



ΒΟΥΛΗ ΤΩΝ ΕΛΛΗΝΩΝ

ΚΑΤΕΡΙΝΑ ΜΑΡΚΟΥ

Βουλευτής Β' Περ. Θεσσαλονίκης

ΒΟΥΛΗ ΤΩΝ ΕΛΛΗΝΩΝ	
ΔΙΕΥΘΥΝΣΗ ΚΟΙΝΟΒΟΥΛΕΥΤΙΚΟΥ ΕΛΕΓΧΟΥ	
Αριθμ. Πρωτ. ΕΡΩΤΗΣΕΩΝ	316
Ημερ. Καταθέσεως	3.11.17

3/11/2017

ΕΡΩΤΗΣΗ

Προς τον Υπουργό Υποδομών και Μεταφορών

ΘΕΜΑ: Τι απέγιναν οι προωθητικές υπηρεσίες για το ηλεκτρονικό εισιτήριο που στοίχισαν 12.000 ευρώ;

Το ποσό των 12.000 ευρώ, με απευθείας ανάθεση μάλιστα, έχει δαπανήσει ο ΟΑΣΑ για προωθητικές υπηρεσίες που αφορούν το νέο Ενιαίο Αυτόματο Σύστημα Συλλογής Κομίστρου, το γνωστό ηλεκτρονικό εισιτήριο, όπως είχα αναφέρει στην υπ' αρ. 5896/25-5-2017 ερώτησή μου προς το υπουργείο σας. Κι όμως, η πολιτική ηγεσία του Υπουργείου Υποδομών και Μεταφορών αποδίδει την τεράστια ταλαιπωρία του επιβατικού κοινού τις τελευταίες ημέρες για την προμήθεια του νέου ηλεκτρονικού εισιτηρίου στην έλλειψη ενημέρωσης!

Η σύμβαση απευθείας ανάθεσης με αριθμό 11/2017 [ΑΔΑ: 716Ξ46ΨΧΕ3-ΡΧΥ], η οποία υπεγράφη στις 4/4/2017 μεταξύ της ΟΑΣΑ Α.Ε. και ιδιωτικής εταιρείας, περιελάμβανε μεταξύ άλλων τη δημιουργία και σχεδιασμό 8-πτυχου «οδηγού ενημέρωσης και απόκτησης του ηλεκτρονικού εισιτηρίου» (κόστος 1.500,00 ΕΥΡΩ πλέον Φ.Π.Α. 24%) αλλά και την «ονοματοδοσία, δημιουργία και σχεδιασμό Character Concept τύπου Cartoon... για την καλλιέργεια μίας φιλικότερης σχέσης μεταξύ του πολίτη και των Μέσων Μαζικής Μεταφοράς» (κόστος 5.500, 00 ΕΥΡΩ πλέον Φ.Π.Α. 24%), το σχεδιασμό παρουσίασης power point (3.500 ευρώ πλέον ΦΠΑ) κ.α..

Τα παραπάνω θα παρουσιάζονταν σε σχετική συνέντευξη τύπου για το νέο σύστημα, η οποία δεν έχει πραγματοποιηθεί μέχρι σήμερα. Όσο για το καρτούν, ήδη υπάρχουν δημοσιεύματα που αναφέρονται στο γεγονός ότι αυτό αποτελεί απλή αντιγραφή.

Απαντώντας τότε στην ερώτησή μου στις 12/6/2017, ο ΟΑΣΑ αναφέρει ότι «απαιτείται καθ' όλη τη διάρκεια της μετάβασης ο σχεδιασμός δράσεων ενημέρωσης για την εξοικείωση του επιβατικού κοινού» και ότι «με τις προωθητικές ενέργειες ενημέρωσης και εκπαίδευσης των χρηστών των ΜΜΜ...ο ΟΑΣΑ προσδοκά στην αύξηση των εσόδων του και τη βελτίωση των οικονομικών στοιχείων των εταιρειών του Ομίλου».

Κατόπιν των ανωτέρω, ερωτάστε:

- 1) Ποιες είναι τελικά οι προωθητικές και ενημερωτικές ενέργειες που έγιναν για το νέο ηλεκτρονικό εισιτήριο κατά τη διάρκεια της μετάβασης και τις οποίες



ΚΑΤΕΡΙΝΑ ΜΑΡΚΟΥ

Βουλευτής Β' Περ. Θεσσαλονίκης

δεν «αντελήφθη» το επιβατικό κοινό, με αποτέλεσμα να ταλαιπωρείται εδώ και μέρες στις ουρές;

- 2) Πότε ακριβώς θα πραγματοποιηθεί η ενημερωτική συνέντευξη τύπου για την παρουσίαση στο κοινό του νέου ηλεκτρονικού εισιτηρίου στο πλαίσιο της μετάβασης στο νέο σύστημα, η οποία, όπως δήλωσε ο Υφυπουργός Μεταφορών και Υποδομών, έχει ξεκινήσει ήδη από το Φεβρουάριο;
- 3) Που οφείλεται η διαφαινόμενη αποτυχία των «προωθητικών υπηρεσιών» που αποτελούσαν το αντικείμενο της Σύμβασης 11/2017 και ποιες οι συνέπειες για τη σύμβαση;

Η ερωτώσα βουλευτής

Κατερίνα Μάρκου – Β' Θεσσαλονίκης