסכים, או להסכים תחת מגבלות שתקבע, ואנו מוותרים מראש על כל טענה בעניין זה.

ד. מבלי לגרוע באמור לעיל אנו מתחייבים בזאת כי במידה ונזכה במכרז בכל מקרה שבו יהיה לנו חשש לקיומו של ניגוד עניינים כלשהו, נודיע על כך לאוניברסיטה בהזדמנות הראשונה בכתב, ועל פי דרישת האוניברסיטה נימנע מקיום קשר כאמור.

פרטי המצהיר מטעם המציע: שם מלא: \_\_\_\_\_ תעודת זהות: \_\_\_\_\_

תפקיד במציע: \_\_\_\_\_ טלפון נייד: \_\_\_\_\_ -

חתימה +חותמת: \_\_\_\_\_ תאריך: \_\_\_\_\_



### אישור עו"ד

1. אני הח"מ, \_\_\_\_\_, עו"ד, מאשר בזה כי ביום \_\_\_\_\_ הופיעה בפני מר/גב' \_\_\_\_\_, המוכרת לי אישית / שזיהיתיו/ה לפי ת.ז. מס' \_\_\_\_\_, והמוסמכת/ת לחתום השם המציע על מסמך זה ולאחר שהזהרתיו/ה כי עליו/ה להצהיר את האמת, וכי יהיה/תהיה צפוי/ה לעונשים הקבועים בחוק אם לא יעשה/תעשה כן, אישר/ה את נכונות הצהרתו/ה דלעיל, וחתם/ה עליה בפני.

\_\_\_\_\_ שם  
\_\_\_\_\_ חתימה וחותמת  
\_\_\_\_\_ תאריך

## תצהיר חוק עסקאות גופים ציבוריים

אני הח"מ, \_\_\_\_\_, נושא/ת ת.ז. שמספרה \_\_\_\_\_, מורשה/ית חתימה מטעם \_\_\_\_\_, שמספרו \_\_\_\_\_ (להלן – "המציע"), לאחר שהוזהרתי כי עלי להצהיר את האמת, וכי אהיה צפוי/ה לעונשים הקבועים בחוק אם לא אעשה כן, מצהיר/ה בזאת כדלקמן:

1. נכון למועד הגשת ההצעות, המציע ובעל זיקה אליו, לא הורשעו ביותר משתי עבירות, ואם הורשעו ביותר משתי עבירות – כי במועד האחרון להגשת הצעות חלפה שנה אחת לפחות ממועד ההרשעה האחרונה. לענין סעיף זה, "בעל זיקה", "הורשע" ו"עבירה" כמשמעותם בסעיף 2ב לחוק עסקאות גופים ציבוריים, תשל"ו – 1976.

2. **ייצוג הולם לאנשים עם מוגבלות** – הצהרה סעיף 1ב2 לחוק.

נכון למועד הגשת ההצעות:

**נא לסמן ב- ✓ את החלופה הרלוונטית מבין האפשרויות הבאות:**

הוראות סעיף 9 לחוק שוויון זכויות לאנשים עם מוגבלות, התשנ"ח-1998 (להלן – חוק שוויון זכויות) לא חלות על המציע.

**או**

הוראות סעיף 9 לחוק שוויון זכויות חלות על המציע והוא מקיים אותן; וכן, אם המציע מעסיק 100 עובדים לפחות, הוא מתחייב לפנות למנהל הכללי של משרד העבודה הרווחה והשירותים החברתיים לשם בחינת יישום חובותיו לפי סעיף 9 לחוק שוויון זכויות, ובמידת הצורך – לשם קבלת הנחיות בקשר ליישומן; וכן, אם התחייב המציע בעבר לפנות למנהל הכללי של משרד העבודה הרווחה והשירותים החברתיים לפי הוראות פסקת משנה (ב) לסעיף 1ב2(2) לחוק ונעשתה אתו התקשרות שלגביה התחייב כאמור באותה פסקת משנה – הוא הצהיר כי פנה כנדרש ממנו, ואם קיבל הנחיות ליישום חובותיו לפי סעיף 9 לחוק שוויון זכויות, הוא גם פעל ליישומן; וכן, המציע מצהיר על התחייבותו להעביר העתק מתצהיר זה למנהל הכללי של משרד העבודה הרווחה והשירותים החברתיים, בתוך 30 ימים ממועד ההתקשרות על פי מכרז זה (אם הצעתו תיבחר כהצעה הזוכה במכרז).

3. הנני מצהיר/ה כי זהו שמי, זו חתימתי ותוכן תצהירי אמת.

חתימה: \_\_\_\_\_

### אישור עו"ד

אני הח"מ, \_\_\_\_\_, עו"ד, מאשר בזה כי ביום \_\_\_\_\_ הופיע/ה בפני מר/גב' \_\_\_\_\_, המוכר/ת לי אישית / שזיהיתיו/ה לפי ת.ז. מס' \_\_\_\_\_, והמוסמכ/ת לחתום השם המציע על מסמך זה ולאחר שהוזהרתי/ה כי עליו/ה להצהיר את האמת, וכי יהיה/תהיה צפוי/ה לעונשים הקבועים בחוק אם לא יעשה/תעשה כן, אישר/ה את נכונות הצהרתו/ה דלעיל, וחתם/ה עליה בפני.

\_\_\_\_\_ תאריך

\_\_\_\_\_ חתימה וחותמת

\_\_\_\_\_ שם



## התחייבות לסודיות

שנערכה ונחתמה ביום ..... לחודש ..... שנת 2018

.....  
(להלן – "משרד הפרסום")  
מתחייב כלפי אוניברסיטת חיפה  
(להלן – "האוניברסיטה") כדלקמן:

1. לשמור בסודיות מוחלטת ולא לגלות לכל אדם או גוף כלשהו, זולת אנשים הנוטלים חלק או קשורים בביצוע השירות במסגרת מכרז מס' 37/2018 (להלן – "המורשים") את המידע הסודי, כהגדרתו להלן.
2. לא להעסיק בהכנת ההצעה עובד ו/או קבלן משנה ו/או אדם בעל תפקיד ו/או קבלן מישנה שהוא מבלי שיידעו על תוכן התחייבות זאת, ואישרו תוכנה בחתימתם.
3. לא להעתיק ו/או להרשות לאחרים ו/או לגרום לאחר לבצע במידע סודי שכפול, העתקה, צילום, תדפיס וכל צורת העתקה אחרת, אלא תוך רישום של מקבלי המידע הסודי מבין המורשים.
4. לשמור בהקפדה את המידע הסודי בכל אמצעי הזהירות המקובלים לגבי שמירת מידע מסוגו ומטיבו של המידע הסודי הנדרשים לשם מניעת אובדנו ו/או הגעתו לידי צד בלתי מורשה.
5. עם דרישתכם, להחזיר כל המידע הסודי והעתקיו מכל מין וסוג. ממועד זה לא נהיה רשאים להשתמש במידע זה.
6. בכל מקרה של אובדן מידע סודי כלשהו להודיע לכם על כך מיידית ובכתב.
7. לא לפרסם בכל צורה שהיא את המידע הסודי.
8. לא לעשות כל שימוש במידע הסודי, בין במישרין ובין בעקיפין, בין בעצמנו ובין באמצעות אחרים, זולת ככל הנדרש לצורך הכנת ההצעה, ולא להעביר ו/או למסור כל מידע סודי לצד שלישי.
9. להביא את תוכנו של כתב התחייבות זה לידיעת כל אחד מהמורשים.
10. להיות אחראי למילוי ההתחייבויות בכתב התחייבות זה על ידי המורשים, בכפוף להוראות הדין.
11. להיות אחראים לכל נזק שיגרם לאוניברסיטה, אם יגרם, עקב הפרת אחת או יותר מההתחייבויות על פי מסמך זה.
12. היה והצעתנו תתקבל על ידי האוניברסיטה, ונבצע את "השירות", כהגדרתו "במכרז" כולו או חלקו, תחולנה מלוא הוראות כתב התחייבות זה עד מלות שלוש שנים לסיום "השירות" (לרבות תקופת ההארכה, במידה ותהיה), ובכל מקום במסמך זה בו כתוב "הכנת המצגות" או "ההצעה למכרז" יתווסף: "וביצוע השירות", כהגדרתו בהסכם שיחתם בין הצדדים".
13. "מידע סודי" במסמך זה משמעותו: כל מידע, בין בכתב ובין בעל פה ובין בכל צורת אגירה אחרת, הנוגע לנתונים העסקיים, המקצועיים, הארגוניים והפרסונאליים של האוניברסיטה, לרבות סטודנטים, סגל אקדמי ומינהלי וכן כל מידע אחר שהאוניברסיטה תסמן כסודי לפני העברתו, אשר יגיע אלינו במסגרת ההליכים "להכנת המצגות" ו/או "ההצעה" ו/או "לביצוע השירות" – לפי הענין, על שלביהם. המונח "מידע סודי" לא יכלול: מידע שהוא נחלת הכלל ו/או מידע שהיה בידינו וברשותנו לפני מסירתו על ידכם ו/או מידע שאנו חייבים לגלותו על פי דין לרשות כלשהי כל אימת שנמסר לאותה רשות ו/או מידע שהגיע לידיעתנו ממקורות אחרים בדרך של רכישת זכויות או בכל דרך חוקית אחרת שהיא ו/או טכניקות, רעיונות וידע הקשורים לעיבוד נתונים באופן כללי ושאינם יחודיים לאוניברסיטה.

**ולראיה באנו על החתום**

חתימה וחתימת: \_\_\_\_\_

תאריך: \_\_\_\_\_

חתימת המציע: \_\_\_\_\_

## טופס ההצעה הכספית

\*\*\*לנספח זה יצורף קובץ ההצעה הכספית במדיה דיגיטאלית

### הוראות למילוי ההצעה הכספית:

- א. יש למלא את המחירים המוצעים בתוך קובץ ההצעה הכספית שיימסר למציעים במועד קבלת מסמכי המכרז על גבי מדיה דיגיטאלית (להלן ולעיל: "קובץ ההצעה הכספית"). מובהר כי קובץ ההצעה הכספית כאמור מהווה חלק בלתי נפרד ממסמכי המכרז.
- ב. לאחר מילוי קובץ ההצעה הכספית בהתאם להוראות אלו נדרש המציע להדפיס פעמיים, לחתום עליו ולצרפו להצעתו בעותק קשיח. בנוסף לעותק הקשיח כאמור נדרש המציע לצרף להצעתו את העותק האלקטרוני של קובץ ההצעה הכספית המלא על גבי המדיה הדיגיטאלית כאמור. מובהר כי במידה ותימצא סתירה ו/או אי התאמה בין העותק האלקטרוני של ההצעה הכספית לבין העותק הקשיח- יגבר העותק הקשיח.
- ג. קובץ ההצעה הכספית מחולק ל-6 חלקים –
  - a. הצעת מחירי רכש מדיה offline (כולל מע"מ);
  - b. אחוז הנחה אחיד מוצע למדיה offline (להלן גם: החזר עמלה offline);
  - c. אחוז הנחה אחיד מוצע למדיה online למעט פרפורמנס (להלן גם: החזר עמלה online);
  - d. ריטיינר חודשי מוצע (כולל מע"מ);
  - e. אחוז העמלה המוצע לשירותי דיגיטל (performance);
  - f. אחוז העמלה המוצע למקרים של רכש מדיה ישיר;
- ד. בחלק הראשון של ההצעה הכספית (הצעת מחירי רכש מדיה offline) המציעים נדרשים למלא הצעת מחיר ליחידה כולל מע"מ זאת באמצעות מילוי השדות הממורקרים בצהוב בלבד (עמודת "מחיר מוצע"). המכפלות וחישוב הסה"כ יחושבו באופן אוטומטי על ידי הקובץ והמחיר המשוקלל הסופי של ההצעות להצעת מחירי רכש מדיה offline יחושב על ידי הקובץ בהתאם להוראות שנקבעו בסעיף 8 (ב) (2) למכרז. המחירים המוצעים יהיו בשקלים חדשים כולל מע"מ בהתאם לשיעורו בדין במועד האחרון להגשת ההצעות. שיעור המע"מ יתעדכן בהתאם לשיעורו בדין במועד הוצאת החשבונית.
- ה. בחלקים השני והשלישי של ההצעה הכספית, יש להציע אחוז הנחה אחיד מוצע למדיה offline וכמו כן, אחוז הנחה אחיד מוצע למדיה online. אחוז הנחה המוצע ינוכה מכל סכום אותו תהא חייבת האוניברסיטה לשלם לאמצעי מדיה עבור הפריטים המנויים בהצעת מחירי רכש המדיה, וכן עבור כל פריט מדיה אחר שאינו מנוי בו.
- ו. בחלק הרביעי של ההצעה הכספית, יש להציע ריטיינר חודשי מוצע בשקלים חדשים. המחיר יכלול מע"מ בהתאם לשיעורו בדין במועד האחרון להגשת ההצעות ושיעור המע"מ יתעדכן בהתאם לשיעורו בדין במועד הוצאת החשבונית.
- ז. בחלק החמישי של ההצעה הכספית [אחוז העמלה המוצע לשירותי דיגיטל (performance)] יש להציע אחוז עמלה שלא יעלה על 15%.
- ח. בחלק השישי של ההצעה הכספית (אחוז העמלה המוצע למקרים של רכש מדיה ישיר) יש להציע אחוז עמלה שלא יעלה על 8%.
- ט. מובהר כי יש למלא את קובץ ההצעה הכספית בשלמותו. לא נכתב מחיר מוצע לגבי אילו מן הפריטים בהצעה הכספית - הדבר עשוי להוביל לפסילת ההצעה.
- י. מובהר כי האוניברסיטה אינה מתחייבת להיקף אספקת השירות וכי הערכת כמויות כלשהי ככל שמופיעה בהצעה הכספית הינה בגדר הערכה בלבד ואין בה כדי להוות מצג ו/או התחייבות כלשהם מצד האוניברסיטה ו/או עובדיה ו/או מי מטעמם, והמציעים מוותרים מראש על כל טענה ו/או תביעה כלפי האוניברסיטה בעניין זה.

