



ירושלים, ח' חשוון תשפ"ו
30 אוקטובר, 2025

הבהרה: פרוטוקול ועדת מכרזים אינו מהווה התקשרות או התחייבות להתקשרות כלפי מאן דהוא. התקשרות תיעשה אך ורק על ידי הוצאת הזמנה ו/או הסכם חתומים על ידי מורשי החתימה המוסמכים לחייב את המדינה.

פרוטוקול ועדת מכרזים מיום 28.10.2025
פרוטוקול מס' 68/25

נוכחים: גב' סופי כהן, מ"מ מנהלת אגף תכנון ומדיניות, יו"ר;
רו"ח איתמר אביעד, סגן החשב, חבר;
עו"ד נחמה גור, ראש צוות יעוץ משפטי, חברה;
מר גיאל פחימה, מנהל אגף אי רכש, לוגיסטיקה ומכרזים, חבר;
גב' אושרה יוסף פרידמן, סגנית מנהלת הרשות לקידום מעמד האישה, משקיפה;
גב' סיון עשהאל, מרכזת ועדת המכרזים.

הנדון: התקשרות עם ארגון אס"לי – סרט לבן ישראל (ע"ר) לפיתוח ערכה דיגיטלית והפצת קמפיין
"היה חבר אל תעלם".

מצ"ב בקשתה של סגנית מנהלת הרשות, הגב' אושרה יוסף-פרידמן:

רקע

סעיף 4(א) לחוק הרשות לקידום מעמד האישה קובע כי הרשות תגבש, תקדם ותעודד מדיניות ופעילות לקידום מעמד האישה, ובכלל זה למניעת אלימות כנגד נשים. הרשות לקידום מעמד האישה פועלת למניעת אלימות כלפי נשים – ובתוך כך הפעילה תוכנית "נלחמות באלימות כלפי נשים", הפצת ערכת "תמרורי אזהרה" בנוגע לאלימות כלפי נשים, השתתפות בפורומים שונים בנושא ועוד.

בשנים האחרונות נמצא כי בתחום מניעת האלימות כלפי נשים בישראל קיימת מודעות ציבורית גוברת, אך קיים פער ביחס לאוכלוסיות שונות וכן פערים משמעותיים בהגעה לגברים כשותפים מרכזיים במניעה, בחינוך ובקידום תרבות של אחריות אזרחית. כאמור לעיל, ועל מנת לרתום אוכלוסיות שונות לקידום המאבק באלימות כלפי נשים, הרשות לקידום מעמד האישה פעלה לרתימת האוכלוסייה הכללית למאבק באלימות כלפי נשים באמצעות רכישה והפצת של ערכת תמרורי אזהרה דיגיטלית, במטרה לעורר מודעות בקרב החברה הכללית לתופעות הרווחות בקרב נשים החוות אלימות במשפחה ובכדי לזהות זוגיות אלימה ולפעול בהתאם. עתה, הרשות לקידום ממעמד האישה מצאה כי קיים צורך בולט בפנייה שיטתית לגברים, הן כקבוצת יעד מרכזית למניעה והן "כסוכני שינוי" בקהילה, ומבקשת לפעול להעלאת המודעות לתופעה ולדרכי ההתמודדות עימה בקרב גברים.

לשם ביצוע פעילות הסברתית בקרב גברים, נדרשת מומחיות בתחום. סגנית מנהלת הרשות לקידום מעמד האישה מציינת כי קיימים מספר גופים מקצועיים הפעילים בתחום, ובתוך כך ארגונים העוסקים במניעה ובסיוע לנפגעות, מרכזי חינוך וארגוני חברה אזרחית המתמקדים בפעילות אסטרטגית. עם זאת, מרבית הגופים מתמקדים בפנייה לנשים הנפגעות או בבניית מערכי סיוע לאחר אירועי אלימות. חריג לכך היא עמותת אס"לי (ע"ר) (ארגון סרט לבן ישראל) (להלן – העמותה), שמטרותיה עוסקות באופן ברור בנושא בקרב גברים. ודוק' בהתאם לקבוע באתר גיידיסטאר, מטרות העמותה הן: "פעילות להעלאת המודעות לכל סוג של אלימות כלפי נשים, בדגש על העלאת מודעותם של גברים. אופן הפעולה לקידום מטרה זו יכלול כתיבת מאמרים בעיתונים וברשתות החברתיות, הפצת עלוני מידע, מתן הרצאות, הפקת סרטים, מסעי פרסום, וכל אמצעי



