



פרוטוקול ועדת המכרזים (610/2015)

תאריך הישיבה: 17.11.2015

נוכחים חברי הוועדה:

1. יו"ר הוועדה אריה דנון
2. נציג חשבות המשרד גיורא לוטרשטיין
3. נציגת משפט עו"ד נעמי אלדובי
4. חבר ועדה שמעון זמיר
- משתתפים נוספים: מזכיר הוועדה: ירון ראובני, מרכזת הוועדה: הדר אורעד.

הנדון: מכרז פומבי 34/2014 לעיצוב, תכנון, הקמה, הפעלה, אחזקה ופירוק של תערוכת המיתוג/מיצג של ישראל להצגה בעולם - אגף תקשורת והסברה - הרחבת התקשרות לצורך אירוע השקה 6-7 דצמבר 2015

רקע - החלטת ועדת המכרזים מיום 6.7.2015 - בחירה בהצעת טרגט מרקט כהצעה הזוכה במכרז

כללי

- ועדת המכרזים אישרה את פרסום המכרז במסגרת פרוטוקול מיום 3.11.2014.
- המכרז פורסם בעיתון ובאינטרנט החל מיום 13.11.2014.
- מועד אחרון להגשת הצעות נקבע ליום 1.3.2015.
- המכרז מיועד לבחירת ספק שיקים ויפעיל פרויקט הכולל תערוכת מיתוג/מיצג לחשיפת המותג "ישראל" על כלל ערכיו במספר גדול של מדינות, ובפני קהל רחב ככל האפשר ברחבי העולם.
- תקופת ההתקשרות במסגרת פרויקט זה הינה כשנה וחצי, במסגרתה יידרש הספק הזוכה לתכנן ולהקים את המיצג עד לקבלת אישור הממונים בתוך כחצי שנה. לאחר מכן יציג את הפרויקט באתרים שונים ברחבי העולם במשך כשנה.
- המציעים שניגשו למכרז הינם בעלי חברת הפקה או יוצרים עצמאים, בעלי ניסיון מוכח בבניית תערוכות נודדות או מרכזי מבקרים, או מרכזי מידע. לצורך הוכחת עמידתם בתנאי הסף המקצועיים, המציעים נדרשו לצרף להצעתם תיק עבודות הכולל 2 דוגמאות שהופקו על ידם מאז 2010 והדומות באופיין לפרויקט המבוקש במכרז זה. היקף העבודה של כל אחת מהדוגמאות לפחות 700,000 ₪ לא כולל מע"מ.
- המציעים נדרשו להציג צוות מקצועי הכולל איש תוכן, מעצב תערוכות ואיש מולטימדיה. על כל חבר צוות להציג 4 שנות ניסיון בהקמת תערוכות ומיצגים.