# אוניברסיטת חיפה

מכרז מס' 37/2018

## בנושא: אספקת שירותי פרסום עבור אוניברסיטת חיפה

מסמך ג'

נוסח ערבות ביצוע

לכבוד  
אוניברסיטת חיפה  
שדרות אבא חושי  
חיפה

א.ג.נ.,

כתב ערבות מס': \_\_\_\_\_

לפי בקשת \_\_\_\_\_ \* (להלן: "הנערב") הרינו ערבים בזה כלפיכם ערבות מלאה ומוחלטת ומתחייבים לשלם לכם כל סכום עד לסך של 50,000 ש"ח (במילים: חמישים אלף שקלים) (להלן: "סכום הערבות") ובתוספת הפרשי הצמדה למדד, להבטחת מילוי ע"י הנערב של תנאי ההסכם מיום \_\_\_\_\_ לאספקת שירותי פרסום לאוניברסיטת חיפה על-ידי הנערב.

"מדד" יהיה מדד המחירים לצרכן כפי שמתפרסם בכל חודש ע"י הלשכה המרכזית לסטטיסטיקה.  
"מדד הבסיס" יהיה מדד המחירים לצרכן שיתפרסם לחודש \_\_\_\_\_ 2018.  
"המדד החדש" יהיה מדד המחירים לצרכן האחרון שפורסם לפני דרישה לתשלום לפי ערבותנו זו, אך לא פחות ממדד הבסיס.

ערבותנו זאת הינה ערבות אוטונומית ובלתי תלוייה ואנו נשלם לכם בתוך חמישה ימים ממועד דרישתכם הראשונה בכתב אלינו, כל סכום שתדרשו עד לסכום הערבות ובתוספת הפרשי הצמדה בין מדד הבסיס למדד החדש בגין הסכום הנדרש על ידכם לפי ערבותנו זו, מבלי להטיל עליכם לבסס דרישתכם ומבלי לתת לנו כל הסברים בקשר לכך, ומבלי שתהיו חייבים לדרוש את התשלום תחילה מהנערב.  
ערבותנו זאת בתוקף עד להתקשרות לתאריך \_\_\_\_\_ ועד בכלל. אחרי מועד זה תהא ערבותנו בטלה ומבוטלת.

ערבותנו זו אינה ניתנת להעברה ו/או להסבה בכל דרך שהיא.

בכבוד רב

חתימה וחותמת הבנק

תאריך: \_\_\_\_\_

\* יש למלא ולציין את שם הזוכה.  
\*\* יש למלא ולציין את סכום הערבות.

חתימת המציע: \_\_\_\_\_

## אוניברסיטת חיפה

### מכרז מס' 37/2018 לאספקת שירותי פרסום

#### נוסח הסכם

שנערך ונחתם באוניברסיטת חיפה ביום \_\_\_\_ לחודש \_\_\_\_\_ 2018

#### בין

**אוניברסיטת חיפה**  
מוסד מוכר להשכלה גבוהה  
מדרך אבא חושי, הר הכרמל  
חיפה 31905  
מס' פקס  
כתובת אימייל-jrautio@univ.haifa.ac.il  
(להלן - "האוניברסיטה")

#### מצד אחד;

#### ל בין

\_\_\_\_\_  
מס' פקס-\_\_\_\_\_  
כתובת אימייל-\_\_\_\_\_  
(להלן – "משרד הפרסום" ו/או "הזוכה")

#### מצד שני;

והאוניברסיטה מעוניינת בקבלת שירותי פרסום בארץ ובחו"ל, באמצעי המדיה לסוגיהם, לרבות הפקת קו פרסומי, מיתוג וייעוץ אסטרטגי תדמיתי שוטף;	<b>הואיל</b>
והאוניברסיטה פרסמה מכרז מס' 37/2018 לקבלת הצעות למתן "השירות" כהגדרתו להלן;	<b>והואיל</b>
ומשרד הפרסום הגיש הצעתו על פי תנאי המכרז והצעתו התקבלה על ידי האוניברסיטה;	<b>והואיל</b>
והצדדים מבקשים לקבוע את תנאי ההתקשרות ביניהם על פי הוראות הסכם זה להלן ובכפוף להן;	<b>והואיל</b>

**לפיכך הוצהר, הותנה והוסכם בין הצדדים כדלקמן:**

## 1. פרשנות

- א. המבוא להסכם והנספחים לו מהווים חלק בלתי נפרד הימנו.
- ב. כותרות הסעיפים מצויינות למטרת נוחיות בלבד, ולא יעשה בהן שימוש לצורך פרשנות.
- ג. מובהר כי כל מסמכי המכרז מהווים חלק בלתי נפרד מהסכם זה.
- ד. מוסכם כי בכל סתירה ו/או אי התאמה בין נוסח הסכם זה לבין אחד מנספחיו – תגבר ההוראה המיטיבה עם האוניברסיטה להנחת דעתה והמגדילה את אחריות הזוכה.
- ה. בהסכם זה תהיה למונחים המפורטים להלן המשמעות המפורטת בצדם:

<b>המכרז</b>	מכרז מס' <b>37/2018</b> למתן שירותי פרסום לאוניברסיטת חיפה;
<b>האוניברסיטה</b>	אוניברסיטת חיפה משדרות אבא חושי, הר-הכרמל, חיפה, לרבות כל יחידות החוץ, חברות הבת והיחידות העצמאיות של האוניברסיטה;
<b>השירותים/השירות</b>	שירותי פרסום בארץ מטעם ועבור האוניברסיטה ויחידותיה באמצעי המדיה- הן באמצעות רשת האינטרנט והן באמצעות עיתונות, רדיו, טלוויזיה ושילוט חוצות, לרבות שירותי פרסום נלווים לרכש המדיה (שירותי הכנה לדפוס, פלנינג, קריאטיב, עיצוב והפקות אינטרנט ו-offline, שירותי קופי ועוד) (להלן: " <b>שירותי פרסום הנלווים</b> "), הכל כפי שיידרש על ידי האוניברסיטה בהתאם לצרכיה וכמפורט בהסכם זה ונספח השירותים המצורף אליו כנספח 1.
<b>שירותי פרסום ו/או רכש מדיה בתחום עידוד הרשמה</b>	שירות כהגדרתו לעיל המהווה להנחת דעתה של האוניברסיטה פעילות שיווקית לצורך עידוד רישום של סטודנטים ללימודים.
<b>אמצעי המדיה</b>	כלי המדיה והתקשורת לסוגיהם, באמצעותם יבוצעו השירותים.
<b>בריף</b>	מסמך עקרונות לביצוע המצגת בשלב ב' של המכרז, שיצורף כנספח 5 להסכם.

## 2. הצהרות

משרד הפרסום מצהיר כי:

- א. כי הינו בעל ידע, כח האדם, ניסיון, מיומנות, מומחיות, כישורים, חומרים, ציוד, והרשאה כדין לבצע את השירות ברמה מקצועית גבוהה במיומנות, בנאמנות, מהימנות ובמומחיות תוך שמירה על האינטרסים של האוניברסיטה.
- ב. כי כל הגורמים המקצועיים הנדרשים למתן "השירות" זמינים ועומדים לרשותו.
- ג. משרד הפרסום מתחייב כי הוא מחזיק בכל הרשיונות, ההיתרים והאישורים הנדרשים על פי הוראות כל דין לשם מתן השירות וקיום כל חיוביו מכוח הסכם זה, כשהם בתוקף, ויהיו בתוקף למשך כל תקופת ההתקשרות כהגדרתה להלן.
- ד. משרד הפרסום מאשר כי אין כל מניעה חוזית ו/או חוקית ו/או אחרת להתקשרותו עם האוניברסיטה.



- ה. משרד הפרסום מצהיר ומאשר כי בדק את כל ההיבטים הנוגעים לביצוע השירות ואת כל הנדרש לצורך ביצועם וכל נתון אחר הקשור בביצוע הסכם זה וכי בידו האמצעים וכוח האדם הדרושים לביצועו והוא יהיה מנוע מלטעון טענות או לתבוע תביעות בקשר עם כל אלה.
- ו. משרד הפרסום מצהיר כי ידוע לו כי מימושה של ההתקשרות שתתבצע על פי ההסכם כפופה למסירת הזמנה למשרד הפרסום ע"י האוניברסיטה על פי שיקול דעתה הבלעדי ובהתאם לצרכיה ולהוראות הסכם זה.
- ז. משרד הפרסום מצהיר כי ידוע לו כי היקף השירותים שיבוצעו בפועל אינו ידוע, והוא יקבע ע"י האוניברסיטה, בדרך של דרישות מעת לעת, בתקופת ההתקשרות. עוד ידוע לו כי האוניברסיטה אינה מתחייבת להזמין מהספק שירותים בהיקף כספי ו/או כמותי כלשהו, והוא מוותר מראש על כל טענה כלפי האוניברסיטה בעניין זה.
- ח. משרד הפרסום מצהיר כי ידוע לו שסכום תקציב הפרסום אשר נקב במסגרת מסמכי המכרז על נספחיו הינו בגדר הערכה בלבד, וצפוי לגדול/לקטון במהלך תקופת ההתקשרות ובכל מקרה גם במידה ונפחי הפרסום ישתנו הוא מתחייב למחירים אשר נקבו על ידו במסגרת הצעתו למכרז ולתנאי הסכם זה.
- ט. למען הסר ספק מובהר כי אין בלעדיות במתן השירותים לאוניברסיטה. כמו כן האוניברסיטה ויחידותיה שומרות על זכותן לפנות לכל אחד מאמצעי המדיה ולקיים עמם מו"מ בנוגע לשירותי פרסום ורכש מדיה, בהשתתפות או בידיעת משרד הפרסום, או באופן עצמאי מבלי ליידע אותו, בכל עת ולהתקשר עמם במישרין.
- י. משרד הפרסום מצהיר כי כל תנאי ההסכם על היבטיו והשלכותיו נהירים לו ומקובלים עליו, לרבות התמורה בגין "השירות" ואופן ותנאי תשלומה.
- יא. משרד הפרסום מצהיר כי ידוע לו כי על סמך הצהרותיו אלה התקשרה עמו האוניברסיטה בהסכם זה.

### 3. השירות

משרד הפרסום מתחייב לספק לאוניברסיטה את "השירות" כהגדרתו לעיל, בתנאי הסכם זה ובמפרט השירות וטופס ההצעה הכספית נספחים 1 ו-2 להסכם בהתאמה.

