



## רשות ההגבלים העסקיים

ירושלים, כג' באב, תש"ס

24 באוגוסט 2000

פטור: 3657

בפקס:

03-679655

לכבוד

עו"ד הורנשטיין - גלעד

רח' הגדוד העברי 26

תל-אביב 66852

הנדון: החלטה בעניין אי-מתן פטור מאישור הסדר כובל בין:

האיגוד הישראלי ליחסי ציבור ודוברות – חברי האיגוד

הנני מתכבדת להעביר אליכם את החלטת הממונה על הגבלים עסקיים, לפי סעיף 14 לחוק  
ההגבלים העסקיים התשמ"ח - 1988, בדבר אי-מתן פטור מהחובה לקבל את אישור בית הדין  
להסדר כובל שבין הצדדים בנדון.

בכבוד רב ובברכה,

צפורה נחמו, עו"ד

רשמת הגבלים עסקיים



## רשות ההגבלים העסקיים

**החלטה לפי סעיף 14 לחוק ההגבלים העסקיים, התשמ"ח-1988 בדבר**

**אי-מתן פטור מאישור הסדר כובל**

**תניה בתקנון האתיקה של האיגוד הישראלי ליחסי ציבור ודוברות**

הונחה על שולחני בקשה למתן פטור, לפי סעיף 14 לחוק ההגבלים העסקיים, התשמ"ח-1988 (להלן: "חוק ההגבלים העסקיים"), לכלל בתקנון האתיקה של האיגוד הישראלי ליחסי ציבור ודוברות (להלן: "איגוד יח"צ") בדבר איסור גביית שכר טרחה המותנה בהשגת תוצאות.

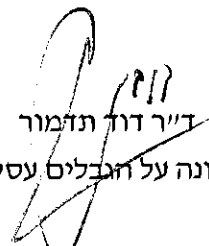
איגוד יח"צ הוא עמותה רשומה, אשר קבעה בין מטרותיה לאגד את כל העוסקים בישראל במקצוע יחסי ציבור, הסברה ותקשורת המונים. על-פי נתוני האיגוד חברים בו 226 אנשי מקצוע, בהם 140 אנשי יחסי ציבור מן המגזר הפרטי ו-86 דוברים מן המגזר הציבורי. ההצטרפות לאיגוד נעשית על בסיס וולנטרי ותנאי הקבלה כוללים תשלום דמי מנוי, השכלה אקדמית או ניסיון מקצועי בתחום.

איגוד יח"צ אימץ כללי אתיקה, המהווים נספח וחלק בלתי נפרד מתקנון האיגוד. כחלק מכללי האתיקה קבע האיגוד כי חבר האיגוד לא יתנה את גובה שכר טרחתו בהשגת תוצאות, קרי: נאסר על חברי האיגוד לגבות שכר טרחה שייגזר מקיומו של פרסום בפועל באמצעי התקשורת, מכמות הפרסום, או מגודל הידיעות שתתפרסמנה. שיטת גביית שכר טרחה זו מכונה בלשון חברי המקצוע "שיטת האינצ'ים".

לאחר שבחנתי את ההסדר לגביו מבוקש הפטור ואת השפעתו האפשרית על התחרות בשווקים הרלוונטיים, ולאחר שנועצתי בועדה לפטורים ולמיזוגים, הגעתי לכלל מסקנה כי אין ההסדר האמור עומד בתנאים הקבועים בסעיף 14 לחוק ההגבלים העסקיים, למתן פטור כמבוקש.

הנימוקים להחלטה זו יינתנו בנפרד.

המבקש רשאי לפנות לבית הדין להגבלים עסקיים ולבקש ממנו אישור ההסדר נשוא בקשה זו, מכוח סמכותו על-פי סעיף 7 לחוק ההגבלים העסקיים.

  
ד"ר דוד תדמור  
הממונה על הגבלים עסקיים

ירושלים, כ"ג אב, תש"ס

24 אוגוסט, 2000



## רשות ההגבלים העסקיים

הועדה לפטורים ולמיזוגים

החלטות

מועד הדיון : 24.8.00

מניעות : רן קרול מנוע במיזוג 3927 : שיכון ובינוי אקולוגיה – כלל תשתיות

פטור 3928 : כחול ירוק - סיגמא

נושאי הדיון:

### א. הדעות מיזוג

בפני חברי הועדה הוצגו בקשות המיזוג וחוות דעת המחלקה הכלכלית.

מס' תיק	תאריך קבלה	תאריך קובע	הצדדים למיזוג	כלכלן מטפל
3867	6.7.00	5.8.00	רשף טכנולוגיות בע"מ	שירלי
		13.8.00	סולתם מערכות בע"מ	
		28.8.00	כ.מ. הנדסת מרעומים (סולתם) בע"מ	
3927	20.7.00	24.8.00	שיכון ובינוי אקולוגיה (1997) בע"מ	מרב
			כלל תשתיות בע"מ	
3930	23.7.00	24.8.00	מרציפרו בע"מ	רונית
			שיווק בוטנים וכותנה בע"מ	
			תנובות שדה ומטע בע"מ	

3964	09.08.00	חסרים דוחות של SHAMR OCK	מ.ט. נדלין שותפות מוגבלת התחנה המרכזית החדשה בתל-אביב בע"מ	בועז
3979	8.8.00	7.9.00	אלישראל מערכות אלקטרוניות בע"מ בי.וי.אר. מערכות (1998) בע"מ	שירלי
3980	9.8.00	8.9.00	דיזנהויז שירותי נסיעות ותיירות (1979) בע"מ טרמינל 1 נסיעות ותיירות בע"מ דיזנהויז חיפה (1984) בע"מ טרמינל הר כרמל בע"מ דיזנהויז פולג בע"מ א. רוזנפלד ספנות בע"מ טסים פנורמה טורס בע"מ טסים רשת משרדי נסיעות בע"מ טסים א"א" בע"מ טסים אוניברס (צפון) בע"מ טסים הר כרמל בע"מ טסים אדיב בע"מ	ניר דורון
3644	9.8.00	8.9.00	אלרוב (ישראל) בע"מ טכנורוב אחזקות (1993) בע"מ	גבי

סוכם : חברי הועדה ממליצים לאשר את בקשות המיזוג הנ"ל.

#### ב. בקשות פטור

בפני חברי הועדה הוצגו בקשות הפטור וטיוטא של החלטות הפטור.

מס' תיק	תאריך קבלת בקשה	מועד בקשת וקבלת המידע הנוסף	המועד הקובע	הצדדים	בטיפול	הנכס / השירות
3928	16.7.00		14.10.00	כחול ירוק טכנולוגיות הסביבה בע"מ סיגמא פי.סי.אם השקעות (1992) בע"מ מרדכי פרי רבקה פרי דן גלאי אייל קולקה	מזור	הסכם אי תחרות

הסכם אי תחרות בתחום פעילותה של החברה החדשה נורטל נטוורקס (ישראל) מכירות ושיווק) בע"מ	מלי	NORTEL NETWORKS LIMITED טלרד נטוורקס בע"מ כור תעשיות בע"מ	<u>14.10.00</u>  <u>פטור נלווה למיזוג</u>		16.7.00	3913
	גיורא	מנורה חברה לביטוח בע"מ ביטוח ישיר- איי.די.איי חברה לביטוח בע"מ	<u>9.9.00</u>		11.6.00	3835
תיקון בתנאי הפטור מיום 18.5.00  שיתוף פעולה בין מנפיקים וסולקים של כרטיסי אשראי הקשורים לרשת ויזה	תמי	לאומי קארד בע"מ  בנק לאומי לישראל בע"מ  כרטיסי אשראי לישראל בע"מ  בנק דיסקונט לישראל בע"מ  הבנק הבינלאומי הראשון לישראל בע"מ  אלפא קארד ושות'  אלפא קארד בע"מ  עורק זהב השקעות בע"מ  עורק שירותי למידע מקומי בע"מ				3728
איסור התניית שכר טרחתם של העוסקים במתן שירותי יחסי ציבור ותדמית, בפרסום בפועל באמצעי התקשורת	מזור	האיגוד הישראלי ליחסי ציבור ודוברות חברי האיגוד (194 במספרם)	<u>פתוח</u>	2.4.00 בקשת מידע נוסף 12.4.0 0	13.3.00	3657

סוכם :

חברי הועדה ממלצים לאשר את בקשות הפטור הנ"ל למעט אי-מתן פטור בבקשה 3657 :  
האיגוד הישראלי ליחסי ציבור ודוברות וחברי האירגון.

## בקשת פטור מאישור הסדר כובל

בהתאם לס' 14 לחוק ההגבלים העסקיים, התשמ"ח 1988-, מוגשת בזה בקשה לפטור מאישור בית הדין, להסדר כובל שפרטיו כדלקמן:

1. הצד להסדר המבקש את הפטור - האיגוד הישראלי ליחסי ציבור ודוברות.  
שם : האיגוד הישראלי ליחסי ציבור ודוברות, עמותה מס' 580108223,  
מען : רח' דרויאנוב 5, בית כלל, תל אביב.  
מען למסירת מסמכים: משרד (ב"כ) עוה"ד הורנשטיין - גלעד מרח' הגדוד  
העברי 26 ת"א, 66852.
2. הצדדים האחרים להסדר- חברי האיגוד – 194 במספרם.
3. צורת ההסדר :  
סעיף 7 בפרק ג, לכללי האתיקה המקצועית של האיגוד הישראלי  
ליחסי ציבור ודוברות.  
- רצ"ב תקנון לרבות נספח כללי האתיקה- מסומן א.
4. תיאור המסמכים הקובעים והנוגעים להסכם :  
כללי האתיקה המקצועית מהווים נספח וחלק בלתי נפרד מתקנון האיגוד  
הישראלי ליחסי ציבור. רצ"ב התקנון לרבות עותק נספח -כללי האתיקה - מסומן א.
5. הנכס או השירות נושא ההסדר :  
איסור התניית שכר טרחתם של העוסקים במתן שירותי יחסי ציבור  
ותדמית, בפרסום בפועל באמצעי התקשורת.
6. מהות הכבילה :  
אין לנקוט שיטת גביית שכר טרחה, לפיה, **שכר הטרחה, יהיה נגזרת של**  
**פרסום בפועל באמצעי התקשורת .**  
**קרי: איסור התניית שכר בתוצאות המתבטאות בעצם הפרסום ו/או**  
**בכמות ו/או בגודל הידיעות שיפורסמו באמצעי התקשורת .**
7. תקופת ההסדר הכובל : ללא הגבלת זמן ורק בכפוף לחברות באיגוד .
8. הנימוקים המצדיקים פטור מאישור בית הדין וכדלקמן :

### הצגת הסוגיה – מבוא :

1. האיגוד ליחסי ציבור ודוברות, הוקם במגמה להוות גוף מקצועי שיפעל  
למיסוד עקרונות מקצועיים, בענף זה של מתן שירותי יחסי ציבור  
ודוברות .

2. עקרונות היסוד שנוסחו בכללי האתיקה, הם נר לרגליו של האיגוד אשר שם לו למטרה להעלות, לשפר ולקדם את רמתו המקצועית של מקצוע יחסי הציבור ולפעול להרחבת ההכרה הציבורית בו.

עקרונות אילו כפי שנוסחו בכללי האתיקה, מבוססים על ערכי הגינות מקצועית, שמירה על ניקיון כפיים ונאמנות מקצועית.

על מנת למנוע נסיבות, בהן יקלעו אנשי מקצוע למצבים לגביהם קיים חשש ממשי שיגרם בעליל חוסר ניקיון כפיים מקצועי, נוסחה ההנחיה המוגדרת בפרק ג- סעיף 7 לכללים הנדונים, הקובעת כי במערכת היחסים שבין איש יחסי הציבור (נותן השירות) לבין לקוח, קיים איסור מוחלט להציע ו/או לנקוט בשיטת תמחור לפיה גובה שכר הטרחה שישולם לאיש המקצוע, יהיה נגזרת של כמות הפרסום בפועל שיצליח איש המקצוע ל"הכניס" לכלי התקשורת.