בדיקת איכות ההצעות

- למכרז הוגשו 7 הצעות. כל ההצעות עמדו בתנאי הסף.
- 7 המציעים הוזמנו לראיונות לצורך בדיקת עמידה בדרישות האיכות.
- הראיונות התקיימו במשרד במהלך חודש אפריל 2015.
- נציגי המשרד בראיונות כללו את מר ארתור קול סמנכ"ל אגף תקשורת והסברה, יואל ליאון מנהל מחלקת הסברה, זהבי אפלבוים סגנית מנהל, מירון ראובן מ"מ מחלקת דיפלומטיה דיגיטאלית, רן נתנון מחלקת הסברה/רע"נ מיתוג, הילית גלבר אגף כספים, וחנה הכהן נציגת משרד רוה"מ.
- בהתאם לתנאי המכרז, בדיקת ההצעות נעשתה לפי אמות מידה של איכות (80%) ומחיר (20%). **ניתן להעביר לשלב המיון הסופי עד 5 הצעות** אשר קיבלו את ניקוד האיכות הגבוה ביותר. **נקבע כי ניקוד האיכות המינימאלי הנדרש למעבר לשלב הסופי יעמוד על 80%.**
- ניקוד המחיר מתבסס על הצעת המחיר בנספח ב' הכוללת הן את עלות ההקמה **בסכום של עד 3,000,000 ₪ + מע"מ** (ר' נספח ב' סעיפים א-ג') והן את עלויות ההפעלה בחו"ל (ר' נספח ב' סעיף ד'), לפי אומדן של 6 הפעלות באתרים שונים בעולם.
- הצעות המחיר הוגשו במעטפה סגורה ונפרדת ופתיחתן נעשית בתום שלב בדיקת האיכות (בדיקת הצעות מחיר מתבצעת רק לגבי הצעות שעומדות בתנאי הסף ודרישות האיכות).
- בהתאם לתנאי המכרז, אמות המידה לאיכות כללו בין היתר: התרשמות כללית מהחוויה שהוצגה, עיצוב ותכנון מקוריים בהתאמה לאסטרטגיית המיתוג, התרשמות מאופי הטכנולוגיה ורמת האפקטים המוצעים, התרשמות מהיכולת לתפעל ולארגן מופע נודד, התרשמות מרמת גיבוש ההצעה, ויכולתה ליישום בהתאם להצעת המחיר (ישימות טכנית, נוחות הפעלה, נוחות שילוח), התרשמות מזרימת הקהל וצורת הביקור, התרשמות



מההתאמה למגוון קהלים, התרשמות מיכולותיו של צוות הקריאייטיב, התכנון והניהול של הפרויקט.

סיכום ניקוד איכות

16. להלן סיכום ניקוד האיכות כפי שניתן על ידי ועדת המשנה:

#	המציע	ניקוד איכות (ניקוד עובר 80%)
1	דיסק אין	73
2	בלה ארט	75
3	פאזה	75
4	טלמדיה	76
5	בריו קריאייטיב	79.5
6	איי קונספשן	91
7	טרגט מרקט	96

הצעות שלא עמדו בדרישות האיכות

17. 4 הצעות שהוגשו למכרז קיבלו ניקוד איכות מתחת ל-80% (כלומר מתחת לרף האיכות המינימאלי שנקבע לצורך מעבר לשלב בדיקת המחיר) ונמצאו בלתי מתאימות: **דיסק אין, בלה ארט, פאזה, טלמדיה מיצגים מיוחדים.**
18. לפי התרשמות ועדת המשנה, 4 החברות הנ"ל הציגו הצעות כלליות בלתי מגובשות, ללא תוכן ממוקד, בהצעות לא הושקע מאמץ ברמה המספקת (באופן יחסי לשאר החברות אשר קבלו ניקוד איכות גבוה יותר). חברות אלה לא הצליחו לפנות אל מגוון קהלים רחב כפי שנתבקשו. כמו כן, נראה כי באופן כללי מדובר ברעיונות יפים, אך ללא ערך מוסף, ללא קשר מיוחד למותג ישראל.
19. 4 הצעות אלה אינן עומדות בקריטריונים והסטנדרטים הנדרשים למיצג מסוג זה ואין הצדקה להשקיע באף אחת מהן סכום שנאמד ב-5 מיליון ₪ (הקמה + הפעלה) ולכן מומלץ שלא להעבירן לשלב הבדיקה השני.

