



PREZYDENT MIASTA KRAKOWA

OR-03.0003.59.2015

Kraków, 28 STY. 2015

Pan
Ryszard Kapuściński
Radny Miasta Krakowa

W odpowiedzi na Pana interpelację w sprawie umowy z firmą AMS na wymianę wiat przystankowych, zgłoszoną na sesji Rady Miasta Krakowa w dniu 14 stycznia 2015 r., uprzejmie informuję.

Podpisanie w dniu 29 października 2014 r. umowy koncesji na montaż wiat było efektem prowadzonych przez Zarząd Infrastruktury Komunalnej i Transportu w Krakowie od 2013 r. działań mających na celu wyłonienie prywatnego inwestora, który z własnych środków będzie gotowy sfinansować zakup i montaż wiat na terenie Gminy Miejskiej Kraków w zamian za możliwość czerpania pożytków ze zintegrowanych z tymi wiatami gablot reklamowych. Wskazany powyżej model współpracy podmiotów prywatnych z gminami jest znany i stosowany od lat zarówno w Polsce, w największych miastach takich jak: Warszawa, Poznań, Wrocław, Gdańsk czy Katowice, jak i w miastach (różnej wielkości) w całej Europie. Model ten sprawdza się głównie z uwagi na fakt, iż zakup, montaż i późniejsze utrzymanie infrastruktury generuje ogromne koszty i mało którą gminę stać na tego typu wydatki. Z uwagi na stosowane w tego typu umowach „wynagrodzenie” dla strony prywatnej, które jest związane bezpośrednio z prowadzeniem działalności reklamowej, partnerami gmin są głównie (ZIKiT-owi nie jest znany inny przypadek) wyspecjalizowane podmioty działające w sektorze reklamowym. Również w Krakowie w końcu lat 90-tych został zastosowany opisany wyżej model biznesowy, czego efektem było podpisanie przez MPK SA w Krakowie dwóch umów (w 1998 r. z AMS SA na montaż ponad 800 wiat oraz w 1997 r. z Business Consulting Sp. z o.o. na 79 wiat), które funkcjonują na podobnych zasadach, tzn. podmiot prywatny finansuje montaż i późniejsze utrzymanie wiat w zamian za możliwość wykorzystywania gablot reklamowych.

Z uwagi na sukcesywne wygaszanie, począwszy od 2014 do 2029 r. terminów obowiązywania zapisów ww. umów, w tym wykorzystywania paneli reklamowych w poszczególnych wiatkach przez powyższe firmy oraz z uwagi na ich stan techniczny, w rozpisany postępowaniu o udzielenie koncesji proces wymiany wszystkich wiat objętych koncesją potrwa 15 lat. Poniżej przedstawiam opis postępowań poprzedzających podpisanie przedmiotowej umowy.

Pierwsze z postępowań (znak sprawy 4/XI/2013) pn. „*Koncesja na modernizację infrastruktury komunikacyjnej na terenie Gminy Miejskiej Kraków poprzez budowę wiat przystankowych, stacji i stojaków rowerowych oraz budowę toalet publicznych*” ogłoszone zostało w 2013 r i trwało do maja 2014 r. Do przedmiotowego postępowania zgłosiło się

trzech kandydatów (Adpol Sp. z o.o., Clear Channel Poland Sp. z o.o. oraz Ströer Polska Sp. z o.o.) i mimo prowadzenia długotrwałych negocjacji ze wszystkimi kandydatami, ostatecznie w wyznaczonym terminie nie wpłynęła żadna oferta. Rozbieżności pomiędzy stronami postępowania dotyczyły konieczności budowy toalet publicznych, ilości wiat przystankowych objętych umową koncesji oraz zakresu późniejszego utrzymania wybudowanej infrastruktury.

W związku z koniecznością wymiany infrastruktury przystankowej oraz budowy zadaszeń w lokalizacjach, w których do tej pory ich nie było, mając na względzie interes społeczny, w czerwcu 2014 r. zostało ogłoszone kolejne postępowanie (znak sprawy 2/VI/2014), dotyczące tym razem jedynie samych wiat pn. *„Koncesja na modernizację infrastruktury przystankowej poprzez wymianę wiat przystankowych oraz budowę zadaszeń w nowych lokalizacjach”*. Do nowego postępowania zgłosił się tylko jeden kandydat mimo, iż warunki udziału w obu postępowaniach były identyczne, a zakres ilościowy zadaszeń objętych koncesją został dostosowany do poziomu realnego do zrealizowania. Kandydatem tym była firma AMS SA, która jak wyżej wspomniano współpracuje z Gminą Miejską Kraków od kilkunastu lat. Negocjacje z ww. firmą, w ramach ponownego postępowania, były prowadzone od lipca do października 2014 r., a ich efektem jest porozumienie dotyczące wymiany 519 wiat ujętych w postępowaniu koncesyjnym oraz montaż dodatkowych 100 zadaszeń na przystankach, na których aktualnie ich nie ma. To ostatnie pozwoli ZIKiT na realizację wpływających od wielu lat postulatów Rad i Zarządów Dzielnic, instytucji oraz pasażerów, dotyczących montażu wiat, które do tej pory nie mogły zostać pozytywnie rozpatrzone, z uwagi na brak środków na tego typu inwestycje w budżecie Miasta Krakowa. Powyższe powinno zostać dodatkowo spełnione w związku z tym, iż koncesjonariusz w ramach podpisanej umowy będzie miał również obowiązek wyremontować i postawić w lokalizacjach wskazanych przez koncesjodawcę określoną liczbę zdemontowanych wiat.