### 4. אופן מתן השירות

במתן "השירות" כהגדרתו בהסכם זה וכמפורט במפרט השירות וטופס ההצעה הכספית נספחים 1-2, ינהגו הצדדים באופן ועל פי העקרונות הבאים:

#### א. הפקת קו פרסומי

- (1) משרד הפרסום ילמד את המאפיינים, הצרכים, המטרות והאילוצים העומדים בפני האוניברסיטה באמצעות פגישות עם גורמים בהנהלה ונציגי היחידות ויציע קו פרסומי. משרד הפרסום יישם את ההערות שיתקבלו מגורמים אלה, ויגבש קו פרסומי כלל אוניברסיטאי על כל סממניו ונילוויו, שיהווה בסיס ומסגרת לאופן בו תוצג האוניברסיטה באמצעי המדיה השונים.
- (2) משרד הפרסום ילמד על הצרכים, המטרות והאתגרים הרלוונטיים של כל אחת מיחידות האוניברסיטה, יגבש ויציע קו פרסומי מתאים לכל אחת מהיחידות כאמור, שישתלב בקו הפרסומי הכלל אוניברסיטאי שיגובש בהתאם לבריף המצורף כנספח 5 להסכם זה.
- (3) במידת הצורך יקיים משרד הפרסום קבוצת מיקוד לבדיקת התאמת הקו הפירסומי שהוצע, מול קהל היעד של האוניברסיטה.

#### ב. נוהל פרסום והפקת חומרים פרסומיים:

הפרסום במסגרת שירותי הפרסום ורכש המדיה יעשה באופן, בשלבים ובנוהל להלן:

- (1) משרד הפרסום יקבל בריף, נוסח מודעה ו/או פרסום מהגורם המזמין באוניברסיטה.
- (2) משרד הפרסום יתאים הפרסום ו/או המודעה לקו הפרסומי הכלל אוניברסיטאי, שיתגבש ויקבע באופן המפורט לעיל, ויבצע העבודה הקריאטיבית והרעיונית, הגרפיקה והסדר, העיצוב הגרפי בצבע ובשחור לבן.
- (3) משרד הפרסום יעביר את התוצר הסופי לאישור הגורם המזמין באוניברסיטה תוך עמידה בלוחות הזמנים הנקובים בנספח 8.
- (4) משרד הפרסום יקפיד על עריכת הגהות דקדקניות בטרם יאשר ביצוע "אמצעי המדיה" ועל תרגום הפרסום במידת הצורך.
- (5) משרד הפרסום יקבל אישור הגורם המזמין באוניברסיטה לנוסח שהומצא, וידאג לפרסום במיקום הטוב ביותר.
- (6) משרד הפרסום יעביר לאוניברסיטה דוחות שוטפים על מיקום הפרסום ותוצאותיו, תוך מאמץ לשיפור יחסי ההמרה של הפרסום.
- (7) בסיום קמפיין יעביר משרד הפרסום דו"ח מסכם שכולל את רכיבי המדיה ותוצאות הקמפיין.

- ג. שירותי רכש המדיה אשר יסופקו על-ידי משרד הפרסום על-פי הסכם זה, יינתנו לפי דרישת האוניברסיטה מעת לעת, בהתאם להזמנות עבודה פרטניות, שייחתמו בין האוניברסיטה לבין משרד הפרסום ביחס לכל שירות בנפרד. לאחר חתימת האוניברסיטה ומשרד הפרסום על הסכם זה, ובטרם יחל משרד הפרסום בביצוע כל שירות, תעביר האוניברסיטה למשרד הפרסום טופס הזמנת עבודה ובו ייקבעו ויפורטו תכניות הפרסום והשיווק הנדרשות לביצוע בגין השירות הנדרש.
- ד. יתר השירותים יכללו במסגרת הריטיינר ויסופקו ע"י חברת הפרסום עפ"י דרישת האוניברסיטה.
- ה. הגורם הבכיר שירכז במשרד הפרסום את ענייני ההתקשרות עם האוניברסיטה הינו ....., שתפקידו .....

מבלי לגרוע מן האמור לעיל, משרד הפרסום מתחייב להעמיד לטובת האוניברסיטה צוות כדלקמן:

- (1) מר/גב' ..... "הסופרווייזר", שירכז את תיק האוניברסיטה באופן קבוע ושוטף. (להלן- מר/גב'..... יישמש כמנהל לקוח בכיר (להלן- "התקציבאי").
- (2) מר/גב' ..... יישמש כמנהל מח' אינטראקטיב.
- (3) מר/גב' ..... יישמש כמנהל מדיה.
- (4) מר/גב' ..... יישמש כארט דירקטור.
- (5) מר/גב' ..... יישמש כארט דירקטור.

משרד הפרסום מתחייב כי כל הגורמים המפורטים לעיל בסעיף זה, יהיו זמינים לפניות נציגי האוניברסיטה על בסיס שוטף וקבוע וייקחו חלק בפגישות באוניברסיטה, כמפורט במסמכי הסכם זה על נספחו.

- א. במידה וייבצר מן הגורמים שצוינו לעיל לבצע את השירותים נשוא הסכם זה, כולם או מקצתם, באופן זמני או קבוע, ו/או תופסק העסקתו של מי מהם, משרד הפרסום מתחייב להודיע לאוניברסיטה על כך מיידי ולעמיד בפני האוניברסיטה ללא דיחוי ובתוך 48 שעות ממועד ההודעה איש צוות מחליף בעל נסיון וכישורים זהים או עדיפים לאיש הצוות שהוחלף, שיועסק על ידו ויאשר על ידי האוניברסיטה לפי שיקול דעתה הבלעדי (להלן- "איש הצוות המחליף").
- לאוניברסיטה שיקול דעת מלא ובלעדי אם לאשר את איש הצוות המחליף או לא, ובמידה ותחליט שלא לאשרו מכל סיבה שהיא וללא נימוק רשאית האוניברסיטה להפסיק את ההתקשרות עם משרד הפרסום לאלתר, למרות כל האמור בהסכם זה.
- מובהר כי כל הוראות הסכם זה החלות על אנשי הצוות יחולו גם על איש הצוות המחליף.

- ב. משרד הפרסום יהיה ערוך לתגבר את צוות המשרד העובד מול האוניברסיטה בעובדים נוספים ככל שיידרש.

- ג. מבלי לגרוע מן האמור לעיל, יקיים הסופרווייזר פגישה שבועית קבועה עם צוות מערך הגיוס והשיווק ובמידת הצורך, גם עם נציג נציגי יחידות האוניברסיטה השונות ו/או כל נציג אחר מטעם האוניברסיטה אשר האוניברסיטה תמצא לנכון מעת לעת ובתיאום מראש.

- ט. למען הסר ספק מובהר כי האוניברסיטה ו/או מי מעובדיה ו/או מנהליה ו/או מטעמה, לא יחוייבו לשלם או להחזיר כל הוצאה או תשלום, או להכיר או לכבד כל התחייבות שנעשתה על ידי משרד הפרסום, או שמשד הפרסום קיבל על עצמו, ללא אישור מוקדם בכתב של האוניברסיטה. אם האוניברסיטה הגבילה או התנתה פרסומיה בתנאים מסויימים, כגון מחיר, מיקום המודעה, מועד הופעתה, הגבלת מספר הפרסומים המקבילים של גורמים אחרים באותו מקום או באותו זמן וכו' – יהיה תשלום האוניברסיטה עבור אותו פרסום או אותם הפרסומים, מותנה גם במילוי תנאים מיוחדים אלה.
- י. האוניברסיטה תהא זכאית לשנות, לבטל, להפסיק או לדחות כל תוכנית פרסום ו/או קמפיין וכל עבודה או עבודות תוך כדי מהלכן, אף אם אושרו במתכונת הסכם זה, ומשרד הפרסום ינקוט מיד פעולה נאותה כדי להוציא אל הפועל את הוראות האוניברסיטה בנוגע לכך, לרבות כלפי צדדים שלישיים. במקרה של ביטול, משרד הפרסום ידאג לידע את האוניברסיטה ולקבל אישורה בכתב ומראש על ההוצאות שתחוייב בהן כתוצאה מהביטול.
- יא. האוניברסיטה רשאית לדרוש במשך תקופת הסכם זה, שינויים בפרטי השירות ו/או בהיקפו וזאת מבלי לגרוע מזכותה לבצע את השירות ו/או חלק ממנו בעצמה ו/או באמצעות אחרים.
- יב. האוניברסיטה רשאית במשך כל תקופת ההתקשרות, לצמצם ו/או להרחיב את היקף השירות אשר יבוצע ע"י משרד הפרסום, לפי שיקול דעתה הבלעדי.
- יג. מוסכם בזאת בין הצדדים כי הפחתה או הגדלה בכמות השירותים לא תהווה כל עילה לטענה כלשהי ו/או תביעה של משרד הפרסום כנגד האוניברסיטה לרבות תביעה בגין מניעת רווח. למען הסר ספק מודגש בזאת, כי האוניברסיטה אינה חייבת לרכוש מאת משרד הפרסום שירות בהיקף כלשהו.
- יד. המשרד מתחייב לעבוד בשיתוף פעולה עם חברת ו/או חברות יחסי ציבור ו/או יועצים נוספים עמם האוניברסיטה עובדת.
- טו. המשרד מתחייב לעמוד בלוחות הזמנים הנקובים בנספח 8 להסכם זה. מבלי לגרוע מיתר הזכויות והסעדים המוקנים לאוניברסיטה עלפי הוראות הסכם זה ו/או כל דין, תהיה האוניברסיטה רשאית לקנוס את משרד הפרסום בגין אי עמידה בלוחות הזמנים כאמור - בסך של 1000 ₪ לכל יום איחור, וזאת ללא צורך בהוכחת נזק. סכומי הקנס המפורטים בסעיף זה יחשבו כחוב לאוניברסיטה והאוניברסיטה תהיה רשאית לקזזם מכל סכום אותו היא חייבת למשרד מבלי שתהיה חייבת לתת הודעת קיזוז. אין בהודעה זו כדי לגרוע מזכויות האוניברסיטה על פי ההסכם ועל פי הדין.

## 5. אחריות לשירות ולפרסום

- א. משרד הפרסום יהיה אחראי לנזקים באשר הם אשר יגרמו בקשר עם אספקת השירות על ידו ו/או מי מטעמו לאוניברסיטה ו/או למשרד הפרסום ו/או לכל צד שלישי כלשהו, בהתאם לחובתו על פי דין או ההסכם, והוא מתחייב לפצות את האוניברסיטה בגין כל נזק או הפסד שייגרמו כאמור מיד עם דרישתה. אחריות זו תחול למעשה או מחדל של משרד הפרסום ו/או מי מטעמו.
- ב. משרד הפרסום יפצה וישפה את האוניברסיטה בקשר לכל תשלום, הוצאה, נזק אובדן, הפסד או חבות ישירים ועקיפים שנגרמו או העלולים להיגרם לאוניברסיטה כתוצאה או בקשר לנזק מהנזקים להם אחראי משרד הפרסום לפי הוראות סעיף א' לעיל, בתנאי שהאוניברסיטה תודיע למשרד הפרסום על כל דרישה או תביעה שהופנתה אליה, אם תופנה כזו.
- ג. מבלי לגרוע מכלליות האמור לעיל, משרד הפרסום יהא אחראי באופן בלעדי לכל נזק ו/או הפסד שייגרמו לאוניברסיטה עקב כל דרישה ו/או תביעה בשל פגיעה בזכויות יוצרים ומבצעים, ו/או תביעה בגין לשון הרע ו/או הגנת הפרטיות והוא מתחייב לפצות ולשפות את האוניברסיטה באופן מיידי בגין כל נזק או הפסד שייגרמו לה כאמור.

מבלי לגרוע מכלליות האמור לעיל, מוסכם בין הצדדים כי כל מודעה ו/או פרסום מטעם האוניברסיטה אשר חלו בה, בעטיו של משרד הפרסום (או מי מטעמו) ו/או "אמצעי המדיה", שגיא, שיבוש, טעות, פגם או כל ליקוי אחר אשר, לפי שיקול דעתה של האוניברסיטה, הינם מהותיים, יהיה משרד הפרסום אחראי לכך שהמודעה ו/או הפרסום יפורסמו מחדש בנוסח ראוי ומתוקן באותו אמצעי מדיה במועד הראשון האפשרי לכך. הפרסום מחדש על פי הוראות סעיף זה יהיה על חשבון משרד הפרסום.

בכל מקרה בו יחולו במודעה מטעם האוניברסיטה בעטיו של משרד הפרסום (או מי מטעמו) ו/או "אמצעי המדיה", שיבושים או ליקויים אשר, לפי שיקול דעתה של האוניברסיטה אינם מהותיים, ובכל מקרה בו לא יתבצע הפרסום המבוקש בעטיו של משרד הפרסום (או מי מטעמו) יהיה משרד הפרסום אחראי לפצות את האוניברסיטה מיד עם דרישתה.

## 6. התמורה

א.