הצעות שעמדו בדרישות האיכות

20. בהתאם להמלצת ועדת המשנה, הוחלט כי 3 החברות אשר קבלו את ניקוד האיכות הגבוה ביותר, יעברו לשלב הסופי. כפי שעולה מהטבלה לעיל, ההצעות שקיבלו את הניקוד הגבוה ביותר הן 3 ההצעות הבאות: **חברת "בריו קריאייטיב", חברת "איי קונספשן" וחברת "טרגט מרקט".**
21. 3 החברות הנ"ל הציגו את הצעות האיכותיות מבין 7 ההצעות שהוגשו. על פי רוב, ההצעות תוכננו היטב, ונראה כי הן נוחות ליישום, מודולריות וניתנות לביצוע (מבחינת הרכבה, הפעלה ופירוק). חלקן מתאימות הן למיצג פתוח והן למיצג סגור. באופן כללי, צוות המראיינים התרשם כי 3 ההצעות הנ"ל מכילות יצירתיות, עניין ואנרגיה החיוניים על מנת להציג את ישראל באור חיובי. בנוסף, 3 החברות הנ"ל הוכיחו כי הן בעלות ניסיון בבניית פרויקטים בארץ ובחו"ל הכוללים תערוכות/ מרכזי מבקרים, ומתאימות לצרכים של אגף תקשורת והסברה. 2 מתוך המציעים לא עבדו עם המשרד בשנים האחרונות.
22. להלן פירוט:
- א. **"בריו קריאייטיב"** - הציגו פרויקט מעניין ומגובש, אשר מערב את שכבות הציבור הישראלי בצורה מעניינת בהפקת חומרי הגלם. צוות ההפקה הותיר רושם מקצועי. יחד עם זאת ההצעה אינה מקדמת מספיק את ערכי המיתוג. ההצעה של בריו קיבלה ניקוד איכות גבולי של 79.5 כלומר 0.5 נקודה מתחת לרף המאפשר מעבר לשלב בדיקת המחיר (80). הוועדה החליטה (לאור הניקוד הגבולי שרחוק רק חצי נקודה מרף האיכות), לבצע בדיקת איכות נוספת של הצעת בריו, כדי לאפשר לחברה להציג שוב את הצעתה, וזאת בטרם החלטה האם החברה תעבור לשלב בדיקת המחיר.
- ב. **"איי קונספשן"** - הציגו הצעה מרשימה, אשר ביכולתה לגרום לאפקט "wow" בקרב המשתתפים. הצעתם כוללת מופע המתאים לקהלים גדולים, ובמהלכו נעשה שימוש



באמצעים טכנולוגיים מתקדמים. נראה כי ההצעה עונה לדרישות המכרז. הספק כלול במאגר חברות הפקה של אגף תקשורת והסברה. ההצעה קיבלה ניקוד מעל 80.
 ג. "טרגט מרקט" - הציגו הצעה מקצועית, מסקרנת, מעניינת ובעלת יצירתיות רבה ואנרגיה. נראה כי ההצעה מתאימה מאוד גם למיצג פתוח. בנוסף מסתמן כי ההצעה מודולרית ונוחה לפירוק וניוד. ההצעה מיוחדת, מאפשרת להציג את ישראל בדרך פחות קונבנציונאלית, ומצביעה על חשיבה מחוץ לקופסא. ההצעה קיבלה ניקוד מעל 80.

מעבר לשלב השני

23. 3 החברות הנ"ל זומנו לראיונות בשנית. מטרת סבב הראיונות הנוסף: העמקת הבדיקה של אמות המידה, וזאת בטרם העברתן לשלב בדיקת המחיר.
 24. הראיונות התקיימו במשרד במהלך חודש מאי 2015. פירוט המשתתפים בראיונות ראה סעיף 11 לעיל.

סיכום ניקוד איכות

25. להלן סיכום ניקוד האיכות עבור 3 החברות שהוזמנו לראיון שני:

אמת מידה	ניקוד מרבי	קונספסן איי	קריאייטיב בריז	טרגט מרקט
התרשמות כללית מהחוויה שהוצגה, עיצוב ותכנון מקוריים, בהתאמה לאסטרטגיית המיתוג	20	18	12	18.00
התרשמות מאופי הטכנולוגיה ורמת האפקטים המוצעים	15	14.00	13.14	14.86
יכולת לתפעל ולארגן מופע נודד	10	9.00	9.57	9.71
הצעה מגובשת שניתנת ליישום בהתאם להצעת המחיר (ישימות טכנית, נוחות הפעלה, נוחות שילוח)	20	19.00	19.29	19.57
התרשמות מזרימת הקהל וצורת הביקור	10	8	8.5	9.43
התרשמות מההתאמה למגוון קהלים	10	9	6	9.71
התרשמות מיכולותיו של צוות הקריאייטיב, התכנון והניהול של הפרויקט	15	14	11	14.72
סה"כ	100	91	79.5	96
איכות - לאחר שקלול ל-80 נקודות	80	72.80		76.80

