

Gorzów Wlkp., 9.01.2020 r.

BNW-003.3.2020.BN

*Sebastian Pieńkowski*  
09 01. 2020

**Pan  
Sebastian Pieńkowski  
Radny Rady Miasta Gorzowa Wlkp.**

W nawiązaniu do Interpelacji Nr 64/2019, zgłoszonej w sprawie funkcjonowania CSR „Słowianka” Sp. z o. o., poniżej przedstawiam odpowiedzi na zadane przez Pana pytania:

1. Jaki był wynik finansowy netto z działalności CSR „Słowianka” Sp. z o. o. w latach 2013 – 2019 w zł w podziale na każdy rok?
  - 2013 (-) 702.183,41 złotych
  - 2014 (-) 445.545,05 złotych
  - 2015 (-) 705.037,45 złotych
  - 2016 (-) 214.642,13 złotych
  - 2017 (-) 496.295,13 złotych
  - 2018 (-) 410.143,97 złotych
  - 2019 na dzień sporządzenia odpowiedzi nie jest możliwe ustalenie wyniku, ponieważ trwają jeszcze czynności dotyczące zamknięcia roku, (naliczanie wynagrodzeń za m-c grudzień , wpływają jeszcze faktury od dostawców za grudzień 2019) zgodnie z Ustawą o Rachunkowości zamknięcie ksiąg następuje do 31 marca 2020.
  
2. Jakie były przychody roczne w latach 2013 – 2019 w zł w podziale na każdy rok?
  - 2013            6.284.971,58 złotych
  - 2014            6.833.064,07 złotych
  - 2015            6.902.943,73 złotych
  - 2016            7.662.597,56 złotych
  - 2017            7.748.945,74 złotych
  - 2018            8.144.302,31 złotych
  - 2019 na dzień sporządzenia odpowiedzi nie jest możliwe ustalenie wyniku, trwają jeszcze prace związane z rozliczeniem sprzedaży
  
3. Jak wygląda współpraca ze sponsorami, najemcami, ilu ich mamy obecnie i jakiej wysokości przychody w zł są obecnie z tego tytułu? Czy rok do roku jest to

tendencja rosnąca czy malejąca, jeśli chodzi o wysokość przychodów i liczbę sponsorów, najemców?

Spółka CSR „Słowianka” jako spółka prawa handlowego nie posiada żadnych sponsorów. Jednym z zewnętrznych źródeł finansowania są dotacje udzielone przez Ministerstwo Sportu do nakładów inwestycyjnych, jakie spółka zamierza lub zamierzała przeprowadzić (remont zaplecza szatniowego i modernizacja wentylacji), bankowe kredyty inwestycyjne oraz środki na realizację programów zleconych przez Miasto Gorzów – Powszechna Nauka Pływania i Rehabilitacja i Odnowa Biologiczna Osób Niepełnosprawnych. Spółka pozyskuje również sprzęt sportowy od Polskiego Związku Pływackiego (liny torowe, boisko do piłki wodnej). W ramach XXV Olimpiady Młodzieży pozyskano z Lubuskiej Federacji Sportu nagłośnienie.

Jeżeli chodzi o najemców na obiekcie, to tendencja jest stała i związana z długoletnimi umowami najmu z dotychczasowymi najemcami, którzy od wielu lat prowadzą swoją działalność na obiektach CSR „Słowianka” (siłownia, Capri Day SPA, restauracja, kręgielnia). W tym zakresie czynsz jest bądź waloryzowany każdego roku, bądź ustalany na nowo – w razie zakończenia umowy najmu i podpisywania jej na nowy okres.

W ofercie Centrum Sportowo - Rehabilitacyjnego Słowianka” Sp. z o.o. znajduje się również sprzedaż powierzchni reklamowych na obiektach Spółki.

