

Kraków, 7 czerwca 2024 roku

Do
Aleksandra Miszałskiego
Prezydenta Miasta Krakowa
pl. Wszystkich Świętych 3-4
30-004 Kraków

Dotyczy: wiat przystanków komunikacji miejskiej w Krakowie

INTERPELACJA

Szanowny Panie Prezydencie,

W oparciu o art. 24 ust. 3 Ustawy o samorządzie gminnym z dnia 8 marca 1990 roku (Dz. U. 1990 Nr 16 poz. 95 z późniejszymi zmianami), zwracam się do Pana z interpelacją w następującej sprawie.

W Krakowie już wiele lat temu budowa oraz utrzymanie wiat przystankowych powierzone zostały na zasadach koncesji podmiotom prywatnym. Podpisywane w tym celu umowy mają charakter wieloletni – np. zgodnie z umową z 29 października 2014 r. (upublicznią w odpowiedzi na interpelację w poprzedniej kadencji) obowiązuje ona dla każdego przystanku przez 250 miesięcy, czyli prawie 21 lat, a czas ten liczony jest od momentu jego posadowienia. Wynagrodzeniem koncesjonariusza są przychody uzyskane ze sprzedaży powierzchni reklamowej w gablotach wiat przystankowych, na tzw. citylightach. Warto dodać, że po wejściu w życie uchwały krajobrazowej, która nie ogranicza w żaden sposób możliwości reklam na przystankowych citylightach, za to skutecznie wyeliminowała z przestrzeni miasta większość istniejących wcześniej powierzchni reklamowych, przede wszystkim na billboardach i tzw. siatkach – ta forma reklamy zewnętrznej istotnie zyskała na atrakcyjności.

Gmina Miejska Kraków nie ponosi zatem kosztów budowy i utrzymania przystanków (i stają się one po ustawieniu i odbiorze jej własnością). Jednak w opinii wielu mieszkańców koncesjonariusz – czyli wedle mojej wiedzy firmy AMS i AMS SERWICE (daw. Adpol Sp. z o.o.) – czerpie w wyniku umowy korzyści niewspółmierne do oszczędności, na jakie umowa koncesji pozwala w budżecie miasta.

Jak wynika z analizy dokumentów budżetowych z ostatnich lat (sprawozdania z wykonania budżetu miasta Krakowa za lata 2022 i 2023 oraz uchwała budżetowa na rok 2024), łączne koszty koncesjonariuszy w tych trzech latach to nieco ponad 10,5 mln zł. Pozwoliło to na posadowienie 119 wiat przystankowych, w roku bieżącym ma to być kolejne 20 sztuk, co daje łączną liczbę 139

przystanków. Zatem można szacować, że średni koszt budowy i posadowienia jednej wiaty przystankowej to około 76 tys. zł. Rzeczywisty koszt jest zapewne niższy, ponieważ umowa obejmuje także przenoszenie w nowe lokalizacje demontowanych „starych” wiat, które są w dobrym stanie, a także utrzymanie przystanków, przede wszystkim ich bieżące naprawy.

Najczęstsza postać montowanych na podstawie umowy koncesji przystanków to wiaty z minimum 4 segmentami na ścianie tylnej oraz z panelami bocznymi. Takim przystankom zwykle towarzyszą cztery powierzchnie reklamowe (dwa dwustronne citylighty) o powierzchni około 2 m² każda. Jak wynika z cenników firmy AMS, średnia cena wynajmu jednej takiej powierzchni na okres miesiąca to około 1 500 zł (kwota netto wyłącznie za wywieszenie plakatu, osobnym kosztem jest dla klienta jego druk), co – zakładając cztery powierzchnie ekspozycyjne – daje dla całego przystanku 6 tys. zł w skali miesiąca i 72 tys. zł w skali roku. Jest to zatem zysk porównywalny z kosztem stworzenia przystanku, co oznacza, że inwestycja „zwraca się” koncesjonariuszowi w 12 miesięcy. Podczas kolejnych (koncesjonariusz zgodnie z umową z 2014 roku może czerpać zyski z powierzchni reklamowej przez 250 miesięcy) przystanek więc przynosi niemal czysty zysk.