3. מהות הסוגיה: הסכנות הצפויות לפגיעה ביושרו המקצועי של איש

#### התדמית!

- א. מקצוע זה שהמודעות החברתית לו עלתה לאין שיעור בשנים האחרונות, מאחד, מקבץ מגוון של שירותים מקצועיים שליבתם, בניית תדמית חברתית רצויה ומועדפת ללקוח.
- ב. אומנם פרסום באמצעי התקשורת משמש לעיתים את איש יחסי הציבור בקידום מטרותיו אולם יש להדגיש כי הפרסום ו/או אופן הפרסום ו/או מה יפורסם באמצעי התקשורת, הנו תחום מקצועי שונה בתכלית ונשלט על ידי העיתונאי!
- קרי: אמצעי התקשורת הם "חלקת האדמה" המעין קניינית של העיתונאי!
- ג. על מנת למוער קיומה של מערכת יחסים מושחתת בין איש יחסי הציבור ובין העיתונאי (תשלום עבור הרשאת שימוש, קרי: "שוחד"), מערכת שעלולה לקבל תמריץ משמעותי אם שכר טרחתו של איש יחסי הציבור יהווה נגזרת של מה שהצליח להחדיר לדפי העיתון, נקבעה הנחייה חשובה לעין שיעור בכללי האתיקה המקצועית הנדונים וכדלקמן:

"חבר לא ייתן טובות הנאה מכל מין וסוג שהוא לתקשורת והקשורים בה באופן כל שהוא, כדי שאילו ישפיעו על אופן פעולתה של התקשורת למעט פעולות סבירות הדרושות לצורך הצגת עניינו של הלקוח" (סעיף 18 לפרק ה').

ד. האיגוד מצא לנכון שלא להשאיר את ההנחיה הנ"ל בגדר הנחייה תאורטית בעלמא ולפיכך גמר בדעתו לסתום את הגולל על האפיק אשר לגביו חשש ממשי שאיש יחסי הציבור עלול להיקלע בו למצב "מעין כפוי".

**המדובר בשיטת גבייה פסולה המדיחה במופגן לחוסר יושרה מקצועית.**

ה. החשש הממשי שעלול לגרום לחוסר ניקיון כפיים מקצועי מבוסס על ההנחה וניסיון החיים שהוכרו על ידי האיגודים המקצועיים בענף יחסי הציבור בכל העולם הנאור, לפיו:  
אם היחצ"ן משתכר לפי אחוזי הצלחת הפרסום ועוד לפי גודל הפרסום – מה שמכונה "שיטת האינצים", אזי יש לו תמריץ ברור ואינטרס אישי מובהק, לשחד את העיתונאי ואף לחלוק עמו את רווחיו, שכן, הימנעות ממתן תמריץ עלולה להיות בעוכריו.

ו. אשר על כן, נשללה במפורש האפשרות לנקוט בשיטת גביית שכר שיהא נגזרת של פרסום על כל צורותיו, קל וחומר שכשיטת הגבייה הנה נגזרת של גודל ו/או כמות הפרסום בפועל.

4. איסור שימוש בשיטת הגבייה הנדונה מטרה אחת לו, מניעת השחתה אתית של המקצוע הנדון. ערך זה, הנו מהותי שכן המדובר על השמטת הלגיטימציה לשימוש ב"מניע שלילי", שלגביו קיים חשש ממשי שתיגרם תחרות שאינה הוגנת.

5. יצוין כי בגין המניעים המצוינים בבקשה זו, אימצו כל הקודים הבינלאומיים העוסקים ביחסי ציבור בעולם הנאור, סעיף הגבלה מפורש, האוסר על שיטת גביית שכר, כנגזרת של תוצאות פרסום בתקשורת. רצ"ב עותק ממספר קודים בינלאומיים כדלקמן: הקוד האמריקאי- מסומן (A1), הקוד הקנדי- מסומן B, הקוד של ונציה – מסומן G, הקוד של אתונה- מסומן D.

יצוין, כי האיגוד הישראלי, הנו חבר באיגוד הבינלאומי ליחסי ציבור המכנה- "IPRA" ובתוך שכן, קיבל על עצמו, לפעול ליצירת אוירה מקצועית המעודדת שמירה על עקרונות אתיים מקצועיים מהותיים לרבות הסוגיה הנדונה.

הנימוקים:

להלן רשימת נימוקים המעידה כי הפגיעה הנגרמת בגין פסילת השימוש בשיטת הגבייה הנ"ל, הנה מזערית ולא משמעותית אם בכלל וכדלקמן:

א. בכלל הנדון המדובר על שיטת גבייה פסולה שאסור שתהא נגזרת מכמות ו/או גודל הפרסום ו/או מעצם הפרסום בפועל באמצעי התקשורת.



ב. אין בכלל הנדון כל איסור ו/או התערבות הנוגעת לתעריפי שכר הטרחה.

ג. האיגוד לא פרסם ואין כל כללים לעניין תעריפי מינימום ו/או תעריפי מקסימום ו/או תעריפים מומלצים וכל איש מקצוע רשאי לגבות עבור שירותיו ככל העולה על רוחו ועל פי שיקול דעתו הבלעדי.

ד. איש המקצוע אינו מנוע מלהחליט לגבות עבור שירותיו ולו שקל בודד אחד מלקוחו, אין גם כל מניעה שיתן שירות חינם!  
איש המקצוע יכול גם לפרסם את תעריפיו הנמוכים על מנת להיות תחרותי ככל שיחפוץ.

ה. איש המקצוע אינו מוגבל כלל ועיקר להיות תחרותי בכל צורה ואופן לרבות להציע ללקוחו הצעות שונות ומגוונות, ו ב ב ב ד  
שהשיטה המוצעת לגביית התמורה, לא תיכרך ו/או תותנה באיזו שהיא צורה ואופן בעניין השגת תוצאות הנוגעות לפרסום בפועל באמצעי התקשורת לרבות כמות פרסום ו/או גודל באינציס ו/או על פי כל קריטריון "כמותי" אחר!

כאמור, אין כל ניסיון ו/או עניין למנוע תחרות בין אנשי המקצוע (חברי האיגוד – הצדדים להסכם) ורשאי כל אחד מהם לגבות שכר טרחה נמוך ככל שיהיה ואין כל התערבות בשיעורי ההנחות ו/או ההטבות לעניין הגבייה.

הסוגיה הנדונה מגבילה את איש המקצוע רק לעניין שיטת הגבייה ולא מתערבת בכל היבט של שיקול כלכלי גרידא ולפיכך, אין כל פגיעה בהבטחת פעילות כלכלית חופשית הוגנת.

ו. תכלית השמירה על התחרות מבוססת על ההערכה שיסודה בתורת הכלכלה לפיה, תחרות מרבית מביאה לתועלת מרבית לכלל הציבור והגבלתה פוגעת בטובת הציבור. יסודה של גישה זו בתורה הכלכלית והחברתית, לפיה מביאה פעילות שוק חופשי למצב של רווחה מרבית.

כיום, מתקיים הענף על יסוד תחרות בריאה ופרועה וניתן להשיג שירותי יחסי ציבור בכל מחיר.

התחרות המתקיימת בענף הנה תחרות לגיטימית ורצויה ואנשי יחסי הציבור התמקמו מקצועית ב"נישה" שבין הלקוח ובין אמצעי התקשורת, כל זאת תוך שמירה על הפרדה מקצועית עניינית של כל מקצוע בפני עצמו.

כיום ידוע לאיגוד על "זאב בודד אחד" - איש מקצוע, המבקש לפגוע באיזון הטבעי הקיים בין אנשי יחסי הציבור לבין העיתונאים. איש מקצוע זה נקט במסע פרסום לפיו שכר טרחתו הנו נגזרת של כמות וגודל הפרסומים שיצליח להחדיר ללקוח באמצעי התקשורת.

מעשיו של זה, שאינו חבר האיגוד ואינו כפוף כלל למסמכי היסוד של האיגוד העלה את הסוגיה על סדר היום הציבורי. בתוך שכן, לא נמנה האיגוד מלהשמיע את ביקורתו על שיטתו של זה המכונה "שיטת האינצ'ים".

מלבדו של זה, לא ידוע לאיגוד, על מקרים נוספים בהם נעשו ניסיונות של אנשי מקצוע, להתנות בין התמורה לשירותיהם ובין תוצאות פרסום בפועל בכל צורה או אופן בחלקים המערכתיים של דפי העיתונים. נראה כי, בענף זה של יחסי ציבור מתנהלת תחרות חופשית בריאה על בסיס מקצועיות וכל בעל מקצוע, קובע לעצמו את שכר טרחתו ללא כל פיקוח. במצב הקיים כיום בענף, מתקיים שוק תחרותי, המתבסס על אטרקטיביות של איש המקצוע מהיבטים של שיקולים כלכליים ושיקולים מקצועיים גרידא.

שוק זה מצליח לאזן ולווסת את עצמו ויש בו גופים כלכליים הנכנסים אליו והיוצאים ממנו לסירוגין ובתנאי תחרות חופשית בריאה והוגנת.

"שיטת האינצ'ים", מאיימת לפגוע בתחרות ההוגנת ונראה כי לא לזאת, נתכוון המחוקק במדיניות אכיפת חוק ההגבלים העסקיים. לפיכך, אין הכלל נופל בגדר "הסדר כובל" אשר לסוגו מכוונת מדיניות אכיפת חוק ההגבלים העסקיים, התשמ"ח-1988. (סעיף 2 לחוק).

אין בין הכלל בו עסקינן, לבין החלטה עסקית כל שהיא, כל זיקה.

אין הכלל מבקש להגביל כל שיקולים של כדאיות כלכלית.

התועלת בקיומו של הכלל, הנה אך ורק כהוראה אתית מקצועית מנחה ואין לו כל השלכה במישור הכלכלי, כלל ועיקר.

במצב הקיים כיום, הנחייה אתית זו מחייבת רק ציבור מזערי ביותר של העוסקים במקצוע

המניעים להסתייגות האיגוד ל"שיטת" הגבייה הנדונה, הנם אתיים גרידא כפי שהוסברו לעיל.

אין כל זיקה בין שיטת גבייה זו לבין, תחרות חופשית הוגנת, אותה מעודד האיגוד בכל צורה וכל שעומד לנגד עיניו של האיגוד שהנו היחיד הפועל בענף למען העלאת קרנו של המקצוע והשואף להוביל את הענף להכרה ציבורית וממלכתית.

ז. שיקולים "כמותיים" :

כיום, מונה האיגוד הישראלי ליחסי ציבור, כ 200 חברים והחברות בו הנה וולונטרית.

אשר על כן, במישור ה"מספרי", המדובר רק בחלק מהעוסקים בענף זה, מה גם שחברותם באיגוד הנה וולונטרית ורק הם מחויבים לכלל האתי הנדון. – רצ"ב עותק רשימת חברי האיגוד מסומן ה.

ח. שמירה על ניקיון כפיים באמצעות מניעת "עירוב תחומין" :

לדוגמא: חוק החברות התשנ"ט – 1999, שנכנס לתוקפו ביום 1.2.00 (להלן: החוק), מקדיש חמישה סעיפי חוק לעניין מניעת התלות ושיטת קביעת שכרו של רואה חשבון של החברה.

מטרת החוק למנוע ככל שניתן "עירוב תחומין" ויחסי תלות שבין מהות תפקידו של איש המקצוע (במקרה זה -- רואה חשבון), לבין תוצאות שירותיו המקצועיים המגוונים הניתנים על ידו לחברה לה הוא מייעץ.

סעיף 166 (א) לחוק, הוא סעיף המגביל לכלל הנדון בבקשה זו.

סעיף זה העוסק באיסור התניית שכר טרחה או מתן שיפוי, קובע כדלקמן:

"חברה לא תתנה את תשלום שכר טרחתו של רואה חשבון מבקר, בתנאים המגבילים את אופן ביצוע פעולות הביקורת או הקושרים בין תוצאות לבין שכר טרחה".

השיקולים העומדים ביסודה של ההגבלה הנ"ל, מטרתם לשמור על ניקיון כפיים של איש המקצוע- רואה החשבון של החברה.

החוק מצא לנכון להגדיר את האיסור מפורשות בין סעיפי החקוקים, על מנת למנוע כל אפשרות ששכר טרחתו של רואה החשבון יהיה נגזרת של תוצאות בכך סבר המחוקק יהיה למנוע ככל

שניתן מצבים בהם יהיו מעורבים שיקולים לא ענייניים ואינטרס אישי של מבצע השירות בהשגת תוצאות ספציפיות.  
בכך מבקש המחוקק לשמור את היושרה המקצועית של רואה החשבון.

האם ההגבלה הנ"ל פוגעת בתחרות שבין אנשי המקצוע המציעים מתן שירותים לחברה? - אין כל זיקה בין תעריף השירות, יכול גובהו להיות ככל שיהיה ו ב ל ב ד ששיטת הגבייה תהיה כזו שאינה מתנה ואינה קושרת ואינה נגזרת משיקול זר לעצם מתן השירות המקצועי גרידא.

לפיכך, עולה כי כל הסוגיה הנה במהותה אמצעי פיקוח על ניקיון כפיים מקצועי ואין בינה לבין הגבלת התחרות דבר וחצי דבר. לחילופין, גם אם ניתן להשקיף על הסוגיה ככזו המגבילה את התחרות בהיבט הרחב, הרי שההגבלה הנגרמת לתחרות בגין מניעת "נישה" זו, של הבטחת תוצאות פרסום באמצעי התקשורת, הנה מזערית!