Klienci „Słowianki” mogą korzystać między innymi z następujących nośników i miejsc reklamowych:

- Reklama wielkoformatowa umieszczona na elewacji budynku (kompleks basenów), – powierzchnia do 117 m<sup>2</sup>,
- Reklama elektroniczna (plansza lub film/spot reklamowy) emitowana na ekranie LED na basenie olimpijskim,
- Konstrukcja reklamowa umieszczona w holu głównym kompleksu basenów lub lodowiska,
- Rollup umieszczony w holu głównym kompleksu basenów lub lodowiska,
- Jednostronny baner reklamowy umieszczony między przęsłami na basenie sportowym o powierzchni 9 m<sup>2</sup>,
- Dwustronny baner reklamowy umieszczony nad płytą lodowiska o powierzchni 12,1 m<sup>2</sup>,
- Reklama umieszczona na bandach lodowiska,
- Plakaty reklamowe umieszczone w holu głównym basenów lub lodowiska,
- Naklejki reklamowe umieszczone w strefie suszenia oraz w szatniach basenowych.

Taras przed kompleksem basenów:

- jednostronny lub dwustronny baner reklamowy umieszczony między przęsłami,
- ekspozycja samochodu lub konstrukcji reklamowej.

4. Proszę podać liczbę osób korzystających z obiektów spółki w latach 2013 – 2019 w podziale na dany rok oraz w podziale na lodowisko i basen. Jakie są czynione przedsięwzięcia, by zwiększyć liczbę odwiedzających i czy przynosi to wymierne efekty?

Wejścia indywidualne, karnety, bilety zakładowe – bez programów miejskich (Powszechna Nauka Pływania oraz Rehabilitacja i Odnowa Biologiczna Osób Niepełnosprawnych):

ROK	BASEN	LODOWISKO
2013	330 281	42 479
2014	334 315	53 004
2015	349 949	51 419
2016	369 474	52 211
2017	372 303	51 879
2018	384 074	54 266
2019	393 405	52 897

## ILOŚĆ DZIECI KORZYSTAJĄCYCH W RAMACH PROGRAMU PNP

2013	53 403
2014	51 448
2015	68 068
2016	70 478
2017	48 731
2018	45 414
2019	48 902

## ILOŚĆ OSÓB NIEPEŁNOSPRAWNYCH

Liczba osób niepełnosprawnych utrzymuje się na stałym poziomie wejść wynoszącym około 23 tysiące osób rocznie. Liczba ta jest uzależniona od wartości kwoty przeznaczonej na wejścia dla osób niepełnosprawnych co roku ustalonej przez Miasto Gorzów Wlkp. Każdego roku limit jest wyczerpywany, co oznacza, że istnieje potrzeba realizacji programu. W ramach tego programu, oprócz indywidualnych osób z orzeczeniem o niepełnosprawności z obiektu korzystają gorzowskie szkoły specjalne, stowarzyszenia działające na rzecz osób niepełnosprawnych, weterani wojenni (program pilotażowy) oraz organizowane są olimpiady specjalne na lodowisku.

Liczba klientów CSR „Słowianka” od lat wzrasta, jednak osiąga już maksymalne obciążenie obiektu. Stale rosnąca ilość sportowców trenujących w klubach, przyjmowanych na stawkach niekomercyjnych powoduje zmniejszenie powierzchni dla klientów indywidualnych przy zachowaniu odpowiednich możliwości technicznych oraz zasad bezpieczeństwa dla liczby osób przebywających na obiekcie. Zwłaszcza w okresie tzw. godzin szczytu obiekt jest wykorzystywany maksymalnie i dotyczy to zarówno basenu jak i lodowiska.

Podejmowane działania marketingowe mają za zadanie wypełniać przede wszystkim okresy wakacyjne oraz godziny o mniejszej frekwencji (codzienne poranne, piątki – etc). Klienci zachęcani są do korzystania z obiektów w godzinach o mniejszej popularności m.in. poprzez niższą cenę wejścia na basen, akcje promocyjne – etc. Jednak pomimo faktu, iż w godzinach najpopularniejszych stawka jest wyższa, wówczas wyższa jest również frekwencja a zmniejszenie cen w okresie pozaszczytowym nie powoduje znacznego zwiększenia frekwencji w tym okresie. Oznacza to, że cena w okresie szczytowym nie jest przeszkodą dla ilości osób korzystających z obiektu.

