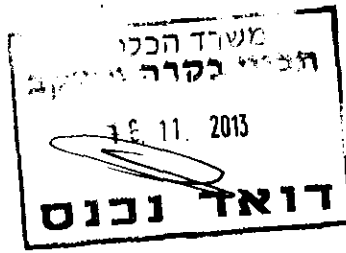




**מינהל סחר חוץ**  
משרד הכלכלה



10 נובמבר, 2013

אל: מר משה טומשובר - יו"ר ועדת מכרזים

**הנדון: המכון הישראלי ליצוא ולשתוף פעולה בין לאומי – בקשה להתקשרות בפטור ממכרז**

**סעיף תקציבי: 38400420 – 50 מיליון ש"ח (כפוף לאישור תקציבי)**

**תקופת ההתקשרות: 1.1.2014-31.12.2014**

המינהל לסחר-חוץ מבקש את אישור הוועדה להתקשרות המשרד עם המכון הישראלי ליצוא ולשיתוף פעולה בינלאומיים בהתאם לסעיף 3 (29) לתקנות חובת מכרזים, כספק יחיד המסוגל לבצע.

ההתקשרות תהיה בנושאי קידום היצוא, עידוד שיתופי פעולה בין חברות זרות וחברות ישראליות, אירוח משלחות של אנשי עסקים זרים בארץ, ארגון מפגשים בחו"ל ובארץ בין אנשי עסקים זרים וישראלים, אירוח עיתונאים, ארגון משלחות של יצרנים ישראליים היוצאים לחו"ל, השתתפות בתערוכות בארץ ובחו"ל וכל פעולה אחרת בתחומים הנ"ל, לפי צרכי המשרד.

בחודש אוקטובר 2007 פרסם המשרד קול קורא (RFI) לכל הגופים העוסקים בנושאי קידום היצוא והגברת שיתופי הפעולה עם גורמים מחו"ל, העומדים בקריטריונים שנקבעו על ידי המשרד, להציע שירותים בתחומים הנ"ל.

אף גוף כלכלי ישראלי אשר עמד בקריטריונים, פרט למכון הישראלי ליצוא ושיתוף פעולה בין לאומי, לא הגיש את מועמדותו למכרז. אין זאת הפעם הראשונה שאנו מפרסמים קול קורא ואין היענות מאף גוף כלכלי רלוונטי.

**סיכום**

למכון היצוא תפקיד מרכזי כגוף המקשר בין התעשייה והממשלה. המכון יוצר תאום בין מדיניות הממשלה לבין צרכי התעשיינים.

גם במדינות מערביות אחרות קיימים גופים המקבילים למכון היצוא המקבילים כספים מהמדינה ומתעשייה ותפקידם ליצור תיאום ביניהם וליזום פעילויות.

לאור כל האמור לעיל ועל פי חוות דעתנו המקצועית אין בארץ גוף כלכלי אחר המסוגל לבצע, באופן הולם, את כל המטלות בהתקשרות הנדרשת עבור המשרד ולכן אבקש את אישורך והמלצתך לפטור ממכרז בהתקשות עם המכון.

מצ"ב: נספח א' המפרט את פעילויות המכון ואופן תפקודו.

בכרמה,  
רועי פישר  
ס/מנהל מינהל סחר חוץ



נספח א'

המכון הישראלי ליצוא ולשיתוף פעולה בין לאומי :

פעילויות המכון ואופן תפקודו:

1. פעילות רב תחומית של המכון, המכוון את עיקר פעילותו לקידום יצואנים ישראלים כולל קטנים ובינוניים, ומלווה אותם צעד אחר צעד, באמצעות:
  - א. יצירת הזדמנויות עסקיות לחברות ישראליות בחו"ל, הוצאת משלחות יצואנים למדינות יעד שונות ומדינות בעלות עניין, וקיום מפגשים, הן קבוצתיים והן אחד-על-אחד עם גורמים רלבנטיים בחו"ל.
  - ב. הגברת מודעות של גורמים עסקיים ומוסדיים בחו"ל ליכולות התעשייה בישראל על ענפיה השונים: בין היתר באמצעות איתור יועצים בחו"ל שיסייעו להגשמת מטרה זו, ולצורך יצירת הקשרים בין הגורמים בחו"ל ליצואנים הישראלים.
  - ג. אספקת פתרונות/כלים תפעוליים ולוגיסטיים ליצואנים: לדוגמא, איתור גורמים אלטרנטיביים למתן מקורות מימון ליצואנים, מעבר למקורות המימון הסטנדרטיים, בשעה שהמקורות הסטנדרטיים אינם לוקים "סיכונים" ודוחים את בקשות היצואנים למימון.
  - ד. השתתפות של יצואנים בתערוכות בינלאומיות בביתן הלאומי של מדינת ישראל, המוקם באמצעות המכון ותחת "כנפיו", בהיותו גוף שמדינת ישראל חברה בו (3 נציגים במועצת המנהלים, לרבות משקיפים קבועים).
  - ה. הקמת מערך טיפול ייחודי ליצואנים קטנים ומתחילים: בין היתר באמצעות העמדת יועצים בארץ, בתחומים שונים, לטובת היצואנים, לשעות יעוץ המסוכסדות ע"י המכון – בתחום המקצועי, משפטי וכיו"ב.
  - ו. העשרת הידע של הקהילייה העסקית בתחומי הסחר והשיווק הבינלאומיים: מתן הדרכות ליצואנים במסגרת בית הספר ללימודי סחר חוץ שהוקם ע"י המכון, עריכת ימי עיון, הפקת וארגון קורסים אקדמאיים ושיתוף עם אוניברסיטאות ומכללות בארץ.
  - ז. אספקת מידע רלבנטי ליצואנים לצורך הגדלת המכירות בחו"ל: בין היתר באמצעות מתן שירותי מידענות ליצואנים, באמצעות ספריית המכון ובאמצעות מאגרי מידע ממוחשבים, מהמובילים בעולם, המספקים מידע ON-LINE לגבי הזדמנויות עסקיות בתחומים שונים (מאגרי מידע של Product Scan, Gartner וכד'): יצואנים קטנים/בינוניים אינם יכולים לממן מינוי על מאגרים כנ"ל, כשהמדובר בהוצאה של עשרות אלפי דולרים לשנה.
  - ח. יצירת "סל תשתית שיווקית" לכל ענף: אתר אינטרנט: אינדקסים, מצגות, עלון אלקטרוני.



