

אסטרטגיה, טקטיקה ומה שבניהם גם במגזר השלישי

תוכנית להעשרת מלכ"רים

ספטמבר 16

LESSISMORE

ת ק ב ו צ ת ב ד ו ס ז י ו ה א פ ט

LESSISMORE
ת ק ב ו צ ת ב ד ו ס ז י ו ה א פ ט

BDO
Consulting Group Ziv Haft

LESS PEOPLE MORE QUALITY



לירון זהבי
דיגיטל קראיטיב
וחדשנות

איתן גולדברג
קראיטיב

צילי בלקינד
מנכ"לית משותפת

איל לוי
מנכ"ל משותף

גל זכאי
קראיטיב

אוקי, אז מה זה אומר?

מותגים, חברות ומיזמים זקוקים היום לפתרונות תקשורתיים בולטים ויצירתיים, אך גם אפקטיביים ומדוייקים. הם מעוניינים לקבל יותר ולהוציא פחות. לשם כך אנחנו כאן. שילוב ייחודי של אנשי מקצוע מובילים בתחומם, עם מוניטין ונסיון רב, שחברו יחד כדי לספק מוצר איכותי ברמה הגבוהה של המשרדים הגדולים, עם שרות מעולה ויחס אינטימי כמו במשרדים הקטנים.

ניסיון במגזר השלישי

- ג'וינט ישראל
- מועצת תנועות הנוער
- לקט ישראל
- המועצה לשלום הילד ומכון חרוב
- המכללה האקדמית be
- גן החיות התנכ"י

בשוק הפרטי – מותג מלמעלה, מכירות מלמטה

כסף



טקטיקה



אסטרטגיה



אנחנו לא :



The advertisement is a horizontal banner with a blue background. On the left, a white shopping bag is shown with a silver metal clip attached to its top edge. On the right, a close-up of an orange basketball with black lines is visible. The text is in white and blue. At the bottom, there is a white bar with a Facebook icon and the text 'שישי ישראל. מקדשים את הביחד'.

שישי
בערב עם
המשפחה

חמישי
בערב עם
החבר'ה

שישי ישראל. מקדשים את הביחד

5 מיליון ₪ תקציב לקמפיין 1

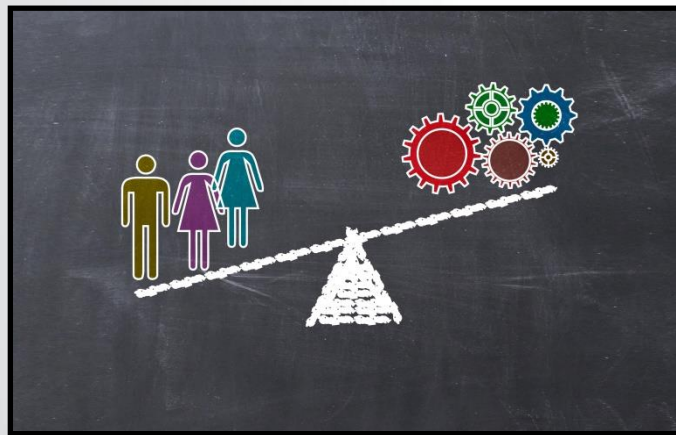
אנחנו כן:



400,000 ₪ תקציב כולל מע"מ !!!

אפקטיביות פרסומית = תשואה חברתית

מינוף



טקטיקה



אסטרטגיה





מטרות המהלך

שינוי תפיסות ועמדות בקרב בני הנוער
העלאת המודעות לחשיבות שילוב בני נוער עם מוגבלויות,
בחיי בני הנוער ה"רגילים" בכלל ובתנועות הנוער בפרט

תקציב ראשוני 250,000 ₪ **כולל מע"מ** - מונף פנימית ל 400,000 ₪



קהל היעד שלנו

בני נוער בגילאי 12-15

מה מאפיין אותם?

