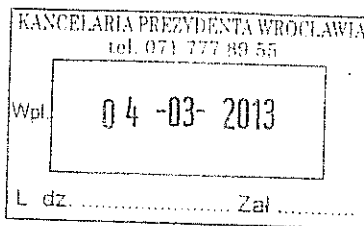


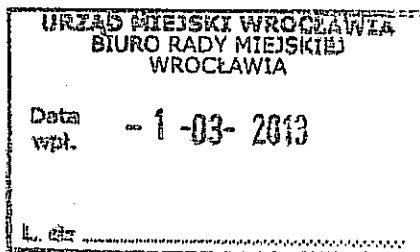
3 a/a



Wrocław, 01.03.2013

Iwona Dyszkiewicz

Radna Rady Miejskiej Wrocławia



Szanowny Pan

Rafał Dutkiewicz

Prezydent Wrocławia

INTERPELACJA

Szanowny Panie Prezydencie.

Zwracam się do Pana z prośbą o dokładną analizę usytuowania punktów dystrybucji (sprzedaży) biletów komunikacji miejskiej oraz zmianę polityki tej dystrybucji. Proszę też o przyjęcie do wiadomości i reakcję na liczne protesty mieszkańców dotyczące awaryjności urządzeń do sprzedaży biletów.

Wielokrotne moje próby rozmowy na ten temat i pytania do osób, odpowiedzialnych za komunikację miejską we Wrocławiu, pozostawały bez odpowiedzi, bądź to przedstawiane były jako niezasadne.

Mieszkańcy miasta i osoby przyjezdne skarżą się na system dystrybucji biletów, zaś zgłaszane awarie automatów, które pobierają opłatę, nie wydając biletu, są na porządku dziennym.

System sprzedaży biletów w autobusach czy tramwajach przy płatności wyłącznie kartą płatniczą lub Urbancard, jest pomysłem nie do końca sprawdzającym się, ponieważ nie ma obowiązku posiadania takich kart. Młodzież szkolna czy ludzie starsi niejednokrotnie nie mają karty płatniczej. Same automaty zaś (położenie i ilość – nawet w centrum miasta) – pozostawiają wiele do życzenia.

Bilety, sprzedawane w kioskach, były ogólnodostępne. Po podpisaniu umowy z Mennicą Polską i zmniejszeniu przez nią marży dla właścicieli kiosków z 8,5% do 2%, bilety z kiosków zniknęły, ponieważ ich właściciel nie podpisał z Mennicą umowy, ze względu na nieopłacalność przedsięwzięcia. Mimo protestów w 2011 roku, kontynuowano tak niekorzystną dla przedsiębiorców, mieszkańców i przyjezdnych, politykę dystrybucji biletów.

Wnoszę o przywrócenie sprzedaży biletów tradycyjnych w kioskach i punktach sprzedaży poprzez renegotiację niekorzystnej umowy z Mennicą Polską S.A. oraz niepodpisywanie umowy i nieprzedłużanie w aktualnej formie, po jej zakończeniu.

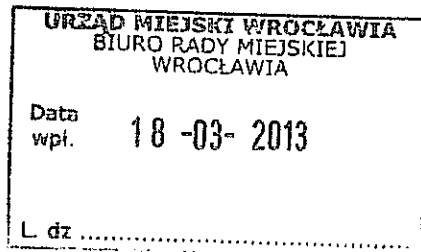
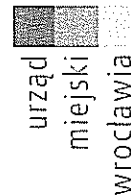
Z poważaniem

Iwona Dyszkiewicz

A handwritten signature in dark ink, appearing to be 'ID' followed by a stylized flourish.

3 a / a

Prezydent Wrocławia



Pani
Iwona Dyszkiewicz
Radna Rady Miejskiej Wrocławia

Wrocław, 14 marca 2013 r.

WTR-O.0003.3.2013.

Szanowna Pani Radna

W odpowiedzi na interpelację z dnia 1 marca br. uprzejmie informuję:

Do zmiany polityki dystrybucji biletów miejskiej komunikacji zbiorowej z „tradycyjnej” na obecny sposób Miasto przygotowywało się od roku 2006. W tym celu podjęło następujące działania dla wprowadzenia biletu elektronicznego :

1. w roku 2006, w trybie dialogu konkurencyjnego, przeprowadzono przetarg na „Wdrożenie i obsługę Wrocławskiej Karty Miejskiej”, który został unieważniony z powodu zaproponowania wynagrodzenia znacznie przekraczającego kwotę, którą przeznaczył na to zadanie Zamawiający;
2. w roku 2007 przeprowadzono postępowanie w trybie przetargu nieograniczonego również na „Wdrożenie i obsługę Wrocławskiej Karty Miejskiej”. Postępowanie zostało unieważnione w roku 2009 przez sąd;
3. 2 grudnia 2009 r., w wyniku postępowania o udzielenie zamówienia publicznego na „Świadczenie usługi sprzedaży biletów komunikacji miejskiej w ramach projektu Wrocławska Karta Miejska w trybie zamówienia z wolnej ręki na podstawie art. 5 ust. 1 i 2 w zw. z art. 66 ustawy z dnia 29 stycznia 2009 r. Prawo zamówień publicznych, Miasto podpisało umowę z Mennicą Polską S.A. Tym samym rozpoczął się proces zmiany sposobu dystrybucji biletów, który trwał od maja 2010 r. do 5 czerwca 2011 r.