אחר להפצת מידע בקרב הציבור; לפעול למניעת אלימות כלפי נשים. על מנת לקדם מטרה זו תפעל העמותה בשני ערוצים עיקריים: 1. השפעה על דעת הקהל ומקבלי ההחלטות במטרה להגביר את מדיניות האכיפה כנגד גברים אלימים ועברייני מין מחד, והטיפול בקורבנות מאידך. במקביל תפעל העמותה מול הגורמים הרלוונטיים להכנסת שיעורי מגדר ושיעורי חינוך מיני למערכת החינוך ולקידום יוזמות שפונות לגברים בוגרים במטרה למנוע אלימות כלפי נשים ולעודד התערבות של "העומד מן הצד" במקרי אלימות 2. עיסוק ישיר של העמותה בחינוך ילדים ונוער לגבריות בלתי אלימה, העברת סדנאות והרצאות לבני נוער ולמבוגרים בנושא זה וקריאה לגברים להצטרף למאבק באלימות כלפי נשים באמצעות דף הפייסבוק של העמותה, באמצעות קמפינים תקשורתיים ובדרכי פרסום והסברה נוספים; לבצע כל פעולה שתהיה דרושה או מועילה או רצויה לשם ביצוע מטרות העמותה וכל פעולה שיוחלט עליה במוסדות העמותה"

הבקשה

עתה, מבוקש לבצע מיזם משותף עם העמותה להפקת ערכה דיגיטלית שתופץ לרשויות המקומיות בישראל, ותכלול דפי מידע והצעות לפעילות עבור גברים במטרה להעלות מודעות לנושא בקרב גברים וכן הקמה של דף נחיתה מרכזי לקמפיין ובו קישור לערכה ותכנים נוספים בנושא, המיזם יותאם באופן ייחודי למגזרים שונים: כללי, ערבי, וחרדי. הערכה תפורסם אף במסגרת "קמפיין" ברשויות המקומיות וכן באמצעות לפ"ם. מטרת המיזם היא העלאת מודעות ציבורית לאחריותם של גברים כעומדים מהצד במניעת אלימות בזוגיות ומתן כלים לזיהוי סימנים מוקדמים ולעידוד מעורבות פעילה.

בכוונת הרשות להפיץ את ערכת הקמפיין לקראת היום הבינלאומי לציון המאבק באלימות כלפי נשים (25 בנובמבר) בקרב הדוברים ברשויות המקומיות, היועצות לקידום מעמד האישה ברשויות המקומיות, ובקרב גורמים נוספים העובדים עם רשויות מקומיות באופן שוטף, וזאת על מנת שאלה יוכלו לפרסם את הקמפיין באמצעים הייחודיים של כל גוף – שלטי חוצות, פרסום באמצעים דיגיטליים, רשתות חברתיות ועוד. ההפצה תתבצע בהתאם לנהלים שייקבעו מראש על ידי המשרד, לרבות מגבלות ועדת החסויות, וכן באמצעות קמפיין שיעשה על ידי לפ"מ.

סגנית מנהלת הרשות לקידום מעמד האישה מדגישה כי במסגרת בחינת המיזם, ניתן דגש על עבודה עם מגזרים שונים ונמצא כי שיתוף פעולה עם העמותה מאפשר עבודה במגזרים ובקהילות מגוונות (דתיות, חילוניות, ערביות/יהודיות), מאחר שלעמותה קיימת מתודולוגיה מוכחת שמובילה שינוי תרבותי לאורך זמן.

עלות הפקת הערכה ועלות העלאת דף נחיתה חלות במלואן על העמותה (100,000 ₪), והרשות לקידום מעמד האישה תישא בעלויות של עד 50 אלפי ש"ח עבור פרסום באמצעות לפ"מ.

מצ"ב תקציב המיזם כנספח א'.