- נחשבים לדור המסכים ודור הוואטסאפ
 - מושפעים מסלבס ומרצון להכרה ופרסום
 - אוהבים שנותנים להם עצמאות וקרקע ליצירתיות
 - אבל מסוגלים להתחבר לנושאים רגשיים
- צריך לפנות אליהם "נכון" **ולהפעילם**





- חשוב לחפש שותף אסטרטגי שיפעל יחד אתנו למקסום התקציב
- נדרש לשלב עבודת שטח
- ברמת המסרים חשוב להקפיד על:
 - פניה לבני הנוער "בגובה העיניים"
 - לא לברוח מהאתגרים ומהקשיים
 - לא "להתנשא" מעל בני הנוער עם המוגבלות
 - לפנות באופן פוזיטיבי
 - לנסות לבנות מסר שמוביל לפעולה – רגשית, תודעתית



הפעולה

שיתוף פעולה עם ערוץ הילדים

- יכולות הפקה ואמצעי מדיה (TV + אינטרנט) חזקים
- פעילות לאורך השנה כולה

מציאת המסר הנכון "אל תפספס חבר"

- שיתוף
- בדוק
- מאפשר מינוף לאורך זמן



אסטרטגיה תקשורתית

"גם אם זה דורש יותר - אל תפספס חבר"

סרטונים



מיני סייט



כמעט פספסתם חבר?
העלו תמונות שלכם יחד עם חברים
החזיקו את השלט **ותייגו** #אלתפספסחבר