Zmiana sposobu dystrybucji biletu z formy papierowej na formę elektroniczną była już zalecana w roku 2005 przez organy kontroli. Wtedy też kontrola przeprowadzona przez Najwyższą Izbę Kontroli wskazała, iż mankamentem funkcjonującego systemu w zakresie obrotu biletami komunikacji miejskiej jest m.in. duża liczba podmiotów prowadzących dystrybucję biletów (ponad 100). NIK uznał za celowe przyspieszenie prac nad wdrożeniem systemu sprzedaży biletów w oparciu o nowe technologie umożliwiające płatność zunifikowanym pieniądzem (biletem) elektronicznym za przejazdy komunikacją miejską.

Ponieważ wprowadzenie nowego modelu dystrybucji, poprzez wyłonienie go w trybie przetargu wymagało dłuższego czasu, postanowiono, iż do czasu zawarcia nowej umowy, będzie kontynuowany istniejący wówczas „tradycyjny” model dystrybucji biletów miejskiej komunikacji zbiorowej.

Dla zobrazowania sytuacji „tradycyjnej” dystrybucji biletów komunikacji miejskiej posłużę się danymi z lat 2008-2010:

Wydział Transportu
Dział Organizacyjny
ul. Gabrieli Zapolskiej 4; 50-032 Wrocław
tel. +48 71 77 88 80
fax +48 71 77 88 81
wtr@um.wroc.pl
www.wroclaw.pl

- liczba przedsiębiorców, z którymi Miasto miało zawarte umowy: 2008 – 76, 2009 – 73, 2010 – 70,
- liczba punktów sprzedaży (sklepy, kioski): ok. 1100, w tym pełną gamę biletów można było nabyć tylko w około 50 punktach,
- liczba automatów, w których można było nabyć bilety jednorazowe i czasowe tylko za odliczoną gotówkę: 140 - 160 szt.

Powyższy system dystrybucji miał mankamenty:

- punkty sprzedaży biletów, które zgodnie z zawartymi z Miastem umowami powinny mieć pełen asortyment nie posiadały wszystkich rodzajów biletów; ukłonem w stronę pasażera było „przyjęcie od niego zamówienia” i umożliwienie odbioru zamówionego biletu po dwóch dniach; mimo przeprowadzonych kontroli w tym zakresie przedsiębiorcy nie prowadzili pełnej sprzedaży (wynikało to w znacznej mierze z konieczności inwestowania własnych środków w bilety); dostępny był zazwyczaj tylko jeden rodzaj biletów: jednorazowe (ulgowe i normalne),
- kioski, punkty sprzedaży czynne w określonych godzinach (max. do godzin wieczornych),
- automaty biletowe sprzedawały tylko bilety jednorazowe i czasowe, płatność tylko za odliczoną gotówką (brak biletów okresowych, bez możliwości wydawania reszty);

Ten sposób dystrybucji nie zaspokajał potrzeb mieszkańców Wrocławia oraz uniemożliwiał rozwój systemu i wprowadzanie nowoczesnych technologii mających na celu m.in. zwiększenie punktów dostępu do biletów.

Temat ten był wielokrotnie poruszany w lokalnych mediach i oczekiwano, że Miasto podejmie działania zmierzające do poprawy tego stanu, a nowoczesne rozwiązania znajdą zastosowanie we wrocławskiej komunikacji zbiorowej.

Wraz z zawarciem w dniu 2 grudnia 2009 r. umowy rozpoczął się proces wdrażania nowoczesnych technologii, w tym nowych nośników biletów (URBANCARD Wrocławska Karta Miejska), a to z kolei umożliwiło uruchomienie nowych kanałów dystrybucji: strona internetowa, telefonia komórkowa oraz umożliwiło bezgotówkowe wnoszenie opłat za bilety komunikacji miejskiej.

Mennica Polska S.A., ponosząc w całości koszty, zbudowała i uruchomiła system Wrocławskiej Karty Miejskiej obejmujący m.in. wyposażenie teleinformatyczne oraz sieć sprzedaży, w skład której wchodzi:

- 100 terminali samoobsługowych umożliwiających zakup biletów każdego rodzaju (automaty zlokalizowane na ulicach, płatność kartą, gotówką, wydawanie reszty), dostęp całodobowy,
- terminale mobilne umożliwiające zakup biletów jednorazowych i czasowych oraz kodowanie biletów zakupionych przez internet (automaty zamontowane we wszystkich pojazdach Miejskiego Przedsiębiorstwa Komunikacyjnego Sp. z o.o.),
- min. 150 terminali obsługowych umożliwiających zakup biletów każdego rodzaju (automaty biletowe zainstalowane w Punktach Sprzedaży Biletów),
- system sprzedaży biletów jednorazowych i czasowych przez telefon, dostęp całodobowy,
- system sprzedaży biletów okresowych za pośrednictwem internetu, dostęp całodobowy.

