



Zastępca Prezydenta Miasta Szczecin

Michał Przepiera

pl. Armii Krajowej 1, 70-456 Szczecin

tel. +4891 43 51 100, fax +4891 42 30 805

mprzeple@um.szczecin.pl • www.szczecin.eu

Szczecin, dn. 6. sierpnia 2025 r.

Pan

Wojciech Dorżynkiewicz

Radny Rady Miasta Szczecin

Nasz znak: WZP-III.0003.2.2025.KP

Dotyczy: interpelacji nr 1423

W odpowiedzi na interpelację nr 1423 dotyczącą działalności Fabryki Wody, uprzejmie informuję co następuje:

1. Ile osób odwiedziło Fabrykę Wody od momentu jej otwarcia do teraz? Proszę o podanie frekwencji w rozbiu na miesiące.

Odpowiedź:

Miesiąc	Rok	Liczba wejść
Czerwiec	2024	51 416
Lipiec	2024	81 742
Sierpień	2024	79 033
Wrzesień	2024	40 744
Październik	2024	37 223
Listopad	2024	37 858
Grudzień	2024	43 733
Styczeń	2025	56 758
Luty	2025	67 706
Marzec	2025	48 938
Kwiecień	2025	39 802
Maj	2025	48 597
Czerwiec	2025	56 109
Lipiec (do 16.07)	2025	39 696

2. Jakie są dotychczasowe wpływy z tytułu sprzedaży biletów wstępu do Fabryki Wody? Proszę o podanie kwoty łącznej oraz w rozbiu na każdy miesiąc.

Odpowiedź:

Miesiąc	Rok	Wpływ – sprzedaż biletów (zł)
Czerwiec	2024	2 802 960
Lipiec	2024	4 163 945
Sierpień	2024	3 811 013
Wrzesień	2024	1 690 501
Październik	2024	1 436 198
Listopad	2024	1 498 334
Grudzień	2024	1 683 493
Styczeń	2025	2 062 836
Luty	2025	2 557 769
Marzec	2025	1 622 000
Kwiecień	2025	1 404 693
Maj	2025	1 781 389
Czerwiec	2025	2 212 275
Lipiec (do 16.07)	2025	1 804 021

3. Jakie są inne źródła wpływów Fabryki Wody (np. wynajem przestrzeni, gastronomia, usługi dodatkowe, usługi sponsorskie, partnerskie)? Proszę o podanie źródeł oraz odpowiadających im kwot.

Odpowiedź:

Źródło wpływów	kwota (zł)
Ścianka wspinaczkowa + bowling	799 921
SPA	227 823
Sauny – dodatkowe wydarzenia	184 384
Aquapark – dodatkowe wydarzenia	84 711
Gastronomia	5 970 153
Edukatorium – dodatkowe wydarzenia	258 894
Umowy partnerskie	1 373 739
Parking	497 549

4. Jakie były koszty utrzymania i działalności Fabryki Wody od dnia otwarcia do końca 2024 roku? Proszę o rozbicie kosztów na główne kategorie (np. wynagrodzenia, media, utrzymanie obiektu, promocja, koszty zewnętrzne) wraz z podaniem konkretnych kwot.

Odpowiedź:

Koszty działalności operacyjnej od czerwca 2024 do grudnia 2024 (zł)	44 532 462
amortyzacja	13 944 985
zużycie materiałów i energii	8 706 265
usługi obce	2 607 404
podatki i opłaty	522 764
wynagrodzenia	14 353 809
ubezpieczenia społeczne i inne świadczenia	3 653 157
pozostałe koszty rodzajowe	656 775
wartość sprzedanych towarów	87 304

5. Jaki jest wynik finansowy (zysk/strata netto) Fabryki Wody za pełny rok 2024?

Odpowiedź:

Wynik finansowy za rok 2024 wynosi -37 308 093 zł i obejmuje okres działalności od 1.01 do 31.12. Przy czym koszty ponoszone były przez 12 miesięcy (w tym związane m.in. z przygotowaniem do otwarcia obiektu), natomiast przychody generowane były dopiero od 1.06., kiedy to nastąpiło oficjalne otwarcie obiektu.

6. Czy członkowie zarządu spółki zarządzającej Fabryką Wody otrzymali nagrody, premie lub inne dodatkowe wynagrodzenia za rok 2024? Jeśli tak, proszę o podanie ich łącznej wysokości oraz podstawy przyznania.

Odpowiedź:

Wynagrodzenia Zarządu Spółki zostały ukształtowane zgodnie z ustawą o zasadach kształtowania wynagrodzeń osób kierujących niektórymi Spółkami. Ustawa ta nie przewiduje wypłacania premii, nagród czy dodatków, ani innych uznaniowych składników.

7. Ile osób jest obecnie zatrudnionych w Fabryce Wody? Proszę o podanie liczby pracowników w podziale na administrację i obsługę techniczną/funkcyjną obiektu.

Odpowiedź:

W spółce Fabryka Wody sp. z o.o. zatrudnionych jest obecnie 260 osób, z czego na stanowiskach administracyjnych zatrudnione są 22 osoby.

8. W roku 2022 została podpisana umowa dotycząca stworzenia tzw. brand hero dla Fabryki Wody. Proszę o przedstawienie:

Co lub kto został wybrany jako brand hero?

Jakie były koszty związane z jego przygotowaniem i wdrożeniem?

W jaki sposób brand hero był i/lub jest wykorzystywany w działaniach promocyjnych Fabryki Wody?

Odpowiedź:

Jako brand hero została wybrana maskotka „Pana Chlapka” Koszt przygotowania i wdrożenia brand hero wyniósł 9800 zł netto.

Postać ta stanowi element komunikacji skierowanej w szczególności do najmłodszych odbiorców – przede wszystkim dzieci w wieku przedszkolnym oraz uczniów szkół podstawowych. Brand hero – sympatyczny „Chlapek” – towarzyszy dzieciom zarówno w materiałach edukacyjnych, jak i promocyjnych. Jego wizerunek pojawia się m.in. w ulotkach, łąmigłówkach i zadaniach przygotowywanych z myślą o najmłodszych uczestnikach naszych wydarzeń oraz gościach odwiedzających Fabrykę Wody.

„Chlapek” odgrywa również kluczową rolę w części wystawy dedykowanej najmniejszym dzieciom. Jest przewodnikiem po świecie nauki – poznaje otaczające zjawiska, zachęca dzieci do zadawania pytań i odkrywania tajemnic wody. Wystawa ta została przygotowana w atrakcyjnej, przystosowanej do wieku formie – elementy poznawcze dostępne są w specjalnych wizjerach ukrytych w instalacjach, co dodatkowo pobudza ciekawość i aktywność najmłodszych.

Dodatkowo Fabryka Wody posiada własną maskotkę brand hero, która regularnie uczestniczy w wydarzeniach organizowanych zarówno na terenie naszego obiektu, jak i w przestrzeni miasta Szczecin – podczas eventów plenerowych, pikników rodzinnych oraz inicjatyw miejskich skierowanych do dzieci. Maskotka jest doskonale rozpoznawalna i pełni rolę ambasadora marki wśród najmłodszych.

ZASTĘPCA PREZYDENTA MIASTA
Michał Przepiera