

ДО  
Г-Н ИВАН НИКОЛОВ  
ДИРЕКТОР НА ДИРЕКЦИЯ „ТРАНСПОРТ“  
СТОЛИЧНА ОБЩИНА

На Ваш № СОА23-ВК66-156/3//25.01.2023 г.

Относно: *Питане от общински съветници*

**УВАЖАЕМИ ГОСПОДИН НИКОЛОВ,**

В отговор на Ваше писмо, регистрирано в „Център за градска мобилност“ ЕАД с Вх. № 1073/25.01.2023 г. относно поставено питане до кмета на Столична община от общински съветници, регистрирано под № СОА23-ВК-66-156/1//19.01.2023 г., Ви предоставяме отговори на формулираните в питането въпроси:

**1. Каква е философията на тази промяна и какво я предизвиква?**

От м. май 2021 г. в обществения градски транспорт на територията на Столична община („СО“) функционира новата автоматизирана система за електронно таксуване и видеонаблюдение. Тя предвижда както нови електронни канали и методи на заплащане, така и възможност за анализ и оптимизация на тарифната политика на СО.

С Решение № 349 по Протокол № 35 от 24.06.2021 г. на Столичния общински съвет (СОС) е създаден Комитет за наблюдение на внедрената автоматизирана система за електронно таксуване и видеонаблюдение в обществения градски транспорт на територията на СО („Комитета“) от „Център за градска мобилност“ ЕАД. Сред задачите на Комитета са, както следва:

1. да разглежда предоставяните на „Център за градска мобилност“ ЕАД от изпълнителя на Системата предложения за оптимизация на бизнес процесите, свързани с издаване, продажби, дистрибуция и отчитане на продажбите на превозни документи;
2. да анализира постъпилите предложения и данни и предложи нова тарифна политика и промени в условията за пътуване с обществения транспорт на територията на Столична община;
3. изготви план за поетапно въвеждане на промените в тарифната политика и условията за пътуване с обществения транспорт на територията на Столична община;
4. да предложи проект за изменение на Наредба за реда и условията за пътуване с обществения градски транспорт на територията на Столична община.

Видно от Протокол № 10 от 31.05.2022 г. от проведена среща на Комитета единодушно се приема проекта на нова тарифна политика на СО като същата е изпратена в СОС съгласно писмо № СОА22-ВК66-6060/09.06.2022 г.

В резултат на работата на Комитета в СО бе изготвен проект на Наредба за изменение и допълнение на Наредбата на СОС за условията и реда за пътуване с обществения градски транспорт на територията на Столична община (**НУРПОГТСО**) с оглед единодушно приетата нова тарифна политика. Наредбата е приета с Решение № 539 на СОС от 21.07.2022 г. Сред основните ѝ нови положения са:

1. Опростяване на съществуващата тарифна политика чрез намаляване на броя на предлаганите превозни документи, стимулирайки по този начин гражданите към използването на дългосрочни превозни документи като най-изгодният начин за пътуване с обществения градски транспорт на територията на София;
2. „Център за градска мобилност“ ЕАД да бъде основен издател на превозни документи;
3. Въвеждане на изцяло нови дългосрочни и краткосрочни превозни документи като:
  - „билет 30 плюс“, позволяващ неограничен брой прекачвания в рамките на първите 30 минути от неговото валидиране;
  - „билет 60 плюс“, позволяващ неограничен брой прекачвания в рамките на първите 60 минути от неговото валидиране;
  - 24 часова карта за всички линии, включително нощен транспорт;
  - 72 часова карта за всички линии;
  - карта за календарна седмица с агрегация, включваща 5 поредни карти с агрегация;
  - младежка карта за младежи до 26 г.;
  - карта за родители, ползващи отпуск за отглеждане на дете до 2-годишна възраст;
  - възможност за разсрочено плащане на годишната карта за всички линии на 3 вноски;
  - годишна ученическа карта;
  - годишна студентска карта;
  - годишна младежка карта за младежи до 26 г.