Lodowisko również w okresach szczytowych osiąga maksimum wejść, co ma odzwierciedlenie w dużym czasie oczekiwania na wejście na obiekt, ponieważ z powodu bezpieczeństwa ustalony jest limit korzystających w danym momencie z lodowiska. W okresie pozaszczytowym, pomimo niższej ceny i akcji promocyjnych często frekwencja jest także niska (okres szkolny, poranny – etc).

Zadaniem spółki publicznej jest stworzenie bazy sportowej dla naszych szkół w tym szkoły Mistrzostwa Sportowego, klubów sportowych, osób niepełnosprawnych, weteranów i organizacji pozarządowych korzystających z obiektu. Z tych obowiązków Spółka się wywiązuje, jednakże ma to wpływ na ilość wejść klientów indywidualnych.

Rokrocznie spółka jest areną najważniejszych wydarzeń pływackich i piłki wodnej promując Słowiankę ale przede wszystkim Miasto przez sport.

Obok miasta Gorzów spółka jest największym sponsorem wszystkich działań sportowych związanych z obiektami basenu i lodowiska. Honorowana jest karta ogólnopolska i miejska

dotyczącą rodzin, seniorów. Spółka nie otrzymuje żadnego wsparcia finansowego z zastosowanych obniżek, co wpływa na obniżenie wyniku finansowego.

5. Ile osób musiałoby korzystać z usług spółki, by osiągnąć dodatni wynik finansowy?

Korzystający z basenu dzielą się na kilka kategorii:

- wejścia indywidualne (w tym bilety jednorazowe, karnety, karty Multi Sport i inne),
- wejścia sportowców,
- niepełnosprawni,
- Powszechna Nauka Pływania,
- Szkoły,
- Uczelnie,
- Stowarzyszenia.

Programy wynikające z Powszechnej Nauki Pływania oraz wejść niepełnosprawnych realizowane są w pełni. To oznacza, że zapotrzebowanie na korzystanie z programów miejskich jest duże i mieszkańcy miasta chętnie korzystają z tej formy finansowania wejść na obiekty sportowe.

Wejścia sportowców zwłaszcza w czasie tzw. godzin szczytu i rezerwacja torów pod treningi pływackie lub piłki wodnej powodują zmniejszenie powierzchni udostępnianej dla klientów indywidualnych. Zmniejszenie powierzchni dla klientów indywidualnych powoduje zmniejszenie atrakcyjności obiektu i zmniejszenie frekwencji w tej grupie osób, choć jak pokazują wyniki, frekwencja w tej grupie utrzymuje się na zbliżonym poziomie a w okresie szczytowym jest bliskie osiągnięcia maksimum.

Liczby wskazują, że ilość osób korzystających z obiektu jest duża i w dużej mierze wyczerpuje możliwości obiektu. To wskazuje na dużą popularność i chęć korzystania przez mieszkańców Gorzowa Wielkopolskiego z obiektów „Słowianki”. Jednak z uwagi na rozróżnienie grup docelowych oraz wartości osobowej trudno jest jednoznacznie odpowiedzieć na pytanie Pana Radnego dotyczące ilości osób, którzy „musieliby korzystać z usług spółki, by osiągnąć dodatni wynik finansowy”. Na tak postawione pytanie odpowiedź musiałaby sprowadzać się do zwiększenia podaży basenów w okresach szczytowych dla osób komercyjnych – gdzie wypełniony jest niemal maksymalnie oraz zwiększania frekwencji na korzystanie z obiektów poza godzinami szczytu – zwłaszcza w okresie wakacyjnym oraz godzinach porannych.

