

17 בפברואר 2015

לכבוד
מר יעקב קוינט
יועמ"ש רשות מקרקעי ישראל
ירושלים

דחוף! באמצעות פקס

שלום רב,

הנדון: שיווק מפלה על ידי חברה המתמודדת במכרז כרמי גת

1. הריני לפנות אליך ולבקשך להורות לחברת "באמונה" לחדול לאלתר מקמפיין השיווק המפלה והמטעה שלה אם ברצונה להתמודד על מכרז הבנייה בפרויקט כרמי גת בקרית גת.
2. כידוע, רשות מקרקעי ישראל (להלן – רמ"י) הכירה בכך שהיא אינה משתחררת מחובתה לשמור על הזכות לשוויון בעת שיווק המקרקעין הציבוריים באמצעות מכרז, וכי זכותה לבטל את זכייתו של יזם היה ויתברר שנקט באפליה פסולה בעת שיווק המקרקעין. לצורך כך אף הוסיפה רמ"י סעיף בכל מכרזי המקרקעין לבנייה למגורים, הקובע כי אם הזוכה ינקוט באפליה פסולה בעת שיווק המקרקעין רמ"י תוכל לבטל את זכייתו במכרז. סעיף מוצדק זה קיבל את תמיכתו ואישורו של בית המשפט העליון.
ר' עע"מ 1789/10 סבא נ' מינהל מקרקעי ישראל (מיום 7.11.10)
3. לאחר מכן, בעקבות התדיינות נוספת, אף הוסיפה רמ"י כי אם לא ניתן לבטל הזכייה בשלב שבו נחשפה ההפליה, ניתן יהיה לקנוס את הזוכה בסכום השווה ל-15% מהתמורה.
4. ואכן אחד מתנאי המכרז בכרמי גת, עליו מתעתדת באמונה להתמודד, הוא איסור מוחלט על שיווק הדירות באופן מפלה. מדובר במכרז לרכישת קרקע ציבורית והקמת פרויקט בניה לטובת הציבור הרחב, אשר לא התקבלה לגביו כל החלטה לייעדו לציבור מסוים. המדינה אף השקיעה בפרויקט משאבים ציבוריים רבים במסגרת הסכם הגג עם הרשות המקומית.
5. למרות האמור, ולמרות שהיא מודעת לתנאי המכרז, נראה שחברת "באמונה" מתכוננת להתמודד במכרז הבניה בכרמי גת, והיא משווקת כבר עתה את הדירות במסגרת קבוצת רכישה מסחרית לזוגות צעירים מהציבור הדתי לאומי או "הסרוגים" בלבד.
6. כך, הכותרת של הפרסום הוא "לסרוגים יש בית חדש", ולצידה נכתב "קהילת כרמי-גת: המתחם הדתי לאומי בכרמי גת". בנוסף נכתב כי החברה מגבשת "קבוצה גדולה של זוגות צעירים להקמת מתחם דתי-לאומי גדול", וכי "יחידות הדיור יותאמו באופן בלעדי לציבור הדתי, ויכללו מרפסות שבת ומעליות שבת" (הפרסומים מצורפים להלן).
7. כל אדם סביר שחווה במסע הפרסום מבין ממנו כי אם אינו זוג צעיר הנמנה על הציבור הדתי הוא אינו לקוח רצוי של החברה ואינו זכאי ליטול חלק בפרויקט או להצטרף לקבוצת הרכישה.

8. שיווק סלקטיבי זה הוא פסול ומנוגד לתנאי המכרז שכן הוא מהווה שיווק מפלה על בסיס דת, מידת דתיות, לאום, מצב משפחתי וגיל.

9. שיווק ופרסום הנחזים לקבוע קריטריונים מפלים או לרמוז, כי הפרויקט אינו מיועד לכלל הציבור אלא לקבוצה מסוימת או למי שעומד בתנאים מסוימים, מהווים הפליה גם אם החברה אינה מסרבת בפועל למכור דירות למי שאינו עונה על התנאים הנחזים. כאשר הפרסומים של היזם מפלים, אדם סביר שאינו בקיא בחוק יסבור, כי אין לו סיכוי לרכוש או לשכור דירה בשכונה, או שזו שכונה בה הוא אינו רצוי, ושהוא יהיה בה מיעוט. לפיכך הוא לא ינסה כלל לרכוש דירה בפרויקט. כך גם כאשר הפרסום הוא סלקטיבי, במטרה שיגיע רק לציבור מסוים ולא לכלל הציבור. זו דרך ידועה ומוכרת היטב של תאגידי נדל"ן, עמותות, קבוצות או יזמים, המעוניינים לערוך סינון של הרוכשים דירות בפרויקט ולייעד את הפרויקט רק לאוכלוסייה הרצויה בעיניהם, וכך לעקוף את ההוראות בדבר איסור האפליה.

ר' רות גביזון ואורי שוורץ "הפרדה בדיוור כמרכיב באפליה: הניסיון האמריקאי" **עיוני משפט** כה 73, 96 (2001); יוחאי בנקלר "אי הפליה בדיוור: תחולה, היקף וסעדים במסגרת המשפט הקיים" **עיוני משפט** טז 131, 148 (1991).