Ponadto bilety jednorazowe i czasowe w tradycyjnej formie są do nabycia w ponad 400 punktach (kioskach, sklepach).

Obecny sposób dystrybucji biletów posiada łącznie około 1400 punktów, w których można nabyć bilet (nie obejmuje kanałów dystrybucji poprzez stronę WWW oraz telefonii komórkowej), czyli jest to znacznie więcej punktów sprzedaży niż w systemie tradycyjnej dystrybucji biletów ok. 1100 punktów.

Terminale samoobsługowe zostały zlokalizowane w głównych punktach komunikacyjnych (węzły przesiadkowe, duże osiedla). Ze względu na warunki

techniczne, nie wszędzie można postawić te urządzenia. W takich sytuacjach Miasto zwraca się każdorazowo z prośbą do Mennicy Polskiej S.A. o podjęcie współpracy z przedsiębiorcami prowadzącymi działalność handlową (sklepy, kioski) na terenach objętych zapotrzebowaniem.

Obecny system rozszerzył więc znacznie sieć punktów sprzedaży oraz wprowadził na szeroką skalę nowoczesne technologie. Zmiana taka pociągnęła również za sobą zmiany natury społecznej, tj. proporcjonalne zmniejszenie liczby osób niezbędnych do obsługi takiego systemu i zmianę struktury wynagrodzenia z tytułu sprzedaży. Jednocześnie podkreślić należy, że nowe technologie intensywnie wkraczają we wszystkie obszary naszego życia (telewizja naziemna: z analogowej na cyfrową, telefonia komórkowa wypierająca telefony stacjonarne, płatności elektroniczne, kasy samoobsługowe, eWUŚ, sposoby komunikacji) i nie da się tego uniknąć. Zadaniem Miasta jest więc dostosowanie do zmieniających się potrzeb i oczekiwań mieszkańców, przy zabezpieczeniu, w miarę potrzeb, tradycyjnych metod i rozwiązań. Proces ten musiał więc objąć również „tradycyjny” sposób dystrybucji biletów.

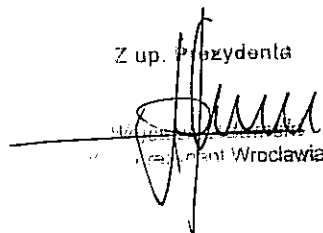
Głównym powodem awaryjności terminali samoobsługowych (automatów na ulicy) były akty wandalizmu. Mennica podjęła działania mające ograniczyć skalę tego zjawiska, takie jak:

- opracowanie i wdrożenie rozwiązań technicznych ograniczających możliwość dokonywania trwałych uszkodzeń (czujniki w kieszeni odbiorczej – wyłączenie automatu w przypadku włożenia przedmiotów innych niż pieniądze i karty, wyposażenie terminali w nakładki na wloty monet – eliminacja zapychania wlotów),
- zwiększenie liczby serwisantów obsługujących automaty na mieście z 10 do 18 osób,
- zwiększenie zapasów magazynowych części zamiennych na potrzeby serwisu we Wrocławiu (stok serwisowy 4-krotnie większy niż w przypadku projektu warszawskiego – np.: walidatory monet Warszawa 15 szt. dla 230 automatów, Wrocław 60 szt. dla 100 automatów),
- nawiązano ścisłą współpracę ze służbami miejskimi w zakresie prewencyjnych kontroli urządzeń (Służby Miejskie, Policja, Straż Miejska).

Wprowadzone rozwiązania techniczne mające na celu zabezpieczenie urządzeń przed uszkodzeniami mechanicznymi przyniosły oczekiwane rezultaty (obecnie średnia dzienna liczba niedziałających terminali samoobsługowych, szczególnie narażonych na dewastację, wynosi do 5-7 szt.). Wszelkie szkody finansowe poniesione przez pasażera z tego tytułu (zatrzymanie środków, brak biletu, inne) można reklamować bezpośrednio w Biurze Obsługi Klienta (można to zrobić również drogą elektroniczną), a ich zwrot może nastąpić osobiście lub na wskazane przez pasażera konto.

Korzystając z okazji chciałbym udzielić odpowiedzi na pytanie o koszty kampanii na reklamę projektu jakie zostały poniesione, otóż koszt kampanii marketingowej i reklamy nowego produktu jakim jest Wrocławska Karta Miejska URBANCARD wyniósł 1,13 mln zł i w całości został pokryty przez Mennicę

Mam nadzieję, że przedstawione powyżej wyjaśnienia zawierają informacje, które pozwolą zobaczyć złożoność zagadnienia i pełen wymiar dystrybucji biletów komunikacji miejskiej.

Z up. Prezydenta

Wrocław, 14.12.2011 r.
Prezydent Wrocławia

Do wiadomości:

1. Biuro Rady Miejskiej Wrocławia
2. Kancelaria Wiceprezydenta Wrocławia p. W. Adamskiego
3. a/a