6. Ile osób jest zatrudnionych w ramach działalności spółki i jak wygląda tendencja zatrudnienia przez ostatnie 4 lata?

2016	61 osób	59,75 etatów	przec. 56,77
2017	56 osób	54,25 etatów	przec. 56,93
2018	53 osoby	51,75 etatów	przec. 53,32
2019	59 osób	58,25 etatów	przec. 55,29

7. Jakie są oczekiwane wyniki finansowe netto oraz przychody na rok 2020?

Wynik finansowy spółki z każdym rokiem nieznacznie się poprawia. Jednak koszty funkcjonowania każdego roku rosną zwłaszcza te niezależne od spółki - jak wzrost mediów, wynagrodzeń wraz z pochodnymi, czynione nakłady na generalne remonty (mimo pozyskiwania dofinansowania zewnętrznego). Czynione przez spółkę w ostatnim czasie niewielkie podwyżki cen biletów nie pokrywają wszystkich rosnących wydatków. Mając to na uwadze, spółka każdego roku podejmuje działania zmierzające do zwiększenia przychodów z działalności komercyjnej, zwiększenia otrzymywanego ze źródeł zewnętrznych dofinansowania do inwestycji oraz realizacji inwestycji nie tylko odtworzeniowych ale także

takich, które powodują zmniejszenie zużycia mediów (opomiarowanie ścieków, wydajniejsza wentylacja, zmiana oświetlenia – etc).

W tej sytuacji Prognoza spółki na rok obecny, w związku z pewną powtarzającą się każdego roku tendencją, nie może odbiegać w sposób znaczny od wyników osiągniętych w latach poprzednich, z tym zastrzeżeniem, że na wynik finansowy mają wpływ również kwestie nieprzewidziane. Do takich kwestii należy przede wszystkim wzrost kosztów energii elektrycznej czy też wzrost wydatków związanych z bieżącymi remontami, których wysokość znana jest dopiero po ustaleniu zakresu robót koniecznych do wykonania na dany rok. Często zakres robót prognozowanych jest niższy od zakresu i wartości robót, które trzeba wykonać aby obiekt utrzymać w ruchu. Szczegółowy plan finansowy spółka przyjmie do końca marca 2020 roku, z uwzględnieniem wszystkich zmian ustawowych, tj. wzrost płacy minimalnej wraz z pochodnymi, wprowadzenie Pracowniczych Planów Kapitałowych, konieczność zakupu nowych kas fiskalnych – podatek VAT; wzrost podatków lokalnych oraz planowany wzrost opłat za wywóz nieczystości.

W ostatnich latach koszt energii elektrycznej był następujący:

2013	806.235,70 złotych
2014	753.427,38 złotych
2015	802.104,80 złotych
2016	753.736,25 złotych
2017	742.783,88 złotych
2018	743.227,28 złotych
2019 – za 11 miesięcy	766.412,27 złotych (wartość pomniejszona tytułem korekty ceny za kWh za I półrocze w wysokości 195.529,78)

Jak widać z powyższego, koszt energii elektrycznej za 11 miesięcy jest wyższy, niż w roku 2018 pomimo zastosowanej bonifikaty ustawowej oraz przeprowadzonej inwestycji związanej z zastosowaniem nowocześniejszej i wydajniejszej wentylacji, o czym będzie mowa poniżej. W 2020 roku nastąpi kolejny wzrost cen energii elektrycznej – spółka dokonała wyboru dostawcy energii w przetargu nieograniczonym.

#### REMONTY

- 1/ 2015-2016 Remont zaplecza szatniowego wraz z remontami instalacji sanitarnych, technologicznych i elektrycznych
  - wartość inwestycji 680.791,00 zł.
  - wartość dofinansowania z Ministerstwa Sportu 216. 500,00 zł.
- 2/ 2019 rok - Modernizacja wentylacji
  - wartość inwestycji 2.191.222,36 zł.
  - wartość dofinansowania z Ministerstwa Sportu 1.036.600,00 zł. ( spłata części kredytu)
  - kredyt inwestycyjny na 10 lat 2.000.000,00
- 3/ 2019 rok - Wymiana świetlików ( skutki gradobicia) 19.732,48
- 4/ 2019 rok - Naprawa dźwigaru basenu sportowego i rekreacyjnego 42.287,50
- 5/ 2017 – 2019 -Wymiana mebli biurowych 46.540,61 zł. ( konieczność wymiany mebli z powodu braku miejsca do przechowywania dokumentów)

Według wyliczeń wewnętrznych, realizacja modernizacji wentylacji spowodowała zmniejszenie zużycia energii elektrycznej na poziomie kilku tysięcy złotych miesięcznie (szczegółowe dane są jeszcze analizowane przez dział techniczny i będą znane po podliczeniu pełnego roku).

