

**- תקציר -****פרסום חוצות באמצעות מתקני פרסום עירוניים**

1. ועדת השילוט העליונה בעירייה קובעת את מדיניות העירייה בנוגע לפרסום חוצות ומאשרת את הנחיות השילוט. הביקורת התמקדה בנושא פרסום חוצות באמצעות מתקני פרסום ובכלל זה בדקה את קיומה ופרסומה של מדיניות העירייה.

ממצאי הביקורת בנושא כוללים ממצאים בנושאים שונים: העברת סמכויות העירייה בנושא פרסום חוצות, התקשרות עם זכייני וקבלני פרסום, פיקוח וניהול, הפרסום העירוני ועוד.

עיקרי הליקויים ועיקרי ההמלצות

העברת סמכויות העירייה בנושא פרסום חוצות לרשות לפיתוח כלכלי תל אביב-יפו (להלן: "הרשות")

2. מהממצאים עולה כי הרשות, חתמה על הסכמים לעניין פרסום חוצות עם זכיינים וקבלנים לתקופות ארוכות יותר מתקופת ההתקשרות שלה עם העירייה.

המלצה - יש לערוך תוספת להסכם בין הרשות לעירייה אשר תסדיר את נושא תקופת ההסכם ותמנע מצב בו התקופה בהסכם בין העירייה לרשות, תהיה קצרה מתקופת ההתקשרות של הרשות עם זכייני וקבלני פרסום.

נוהל התקשרות של הרשות

3. הביקורת העלתה כי בידי הרשות לא קיים פרוטוקול מוסדר של ישיבת הדירקטוריון הקובע את הרכב ועדת התקשרויות ברשות. מניינה המחייב הקיים של ועדת ההתקשרויות מונה שני חברים בלבד ואינו תואם את נהלי העירייה לפיהם על המניין המחייב לכלול לפחות 3 פונקציות: ניהולית, משפטית וכספית.

המלצה- דירקטוריון הרשות יאשר מחדש את הרכבה ומניינה המחייב להחלטות, של ועדת ההתקשרויות אשר יכלול לכל הפחות:

א. מנכ"ל- ניהול (או ב"כ)

ב. יועץ משפטי- משפטי

ג. מנהל כספים- כספים

התקשרות הרשות לפיתוח כלכלי עם זכייני פרסום

4. הביקורת מצאה כי הרשות לפיתוח כלכלי התחייבה חוזית מול הזכיינים (בשם העירייה) כי העירייה תאכוף את הנחיות הפרסום. טענות חוזרות ונשנות של הזכיינים, על הפרת התחייבות זו, הביאו להסכמי פשרה המתבטאים בהפסדים של עשרות מיליוני שקלים. כמו כן הסכמי הפשרה מאריכים את תקופת ההתקשרויות, מעניקים זכות עתידית במתקנים לזכייני ובאופן כללי מפחיתים משמעותית את היכולת לנהל משא ומתן המבוסס על קיומן של חלופות נוספות בשוק.

המלצה - האגף לגביית אגרות ודמי שירותים ימשיך ויהדק את אכיפת הסדר הציבורי והנחיות השילוט. בנוסף מוצע כי הרשות תבחן חלופות במהלך השנים הקרובות, להתקשרות הקיימת עם הספק J. במטרה להפחית את החשיפה לתלות בו.

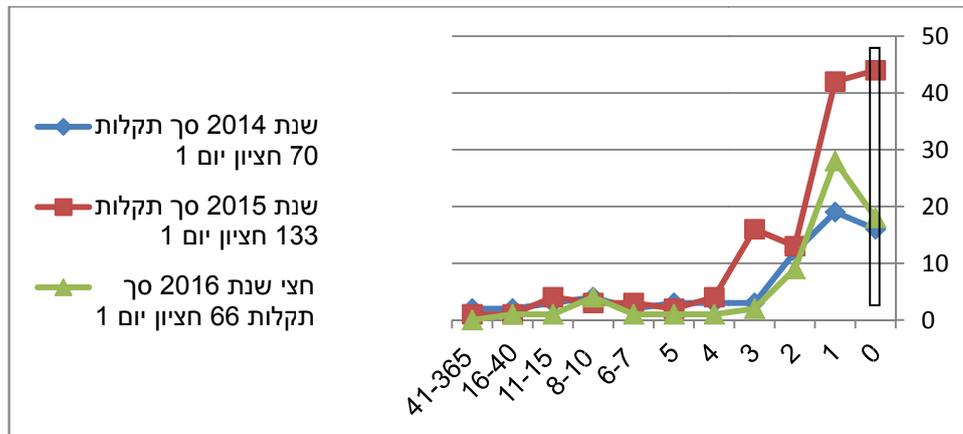
ההתקשרות עם יועץ הפרסום-חברת א.צ.

5. הביקורת מצאה כי על אף סכומי ההוצאה הגבוהים (בשנת 2015 כ- 570 אש"ח), ההתקשרות עם א.צ. נעשתה ללא מכרז מקדים. משך ההתקשרות מיום החתימה על ההסכם עד למועד הביקורת הינו כ- 15 שנה, ובמהלך תקופה זו לא נערך כל מכרז בנושא יועץ פרסום.

המלצה - יש לערוך מכרז בנושא הייעוץ המתקבל מא.צ. או לחליפין לשקול ביצוע העבודה על ידי כוח אדם פנימי של הרשות. בכל מקרה התקשרות עם קבלן חיצוני או יועץ צריכה להיות מוגבלת תקופתית ולאחריה יש לצאת למכרז חדש הלוקח בחשבון את נתוני הפעילות, ההתפתחויות בשוק, חלופות חדשניות וכדומה.