Дългосрочните превозни документи като картата за младежи до 26-годишна възраст, на родители, ползващи отпуск за отглеждане на дете до 2-годишна възраст, годишна ученическа карта, годишна студентска карта, както и възможността за разсрочено плащане на 3 вноски на годишната карта за всички линии влезнаха в сила, считано от 01.09.2022 г. – § 48 от Наредбата за изменение и допълнение на НУРПОГТСО.

От м. септември до 08.01.2023 г. са продадени следните дългосрочни превозни документи от страна на „Център за градска мобилност“ ЕАД:

1. първа вноска за годишна персонализирана карта за всички линии – 9 138 бр.;
2. втора вноска за годишна персонализирана карта за всички линии – 1 734;
3. трета вноска за годишна персонализирана карта за всички линии – 152 бр.;
4. годишни студентски карти - 2 478 бр.;
5. годишни ученически карти – 5 835 бр.;
6. годишни младежки карти – 1 797 бр.;
7. карти на родители, отглеждащи дете до 2-годишна възраст – 4 550 бр.;
8. годишни карти за всички линии – 17 000 бр.

За м. декември 2022 г. приблизително 41% от хората, които пътуват с обществения градски транспорт на територията на Столична община използват годишни карти. В сравнение за същия период на 2021 г. този дял е 37%, а за през 2020 г. – 35%.

Общият брой на продадените персонализирани годишни карти за всички линии над 42 000 бр. От своя страна, това представлява ръст с 34% спрямо 2021 г. и дори надхвърля с 1 000 бр. броят на продадени карти през 2019 г. като последна година преди пандемията от COVID-19. В тази връзка приетите промени в тарифната политика на София, приети с Решение № 539 на Столичния общински съвет от 21.07.2022 г., са положителни с оглед на стимулиране на гражданите на София към използването на дългосрочните превозни документи.

Краткосрочните превозни документи като билетите „30 плюс“ и „60 плюс“, 24-часова, 72-часова карта и седмичната карта влезнаха в сила, считано от 01.01.2023 г. съгласно § 49 от Наредбата за изменение и допълнение на НУРПОГТСО. Следва да се отбележи, че посочените краткосрочни превозни документи позволяват на гражданите повече да пътуват с обществения градски транспорт, тъй като билетите „30 плюс“ и „60 плюс“ позволяват неограничен брой прекачвания в рамките на 30 минути, респ. 60 минути след тяхната валидация, а последната извършена валидация в рамките на 30 минути, респ. 60 минути предоставя възможност пътникът да завърши своето пътуване без ограничение във времето, до края на маршрута – чл. 11, ал. 6 и 7 НУРПОГТСО. В тази връзка следва да се посочат следните данни за продажби на новите краткосрочни превозни документи от страна на „Център за градска мобилност“ ЕАД, считано от началото на 2023 г. към 11.01.2023 г., както следва:

- заредени са над 119 264 бр. билета „30 плюс“;
- заредени са 5 327 бр. билета „60 плюс“;
- 2 200 бр. дневни карти;
- 53 000 бр. валидирани билети за еднократно пътуване, продавани от водача на превозното средство.

Данните са показателни за по-големия интерес към използването на билета „30 плюс“ с прекачване. Този вид краткосрочен превозен документ може да бъде зареден както на безконтактна смарт карта, така и на безконтактна банкова карта, което го прави изключително предпочитан с оглед на бързия начин на неговото закупуване.

На следващо място, с изключителна популярност се ползва от гражданите възможността да валидират своето пътуване с платежна карта с безконтактен интерфейс или посредством друго устройство за безконтактно заплащане – смарт часовници, смартфони и др. Единичното пътуване, реализирано с банкова карта или друго устройство за безконтактно плащане има характеристиките на закупуване на времеви билет „30 плюс“ с прекачване. В тези случаи при две успешни валидации в рамките на деня при третото съответно валидиране, пътникът ще бъде таксуван като с дневна карта за стойност от 4,00 лв. Само за месец декември 2022 г. са реализирани над 1 000 000 бр. пътувания с безконтактни банкови карти, а за периода 01-11.01.2023 г. са реализирани над 230 000 бр. единични пътувания с банкови карти и други устройства за безконтактно плащане. Имайки предвид по-гореизложените данни, може да се обобщи, че за първите 10 (десет) дни на 2023 г. от влизането в сила на новите краткосрочни превозни документи в тарифната политика

на Столична община са продадени от страна на „Център за градска мобилност“ ЕАД над 350 000 бр. времеви билети.