ההבדל בין הדוגמא שהובאה לעיל, לבין הסוגיה נשוא בקשה זו, הוא, שמקצוע יחסי הציבור/התדמית, טרם מוסד בארץ וחרף התאוצה הניכרת לה זכה בשנים האחרונות.

לסיכום:  
האיגוד הישראלי ליחסי ציבור ודוברות, נוסד במטרה לשפר ולקדם את רמתו של המקצוע באמצעות פעילות הסברתית - חברתית ולהוביל את המקצוע לקבלת הכרה ציבורית וממלכתית.

אין האיגוד מתערב בכל דרך שהיא לעניין גובה שכר טרחתם של אנשי המקצוע החברים בו להפך הוא הנכון, האיגוד מעודד תחרות חופשית על כל צורותיה ובלבד שלא תיפגע הרמה האתית המקצועית.

הכלל הנדון, אין בו פגיעה בפעילות עסקית הוגנת וישרה. מטרת הכלל שמירה ועידוד לתחרות הוגנת ולא פגיעה בה. המדובר על "מניעים חיוביים" שמטרתם שמירת תחרות הוגנת.

יש לקרוא לתוך המונח "תחרות" ו/או "שמירה על תחרות", רק אינטרסים של "תחרות הוגנת וישרה". שכן, מדינה מתוקנת, לא תגונן על כל האמצעים להשגתה של "תחרות" לרבות אילו שמתגלמות בהם "תחרות בלתי הוגנת" - "תחרות במחיר" "שחיתות".

לחילופין, אם נגרמת הגבלה כל שהיא לתחרות (כמושג רחב), על יד איסור שימוש בשיטת הגבייה הפסולה הנדונה, הרי שהמדובר בהגבלה מינימלית/מיזערית ביותר ו/או שאינה משמעותית

ושהשלכותיה על הפעילות העסקית בענף הנדון, גם מבחינה  
"כמותית" וגם מהותית בטלות בשישים.  
יודגש כי, הכלל נשוא בקשה זו, חל על חברי האיגוד בלבד.  
המדובר על אנשי מקצוע, שבחרו מרצונם להצטרף כחברים לאיגוד,  
מתוך הכרה בנחיצות הגוברת של פעילותו למען שמירת קרנו של  
המקצוע והתרבות העסקית בענף זה בארץ.

חיוני, נכון וצודק להיעתר לבקשה ולפטור את המבקש מהחובה  
לקבל את אישור בית הדין להגבלים עסקיים.

תאריך: 8, מרץ, 2000.

אני, אהרן לפידות, יו"ר האיגוד הישראלי ליחסי ציבור ודוברות, מצהיר  
בזה, שכל הפרטים האמורים הם מלאים ונכונים, שהמסמכים המצורפים  
הם נכונים ומלבדם אין כל מסמך אחר הקובע את ההסדר או הנוגע לו.

חתימה וחתימה  
האיגוד הישראלי ליח"צ ודוברות  
כתובת: החדשה  
רח' דרויאנוב 5, ת"א 63143  
טל: 03-6208434 פקס: 03-6208435

שם: אהרון לפידות  
(יו"ר האיגוד)



## האגוד הישראלי ליחסי ציבור - כללי אתיקה מקצועית

### פרק א': פרשנות

1. תקנון זה הינו נספח לתקנון העמותה והוא התקבל על ידי חברי העמותה באסיפה חשאית. כלליית תקנון זה משללבת הוראות הקובעות את כלליית האגודה ליחסי ציבור. כלליית תקנון זה תהיה חייבת לכלול את כלליית האגודה וכלליית החבר. כלליית האגודה תהיה חייבת לכלול את כלליית החבר. כלליית האגודה תהיה חייבת לכלול את כלליית החבר. כלליית האגודה תהיה חייבת לכלול את כלליית החבר.
2. תקנון זה הינו נספח לתקנון העמותה והוא התקבל על ידי חברי העמותה באסיפה חשאית. כלליית תקנון זה תהיה חייבת לכלול את כלליית האגודה וכלליית החבר. כלליית האגודה תהיה חייבת לכלול את כלליית החבר. כלליית האגודה תהיה חייבת לכלול את כלליית החבר.
3. תקנון זה הינו נספח לתקנון העמותה והוא התקבל על ידי חברי העמותה באסיפה חשאית. כלליית תקנון זה תהיה חייבת לכלול את כלליית האגודה וכלליית החבר. כלליית האגודה תהיה חייבת לכלול את כלליית החבר. כלליית האגודה תהיה חייבת לכלול את כלליית החבר.
4. תקנון זה הינו נספח לתקנון העמותה והוא התקבל על ידי חברי העמותה באסיפה חשאית. כלליית תקנון זה תהיה חייבת לכלול את כלליית האגודה וכלליית החבר. כלליית האגודה תהיה חייבת לכלול את כלליית החבר. כלליית האגודה תהיה חייבת לכלול את כלליית החבר.

### פרק ב': הוראות יסוד

3. העקרונות המקצועיים של העוסקים בציבור מוטלים על ערכי היסוד של החברה דמוקרטית.
4. החבר מחויב:
- א. לשמור את כלליית האגודה וכלליית החבר.
- ב. להמנע משימוש לרעה במעמדו ובמשרתו. כלליית האגודה תהיה חייבת לכלול את כלליית החבר. כלליית האגודה תהיה חייבת לכלול את כלליית החבר.
- ג. להמנע מהחשד, מניגון, השפלה ומפרסום דברי שקר.
- ד. להתמקד במאמצים לשיפור מיומנותו ולהעלאת הידע המקצועי שלו.

### פרק ג': החבר ולקוח

5. חבר לא ישרת לקוח, לא יקבל על עצמו לשמור או להפשיד במוטו שירות, אם מיום חשש שלא יוכל למלא את חובתו המקצועית כלפינו, בשל עניין אישי שלו, או בשל התחייבותו או חובת נאמנותו של כלליית החבר, או בשל חשש מקצועי.
6. חבר לא ישרת לקוחות בעלי אינטרסים מנוגדים אלא אם קיבל מראש את הסכמת כל הצדדים.
7. חבר לא ישרת לקוח אם תהיה בפעולתו מניעה בלתי עניינית. כלליית האגודה תהיה חייבת לכלול את כלליית החבר. כלליית האגודה תהיה חייבת לכלול את כלליית החבר.
8. חבר לא יפעל באופן שפועלתו תגרום להשפלתו ולפגיעה בכבודו של כל אדם.
9. חבר לא יבטוח השגת תוצאות תובטאות במוטו הפוסלים בתמיכה וכל תוצאה של חובה שחברו תוצאות תוצאות תוצאות.
10. חבר שהוא שוכר של אדם או של גוף משפטי, לא ישרת לקוחות אחרים אלא בהסכמת מוסד מראש ובכתב. עניין זה אינו חל על עבודה בתנאים.
11. חבר שמור בסוד כל מידע חסוי שהגיע לידיעתו על ידי לקוח, או מטעמו.
12. אין באמור בסעיף זה כדי לפגוע בהוראות כל דין המחייבות גילוי בפני כל בית משפט ו/או רשות הפעילים על פי דין.
13. החבר לא יעשה, מחוץ למסגרת השירות ללקוח, שימוש במידע שנמסר לו על ידי אותו לקוח, אלא בהסכמת הלקוח.
14. החבר לא יחולל עניין זה יחולל על החבר גם לאחר שסיים את עבודתו עבור הלקוח, או את ההתחייבות עמו.

### פרק ד': החבר ולקוח

10. בכל עניין מקצועי יגלה חבר כלכלי ענייני וחסר חשד. כלליית האגודה תהיה חייבת לכלול את כלליית החבר. כלליית האגודה תהיה חייבת לכלול את כלליית החבר.
11. חבר לא יפעל ולא יהיה שותף לכל פעילות שיש בה כדי לפגוע באגוד ובמטרותיה.
12. חבר לא יספק בידיעתו בלקוח או בעניין שיש בו כדי לפגוע באגוד ובמטרותיה.
13. חבר לא יספק שירות ללקוח אלא לאחר שיתאם את כלליית האגודה וכלליית החבר. כלליית האגודה תהיה חייבת לכלול את כלליית החבר. כלליית האגודה תהיה חייבת לכלול את כלליית החבר.
14. חבר לא יפעל להשגת לקוחות של עמותה בדרך בלתי הוגנת באופן שתהיה בו פגיעה וחתימה תחת מעמדו של אותו עמית ולא יפעל להחלפתו של עמית שכיר במקום עבודתו. חידושה זה אינו חל על מקרה שהלקוח או המעסיק מפרסמים מכרז פומבי, או סגור, לקבלת שירותים, או שפנו במישרין לחבר לקבלת שירותים.
15. חבר לא יפגע בשם הטוב, במעמדו, או בכישורים המקצועיים של עמית.
16. חבר רשאי להודיע לעודדת האתיקה בכל מקרה שבו מצא כי עמית נהג בניגוד לכללים אלה.

## טופס הרשמה לאגוד

עברית ובאנגלית:

טלפון פרטי: \_\_\_\_\_

מיקוד: \_\_\_\_\_

מיקוד: \_\_\_\_\_

פקס: \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

( \* סמן בעיגול בעבר (בהוראה) )

תחומי העיסוק: \* \_\_\_\_\_

זיכרונות \_\_\_\_\_

יחסי ציבור \_\_\_\_\_

הסברה \_\_\_\_\_

מסחר ורכש \_\_\_\_\_

רף לאגוד הישראלי ליחסי ציבור.

טלפון: \_\_\_\_\_

טלפון: \_\_\_\_\_

ש"ח עבור דמי חבר לשנת 199 \_\_\_\_\_

כל אתר תקנון האגודה ולפעול על-פי קוד האתיקה.

חתימת המועמד/ת: \_\_\_\_\_

תאריך: \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

32

# האיגוד הישראלי ליחסי ציבור ודוברות

## תקנון

כפי שאושר ב אסיפה כללית מיוחדת 12 נובמבר 98

1. העמותה: האיגוד הישראלי ליחסי ציבור ודוברות.
2. כתובת העמותה: ת"ד 14384 תל-אביב.
3. לשם הקיצור תקרא להלן העמותה של האיגוד הישראלי ליחסי ציבור ודוברות בשם "האיגוד".
- פעולות האיגוד מתבצעות במסגרת ארצית שבנוסף לה יכולות להתארגן פעילויות קבוצתיות, במסגרת סניפים מקומיים: מרכז, חיפה והצפון, ירושלים, דרום וב"ש, ובמסגרת תאים מקצועיים: תא יועצים פרטיים ומנהלי משרדים, תא דוברים וכד'. פעילות גופי המשנה תתקיים בכפיפות להחלטות המועצה הארצית ולתקנון זה.
4. מטרות העמותה:
  - א. לאגד את כל העוסקים בישראל במקצוע יחסי ציבור, הסברה ותקשורת המונים.
  - ב. להעלות, לשפר ולקדם את רמתם המקצועית של חברי האיגוד באמצעות קורסים, השתלמויות, סמינרים, ימי עיון, סיורים ומפגשים בעלי תוכן מקצועי, וקיום פעילות חברתית ותרבותית בין החברים.
  - ג. להבטיח הכרה ממלכתית וציבורית במקצוע ההסברה ויחסי ציבור ולבחון אפשרויות למתן הסמכה והכרה באיגוד כאיגוד מייצג בתחומי העיסוק.
  - ד. לשקוד על קיום אתיקה מקצועית ברמה גבוהה ושירות ציבורי נאות מצד העוסקים בהסברה ויחסי ציבור.
  - ה. להושיט סעד חברי במקרה הצורך, לעודד עזרה הדדית ולטפח יחסי חברות וכבוד הדדי בין חברי האיגוד.
  - ו. להעמיד את הידע המצטבר במקצוע לרשות גורמים ונושאים ממלכתיים ולייעץ להם במישור זה, אם ביוזמת האיגוד ואם ביוזמתם הם.
  - ז. לשתף פעולה עם כל הגורמים העוסקים בתקשורת המונים: אגודות העיתונאים, מערכות הרדיו, הטלוויזיה והעיתונות, איגוד המפרסמים, איגוד הפרסומאים, איגוד העורכים של כתבי-עת, איגוד העיתונאים בשירות הציבורי, המוסדות להשכלה גבוהה וכדו'.
  - ח. להבטיח ייצוג הולם לאיגוד בפעולות, בגופים ובועדות ממלכתיות וציבוריות, שעניינם ומהותם הסברה, תקשורת המונים ויחסי ציבור.
  - ט. לשתף פעולה עם האיגוד הבינלאומי ליחסי ציבור ועם איגודים בינלאומיים מקצועיים אחרים, להבטיח לאיגוד ו/או לחבריו ייצוג נאות והולם בהם, וליזום ולקיים הרצאות של אנשי יחסי ציבור ותקשורת מחו"ל וכן כנסים ומפגשים בינלאומיים בישראל.
  - י. לעודד עליה לישראל של העוסקים במקצוע ולסייע בקליטתם.
  - יא. לעשות כל פעולה התואמת את מטרות האיגוד.
  - יב. למען הסר ספק מוצהר בזאת מפורשות, כי האיגוד אינו איגוד עובדים, ולכן לא יטפל בהטבת תנאי עבודה, או הסכמי שכר, או תנאים הנלווים להם.