בכפוף למילוי כל התחייבויותיו של משרד הפרסום לפי תנאי הסכם זה על נספחיהם לשיעור רצונה המלא של האוניברסיטה, תשלם האוניברסיטה למשרד הפרסום את התמורה כמפורט להלן (להלן: "התמורה"):

(1) עבור ביצוע השירותים המפורטים במפרט השירותים, למעט רכש מדיה, ישולם למשרד הפרסום ריטיינר חודשי קבוע בהתאם להצעתו למכרז (להלן: "הריטיינר החודשי"). סכום זה יהיה סופי ויכלול את כל התחייבויות המשרד בביצוע השירותים. מובהר כי סכום הריטיינר יישאר קבוע במהלך כל תקופת ההתקשרות ולא ישתנה גם במקרים של הגדלת ו/או הפחתת כמות הקמפינים/הימים הפתוחים ושאר השירותים המפורטים.

(2) עבור שירותי רכש מדיה offline באמצעות משרד הפרסום, התמורה שתשולם למשרד הפרסום תיקבע בהתאם למחיר שיוצע על ידו בטבלה מס' 1 להצעה הכספית (הצעת מחירי רכש מדיה offline), ובניכוי אחוז ההנחה האחיד כפי שהוצע על ידו במכרז למדיה offline. סכום זה יהיה סופי ויכלול את כל התחייבויות המשרד בביצוע רכש מדיה (לרבות הסכומים אותם הוא נדרש להעביר לאמצעי המדיה) (להלן: "התמורה עבור שירותי רכש מדיה offline"). מובהר כי מחירי רכש המדיה offline שיוצגו בטבלה כאמור לא יעודכנו ויישארו קבועים במהלך כל תקופת ההתקשרות.

במידה ויידרשו שירותי רכש מדיה offline נוספים שאינם נכללים בטבלה מס' 1 בהצעה הכספית (הצעת מחירי רכש מדיה offline) ידרש משרד הפרסום לנהל מו"מ עם אמצעי המדיה לצורך קבלת המחיר הנמוך ביותר ולהציעו לאוניברסיטה. ככל שהאוניברסיטה תאשרו החברה תהיה מחויבת לספקו במחיר שאושר ובניכוי אחוז ההנחה האחיד כפי שהוצע על ידה במכרז.

(3) עבור שירותי רכש מדיה online (למעט פרפורמנס) באמצעות משרד הפרסום, ידרש משרד הפרסום לנהל מו"מ עם אמצעי המדיה לצורך קבלת המחיר הנמוך ביותר ולהציעו לאוניברסיטה. ככל שהאוניברסיטה תאשרו החברה תהיה מחויבת לספקו במחיר שאושר ובניכוי אחוז ההנחה האחיד כפי שהוצע על ידה למכרז (להלן: "התמורה עבור שירותי רכש מדיה online").

(4) עבור שירותי דיגיטל (performance) התמורה שתשולם למשרד הפרסום תיקבע בהתאם למחיר אמצעי המדיה כפי שיהיה בתוקף בעת מועד משלוח ההזמנה, בתוספת אחוז עמלה אחיד כפי שהוצע על ידו במכרז. סכום זה יהיה סופי ויכלול את כל התחייבויות המשרד בביצוע שירותי הדיגיטל (לרבות הסכומים אותם הוא נדרש להעביר לאמצעי המדיה) (להלן: "התמורה עבור שירותי דיגיטל").

(5) עבור רכש מדיה ישיר שיבוצע על ידי האוניברסיטה מול אמצעי מדיה שונים (כדוגמת גלי צה"ל/גלגל"צ וכד') שלא באמצעות משרד הפרסום, המשרד יהיה זכאי לאחוז עמלה אחיד כפי שהוצע על ידו במכרז ובלבד שהמשרד סיפק לאוניברסיטה שירותי פרסום נלווים לרכש המדיה כאמור לעיל. אחוז העמלה כאמור יחושב מהמחיר שתשלם האוניברסיטה בפועל לאמצעי המדיה (להלן: "עמלת רכש מדיה ישיר").

התמורה עבור שירותי רכש המדיה, התמורה עבור שירותי דיגיטל, התמורה עבור רכש מדיה ישיר והריטיינר החודשי, כהגדרתם לעיל, ייקראו להלן: "התמורה"

- ב. התמורה כהגדרתה לעיל, תהווה תמורה מלאה וסופית בגין מלוא השירות וכל התחייבויות המשרד לפי ההסכם, ובכלל זה: העלויות שיועברו לאמצעי המדיה, עלות העסקת עובדים, עלויות הגעה לפגישות באוניברסיטה, בטוחות, ביטוחים וכיו"ב.
- ג. משרד הפרסום יגיש לאוניברסיטה בסיומו של כל חודש מחודשי תקופת ההתקשרות ולא יאוחר מהיום ה-10 שבחודש שלאחריו, חשבון בו יפורט סיכום השירותים שבוצעו באותו חודש ובנוסף חשבונית מס כדין.
- ד. בכל הנוגע לשירותי דיגיטל ושירותי רכש מדיה נדרש המשרד לפרט בחשבון את רכיבי התמורה השונים (הסכום ששולם לאמצעי המדיה בפועל ואחוז ההנחה/עמלה).
- ה. האוניברסיטה תהא רשאית בכל עת לדרוש מן המשרד להציג מסמכים שיהיה בהם כדי להעיד על הסכומים ששולמו לאמצעי המדיה בפועל ו/או כל מסמך אחר הנוגע לשירותים הניתנים לאוניברסיטה על ידי המשרד והמשרד יחויב לספק לה מסמכים אלו מיד עם בקשתה. למען הסר ספק, האוניברסיטה תהא רשאית לעכב את תשלום התמורה או כל חלק ממנה עד לאחר שיומצאו לה המסמכים כאמור, ועד לאחר שהחשבון יאושר על ידה. ככל שיימצא כי הנתונים שהופיעו בחשבון שהומצא לאוניברסיטה אינם תואמים את הסכומים ששולמו לאמצעי המדיה בפועל או את הנתונים הנכללים במסמכים כאמור, המשרד יחויב לתקן את החשבון לפי הסכומים ששולמו לאמצעי המדיה בפועל ו/או לפי הנתונים שהופיעו במסמכים כאמור והתמורה שתגיע לו תיקבע בהתאם לכך.
- ו. האוניברסיטה תבדוק את החשבונות שיוגשו על ידי הספק, ולאחר שיאושרו על ידה, תשלם לא יאוחר מ-30 יום מתום החודש שבו הומצא החשבון לאוניברסיטה, ובלבד שלא נפלו בו טעויות או קיימים חילוקי דעות לגבי תוכנו.
- ז. למען הסר ספק, מובהר כי התשלום בגין השירותים שישפך משרד הפרסום יכלול גם את רכיב התמורה לאמצעי המדיה, אשר אותו יחויב המשרד להעביר לאמצעי המדיה. בעניין זה מובהר כי משרד הפרסום יהא רשאי לסכם עם אמצעי המדיה מועדי תשלום אחרים להעברת רכיב התמורה לאמצעי המדיה (והשונים מאלו שצוינו לעיל), ובמידה שיעשה כן, יהא אחראי באופן בלעדי על עמידתו במועדי התשלום שסוכמו, זאת אף אם המועדים שסיכם עם אמצעי המדיה יקדימו את מועד העברת התמורה אליו על ידי האוניברסיטה.
- ח. מובהר כי משרד הפרסום יהא אחראי כלפי האוניברסיטה, באחריות מוחלטת, להעברת רכיב זה לאמצעי המדיה כאמור בגין הפרסום בו (בין באמצעותו ובין באמצעות סוכניו של אמצעי המדיה) וכן יהא אחראי לכל נזק ו/או הפסד שייגרמו לאוניברסיטה בקשר עם העברת התשלום ו/או אי עמידה במועדי התשלום כאמור.

## 7. סודיות

- א. משרד הפרסום מתחייב לשמור בסודיות ולא לאפשר העברת כל מידע הנוגע לאוניברסיטה ו/או ליחידותיה, שהגיע לידיעתו במהלך ו/או עקב מתן "השירות", כמפורט בהתחייבות לשמירת סודיות שנחתמה על ידו, המצ"ב, מסומנת נספח ב', ומהווה חלק בלתי נפרד מההסכם.
- ב. משרד הפרסום ידאג להחתים את בעליו ו/או בעלי שליטה ו/או בעלי מניות במשרד הפרסום וכן את עובדיו ו/או קבלני מישנה ו/או גורמים שלישיים כלשהם, להם ידרש לצורך מתן "השירות" על טופס ההתחייבות כאמור, ויוודא כי יקיימו התחייבות זו.
- ג. משרד הפרסום לא יעשה שימוש בכל מידע כאמור אלא למטרה לשמה נועד, במידת הנדרש בלבד ובקשר עם ביצוע הסכם זה, בתוך תקופת ההתקשרות ולאחריה.

## 8. איסור על הימצאות בניגוד עניינים

- א. משרד הפרסום מתחייב בזאת כי במהלך כל תקופת ההתקשרות כהגדרתה בהסכם זה ועד שישה חודשים לאחר סיומה ימנע מהתקשרות בהסכם למתן שירותי פרסום בתחום עידוד הרשמה ו/או למתן שירותי רכש מדיה בתחום עידוד הרשמה עם מוסדות אחרים להשכלה גבוהה ויחידותיהם/חברות בת שלהם. למרות האמור לעיל ככל שמשרד הפרסום יבקש להתקשר בהסכם

כאמור יהיה רשאי לפנות לאוניברסיטה מראש ובכתב ולבקש את אישורה. האוניברסיטה אינה מתחייבת בכל מקרה לאשר בקשה זו, ותהא רשאית להסכים, שלא להסכים, או להסכים תחת מגבלות שתקבע, ומשרד הפרסום מוותר מראש על כל טענה בעניין זה.

ב. מבלי לגרוע באמור לעיל משרד הפרסום מתחייב בזאת כי בכל מקרה שבו יהיה לו חשש לקיומו של ניגוד עניינים כלשהו, יודיע על כך לאוניברסיטה בהזדמנות הראשונה בכתב, ועל פי דרישת האוניברסיטה יימנע מקיום קשר כאמור. האיסור על הימצאות בניגוד עניינים כאמור יחול על כל עובדיו ו/או יועציו של משרד הפרסום ובעליו ו/או בעלי שליטה בו ו/או בעלי מניות בו, ומשרד הפרסום יביא תוכן ההתחייבות זו לידיעתם ויעשה את כל המאמצים הנדרשים, על מנת לוודא כי התחייבות זו תקויים במלואה על ידם.

## 9. זכויות יוצרים – אחריות

א. האוניברסיטה תהא בעלת זכויות היוצרים היחידה ובעלת מלוא הזכויות האחרות מכל סוג שהוא, בין זכויות קניין רוחניות ובין רשיונות שימוש, מדגמים, סימן רשום, פטנט וכיוצ"ב – המוקנים עפ"י דין בכל היצירות, הפרסומות, הרעיונות, שיטות השיווק, התהליכים, חומרי הפרסום וכיוצ"ב, אשר נוצרו או נרכשו לצורך אספקת "השירות" עפ"י הסכם זה, בין ע"י משרד הפרסום ובין ע"י צדדים שלישיים (להלן – "מלוא הזכויות") לרבות אך מבלי לפגוע בכלליות האמור, היצירות המפורטות כדלקמן: טקסט או טקסט אמנותי, עיצוב, גרפיקה ודברי אומנות אחרים, סרטונים, תשדירים, לחנים, הקלטות, גינגלים, מאמרים, סיסמאות, תצוגות, חמרי פרסום, מוצרי תדמית ותצלומים שנעשו או יוצרו בהתאם להסכם זה – אם השתמשו בהם ואם לאו. משרד הפרסום, בהזמינו שרותי פרסום מגורמי משנה או מיוצרים בהתאם להסכם זה, יעמיד תנאי וישיג אישור בכתב ומראש מכל הנוגעים בדבר, שהם מעבירים לרשות האוניברסיטה את מלוא הזכויות באופן בלעדי, ללא כל הגבלה כאמור לעיל, לרבות שחרור מתשלום תמלוגים כלשהם ולרבות הזכות להעביר את נשוא הזכות לצד ג' או לעשות שימוש כלשהו בזכות – מסחרי או אחר. לחילופין, יציג משרד הפרסום הסכם המגדיר זכויות אלה לאישורה המוקדם של האוניברסיטה.