Okres, na który została podpisana umowa jest maksymalnym przewidzianym w postępowaniu i wynika z faktu, iż poniesiony przez koncesjonariusza nakład finansowy powinien się mu zwrócić. Okres obowiązywania umowy był również jednym z przyjętych w postępowaniu kryteriów oceny ofert (im krótszy zadeklarowany w ofercie, tym wyższa ocena), jednak z uwagi na to, iż był tylko jeden kandydat, z oczywistych względów nie był on „zmuszony” do jego skrócenia.

Odnosząc się do przedstawionych wyliczeń finansowych dotyczących hipotetycznych kosztów poniesionych przez AMS i ewentualnych zysków w ramach prowadzenia działalności reklamowej uprzejmie informuję, że wskazane przez Pana Radnego koszty wiaty (20 tys. zł netto) nie są zawyżone. Stosowane na terenie Krakowa od lat wiaty są odpowiednio wytrzymałej konstrukcji aluminiowej, a przybliżony koszt samej konstrukcji takiego zadaszenia, tj. słupy, dach, szyby, ławka, o typowych najczęściej spotykanych wymiarach dachu (2 x 6 m) wynosi właśnie ok. 20 tys. netto. Do tego należy dodać koszty pełnego wyposażenia wiaty w gabloty reklamowe, gabloty na rozkłady jazdy, kasetony na liniówki i nazwę przystanku oraz znak D15/D17 - wszystko w technologii podświetlanej LED. Wszystkie elementy wraz z demontażem istniejącej na przystanku wiaty i ewentualnym podłączeniem nowej do sieci elektrycznej mogą zwiększyć koszt realizacji nawet dwukrotnie.

Należy zaznaczyć, że wskazana kwota 20 tys. zł netto to koszt samej konstrukcji wiaty tzw. podstawowej, najczęściej spotykanej, których w ramach koncesji powstanie najwięcej. Koszty konstrukcji wiat typu stylowa/stylizowana (60 sztuk w ramach koncesji w lokalizacjach w ścisłym centrum w zabytkowej części Krakowa) czy premium (minimum

100 nowoczesnych wiat o wysokim standardzie estetycznym) są znacznie wyższe; np. te ostatnie są około dwukrotnie droższe od podstawowych. Dodatkowo koncesjonariusz ma obowiązek, oprócz wymiany 519 wiat, zakupić i zamontować wspomnianych wyżej 100 wiat tzw. dodatkowych. Tego typu zadania powinny być tańsze od wiat aluminiowych, z uwagi na zastosowanie w nich m.in. konstrukcji stalowej i mniejsze wymiary.

Mając na uwadze jedynie same koszty zakupu i montażu wiat można oszacować, iż łączny koszt poniesiony przez koncesjonariusza będzie wynosił ok. 17 000 000 zł netto. Do tego należy doliczyć koszty ponoszone przez koncesjonariusza na utrzymanie wszystkich wiat wyposażonych w gabloty reklamowe oraz partycypację w utrzymaniu peronów przystankowych, który to koszt dla całego okresu trwania koncesji wyniesie ponad 20 000 000 zł netto. Z powyższego wynika, iż szacunkowe łączne środki, jakie należałoby zainwestować w infrastrukturę przystankową w ramach koncesji wyniosą ponad 37 000 000 zł netto.

W kwestii przedstawionego przez Pana Radnego hipotetycznego zysku koncesjonariusza z tytułu prowadzenia działalności reklamowej uprzejmie informuję, że podana kwota zakłada „czysty zysk” dla koncesjonariusza, najprawdopodobniej bez uwzględnienia jakichkolwiek kosztów dla prowadzącego działalność. ZIKiT nie posiada wiedzy na temat rzeczywistych kosztów ponoszonych przez firmę AMS SA w związku z prowadzeniem działalności reklamowej na wiatkach, jednak oczywistym jest, iż ceną jaką płaci według cennika statystyczny klient firmy reklamowej za to, iż jego reklama znajdzie się na wiacie nie jest kwotą, jaką ta firma zanotuje jako zysk. Jest to ewentualny przychód firmy, od którego należy jeszcze odjąć wszelkie ponoszone na wytworzenie danego produktu/usługi koszty i dopiero można szacować ewentualny zysk lub stratę. Nieprzypadkowo w inwestycje polegające na wyposażaniu gmin w tzw. „meble miejskie”, w tym głównie w wiaty, zaangażowane są największe firmy reklamowe z całej Europy, a nie np. firmy z innej branży, gdyż one są w stanie oszacować ewentualną opłacalność tak dużych i długotrwałych inwestycji. Teoretycznie Gmina sama mogłaby z własnych środków zakupić i postawić nowe wiaty i prowadzić na nich komercyjną działalność gospodarczą polegającą na wynajmowaniu powierzchni reklamowej, lecz taka sytuacja powoduje szereg problemów, z których główne to:

- konieczność angażowania znacznych środków z budżetu na zakup, montaż, utrzymanie wiat oraz prowadzenie na nich działalności reklamowej (koszty osobowe),
- brak doświadczenia ze strony gminy w zakresie działalności na ogólnopolskim czy wręcz europejskim rynku reklamowym, co spowodowałoby znacznie mniej przychodów z reklam, ewentualnie konieczność zatrudnienia wykwalifikowanych pracowników w tym zakresie, co z kolei zwiększa koszty osobowe.

W przypadku sprawdzonego modelu partnerstwa publiczno-prywatnego wszelkie koszty ponosi inwestor prywatny, który dodatkowo bierze na siebie ryzyko niepowodzenia w działalności gospodarczej i ponoszenie ewentualnych strat. Należy podkreślić, iż zgodnie z obowiązującym stanem prawnym nie ma żadnych przeszkód (oczywiście po uzyskaniu wymaganych uzgodnień i decyzji), aby dowolny podmiot zamontował w pasie drogowym konstrukcję wyposażoną jedynie w samoistny panel reklamowy typu CLP, taki jak na wiatkach, i czerpał z tego tytułu korzyści. Jednak mimo, iż koszty takiej inwestycji i jej późniejszego utrzymania byłyby nieporównywalnie mniejsze niż w przypadku budowy wiaty, a dodatkowo koszty opłat za zajęcie pasa drogowego liczone w takim przypadku po maksymalnej (nieobniżonej jak w przypadku wiat) stawce wyniosłyby jedynie ok. 150 zł miesięcznie to nie obserwuje się tego typu działań, nawet ze strony ww. firm reklamowych.

W sprawie plakatów reklamujących przedsięwzięcia Gminy Miejskiej Kraków, znajdujących się obecnie na niektórych wiatkach uprzejmie informuję, że są one bezpłatnie wywieszane przez firmę AMS SA w związku z podpisaną kilkanaście lat temu z Krakowskim Biurem Festiwalowym umową. AMS SA nie czerpie z tego tytułu żadnych pożytków. W związku z podpisaną w dniu 29 października 2014 r. umową koncesji interes Gminy Miejskiej Kraków w opisanym wyżej zakresie nie zostanie naruszony. Po pierwsze umowa KBF - AMS SA wciąż obowiązuje dla wiat objętych umową koncesji do czasu ich wymiany, a po drugie będzie istniała możliwość wywieszania plakatów KBF na wiatkach, które nie zostały objęte umową koncesji. W tej sprawie toczono są obecnie rozmowy pomiędzy zainteresowanymi stronami.

Jednocześnie informuję, że nie jest prawdą, iż na terenie Gminy Miejskiej Kraków można stawiać tylko wiatki wyprodukowane przez firmę Tejbrant Sp. z o.o. Producenta danego zadania wybiera wykonawca danej inwestycji, oczywiście w oparciu o wytyczne dotyczące parametrów wiatki określonych przez zamawiającego. Wytyczne te jednak nie wskazują konkretnego producenta. Wiatki firmy Tejbrant Sp. z o.o. są obecne w wielu miastach Polski i Europy i są najczęściej stosowane w Krakowie, ale wynika to z faktu, iż taki model został przyjęty kilkanaście lat temu przy współpracy pomiędzy MPK SA a AMS SA. Należy jednak nadmienić, że w ramach realizacji (trwającej w dalszym ciągu) inwestycji „Przebudowa linii tramwajowej na odcinku rondo Mogiłskie - al. Jana Pawła II - plac Centralny im. Ronalda Reagana wraz z systemem sterowania ruchem w Krakowie” zostały np. zamontowane wiatki innego producenta niż Tejbrant, a wykonawca opierał się na typowych wytycznych dla wiatki na terenie Krakowa.

z up. PREZYDENTA MIASTA

Tadeusz Trzmieł
Z-ca Prezydenta Miasta Krakowa

Otrzymują:

1. Adresat
2. Zarząd Infrastruktury Komunalnej i Transportu w Krakowie
3. Pełnomocnik ds. Ochrony Informacji Niejawnych
4. Biuletyn Informacji Publicznej
5. aa