# האיגוד הישראלי ליחסי ציבור ודוברות

## 5. חברות באיגוד:

החברות באיגוד היא אישית, אישית סטודנטאלית או חברות מוסדית.

לחברות אישית באיגוד זכאית כל איש/אשת מקצוע הנמכה/ת עם אחת הקבוצות והמקצועות המפורטים מטה

א. **מנהל/ת יחידת הסברה ו/או יחסי ציבור** (אגף/מחלקה/ענף/מדור) המועסקת בפועל בתפקיד זה והמשתתף ביזום, בתכנון, בביצוע ובייעוץ בכל הנוגע למערכת יחסי ציבור והסברה של המשרד, המפעל, החברה או המוסד. בסוג זה נכללים ממונים על מערכות ההסברה ויחסי ציבור בכללותה, ממונים על יחסי/קשרי ציבור, דוברים, ממונים על הסברה וקציני עיתונות.

ב. **עובד/ת ביחסי ציבור והסברה** המועסקת/ת בפועל במסגרת אחת היחידות הנזכרות לעיל ובכפיפות לאנשים המפורטים בסעיף (א). כגון: עוזרת/ת למנהל היחידה, ממונה על הפרסומים, ממונה על תיירות ואירוח, קשרי עיתונות, מארגני כנסים ואירועים, איש/אשת שדולה ברמה ממלכתית, ממונה על פיתוח משאבים, וכל זאת בתנאי שעבודתו כוללת תכנון, ארגון, הכנת חומר וביצוע של פעולות הסברה וקשרי חוץ.

ג. **יועץ/ת לענייני הסברה/יחסי ציבור** המקיים משרד עצמאי שעיסוקו העיקרי בכך, והנותן שירותים ללקוחות בכל צורת התקשרות שהיא התואמת את קוד האתיקה של האיגוד.

ד. יושב ראש לשעבר של האיגוד הארצי ליחסי ציבור או של האגודות האזוריות לשעבר והמייסדים שלהם.

ה. **עמיתים** - חברים באיגוד למעלה מ-5 שנים גם אם אינם ממלאים עוד תפקיד בהסברה ויחסי ציבור.

ו. **מועמד** - מועמד להתקבל חבר לאיגוד הוא מי שהגיש בקשה והתקיימו בו התנאים המפורטים בפרק 7.

ז. **חברי כבוד** - אישים פעילים בתחומי המקצוע, או בתקשורת המונים, או במקצועות גובלים, כאשר המועצה הארצית של האיגוד תמצא לנכון ולמועיל להעניק להם חברות כבוד, וע"פ קריטריונים לחברות-כבוד שיקבעו על ידי ועדת ארגון וחברות.

ח. **חברות סטודנטאלית** - כל סטודנט הלומד את אחד מענפי התקשורת הנזכרים למעלה, במוסד מוכר, יוכל להצטרף כחבר-סטודנט באיגוד, ואשר בהמשכו יוכל להצטרף כחבר מועמד וחבר מן המניין.

ט. **חברות מוסדית** - תינתן למוסד המעסיק 4 חברים ומעלה, העונים לקריטריונים לחברות באיגוד

והמעוניין להירשם כחבר מוסדי ולרשום במרוכז את עובדיו כחברים.

## 6. מקורות הכנסה

א. מקורות ההכנסה למימון פעולות האיגוד יהיו:

- (1) דמי חבר שנתיים בסכום שיקבע על ידי הוועד המנהל.
- (2) מענקים ותרומות של מפעלים ומוסדות.
- (3) פרסום מודעות בעלון האיגוד או בשנתון.
- (4) דמי השתתפות בפעולות ואירועים (ימי עיון, השתלמויות וכדו').
- (5) מימון. חסות של גורמי חוץ לפעולות, פרסומים וכדו'.
- (6) כל דרך חוקית אחרת כפי שהוועד המנהל ימצא לנכון כולל מתן שירותים בתשלום שייעודו כיסוי הוצאות תפעול.

ב. הוועד המנהל רשאי לקבוע כי חברים באיגוד, כקבוצה או כיחידים, ישלמו דמי חבר בשיעור מופחת.



# האיגוד הישראלי ליחסי ציבור ודוברות

## 10. דרכי פעולה

- א. מטרות האיגוד כפי שהוגדרו בסעיף 3, תוגשמה ע"י פעולה סדירה ורצופה של הוועד המנהל והוועדות השונות (קבועות וקראיות), אשר תפעלנה בכפיפות למוסדות האיגוד.
- ב. העבודה האירגונית (ניהול כרטסת חברים, זימון מזכירות ישיבות, ניסוח פרטיכלים, הדפסת דברי דואר והפצתם) תעשה על ידי מזכ"ל האיגוד ובאחריות יו"ר הוועד המנהל או מי שייקבע מטעמו עפ"י הנחיות והחלטות של הוועד המנהל.
- ג. האיגוד יקיים כנסים, פגישות חברים, סמינרים, ימי עיון, הרצאות אורח, השתלמויות וסיוורים שיש בהם כדי לתרום לקידום המקצועי של חבריו.
- ד. פעולות האיגוד יתנהלו:
  - 1) כפעולות ארציות.
  - 2) כפעולות מקומיות באישור ובידיעת המועצה הארצית.
  - 3) כחוגים או תאים מקצועיים במסגרת ארצית כגון: חוג הדוברים, תא היועצים.

## 11. מוסדות האיגוד

### א. מועצה ארצית

המועצה הארצית תמנה 31 חברים כולל נשיא המועצה יו"ר האיגוד היוצא, יו"ר תא היועצים, נציג ישראל במועצת IPRA ואת חברי הוועד המנהל. חברי המועצה יבחרו באסיפה הכללית לקדנציה של שנתיים. המועצה תתכנס לפחות 3 פעמים בשנה, ביוזמת נשיא המועצה.

### ב. הוועד המנהל

חברי הוועד המנהל יבחרו מתוך חברי המועצה ומניינם יהיה לפחות 13 חברים ובכללם: יו"ר, סגן יו"ר שישמש כגזבר שלושה חברים שיכהנו כיושבי ראש הוועדות (חברים, אתיקה, השתלמויות ואירועים).

ב-1. המועצה רשאית להגדיל את מספר חברי הוועד המנהל ולצרף חברים נוספים מקרב סקטורים שלא מיוצגים במניין ה-13.

ב-2. יש להקפיד שיו"ר הוועד המנהל וסגנו יהיו נציגי שני סקטורים נפרדים: אחד מקרב תא היועצים והשני מקרב השכירים.

### ג. ועדת ביקורת

וועדת הביקורת תמנה שלושה חברים שיבחרו באסיפה הכללית. חברי הוועדה לא יהיו במניין חברי המועצה הארצית, ולא יכהנו כחברי הוועד המנהל. אך יוזמנו בקביעות לכל ישיבות הוועד המנהל והמועצה.

### ד. נשיא מועצה

תפקיד נשיא המועצה הוא תפקיד ייצוגי. הנשיא שייבחר ייצג את האיגוד וחבריו כלפי עולם התקשורת בכלל ובקרב חברי האיגוד בפרט. ידאג לקשר ישיר ושוטף עם יו"ר הוועד המנהל וועדות האיגוד וינהל את מפגשי המועצה.

נשיא האיגוד לא יוכל לשמש, בו זמנית, בתפקיד נשיא או יו"ר של איגוד אחר.

### ה. יו"ר הוועד המנהל

יו"ר הוועד המנהל אחראי להפעלה וניהול תקין של האיגוד באמצעות מזכירות האיגוד, חבריו לוועד המנהל, וחברי ועדות המשנה שיקים. ידאג לקיום פגישות עבודה וקיום אירועים ומפגשים שעניינם יישום מטרות האיגוד.

יו"ר הוועד המנהל לא יוכל לשמש, בו זמנית, בתפקיד נשיא או יו"ר של איגוד אחר.

# האיגוד הישראלי ליחסי ציבור ודוברות

## 7. קבלת חברים

- א. החברות באיגוד הינה בת-תוקף לחברים ששילמו דמי חבר כסדרם.
- ב. מועמדים להתקבל לאיגוד הם מי שהתקיימו בהם אחד מהתנאים הבאים:
  - 1) בעל/ת השכלה אקדמאית במוסד להשכלה גבוהה ובלבד שהוא/היא עוסק/ת במקצוע לפחות שנה אחת.
  - 2) רשאי/ת להגיש מועמדותו/ה מי שאינו/ה בעל/ת השכלה כמפורט בס"ק 1 לעיל ובלבד שיש לו/לה השכלה ממוסדות מקבילים שיאושרו על ידי הועדה לעניין זה.
  - 3) ועדת חברות תוכל לאשר מועמדותו/ה של חבר/ה אם אינו/ה בעל השכלה כנדרש בסעיף זה ובלבד שעסק/ה במקצוע/ה חמש שנים לפחות.
  - 4) ועדת חברות רשאית להתנות קבלת מועמדותו/ה של חבר/ה העוסק/ת במקצוע פחות משנה אחת בהשתתפות בקורס מוכר ליחסי ציבור (להלן: **חבר מועמד**).
  - 5) התחייבות של החבר לפעול כמתחייב מקוד האתיקה של האיגוד.
- ג. מועמד לחברות באיגוד יגיש לוועדת חברות בקשה להתקבל לאיגוד על גבי טופס מיוחד שנוסחו יאושר ע"י הועד המנהל.
- ד. לבקשה כאמור תצורף המלצה של שני חברי האיגוד. ועדת החברות רשאית לאשר הגשת בקשה שמצורפת לה המלצה אחת של אדם או מוסד שאינו חבר איגוד בצד המלצה של חבר/ת איגוד.

## 8. הפסקת חברות או דחיית בקשת הצטרפות

- א. חברות באיגוד נפסקת עם פרישתו של חבר, לאחר שמסר הודעה על כך בכתב להנהלת האיגוד או עם הפסקה מרצון של תשלום דמי החברות השנתיים.
- ב. ניתן להפסיק חברותו של חבר על פי כללי האתיקה המקצועית המפורטים בסעיף 18 לתקנון זה.
  - ג. הועד המנהל רשאי להפסיק חברותו של חבר אשר לא שילם דמי חבר במשך שנה ולאחר שניתנה לו הודעה מראש על כוונתה לעשות כן במכתב לכתובתו כפי שהיא רשומה באיגוד. חבר שניתנה לו הודעה כאמור רשאי לערער עליה בפני הועד המנהל.
  - ד. חברות של חבר נפסקה אם חדלו להתקיים לגביו התנאים המנויים בפרק 5 ס"ק א-ג לעיל.
  - ה. ועדת החברות תדון בבקשה להתקבל כחבר ותיתן החלטתה בתוך 21 ימים מיום הגשת הבקשה.
  - ו. ועדת חברות רשאית לדחות בקשת חברות אם המועמד הורשע בעבירה שיש עמה קלון או עבר על כללי האתיקה או שהחלטה על פסילתו מלהיות חבר ניתנה על ידי ועדת האתיקה של האיגוד.
  - ז. נדחתה הבקשה, רשאי המבקש לערער על ההחלטה בפני הועד המנהל וזה ידון בבקשה בתוך 60 ימים מיום שהתקבלה במשרדי האיגוד.

## 9. כרטיס חברים

- הנהלת האיגוד תנהל כרטיס חברים מעודכנת (לפי הא"ב), שבה ירשמו פרטיו האישיים של כל חבר, וכן מקום עבודתו ותפקידו המוגדר.
- א. הזכות לבחור ולהבחר קיימת עבור כל חבר/ה ששילמו את דמי החבר עד למועד הבחירות. הנבחרים ישמשו בתפקידיהם שלא בשכר או תמורה חומרית אחרת.