ב. מוסכם במפורש שלאוניברסיטה זכות מוחלטת להשתמש, לייצר, לשדר, להקרין, להפיץ, לתרגם, להכניס כל שינוי או תיקון, צמצום או הרחבה כפי שנראה לה בכל יצירה, רעיון, תהליך וחומר פרסומי שנרכשו על ידה (לרבות מוזיקה, תמונות, פונטים וכו'). על משרד הפרסום להבטיח הלכה למעשה אפשרות של מימוש זכות זו ע"י האוניברסיטה – באמצעות הכללת תנאים מתאימים בהסכמים או הסדרים עם הנוגעים בדבר, לרבות ויתור מפורש של היוצר על זכותו המוסרית למנוע שינויים עפ"י חוק זכויות יוצרים. מוסכם במפורש, שהאוניברסיטה תהא משוחררת מכל אחריות לגבי כל תביעה לזכות כלשהי, לרבות זכות יוצרים או זכות מבצעים, ומשרד הפרסום יהא אחראי היחיד לגבי כל תביעה שבאה כתוצאה מאי הבטחת זכויות האוניברסיטה כאמור בהסכם זה.

ג. משרד הפרסום יפצה וישפה את האוניברסיטה בגין כל סכום שתחוייב בו, כולל הוצאותיה המשפטיות, אם תחוייב, כתוצאה מאי קיום הוראות סעיפים אלה ע"י משרד הפרסום. משרד הפרסום יודא ויבטיח מראש כי במסגרת "השירות" שישפק לאוניברסיטה, לא יכלל כל פרסום אשר יש בו משום חשש להוצאת לשון הרע על צד שלישי או חשש לפגיעה בזכות הפרטיות, וידאג להביא לידיעת האוניברסיטה מראש, כל חשש כזה ולקבל אישורה המוקדם. משרד הפרסום יודא ויבטיח כי כל פרסום שיעשה במסגרת "השירות", יעשה כדין ובטעם טוב ולא יהיה בו כדי לפגוע בקבוצה כלשהי באוכלוסייה, וידאג לקבל אישור האוניברסיטה מראש, לכל פרסום אשר עולה ממנו חשש כזה.

ד. משרד הפרסום מתחייב במהלך כל תקופת ההתקשרות לשמור ולאחסן את כל חומרי פרסום שהופקו עבור האוניברסיטה ולדאוג לאבטחת מידע זה בכל האמצעים המקובלים בשוק ובמועד סיום תקופת ההתקשרות או במועד אחר שיידרש ע"י האוניברסיטה מתחייב משרד הפרסום להזין את כל נתוני הפרסום והשירות שיבוצעו על ידו עבור האוניברסיטה, לרבות קבצים ויזואליים וגרפיים, על גבי מדיה ניידת קבועה כדוגמת CD ו/או DISK ON KEY ו/או כל אמצעי אחר המקובל בשוק ולהעביר אותם לידי האוניברסיטה, אשר תהיה רשאית לעשות בהם כרצונה.

ה. משרד הפרסום מתחייב כי כל פרסום שיבוצע על ידו יבוצע בהתאם להוראות כל דין וכי יהיה האחראי הבלעדי במקרה ויתברר כי בפרסום כלשהו יש משום עבירה על החוק, לרבות החוקים העוסקים בפרסום פוגע, הגבלות על פרסומת לקטינים, הטעייה בפרסום וכיוצ"ב, או אם בפעילותו

פגע בזכות הפרטיות או בזכות לחיסיון מאגרי מידע או עבר על החוק או פעל בניגוד לרשיון שקיבל מהרשויות או ביצע פעילות כלשהי הטעונה היתר בהעדרו.

ו. משרד הפרסום יהיה אחראי להכין ולקבל אישור לכל תקנון או היתר הנדרש בחוק בקשר עם מבצעים והגרלות.

#### 10. תקופת ההתקשרות

א. ההתקשרות עם משרד הפרסום במכרז זה תהא למשך 24 חודשים, שתחילתם בתאריך 01.10.2018 וסיומם ב-30.09.2020 או במועד נדחה כפי שייקבע על ידי האוניברסיטה ובהתאם לשיקול דעתה (להלן: "**תקופת ההתקשרות**").

ב. על אף האמור בס"ק א' לעיל, תהא לאוניברסיטה הזכות, להביא לסיום ההסכם ו/או כל אחד ממרכיביו בתום 6 חודשים מתחילת תקופת ההתקשרות ובכל עת שתראה לאחר מכן בשל אי שביעות רצון מאופן מתן השירות או מכל סיבה אחרת, בהתאם לשיקול דעתה הבלעדי ובהודעה של 7 ימים מראש ובכתב, מבלי שהסיום האמור יהווה הפרה ומבלי שהדבר יזכה את משרד הפרסום בפיצוי ו/או תשלום באשר הם.

ג. לאוניברסיטה נתונה האופציה להאריך את תקופת ההתקשרות, באותם תנאים, בכפוף למילוי מלוא התחייבויות הזוכה על פי ההסכם במשך תקופת ההתקשרות והארכת תוקף הערבות **מסמך ג**, לשלוש תקופות נוספות של עד 12 חודשים כל אחת, בהודעה בכתב שתומצא לזוכה לא יאוחר מ-60 יום לפני סיום תקופת ההתקשרות.

ד. אין באמור לעיל כדי לגרוע מזכות האוניברסיטה לבטל את ההסכם עקב הפרתו על ידי משרד הפרסום הכל כמפורט בהסכם (**מסמך ד**).

#### 11. עובדי משרד הפרסום

א. "עובדי משרד הפרסום" לצורך הסכם זה הנם חברי הצוות המנויים בסעיף 4(ד) לעיל וכל עובד אחר של משרד הפרסום המועסק על ידו בקשר עם מתן השירותים לפי הסכם זה.

ב. משרד הפרסום יקפיד על שירות ברמה גבוהה ואדיבה ויפקח על קיום הוראות אלה על ידי עובדיו.

ג. משרד הפרסום מתחייב בזה לקבל את עובדיו לעבודה רק עפ"י ובהתאם להוראות חוק שירות התעסוקה, כמפורט בהוראות כל דין.

ד. משרד הפרסום מתחייב שלא להעסיק במתן השירות עובדים שהעסקתם מחייבת היתר מיוחד, אם אין ברשותו היתר כזה.

ה. משרד הפרסום מתחייב שלא להעסיק במתן השירות עובדים שהינם מתחת לגיל 18 (אלא בהתאם למגבלות חוק שירות התעסוקה תשי"ט-1957) ועובדים שאינם אזרחי ישראל.

ו. משרד הפרסום מתחייב שלא להעסיק במתן השירות עובדי אוניברסיטה.

ז. משרד הפרסום מתחייב לשלם לעובדיו את שכר עבודתם, לא יאוחר מה-9 בכל חודש.

ח. על משרד הפרסום לקיים את כל ההוראות המתייחסות לתנאי עבודה לרבות שכר מינימום, הגנת השכר, זכויות סוציאליות, משמרת שנייה, שעות נוספות, נסיעות, עבודת לילה, זכויות פנסיוניות, עמידה במועדי תשלומי שכר וניכוי כל הסכומים אותם חייב מעסיק בניכוי – הכל, על פי כל דין והסכם החלים על היחסים שבין משרד הפרסום לבין עובדיו.

- ט. משרד הפרסום ישלם לעובדיו כל תשלום ו/או זכות המגיעים להם עפ"י דין, הסכם קיבוצי או צו הרחבה החלים עליהם וכן לפי הוראות הסכם זה. הפרת סעיף זה מהווה הפרה יסודית של ההסכם ועילה לביטולו.
- י. משרד הפרסום מתחייב להסדיר את יחסי העבודה בינו לבין עובדיו בהסכם העסקה התואם את דרישות הסכם זה. הפרת סעיף זה מהווה הפרה יסודית של ההסכם ועילה לביטולו.
- יא. משרד הפרסום ימציא לכל עובדיו הודעה לפי חוק הודעה לעובד (תנאי עבודה), תשס"ב-2002.
- יב. האוניברסיטה רשאית לערוך ביקורות במטרה לבדוק את עמידתו של משרד הפרסום בחוקי העבודה, צווי ההרחבה וההסכמים הקיבוציים הרלבנטיים. משרד הפרסום מתחייב לשתף פעולה באופן מלא עם הביקורות, במסגרתן יידרש להציג, בין היתר, תלושי שכר, דוחות נוכחות, חשבוניות, דוחות מגופים חיצוניים (כגון הפרשות לפנסיה, תשלומים למס הכנסה ולביטוח הלאומי) וכל מסמך אחר הדרוש לביצוע הביקורות. נמצאה הפרה של זכויות עובדים תהיה זאת הפרה יסודית של הסכם ההתקשרות.
- יג. מבלי לגרוע מן האמור לעיל, משרד הפרסום מתחייב להמציא לאוניברסיטה מיד עם דרישתה אישור מאת רו"ח כי משרד הפרסום משלם לעובדיו את כל התשלומים החלים עליו לפי חוקי העבודה וההסכמים החלים על עובדי משרד הפרסום ו/או כל גוף אחר מטעמו, לרבות שכר מינימום, תוספת שעות נוספות, הפרשות לפנסיה, ביטוח לאומי, חופשה, הבראה ונסיעות.
- יד. האוניברסיטה רשאית לבדוק ספרי משרד הפרסום על מנת לוודא תשלום כדין כאמור, ומשרד הפרסום מתחייב לחשוף בפני מבקר מטעמה כל מסמך הנוגע לתשלום לעובדיו עפ"י דין כאמור, לרבות אישור רו"ח עדכני.
- טו. למען הסר ספק מובהר כי האוניברסיטה תהא רשאית לבטל ההסכם לאלתר במידה ויוכח לה כי משרד הפרסום לא מילא אחר ההוראות דלעיל במהלך מימוש ההסכם מבלי שיהא בכך משום הפרתו על ידי האוניברסיטה ומבלי שמשרד הפרסום יהא זכאי לפיצוי כלשהו.
- טז. האוניברסיטה רשאית להורות בכל עת למשרד הפרסום להפסיק להעסיק עובד מסוים בביצוע השירותים לאוניברסיטה לפי ההסכם, או להחליפו באחר, עם נימוק סביר ולפי שיקול דעתה הבלעדי. הורתה האוניברסיטה כאמור, יהיה משרד הפרסום חייב להפסיק העסקתו של העובד לאלתר וינמנע ממנו כל גישה למידע שהתקבל ו/או שקיים ברשותו בקשר עם הסכם זה. הוראה כאמור לא תגרע מהתחייבויותיו של משרד הפרסום על פי הסכם זה.
- יז. כל הוצאה שתידרש ו/או שתהא כרוכה במילוי דרישה מאלה האמורות בס"ק טז' לעיל, לרבות, אך מבלי לפגוע בכלליות האמור לעיל, תשלום פיצויי פיטורין, תחול על משרד הפרסום ותשולם על ידו.
- יח. משרד הפרסום מתחייב לא להרשות ולא לאפשר כניסתם של אנשים זרים או של אנשים שלא אושרו על-ידי האוניברסיטה למתחם האוניברסיטה.
- יט. משרד הפרסום מתחייב לבטח את עובדיו, על פי פוליסת ביטוח מתאימה, מפני כל פגיעה ונזק בהתאם להוראות הסכם זה להלן.

## 12. העדר תחולת יחסי עובד מעסיק

- א. מוסכם ומוצהר בזאת מפורשות כי בין האוניברסיטה לבין משרד הפרסום ו/או עובדיו ו/או מי מטעמו שיפעל בקשר להסכם זה (להלן ביחד: "**עובדי משרד הפרסום**") לא מתקיימים ולא יתקיימו יחסי עובד ומעסיק, וכי כל זכות שיש לאוניברסיטה לפקח, לבקר, להורות ו/או להדריך מי מעובדי משרד הפרסום בקשר למתן השירות אינה אלא אמצעי להבטיח ביצוע נאות של ההסכם, ואין בה כדי ליצור יחסי עובד ומעסיק בין האוניברסיטה לבין מי עובדי משרד הפרסום. הצדדים שבים ומצהירים שהיחסים ביניהם הם יחסי מזמין שירות - קבלן עצמאי לכל דבר ועניין.