פיקוח וניהול פרסום חוצות- טיפול בתקלות

6. ממצאי הביקורת איתרו כי אין בקרה מספקת ברשות על נתונים המתקבלים מהיועץ. כך למשל, ישנן בדוח התקלות שמעביר היועץ, תקלות ישנות ללא תאריך סגירה או עם תאריך סגירה מוקדם מתאריך פתיחה, תקלות אשר לא טופלו בזמנים המוגדרים ע"פ החוזה ולעיתים נסגרו בחריגה משמעותית מהל"ז שהוגדר וכיו"ב.



מוצג לדוגמא גרף תקלות בטיחותיות (ציר X מספר ימים ציר Y כמות תקלות- זמן תקן לטיפול בתקלה הינו מידי)

המלצה- על הרשות לנהל מעקב בקרה מוסדר בנושא, לרבות, שימוש בדוחות חריגים המבוססים על ניתוחים של תקלות כדוגמת אלה שערכה הביקורת. כמו כן מוצע, כי הדיווח לגבי סגירת תקלות בטיחותיות יפוצל לטיפול בסגירת המרכיב הבטיחותי ובסגירת התקלה במלואה, כך שמנכ"ל הרשות יוכל לקבל דיווחים המראים את פרק הזמן שלקח לטפל במרכיב הבטיחותי בתקלות.



7. בהתאם לתגובת הרשות, הסיבה העיקרית לעיכובים בסגירת תקלות, הינה נזקי קבלנים ותלות בגורם שלישי (הכפוף ליחידה עירונית אחרת). מצב זה יוצר מחלוקת לגבי האחריות לתיקון התקלה בחלק מהמקרים.

המלצה- העירייה תפעל לצמצום העיכובים הנוצרים בטיפול בתקלה עקב נזקי קבלנים, לרבות בכך שתטפל מיוזמתה במצבים כגון אלו ותחייב בהוצאות, בהתאם, את הקבלן.

8. הביקורת איתרה ביפו ובדרום העיר, תחנות אוטובוס עם דפנות מנופצות או חסרות, אשר אינן מטופלות במשך זמן רב (לטענת הרשות הנושא לא מטופל בשל מכת וונדליזם). סככות המתנה לאוטובוס אלה, אינן מגינות על השוהים בתחנות מפני גשם וזאת בנוסף לנראות החיצונית הלקויה בתחנות אלו.

המלצה- על הרשות והעירייה לפעול ולטפל באותן תקלות הפוגעות בציבור המשתמש במתקנים העירוניים.

התקשרות העירייה עם חברת מ. י.

9. הפרסום על גשרים עירוניים אינו מנוהל על ידי הרשות לפיתוח כלכלי אלא על ידי העירייה. הזכיין הינו חברת מ. י. המשלמת דמי שימוש סימליים במסגרת הסכמים ותוספות שמהותם המקורית היתה בניית גשרים בתמורה למתן זכות פרסום. תקופת ההתקשרות, משנת 1986 עד למועד הביקורת (ובהתאם לתוספות עד לאפריל 2021), נמשכה והוארכה ללא עריכת מכרז נוסף למשך 35 שנה.

המלצה - יש לצאת למכרז, בנושא פרסום חוצות על גשרים, בשיתוף עם הרשות. המלצת הביקורת הינה, לא להמשיך ולהאריך את ההתקשרות עם מ. י., לרבות בחינת הפסקת ההתקשרות טרם הזמן הקבוע בחוזה והכל בהתאם לשיקולי עלות - תועלת.

גבית אגרות פרסום על אוטובוסים

10. העירייה גובה אגרת שילוט אוטובוסים בגין 14 קווי ד. ובגין 4 קווי מיניבוס בלבד (אשר אינם יוצאים מגבולות העיר תל אביב-יפו). זאת, על אף שחוק העזר מאפשר לה לגבות אגרה בגין יותר מ- 1,000 האוטובוסים השוהים בתחומי העיר מידי יום.

המלצה - יש לבצע אכיפה מלאה של הנחיות השילוט ומיצוי (מירוב) גביית האגרות היכן שחוק העזר מאפשר זאת.

הפרסום העירוני

11. ממצאי הביקורת איתרו כי לא קיימת תוכנית פרסום עירוני כוללת, שנתי, המפרטת את צרכי הפרסום העירוני לפי קמפיינים, סוגי מתקנים נדרשים ותקופה. לא ניתן היה לקבל נתונים לגבי הניצול העירוני של פני פרסום בחתך השנים ובחתך סוג מתקן.

12. נמצאו מקרים רבים של פרסום עירוני אשר נתלה באופן שלא ניתן לראותו (מוסתר לחלוטין על ידי שיחים או עצים). כמו כן ניתן היה לראות חוסר שיוויוניות בחשיפת תכני הפרסום העירוני בין האוכלוסיות השונות בעיר- בין צפון ומרכז העיר לבין דרום העיר ויפו היכן שהנוכחות של הפרסום העירוני נמוכה יותר.



המליצה - יש להכין תוכנית עבודה סדורה שנתית ע"י משרד הדובר המפרטת את צרכי הפרסום לפי קמפיינים, סוגי מתקנים נדרשים ותקופה. עוד ממליצה הביקורת כי משרד הדובר ינהל מסד נתונים מסודר ומדויק כך שניתן יהיה להמציא את המידע בדבר השימוש במתקנים העירוניים לצורך פרסום עירוני.

הביקורת מוסיפה וממליצה כי יש לתכנן את פיזור תכני הפרסום העירוני ברחבי העיר, בחשיפת תכני הפרסום העירוני בין חלקי העיר באופן שוויוני ומיטבי.