## האיגוד הישראלי ליחסי ציבור ודוברות

### 10. דרכי פעולה

- א. מטרות האיגוד כפי שהוגדרו בסעיף 3, תוגשמה ע"י פעולה סדירה ורצופה של הוועד המנהל והוועדות השונות (קבועות וקרואות), אשר תפעלנה בכפיפות למוסדות האיגוד.
- ב. העבודה האירגונית (ניהול כרטסת חברים, זימון מזכירות ישיבות, ניסוח פרטיכלים, הדפסת דברי דואר והפצתם) תעשה על ידי מזכ"ל האיגוד ובאחריות יו"ר הוועד המנהל או מי שייקבע מטעמו עפ"י הנחיות והחלטות של הוועד המנהל.
- ג. האיגוד יקיים כנסים, פגישות חברים, סמינרים, ימי עיון, הרצאות אורח, השתלמויות וסיוורים שיש בהם כדי לתרום לקידום המקצועי של חבריו.
- ד. פעולות האיגוד יתנהלו:
  - 1) כפעולות ארציות.
  - 2) כפעולות מקומיות באישור ובידיעת המועצה הארצית.
  - 3) כחוגים או תאים מקצועיים במסגרת ארצית כגון: חוג הדוברים, תא היועצים.

### 11. מוסדות האיגוד

#### א. מועצה ארצית

המועצה הארצית תמנה 31 חברים כולל נשיא המועצה יו"ר האיגוד היוצא, יו"ר תא היועצים, נציג ישראל במועצת IPRA ואת חברי הוועד המנהל. חברי המועצה יבחרו באסיפה הכללית לקדנציה של שנתיים. המועצה תתכנס לפחות 3 פעמים בשנה, ביוזמת נשיא המועצה.

#### ב. הוועד המנהל

חברי הוועד המנהל יבחרו מתוך חברי המועצה ומנינם יהיה לפחות 13 חברים ובכללם: יו"ר, סגן יו"ר שישמש כגזבר שלושה חברים שיכהנו כיושבי ראש הוועדות (חברים, אתיקה, השתלמויות ואירועים).

ב-1. המועצה רשאית להגדיל את מספר חברי הוועד המנהל ולצרף חברים נוספים מקרב סקטורים שלא מיוצגים במנין ה-13.

ב-2. יש להקפיד שיו"ר הוועד המנהל וסגנו יהיו נציגי שני סקטורים נפרדים: אחד מקרב תא היועצים והשני מקרב השכירים.

#### ג. ועדת ביקורת

וועדת הביקורת תמנה שלושה חברים שיבחרו באסיפה הכללית. חברי הוועדה לא יהיו במנין חברי המועצה הארצית, ולא יכהנו כחברי הוועד המנהל. אך יוזמנו בקביעות לכל ישיבות הוועד המנהל והמועצה.

#### ד. נשיא מועצה

תפקיד נשיא המועצה הוא תפקיד ייצוגי. הנשיא שייבחר ייצג את האיגוד וחבריו כלפי עולם התקשורת בכלל ובקרב חברי האיגוד בפרט. ידאג לקשר ישיר ושוטף עם יו"ר הוועד המנהל וועדות האיגוד וינהל את מפגשי המועצה.

נשיא האיגוד לא יוכל לשמש, בו זמנית, בתפקיד נשיא או יו"ר של איגוד אחר.

#### ה. יו"ר הוועד המנהל

יו"ר הוועד המנהל אחראי להפעלה וניהול תקין של האיגוד באמצעות מזכירות האיגוד, חבריו לוועד המנהל, וחברי וועדות המשנה שיקים. ידאג לקיום פגישות עבודה וקיום אירועים ומפגשים שעניינם יישום מטרות האיגוד.

יו"ר הוועד המנהל לא יוכל לשמש, בו זמנית, בתפקיד נשיא או יו"ר של איגוד אחר.

## האיגוד הישראלי ליחסי ציבור ודוברות

### 12. האסיפה הכללית.

- (1) האסיפה הכללית הרגילה, שהיא המוסד העליון של האיגוד, תתכנס אחת לשנה על פי הזמנת המועצה הארצית.
- (2) האסיפה הכללית הרגילה תנוהל ע"י יו"ר שיבחר מקרב המשתתפים מיד עם פתיחתה ברוב קולות המצביעים המשתתפים בהצבעה.
- (3) בכל הרכב של מוסדות האיגוד יש להבטיח נציגות של נשים, נציגות גיאוגרפית מתאימה של ירושלים, תל-אביב, חיפה ונציגות נאותה של חוגים מקצועיים.
- (4) האסיפה הכללית תבחר את נשיא המועצה ועוד 30 חברי מועצה ו-3 חברי ועדת ביקורת. המועצה הארצית, בישיבתה הראשונה תבחר מתוכה את חברי הוועד המנהל ואת יו"ר הוועד.
- (5) תקופת הכהונה (קדנציה) של חברי המועצה הארצית תהיה שנתיים. חברים לא יכהנו יותר משתי תקופות קדנציה רצופות אך רשאים להבחר לתקופות נוספות לאחר פסק זמן של קדנציה אחת או לאחר ששימשו כחברי ועדת ביקורת.
- א. תקופת כהונה יכולה להשתנות על פי החלטת רוב באסיפה כללית רגילה או מיוחדת.
- (6) אסיפה כללית רגילה של האיגוד תדון בכל העניינים השוטפים הנוגעים לאיגוד, ותחליט על אישורם או אי-אישורם ובכלל זאת:
  - בדו"ח הארגוני והכספי של המועצה הארצית.
  - בדו"ח ועדת הביקורת.
  - בדו"ח של ועדות קבועות או קרואות.
  - בהצעת תקציב ותוכניות פעולה שונות.
- (7) הזמנות לאסיפה הכללית הרגילה של האיגוד תשלחנה על-ידי מזכירות האיגוד 15 יום לפני המועד שנקבע על-ידי הוועד המנהל לאסיפה הכללית, והן תכלולנה את סדר היום של האסיפה. עד 10 יום לפני מועד כינוס האסיפה רשאי כל חבר להודיע להנהלה על הצעות אותן הוא מבקש להביא בפני האסיפה הכללית.
- עניין שלא נכלל בסדר היום לא ידון באסיפה אלא אם נוכחו ¼ מהזכאים להשתתף והסכימו שהעניין יעמוד בה לדיון.
- (8) אסיפה כללית רגילה של האיגוד תהיה חוקית במידה ונכחו בשעה הקבועה לכינוסה לפחות מחצית ממספר חברי האיגוד בעלי זכות הצבעה (קוורום). במידה ונכחו פחות ממחצית החברים בשעה שנקבעה, תדחה האסיפה בחצי שעה, ובמידה וגם לאחר מחצית השעה לא יהיה מניין חוקי כנוכח לעיל, תיערך האסיפה בו במקום ותהיה חוקית בכל מספר משתתפים.
- (9) זכות השתתפות והצבעה באסיפה הכללית, הן הרגילה והן באסיפה מיוחדת שלא מן המניין, תהיה אך ורק לחברים ששילמו את כל מסיהם לאיגוד עד למועד פתיחת האסיפה.
- (10) כל ההחלטות של האסיפה הכללית, תתקבלנה ברוב קולות רגיל. במקרה של שוויון קולות בהצבעה, תערך הצבעה נוספת, ובמקרה שגם בהצבעה הנוספת יהיה שוויון קולות ההצעה העומדת להצבעה אינה מתקבלת, ויתבקש להיעשות ניסוח מחודש שיזכה ברוב הנדרש.
- (11) ההצבעות באסיפה הכללית הן בהרמת ידיים. אלא אם דרשו אחרת לפחות רבע מהחברים הנוכחים באסיפה והזכאים להצביע, תהיה ההצבעה חשאית.
- (12) כל חבר זכאי לקול אחד בלבד - ללא אפשרות של יפוי כוח "פרוקסי" מחברים שנעדרו, למעט בשל שירות מילואים פעיל או חו"ל.
- (13) אסיפות כלליות מיוחדות תקראנה על פי החלטת נשיא המועצה, הוועד המנהל או החלטת ועדת הביקורת, או לפי דרישת לפחות עשירית ממספר חברי האיגוד אשר שילמו את מסיהם עד ליום הגשת דרישה זו. דרישה זו תפרט את סדר היום הנדרש ותוגש בכתב ליו"ר האיגוד.
- לא כינסה המועצה אסיפה מיוחדת תוך 30 יום מהיום שהוגשה לה דרישה כאמור, רשאים הדורשים לכנסה בעצמם.

## האיגוד הישראלי ליחסי ציבור ודוברות

14) גופי המשנה, כדוגמת הסניפים האזוריים, תא יועצים ותא הדוברים, יקיימו בחירות פנימיות ליו"ר הסניף או התא, וידווחו על כך לוועד המנהל.

### 13. ניהול ענייני האיגוד

הוועד המנהל, באחריות היו"ר ובסיוע מזכירות האיגוד, ינהל את פעולות האיגוד ואת כל ענייניו, יקבל החלטות בשמו וייצגו כלפי חוץ.

- 1) הוועד המנהל יתכנס לעיתים מזומנות לישיבה אשר תדון בענייני האיגוד - אך לא פחות מ-10 פגישות בשנה.  
לישיבת הוועד המנהל יוזמנו גם חברי ועדת ביקורת ויו"ר תא יועצים. חברי המועצה יקבלו הודעות על מועדי ישיבות הוועד המנהל, יהיו רשאים להשתתף אך לא להצביע.
- 2) ההחלטות תתקבלנה ברוב קולות, ובמקרה של שוויון קולות, תיערך הצבעה נוספת, ובמקרה שגם בהצבעה הנוספת יהיה שוויון קולות ההצעה העומדת להצבעה לא מתקבלת.
- 3) חתימת שני חברי הוועד המנהל מבין שלושה ממלאי תפקידים בה, או מבין מי שהוסמך לכך ע"י הוועד המנהל מבין חבריו, בצירוף חותמת האיגוד - תחייב את האיגוד.
- 4) חברי הוועד המנהל חייבים להשתתף בכל ישיבות הוועד המנהל. חבר הוועד המנהל אשר ייעדר מ-3 ישיבות רצופות וסיבות היעדרו לא הניחו את דעת חברי הוועד המנהל וועדת הביקורת, ייראה הדבר כאילו התפטר מרצונו. לאחר החלטה כזו, שהתקבלה על-ידי הוועד המנהל תופסק חברותו בוועד המנהל ובמקומו ימונה לוועד המנהל חבר אחר מקרב חברי המועצה.
- 5) הוועד המנהל אחראי בכל פעולותיו כלפי האסיפה הכללית והמועצה וחייב למסור לה דו"ח מפורט, ביוזמתו ו/או לפי דרישת האסיפה וועדת הביקורת.
- 6) הישיבה הראשונה של הוועד המנהל החדש תכנס לא יאוחר מאשר שבועיים מיום בחירת חבריו.
- 7) הוועד המנהל יבחר וימנה ועדות קבועות (כדוגמת ועדת אתיקה, ועדת חברות, ועדת אירועים) וכן ועדות זמניות (קרואות) בהתאם לנסיבות ולצרכים. יושבי ראש הועדות ידווחו על פעולות הועדות. הוועד המנהל רשאי להגדיר ולשנות את סמכויותיהן של הועדות. בראש כל ועדה יעמוד חבר הוועד המנהל, לחברי הועדות מקרב ההנהלה יצורפו גם חברים מקרב חברי המועצה או מחברי האיגוד, ובראשן יעמוד חבר הוועד המנהל.
- 8) הוועד המנהל יכנס לפי הוראות היו"ר ובתיאום עימו. ישיבת הוועד המנהל שלא מן המניין תכנס לפי דרישה בכתב של רוב חבריה.
- 9) הוועד המנהל ימנה יועץ משפטי ורואה חשבון שילוו את פעולותיו ינחווהו לפי הצורך.
- 10) הוועד המנהל ידון ויחליט בכל נושא ועניין שאחד מחבריו ידרוש את העלאתם לדיון ולהחלטות בתנאי שאותו חבר יודיע לוועד המנהל את מהותו של הנושא והעניין 7 ימים לפני קיום הישיבה על מנת שהנושא יכלל בסדר היום של הישיבה.
- 11) תקציר דוחות הישיבה (פרטיכל) והחלטות הוועד המנהל יופצו לכל חברי האיגוד.
- 12) הגזבר ינהל פנקסי חשבונות שישקפו בשלמות את עסקי האיגוד ואת מצבו הכספי השוטף. א. זכותו של כל חבר הוועד המנהל לעיין בספרי הפרטיכלים ובמערכת פנקסי החשבונות של האיגוד ולקבל הסברים על פעולות הגזברות.