2. ארגון ויישום פרויקטים מורכבים לקידום היצוא כדוגמת:

- ריכוז נושא המאגדים השיווקיים: ייזום מאגדים, סיוע בהתארגנות, מעקב ובקרה.
- איתור שיתופי פעולה והזדמנויות עסקיות סביב אירועים רבי משתתפים כגון: ברזיל 2014 וברזיל 2016.
- הקמת יחידות שיווק ייעודיות לפעילויות רב תחומיות בנושא מכרזים בינלאומיים.

3. המכון לוקח חלק בקביעת יעדי היצוא הלאומיים (מדינות יעד, ענפים וכו'): משקיע משאבים ביצירת שיתוף פעולה בשווקים חדשים שאינם מוכרים, המהווים "פריצת דרך", שעה שעדיין לא ברור אם תהיה הצלחה בשווקים אלה כאשר המטרה היא ברמה הלאומית של יצירת והעמקת קשרים עסקיים עם גורמים ממדינות שונות.

4. פעולות לטובת היצוא בתחומים המשיקים ליצוא, כדוגמת:

- א. פעילות בנושא הגברת המודעות לחשיבות קבלת תקנים ליצואנים, וייעוץ בנושא.
- ב. פעילות בנושא שמירה על איכות הסביבה בתהליכי היצוא.

5. פעילות בנושא מכרזים בינלאומיים, המובלים ע"י גורמים ממלכתיים ל- מדינות וגורמים ממשלתיים.

6. שיתוף פעולה מול מכוני יצוא ולשכות מסחר ברחבי העולם.

7. ייזום ופיתוח כלים ממלכתיים לקידום היצוא: פעילות ברמה הממשלתית/ מיניסטריואלית, משלב התכנון הראשוני של הפעילויות ועד ליישום בפועל. לדוגמא: הוצאת משלחות יצואנים לחו"ל, שבראשן עומד שר התמ"ת, אשר יש להן ערך מוסף רב כלפי הגורמים בחו"ל, כמו גם יצירת תשתית ופתרון בעיות מול גורמי ממשל בחו"ל.

**מאפיינים ייחודיים של מכון היצוא:**

8. למדינה זכות וטו בקשר להחלטות משמעותיות בפעילות המכון, לאור האמור בסעיף 10 (יא) לתקנון המכון, לפיו: "...החלטות בדבר אישור תקציב שנתי של העמותה, העברה מסעיף תקציבי אחד לסעיף תקציבי אחר, השתתפות בכל פעולות בחו"ל, לרבות תערוכות וירידים, הזמנות משלחות מחו"ל ושיגור משלחות לחו"ל, לא תתקבלנה אלא אם נציג המדינה הצביע בעדם".



9. המכון עומד לביקורתו המתמדת של מבקר המדינה לאור מעמדו כגוף "נתמך", ולרבות ביקורת קפדנית של רשם העמותות, בהיותו עמותה, הפועלת ללא כוונת רווח.

כגוף הביצועי של המכון – מועצת המנהלים – חברים גופים הן מהסקטור הציבורי והן מהסקטור הפרטי: הממשלה (בין היתר ממשרד התמ"ת), גופים ציבוריים (התאחדות התעשיינים, חברת העובדים, הטיבת חברות הסחר שליד לשכת המסחר ת"א-יפו) ויצואנים מהסקטור הפרטי. בנוסף, קיימים משקיפים מסקטורים שונים, שאף הם משתתפים בישיבות מועצת המנהלים באופן קבוע.

כל הנ"ל מעידים על שקיפות מלאה בפעילות המכון, אשר מהווה יתרון משמעותי עבור המדינה, לעומת פעילות של חברה פרטית מסחרית, אשר אינה יכולה להשתוות למכון לעניין זה.