

**Pani Kamila Stopczyńska
Radna Rady Miejskiej
w Stargardzie Szczecińskim**

Znak sprawy: TI.3.7015–7/4/2010

Data: 29.06.2010 r.

W odpowiedzi na interpelację z dnia 14.06.2010 r. w sprawie reklam umieszczonych na autobusach MZK uprzejmie informuję, że w dniu 18.06.2010 r. zwrócono się do Miejskiego Zakładu Komunikacji o przedstawienie stanowiska w tej sprawie.

Z uzyskanej odpowiedzi wynika, że reklamy umieszczone na powierzchni autobusów (w tym również na szybach) są w pełni zgodne z wymogami bezpieczeństwa w ruchu drogowym. Zgodnie z art. 66 ust. 1 pkt 5 ustawy z dnia 20 czerwca 1997 r. Prawo o ruchu drogowym (Dz. U. z 2005 r. Nr 108 poz.908 z późn. zm.), pojazd uczestniczący w ruchu (w tym autobus) ma być tak wyposażony i utrzymany, aby korzystanie z niego zapewniało dostateczne pole widzenia kierowcy. W przypadku autobusów MZK wymóg ten jest w pełni zachowany, a potwierdzeniem tego są badania techniczne dopuszczające autobusy do ruchu. Badania te wykonywane są co 6 miesięcy.

Ponadto stanowiąca nośnik reklamy folia, którą są oklejane szyby autobusów – jest folią „one way vision”. Folia ta pozwala na pełne widzenie i obserwację otoczenia z wnętrza autobusu (efekt lustra weneckiego). Jest to rodzaj reklamy „outdoorowej”, czyli reklamy zewnętrznej. Przepuszczalność światła w zależności od technologii jej wykonania waha się w granicach od 50 do 70 %. W opinii MZK efekt zmniejszenia przepuszczalności światła jest szczególnie pożądanym w okresie letnich upałów, gdyż zmniejsza nagrzewanie się wnętrza pojazdu. Uzyskanie niższej temperatury nie wymaga wtedy stosowania kosztownej i energochłonnej klimatyzacji.

Ograniczenie powierzchni reklamowej autobusów wyłącznie do powierzchni nieprzeszkłonych spowodowałoby utratę znacznej części klientów. Przychody z tego tytułu zmalałyby co najmniej o 50 %. Ponadto, czynnikiem przemawiającym za reklamami na folii „one way vision” jest to, że powierzchnia przeszklona autobusów niskopodłogowych stanowi około 60 % ich powierzchni całkowitej.

W odpowiedzi na pytanie o znaczenie wpływów z reklam na autobusach na kondycję finansową Miejskiego Zakładu Komunikacji informuję, że przychody z reklam za 5 miesięcy bieżącego roku wyniosły 64 837 zł, co stanowi 2,43 % przychodów własnych ogółem. W 2009 r. przychody wyniosły 150 900 zł.

Dla porównania, wpływy za 5 miesięcy bieżącego roku w 35 % pokrywają wzrost kosztów zakupu oleju napędowego w stosunku do porównywalnego okresu w 2009 r. (wzrost kosztów zakupu o 184 480 zł).

Otrzymują:

- 1) Adresat,
- 2) TI a/a.

Otrzymują do wiadomości:

- 1) Pan Sebastian Szwałik
Przewodniczący Rady Miejskiej
w Stargardzie Szczecińskim,
- 2) Biuro Prezydenta Miasta wm.