Oczywiście podmiot komercyjny ponosi również koszty. Zgodnie z umową „dokłada się” kwotą 25 zł netto miesięcznie (a przynajmniej tak wynika z umowy z 2014 roku) do sprzątania każdego przystanku – co zresztą wydaje się kwotą nieprzystającą do obecnych realiów. Odpowiada również za jego bieżące utrzymanie, w tym np. wymianę rozbitych szyb. Płaci też za bieżące zużycie prądu. Ma wreszcie obowiązek odprowadzania do miejskiej kasy opłaty za zajęcie pasa drogowego pod urządzenie reklamowe. Poważne wątpliwości – ze względu na skalę zysków z tej formy reklamy – budzą jednak w tym przypadku stawki opłat. Przystankowe citylighty mają tutaj własną kategorię – „Reklamy w formie plakatu informacyjno-ogłoszeniowego umieszczone na panelach zintegrowanych z wiatą przystanku komunikacji zbiorowej dla podmiotów, które na własny koszt wybudowały lub wybudują wiaty przystankowe” – i własne, dostępne wyłącznie koncesjonariuszom, stawki. To w zależności od kategorii drogi (gminna, powiatowa, wojewódzka, krajowa) od 10 do 13 groszy dziennie za 1 m² reklamy. Dla porównania analogiczna stawka dla słupów ogłoszeniowych, tzw. okrągłaków, to 76 groszy za metr. Przedsiębiorcy, którzy zamieszczą reklamę na wysięgniku zamocowanym do elewacji budynku, zapłacą już 1,60 – 1,75 złotych dziennie.

Wracając do przykładowego przystanku z dwoma dwustronnymi citylightami, koncesjonariusz zasili budżet miasta opłatą za zajęcie pasa drogowego pod te reklamy w wysokości około 400 złotych w skali roku.

Umowa koncesyjna z 29 października 2014 roku zawiera dodatkowo szereg korzystnych dla koncesjonariusza zapisów. Określa np. „teren ochronny” w promieniu 15 metrów od skraju wiaty przystankowej, gdzie Miasto nie udzieli innemu podmiotowi zgody na prowadzenie działalności reklamowej lub pokrewnej. Nie limituje liczby citylightów na danym typie przystanku, pozostawiając to późniejszym uzgodnieniom pomiędzy stronami umowy. W przypadku opóźnień w uzgodnieniach z innymi jednostkami na etapie przygotowania do budowy przystanku, Gmina

Miejska Kraków zgadza się wystąpić w roli wnioskodawcy w danej sprawie, aby przyspieszyć procedury. Z kolei gdyby Rada Miasta Krakowa „w sposób rażący” zwiększyła stawkę opłaty za zajęcie pasa drogowego, zmiana ta zostanie zrekompensowana stosownym obniżeniem opłaty za sprzątanie przystanków.

Podsumowując, przyjęta przez Gminę Miejską Kraków formuła budowy i utrzymania przystanków komunikacji publicznej w formie koncesji udzielonej prywatnemu podmiotowi budzi szereg wątpliwości, spośród których największa dotyczy ogromnych zysków, jakie dzięki temu czerpie komercyjna firma, a które być może mogłyby być udziałem Miasta za pośrednictwem jednej z jego jednostek. Mając na uwadze powyższe, zwracam się do Pana z następującymi pytaniami:

1. **Jakie umowy koncesji dotyczące infrastruktury przystankowej są obecnie w mocy? Proszę o podanie dla każdej umowy: nazwy koncesjonariusza, daty podpisania i terminu obowiązywania oraz przedmiotu umowy, w szczególności liczby wiat przystankowych, których dotyczy. Proszę także o udostępnienie treści obowiązujących umów wraz z ewentualnymi aneksami.**
2. **W jaki sposób udzielane były koncesje dotyczące wiat przystankowych, a przede wszystkim czy w pełni zachowane były zasady wolnego rynku i w postępowaniach brały udział inne niż AMS i spółka od niej zależna firmy? Według jakich kryteriów wybierane były podmioty, z którymi finalnie podpisywano umowy?**
3. **Jaka jest łączna liczba citylightów na wiatkach przystankowych zarządzanych obecnie przez koncesjonariuszy? Bardzo proszę o jak najbardziej precyzyjne i aktualne dane, w oparciu o opłaty za zajęcie pasa drogowego pobierane przez Zarząd Dróg Miasta Krakowa w szczególnym trybie, zarezerwowanym dla reklam umieszczonych na wiatkach przystankowych. W przypadku, jeśli nośniki należą do innych niż AMS S.A. podmiotów, proszę dodatkowo o ich wskazanie.**
4. **Czy rozważane jest podpisywanie kolejnych umów koncesyjnych na zasadach opisanych w interpelacji?**
5. **Czy zamierza Pan zlecić analizę prawno-ekonomiczną zmierzającą do oceny opłacalności tej formy budowy i utrzymania wiat przystankowych na terenie Krakowa? Analiza taka powinna w szczególności obejmować możliwość przejęcia praw i obowiązków koncesjonariuszy przez podmiot należący do Gminy Miejskiej Kraków.**

Z wyrazami szacunku,



Łukasz Gibała