Pomimo faktu, że zużycie energii elektrycznej spadło – jej koszt wzrósł i ze wzrostem należy liczyć się jeszcze w roku następnym z powodu braku bonifikaty rządowej.

Pozycje remontowe z uwagi na starzejący się z każdym rokiem obiekt również będą wyższe i związane będą nie tylko z odtwarzaniem substancji budynku ale nakładami inwestycyjnymi m. in. w dalszym ciągu redukującymi zużycie energii elektrycznej poprzez zakup urządzenia stabilizującego energię elektryczną i/lub wymiana części oświetlenia na LED, dalsza rozbudowa sauny – wykonano już projekt techniczny, budowa planowana jest w roku 2020 i będzie całkowicie pokryta ze środków własnych Spółki.

8. Czy jest potrzeba rozbudowy basenu, jeśli tak, jaki koszt musiałaby ponieść spółka lub miasto by to zrealizować?

Jak wskazano wcześniej, potrzebę rozbudowy basenu sygnalizuje kilka grup klientów.

Z jednej strony są to klienci indywidualni, którym ogranicza się powierzchnie basenowe na rzecz klubów sportowych. Klienci Ci chcieliby korzystać z pełni możliwości obiektu sportowego – zwłaszcza w godzinach szczytu. Sygnalizowane są również potrzeby rozbudowy strefy rekreacyjnej, która budowana 17 lat temu – obecnie odstaje od podobnych obiektów w Polsce. Z drugiej strony są sygnały sportowców, którym obiekt ogranicza możliwości treningowe do absolutnego minimum – aby zapewnić jak największą powierzchnię dla klientów indywidualnych. Problemy obu grup klientów sprowadzają się do korzystania z obiektu w godzinach szczytu a zauważa się rezerwy w okresach o niższej frekwencji – zwłaszcza w okresie wakacyjnym – pomimo zmniejszenia cen biletów.

W 2014 roku spółka opracowała koncepcję rozbudowy obiektu wraz z kosztorysem kształtującym się na około 10 mln złotych. Zaznaczyć jednak należy, iż koncepcja nie jest projektem budowlanym a ceny robót budowlanych od tego czasu znacznie wzrosły. Obecnie CSR „Słowianka” realizuje inwestycję w postaci budowy hali sportowo - widowiskowej. Realizacja kolejnej inwestycji w tym samym czasie mogłaby być trudna do wykonania pod względem administracyjnym, w tym organizacji placu budowy w powiązaniu z normalnym funkcjonowaniem obiektu z jak najmniejszą uciążliwością dla klientów, zapewnieniem odpowiedniego dojazdu oraz parkingów. Budowa jest możliwa tylko przy pełnym wsparciu Ministerstwa Sportu do 70% wartości inwestycji, przy założeniu, że będzie to baza treningowa dla Zespołu Szkół Mistrzostwa Sportowego.

9. Jakie jest średnie wynagrodzenie miesięczne brutto pracownika spółki obecnie?

#### ŚREDNIE WYNAGRODZENIE BRUTTO NA DZIEŃ 31.12.2019

Na dzień sporządzania informacji nie jest jeszcze możliwe wyliczenie wynagrodzenia średniego za 2019 rok, ponieważ trwają prace związane z naliczeń płac za miesiąc grudzień dla pracowników, dla których termin wypłaty wynagrodzenia jest ustalony na 09 styczeń 2020 roku. Średnie wynagrodzenie na 30.11.2019 wynosi 3.976,88 zł (średnie wynagrodzenie obejmuje: wynagrodzenie zasadnicze, dodatki za pracę w nocy, dodatki za pracę w dni świąteczne, dodatki funkcyjne, premie i nagrody)

PREZYDENT MIASTA

Jacek Wójcicki

#### Do wiadomości:

1. WOR
2. Biuro Prezydenta Miasta
3. a/a