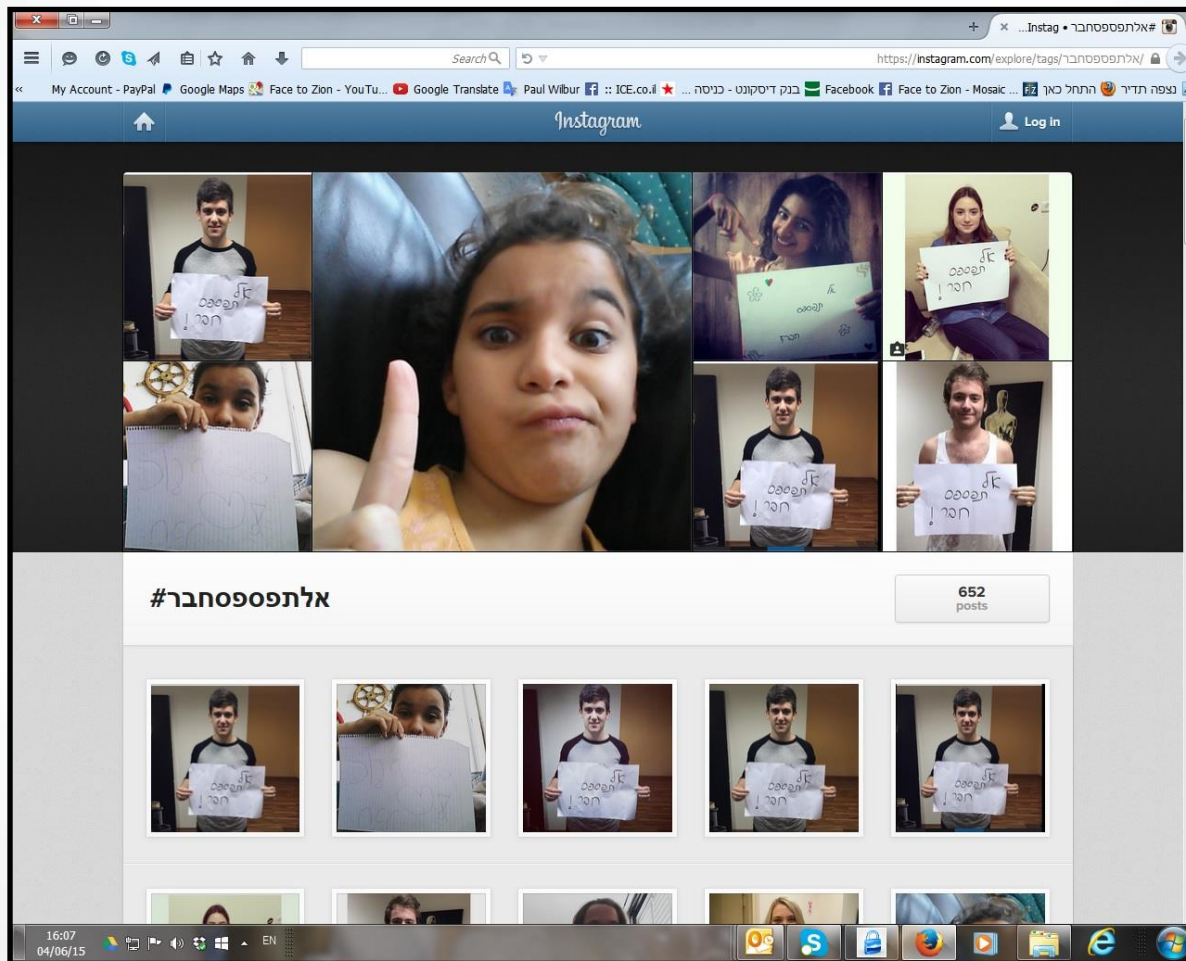
ערוץ הילדים

ואולי תזכו בפרסים שווים

ג'וינט ישראל אשלים | ינטו | יד נעשה הברות לעם ליום נוער וערים בנתיב סינר
טלמ | משרד החינוך | קרנות הביטוח הלאומי | קרן ליתוח ספורט לנכים



אינסטגרם





שלב 2 ההימנון

אל תפספס חבר!

ערוץ הילדים

צלמו את עצמכם שרים את השיר או חלק ממנו! שלחו אלינו...
ואולי תזכו להופיע בקליפ "אל תפספס חבר"

אל תפספס חבר!
הינו חלק מהתכנית לשילוב ילדים ונוער עם מוגבלויות בתנועות הנוער

[לאתר התכנית >>](#)

מועצת תנועות הנוער בשיתוף:



התקציב

- גמישות
- יצירתיות - ל"ניצול" חלק מתקציב שנה הבאה
- ויראליות חזקה
- "זמן קהילה" על בסיס הפקות שהופקו עבור מדיה אחרת



הטקטיקה התקשורתית

3 סרטונים בערוץ הילדים למשך שנה

הסרטונים משלבים ילדים "רגילים" המספרים את סיפור החברות (האמתי) שלהם עם ילדים עם מוגבלויות. שימוש בדמויות אותנטיות ולא בשחקנים.

שני גלי פעילות אינטראקטיביים ברשתות החברתיות

- גל 1: פעילות שיתוף והעלאת תמונות של בני הנוער כולל את סלוגן הפעילות "אל תפספס חבר"
- גל 2: צילום קליפים אישיים/ קבוצתיים הכוללים את המנון הפעילות שיצולמו ע"י בני הנוער וישותפו ברשת
- שימוש בכלל הנכסים הדיגיטליים של ערוץ הילדים (אתר, פייסבוק, אינסטגרם, יו טיוב, VOD..) ושילוב סלבים בפעילות

פעילות שטח תומכת ב- 10 תנועות הנוער המשתתפות בתכנית

- שילוב מערכי הדרכה ייחודיים לחניכים בגילאים השונים
- פרסום בכלל ערוצי הדיגיטל של תנועות הנוער
- שילוב מתוכנן בפעילויות מחנות הקיץ



גם המגזר השלישי יכול

מודעות

• **שת"פ אסטרטגי עם ערוץ הילדים** שהעמידו לרשותנו:

- גישה בלתי אמצעית למאות אלפי בני נוער
- מדיה טלוויזיונית
- כלל הנכסים הדיגיטאליים שלהם: אתר, פייסבוק, אינסטגרם, יו טיוב, VOD
- שילוב סלבס בפעילות

• **פרסום בערוצים 2 ו-10** באמצעות שימוש במדיה המשוריינת לטובת "זמן קהילה"

שטח

• עבודה צמודה מול כלל **תנועות הנוער**

- שילוב מערכי הדרכה ייחודיים לחניכים בגילאים השונים
- פרסום בכלל ערוצי הדיגיטל של תנועות הנוער
- שילוב מתוכנן בפעילויות מחנות הקיץ



התוצאות

- חשיפת הפעילות **למאות אלפי בני נוער** באמצעות המדיות השונות
- יצירת באזז ברשתות החברתיות
- **כ- 50,000 בני נוער** נכנסו למיניסטיט הפעילות באתר ערוץ הילדים בשני הגלים
- הקליפ " אל תפספס חבר , זכה ל **60,000 צפיות !!!**
- נשלחו **300 קליפים** שהכינו ילדים
- **800 תמונות** הועלו לאינסטגרם וזכו **לעשרות אלפי לייקים**
- **3,000 ילדים והורים** נכנסו לדף באתר מועצת תנועות הנוער
- זכינו בזמן קהילה **בשווי 200,000 ₪**