דיון

הוועדה בוחנת האם מתקיימים התנאים לקיומו של מיזם משותף:

- קביעת התוצרים והיעדים של המיזם נעשית באופן משותף, לאחר בחינת הצרכים של הרשות לקידום מעמד האישה והעמדות המקצועיות של העמותה ביחס לקידום מטרות המיזם בקרב גברים.
- הרשות לקידום מעמד האישה נתנה הנחיות מקצועיות ואופרטיביות להפקת המיזם – דף הנחיתה והערכה, לרבות ביחס להתאמתם לציבורים שונים באוכלוסייה הישראלית. העמותה תרמה מהידע והניסיון המקצועי הייחודי שנצברו לאורך שנות פעילותה כאשר עתה, לבקשת הרשות לקידום מעמד



האישה, מושם הדגש על פיתוח ערכת קמפיין מתואמת לרשויות המקומיות. ביצוע המיזם יעשה בעיקרו באמצעות "הזרוע הארוכה" של הרשות לקידום מעמד האישה – היועצות לקידום מעמד האישה ברשויות המקומיות – שעל הכשרתן אחראית הרשות לקידום מעמד האישה בהתאם לחוק הרשויות המקומיות (יועצות לקידום מעמד האישה), תש"ס-2000. עוד יצוין כי הרשות לקידום מעמד האישה אף נועצה בגופים נוספים הפועלים ברשויות המקומיות ואיגדה את הידע המקצועי לשם כתיבת והתאמת התכנים לרשויות המקומיות ולשלטון המקומי. בנוסף, הרשות לקידום מעמד האישה אחראית על כל נושא ההפצה של המיזם בקרב הגורמים הרלוונטיים.

- ג. לצדדים יהיו זכויות יוצרים במשותף.
- ד. קיום חובה של המדינה – כאמור לעיל, סעיף 4(א) לחוק הרשות לקידום מעמד האישה קובע כי הרשות תגבש, תקדם ותעודד מדיניות ופעילות לקידום מעמד האישה, ובכלל זה למניעת אלימות כנגד נשים.
- ה. מקור היוזמה לביצוע המיזם – כאמור לעיל, הרשות לקידום מעמד האישה פעלה זה מכבר לקידום מודעות לנשים נפגעות אלימות בקרב אוכלוסיות שונות (לרבות האוכלוסייה הכללית). במסגרת זו הרשות לקידום מעמד האישה בחנה אפשרות לקדם מודעות בקרב גברים. נציגות הרשות לקידום מעמד האישה נוכחות ומשתתפות בוועדה הבינמשרדית לאלימות במשפחה של משרד הרווחה והביטחון החברתי, ובמסגרת זו קיימת לה היכרות משמעותית עם הפעילויות של ארגוני חברה אזרחית בתחום, וכן עם המומחיות של כל אחד ואחד מהם. הרשות לקידום מעמד האישה פנתה לעמותה כדי ליצור שיח ביחס לפעילויות הקיימות כיום עבור גברים, ובין הצדדים החל להתגבש תוכנית לביצוע מיזם, כאשר הרשות לקידום מעמד האישה הבהירה כי המיזם יעשה "ברוח חיובית" במטרה לגייס גברים לטובת מניעת אלימות.
- ו. יעילות כלכלית – העמותה נושאת עיקרית בעלות ביצוע המיזם, ובאופן זה ישנו חיסכון בעלויות של המדינה. בנוסף, סגנית מנהלת הרשות לקידום מעמד האישה מציינת כי קיימות הצדקות כלכליות בדבר יעילות ביצוע השירותים באמצעות העמותה כדלקמן: (א) חיסכון בעלויות פיתוח – העמותה מחזיקה כבר היום בתשתיות מקצועיות, מערכי הכשרה, תכניות עבודה וכלי מדידה והערכה. המשמעות היא שאין צורך בהשקעה נפרדת מצד המשרד בפיתוח מודלים חדשים או רכישת מומחיות חיצונית, אלא ניתן להישען על הידע הקיים ולמנף אותו. (ב) השקעה שוטפת מצד העמותה – העמותה מביאה למיזם משאבים קיימים (כוח אדם מיומן, תכנים מוכנים, קהילות שותפות, מערכות הפצה דיגיטליות), ובכך מקדמת ללא עלות נוספת בפועל את המיזם. המשמעות היא שהמשרד אינו נושא בעלות המיזם אלא שותף להתאמת התכנים המקצועיים וכן מתקצב את פרסומו באמצעות קידום ממומן ברשתות החברתיות ע"י לפ"מ. (ג) אפקטיביות גבוהה ביחס לעלות – שילוב המומחיות הייחודית של העמותה, שכבר פועלת שנים בתחום, מונע בזבוז משאבים על ניסוי וטעיה או על הפעלה של גופים חסרי ניסיון. התוצאה היא שימוש מיטבי בתקציב המשרד והפקת תועלת מרבית ביחס לעלות ההשקעה. (ד) יתרון בהמשכיות ויציבות – מאחר שהעמותה פועלת בתחום באופן רציף עוד לפני ההתקשרות, ההשקעה הממשלתית במיזם נשענת על פעילות שוטפת ומבוססת. הדבר מבטיח יציבות כלכלית לטווח הארוך והקטנת סיכונים הכרוכים בהתקשרות עם ספק חדש או בלתי מנוסה. ז. ערך בביצוע באמצעות מיזם משותף – מצ"ב חו"ד דעת סגנית מנהלת הרשות לקידום מעמד האישה.
- ח. לעמותה היכולת והכישורים לביצוע המיזם, בשים לב לניסיון הקודם שלה בתחום – כאמור לעיל, לעמותה מומחיות ייחודית ביצירת קמפינים