10. לא בכדי, איסור על פרסום ושיווק מפלים נכלל בחוק איסור הפליה במוצרים, בשירותים ובכניסה למקומות בידור ולמקומות ציבוריים, התשס"א-2000, הקובע כי "מי שעיסוקו בהספקת מוצר... לא יפלה בהספקת המוצר... מחמת גזע, דת או קבוצה דתית, לאום" וכיוצ"ב (סעיף 3 לחוק). סעיף 4 לחוק קובע, כי "מי שעיסוקו בהספקת מוצר או שירות ציבורי או בהפעלת מקום ציבורי, לא יפרסם מודעה שיש בה משום הפליה אסורה לפי סעיף 3". כלומר – המחוקק הכיר בכך שפרסום וקמפיין שיווקי בעלי אופי מפלה שקולים בחומרתם להפליה בפועל.

11. בדומה, החשיבות באיסור על פרסום מפלה באה לידי ביטוי גם בחוק שוויון ההזדמנויות בעבודה, התשמ"ח-1998, האוסר על מעסיקים לפרסם מודעות דרושים מפלות. מדינת ישראל מגישה כתבי אישום נגד מעסיקים שפרסמו מודעות מפלות, ואין צורך להראות כי אדם מסוים ניסה להתקבל ונדחה. גם אין צורך שהמודעה תביע הפליה בוטה ("התפקיד אינו מיועד לנשים") אלא די בכך שמודעת הדרושים מנוסחת לגברים בלבד ("דרוש עובד"). הפרסום המפלה עצמו הוא הפרה של החוק.

ר', למשל, תב"ע (ארצי) 3-8/נא **מדינת ישראל נ' חברת גסטטנר**, פד"ע כד(1) 65 (1992)

12. גם במדינות אחרות, כמו בריטניה וארה"ב, אוסרים על שיווק ופרסום מפלים של דירות למגורים. חוק הדיוור ההוגן האמריקני, למשל, קובע, כי אין להכין, לפרסם או להדפיס כל הודעה, הצהרה או פרסומת למכירה או להשכרת יחידות דיוור שמצביעות על איזושהי עדיפות, הגבלה או הפליה המבוססים על גזע, צבע עור, דת, מין, נכות, ארץ מוצא, מצב משפחתי וכיוצ"ב או אפילו כוונה להעדיף, להגביל או להפלות.

13. משרד השיכון האמריקני הוציא הנחיות מפורשות בעניין, כדי שמי שנוקט בפרסום שכונת מגורים או בית מגורים ידע מראש מה חוקי ומה לא. המשרד ציין, כי שימוש במילים שונות

יהווה עילה לפתיחה בבדיקה. בין המילים הללו ניתן לציין כמה דוגמאות: בניין ללבנים, בניין ליהודים, שכונה פרוטסטנטית, שכונה לציבור פלוני בלבד, קבלה בכפוף להחלטת ועד הבית, בניין בסביבה שאין בה שחורים, ליד בית ספר פרטי קתולי. באותו אופן, משרד השיכון האמריקני קובע, כי גם שימוש בסמלים מסוימים (דתיים או אחרים) יכול להוות אפליה, כאשר הסמלים הללו מצביעים על העדפה פסולה או דחייה של קבוצה מסוימת.

14. משרד השיכון האמריקני אף קבע, כי שימוש סלקטיבי במודעות בשפה האנגלית במקום שיש גם ציבור שאינו דובר את השפה הוא בעל אפקט מפלה ועלול להוות אפליה אסורה, כך גם בחירה סלקטיבית של אזור חלוקת הפרסומות או העלוניים על הפרויקט או שימוש בעיתון שנקרא על ידי קבוצה קטנה ומסומנת בלבד, וכמו כן שימוש סלקטיבי במודלים אנושיים המצביעים על עדיפות לגזע או למוצא אתני מסוים יכול להוות אפליה אסורה אלא אם המודעה כוללת התייחסות לכלל הקבוצות.

15. משרד השיכון האמריקני אף מבקש לכלול בפרסומים לוגו של המשרד, המצביע על כך שהפרויקט אינו מפלה.

העתק ההנחיות, כפי שמצויות באתר משרד השיכון האמריקני, נמצא באתר:

http://portal.hud.gov/hudportal/documents/huddoc?id=DOC_7781.pdf

16. לאור האמור נבקשך:

א. לפרסם כללים ברורים, שיחולו הן על יזמים והן על עמותות הניגשים למכרזים, באשר לאופן השיווק והפרסום המותר של הדירות במתחם, כדי להבטיח את הזכות לשוויון בנגישות למקרקעי המדינה המשווקים לצורך הקמת שכונות מגורים. כללים אלו לא ימנעו יצירת סביבת מגורים הומוגנית, אם דפוסי ההפרדה במגורים הם אכן טבעיים או נוצרים באופן טבעי. אולם הם יבטיחו כי כללי המשחק יהיו הוגנים וכי אופי השכונה לא ייקבע על ידי שיווק ופרסום מפלים וסלקטיביים של הזוכה במכרז, בניסיון לעקוף את איסור ההפליה במכירת הדירות. הם גם חיוניים כדי שפעולות שיווק ופרסום פרטיות מפלות לא ייעשו בגיבוי שבשתיקה של רמ"י וייתפסו כאפליה מדינתית, שהיא חמורה יותר. כללים כאלו גם יכניסו ודאות רבה יותר להליכי השיווק ויאפשרו ליזמים להסתמך עליהם ולדעת כי הם נוהגים כדין.