RESULTS



השותפים למהלך

- מועצת תנועות הנוער
- ג'וינט ישראל אשלים – עוסקים בפיתוח מודלים להוצאת בני נוער ממצבי סיכון
- משרד הרווחה
- משרד החינוך
- קרן שלם
- ביטוח לאומי

לקט ישראל – לא עמותה , ארגון חברתי עיסקי

בידול



טקטיקה



אסטרטגיה



לא ביטחון תזונתי, אלא הצלת מזון:



לקט ישראל

קמפיין מודעות ראשון

250,000 ₪ תקציב **כולל מע"מ !!!**



מטרות המהלך - בידול

- הגדלת החשיפה והמודעות
- הכרה בלקט ישראל כארגון מחולל שינוי מתחום הצלת המזון
- לקט ישראל - סיירת מטכ"ל של הצלת עודפי המזון בישראל
- בעקיפין: הגדלת השותפות העיסקית של אנשי העסקים והפתיחות הממשלתית

לקט ישראל = הצלת עודפי מזון



קהל היעד שלנו

- משרדי ממשלה
- אנשי עסקים – משקיעים חברתיים
- אנשים אמידים / פילנתרופים / יזמים ישראלים
- בעיקר גילאי 35-65
- מנהלי עמותות



האסטרטגיה התקשורתית

הסברה והכוונה- מעבר משיח של רווחה לשיח כלכלי - עסקי שימת דגש בשיח התקשורתית על ההיבטים הכלכליים של הצלת מזון וה - WIN-WIN למשק הישראלי ולמבקשי הסיוע. הצגת הערכים המוספיים הנוספים של הצלת עודפי מזון רק גוף מקצועי אחד עוסק בזה בישראל = לקט ישראל



טקטיקה קראטיבית

איזו הצלה!

לקט ישראל הוא הארגון היחיד בישראל שכל עיסוקו הצלח סגור הארגון חזק להנבחרת ערפי המון לזי שצריך בנו שצריך. ביצירת נבחלתה כבר למעלה מ-12 שנים.

מדי יום בישראל כסוית אריות של אכל טו וסון, מרורקלתה מרורקשתיה. מועת כמעט לפח האספיה. אגונו בלקט ישראל דואגים שיהי לזיקה, מוראם שערפי המון קיש לזי שצריך בנו שצריך בבי למעלה מ-12 שנים שאמנו ששים את הז ביצילתה במחלתה דוד עם השופכים הטקטיים שלה. מסינים גם אהבם להטפח אליו!

טלפון: 09-7441757 | אתר: www.leket.org | פייסבוק: לקט ישראל

135,000,000 ש"ח מחזור פעילות בשנת 2015	1,750,000 אריות העלה בשנת 2015	12,000,000 ק"ג יוקט פירות העלה בשנת 2015

* נתונים מודים קוטשיים

איזו הצלה!

לקט ישראל הוא הארגון היחיד בישראל שכל עיסוקו הצלח סגור הארגון חזק להנבחרת ערפי המון לזי שצריך בנו שצריך. ביצירת נבחלתה כבר למעלה מ-12 שנים.

מדי יום בישראל כסוית אריות של אכל טו וסון, מרורקלתה מרורקשתיה. מועת כמעט לפח האספיה. אגונו בלקט ישראל דואגים שיהי לזיקה, מוראם שערפי המון קיש לזי שצריך בנו שצריך בבי למעלה מ-12 שנים שאמנו ששים את הז ביצילתה במחלתה דוד עם השופכים הטקטיים שלה. מסינים גם אהבם להטפח אליו!