## האיגוד הישראלי ליחסי ציבור ודוברות

### 13. ועדת הביקורת

- 1) חברי ועדת הביקורת ייבחרו באסיפה הכללית. לוועדת הביקורת לא יבחרו חברים הממלאים תפקיד כלשהו בהנהלה הארצית, או באחת הוועדות, או בניהול אחד החוגים/תאים מקצועיים וכו'.
- 2) תפקידי ועדת הביקורת הם לקיים ביקורת ופיקוח על שמירת התקנון, ניהול הכספים ועל סדרי העבודה והפעילות של המועצה, הוועד המנהל, ושל הוועדות הפועלות לידה.
- 3) ועדת הביקורת תהיה מורכבת מ-3 חברים, לפי החלטת האסיפה הכללית.
- 4) בישיבתה הראשונה של ועדת הביקורת ייבחר מתוכה יו"ר הוועדה.
- 5) על חברי ועדת הביקורת להתכנס אחת לשלושה חודשים (ולא פחות משלוש פעמים בשנה) כדי לבדוק פרטיכלים ולסקור את פעולות הוועד המנהל ושאר מוסדות האיגוד.
- 6) ועדת הביקורת תמסור אחת ל-6 חודשים דו"ח בכתב למועצה ולוועד המנהל של האיגוד, כן תמסור דו"ח שנתי מרוכז לאסיפה הכללית.
- 7) בכל מקרה של חריגת הוועד המנהל מסמכויותיה או מנהלים ונהלים מקובלים, על ועדת הביקורת להביא את העניין לידיעת המועצה ובאסיפה הכללית הקרובה.
- 8) ועדת הביקורת רשאית לדרוש מהוועד המנהל לכנס אסיפה כללית שלא מן המניין, לפי החלטת רוב חבריה. במידה והוועד המנהל לא יודיע תוך 14 יום ימים על מועד כינוס האסיפה, תהיה רשאית ועדת הביקורת עצמה לכנס את האסיפה הנ"ל.
- 9) חבר ועדת ביקורת לא יכהן יותר משתי תקופות כהונה רצופות.

### 15. זכות להיבחר

- 1) חברים באיגוד על פי פרק 5 סעיפים ה-ז לא יוכלו להיבחר להנהלה הארצית ו/או לתפקידי ביצוע.
- 2) למרות האמור לעיל חברים על פי פרק 5 סעיף ה' יוכלו להיבחר לוועדת ביקורת של האיגוד.

### 16. פרישה מתפקיד

- א. חבר הוועד המנהל, או חבר ועדת הביקורת, רשאי להתפטר על ידי משלוח הודעה בכתב לנשיא וליו"ר האיגוד.
- ב. חבר הוועד המנהל או חבר ועדת ביקורת, אשר חדל להיות חבר באיגוד - יחדל להיות חבר בוועד המנהל או בוועדת הביקורת.
- ג. נתפנה מקום של חבר בוועדת הביקורת מטעם כלשהו, יכנס במקומו של החבר הפורש, חבר אחר שיבחר על ידי המועצה, בישיבתה הראשונה שלאחר פרישתו.

### 17. ישוב סכסוכים

- סכסוכים שבין חבר לחבר בעניינים הנוגעים לאיגוד, ובין האיגוד לחבר, לרבות חבר לשעבר, או כל תלונה של גורם חוץ - יובאו לפני ועדת החברות אשר תכהן כוועדות בוררות.

### 18. זכות חתימה

- א. בענייני מינהל שוטפים תהיה זכות החתימה ליו"ר הוועד המנהל, או לסגן היו"ר, או לגזבר. בנושאים שבטיפולן הישיר של הוועדות, תצורף חתימת יו"ר הוועדה הנוגעת בדבר.
- ב. בעניינים כספיים תחייב את האיגוד חתימתם של שניים מתוך שלושה חברי הוועד המנהל שנתמנו על ידי הוועד המנהל לשם כך, בצירוף חותמת האיגוד.

# האיגוד הישראלי ליחסי ציבור ודוברות

## 19. שינויים בתקנון

- א. שינויים בתקנון האיגוד רשאים להכניס האסיפה הכללית בלבד, אשר תהיה רשאית להוסיף, לגרוע ו/או לתקן את התקנון בתנאים האמורים להלן:
- ב. הצעות לשינויים בתקנון כנ"ל רשאים להגיש הוועד המנהל/או כל חבר/ה מחברי האיגוד, בתנאי שיגיש אותם להנהלה לפחות 14 יום לפני מועד האסיפה הכללית.
- ג. הוועד המנהל ישלח את ההצעות לחברים 7 ימים לפני מועד האסיפה הכללית.
- ד. הצעת שינוי או הצעת תיקון כנ"ל, אשר תידון באסיפה הכללית אשר כונסה כדין, תתקבל רק בתנאי שיצביעו בעד קבלתה לפחות שני שלישים ממספר המשתתפים בהצבעה.
- ה. את השינויים ו/או התיקונים אשר יתקבלו כנ"ל יש לפרסם מיד לאחר מכן בחוזר רשמי של האיגוד לכל חבריו, ולהודיע על כך לרשם העמותות.

## 20. פירוק האיגוד

- א. האסיפה הכללית תהיה מוסמכת להחליט על פירוק האיגוד.
- ב. לגבי דיון והחלטה בדבר פירוק האיגוד יחולו כל ההוראות הכלולות בפרק בדבר שינויים בתקנון בשינויים המתחייבים לפי העניין.
- ג. ההחלטה על פירוק האיגוד תהיה בתוקף אם תתקבל על ידי שני שלישים מכלל חברי האיגוד, שהוזמנו בכתב לאסיפה כללית מיוחדת לעניין זה, בהודעה מוקדמת של 21 ימים שתהיה חוקית בכל מספר משתתפים. אסיפה זו תהא רשאית להחליט על פירוקו של האיגוד, ובמקרה כזה תמנה ועדה לפירוק שתוסמך לטפל בכל העניינים הקשורים בכך.
- ד. בהתקבל באסיפה הכללית החלטה בדבר פירוק האיגוד, תקבע האסיפה באותה החלטה גם את ערך רכוש האיגוד, לאחר פירעון כל חובותיו, ותמנה את המפרק אשר יטפל בפירוק כנ"ל.
- ה. במקרה של פירוק האיגוד מרצון יימסר רכושו לגוף ציבורי כלשהו, כפי שיוחלט. כספי האיגוד לא יחולקו בעת הפירוק בין החברים.

## 18. אתיקה מקצועית

- כללי האתיקה המקצועית מפורטים בתקנון המצורף כנספח המהווה חלק בלתי נפרד מתקנון זה.
19. נכסי העמותה והכנסותיה משמשים אך ורק למטרותיה, וחלוקת רווחים או טובות הנאה בכל צורה שהיא, בין חבריה, אסורה.

בזאת באנו על החתום: נובמבר 98

צבי אייל

דוד אשכול

יו"ר הוועד המנהל של האיגוד

נשיא מועצת האיגוד

רות פוגטש (עו"ד)

יועצת משפטית של האיגוד

משה דיין

יו"ר ועדת ביקורת

# CODE OF PROFESSIONAL STANDARDS FOR THE PRACTICE OF PUBLIC RELATIONS

## Public Relations Society of America

This Code was adopted by the PRSA Assembly in 1988. It replaces a Code of Ethics in force since 1950 and revised in 1954, 1959, 1963, 1977, and 1983. For information on the Code and enforcement procedures, please call the chair of the Board of Ethics through PRSA Headquarters.

### Declaration of Principles

Members of the Public Relations Society of America base their professional principles on the fundamental value and dignity of the individual, holding that the free exercise of human rights, especially freedom of speech, freedom of assembly, and freedom of the press, is essential to the practice of public relations.

In serving the interests of clients and employers, we dedicate ourselves to the goals of better communication, understanding, and cooperation among the diverse individuals, groups, and institutions of society, and of equal opportunity of employment in the public relations profession.

### We pledge:

To conduct ourselves professionally, with truth, accuracy, fairness, and responsibility to the public;

To improve our individual competence and advance the knowledge and proficiency of the profession through continuing research and education;

And to adhere to the articles of the Code of Professional Standards for the Practice of Public Relations as adopted by the governing Assembly of the Society.

### Code of Professional Standards for the Practice of Public Relations

These articles have been adopted by the Public Relations Society of America to promote and maintain high standards of public service and ethical conduct among its members.

- 1. A member shall conduct his or her professional life in accord with the public interest.
- 2. A member shall exemplify high standards of honesty and integrity while carrying out dual obligations to a client or employer and to the democratic process.
- 3. A member shall deal fairly with the public, with past or present clients or employers, and with fellow practitioners, giving due respect to the ideal of free inquiry and to the opinions of others.



The Public Relations Society of America (PRSA), headquartered in New York City, is the world's largest professional organization for public relations practitioners. The Society's almost 20,000 members represent business and industry, counseling firms, government, associations, hospitals, schools, professional services firms and nonprofit organizations.

Since it was chartered in 1948, PRSA has continued to provide a forum for addressing issues affecting the profession, and the resources for promoting the highest professional standards. It offers unequalled opportunities for improvement of skills and advancement of knowledge, as well as for exchange of information and experiences with other public relations professionals. The Society also firmly believes that professional integrity is based on sound and ethical practice. Members of PRSA adhere to a Code of Professional Standards for the Practice of Public Relations.

PRSA has 114 chapters throughout the United States, grouped into ten geographical districts. Chapter representatives in each district elect a district chair, who serves as a link among chapters, Board of Directors and staff.

PRSA's Board of Directors sets the strategic direction and policy for the Society and approves budgets and programming. The Board also appoints volunteers to national committees, boards and task forces, whose members work with staff to carry out PRSA's mission. The Assembly, with delegates representing Chapters, Sections and Districts, sets dues, amends bylaws and elects the officers and directors-at-large.

PRSA is also composed of 16 Professional Interest Sections. Sections offer members the opportunity to explore issues and concerns unique to their fields of specialization.

Continuing to serve the public relations industry, PRSA extends its services to the student level. The Public Relations Student Society of America (PRSSA) has more than 6,000 members in 209 chapters on college campuses across the country.

PRSA provides an integrated professional development program for its members that includes an annual National Conference, Professional Development Seminar Series, Publications, Home Study Courses, Audio and Video collections, and many other materials to help members enrich their careers.

The PRSA Professional Practice Center is PRSA's customer service and information resources group. The Center provides a gateway to organizations, individuals, products and services that are relevant to the responsibilities of a public relations professional.

PRSA produces two publications that keep public relations professions aware of current trends affecting the industry. *Public Relations TACTICS*, is a monthly award-winning newspaper filled with news, trends and how-to information for public relations professionals. Members also receive a quarterly publication, *The Public Relations STRATEGIST*, which is devoted to the issues and trends that affect senior management, especially as they relate to communication with an organization's publics.

In 1964, PRSA established a voluntary Accreditation program to unify and advance the profession by identifying those who have demonstrated broad knowledge, experience and professional judgment in the field. The Universal Accreditation Program is newly formed as of January 1, 1998 and now includes eight public relations organizations. The program seeks to improve public relations practice through granting the designation Accredited in Public Relations (APR) to professionals that pass a written and oral examination.

PRSA also host a series of public relations awards. The Silver Anvil Awards, considered the "Oscars" of public relations, are given for excellence in public relations programs in 15 categories. The Bronze Anvil Awards recognize outstanding public relations tactics that are components of public relations programs. The Gold Anvil, Outstanding Educator Award and the Paul M. Lund Public Service Award are granted to public relations practitioners based on their professional achievements and significant contributions to the public relations profession.

###

21

- 4. A member shall adhere to the highest standards of accuracy and truth, avoiding extravagant claims or unfair comparisons and giving credit for ideas and words borrowed from others. *only PRSA 12/20/14*
- 5. A member shall not knowingly disseminate false or misleading information and shall act promptly to correct erroneous communications for which he or she is responsible.
- 6. A member shall not engage in any practice which has the purpose of corrupting the integrity of channels of communications or the processes of government.
- 7. A member shall be prepared to identify publicly the name of the client or employer on whose behalf any public communication is made.
- 8. A member shall not use any individual or organization professing to serve or represent an announced cause, or professing to be independent or unbiased, but actually serving another or undisclosed interest.
- 9. A member shall not guarantee the achievement of specified results beyond the member's direct control.
- 10. A member shall not represent conflicting or competing interests without the express consent of those concerned, given after a full disclosure of the facts.
- 11. A member shall not place himself or herself in a position where the member's personal interest is or may be in conflict with an obligation to an employer or client, or others, without full disclosure of such interests to all involved.
- 12. A member shall not accept fees, commissions, gifts or any other consideration from anyone except clients or employers for whom services are performed without their express consent, given after full disclosure of the facts.
- 13. A member shall scrupulously safeguard the confidences and privacy rights of present, former, and prospective clients or employers.
- 14. A member shall not intentionally damage the professional reputation or practice of another practitioner. *✓*
- 15. If a member has evidence that another member has been guilty of unethical, illegal, or unfair practices, including those in violation of this Code, the member is obligated to present the information promptly to the proper authorities of the Society for action in accordance with the procedure set forth in Article XII of the Bylaws.
- 16. A member called as a witness in a proceeding for enforcement of this Code is obligated to appear, unless excused for sufficient reason by the judicial panel.
- 17. A member shall, as soon as possible, sever relations with any organization or individual if such relationship requires conduct contrary to the articles of this Code.