על כללים אלו לכלול, בין היתר, הוראות בדבר אופן השיווק והפרסום, **בין שהם נעשים לפני המכרז ובין שהם נעשים לאחר המכרז**, לרבות: הגבלות על שימוש במיתוג או במינוח מפלה של השכונה, או פרסום המתחזה לקריטריונים; חיוב לכלול בפרסומים במקום בולט הצהרה כי השכונה פתוחה לכל המעוניין ללא הפליה; הגבלות על שיווק סלקטיבי (אפשר שרמ"י תייעד באתר שלה מקום ותחייב פרסום גם בו, כדי שהמידע יהיה נגיש לכלל הציבור); והוראות נוספות, כפי שרמ"י תמצא לנכון. לאחר שייקבעו יש לצרף אותם למכרזי בניה כחלק מתנאי המכרז.

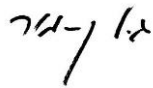
ב. להורות לחברת באמונה לחדול מהשיווק המפלה ולתקן את כל פרסומיה כתנאי להשתתפותה במכרז ואי-פסילתה.

ג. להוסיף לכל הפרסומים הקיימים והעתידיים הודעה (דיסקליימר) מטעם רמ"י, לפיה רכישת דירה במתחם פתוחה לכל אדם ללא הפליה.

17. לאור העובדה שהמכרז נסגר ביום 11.5.15 ולאור העובדה שהקמפיין נמשך וכי השתהות בקבלת החלטה בעניין תוביל להמשך השיווק המפלה ולשיווק כלל הדירות, אבקש את עמדתכם בתוך עשרה ימים, לפיה נשקול המשך צעדינו המשפטיים.

18. יצוין כי לאור פעילות החברה קמה לכאורה עילה לפסילת השתתפותה במכרז, אך בחרנו להתריע כבר עתה על אי החוקיות, באופן שיאפשר לרשות לדרוש באופן מיידי את תיקון המצב, כדי להימנע מפסילתה של החברה בשלב מאוחר יותר ופגיעה ברוכשים פוטנציאלים.

בכבוד רב,



גיל גן-מור, עו"ד

העתק:

מר ארז קמיניץ, המשנה ליועץ המשפטי לממשלה (אזרחי)

קהילת כרמי גת



Carmei Gat
קהילת כרמי-גת
המתחם הדתי-לאומי בכרמי גת

לסרוגים יש בית חדש!

ההזדמנות שלכם לבית. הבטיחו מקומכם עכשיו <<<

אנחנו זמינים לענות על כל שאלה

זופימטצ'ט

חזן את ההודעה כאן

פרויקט העתיד של ישראל כבר כאן, והוא קרוב אליכם יותר מאי פעם.



אודות כרמי גת

בפנינה פסטורלית וירוקה, על גדות נחל לכיש ובין עורקי התחבורה הראשיים, מוקם פרויקט הנדל"ן הלאומי של ישראל – כרמי גת.

פרויקט כרמי גת שיכלול כ-7,500 יחידות דיור, הוא הפרויקט הגדול ביותר בתחום הדיור מאז הקמת העיר מודיעין, ועם נגישות גבוהה: רק 35 דקות מתל אביב ברכבת ודקות ספורות מכביש 6.

בימים אלו מגבשת חברת 'באמונה' קבוצה איכותית של זוגות צעירים להקמת מתחם דתי-לאומי גדול – 'קהילת כרמי גת', כדי ליהנות ממחיר אטרקטיבי של קבוצת רכישה, ומשלל היתרונות של הפרויקט הלאומי החדש של מדינת ישראל.

יחידות הדיור יותאמו באופן בלעדי לציבור הדתי, ויכללו מרפסות סוכה ומעליות שבת.

כרמי-גת הינו הפרויקט הראשון המוקם במודל של הסכם גג. שמשעות: הבטחה משלתית להכנת כל התשתיות עד לקבלת המפתח לדירה, כולל מוסדות חינוך, מבני ציבור, פארקים ומחלפי תעבורה חדשים. זו ההזדמנות שלכם להגשים חלום, בלב המרכז החדש של ישראל. כי לסרוגים יש בית חדש – הקהילה כרמי גת.

מערכת חינוך מתקדמת	430 דונם פארקים	5 דקות מכביש 6	35 דקות מתל אביב
--------------------	-----------------	----------------	------------------

לצפייה בסרטון החלטת הממשלה לגבי פרויקט כרמי גת [לחץ כאן](#)

ההזדמנות שלכם לבית. הבטיחו מקומכם עכשיו <<<

אנחנו זמינים לענות על כל שאלה

זופימטצ'ט

חזן את ההודעה כאן