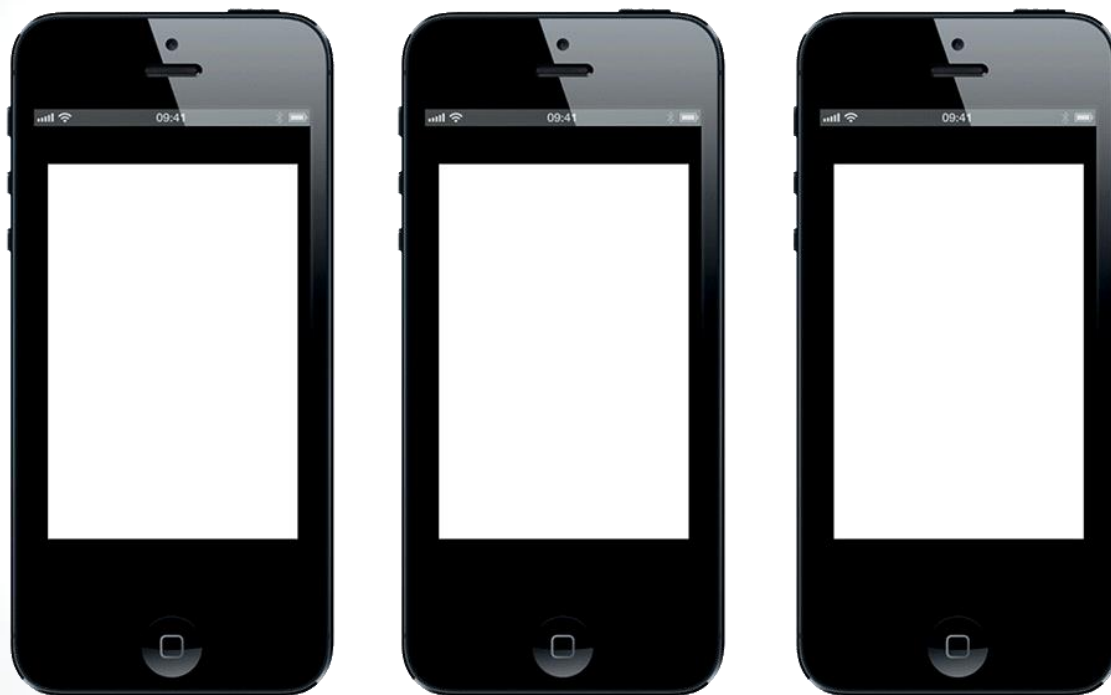
טלפון: 09-7441757 | אתר: www.leket.org | פייסבוק: לקט ישראל

135,000,000 ש"ח מחזור פעילות בשנת 2015	1,750,000 אריות העלה בשנת 2015	12,000,000 ק"ג יוקט פירות העלה בשנת 2015

* נתונים מודים קוטשיים



בולטות דיגיטלית



אובדן מזון והצלת מזון בישראל.



היבטים כלכליים, חברתיים, סביבתיים

דוח המזון – השקה ינואר 16

עיתונות כתובה - 11 מופעים

תאריך	אמצעי תקשורת	כותרת	עיתונאי/ת
07.01.2016	דה מרקר	בישראל משמדים או מושליכים מדי שנה מוצרי מזון בשווי 18 מיליארד שקל	אורה קורן
07.01.2016	ידיעות אחרונות	שליש מהמזון האורז הולך לאיבוד בדרך לערכנים	עמיר בן דוד
07.01.2016	מעריב השבוע	מדי שנה מושלכות כ-2.5 מיליון טונות מזון - כמחצית ראויות למאכל אדם	יובל בגנו
07.01.2016	Haaretz	18 billion shekels of food wasted each year, finds study	אורה קורן
07.01.2016	The Jerusalem Post	35% of food production goes to waste annually, says NGO	לידר גרייב לאחי
10.01.2016	יחד נאמן	מזון בשווי 18 מיליארד שקל נזרק לפח	מ. גרין
12.01.2016	המבשר	לאן הולך יותר משליש מהמזון המיוצר בישראל	שלמה גרין
12.1.2016	דה מרקר	מאמר דעה: אובדן המזון עולה לנו ביוקר	אבי הוכמן, מנכ"ל ISS
15.01.2016	עולם קטן	כשהסולידריות נאלצה ונזרקה לפח	אבינועם הרש
3.2.2016	פורבס ישראל	אחד בלבד מדוע הממשלה לא לוקחת אחריות על כמויות המזון העצומות שמזרקות בישראל	אביב לביא
פברואר 2016 - פורבס	דה מרקר	מאמר דעה של ג'די בעקבות דוח ה OECD שכולל עלויות לצמצום א הביטחון התזונתי	ג'די כרוך

טלביזיה - 6 מופעים (5 עברית, 1 אנגלית)