- ב. משרד הפרסום מאשר בזאת כי הסכמת האוניברסיטה להתקשר עימו בהסכם זה מבוססת על כל האמור לעיל ולהלן והוא מתחייב בזאת שלא לטעון כנגדה כל טענה בניגוד לכך ואף לא לפתוח בכל הליך משפטי - או אחר - אשר מטרתו או תוצאתו היא קביעת קיומם של יחסי עובד ומעסיק בין האוניברסיטה לבין משרד הפרסום ו/או מי מעובדי משרד הפרסום.
- ג. משרד הפרסום לבדו הוא שיישא במלוא התשלומים והחובות הנובעים מעבודתם של עובדיו או כרוכים בה, לרבות במלוא שכרם של עובדי משרד הפרסום וישלם כל תשלום, גמול או זכות המגיעים לעובדי משרד הפרסום לפי כל דין, הסכם או נוהג, ולרבות תשלום מלוא שכר עבודה, גמול שעות נוספות ועבודה במנוחה שבועית, דמי חופשה, דמי הבראה, דמי מחלה, דמי חגים, תשלום עבור זכויות סוציאליות, פיצויי פיטורים, תמורת הודעה מוקדמת, החזר הוצאות נסיעות, תשלומים מכח הסכמים קיבוציים וצווי הרחבה וכיוצ"ב. מבלי לגרוע מן האמור לעיל מתחייב משרד הפרסום לשלם ולהפריש במועדם כל תשלום והפרשה החלים עליו על פי דין בקשר להעסקת עובדי משרד הפרסום, לרבות כל תשלומי המס, ביטוח לאומי ויתר תשלומי החובה המגיעים עפ"י דין בגין תשלום שכר העבודה והזכויות לעובדי משרד הפרסום כפי שיהיו בתוקף מעת לעת.
- ד. משרד הפרסום יציג לאוניברסיטה כל אסמכתא שתדרש על ידה בכל הנוגע להפרשות ו/או תשלומים שביצע בגין עובדי משרד הפרסום.
- ה. מוסכם כי התמורה הכוללת שעליה הסכימו האוניברסיטה ומשרד הפרסום בחוזה זה נקבעה בהתחשב בעובדה שעובדי משרד הפרסום אינם בגדר "עובדים" של האוניברסיטה, כך שלא תהינה לאוניברסיטה כל עלויות נוספות בגין התקשרותה עם משרד הפרסום ו/או סיום ההתקשרות, והתמורה המוסכמת עפ"י חוזה זה היא העלות המלאה, הכוללת והבלעדית שתהיה לאוניברסיטה בגין כל הקשור בקבלת השירות מאת משרד הפרסום.
- ו. האוניברסיטה תהיה רשאית לקזז כל סכום שיגיע ממנה למשרד הפרסום ו/או מי מעובדיו, לרבות סכומים שייפסקו נגדה לטובת משרד הפרסום ו/או מי מעובדיו על פי החלטה שיפוטית כלשהי מכספים אשר היא חייבת למשרד הפרסום ו/או מי מעובדיו, וזאת מבלי לפגוע בכל זכות ו/או סעד אחר העומדים ו/או שיעמדו לאוניברסיטה בגין או עקב כך.
- ז. מבלי לגרוע מן האמור לעיל, משרד הפרסום מתחייב לשפות ולפצות את האוניברסיטה מיד עם דרישתה הראשונה בגין כל הוצאה הפסד או חבות שהאוניברסיטה תחויב בהם, לרבות אך מבלי לגרוע מכלליות האמור הוצאות משפט ושכ"ט עו"ד אם יקבע על ידי ערכאה משפטית כי האוניברסיטה הינה המעסיקה של עובדי משרד הפרסום ו/או כי האוניברסיטה היא שנושאת באחריות לנזק ו/או כי האוניברסיטה היא שצריכה לשלם איזה תשלום שעליו לא הוסכם בהסכם זה.
- ח. שום דבר האמור בהסכם זה לא יפורש כמסמך את משרד הפרסום להופיע בשם האוניברסיטה או מטעמה, או כמקנה לו מעמד של נציג האוניברסיטה בעניין כלשהו או למטרה כלשהי.

### 13. איסור העברה

- א. משרד הפרסום אינו רשאי להמחות, להסב או להעביר הסכם זה, כולו או מקצתו, לאדם או גוף כלשהם, וביצוע השירות על ידי משרד הפרסום על פי הסכם זה יעשה אך ורק על ידי (ועל ידי עובדיו) ולא כל גוף ו/או אדם אחר, אלא אם כן אישרה האוניברסיטה מראש ובכתב כי השירות ו/או כל חלק ממנו יבוצעו על ידי גוף או אדם אחר מטעם משרד הפרסום. כמו כן, לא יהא משרד הפרסום רשאי לשעבד את זכותו מכוח הסכם זה, כולן או מקצתן בשעבוד מדרגה כלשהי.
- ב. במידה ותאשר האוניברסיטה ביצוע על ידי אחר מטעם משרד הפרסום כאמור, מובהר כי כל חובותיו של משרד הפרסום לפי הסכם זה ימשיכו לחול על משרד הפרסום ויחולו בנוסף גם על אותו גוף או אדם מטעמו ומשרד הפרסום מתחייב לוודא ולגרום לכך כי אותו גוף או אדם יהא מודע לכך ויבצע חיוביו לפי ההסכם.

- ג. במקרה זה מובהר כי משרד הפרסום, והוא בלבד, יהיה אחראי כלפי האוניברסיטה וכלפי כל צד ג' שהוא, בגין כל נזק ו/או הפסד, ישיר או עקיף, שיגרם לאוניברסיטה ו/או למשרד הפרסום ו/או לכל צד ג' שהוא בקשר עם ביצוע "השירות" או כל חלק ממנו.
- ד. האוניברסיטה מאידך, תהיה רשאית להעביר, להסב או להמחות הסכם זה, כולו או מקצתו, מבלי שיהא בכך לפגוע בזכויותיו של משרד הפרסום.

#### 14. בטחונות

- א. עם חתימת הסכם זה, ימציא משרד הפרסום לידי האוניברסיטה ערבות בנקאית צמודה למדד המחירים לצרכן ע"ס 50,000 ₪ (חמישים אלף שקלים) בנוסח אשר צורף כמסמך ג' למסמכי המכרז. ערבות זו תעמוד בתוקפה עד למועד של 90 יום לאחר תום תקופת ההתקשרות ותשמש להבטחת ביצוע מלוא התחייבויות משרד הפרסום על פי הוראות הסכם זה.
- ב. אין באמור בסעיף זה משום הגבלת אחריותו של משרד הפרסום לסכום הערבות דלעיל.
- ג. על משרד הפרסום יהא להשלים מידית את סכום הערבות בנסיבות חילוטה, כולה או חלקה, על פי הסכם זה.

#### 15. ביטוח

- 15.1. מבלי לגרוע מאחריות משרד הפרסום על פי הסכם זה ו/או על פי דין, מתחייב משרד הפרסום לערוך ולקיים, על חשבונו, למשך כל תקופת ההסכם ולעניין ביטוחים הנערכים על בסיס מועד הגשת התביעה גם למשך 3 שנים נוספות לפחות מסיומו, את הביטוחים בהתאם לתנאים ולסכומים שלא יפחתו מהמפורט באישור עריכת הביטוח המצורף להסכם זה כנספח 6, והמהווה חלק בלתי נפרד ממנו (להלן: "**ביטוחי משרד הפרסום**") ו/או "**אישור עריכת הביטוח**", לפי העניין, אצל חברת ביטוח מורשית כדין בישראל. ביטוחי משרד הפרסום יהיו קודמים לכל ביטוח הנערך על ידי האוניברסיטה.
- כן מתחייב משרד הפרסום לערוך ולקיים על חשבונו, למשך כל תקופת ההסכם, את שאר הביטוחים וההתחייבויות הדרושים ו/או הנדרשים לשם מתן השירותים לרבות, ומבלי לגרוע מכלליות האמור, תשלומים לביטוח לאומי וביטוח חובה לכל כלי הרכב המובאים לחצרי האוניברסיטה ו/או משמשים לצורך מתן השירותים. כן מתחייב משרד הפרסום לערוך ביטוח אחריות כלפי צד שלישי רכוש לכל כלי רכב כאמור בגבול אחריות שלא יפחת מסך של 1,000,000 ₪.
- 15.2. מובהר כי גבולות האחריות הנדרשים במסגרת ביטוחי משרד הפרסום כמפורט באישור עריכת הביטוח הינם בבחינת דרישה מזערית המוטלת על משרד הפרסום. משרד הפרסום מצהיר ומאשר כי יהיה מנוע מלהעלות כל טענה כלפי האוניברסיטה ו/או מי מטעמה בכל הקשור לגבולות האחריות כאמור.
- 15.3. ללא צורך בכל דרישה מצד האוניברסיטה, מתחייב משרד הפרסום להמציא לידי האוניברסיטה, לפני תחילת מתן השירותים נשוא הסכם זה וכתנאי מוקדם להתקשרות ו/או לכל תשלום על חשבון התמורה, את אישור עריכת הביטוח, כשהוא חתום בידי מבטחו. מיד בתום תקופת הביטוח, מתחייב משרד הפרסום להמציא לידי האוניברסיטה אישור עריכת ביטוח מעודכן בגין חידוש תוקף ביטוחי משרד הפרסום לתקופת ביטוח נוספת, ומידי תקופת ביטוח, כל עוד הסכם זה בתוקף. מבלי לגרוע מהאמור לעיל, ובכל הנוגע לביטוח כאמור בסעיף 1 לאישור עריכת הביטוח (ביטוח אחריות מקצועית), מתחייב משרד הפרסום להמשיך ולהחזיק ביטוח זה בתוקף ולהציג בפני האוניברסיטה אישור עריכת ביטוח בגינו, במועדים כאמור ולמשך שלוש שנים נוספות לפחות ממועד תום מתן השירותים על פי ההסכם.
- 15.4. משרד הפרסום פוטר את האוניברסיטה ו/או מי מטעמה מאחריות לכל אובדן ו/או נזק לרכוש המובא על ידו ו/או מי מטעמו לחצרי האוניברסיטה ו/או המשמש לצורך מתן השירותים. האמור לעיל בדבר פטור מאחריות לא יחול לטובת אדם שגרם לנזק בזדון.
- 15.5. מבלי לגרוע מכל הוראה מהוראות הסכם זה לעניין הסבת ההסכם, ובמקרה בו השירותים נשוא הסכם זה ו/או חלק מהם יינתנו על ידי קבלן משנה מטעם משרד הפרסום, מתחייב משרד הפרסום

**הפרת ההסכם**

לדאוג כי בידי קבלן המשנה פוליסות ביטוח בהתאם לתנאים ולסכומים הנדרשים על פי הסכם זה. למען הסר ספק מובהר בזאת כי משרד הפרסום הוא הנושא באחריות כלפי האוניברסיטה ביחס לשירותים במלואם לרבות שירותים שניתנו ו/או אמורים היו להינתן על ידי קבלן משנה והוא יהיה אחראי לשפות ו/או לפצות את האוניברסיטה בגין כל אובדן ו/או נזק שייגרם, במישרין או בעקיפין, עקב שירותים שניתנו ו/או אמורים היו להינתן על ידי קבלן המשנה, אם ייגרם, בין אם אובדן ו/או נזק כאמור מכוסה במי מהפוליסות דלעיל ובין אם לאו.

- א. הפר משרד הפרסום לדעת האוניברסיטה, התחייבויותיו על פי הסכם זה ונספחיו, ולא תיקן ההפרה תוך 7 ימים מדרישת האוניברסיטה ו/או מי מטעמה, תהא רשאית האוניברסיטה לעשות הפעולות כדלקמן, כולן או מקצתן:
- (1) לתת לאדם/גוף אחר לתקן את ההפרה ו/או לתקנה בעצמה ולחייב את משרד הפרסום בהוצאות התיקון.
  - (2) לממש הערבות הבנקאית כולה או חלקה, כאמור בסעיף 9 לעיל.
  - (3) לתבוע את משרד הפרסום בגין הנזק.
  - (4) לבטל את ההסכם ולהפסיק את ההתקשרות.
- ב. מבלי לגרוע מן האמור לעיל, מוסכם בזאת כי הפרתן של הוראות סעיפים 8-9, 10(ג)-10(ו), 12-14 ו-15 ע"י משרד הפרסום תהווה הפרה יסודית המצדיקה ביטול הסכם זה ע"י האוניברסיטה לאלתר, וזאת מבלי לגרוע מסעדים אחרים העומדים לאוניברסיטה לפי הסכם זה ו/או על פי כל דין.
- ג. מבלי לגרוע מן האמור לעיל האוניברסיטה תהא רשאית לבטל את ההסכם באופן מיידי בקרות כ"א מהמקרים הבאים:
- ג1. הוגשה נגד משרד הפרסום בקשה לפירוק ו/או כינוס לרבות בקשה למינוי מפרק זמני ו/או בקשה למינוי כונס נכסים זמני או בקשה להקפאת הליכים על פי סעיף 350 לחוק החברות, וההליך לא בוטל בתוך 60 ימים מיום פתיחת הליך.
  - ג2. אם יוטל עיקול על נכסי משרד הפרסום, באופן אשר עלול לפגוע ביכולתו לבצע את ההסכם והעיקול לא בוטל בתוך 60 ימים מיום הטלתו.
- ד. אין באמור לעיל בסעיף זה ו/או בשימוש בו כדי לגרוע מכל זכות ו/או סעד להם זכאית האוניברסיטה לפי ההסכם ו/או הדין.
- ה. הודיעה האוניברסיטה על ביטול ההסכם ימשיך משרד הפרסום לבצעו עד ליום שנקבע לסיום בהודעה, אלא אם האוניברסיטה החליטה אחרת.

