



Prezydent Miasta Lublin



Plac Króla Władysława Łokietka 1, 20-109 Lublin, tel.: 81 466 2000, fax: 81 466 2001
e-mail: prezydent@lublin.eu, www.um.lublin.eu

NW-NP-I.0232.4.3.2012

Lublin, dnia 27 lutego 2012 r.

Pan Sylwester Tułajew
Radny Rady Miasta Lublin

Pan Mariusz Banach
Radny Rady Miasta Lublin

za pośrednictwem:

Pana Piotra Kowalczyka
Przewodniczącego Rady Miasta Lublin

W odpowiedzi na interpelację Państwa Radnych z dnia 1 lutego 2012 r. „w sprawie nieuzasadnionego zwiększenia kosztów administracji w MPK” uprzejmie wyjaśniam co następuje.

Potrzeba promocji komunikacji miejskiej w Lublinie wynika m.in. z wdrażania projektów inwestycyjnych w oparciu o środki unijne. Najistotniejsze z realizowanych projektów to:

- „Zintegrowany System Miejskiego Transportu Publicznego w Lublinie”,
- „Modernizacja infrastruktury przystankowej wraz z budową systemu informacji pasażerskiej dla poprawy jakości funkcjonowania komunikacji miejskiej w Lublinie”,
- „Modernizacja podstacji zasilających trakcję oraz wymiana taboru trolejbusowego” (realizowany przez MPK).

Powyższe projekty mają wpisane w zakresie realizacji zadania związane z promowaniem nowych rozwiązań w zakresie transportu publicznego.

W związku z tym, że projekty realizowane są przez różne instytucje, w umowie pomiędzy Gminą Lublin a MPK znajduje się zadanie postawione Spółce, określone jako „Wspieranie i promocja przewozu osób przez MPK we współpracy z ZTM”. Za realizacją zadania przez MPK przemawiają następujące argumenty:



- duża wiedza i doświadczenie w zakresie wykorzystania do celów promocyjno-marketingowych środków będących w dyspozycji Spółki – nadwozie pojazdów, nośniki elektroniczne w pojazdach, infrastruktura przystankowa, budynki, tablice reklamowe itp.,
- bezpośrednie zainteresowanie skutecznością działań mających wpływ na przychody z komunikacji zasilające budżet Miasta, z którego pochodzą środki na zapłatę za usługi przewozowe,
- posiadanie zaplecza technicznego niezbędnego do realizacji inicjowanych działań promocyjnych.

Działania promocyjne z wykorzystaniem pracowników Spółki wydają się być korzystnym rozwiązaniem również z ekonomicznego punktu widzenia. Wiele czynności związanych z przewidywanymi akcjami promocyjnymi może być prowadzona w trakcie wykonywania obowiązków związanych z utrzymaniem infrastruktury czy obsługą taboru. W efekcie promocja komunikacji miejskiej odbywać się będzie po minimalnych kosztach z użyciem własnych nośników oraz maksymalnie skutecznie docierając bezpośrednio do zainteresowanych czyli pasażerów oraz potencjalnych pasażerów.

Zatrudniony pracownik Spółki na stanowisku *specjalista ds. promocji transportu* będzie miał w zakresie obowiązków m.in. planowanie działań promocyjnych, koordynację i nadzór nad realizacją promocji, uzgadnianie działań z ZTM, współpracę z mediami i agencjami reklamowymi.

Wynagrodzenie osoby zatrudnionej na stanowisku specjalisty ds. promocji transportu ma charakter motywacyjny i jest w części uzależnione od wyników pracy, zaś suma gwarantowana to ok. 4.400 zł miesięcznie.

Pozostałe koszty związane z zatrudnieniem pracownika na przedmiotowym stanowisku nie różnią od kosztów dla innych stanowisk w MPK – są to koszty utrzymania biura.

Zarząd Spółki zapewnia, że zakres informowania radnych nie jest w żaden sposób ograniczany, a podczas prac komisji istnieje możliwość uzyskania informacji na każdy istotny temat bezpośrednio od Zarządu MPK, który jest obecny na wszystkich komisjach, na które zostaje zaproszony.

Środki przeznaczone na finansowanie zadań promocyjnych wynikają z zapisów budżetowych (realizacja projektów, cykliczne działania). Podkreślić należy, że podnoszone działania promocyjne nie powiększają sumy wydatków założonych w budżecie.