

לשכת הפרסום הממשלתית (לפ"מ)

מכרז פומבי מס' 01/01/23 - למתן שירותי ניהול רכש מדיה פרוגרמטית לקהל יעד בישראל

1. לשכת הפרסום הממשלתית (לפ"מ) מעוניינת בהתקשרות עם חברה למתן שירותי ניהול רכש מדיה פרוגרמטית עבור לקוחותיה, לקהל יעד בישראל (להלן: "השירותים").
2. השירותים הנדרשים במכרז כוללים ניהול כל הקמפיינים המופנים לקהל יעד בישראל ב-Google, DV360, Meta (אשר לצורך מכרז זה תכונה להלן: "Facebook" או "פייסבוק"), TikTok, Outbrain, Taboola, LinkedIn, Twitter, וכל מערכת רכש מדיה נוספת עבור כלל לקוחות לפ"מ. ניהול הקמפיינים כאמור יתבצע בשפות העברית והערבית, בהתאם לקהל היעד.
3. רשאים להשתתף במכרז רק גופים העומדים בכל תנאי הסף המפורטים להלן בסעיף 4 למכרז.
4. תקופת ההתקשרות הינה לשנה, החל מיום החתימה על הסכם ההתקשרות עם המציעים אשר ייבחרו על ידי המזמין לביצוע השירותים נשוא מכרז זה. למזמין תהא זכות ברירה (אופציה) להאריך ו/או להרחיב את ההתקשרות, לפי שיקול דעתו הבלעדי ובהתאם לצרכי המזמין, בתנאי מכרז זה לרבות נספחיו, ובכפוף לקיום תקציב, בתקופות נוספות בנות עד שנה כל אחת, ובאופן שסך כל תקופת ההתקשרות לא יעלה על חמש שנים.
5. תנאי סף להשתתפות במכרז (בראשי פרקים – פירוט מלא בסעיף 4 למכרז):
 - א. המציע הינו תאגיד הרשום כדן במדינת ישראל, בכל מרשם המתנהל על פי דין.
 - ב. על המציעים לפרט, במסגרת טופס פרופיל המציע המצייב **כנספח א'** למכרז זה, בדבר קשרים מקצועיים ו/או עסקיים ו/או אישיים, לרבות קשרי בעלות וכיו"ב, עם גורמים אחרים, העלולים ליצור ניגוד עניינים או ניגוד אינטרסים עם המזמין בעצם מתן השירותים לפי מכרז זה, ובפרט קשרים כאמור עם משרדי פרסום ו/או חברות שעיסוקן הוא רכש מדיה.
 - ג. המציע רכש מדיה בכלים פרוגרמטיים: Facebook, Google Ads, DV360, Outbrain, TikTok לקהל יעד בישראל, בתקציב מדיה כולל של 40 מיליון ₪ לשנה לפחות, ב-3 שנים לפחות מתוך 4 השנים האחרונות (2019, 2020, 2021, 2022), כמפורט בסעיף 4(ג) למכרז.
 - ד. המציע ניהל 20 קמפיינים לפחות לקהל יעד בישראל במערכת ה-DV360 בכל אחת מן השנתיים האחרונות (2021, 2022), בתקציב כולל של 5 מיליון ₪ לפחות בכל שנה. הקמפיינים לצורך סעיף זה יכללו רכש מדיה בפלטפורמות הבאות, כולן או חלקן: PG, PD, OA ו-YouTube.
 - ה. למציע ניסיון בניהול של לפחות 20 קמפיינים ב-Google וב-Facebook (לרבות Instagram) לקהל יעד בישראל, **במקביל**, בכל אחת מ-3 השנים האחרונות (2020, 2021, 2022).
 - ו. המציע ניהל בשנתיים האחרונות (2021, 2022) לפחות 3 קמפיינים שהוגדרו לפי Facebook כקמפיינים פוליטיים או בנושא רגיש אחר (קידום בקטגוריית Issues, Elections or Politics) ודרשו התערבות וטיפול במערכת ה-Business Manager – כולל אימות זהות, הגדרות כתב גילוי והגשת ערעורים במקרה של פסילה בלתי מוצדקת.
 - ז. קיומם של כל האישורים הנדרשים לפי חוק עסקאות גופים ציבוריים, התשל"ו-1976 (להלן: "חוק עסקאות גופים ציבוריים"), כמפורט בסעיף 4(ז) למכרז.
6. ניתן לצפות בנוסח המלא של המכרז באתר www.jobiz.gov.il ובאתר www.mr.gov.il.
7. להבהרות יש לפנות בכתב בלבד אל גבי שרון כהן, רכזת ועדת מכרזים, בדוא"ל michrazim@lapam.gov.il **עד ליום 23.01.23 בשעה 12:00**. פניות שתגענה שלא באמצעות הדוא"ל כאמור ו/או לדוא"ל אחר ו/או לאחר המועד הנ"ל, לא תיענה.
8. את ההצעה המלאה על נספחיה יש להגיש ב-3 עותקים: 2 עותקים קשיחים, מהם לפחות אחד בעותק מקור, וכן עותק אלקטרוני של ההצעה על גבי CD או החסן נייד.
9. ההצעה תוגש לתיבת המכרזים הנמצאת במשרדי המזמין בקומה 15 (מבואה מזרחית) ברח' אחד העם 9 תל אביב (מגדל שלום) ליד דלפק הקבלה, **לא יאוחר מיום 01.02.23 בשעה 12:00**.
10. הצעה אשר לא תימצא בתיבת המכרזים במועד זה לא תובא לדיון.