

שינוי הצבע והסמל של האוטובוסים

תקציר

בסוף שנת 1999 החליטה אגד לצבוע את האוטובוסים שלה בירוק, כאות לאימוץ ערכים "ירוקים", ולהחליף את הסמל המסחרי שלה כדי לשנות את תדמיתה בציבור ולשוות לה תדמית דינמית. למטרה זו הוציאה אגד סכום של כ-7.5 מיליון ש"ח, למעלה ממחציתו לפרסום. על אף שמדובר בפעולה שמטרתה שינוי תמידי, לא נבחנו הצבע והסמל החדשים באמצעות קבוצת מיקוד או במשאל בקרב קהל היעד של אגד. עוד הועלה, שאגד לא בחנה את שינוי הצבע מן ההיבט הבטיחותי. הרשות הלאומית לבטיחות בדרכים אף היא לא בדקה אם הצבע בטיחותי לכלי רכב ציבוריים. לדעת משרד מבקר המדינה, על אגד והרשות הלאומית לבטיחות בדרכים לבחון את בטיחות הצבע, ועל משרד התחבורה לוודא שהדבר אכן נעשה.



אגד מספקת תחבורה ציבורית בקווי אוטובוסים בין-עירוניים הפרוסים ברחבי הארץ וכן תחבורה ציבורית במרבית הערים. נוסף על כך מבצעת אגד הסעות מיוחדות קבועות, למשל למפעלים ולבתי ספר. בסוף שנת 2000 הפעילה אגד כ-1,500 קווים באמצעות כ-3,800 אוטובוסים, מהם כ-2,200 אוטובוסים בקווים בין-עירוניים.

בסוף שנת 1999 החליטה אגד לצבוע את האוטובוסים שלה בירוק כאות לאימוץ ערכים "ירוקים"¹ ולהחליף את הסמל המסחרי שלה כדי לשנות את תדמיתה בציבור, ולשוות לה תדמית דינמית.

לפי נתוני אגד, מדצמבר 1999 - המועד שבו הוחלט לצבוע את האוטובוסים בירוק - ועד פברואר 2002 נצבעו בירוק 944 אוטובוסים, מבין 3,944 אוטובוסים שהיא מפעילה. בינואר 2001 בדק משרד מבקר המדינה את סדרי קבלת ההחלטות בקשר לצביעת האוטובוסים ובקשר לבחירת הצבע והסמל המסחרי של אגד. להלן הממצאים העיקריים:

1. בפברואר 1999 החליטה מזכירות אגד (להלן - המזכירות), לבחור במשרד א' לפרסום ויחסי ציבור (להלן - משרד הפרסום), ובמאי 1999 חתמה עמו אגד על הסכם. באמצעות משרד הפרסום ומכון מחקר עשתה אגד סקר כדי לבדוק את תדמיתה לפני מסע פרסום שעמדה לצאת בו, ולהשוותה לתדמית שתהיה לה לאחר מסע הפרסום.

1 ירוקים - שוחרי איכות הסביבה.

דוח על הביקורת בשלטון המקומי, באיגודים ובמוסדות להשכלה גבוהה

עקרונות מדיניות הפרסום ויחסי הציבור של אגד, כפי שהתוו משרד הפרסום יחד עם משרד ב' ליחסי ציבור, היו, בין היתר:

(א) שינוי תדמיתה של אגד לתדמית חדשה של דינמיות, התחדשות והתייעלות, לצד אימוץ ערכים של ה"ירוקים". את מסע הפרסום ראוי ללוות בפעילויות שיווקיות שיסייעו לבסס את התדמית ה"ירוקה" ולהטמיעה בקרב הציבור.

(ב) המסרים של מסע הפרסום, כפי שהציג משרד יחסי הציבור:

(1) "אגד לובשת ירוק" - אגד, שהיא הגוף העיקרי בענף התחבורה בישראל, נרתמת לשמירה על איכות הסביבה ופועלת לקידום "תודעה ירוקה".

(2) אגד תורמת לאיכות החיים של הנוסעים ושל הציבור בכלל. מסר זה יועבר באמצעות "עדכון הלוגו והתחברות לקונספט הירוק".

2. ב-11.11.99 הודיע יו"ר המזכירות לשר התחבורה דאז, יצחק מרדכי, שכל האוטובוסים ייצבעו בירוק; עבודות הצביעה יימשכו שנים מספר עד להשלמתן; כל דגלי התחנות ייצבעו בירוק ובסמל המסחרי החדש שנבחר. בשנת 2000 היו ההוצאות על הפרסום התדמיתי של אגד כ-7.5 מיליון ש"ח, מזה כ-3 מיליון ש"ח על שינוי הסמל המסחרי וצביעת האוטובוסים.

לא נמצא באגד פרוטוקול מהישיבה שבה הוצגה תכנית הפרסום, וגם לא החלטת המזכירות בנוגע לצביעת האוטובוסים בירוק ושינוי הסמל המסחרי. אגד הודיעה בתשובתה מדצמבר 2001 למשרד מבקר המדינה, כי שינוי הצבע והסמל המסחרי ועיתוי הצביעה נדונו ונקבעו במזכירות, בישיבה שבה הוצגה התכנית האמורה, וכי מסיבות טכניות לא נרשם הדבר בפרוטוקול.