**סיום תקופת ההתקשרות**

- א. עד לא יאוחר מ-30 יום לאחר תום תקופת ההתקשרות ו/או סיומה מכל סיבה שהיא, יעביר משרד הפרסום לאוניברסיטה ויעמיד לרשותה כל רכוש, חומרים וזכויות שבפיקוחו או ברשותו של משרד הפרסום ו/או הנמצאים בידי אמצעי מדיה כלשהו והשייכים לאוניברסיטה, וכל מידע אחר הנוגע לאוניברסיטה, כולל חומר שלא נעשה בו שימוש. מובהר בזאת כי כל דברי פרסום ו/או היצירות הנמצאים אצל אמצעי המדיה או צדדים שלישיים אחרים, אשר ייווצרו במסגרת הסכם זה שייכים לאוניברסיטה, וכך יורה משרד הפרסום לצדדים שלישיים טרם העברה אליהם.
- ב. עם סיומו של הסכם זה, מכל סיבה שהיא, לא יהיה משרד הפרסום זכאי לכל תשלום בגין הפסקת ההסכם או בגין העסקת צדדים שלישיים על ידו בקשר עם השירות.

ג. מובהר כי ב-3 חודשי תקופת ההתקשרות האחרונים (או פחות- כפי שיידרש על ידי האוניברסיטה) לאוניברסיטה תהא הזכות לקיים תקופת פעילות חופפת של משרד הפרסום במקביל לפעילות משרד הפרסום המחליף (להלן –"תקופת החפיפה"). במהלך תקופת החפיפה מתחייב משרד הפרסום להשלים ולסיים את הפרויקטים הקיימים באוניברסיטת חיפה ולבצע את כל העבודות הכרוכות בהשלמתם - הכל בהתאם להנחיית האוניברסיטה ובתיאום עם משרד הפרסום המחליף.

#### 18. סמכות שיפוט

מוסכם בין הצדדים כי לבתי המשפט בתחום העיר חיפה בלבד תהיה הסמכות המקומית לדון בכל תובענה הנובעת מהסכם זה.

#### 19. סטיה / ויתור

- א. הסכמת אחד הצדדים לסטות מתנאי הסכם זה במקרה מסוים או בסדרת מקרים, לא תהווה תקדים ולא ילמדו ממנה גזרה שווה לכל מקרה אחר בעתיד.
- ב. לא השתמש או השתתה מלהשתמש, צד כלשהו בזכות מהזכויות המוקנות לו על פי הסכם זה במקרה מסוים או בסדרת מקרים, לא יראו בכך ויתור על זכות מזכויותיו.

#### 20. נפקות הסכם זה, זכות קיזוז וחילוט

- א. הסכם זה מהווה ומבטא את ההסכם המלא והממצה בין הצדדים בגין כל העניינים הנדונים בו, והוא מבטל כל הסכם, נוהג ו/או מנהג קודמים שחלו על יחסי הצדדים לגבי כל אותם העניינים האמורים.
- ב. סכומים שהצדדים חבים אחד לרעהו מכוח הסכם זה, יהיו (ללא הגבלה בסכום) ברי קיזוז ו/או ברי חילוט לפי העניין, ללא צורך בפסק דין או הליך משפטי אחר.

#### 21. הודעות

- א. כל הודעה או התראה בקשר להסכם זה אשר ישלחו על ידי צד אחד להסכם זה למשנהו ישלחו באמצעות דואר אלקטרוני ו/או דואר רשום ו/או באמצעות פקסימיליה על פי פרטי הצדדים כמפורט בכותרת להסכם זה, כשדבר הדואר לאוניברסיטה אמור להגיע לידי הדובר לשכת ראש האגף לקשרי חוץ ופיתוח משאבים.
- ב. כל הודעה ו/או התראה כאמור יראוה כמתקבלת אצל הנמען בתום 72 שעות מהמועד שבו הושמה למשלוח במשרדי הדואר ו/או ביום משלוח ההודעה בפקסימיליה ו/או בדואר האלקטרוני ובלבד שבידי הצד השולח נמצא אישור על תקינות משלוח ההודעה.

**ולראיה באו הצדדים על החתום:**

משרד הפרסום

אוניברסיטת חיפה

**מפרט השירותים**

מבלי לגרוע מן האמור לעיל ומן האמור במסמכי המכרז וההסכם, במסגרת השירות לפי מכרז זה יידרש משרד הפרסום לבצע את השירותים כדלקמן ללא כל תמורה נוספת:

- א. תכנון אסטרטגי, פלנינג, ניתוח שווקים נוכחיים ופוטנציאליים והכנת אסטרטגיה ותוכנית פרסום לאוניברסיטת חיפה העמדת מלוא הידע והניסיון שצבר המשרד בתחומי הפרסום והמדיה השונים, יישום בבניית הקו הפרסומי שיגובש עבור האוניברסיטה ומתן ייעוץ אסטרטגי ותדמיתי שוטף לקידום צרכיה.
- ב. הכנת תקציב מפורט עפ"י תוכנית הפרסום הכולל: אומדן עלויות והוצאות של כל שירותי הפרסום באופן מפורט ומדויק, לרבות עלויות אמצעי הפרסום וחומרי הפרסום הנדרשים, תוך הבטחת קבלת המחירים והתנאים הנוחים ביותר אותם ניתן להשיג בשוק, לרבות ניהול מו"מ כמתבקש וכמפורט במסמכי המכרז וההסכם.
- ג. משרד הפרסום יתווך בין האוניברסיטה ל"אמצעי המדיה" השונים, לקבלת ההצעות הטובות ביותר (מסחרית וכלכלית) לפרסום. בנוסף, משרד הפרסום יקח חלק, אם יתבקש, בפגישות משותפות של נציגי "אמצעי המדיה" ונציגי האוניברסיטה, ויסייע במו"מ כנציג האוניברסיטה, לכל דבר וענין.
- ד. הגשת תכנית פרסום ופריסה מלאה באמצעי מדיה שונים כולל פירוט על המיקום מודעות ובאנרים, שיבוצי תשדירים וכן זמני הופעתם.
- ה. הוצאה אל הפועל של תוכנית הפרסום, לאחר שאושרה ע"י נציג האוניברסיטה ובמסגרת התקציב המאושר, בתחומי המדיה השונים.
- ו. יצירת וכתובת תוכן לקמפיינים ורכיבי המדיה השונים.
- ז. בניית קונספט קריאטיבי, שירותי סטודיו ועיצוב גרפי של העבודה הקריאטיבית והרעיונית הכרוכה בפרסום, לרבות כתיבת קופי בעברית או לועזית, גרפיקה, הגהה, תרגום מעברית ללועזית ומלועזית לעברית, "הסדר" התאמות גודל וסוג לכל כלי המדיה.
- ח. עיצוב והפקות קמפיינים לאינטרנט (לרבות דפי נחיתה, מיניסייט, באנרים, הנפשה והתאמות לסלולר), התאמות גודל וסוג לכל כלי המדיה. תכנון חווית משתמש בדפי נחיתה ורכיבי קמפיין דיגיטלי.
- ט. תכנון ואחסון הקמפיינים במהלך תקופת הקמפיין ולאחריו ברשות הזוכה.
- י. ניהול הקמפיין כולל בקרת ביצועים לקמפיינים ולכלי הפרסום, כולל ביצועי אופטימיזציה במהלך קמפיין, ניתוח דוחות כולל שימוש בכלי אנליטיקה והצגת דוחות ביצוע יומיים ותקופתיים.
- יא. ניהול דטאות רימרקטינג בדפי האוניברסיטה.
- יב. ביצוע מחקר מילים, יחסי המרה ובקרה על רשתות שותפים וכיו"ב.
- יג. פיקוח ובקרה על תהליך הביצוע ואפקטיביות הפרסום, לרבות אך לא רק:
  - a. בחינת כמויות הלידים הנכנסים למוקדי המכירות של האוניברסיטה
  - b. בחינת איכות הלידים הנכנסים: רלוונטיות הלידים ורישום ללימודים באוניברסיטה.
- יד. מתן דו"חות פעמיים בשבוע, דוחות רבעוניים ושנתיים וכפי שיידרש על ידי האוניברסיטה, והערכות מפורטות על ביצוע התוכניות שאושרו על ידה ותוצאותיהן, כמו גם דיווח על השימוש בתקציב שאושר לכך ו/או חריגה כלשהי מהתקציב או מלוחות זמנים שנקבעו ואושרו.
- טו. הקמת מערכות בקרה וממשק ניהול לידים לבחינת כל הקמפיינים ואחריות על ריכוז הלידים והעברת גישה אליהם לאוניברסיטה. נדרשת התממשקות עם מערכות האוניברסיטה.
- טז. אספקה, שמירה ואחזקה הולמת של כל החומרים המשמשים ליצירת פירסומות לרבות סרטי-קול, סקיצות, ציורים, צילומים, קבצי אודיו ווידאו, גלופות, וכיוצ"ב, שהינם רכוש האוניברסיטה, והבטחת החזרתם לאוניברסיטה אחרי השימוש בהם ע"י צד שלישי לצורך הפירסום, או שמירתם והעמדתם לרשות האוניברסיטה בכל עת לפי דרישתה, גם בתום הסכם זה.
- יז. העברת פרזנטציות מתחרים לאוניברסיטה באופן שוטף אחת לרבעון (המצגת תכלול נתונים אודות הוצאות מדיה, קמפיינים, ערוצי פעילות, ניתוח קריאטיבי, ניתוח אסטרטגי של מתחרים וכדומה). המצגת תכלול נתונים על בסיס יפעת בקרת פרסום
- יח. בדיקה, אימות ופיקוח על טיב הביצוע של מודעות בעיתונות הכתובה, פרסום חוצות, תשדירי רדיו וטלוויזיה, הקרנות קמפיינים באינטרנט, או אמצעים אחרים שהוצאו לפועל ע"י "אמצעי המדיה", על סוכנו וקבלניו, בצורה שבה נעשה הדבר בדרך כלל ע"י מפרסם ברמה הגבוהה ביותר, ובאופן המקצועי ביותר.

- יט. הדרכת האוניברסיטה בתחומים השונים לרבות במדיות חדשות.
- כ. עיצוב ותכנות דיוור במייל + הפקת ניוזלטרס על בסיס שוטף.
- כא. שירותי סטודיו ועיצוב חומרים שיווקיים מסוגים שונים (כולל חומרים שיווקיים לימים פתוחים, פליירים, חוברות רולאפים וכו').

\* לצורך התרשמות בלבד, בשנת 2018 היו כ- 25 קמפיינים ו- 3 ימים פתוחים

במסגרת ביצוע השירותים יידרש משרד הפרסום לקיים גם את התנאים כדלקמן:

- א. לעמוד בדרישות איכות שירות גבוהות, לרבות עמידה בלוי"ז כפי שמפורט בנספח 8 להסכם, הקפדה על הגהות ומניעת טעויות. ללמוד ולהכיר את תחום ההשכלה הגבוהה בישראל והלכי הרוח בנושא זה בציבור.
- ב. אספקה, שמירה ואחזקה הולמת של כל החומרים המשמשים ליצירת פרסום על כל סוגיו ומרכיביו.
- ג. משרד הפרסום ילמד המאפיינים, הצרכים, המטרות והאילוצים העומדים בפני האוניברסיטה באמצעות פגישות עם גורמים בהנהלה ונציגי היחידות ויציע קו פרסומי.
- ד. משרד הפרסום ילמד ויכיר את צורכי האוניברסיטה, על יחידותיה באופן מעמיק- על רקע שוק ההשכלה הגבוהה בכלל, ייחודו של כל מוסד להשכלה והלכי הרוח והעדפות הסטודנטים הפוטנציאליים בפרט.
- ה. משרד הפרסום ילמד את הצרכים, המטרות והאתגרים הרלוונטיים של כל אחת מיחידות האוניברסיטה עבורה יידרש קמפיין פרסומי, יגבש ויציע קו פרסומי מתאים, שישתלב בקו הפרסומי הכלל האוניברסיטאי בהתאם לבריף שיצורף כנספח 5 להסכם.
- ו. משרד הפרסום יישם התגובות וההערות שיתקבלו מגורמים אלה, ויגבש קו פרסומי כלל אוניברסיטאי על כל סממניו ונילווי, שיהווה בסיס ומסגרת לאופן בו תוצג האוניברסיטה בכלי המדיה השונים.
- ז. משרד הפרסום ייתן דו"חות כפי שיידרש על ידי האוניברסיטה והערכות מפורטות על ביצוע התוכניות שאושרו על תוצאותיהן, ייצג את האוניברסיטה במו"מ מסחרי מול אמצעי המדיה וספקים אחרים לקבלת התנאים האופטימאליים, ויתווך בין האוניברסיטה לאמצעי המדיה וכיו"ב- הכל כמפורט במסמכי המכרז וההסכם.