26. להלן התרשמות צוות המשנה לאחר העמקת הבדיקה:

א. "בריז קריאייטיב" - הצעה פשוטה, אינה מקדמת את ערכי המיתוג, לא מספיק מתוחכמת, אינה מגובשת מבחינת התוכן, אינה מושכת ונראה כי קיימת חולשה במשיכת הקהל לפרק הזמן המבוקש. קבוצת 'בריז קריאייטיב' התקשתה לשמור על הרמה שהציגה בחלק הראשון ואכזבה את ועדת המשנה בחלק מהתשובות, **במיוחד בנוגע לזרימת הקהל**, כמות מרבית של קהל (הדגישו שהמיצג שלהם מתאים ל-120 איש בלבד כשהמכרז ביקש עד 200 איש למופע), חוסר מחשבה לפרה-שו (Pre-Show), לא הורחבו תכנים מעבר למה שהוצג בפעם הראשונה. ניקוד ההצעה מתחת ל-80%, **גם לאחר הבדיקה הנוספת, ניקוד האיכות שניתן לבריז קריאייטיב נמוך מ-80 ולכן אין מקום להעבירה לשלב בדיקת הצעות המחיר.**



ב. "איי קונספשן" - הציגו הצעה מרשימה בעלת קונספט דינאמי, ונראה שישנו שילוב טוב בין הפן האנושי לפן הטכנולוגי. הצעתם נראית נוחה ופשוטה להרכבה ותפעול, ומלווה על ידי שני מציגים "חיים" אשר יכולים להוסיף מאוד להפעלת הקהל. נראה כי ההצעה עונה על דרישות המכרז. יחד עם זאת קיימת מעט חולשה בחלק ה- pre show, שמצטייר כפחות מרשים ביחס להצגה עצמה.

ג. "טרגט מרקט" - הציגו הצעה מגובשת, אינטגרטיבית שונה וחדשנית. הצעתם משלבת יצירתיות, טכנולוגיה ותצוגה מרשימים. ההצעה כוללת בין היתר pre show המשלב דלתות בעלות תוכן משתנה, ונראה כי ביכולתו להביא לאפקט "wow". באופן כללי צוות ועדת המשנה התרשם לחיוב מצוות הקריאייטיב של החברה, והוא הצטייר כמקצועי ורציני במיוחד.

סיכום שלב בדיקת האיכות

27. ועדת המכרזים התבקשה לפתוח את מעטפת הצעת המחיר של 2 חברות: איי קונספשן וטרגט מרקט היות ורק 2 הצעות אלה נמצאו איכותיות קיבלו ניקוד איכות מעל 80, ולבצע שקלול איכות (80%) - מחיר (20%) כמוגדר לצורך התקדמות בהליך המכרז.

28. בשלב הבא, לאחר פתיחת הצעות המחיר, יש לבחון קיום משא ומתן עם המציעים.

29. סעיף תקציבי 00.09.51.03.04.010 תערוכת המיתוג.

שקלול איכות ומחיר

30. ועדת המכרזים מאשרת את הצעת חברת "טרגט מרקט" כהצעה הזוכה במכרז. הצעת טרגט מרקט נמצאה זולה יותר מהצעת אייקונספשן הן בעלות ההקמה והן בעלות ההפעלה.

31. חברת טרגט מרקט קיבלה את ניקוד האיכות הגבוה ביותר מבין 7 ההצעות שהוגשו למכרז כך שמקבלת את הניקוד המשוקלל הגבוה ביותר איכות 80% ומחיר 20%.