ממוקדים הפונים לגברים "עומדים מהצד", תוך שימוש במסרים ובשפה ייחודית המותאמת לקהלי היעד השונים. בעבר הפיקה קמפיינים חדשניים שהצליחו לחדור לשיח הציבורי ולרתום גברים מהחברה הכללית, מהמגזר הערבי ומהמגזר החרדי למעורבות אקטיבית, ויש לה את כוח האדם והאמצעים הנדרשים לביצוע המיזם.

ט. העמותה מעמידה מעל ל-50% מעלות המיזם.

י. מצ"ב תצהיר העמותה בדבר מקורות מימון לביצוע מיזם משותף.

יא. לעמותה אישור ניהול תקין בתוקף:

יב. לאחר בדיקה של סגנית מנהלת הרשות לקידום מעמד האישה לא קיימים למשרד פרויקטים בעלי מטרות דומות או מאפיינים דומים, לרבות בדרך של התקשרות לביצוע עסקה, תמיכה או הפעלה ישירה על ידי הממשלה. אמנם קיימת פעילות ביחס לסיוע לנשים או תמיכה לגברים אך לא בהיבטים בהם נוגע המיזם.

יג. מצ"ב טופס, "הצהרה על היעדר התקשרויות קיימות דומות עם משרדי הממשלה או גופים ציבוריים אחרים".

נוכח האמור, הוועדה קובעת כי לא מדובר בתמיכה, וכי אין מניעה לפעול בהתאם לקבוע בהוראת תכ"ס מס' 6.2.1 ("פטור מחובת מכרז") ולערוך פרסום בדבר ההתקשרות במערכת נעמ"ה. הפרסום יהיה ל-14 ימים.

הוחלט:

בהתאם לתקנה 33(ב) לתקנות חובת המכרזים ובהתאם להוראת תכ"ס מס' 7.6.1 ("פטור מחובת מכרז") לערוך פרסום בדבר הכוונה להתקשר עם עמותת אסל"י (ע"ר) לביצוע מיזם משותף להנפקה והפצה של ערכה דיגיטלית הכוללת תכולה דפי מידע והצעות לפעילות עבור גברים במטרה להעלות מודעות לנושא אלימות כלפי נשים בקרב גברים וכן הקמה של דף נחיתה מרכזי לקמפיין ובו קישור לערכה ותכנים נוספים בנושא. עלות המיזם המשותף עד 150,000 ₪ (שני הצדדים) הפרסום יעשה במערכת נע"מה, ומשכו יהיה – 14 ימי עבודה. ההודעה תכלול את נימוקי הוועדה כי לא מדובר בתמיכה אלא בהתקשרות וכן הודעה על האפשרות לפנות לוועדה בהתאם לקבוע בתקנה 33(ג) לתקנות חובת המכרזים.

סופי כהן
איתמר אביעד
יגאל פחימה
נחמה גור

חתימת מגישת הבקשה:

אושרה יוסף-פרידמן

נספח א