רשות החברות הממשלתיות
מנהל הרשות

ירושלים
י״ב בחשון התשע״ו
25 באוקטובר 2015
רח. 2015-42611

לכבוד

מר שלום הוכמן	מר דוד גינזבורג
יו״ר הדירקטוריון	מנכ״ל החברה
קנט-קרן לביטוח נזקי טבע בחקלאות בע״מ	קנט-קרן לביטוח נזקי טבע בחקלאות בע״מ

הנדון: קנט-קרן לביטוח נזקי טבע בחקלאות בע״מ - הוצאות פרסום ויחסי ציבור

סימוכין: מכתב רשות החברות מיום 25 במאי 2015

ביום ה-12.4.15 נתקבל מכתב מהתנועה למען איכות השלטון בישראל בדבר הסדרת הוצאות ומטרות הפרסום של חברות ממשלתיות בכלל, ובחינת פרסום חברת החשמל בנושא הגז בפרט (מצ״ב כנספח 1).
בעקבות המכתב, החליטה רשות החברות הממשלתיות (״הרשות״) לבחון את הנושא בכלל החברות הממשלתיות, וביום 25.5.15 פנתה אל החברות הממשלתיות בבקשה לקבל פירוט הוצאות הפרסום ויחסי הציבור שלהן במכתב שבסימוכין. הבחינה התמקדה בהוצאות הפרסום של החברות בשנים 2012-2014, וכללה בדיקת תכלית הפרסומים, היקפם והשפעתם האפשרית על פעילות החברה.

בהתאם לבחינה שנערכה כאמור סבורה הרשות כי, ככלל, הוצאות פרסום שמטרתן קידום פעילותן העסקית של החברות ו/או קידום מטרות החברות, קרי פרסומים שיווקיים ותפעוליים, הינם פרסומים לגיטימיים ואף הכרחיים בחברות הממשלתיות.
באופן דומה הרשות סבורה כי הוצאות פרסום לצרכי תדמית אשר **תורמים באופן ישיר ומובהק לפעילות העסקית של החברות** הינם פרסומים מוצדקים.
יחד עם זאת, הרשות סבורה כי פרסומים לצרכי תדמית אשר לא משרתים באופן ישיר ומובהק את הפעילות העסקית של החברות אינם מוצדקים ויש להימנע מהם.

לאחר בחינת הנתונים שנתקבלו מן החברה וקבלת הבהרות, ככל שנדרשו, עלו מספר ממצאים כמפורט להלן:

נמצא כי כשליש מהוצאות הפרסום של החברה, ובסה״כ כ- 100 אלפי ש״ח בכל אחת מהשנים 2012-2014 נועד להעלאת המודעות הציבורית לתרומתה של החקלאות למדינת ישראל. לפי הסברי החברה הפרסום נועד לחיזוק לקוחותיה של החברה ובאופן עקיף – להגדלת פוטנציאל השוק שלה.

הרשות לא מצאה קשר ישיר מספיק בין הוצאות הפרסום אשר משפרות את תדמית החקלאות בישראל לבין קידום פעילותה העסקית של החברה. פרסומים

מסוג זה, מן הראוי כי ייבחנו ויקודמו על ידי גורמים רלוונטיים אחרים ולא על ידי החברה.
לאור האמור נראה כי חלק מהוצאות הפרסום של חברת קנט אינן קשורות באופן ישיר ומובהק לקידום פעילותה לטובת כלל הציבור או לשיפור תוצאותיה העסקיות.
סך ההוצאות אשר אנו סבורים כי לא מתקיים קשר מספק בינן לבין קידום פעילות החברה הינו כ- 300 אלפי ש"ח.

לאור האמור, נבקשכם לקיים דיון בדירקטוריון בדבר הממצאים לעיל וכן לקבוע את מדיניות החברה בנוגע להוצאות הפרסום ויחסי הציבור לרבות קביעת נהלים ובקרות ליישום המדיניות. במסגרת המדיניות שיקבע הדירקטוריון אנו מצפים כי ייכלל עקרון מנחה לפיו אישור הוצאות פרסום יהיה רק במקרים בהם ניתן להראות קשר ישיר ומובהק בין הפרסום לבין קידום מטרות החברה ופעילותה העסקית. כמו כן – במסגרת המדיניות אנו מצפים כי ייכללו נהלים לבחינת קיום הלימה בין אופן והיקף הפרסום לבין יעדי הפרסום.

נבקשכם לדווח לרשות על יישום האמור ולצרף את פרוטוקול הדיון כאמור לא יאוחר מיום 20.12.15.

בברכה,

אורי יוגב

העתק: מר ניסים סלמן, סגן בכיר למנהל רשות החברות הממשלתיות
מר יובב גביש, מנהל יחידת כספים ובקרה, רשות החברות הממשלתיות
מר זאב ליכטנפלד, רפרנט החברה, רשות החברות הממשלתיות
מר שגיא כהן, כספים ובקרה, רשות החברות הממשלתיות
חברי הדירקטוריון, באמצעות מזכיר החברה