Необходимо е да се посочи, че с приетия нов проект на тарифна политика на СО се предвиди отпадането от 01.01.2023 г. продажбата на някои дългосрочни превозни документи като картата за една линия за наземен транспорт и картата за метро – по редовна тарифа и по преференциална тарифа от ученици.

Средномесечният брой потребители, ползващи карти за 1 линия наземен транспорт или метро средномесечно за 2022 година са 35 388, което е 10,4% от всички пътуващи с дългосрочни превозни документи (1 месец и повече).

Пътуванията с карти за 1 линия наземен транспорт или метро за месец декември 2022г. възлизат на около 3,5% от всички пътувания с обществения транспорт на територията на Столична община (включително и пътуванията с краткосрочни превозни документи - билети, еднокдневни и тридневни карти).

Линиите на наземния транспорт, за които са издадени най-много карти за второто полугодие на 2022 г. подредени в низходящ ред са, както следва:

1. Автобусна линия № 204
2. Трамвайна линия № 7
3. Трамвайна линия № 22
4. Трамвайна линия № 20
5. Трамвайна линия № 5
6. Тролейбусна линия № 2
7. Тролейбусна линия № 1
8. Трамвайна линия № 27
9. Автобусна линия № 83
10. Автобусна линия № 76
11. Тролейбусна линия № 5

Предвид факта, че с абонаментна карта, издадена за определена линия може да се пътува с всички превозни средства в участъците на линиите, в които маршрутите им съвпадат, то картите за тези 11 линии реално могат да бъдат ползвани и по други линии със съвпадащи маршрути, като например:

- Автобусна линия № 204 има общ маршрут в определени участъци с 24 други линии;
- Трамвайна линия № 7 има общ маршрут в определени участъци с 18 други линии;
- Трамвайна линия № 22 има общ маршрут в определени участъци с 8 други линии;
- Трамвайна линия № 20 има общ маршрут в определени участъци с 16 други линии;
- Трамвайна линия № 27 има общ маршрут в определени участъци със 17 други линии.

От друга страна, цената на месечната карта за 1 линия в размер на 23.00 лв. е въведена на 01.07.2008г., а цената от 35.00 лв. за метро от 01.09.2012г. По данни на НСИ за Столична община, средната месечна заплата през 2008 г. е в размер на 754,50 лв., а през 2012 г. е 1 004,92 лв. За сравнение, по данни на НСИ, средната брутна месечна заплата на наетите лица по трудово и служебно правоотношение за Столична община за септември 2022 г. възлиза на 2 423 лв.

След влизането в сила на новите дългосрочни превозни документи в СО и СОС постъпила множество жалби и оплаквания против отпадането на месечната карта за една линия наземен транспорт и метро на редовна и преференциална тарифа. В тази връзка с Доклад № СОА21-ВК66-10032-(20)/20.01.2023 г. от Председателя на СОС - Георги Георгиев и Грети Стефанова – общински съветник е предложено приемане на Наредба за изменение и допълнение на Наредбата за реда и условията за пътуване с обществения градски транспорт на територията на Столична община, с което се въвеждат отново на картата за една линия наземен транспорт по редовна тарифа на цена от 23,00 лв. (персонифицирана), 28,00 лв. (неперсонифицирана); на месечна карта само за метро на цена от 35,00 лв. (персонифицирана), 42,00 лв. (неперсонифицирана), както и на ученическата карта за една линия (наземен транспорт) или метро на цена от 9,00 лв.. По този начин до голяма степен би се постигнало заложените цели в новата тарифна политика на СО, а именно:

1. задоволяване на транспортните потребности на гражданите;
2. повишаване на привлекателността на градския транспорт;
3. увеличаване на броя на пътниците;
4. повишаване на удобството на услугите на масовия градски транспорт на СО.