## OFFICIAL INTERPRETATIONS OF THE CODE

Interpretation of Code Paragraph 1, which reads, "A member shall conduct his or her professional life in accord with the public interest."

The public interest is here defined primarily as comprising respect for and enforcement of the rights guaranteed by the Constitution of the United States of America.

Interpretation of Code Paragraph 6, which reads, "A member shall not engage in any practice which has the purpose of corrupting the integrity of channels of communication or the processes of government."

- 1. Among the practices prohibited by this paragraph are those that tend to place representatives of media or government under any obligation to the member, or the member's employer or client, which is in conflict with their obligations to media or government, such as:
  - a. the giving of gifts of more than nominal value;
  - b. any form of payment or compensation to a member of the media in order to obtain preferential or guaranteed news or editorial coverage in the medium;
  - c. any retainer or fee to a media employee or use of such employee if retained by a client or employer, where the circumstances are not fully disclosed to and accepted by the media employer;
  - d. providing trips, for media representatives, that are unrelated to legitimate news interest;
  - e. the use by a member of an investment or loan or advertising commitment made by the member, or the member's client or employer, to obtain preferential or guaranteed coverage in the medium.
- 2. This Code paragraph does not prohibit hosting media or government representatives at meals, cocktails, or news functions and special events that are occasions for the exchange of news information or views, or the furtherance of understanding, which is part of the public relations function. Nor does it prohibit the bona fide press event or tour when media or government representatives are given the opportunity for an on-the-spot viewing of a newsworthy product, process, or event in which the media or government representatives have a legitimate interest. What is customary or reasonable hospitality has to be a matter of particular judgment in specific situations. In all of these cases, however, it is, or should be, understood that no preferential treatment or guarantees are expected or implied and that complete independence always is left to the media or government representative.
- 3. This paragraph does not prohibit the reasonable giving or lending of sample products or services to media representatives who have a legitimate interest in the products or services.
- 4. It is permissible, under Article 6 of the Code, to offer complimentary or discount rates to the media (travel writers, for example) if the rate is for business use and is made available to all writers. Considerable question exists as to the propriety of extending such rates for personal use.

Interpretation of Code Paragraph 9, which reads, "A member shall not guarantee the achievement of specified results beyond the member's direct control."

This Code paragraph, in effect, prohibits misleading a client or employer as to what professional public relations can accomplish. It does not prohibit guarantees of quality of service. But it does prohibit guaranteeing specific results which, by their very nature, cannot be guaranteed because they are not subject to the member's control. As an example, a guarantee that a news release will appear specifically in a particular publication would be prohibited. This paragraph should not be interpreted as prohibiting contingent fees.

Interpretation of Code Paragraph 13, which reads, "A member shall scrupulously safeguard the confidences and privacy rights of present, former, and prospective clients or employers."

- 1. This article does not prohibit a member who has knowledge of client or employer activities that are illegal from making such disclosures to the proper authorities as he or she believes are legally required.
- 2. Communications between a practitioner and client/employer are deemed to be confidential under Article 13 of the Code of Professional Standards. However, although practitioner/client/employer communications are considered confidential between the parties, such communications are not privileged against disclosure in a court of law.
- 3. Under the copyright laws of the United States, the copyright in a work is generally owned initially by the author or authors. In the case of a "work made for hire" by an employee acting within the scope of his or her employment, the employer is considered to be the author and owns the copyright in the absence of an express, signed written agreement to the contrary. A freelancer who is the author of the work and is not an employee may be the owner of the copyright. A member should consult legal counsel for detailed advice concerning the scope and application of the copyright laws.

Interpretation of Code Paragraph 14, which reads, "A member shall not intentionally damage the professional reputation or practice of another practitioner."

- 1. Blind solicitation, on its face, is not prohibited by the Code. However, if the customer lists were improperly obtained, or if the solicitation contained references reflecting adversely on the quality of current services, a complaint might be justified.
- 2. This article applies to statements, true or false, or acts, made or undertaken with malice and with the specific purpose of harming the reputation or practice of another member. This article does not prohibit honest employee evaluations or similar reviews, made without malice and as part of ordinary business practice, even though this activity may have a harmful effect.

---

**AN OFFICIAL INTERPRETATION OF THE CODE AS IT APPLIES TO POLITICAL  
PUBLIC RELATIONS.**

18

## Al Czarnecki Communications

### Public Relations & Social Marketing

#### Site map:

[home](#)

[info@alczarnecki.com](mailto:info@alczarnecki.com) | (416) 261-9828 | [www.alczarnecki.com](http://www.alczarnecki.com)

#### Public relations

[public speaking](#)  
[media relations](#)  
[crisis](#)

[communications](#)

[PR vs. marketing](#)

#### Canadian Public Relations Society (CPRS)

### Code of Professional Standards

[public interest](#) | [media](#) | [truth](#) | [clients](#) | [disclosure](#) |  
[confidences](#) | [conflict of interest](#) | [promises](#) | [gifts](#)

#### Fund raising

[bonding article](#)  
[fundraising links](#)

#### What we do

[solutions](#)



*Establishing good relationships with important publics is an investment.*

*Managing this is the job of public relations.*

#### Other resources

[annotated booklist](#)  
[Canadian papers](#)  
[useful links](#)  
[search kit](#)  
[register URL kit](#)  
[Net tools](#)

Members of the Canadian Public Relations Society, Inc. (the "Society"), pledge to uphold the letter and spirit of this Code of Professional Standards. Members will ensure that any breach of this Code by fellow Members is reported to the Society authorities in accordance with the Regulations of the Society. Any breaches of the Code will be dealt with at either the national or Member Society level according to the decision of the National Judicial Review Committee.

Society members shall strive to improve their individual professional proficiency and advance their knowledge and competency through continuing research and professional development. Paramount in this respect is the achievement of professional accreditation by each member which should be sought actively within seven years of joining the Society.

1. A member shall practice public relations according to the highest professional standards.

Members shall conduct their professional life in a manner that does not conflict with the public interest and the dignity of the individual, with respect for the rights of the public as contained in the Constitution of Canada and the Charter of Rights and Freedoms.

2. A member shall deal fairly and honestly with the communications media and the public.

Members shall neither propose or act to improperly influence the communications media, government bodies or the legislative process. Improper influence may include conferring gifts, privileges or benefits to influence decisions.

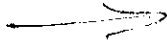
3. A member shall practice the highest standards of honesty, accuracy, integrity and truth, and shall not knowingly



disseminate false or misleading information.

Members shall not make extravagant claims or unfair comparisons, nor assume credit for ideas and words not their own.

4. A member shall deal fairly with past or present employers/clients, with fellow practitioners, and with members of other professions.



Members shall not intentionally damage another practitioner's practice or professional reputation.

Members shall understand, respect and abide by the ethical code of other professions with whose members they may work from time to time.

5. A member shall be prepared to disclose the name of their employer or client for whom public communications are made and refrain from associating themselves from anyone that would not respect such policy.

A member shall be prepared to disclose publicly the name of their employer or client on whose behalf public communications is made. A member shall also not associate themselves with anyone claiming to represent one interest or professing to be independent or unbiased, but actually serving another or undisclosed interest.

6. A member shall protect the confidences of present, former and prospective employers/clients.

Members shall not use or disclose confidential information obtained from past or present employers/clients, without the express permission of the employers/clients or upon the order of a court of law.

7. A member shall not represent conflicting or competing interests without the express consent of those concerned, given after a full disclosure of the facts.

Members shall not permit personal or other professional interests to conflict with those of an employer/client without fully disclosing such interests to everyone involved.



8. A member shall not guarantee specified results beyond the member's capacity to achieve.



9. Members shall personally accept no fees, commissions, gifts or any other considerations for professional services from

anyone except employers or clients for whom the services were specifically performed.

---

**About us**

[accreditation](#) | [background](#) | [ethics](#) | [writing credits](#)

[home](#) | [solutions](#)

---

*All material at this site, unless attributed or an external link, is copyright © 1996-99 Al Czarnecki Communications. All rights reserved. E-mail requests for permission.*

AS

# INTERNATIONAL PUBLIC RELATIONS ASSOCIATION

## CODE OF CONDUCT

(adopted in Venice – May 1961)

### A. Personal and Professional Integrity

1. It is understood that by personal integrity is meant the maintenance of both high moral standards and a sound reputation. By professional integrity is meant observance of the Constitution rules and, particularly the Code as adopted by IPRA.

### B. Conduct towards Clients and Employers

1. A member has a general duty of fair dealing towards his/her clients or employers, past and present.
2. A member shall not represent conflicting or competing interests without the express consent of those concerned.
3. A member shall safeguard the confidences of both present and former clients or employers.
4. A member shall not employ methods tending to be derogatory of another member's client or employer.
5. In performing services for a client or employer a member shall not accept fees, commission or any other valuable consideration in connection with those services from anyone other than his/her client or employer without the express consent of his/her client or employer given after a full disclosure of the facts.
6. A member shall not propose to a prospective client or employer that his/her fee or other compensation be contingent on the achievement of certain results; nor shall he/she enter into any fee agreement to the same effect.

### C. Conduct towards the Public and the Media

1. A member shall conduct his/her professional activities with respect to the public interest and for the dignity of the individual.
2. A member shall not engage in practice which tends to corrupt the integrity of channels of public communication.
3. A member shall not intentionally disseminate false or misleading information.
4. A member shall at all times seek to give a faithful representation of the organisation which he/she serves.
5. A member shall not create any organisation to serve some announced cause but actually to serve an undisclosed special or private interest of a member or his/her client or employer, nor shall he/she make use of it or any such existing organisation.

### D. Conduct towards Colleagues

1. A member shall not intentionally injure the professional reputation or practice of another member. However, if a member has evidence that another member has been guilty of unethical, illegal or unfair practices, including practices in violation of this Code, he should present the information to the Council of IPRA.
2. A member shall not seek to supplant another member with his employer or client.
3. A member shall co-operate with fellow members in upholding and enforcing this Code.



# INTERNATIONAL CODE OF ETHICS

## Code of Athens

Author – Lucien Matrat, Member Emeritus (France)

**(adopted by IPRA General Assembly, Athens on May 12, 1965  
and modified at Teheran on April 17, 1968)**

CONSIDERING that all Member countries of the United Nations Organisation have agreed to abide by its Charter which reaffirms "its faith in fundamental human rights, in the dignity and worth of the human person" and that having regard to the very nature of the profession, Public Relations practitioners in these countries should undertake to ascertain and observe the principles set out in this Charter;

CONSIDERING that, apart from "rights", human beings have not only physical or material needs but also intellectual, moral and social needs, and that their rights are of real benefit to them only in-so-far as these needs are essentially met;

CONSIDERING that, in the course of their professional duties and depending on how these duties are performed, Public Relations practitioners can substantially help to meet these intellectual, moral and social needs;

And lastly, CONSIDERING that the use of the techniques enabling them to come simultaneously into contact with millions of people gives Public Relations practitioners a power that has to be restrained by the observance of a strict moral code.

On all these grounds, all members of the International Public Relations Association agree to abide by this International Code of Ethics, and that if, in the light of evidence submitted to the Council, a member should be found to have infringed this Code in the course of his/her professional duties, he/she will be deemed to be guilty of serious misconduct calling for an appropriate penalty.

Accordingly, each member:

### SHALL ENDEAVOUR

- 1 To contribute to the achievement of the moral and cultural conditions enabling human beings to reach their full stature and enjoy the inalienable rights to which they are entitled under the "Universal Declaration of Human Rights";
- 2 To establish communications patterns and channels which, by fostering the free flow of essential information, will make each member of the group feel that he/she is being kept informed, and also give him/her an awareness of his/her own personal involvement and responsibility, and of his/her solidarity with other members

- 3 To conduct himself/herself always and in all circumstances in such a manner as to deserve and secure the confidence of those with whom he/she comes into contact;
- 4 To bear in mind that, because of the relationship between his/her profession and the public, his/her conduct – even in private – will have an impact on the way in which the profession as a whole is appraised;

### SHALL UNDERTAKE

- 5 To observe, in the course of his/her professional duties, the moral principles and rules of the "Universal Declaration of Human Rights";
- 6 To pay due regard to, and uphold, human dignity, and to recognise the right of each individual to judge for himself/herself;
- 7 To establish the moral, psychological and intellectual conditions for dialogue in its true sense, and to recognise the right of these parties involved to state their case and express their views;
- 8 To act, in all circumstances, in such a manner as to take account of the respective interests of the parties involved: both the interests of the organisation which he/she serves and the interests of the publics concerned;
- 9 To carry out his/her undertakings and commitments which shall always be so worded as to avoid any misunderstanding, and to show loyalty and integrity in all circumstances so as to keep the confidence of his/her clients or employers, past or present, and of all the publics that are affected by his/her actions

### SHALL REFRAIN FROM

- 10 Subordinating the truth to other requirements;
- 11 Circulating information which is not based on established and ascertainable facts
- 12 Taking part in any venture or undertaking which is unethical or dishonest or capable of impairing human dignity and integrity;
- 13 Using any "manipulative" methods or techniques designed to create subconscious motivations which the individual cannot control of his/her own free will and so cannot be held accountable for the action taken on them.