32. להלן פירוט עלויות ההקמה בהתאם להצעת המחיר של טרגט מרקט (מחיר מקסימאלי אפשרי על פי המכרז 3,000,000 ₪ + מע"מ):

#	מרכיב - עלות הקמה	עלות ₪ לפני מע"מ
1	תכנון וניהול	290,000
2	תפאורה ובינוי	326,429
3	מולטימדיה ותאורה	1,227,943
4	הפקת התכנים והגרפיקה (כולל סרטון אנימציה וצילום התהליך)	878,571
5	אחסון בארץ	12,000
6	הפעלה ניסיונית בארץ למשך שבועיים (הרצה)	223,286
7	מדים	1,200
8	תקורות	35,000
9	סה"כ ₪ לא כולל מע"מ	2,994,429

33. לשם השוואה, הצעת אייקונספשיין על סך 2.9966 מיליון ₪ + מע"מ - עלות הקמה.

מדינת ישראל

משרד החוץ



34. להלן הצעת המחיר של טרגט מרקט להפעלת המיצג בכל אתר (הפעלה בכל אתר מתוכננת למשך שבועיים):

#	מרכיב – עלות הפעלה	הצעת מחיר, ש"ח
1	צוות עובדים (עד 4 עובדי הפעלה לכל היותר)	92,929
2	דיילים	24,000
3	אמצעים	81,429
4	ביטוחים	15,000
5	סה"כ	213,358

35. לפי תוכנית אגף תקשורת והסברה, התערוכה תוצג ב-6 אתרים שונים בעולם. על פי הצעת המחיר, עלות בכל אתר 213,358 ₪. סך עלויות ההפעלה עבור 6 אתרים - 1,280,148 ₪ (לפי ביצוע בפועל).

36. לשם השוואה, הצעת איקונספשיין להפעלת המיצג 250,000 ₪ לכל אתר.

37. הוצאות נוספות לחברת טרגט מרקט על פי הצעת המחיר שהגישה (שה לא כולל מע"מ): דיבוב 15,000 ₪, תרגום 15,000, אחסון המיצג בארץ 2,000 ₪ לחודש. שירותים אלה הוגדרו "אופציונאליים" ויוזמנו מהספק על פי החלטת סמנכ"ל אגף תקשורת והסברה בהתאם לצורך.

38. להלן שקלול ההצעות במונחים של איכות (80%) ומחיר (20%):

#	אמת מידה	ניקוד מרבי	אייקונספשיין	טרגט מרקט
א	ניקוד עבור איכות	80	72.80	76.80
ב	מחיר הקמה + 6 הפעלות (שה לפני מע"מ)		4,496,610 ש"ח	4,274,577 ש"ח
ג	ניקוד למחיר	20	19.01	20
ד	סה"כ איכות+מחיר	100	91.81	96.80

39. בהתאם להצעת מחיר של טרגט מרקט - הצעת מחיר לעותק נוסף של התערוכה 2,083,643 ₪ + מע"מ (סעיף אופציונאלי, אם יחולט להזמינו בעתיד). לצורך מימוש סעיף זה נדרשת פנייה נפרדת ואישור נפרד של ועדת המכרזים.

40. מצורף נספח הצעת המחיר להשוואה בין הצעות טרגט מרקט ואיקונספשיין.

סיכום

41. לאור היקף הפרויקט יש להזמין את הספק הזוכה חברת "טרגט מרקט" לפגישה במשרד בהשתתפות נציגי אגף תקשורת והסברה ואגף כספים, על מנת לוודא שהחברה שיקללה בהצעתה את כל המרכיבים (הקמה והפעלה). בכפוף לבדיקה זאת, ייחתם ההסכם עם החברה (בהתאם לנוסח ההסכם שצורף לחוברת המכרז).