## **2. Какви са предимствата на новата електронна система за градски транспорт и какви ползи има тя, пред старата тарифна политика?**

Следва да бъде правена разлика между електронна система таксуване за градски транспорт и тарифна политика. Електронната система за таксуване е само инструментариум, който позволява на СОС да прилага нова и иновативна за Столична община тарифна политика като: билети, позволяващи прекачване; използването на pay-as-you-go (банкови карти за заплащане на пътуването в превозните средства и на бариерите в метростанциите); електронни услуги за закупуване на превозни документи; таксуване на пътниците с банкови карти по най-изгодната тарифа чрез дневна и сермична агрегация и т.н. От друга страна електронната система за таксуване, оптимизира бизнес процесите, свързани с издаване, продажби, дистрибуция и отчитане на продажбите на превозни документи, което води до повишаване на качеството и удобството при ползването на обществения транспорт.

## **3. Защо нямаше мащабна информационна кампания за гражданите, какво отпада и какво се въвежда като превозни документи и как това, ще повлияе на джоба на всяко семейство?**

„Център за градска мобилност“ ЕАД разработи и реализира активна кампания (включваща маркетинг, информационна, рекламна и медийна кампания) свързана както с въвеждането на нови, така и с отпадането на някои стари превозни документи. Кампанията, с условно название “Нови превозни документи“, беше разделена на две фази.

Първата стартира от 1.09.2022 г. и нейната основна задача беше да се популяризира въвеждането на новите превозни документи и да се създаде убеденост в гражданите, че имат повече и по-изгодни възможности при използването на обществения транспорт. Акценти в кампанията:

- а) нова възможност за разсрочване на годишната карта на 3 вноски;

- б) нова карта за младежи до 26 годишна възраст;
- в) нова годишна карта за ученици и студенти;
- г) нова карта за родители, ползващи отпуск за гледане на деца до 2 год.
- д) продължаване на кампанията за валидиране чрез безконтактна банкова

карта

Резултатите са показателни, тъй като благодарение на кампанията, за периода до края на годината, бяха закупени близо 8 000 годишни карти с възможност за разсрочване, 30 000 месечни младежки карти, а валидациите с банкова карта достигнаха 600 000 броя на месец.

По време на кампанията бяха създадени видео и аудио клипове, насочени към популяризирането на някои от новите превозни документи. Изработени бяха следните видеа, които се излъчват на екраните на „Метрополитен“ ЕАД, „Столичен Електротранспорт“ ЕАД и през каналите на ЦГМ:

- а) видео презентация с всички видове нови превозни документи;
- б) видео клип, рекламиращ новата картата за младежи до 26 години.

Аудио спотове, представящи всички нови карти и билети, се излъчваха в различни радиа, сред които Дарик радио и групата радиа на ФМ+.

На 30 броя ситилайтове по спирките на градския транспорт бяха представени новите превозни документи, чрез специално изготвени визии. Брандирани бяха и 15 броя спирко-навеси на основни локации в града. Във всички пунктове за продажба и офиси на ЦГМ бяха поставени банери, флаери и плакати с информационни материали и рекламни визии на новите превозни документи.

Във всички основни медии (радио, телевизия, информационни сайтове) своевременно се предоставяше информация за настъпилите промени. Беше публикувано прессъобщение, информация на сайта на ЦГМ, ФБ и сайта на Столичната общината за новите документи, които влизат в сила от 1 септември. През първата седмица бяха дадени интервюта по националните медии, както и радиоинтервюта по Дарик радио, bTV радио, Хоризонт, радио София, БТА, 24 часа, Дир.бг. и множество сайтове. Преди старта на учебната година в университетите и училищата, кампанията беше подновена с информации и кратки интервюта, насочени към съответната целева група.

„Център за градска мобилност“ ЕАД информира някои свои корпоративни партньори и ги привлече към кампанията. Използвани бяха и различни инициативи в София, като районни празници и фестивали, концерти и културни събития, на които дружеството участва със свой шанд и представи своите нови продукти. Такива събития бяха участието в празника на район Банкя, на район Овча Купел, Sofia Christmas Fest, Sofia Summer Fest.