X

**Preamble**

In the practice of political public relations, a PRSA member must have professional capabilities to offer an employer or client quite apart from any political relationships of value, and members may serve their employer or client without necessarily having attributed to them the character, reputation, or beliefs of those they serve. It is understood that members may choose to serve only those interests with whose political philosophy they are personally comfortable.

**Definition.**

"Political Public Relations" is defined as those areas of public relations that relate to:

- a. the counseling of political organizations, committees, candidates, or potential candidates for public office; and groups constituted for the purpose of influencing the vote on any ballot issue;
- b. the counseling of holders of public office;
- c. the management, or direction, of a political campaign for or against a candidate for political office; or for or against a ballot issue to be determined by voter approval or rejection;
- d. the practice of public relations on behalf of a client or an employer in connection with that client's or employer's relationships with any candidates or holders of public office, with the purpose of influencing legislation or government regulation or treatment of a client or employer, regardless of whether the PRSA member is a recognized lobbyist;
- e. the counseling of government bodies, or segments thereof, either domestic or foreign.

**Precepts.**

- 1. It is the responsibility of PRSA members practicing political public relations, as defined above, to be conversant with the various statutes, local, state, and federal, governing such activities and to adhere to them strictly. This includes, but is not limited to, the various local, state, and federal laws, court decisions, and official interpretations governing lobbying, political contributions, disclosure, elections, libel, slander, and the like. In carrying out this responsibility, members shall seek appropriate counseling whenever necessary.
- 2. It is also the responsibility of the members to abide by PRSA's Code of Professional Standards.
- 3. Members shall represent clients or employers in good faith, and while partisan advocacy on behalf of a candidate or public issue may be expected, members shall act in accord with the public interest and adhere to truth and accuracy and to generally accepted standards of good taste.
- 4. Members shall not issue descriptive material or any advertising or publicity information or participate in the preparation or use thereof that is not signed by responsible persons or is false, misleading, or unlabeled as to its source, and are

obligated to use care to avoid dissemination of any such material.

- 5. Members have an obligation to clients to disclose what remuneration beyond their fees they expect to receive as a result of their relationship, such as commissions for media advertising, printing, and the like, and should not accept such extra payment without their client's consent.
- 6. Members shall not improperly use their positions to encourage additional future employment or compensation. It is understood that successful campaign directors or managers, because of the performance of their duties and the working relationship that develops, may well continue to assist and counsel, for pay, the successful candidate.
- 7. Members shall voluntarily disclose to employers or clients the identity of other employers or clients with whom they are currently associated, and whose interests might be affected favorably or unfavorably by their political representation.
- 8. Members shall respect the confidentiality of information pertaining to employers or clients past, present, and potential, even after the relationships cease, avoiding future associations wherein insider information is sought that would give a desired advantage over a member's previous clients.
- 9. In avoiding practices that might tend to corrupt the processes of government, members shall not make undisclosed gifts of cash or other valuable considerations that are designed to influence specific decisions of voters, legislators, or public officials on public matters. A business lunch or dinner, or other comparable expenditure made in the course of communicating a point of view or public position, would not constitute such a violation. Nor, for example, would a plant visit designed and financed to provide useful background information to an interested legislator or candidate.
- 10. Nothing herein should be construed as prohibiting members from making legal, properly disclosed contributions to the candidates, party, or referenda issues of their choice.
- 11. Members shall not, through use of information known to be false or misleading, conveyed directly or through a third party, intentionally injure the public reputation of an opposing interest.

---

#### **AN OFFICIAL INTERPRETATION OF THE CODE AS IT APPLIES TO FINANCIAL PUBLIC RELATIONS**

This interpretation of the Society Code as it applies to financial public relations was originally adopted in 1963 and amended in 1972, 1977, 1983 and 1988 by action of the PRSA Board of Directors. "Financial public relations" is defined as "that area of public relations which relates to the dissemination of information that affects the understanding of stockholders and investors generally concerning the financial position and prospects of a company, and includes among its objectives the improvement of relations between corporations and their stockholders." The interpretation was prepared in 1963 by the Society's Financial Relations Committee, working with the Securities and Exchange Commission and with the advice of the Society's legal counsel. It is rooted directly in the

Code with the full force of the Code behind it, and a violation of any of the following paragraphs is subject to the same procedures and penalties as violation of the Code.

- 1. It is the responsibility of PRSA members who practice financial public relations to be thoroughly familiar with and understand the rules and regulations of the SEC and the laws it administers, as well as other laws, rules, and regulations affecting financial public relations, and to act in accordance with their letter and spirit. In carrying out this responsibility, members shall also seek legal counsel, when appropriate, on matters concerning financial public relations.
- 2. Members shall adhere to the general policy of making full and timely disclosure of corporate information on behalf of clients or employers. The information disclosed shall be accurate, clear, and understandable. The purpose of such disclosure is to provide the investing public with all material information affecting security values or influencing investment decisions. In complying with the duty of full and timely disclosure, members shall present all material facts, including those adverse to the company. They shall exercise care to ascertain the facts and to disseminate only information they believe to be accurate. They shall not knowingly omit information, the omission of which might make a release false or misleading. Under no circumstances shall members participate in any activity designed to mislead or manipulate the price of a company's securities.
- 3. Members shall publicly disclose or release information promptly so as to avoid the possibility of any use of the information by any insider or third party. To that end, members shall make every effort to comply with the spirit and intent of the timely-disclosure policies of the stock exchanges, NASD, and the SEC. Material information shall be made available on an equal basis.
- 4. Members shall not disclose confidential information the disclosure of which might be adverse to a valid corporate purpose or interest and whose disclosure is not required by the timely-disclosure provisions of the law. During any such period of nondisclosure members shall not directly or indirectly (a) communicate the confidential information to any other person or (b) buy or sell or in any other way deal in the company's securities where the confidential information may materially affect the market for the security when disclosed. Material information shall be disclosed publicly as soon as its confidential status has terminated or the requirement of timely disclosure takes effect.
- 5. During the registration period, members shall not engage in practices designed to precondition the market for such securities. During registration, the issuance of forecasts, projections, predictions about sales and earnings, or opinions concerning security values or other aspects of the future performance of the company, shall be in accordance with current SEC regulations and statements of policy. In the case of companies whose securities are publicly held, the normal flow of factual information to shareholders and the investing public shall continue during the registration period.
- 6. Where members have any reason to doubt that projections have an adequate basis in fact, they shall satisfy themselves as to the adequacy of the projections prior to disseminating them.
- 7. Acting in concert with clients or employers, members shall act promptly to correct false or misleading information or rumors concerning clients' or employers'

securities or business whenever they have reason to believe such information or rumors are materially affecting investor attitudes.

- 8. Members shall not issue descriptive materials designed or written in such a fashion as to appear to be, contrary to fact, an independent third-party endorsement or recommendation of a company or a security. Whenever members issue material for clients or employers, either in their own names or in the names of someone other than the clients or employers, they shall disclose in large type and in a prominent position on the face of the material the source of such material and the existence of the issuer's client or employer relationship.
- 9. Members shall not use inside information for personal gain. However, this is not intended to prohibit members from making bona fide investments in their company's or client's securities insofar as they can make such investments without the benefit of material inside information.
- 10. Members shall not accept compensation that would place them in a position of conflict with their duty to a client, employer, or the investing public. Members shall not accept stock options from clients or employers nor accept securities as compensation at a price below market price except as part of an overall plan for corporate employees.
- 11. Members shall act so as to maintain the integrity of channels of public communication. They shall not pay or permit to be paid to any publication or other communications medium any consideration in exchange for publicizing a company, except through clearly recognizable paid advertising.
- 12. Members shall in general be guided by the PRSA Declaration of Principles and the Code of Professional Standards for the Practice of Public Relations of which this is an official interpretation.

---

Return to previous page

This document contains the following shortcuts:

Shortcut Text	Internet Address
Return to previous page	<a href="http://www.prsa.org/facts.html">http://www.prsa.org/facts.html</a>

11



- אדר מיכל
- אוגדן פול
- אורבך אפרת
- אזולאי מירב
- אייל צבי
- אילת משה
- אלעזר פנינה
- אלרהנד עליזה
- אנגל ברוריה
- אסטל ירדנה
- אקרמן רוני
- אריאלי פופי
- אריאלי תמי
- ארנון רוני
- אשכול דוד
- בגס אבי
- ביבר אורנה
- ביטון מירי
- בירון טלי
- בית הלחמי
- סילביה
- בלבן ניסן
- בלהסן סבריינה
- בלס לינה
- בן ארצי אמיר
- בן טובין שמואל
- בן יעקב אורית

בנבנישתי רבקה

בסון אורן

בקר שרון

בראלי שרי

ברושי עופר

גבירצמן יניר

גוטמן מרגול

גוטמן שוקי

גולדמן אריאלה

גולן ג. סילביה

גולן דוד

גונן גבי

גור לימור

גוראל אורנה

גורביץ לימור

גורדון פועה

גורמן אפרת

גזית מאיר

גלעדי דור שרית

גנאור אבי

גנני עדי

גפן שרון

גרדמן איילת

גרינברג שרית

גרינשטיין עופר

גריסרו דניאל

דובקין עמית

דור-און עדנה

דיוויס יונתן

דיין ארז

דיין משה

דורין סרינה

דמלין רובי



הדס אבינועם  
הורביץ יורם  
הכרמלי פבזנר  
גלי  
הראל גילה  
הרשקו איתן  
וגנר דסי  
ווגנשטיין אילן  
וולקוביץ דפנה  
וויס ענת  
וינטרוב יצחק  
וינשטיין איריס  
ולדמן שי  
ורבר רון  
ורד אורן  
ורד עירית  
נורסס מוטי  
זילברברג מינה  
זנדר גלי  
חורי עליזה  
חמוי ג'ני  
טברסקי ז'אנה  
טולדנו מרגלית  
טריוואקס משה  
יצחקי מונדי  
יצחקי קפלן  
שרה  
כהן אופירה  
כהן אורנה  
כהן דגניה  
כהן חיים  
כהן יגאל  
כהן ישראל

כהן ניסו  
כנען דויד  
כנען נאווה  
הכרמלי פבזנר  
לב גלית  
לב-רן יעל  
לבנת נוגה  
לוטן יעל  
ליאב אירית  
ליבוביץ ארנה  
ליבוביץ עדה  
ליברמן חיה  
ליית עפרה  
ליס אמירה  
ליפמן מרדכי  
לניאדו אלי  
לסינג שולי  
לפידות אהרון  
לרנר אורית  
מאיר בתיה  
מאירס נחמיה  
מגד רות  
מגן אילנה  
רשות הגנים  
הלאומיים  
מגנט דליה  
מדר אריאלה  
מוסק רקפת  
מוריציקי שמחה  
מושקין בני  
מיגרס גיתית  
מיודובניק אפרת  
מכטיי אורנה

ממן שלומית  
מרום רחל  
מרון חנה  
מרטונוביץ נעמי  
מרסל מאיר יואל  
נאה נורית  
נאמן יעל  
סגל נלי

סלע מימי  
עבודי גילי  
עוז חיה  
עינבר נאוה  
עמנואל נילי  
פוגטש רות  
פיליזר נאוה  
פלד רוני  
פלד רמי  
פליישר עמירם  
פפר תומר  
פרדיס אייל  
פרומר אורלי  
פרי אורנה  
פרי יצחק  
פריאל סימו  
פריד גלית  
פרמינגר רות  
פרנק רינה  
פרנקל אריה  
פרנקל יונתן  
צימר עמית  
צפריר יואל

אוזן כרמלה  
עזר רחל  
שחם פנינה  
פרדמן - שמר  
מאיה  
גפן שרון  
גלזר עמליה  
אלון בני  
אשד אתי  
סער דבורית  
מוריצקי שמחה  
ארנון אילן  
אדלברג - כשר  
אורנה  
אושרי ליאורה  
בלייך קובי  
בן - ארי יפה  
בן - שושן  
כרמלה  
גואז אוסנת  
וינקוב רוני  
ליאב אירית  
מנסה - בטל  
רולה  
נוימן דויד  
נימן מארק  
סימן דני  
עידו נחום  
ענברי עליזה  
ענברי מרדכי  
  
שביל איריס  
שוהם רובין

שמיר יורם א.

שמר אביבה

שמש מיטל

שנברגר רונן

שפטר נעמה

שפריר חיים

תמיר עירית