3. ב-5.12.99 הורה מנהל אגף המשק באגד למנהל המחלקה הטכנית כי יש לצבוע בירוק את האוטובוסים משנת ייצור 1990 ואילך שעוברים צבע כללי. בישיבה שהתקיימה ב-6.12.99 באגף תכנון ופיתוח באגד, בהשתתפות מנהל אגף השיווק, מנהל מחלקת מערכות הנדסה, מנהל כוח אדם ונציג משרד הפרסום, סוכם שהסמל של אגד יוחלף בסמל שהציע משרד הפרסום.

על אף שמטרת אגד היתה ליצור שינוי תדמיתי, היא לא בדקה מדגמית באמצעות קבוצת מיקוד או משאל דעת קהל את תגובת הציבור על הצבע והסמל. כפי שהודיעה אגד למשרד מבקר המדינה, גם משרד הפרסום לא בדק את ההחלטה בעניין הצבע והסמל החדשים באמצעות קבוצת מיקוד ולא עשה סקר כלשהו בעניין זה.

דוגמה לחשיבותו של סקר ניתן לראות בכך כי בשנת 2000 הוגשו למחלקת פניות הציבור של אגד באזור המרכז, ירושלים ותל אביב 44 תלונות בעניין הצבע הירוק של האוטובוסים.

יצוין, כי בכנס לתחבורה אורבנית מתקדמת שהתקיים בבניסבן באוסטרליה באוקטובר 2000 הוצג חומר גרפי ממנו עולה, כי מרבית כלי התחבורה הציבוריים צבועים בצבע בהיר או בצבעים אחדים, בהם הלבן, ומיעוטם (כלומר מעט כלי תחבורה) בצבע ירוק בהיר בשילוב צבע אחר, בדרך כלל לבן.

הביקורת העלתה, שלפני קבלת ההחלטה על שינוי הצבע, לא בחנה אגד באמצעות גורמים מקצועיים, את משמעות הצבע הירוק מבחינה בטיחותית. בתשובות לחלק מהמתלוננים על הצבע ציינה אמנם אגד כי הצבע הירוק נבדק מבחינה בטיחותית בטרם הוחלט עליו, אולם במסמכי אגד לא נמצאו תימוכין לבדיקה כזאת.

יצוין, כי במהלך שנות פעילותה שינתה אגד כמה פעמים את צבע האוטובוסים שלה אך תמיד שולב הצבע הלבן בצבע שנבחר (כחול, אדום או סגול).

בינואר 2000 פנה מנהל בכיר באגף התחבורה הציבורית במשרד התחבורה (להלן - המנהל הבכיר) לממונה על הפרויקטים בתחבורה הציבורית שבמשרד (להלן - הממונה) וציין, כי בפגישה שקיים עם אנשי עמותת "בזכות" - המרכז לזכויות האדם של אנשים עם מוגבלויות - הם טענו שעיוורים לצבע ירוק מתקשים לזהות אוטובוס ירוק ולכן מתקשים לגשת אליו, וחמור מזה - עלולים להיפגע ממנו. הממונה ציין, כי יש מקום לפנות לאגד בבקשה שתפסיק לצבוע את האוטובוסים בירוק, עד שהעניין ייבדק בצורה מקצועית ומסודרת, בידי מומחים בתחום הבטיחות והרפואה.

בפברואר 2000 הודיע המנהל הבכיר למנהל הרשות הלאומית לבטיחות בדרכים (להלן - הרשות), כי הופנו אליו טענות שהצבע הירוק אינו בטיחותי לכלי רכב, אך אין בידיו כלים לבדוק טענות אלה וביקש את תגובתו עליהן.

בעקבות זאת הודיע מנהל הרשות לסמנכ"ל בכיר ליבשה שבמשרד התחבורה (להלן - הסמנכ"ל), כי משרדו "מוצף פניות אזרחים המלינים על חוסר הבטיחות של הצבע הירוק באוטובוסי אגד". הוא הוסיף, שגם לדעתו יש בדבר סכנה בטיחותית וחשוב שמשרד התחבורה יגבש מבעוד מועד עמדה מוסכמת בסוגיה זו, וביקש את חוות דעתו של הסמנכ"ל.

מנהל הרשות הבהיר למשרד מבקר המדינה, שהרשות לא בדקה אם הצבע הירוק בטיחותי לכלי רכב ציבוריים. לדעת משרד מבקר המדינה, על אגד והרשות לבחון את בטיחות הצבע, ועל משרד התחבורה לוודא שהדבר אכן נעשה.



לקראת שנות האלפיים שמה לה אגד למטרה לצמצם את הירידה במספר הנוסעים באוטובוסים שלה. לשם כך נקטה מסע פרסום תדמיתי, באמצעות משרד פרסום שהציע בין היתר לשנות את הצבע והסמל של אגד.

הצבע והסמל החדשים לא נבחנו כלל לפני השינוי, אם באמצעות קבוצת מיקוד ואם במשאל בקרב קהל היעד של אגד, כדי לדעת אם הסמל והצבע אכן מדברים אל לבו של הציבור.

ההחלטה לצבוע את האוטובוסים בירוק גם לא נבחנה מן הצד הבטיחותי באגד, ואף לא בגופים מקצועיים של משרד התחבורה המופקדים על הבטיחות בדרכים.