Новите продукти на „Център за градска мобилност“ ЕАД се споделят през различни фейсбук групи, сред които „Забелязано в София“, ФБ групи на различни столични райони, както и през профилите на водещи журналисти. Постепенно се разширява и групата от външни говорители, които представят по свой начин посланията на дружеството за използването на обществения транспорт.

Втората фаза на кампанията стартира в началото на декември 2022 година и ще продължи до месец май 2023 година. Тя е насочена към популяризирането на превозни документи, влизащи в сила от 01.01.2023 г., както и към информиране на клиентите за отпадането на други. Акценти на втората фаза:

- а) нови билети с прекачване 30 плюс и 60 плюс;
- б) нова карта за 24 или 72 часа;
- в) въвеждане на задължителна валидация;

- г) нова седмична карта с два безплатни дни;
- д) отпадане на различни месечни карти за една линия;
- е) отпадане на 3 и 6 месечните карти;
- ж) отпадане на хартиения билет;
- з) нови възможности на услугата „Паркирай и пътувай“.

Във тази връзка, беше продължено изработването на визии, издържани в приетите през първата фаза стил, послания и дизайн. Те се използват както за директни послания към потребителите на услугите на обществения транспорт, така и за привличането на нови клиенти.

Освен изработването на флаери с всички нови продукти, беше изготвена и брошура с кратка информация за всички видове нови превозни документи. Печатните материали се разпространяват във всички каси и бюра на ЦГМ, Метрополитен и скоро ще бъдат достъпни е във фронт офисите на районните администрации.

Бяха изготвени следните видеа:

- а) видео клип на тема „Нови превозни документи“;
- б) графичен клип на тема „Валидирай се!“

Видеосъдържанието се излъчва на ФБ страницата на ЦГМ, на мониторите в Метрополитен и в превозните средства на Електротранспорт.

Кампанията в медия пространство продължи с нов акцент в началото на декември, като се представиха пред всички национални медии новите продукти, които влизат в сила от 1 януари 2023 година. Бяха дадени поредица от интервюта, както и бяха направени демонстрации пред медиите на новите електронните билети с прекачване 30 плюс и 60 плюс. Представени бяха данни за продажбите на новите и на познатите до момента документи. Представители на „Център за градска мобилност“ ЕАД участваха както в сутрешните блокове на националните медии, така и в специални предавания, в които дадоха информация за промените и отговориха на въпросите на медиите и обществеността. Към настоящия момент ЦГМ продължава с активна комуникация към медиите, като участва в различни медия формати и предавания, за да достигне информацията до най-много потребители.

Основно място в кампанията заема и дигиталният маркетинг чрез Facebook. Обобщените резултати от кампанията във ФБ към момента са:

- достигнати уникални потребители до момента - **405 320**;
- рекламни импресии (показвания на рекламата) - **929 146**;
- кликове на рекламата - **28 075**;
- средно насищане на показванията на един потребител - **2,29** (тук се гони 3,5+ за цялата кампания);
- ангажирания със страницата в резултат на кампанията (лайкове, коментари, шерване) - **5 620**.

Общите резултати за страницата за последните 28 дни са:

- общ уникален рийч (достигнати уникални потребители за момента от съдържание публикувано от ЦГМ) - **393 494 - 381% повече от предния 28-дневен период**;



- ангажирания със страницата - **78 015 - 212% повече** от предния 28-дневен период;
- нови лайкове - **361 - 149% повече** по предния 28-дневен период;
- нови последователи - **583 - 182% повече** по предния 28-дневен период;
- разглеждания на страницата - **11 450 - 155% повече** по предния 28-дневен период.

Обновена е интернет страницата на „Център за градска мобилност“ ЕАД, като е включена нова подстраница с графични изображения на всички нови превозни документи и с кратка информация за всеки един от тях. Има и специална секция, касаеща всички отпадащи карти и билети.

С уважение,

**ДИМИТЪР ДИЛЧЕВ**  
Изпълнителен директор



**ИВАН АНТОВ**  
Председател на Съвета на директорите