42. אין לראות בפרוטוקול זה התקשרות או התחייבות להתקשרות כלפי הספק. לצורך מימוש אישור ועדת המכרזים, יש לחתום על ההסכם המצורף לחוברת המכרז על ידי מורשי החתימה המוסמכים לחייב את המשרד. בלא הסכם חתום כנדרש לעיל, לא ניתן להתחיל במתן השירותים ו/או קבלת הטובין.

43. סעיף תקציבי: שת"פ הסברה-רוה"מ 00-09-51-03-04-113.



44. תח"מ 20+21 בדיקת הצעות ובחירת זוכה במכרז פומבי.

החלטה מיום 17.11.2015 הרחבת התקשרות עם טרגט מרקט - אירוע השקה לתערוכת המיצג של ישראל בנמל תל אביב 6-7 דצמבר 2015

1. ועדת המכרזים מאשרת את בקשת אגף תקשורת והסברה להרחיב את ההתקשרות עם חברת **טרגט מרקט** לצורך ארגון אירוע השקה לתערוכת המיצג של ישראל.
2. האירוע יתקיים במסגרת הצגת הפרויקט בארץ 6-7 דצמבר 2015 לפני יציאתו לסבב המופעים ברחבי העולם (המופע הראשון יערך ברומא בינואר 2016).
3. סכום הרחבת ההתקשרות עם טרגט מרקט לצורך אירוע ההשקה: **125,683 ₪ + מע"מ** (כולל שכירה של האנגר 4 בנמל תל אביב, אבטחה, כיבוד, עיצוב, הגברה, תאורה ועוד).
4. לפי תנאי המכרז חברת טרגט מרקט מחויבת להציג את הפרויקט בארץ לפני יציאתו לסבב הופעות עולמי, כלול בהצעת המחיר. יחד עם זאת המכרז לא כלל ארגון של אירוע השקה חגיגי הכולל שירותי קייטרינג, אבטחה, עיצוב, שילוט וכד'.
5. באירוע ההשקה ישתתפו ראש הממשלה, השר לעניינים אסטרטגיים, עיתונאים, ראשי ארגוני הסברה ועוד. האירוע נערך במימון משרד רה"מ (העברה תקציבית). **האישור להתקשרות יהיה בכפוף להעברת התחייבות כספית של חשב משרד רוה"מ.**
6. נעשתה פנייה לקבלת 3 הצעות מחיר מגופים שעוסקים בארגון והפקת אירועים. להלן ההצעות שהתקבלו:

#	המזיע	הצעת מחיר ₪ לא כולל מע"מ
1	טרגט מרקט	125,683
2	פרודקשיין	131,945
3	דרור לייבה	185,920

7. ההחלטה על ארגון אירוע ההשקה התקבלה סמוך למועד הצגת התערוכה ולכן לא נותר זמן לפרסום מכרז לנושא. הבחירה בהצעת טרגט מרקט - מכיוון שהחברה הגישה את הצעת המחיר הנמוכה ביותר (קיים יתרון בכך שחברת טרגט מרקט תארגן את אירוע ההשקה מכיוון שהחברה מפיקה את המיצג עצמו).
8. אין לראות בפרוטוקול זה התקשרות או התחייבות להתקשרות כלפי הספק. לצורך מימוש אישור ועדת המכרזים, יש לערוך נספח להרחבת הסכם שייחתם על ידי מורשי החתימה המוסמכים לחייב את המשרד. בלא הסכם הרחבה חתום כנדרש לעיל, לא ניתן להתחיל במתן השירותים ו/או קבלת הטובין.
9. ההחלטה תתפרסם באינטרנט.
10. תח"מ (4)3(ב)1 הרחבת התקשרות בסמכות ועדת המכרזים.
11. סעיף תקציבי: שת"פ הסברה-רוה"מ 00-09-51-03-04-113.


עו"ד נעמי אלדובי


שמעון זמיר


גיורא לורשטיין


אביה דנון