תאריך	אמצעי תקשורת	כותרת	עיתונאי/ת
06.01.2016	ערוץ 10 – מהדורת החדשות	זריקת מזון	נגה ניר נאמן
06.01.2016	ערוץ 10 – היום שהיה	נתונים על זריקת המזון בישראל	גיא זוהר
06.01.2016	ערוץ 1 - מבט	דו"ח אובדן והצלת המזון	
06.01.2016	ערוץ 1- הערב בשש	נתונים על זריקת ואובדן מזון בישראל	רוני כץ
07.01.2016	ערוץ 2 – בוקר בריא	ג'די כרוך מספר על דו"ח אובדן והצלת המזון	פאולה וליאן רוזנברג
07.01.2016	i24News	ג'די כרוך מתראיין לתוכנית החדשות	

אינטרנט - 29 מופעים (17 עברית, 4 צרפתית, 8 אנגלית)

תאריך	אמצעי תקשורת	כותרת	עיתונאי/ת
06.01.2016	הלבנט	שווי המזון המבוזבז בישראל: 18 מיליארד שקל ב-2015	מערכת
06.01.2016	דה מרקר	8 מיליארד שקל לפח. זהו שווי המזון שישלם מבוזבז בשנה	אורה קורן
06.01.2016	כלכליסט	מיליארד שקל בפתח: הישראלים זורקים 2.5 מיליון טון מזון מדי שנה	רנד דליק
06.01.2016	ynet	8 מיליארד שקל לפח בשנה: המזון האבוד	עמיר אטריס
06.01.2016	מעריב אונליין	דוח המזון האבוד: 1.3 מיליון טונות המזון המושמט נזרקו ללא ידע בגנו למאכל	
06.01.2016	נאלי	בישראל זורקים יותר מ-18 מיליארד שקל בשנה	ארה אמירליק
06.01.2016	Mako	דוח: 2.5 מיליון טונות של מזון נזרקים לפח בכל שנה בישראל	מערכת
06.01.2016	Nana10	דוח שאטון: מאטון המזון האבוד בישראל עולה לכל משפחה בחודש כ-10 שקלים	כרמל קלימון
06.01.2016	גלי צה"ל	מזון בשווי 18 מיליארד שקל נזרק כל שנה בישראל	מערכת
06.01.2016	הפרטל הישראלי לתקליטאות. טבע וסביבה	2.5 מיליון טונות של מזון נזרקים לפח בישראל בכל שנה	מערכת
06.01.2016	Agood	הדוח הלאומי ה-1 לאובדן והצלת מזון בישראל לחמש היום	מערכת
06.01.2016	The Jerusalem Post	35% of food production goes to waste annually, says NGO	לידר גרייב לאחי
06.01.2016	ג'די כרוך	שליש מהמזון המיוצר בישראל נזרק לאשפה	שוקן עידן ונאן קטב
07.01.2016	Globe	Study finds Israel wasted \$180 of food in 2015	מערכת
07.01.2016	MSN	בישראל זורקים יותר מ-18 מיליארד שקל בשנה	ארה אמירליק
07.01.2016	The Times Of Israel	MELANIE LIDMAN NGO: Israel chucks away more than a third of its food	
07.01.2016	סקופר	בעקבות המזון האבוד	מערכת
07.01.2016	סקופר	שווי של המזון בר החולה בישראל אמד כ-8 מיליארד ש"ח בשנה	מערכת
14.01.2016	Funder	מועצת המזון תזכר את כל הערסמים. יוקר תוצ' שנה תיש תנבית לון מרדי	
14.01.2016	אגרוט	לוגדלת אספי ענפי הפצות – דין בגנות תוצרת הקליטת לנזקים – את הערסמים יזכר מטר מיחד	

רדיו - 14 מופעים (עברית)