#### **בנוסף במסגרת העבודה השוטפת עם משרד הפרסום:**

- א. תתקיימנה ישיבות שבועיות וישיבות נוספות על-פי הצורך. הישיבות תתקיימנה במשרדי האוניברסיטה ובהתאם לצרכיה.
- ב. נציגת האוניברסיטה האחראית ליישום תהליכי העבודה השוטפים במסגרת ההסכם היא מנהלת מערך הגיוס והשיווק באוניברסיטת חיפה. בהתאם יעבוד משרד הפרסום ישירות מול המערך לגיוס ושיווק וייפגש על פי הצורך בהתאם להנחיות המערך לגיוס ושיווק, עם גורמים נוספים באוניברסיטה.
- ג. מובהר כי בתחומי השירות השונים עבדו מול משרד הפרסום גורמים שונים מהאוניברסיטה הכל כפי שיוחלט על ידה לפי שיקול דעתה והודעה מתאימה על כך תועבר למשרד.

#### **הוראות בנוגע לפרסום מודעות אבל**

במידה ואוניברסיטת חיפה תחליט לפרסם מודעות אבל באמצעות משרד הפרסום, משרד הפרסום מתחייב למסור, במידה ויתבקש לעשות כן, מודעות אבל מטעם האוניברסיטה לפרסום מידי ודחוף בעיתונות ובלבד שהודעת האוניברסיטה, בעל פה או בכתב לפי העניין, על הצורך בפרסום מודעה כאמור, תימסר למשרד הפרסום לפני השעה 20:00 (לפרסום למחרת היום בעיתוני הצהריים) ולפני השעה 19:00 (לפרסום למחרת היום בעיתוני הבוקר). אין באמור בכדי להטיל על האוניברסיטה עלות נוספת, או לזכות את משרד הפרסום בתמורה נוספת. המועדים הנקובים בסעיף זה באשר לפרסום מודעות אבל יחייבו את משרד הפרסום למרות האמור בנספח לוחות הזמנים ותהליכי עבודה –נספח 8 להסכם. איש הקשר לנושא מודעות האבל יהיה רכז/ת פעילות מערך תקשורת הסברה ודוברות באוניברסיטה.

טופס ההצעה הכספית  
(יצורף הטופס של המציע הזוכה)

התחייבות לשמירת סודיות

[הנספח הסופי של המציע הזוכה יצורף גם להסכם]



הצהרה על העדר ניגוד עניינים והימנעות מניגוד עניינים

הברית

[יימסר למציעים שיעברו את חלק אי של המכרז ויצורף להסכם עם המציע הזוכה]

## אישור עריכת ביטוח

תאריך: \_\_\_\_\_

לכבוד  
אוניברסיטת חיפה  
דרך אבא חושי, הר הכרמל, חיפה  
(להלן: "האוניברסיטה")  
א.ג.נ.,

הנדון: מבוטחנו: \_\_\_\_\_ (להלן: "משרד הפרסום")  
אישור עריכת פוליסות ביטוח לרבות בקשר עם הסכם מיום \_\_\_\_\_  
בין האוניברסיטה לבין משרד הפרסום, למתן שירותי פרסום לאוניברסיטה  
בארץ ובחו"ל (להלן: "השירותים")

הננו מאשרים בזאת כי החל מיום \_\_\_\_\_ ועד ליום \_\_\_\_\_ ערכנו את הביטוחים המפורטים להלן בגין פעילות משרד הפרסום, לרבות בגין השירותים לאוניברסיטה:-

1. ביטוח אחריות מקצועית לכיסוי אחריותו של משרד הפרסום על פי דין בגין אובדן ו/או נזק שייגרמו לכל אדם ו/או גוף (לרבות במפורש האוניברסיטה) כתוצאה ממעשה ו/או מחדל מקצועי לרבות טעות ו/או השמטה בקשר עם מתן השירותים, בגבולות אחריות בסך של \$1,000,000 לפחות למקרה ובמצטבר לתקופת ביטוח שנתית. הביטוח אינו כולל כל סייג בדבר אובדן שימוש ו/או עיכוב בעקבות מקרה ביטוח, אובדן מסמכים, חריגה מסמכות בתום לב, פגיעה בפרטיות, השמצה, הוצאת דיבה ולשון הרע, הפרת זכויות קניין רוחני, הפרת סודיות ואי יושר של עובדים.

תאריך רטרואקטיבי: \_\_\_\_\_ (שאינו מאוחר ממועד תחילת מתן השירותים).  
תקופת גילוי: 6 חודשים לפחות, שתחול כל עוד לא נרכשה ע"י משרד הפרסום פוליסה אחרת המכסה אותה חבות.

הביטוח מורחב לכלול את האוניברסיטה כמבוטח נוסף לעניין אחריותה למעשי ו/או מחדלי משרד הפרסום, בכפוף לסעיף אחריות צולבת ואולם, מובהר כי הפוליסה אינה מכסה את אחריותה המקצועית של האוניברסיטה כלפי משרד הפרסום.

2. ביטוח אחריות כלפי צד שלישי לכיסוי אחריותו של משרד הפרסום על פי דין, בגין אובדן ו/או נזק שייגרמו לגופו ו/או לרכושו של כל אדם ו/או גוף (לרבות במפורש האוניברסיטה), בגבולות אחריות בסך של \$1,000,000 לפחות למקרה ובמצטבר לתקופת ביטוח שנתית. הביטוח אינו כולל כל הגבלה בדבר חבות בגין וכלפי קבלנים וקבלני משנה וכן תביעות תחלוף מצד המוסד לביטוח לאומי. הביטוח מורחב לכסות את אחריות משרד הפרסום בגין פגיעה אישית (Personal Injury), וזאת עד לסך של \$200,000 לפחות.

הביטוח מורחב לכלול את האוניברסיטה כמבוטח נוסף לעניין אחריותה למעשי ו/או מחדלי משרד הפרסום, בכפוף לסעיף אחריות צולבת.

3. ביטוח אחריות מעבידים, בגבולות אחריות בסך של \$5,000,000 לתובע, למקרה ולתקופת ביטוח שנתית. הביטוח מורחב לכלול את האוניברסיטה כמבוטח נוסף היה ותיחשב למעביד של מי מעובדי משרד הפרסום או אם יקבע כי האוניברסיטה נושאת באחריות שילוחית לעניין חבות משרד הפרסום כלפי מי מעובדיו.

### כללי לכל הפוליסות

- גבולות גיאוגרפיים וסמכות שיפוט – כל העולם. ואולם, פרשנות הפוליסות – על פי דיני מדינת ישראל.

- כל הביטוחים דלעיל כוללים ויתור על זכות התחלוף כלפי האוניברסיטה, ובלבד שהויתור על זכות התחלוף כאמור לא יחול לטובת אדם שגרם לנזק בזדון.
- הננו מאשרים כי ידוע לנו שהאחריות לתשלום פרמיות הביטוח והשתתפות עצמית חלה על משרד הפרסום בלבד, ובשום מקרה לא על האוניברסיטה.

-2-

- הפרת תנאי הפוליסות על ידי משרד הפרסום בתום לב לא תפגע בזכויות האוניברסיטה על פי הפוליסות.
- הננו מאשרים כי כל הביטוחים הנ"ל הינם ראשוניים וקודמים לכל ביטוח הנערך על ידי האוניברסיטה ו/או לטובתה, ואנו מוותרים על כל טענה ו/או דרישה ו/או תביעה בדבר שיתוף ביטוחי האוניברסיטה.
- הננו מתחייבים כי ביטול הביטוחים הנ"ל ו/או צמצומם לא ייעשה אלא בהודעה מראש של 30 יום לאוניברסיטה, בכתב, בדואר רשום.

אישורנו זה הינו בכפוף לתנאי פוליסות הביטוח המקוריות ולסייגיהן, עד כמה שלא שונו על פי האמור באישור זה.

(חותמת המבטח)
(חתימת המבטח)
(שם החותם)
(תפקיד החותם)

ערבות ביצוע

נספח זמנים לוחות זמנים ותהליכי עבודה

מספר ימי עסקים לביצוע מיום העברת הבקשה ע"י האוניברסיטה	תהליך עבודה משלב קבלת בריף מהלקוח (כתוב או בע"פ)
<b>מדיה</b>	
3	העברת פריסת מדיה לאוניברסיטה
1	העברת הצעת מחיר
עד 1	העברת פריסת מדיה מתוקנת לאחר הערות האוניברסיטה
1	שליחת תכנית פרסום ופריסה באמצעי המדיה השונים הכוללת גאנט לפי כלים
<b>קריאייטיב וביצוע גרפי</b>	
2	הצגת קונספט/סטורי בורד לאחר קבלת בריף מאוניברסיטה
2	הצגת קריאייטיב מעוצב לאחר קבלת בריף מהאוניברסיטה (במידה ולא הוצג קונספט/סטורי בורד)
2	הצגת חומרי פרסום מעוצבים (מיניסטיט, באנרים, שילוט חוצות, וכד') בהתאם לפריסת מדיה ולאחר אישור קריאייטיב
1	הצגת פרטים טקסטואלים בהתאם לפריסת מדיה ולאחר אישור קריאייטיב
עד 1	ביצוע תיקונים בגרפיקה
2	תכנות דפי נחיתה וטפסי לידים והקמת ממשק ניהול לידים
עד 1	ביצוע תיקונים בתכנות
1-2	התאמות גודל לפי פריסת מדיה ואתר האוניברסיטה
<b>דוחות מדיה</b>	
3 פעמים בשבוע	העברת דוחות סטטוס שוטפים
1	בקשה מיוחדת לקבלת דוח ביניים (מעבר לדוחות השוטפים)

**הבהרות נוספות :**

- **יום עסקים :** בקשה האוניברסיטה כאמור תתקבל במשרד עד השעה 17:00. לאחר שעה זו תיחשב הבקשה, כאילו התקבלה ביום עסקים למחרת (למעט מודעות אבל דחופות לעיתונות).
- **ביצוע תיקונים :** המשרד יבצע תיקונים של מוצר המדיה תוך יום עסקים אחד מיום העברת התיקונים הדרושים ע"י האוניברסיטה. תיקונים בתכנות יבוצעו תוך 1 ימי עסקים.
- ביצוע תכנות והנפשה של קמפיינים באינטרנט : המשרד יבצע תכנון והנפשה של קמפיינים באוניברסיטה תוך 2 ימי עסקים מבקשת האוניברסיטה. בקשה שתתקבל במשרד לאחר שעה 17:00 תיחשב כיום עסקים למחרת.
- לוחות הזמנים הנ"ל נוגעים לפרויקטים סטנדרטים. לוחות זמנים לקריאייטיב ייחודי יקבעו על ידי האוניברסיטה לגופו של עניין.
- לוחות זמנים לעיצוב ותכנות אפליקציות/פרויקטים שאינן חלק מטבלת לוחות הזמנים הנ"ל יועברו לאוניברסיטה כחלק משלב הצגת הקונספט כמפורט בטבלה לעיל.
- פרסום מודעת אבל – משרד הפרסום מתחייב למסור, במידה והתבקש לעשות כן, מודעת אבל מטעם האוניברסיטה לפרסום מיידית ודחוף בעיתונות ובלבד שהודעת האוניברסיטה בעל פה או בכתב לפי העניין, על הצורך בפרסום מודעה כאמור, תימסר למשרד הפרסום לפני השעה 19:00 (לפרסום למחרת היום בעיתוני הבוקר)