תאריך	אמצעי תקשורת	כותרת	עיתונאי/ת
06.01.2016	חדשות גלי צה"ל (13.00)	דו"ח אובדן והצלת המזון של ארגון ליקט ישראל ו-BDO	
06.01.2016	חדשות גלי צה"ל (15.00)	דו"ח אובדן והצלת המזון של ארגון ליקט ישראל ו-BDO	
06.01.2016	גלי צה"ל - חמש בערב	ראיון עם ג'די כרוך בעקבות דו"ח אובדן והצלת המזון	ירון וילנסקי
06.01.2016	גלי צה"ל - מהדורת לילה	ראיון עם ג'די כרוך, כלכלן ראשי ב-BDO על דו"ח אובדן והצלת המזון	שירל כרמי ממזר
06.01.2016	רדיו ללא הפסקה – איפה הספקי	ראיון עם ג'די כרוך וזון הרצוג מ-BDO	ענת דודיב
06.01.2016	רדיו ללא הפסקה – מהדורת החדשות	פרסום נתונים על זריקת ואובדן המזון בישראל	
06.01.2016	רשת ב' – בצע הכסף	ראיון עם ג'די כרוך בעקבות דו"ח אובדן והצלת המזון	נסים קיין
06.01.2016	רשת ב' – מהדורת החדשות (18.00)	פרסום נתונים על זריקת ואובדן המזון בישראל	
06.01.2016	רשת ב' – מהדורת החדשות (19.00)	פרסום נתונים על זריקת ואובדן המזון בישראל	
06.01.2016	רשת ב' – כל היום	פרסום נתוני דו"ח אובדן והצלת המזון, ראיון עם ח'ל מילר רדיון על הצעת חוק המעניק פטור לתורמי מזון	אמיר שפירא
06.01.2016	Eco99FM - אקולין	פרסום נתונים על זריקת ואובדן המזון בישראל	עמיר בן דוד
06.01.2016	קול ברמה – אמת בעברים	ראיון עם ג'די כרוך בעקבות פרסום נתוני דו"ח אובדן והצלת המזון	רנן כץ
07.01.2016	קול ברמה – חדש על בוקר	פרסום נתוני דוח אובדן והצלת המזון	יעקב מערפי
07.01.2016	רשת ב' – הבוקר הזה	נתונים על אובדן מזון בישראל וראיון עם ג'די כרוך בעקבות הדו"ח	ארה גלן

הטקטיקה התקשורתית

מדיה פרסום – כלכלי

- פריסת מודעות בעיתונות כלכלית
- קמפיין מעברונים בסלולר אפליקציות כלכליות

מדיה מערכתית – דוח המזון

- כלי מיצובי המעמיד את הארגון בשורה הראשונה של הארגונים החברתיים בישראל
- מחייב עקביות

תזמון

- פעילות משולבת במדיה הקנויה ובהשקת הדוח במדיה המערכתית
- לקראת יום המזון בכנסת

RESULTS

התוצאות

ביצועי הקמפיין איזו הצלה והחשיפה לדו"ח:

- הבנת המסרים מהפרסום טובה, מרבית מי שנחשפו לקמפיין הבינו את המסר העומד מאחוריו.
- החשיפה לדו"ח אבדן המזון גבוהה: כ- 30% נחשפו ישירות לדו"ח, 38% נוספים נחשפו לנושא באופן עקיף.
- כחמישית ממי שנחשפו לדו"ח או לנושא אבדן המזון בשבועות האחרונים ידעו לשייך את הנושא לארגון לקט ישראל.

• סקר הגל החדש ינואר 16

RESULTS

התוצאות

TheMarker 100 המשפיעים 2016



גידי כרוך
מנכ"ל לקט
ישראל

86

שרשרת המזון

ארגון לקט ישראל הוא הגדול בישראל בתחום הצלת המזון, והיחיד בעולם שעוסק גם בהצלת מזון מבושל. בשנותיו הראשונות פעל הארגון מתוך מבנה קטן ברעננה, ששימש כעבר לול תרנגולות, וכיום הוא מספק כ-200 אלף ארוחות מבושלות בחודש, מעסיק 105 עובדים ומחזורו השנתי הוא 40 מיליון שקל. כל הכנסות הארגון מגיעות מתרומות. המזון שמחלק הארגון נאסף מחברות קייטרינג, מבתי מלון, ואחרי מאבק ממושך - גם מצה"ל, שחשש כי ארוחות שיגיעו ממנו ייחפזו לעילה לתביעה על ידי הציבור. גידי כרוך, מנכ"ל הארגון מאז 2007, מספר שלאחרונה הצטרפה גם משטרת ישראל למוסדות המספקים מנות מזון בלתי מנוצלות ללקט ישראל, ושגם חברות גדולות תורמות מזון לארגון. לדבריו, האתגר כעת הוא לצרף למעגל גם חברות ממשלתיות כמו חברת החשמל ואחרות, שבהן אין מנגנון הצלת מזון מוסדר. לא מכבר פנה כרוך לשר האוצר בבקשה להסדיר את הנושא. "כסף ציבורי הוא שמממן את הארוחות האלה, ואין סיבה שאוכל מבושל שלא נעשה בו שימוש לא יוחזר לציבור", הוא אומר.

לקט ישראל עוסק גם בהצלת תוצרת חקלאית. כרוך אומר כי את 2016 יסיים הארגון באיסוף כ-15 אלף טון של פירות וירקות המחולקים לנוקקים, ובשנה הבאה יעלה המספר לכ-17 אלף טון. "אנחנו אוספים בשבוע מה שאספנו בחודש לפני פחות מעשור", הוא אומר. הארגון גם חקר שני שדות מחקלאים שמעבדים אותם עבורו, עד לשלב הקטיף, אחד בנהלל ואחד ברחובות, וכ-25 אלף מתנדבים מגיעים מדי שנה לשדות כדי לקטוף את התוצרת. לדב"ר כרוך, כיום מציל לקט ישראל בין 1%-2% מן התוצרת החקלאית שהולכת לאבדון. "אם נהיה טובים נציל 4%", הוא אומר. "יש עוד הרבה עבודה".

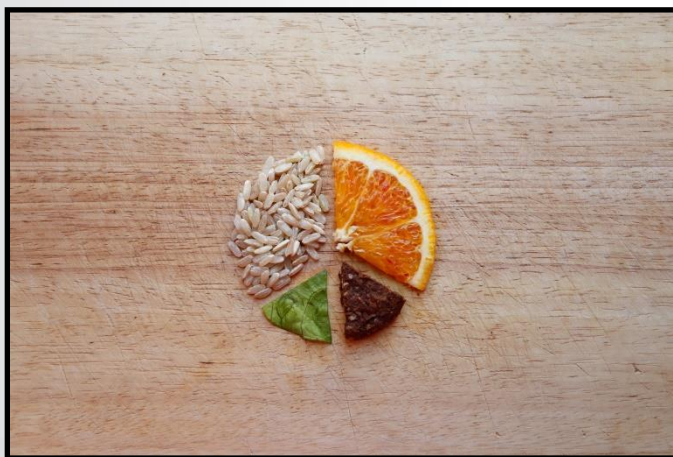
טלי חרות-סובר

סיכום – הכלים שלכם

- אתר
- דף פייסבוק
- פרסום בגוגל ופייסבוק
- יח"צ
- מיתוג לטובת כלי עבודה בשטח

ג'וינט ישראל-כלי עבודה

שפה



טקטיקה



אסטרטגיה



קהל היעד שלנו

- משרדי ממשלה
- רשויות
- קרנות חברתיות
- אנשי עסקים – משקיעים חברתיים
- אנשים אמידים / פילנטרופים / יזמים ישראלים
- בעיקר גילאי 35-65
- מנהלי עמותות

אסטרטגיה



ג'וינט ישראל-כלי עבודה

שפה



ג'וינט ישראל-כלי עבודה



Save The Date
23-24.5.2016

300/18

לציון 18 שנים, 300 פרויקטים ותקווה אחת גדולה

ג'וינט ישראל - אשלים, הממשלה ופדרציית NY מזמינים אותך לנצור את הימים הרלוונטים בכדי להשתתף ולהיות שותף שלטו בכנס חגיגי ומקצועי לציון 18 שנות פיתוח ששינו את חייהם של מאות אלפי ילדים ומעור במצבי סיכון

נתראה בכנס

ג'וינט ישראל אשלים | UJA/Federation of New York | 25 שנות פיתוח



23-24/5/16

300/18

לציון 18 שנים, 300 פרויקטים ותקווה אחת גדולה



נתראה בכנס

ג'וינט ישראל אשלים | UJA/Federation of New York | 25 שנות פיתוח



23-24/5/16

300/18

לציון 18 שנים, 300 פרויקטים ותקווה אחת גדולה



נתראה בכנס

ג'וינט ישראל אשלים | UJA/Federation of New York | 25 שנות פיתוח

תודה